

TİM REPORT



8. TÜRKİYE

İN VASYON

HAFTASI

MİLYONLARI BULUŞTURDU



HEP BİRLİKTE
ÜRETMEYE VE
BÜYÜMEYE
DEVAM EDECEĞİZ



ovaun.com.tr



TÜRKİYE'NİN
500 BÜYÜK SANAYİ
KURULUŞU
2019

OVA UN

AİT

OLDUĞUMUZ TOPRAKLAR İÇİN ÇALIŞIYORUZ. KARA, HAVA, DENİZ YA DA INTERMODAL TAŞIMACILIK ALTERNATİFLERİYLE DÜNYAYI DOLAŞIYORUZ. HİZMET KALİTEMİZ VE ÇÖZÜM ODAKLI YAKLAŞIMIMIZLA

MARKALARA DEĞER KATIYORUZ. BİZE ULAŞIN, HEDEFLERİNİZİ PAYLAŞIN. "BİZ HER ZAMAN BİR YOL BULURUZ." ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBI, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

BİZ HER ZAMAN BİR YOL BULURUZ."

GALATA
TAŞIMACILIK VE TİCARİET A.Ş.

+90 850 755 0 458

galpi.com.tr

**Great
Place
To
Work.**



İÇİNDEKİLER

4 **BAŞKAN'DAN**
Yeni yılda yeni rekorlara koşacağız

12 **TİM'DEN HABERLER**
Türkiye kuralları baştan yazıyor

22 **SEKTÖRLER**
Türkiye 2020'de ihracat ile büyüdü

56 **KAPAK KONUSU**
Türkiye için ihracat, ihracat için İnovasyon Haftası

76 **İŐ'TE KADIN**
Ahu Büyükkuşoğlu Serter "Artık pazar payından çok akıl payı önemli"

84 **ANALİZ**
AŞı, fuarları canlandırarak mı?

88 **MARKA ŞEHİR**
Kocaeli pandemiye rağmen ilk üçte

92 **BAŞARI HİKAYESİ**
Şerife İnci Eren: Kadının bakış açısı iŐ dünyası için de değerli

96 **GÜNDEM**
..Ve Birleşik Krallık ile imzalar atıldı

TİMREPORT

SAHİBİ:
TİM adına Başkan İsmail GÜLLE

YAYIN KURULU:
Mehmet Fatih BİLİCİ
Enise Didem ELMAS
Senem SANAL SEZERER

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



YAYINA HAZIRLIK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Selda YEŐİLTAŐ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ
Murat ERDOĞAN

ŐEF EDITÖR
Peri ERBUL

EDITÖRLER
Emel ALTAY
İlker YAĐMUR

Zeynep TÖTÖNCÜ GÖNGÖR

GÖRSEL YÖNETMENLER
Ercan YAVUZ, Erkan ALTINDAĐ, Yılmaz MERMER

MU HABİR
Gizem İRİS

FOTOĐRAF EDITÖRÜ
Ergün ÇOLAKOĞLU

REKLAM MÜDÖRÜ
İlknur ULUSOY

REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ
Nisa ÖZTÖRK, Serdar GEREN

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI
YUNUS APT. NO: 45 KAT: 3
NİŐANTAŐI - ŐİŐLİ / İSTANBUL
+90 212 236 00 50
www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

BASKI
ŐAN OFSET
0212 289 24 24

Hangisini tercih edersiniz?

AKILLI TERCİH: GEÇ EFT

Vakıf Katılm'ı tercih edenler, para transferlerini "GEÇ EFT" ile dijital kanallardan rahat rahat, ücretsiz bir şekilde 17.20'ye kadar yaparlar.



“
EFT
SAATİ
17.20
”





İsmail GÜLLE
TİM Başkanı

Yeni yılda yeni rekorlara koşacağız

Yeni yılda hedefimiz sadece ihracatta rekorlar kırmak değil, inovasyonla katma değerli ihracatımızı artırmak olacak. Firmalarımız pandemi sürecinde gösterdikleri performansla bu yetkinliğe sahip olduklarını ortaya koymuştur.

Değerli dostlar,
Ocak ve şubat aylarında kırdığımız ihracat rekorlarıyla başladığımız 2020 yılı, küresel ekonomi açısından büyük dalgalanmalara sahne oldu. ABD ve Çin arasındaki ticaret savaşları, İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden ayrılması gibi başlıklar dünya ticaretinin gündemini belirlerken, Çin'de ortaya çıkan COVID-19 ile birlikte, yüzyılın en büyük küresel krizi ile karşı karşıya kaldık. Çok sayıda küresel gelişmenin ülkemiz ekonomisine etkilerine odaklanmış ve ihracatımızı daha da yukarılara çekmek adına ticari diplomasi faaliyetlerimizi hızlandırmışken, pandemi, iş süreçlerimizi bambaşka bir boyuta taşıdı.

PANDEMİYE RAĞMEN REKORLAR KIRDIK

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de sınırların kapanması ve insanların evlerine

çekilmesiyle birlikte özellikle mart, nisan ve mayıs ayları ekonomik faaliyetlerin oldukça düştüğü bir dönem olarak kayıtlara geçti. Dünyada normalleşme adımlarının başladığı haziran ayı itibarıyla Türkiye güvenli liman olduğunu bir kez daha gösterdi ve ihracatta yeni bir ivme yakaladı. Bazı sektörlerimiz ihracatta yeni rekorlar kırarken, genel ihracatımız 2020 yılının Eylül ayında 16 milyar doları bularak cumhuriyet tarihinin en yüksek eylül ayı seviyesine ulaştı. İhracat ailesi olarak pandemi sürecinin küresel etkileri karşısında yılmadan, usanmadan çalışmalarımıza devam ettik ve ekim ayında da 17,3 milyar dolar ihracatla 2020 yılının rekorlarından birine imza attık.

2020 Aralık ayında ihracatımız 17,8 milyar dolar olarak aylık bazda cumhuriyet tarihi rekoru kırdı. 2020 yılı toplam ihracatımız 169 milyar doları geçerek program hedefi olan 165,9 milyar doları pandeminin yarattığı tüm olumsuzluklara rağmen aştı. Bu ivme, bizlere, aşımın da etkisiyle küresel ticaretin normale dönmesiyle ihracatımızın çok daha yükseleceğini işaret etti. Fakat önümüzdeki dönemde önceliğimiz katma değerli ürün ihracatının payını artırmak

2020 bizim için aynı zamanda dijital ortamlara hızlı geçiş sağladığımız bir yıl oldu. Pandemi öncesinden altyapı çalışmalarını tamamladığımız dijital ortamlarımız sayesinde ticaret diplomasisi faaliyetlerini sürdürdük, fiziksel fuarları sanal ortamlara taşıdık.

olacak. Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'ın Türkiye İnovasyon Haftası'nda yaptığı konuşmasında, ihracatın kilogram değerini kısa vadede 2 dolar, orta-uzun vadede ise 3 dolara çıkarmamız gerektiğini belirttiği gibi yeni dönemde tüm enerjimizi buna harcayacağız.

DİJİTAL ALTERNATİFLERİ DEVREYE SOKTUK

2020 bizim için aynı zamanda dijital ortamlara hızlı geçiş sağladığımız bir yıl oldu. Pandemi öncesinden altyapı çalışmalarını tamamladığımız dijital ortamlarımız sayesinde ticaret diplomasisi faaliyetlerini sürdürdük, fiziksel fuarları sanal ortamlara taşıdık. Bu anlamda da Türkiye, pandemi karşısında dünya genelinde en hızlı aksiyon alan ülkelerden biri oldu. Sınırların kapandığı, fiziksel toplantı ve buluşma şansının kalmadığı ortamlarda TİM ve bağlı birlikleri olarak 43 ülkeye 45 ayrı sanal ticaret heyeti gerçekleştirdik. Bu heyetlerde katılan yaklaşık 900 yabancı şirket, 2 bin 200 firmamız ile online mecralar üzerinden 8 bine yakın ikili görüşme gerçekleştirdi. Yine pandeminin oluşturduğu ticari engelleri yıkmak için düzenlediğimiz ve dünyada öncülüğünü yaptığımız sanal fuar organizasyonlarıyla da ihracatımızın iş süreçlerinin devam etmesini sağladık.

İNOVASYON HAFTASI MİLYONLARA ULAŞTI

Yılın sonunda, 25-26 Aralık tarihlerinde, yine pandemi nedeniyle ilk kez sanal ortamda düzenlediğimiz Türkiye İnovasyon Haftası'nın 8'incisinde; Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan ve değerli Bakanlarımız katılımlarıyla bizleri onurlandırdılar. Online ortamda gerçekleştirdiğimiz Türkiye İnovasyon Haftası'nda hem ülkemizden hem de dünyadan konusunda uzman isimleri ağırladık. Türkiye'nin teknolojik gelişiminin gözler önüne serildiği organizasyonumuzun, sosyal medya kanalları ve online mecralar üzerinden kısa sürede milyonlarca kişi tarafından izlenmesi de bizi sevindiren etkenler arasında yer aldı. Bu organizasyonun iş dünyamız başta olmak üzere 7'den 70'e ülke genelinde inovasyon ve gelişime

yönelik bir farkındalık yarattığına inanıyorum.

TİM olarak ülke genelinde girişimcilerin desteklenerek Ar-Ge çalışmaları yapmalarına imkan sunmaya devam edeceğiz. İnovaLİG'e 2014 yılında başladığımızda, 460 firmamız katılım sağlamıştı. İnovasyon odaklı çalışmalarımız ve her geçen yıl programımıza artan ilgiyle beraber, 2019 yılında bin 236 firmamız "İnovaLİG'de biz de varız" diyerek aramıza katıldılar. Yenilikçi projelerimize katılımın, sürekli büyüme eğilimi içinde olması da Türkiye'nin geleceği adına bizleri sevindiren etkenler arasında yer aldı.

BİRLEŞİK KRALLIK'LA STA İMZALANDI

Yılın son günlerinde Ticaret Bakanlığımızın yoğun mekik diplomasisi sonrası, Brexit sürecinin ardından, ihracattaki en büyük ikinci pazarımız konumunda olan Birleşik Krallık ile serbest ticaret anlaşması imzalandı. Gümrük Birliği'nden sonra en önemli anlaşma olan Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşması'yla, Türk ihracatçısının hakları sonuna kadar savunulurken, serbest ticaretin devamı esas kılındı. Anlaşma ile Birleşik Krallık'a olan ihracatımızdaki olası engellerin de böylelikle önüne geçildi.

Evet sevgili dostlar, 2020 yılı asla unutulmayacak dönemlerden biri olarak hem hafızalarımıza kazınacak hem de tarih kitaplarındaki yerini alacak. 2020 artık geride kaldı ve yepyeni bir yıla 'merhaba' dedik. Karşımıza çıkan zorluklar, güçlükler ya da engeller neler olursa olsun bizler hedeflerimizden asla vazgeçmeyecek, Sayın Cumhurbaşkanımız tarafından açıklanan Yeni Ekonomik Program doğrultusunda ihracatımızı büyütmeye devam edeceğiz.

Yazımı sonlandırırken, 2021'de İhracat Ailemizle birlikte yeni rekorlarda buluşma dileğimi yineliyor, geride bıraktığımız yıl doğal afetler, pandemi ve vatan görevleri sırasında şehit düşen vatandaşlarımıza, İhracat Ailemiz'in ahir dünyaya göç eden fertlerine bir kez daha Allah'tan rahmet, aileleri ve sevenlerine baş sağlığı diliyorum.

Yeni yılın tüm dünyaya sağlık getirmesi dileğiyle.

Türkiye, pandemi karşısında dünya genelinde en hızlı aksiyon alan ülkelerden biri oldu. Sınırların kapandığı, fiziksel toplantı ve buluşma şansının kalmadığı ortamlarda TİM ve bağlı birlikleri olarak 43 ülkeye 45 ayrı sanal ticaret heyeti gerçekleştirdik.



169,5
MİLYAR DOLAR

Türkiye'nin 2020 yılı ihracatı



Dünyanın halka açık en büyük **14 petrol firmasının** toplam geliri, yeni tip **koronavirüs** (COVID-19) salgınının etkisiyle yılın üçüncü çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre yaklaşık **yüzde 36** azalarak **271,3 milyar dolar** oldu.

■ Çin'in dış ticareti 2020 Kasım ayında yüzde 13,6 artışla 460 milyar 720 milyon dolara ulaştı. İhracat yüzde 21,1, ithalat ise yüzde 4,5 yükseliş kaydetti.

■ Pandemi nedeniyle 2021'in ilk ayında aralarında **pilotların** da bulunduğu yaklaşık **29 bin personelini** işten çıkartması beklenen Alman hava yolu şirketi **Lufthansa'nın** yönetimi, **2022'den önce kâr hedeflediklerini** açıkladı.

■ Science dergisi, Çinli bilim insanlarının dünyanın en hızlı süper bilgisayarından yaklaşık **100 trilyon kat daha hızlı bir kuantum bilgisayarı ürettiğini** ileri sürdü.

73,6
TRİLYON YEN

Japonya, aralık ayının ortalarında koronavirüsün ekonomik etkilerini azaltmak için **73,6 trilyon Yen (705 milyar dolar)** değerinde bir ek mali teşvik paketi açıkladı.

Avrupa Hava Seyrüsefer Güvenliği Örgütü'nün (EUROCONTROL) verilerine göre; **İstanbul Havalimanı 28 Kasım-4 Aralık** tarihlerinde gerçekleştirilen toplam **3 bin 483 seferle** Avrupa'da en çok uçak seferinin yapıldığı havalimanı oldu.

■ ABD ekonomisi, COVID-19 salgınının etkisiyle yaşanan tarihi daralmanın ardından **üçüncü çeyrekte yüzde 33,4** ile rekor seviyede büyüme kaydetti. Öncü verilerde ülkenin **yüzde 33,1** büyüme kaydettiği açıklanmıştı.

■ Mastercard Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü **Yiğit Çağlayan**, 2019'da yüzde 17'si online yöntemlerle yapılan harcama oranının 2020'de **yüzde 29'a** yükseldiğini açıkladı.

■ Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu **Standard & Poor's (S&P)**, COVID-19 pandemisinin **2021'de** küresel kredi koşulları üzerinde **ağır baskı** oluşturmaya devam edeceğini bildirdi.

■ Mersin'de, COVID-19 ile mücadele kapsamında **maske ve cerrahi önlük üretimine** başlayan **Çamlıbel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ilk ihracatını Hollanda'ya** yaptı.



Fiskobirlik tarafından **Giresun'da** bulunan **Entegre Fındık İşleme Tesisleri'nde** üretilen '**şeker ilavesiz fındık ezmesi**' Almanya ve Avusturya'nın ardından **ABD'ye de ihraç** edilmeye başlandı.

Vodafone Veri Merkezi varsa işlerde aksama yok

Güvenli veri yedekleme ve replikasyon çözümleri, 7/24 size özel müşteri danışmanı hizmeti ile Vodafone Veri Merkezi'nde!

Detaylı bilgi:
vodafone.com.tr/vodafonebusiness

Hazır mısınız?

Vodafone Veri Merkezi çözümlerinden kurumsal müşteriler faydalanabilir. Vodafone Veri Merkezi çözümleri kapsamında, Fiziksel ve Sanal Kaynak Bulundurma Çözümleri, Veri Yedekleme ve Replikasyon Çözümleri ve Yönetilen IT Hizmetleri sunulmaktadır. Detaylı bilgi: vodafone.com.tr/VodafoneBusiness



vodafone
business

Arçelik, Hitachi ile Japonya dışındaki küresel ev aletleri pazarında çoğunluk hissesi ile kontrol edeceği bir ortaklık için sözleşme imzalandığını duyurdu. Arçelik, hisselerin yüzde 60'ı için 300 milyon dolar ödeyecek.

■ **Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli, Toprak Mahsulleri Ofisi'nin (TMO) fındık alım süresinin 30 Nisan 2021'e kadar uzatıldığını açıkladı.**

■ **Avrupa Parlamentosu (AP), Avrupa Birliği'nin (AB) toplam 1 trilyon Euro'nun üzerindeki 2021-2027 yılları bütçesini onayladı.**

■ **Hyundai Motor Company ve Kibar Grubu, Hyundai Assan'ın çoğunluk yönetiminin, Kibar Holding'den hisse satın alma yoluyla Hyundai Motor Company'ye devredilmesi konusunda anlaşmaya vardı.**

■ **YouTube Türkiye'ye temsilcilik açacağını duyurdu. Türkiye'deki kullanıcılar, içerik üreticileri ve iş partnerlerine karşı bağlılığının devam ettiğini belirten YouTube, platformun heyecanını ve açıklığını koruyacağını vurguladı.**

Birleşik Krallık Finansal Yürütme Kurumu (FCA) kriptopara işlemleri için daha önce FCA'ya başvurmuş olan kuruluşlara altı aylık geçici çalışma izni verdiğini, bu kuruluşların çalışmalarını temmuz ayına kadar sürdürebileceklerini açıkladı.

50

MİLYON LİRA

■ **Arzum'un halka arzından ettiği gelire yeni yatırımlar yapacağını söyleyen Mediterra, gıda zinciri Pidem'e azınlık ortağı oldu. Bu hamle şirket sermayesini 50 milyon TL daha artıracak.**

■ **Türk müteahhitlik şirketlerinden Torkam Holding ile Demokratik Kongo Cumhuriyeti arasında konut ve genel madencilik alanlarında toplam 7,8 milyar dolarlık anlaşma imzalandı.**

■ **Sağlık Bakanlığı, sosyal medya ve internet alışveriş siteleri üzerinden satışı yapılan COVID-19 test kitlerinin satış, reklam ve tanıtım faaliyetlerine erişim engeli getirilmesini sağladı.**

■ **ABD Merkez Bankası (Fed), beklentilere paralel olarak aralık ayında federal fonlama faizinde değişiklik yapılmayarak yüzde 0 - 0.25 hedef bandında bıraktı.**



Karadeniz'de bulunan 405 milyar metreküplük doğalgaz rezervinin ardından bir iyi haber daha geldi. Tarım Kredi İştiraki Gübretaş'a ait Bilecik'in Söğüt ilçesindeki maden sahasında 3.5 milyon onsluk altın varlığı tespit edildi. Rezervin değerinin 6 milyar dolar olduğu açıklandı.

İhracatçının yeni yol arkadaşı Maximiles TİM İhracatçı Kart

Türkiye İhracatçılar Meclisi ile işbirliği kapsamında ihracatçılara sunulan ilk ve tek kredi kartı olan Maximiles TİM İhracatçı Kart, hem alışverişlerde hem de Türkiye İş Bankası aracılığı ile gerçekleşen ihracatlar üzerinden mil kazandırıyor. Üstelik rezervasyon ve yurtdışı çıkış harcı gibi konularda da birçok avantaj sağlıyor.



Kredi kartı talepleri için son karar Banka tarafından verilecektir. Banka, kart talebini reddetme veya kefil ve teminat talep etme hakkına sahiptir.
Ayrıntılı bilgi: isbank.com.tr | Şubelerimiz



Türkiye kuralları baştan yazıyor

Pandemi gölgesinde geçen 2020'de tüm olumsuzluklara rağmen tarih yazan ihracatçılar dünya ticaretinin kurallarını yeniden belirliyor. 4 Aralık Cuma günü İstanbul'dan yola çıkan yük treni, kesintisiz yolculuğun ardından küresel tedarik lideri Çin'e ihraç edilen 42 konteynerlik beyaz eşyayı teslim etti.



ulaştırdı. Törende yaptığı konuşmada Avrupa'dan Asya'ya kesintisiz bağlantı oluşturan Marmaray ile Çin'e uzanan ihracat yolculuğunun başladığına vurgu yapan Bakan Karaismailoğlu, "18 yıldır ilmek ilmek işlediğimiz ulaştırma altyapımız, reformlarımız, dev projelerimiz ile güçlü yarınlara emin adımlarla ilerliyoruz. Türkiye dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri olma hedefine bugün biraz daha yaklaşmıştır. Hem çağdaş ulaştırma sistemi hem ekonomisi hem de kültürel sürekliliğiyle, Avrupa'nın ve Orta Doğu'nun merkezinde küresel bir aktör olan Türkiye, lojistik bir süper güç olma yolunda emin adımlarla ilerlemektedir" dedi.

"SUYU TERSİNE AKITIYORUZ"

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle ise tarihi bir an yaşadıklarını belirterek, çok heyecanlı ve mutlu olduklarını söyledi. Gülle, "Bugüne kadar Çin üzerinden Türkiye'ye trenler geldi ama bugün ilk defa Türkiye'de ihraç ürünleri ile dolu trenimiz Çin'e doğru hareket edecek. Bu bir altyapı meselesi ve bu altyapıyı oluşturduğu için sayın bakanımıza ve bakanlığımıza teşekkür ediyoruz. Suyu tersine akıtmak için yapılan bu işlem; Türkiye'nin gelecek ihracat vizyonu açısından çok önemli bir andır. Bu anı yaşamaktan, bu anı paylaşmaktan dolayı duyduğum gururu ifade etmem zor ama inanıyoruz ki, tersine akışlar ve demir yolları ile başlayan bu ticari akışların sonu ülkemizin ihracat rekorları olacaktır. Bu rekorların oluşturulmasına büyük katkılar veren bakanımıza bir kez daha teşekkür ediyorum. Sayın Cumhurbaşkanımıza ve hükümetimize ülkemize ve ihracatımıza verdikleri destek için teşekkür ediyoruz" ifadelerini kullandı.

Dünyanın ana tedarikçisi konumunda olan Çin'e ihraç edilen 42 konteynerlik buzdolabı, 15 gün süren demir yolu taşımacılığı sonucunda Xi'an şehrindeki alıcılara teslim edildi. Türkiye'den Çin'e ihraç yükü taşıyan ilk tren, Marmaray Kazlıçeşme İstasyonu'nda düzenlenen bir törenin ardından 4 Aralık 2020 tarihinde yola çıktı. İhraç treni, Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Adil Karaismailoğlu ve TİM Başkanı İsmail Gülle'nin de katıldığı tören ile uğurlandı. Marmaray'dan geçerek Bakü-Tiflis-Kars demir yolu hattı ve Hazar Geçişli Doğu-Batı Orta Koridor üzerinden Çin'e ulaşan tren, 8 bin 693 kilometre yol alıp, iki kıta, iki deniz ve beş ülke geçerek yükünü Çin'e 12 günde


21,8
MİLYAR DOLAR
Türkiye-Çin 2019 yılı
dış ticaret hacmi



EVDE KARGO BEKLEME DÖNEMİ SONA ERDİ!

Yurtiçi Kargo, YK Plus Teslim Noktası ile müşterilerine yeni bir teslimat seçeneği sunuyor.

Siparişleriniz için ister adrese teslim seçeneğinden yararlanın, isterseniz anlaşmalı esnaf noktalarımızı seçerek kargolarınızı bu noktalardan istediğiniz zaman alın.



www.ykplus.info

[/yurticikargo](#)

İhracatı uçuracak iş birliği

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracat seferberliği kapsamında ihracatçının hava kargo kullanımını artırmak ve lojistik maliyetlerini azaltmak için Türk Hava Yolları ile indirimli hava kargo taşımacılığına yönelik önemli bir iş birliği anlaşması imzaladı.



Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Adil Karaismailoğlu, TİM Başkanı İsmail Gülle ve THY Yönetim Kurulu Başkanı İlker Aycı'nın katılımıyla gerçekleşti. Toplantının açılış konuşmasını yapan Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Adil Karaismailoğlu, "1,6 milyar insanın yaşadığı, 39 trilyon 10 milyar dolar GSMH ve 8 trilyon dolar ticaret hacmine sahip 67 ülkeye, en fazla 4 saat uçuş mesafesinde olmak gibi coğrafi üstünlüğe sahibiz. İşte tüm bunları dikkate alarak 2003 yılından itibaren yürüttüğümüz hava ulaşım politikaları ve faaliyetleriyle, dünyada en hızlı gelişim gösteren ülkelerden biri haline geldik" dedi.

"İHRACAT TAKIM İŞİ"

TİM Başkanı İsmail Gülle ise sınırların kapandığı, pandeminin en zorlu anlarında, Turkish Cargo'nun, Türk ürünlerini sayısız destinasyona güvenli ve hızlı şekilde teslim ederek ihracat ailesinin yanında olduğunu söyledi. Gülle, "Pandemi etkisinin en yoğun hissedildiği mayıs ayında, hava yolu ile ihracatın payı yüzde 10'u aştı. İnşallah bu protokolle de bu oranı çok daha yukarılara taşıyacağız. Geçtiğimiz eylül ve ekim aylarında açıkladığımız cumhuriyet tarihinin en yüksek aylık ihracat rakamlarında ürünlerimizin müşterilere hızla ulaşmasını sağlayan Turkish Cargo'nun katkısı oldukça büyük. Çünkü ihracat bir takım işi. İhracatçının aldığı her sipariş, finansmanı, üretim, pazarlamasıyla, lojistiğiyle organizasyon gerektiren ciddi bir süreç. Turkish Cargo da küresel salgının en zorlu döneminde ihracatın lojistik yükünü başarıyla sırtlayarak "Güvenilir Tedarikçi Liman Türkiye" algısına da önemli bir destek verdi. 2-3 gün içinde dünyanın bir ucuna ürünlerimizi güvenle ihraç ediyoruz" dedi.

TİM'in, ihracatçının hava kargo taşımacılığında maliyetlerini azaltarak ihracatını artırması için yaptığı çalışmalar THY ile önemli iş birliği anlaşması ile sonuçlandı. Hayata geçirilen proje ile Turkish Cargo ihracatçılara 22 ülkedeki 28 farklı destinasyon için yüzde 10-30 arasında değişen oranlarda indirim uygulayacak. İş birliği anlaşmasıyla ilgili yapılan protokol töreni 4 Aralık 2020'de, TİM Dış Ticaret Kompleksi Şehit Ömer Halisdemir Konferans Salonu'nda,

5 MİLYAR DOLARLIK EK İHRACAT GELİRİ

THY Yönetim Kurulu Başkanı İlker Aycı konu ile ilgili olarak şunları söyledi: "Stratejik öneme sahip olduğunu belirlediğimiz 28 destinasyonda, mart sonuna kadar toplam 75 bin tonluk kapasiteyi yüzde

10 ile yüzde 30 arasında değişen indirim oranlarıyla taşıyacağız. Bu hamle ile hepsi katma değeri yüksek ihracat ürünlerinden toplam 5 milyar doların üzerinde bir ek ihracat gelirine ulaşılacak."

Dünyayı kutuluyoruz

5 Kitada, 60'dan Fazla Ülkedeyiz



14'üncü sanal heyet Güney Afrika ile gerçekleşti

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından iş dünyasını pandemi krizinden korumak, dış ticaretin devamlılığını sağlamak adına start verilen Sanal Ticaret Heyeti Programları'nın 14'üncüsü Güney Afrika Cumhuriyeti'ne yönelik olarak düzenledi.



Gülle, "Artışlar olumlu olsa da çok daha fazlasını başarmamız gerekiyor. Bugünkü buluşmamızın esas gayelerinden biri de iki ülke arasındaki dostane ilişkileri yansıtmayan rakamları yukarı çekmek adına yeni iş imkanları oluşturmak. Kısa vadede hedefimiz, her iki ülkedeki gelişmiş deniz lojistiği marifetiyle, Türkiye'nin payını yukarılara taşımak. 2021 yılında Sayın Cumhurbaşkanımızın ev sahipliğinde, ülkemizde düzenlenmesi öngörülen, Üçüncü Türkiye-Afrika Ortaklığı Zirvesi'nin, Afrika ile olan ilişkilerimizde yeni yelkenler açacağı umudunu taşıyoruz" dedi.

5 KİTADA BİN 800 İŞ GÖRÜŞMESİ

'Her Alanda Dijitalleşme' sloganıyla sanal platformlarda işlerini geliştirmeye gayret ettiklerini belirten İsmail Gülle, "TİM olarak, pandemi sürecinde, Güney Afrika Cumhuriyeti ile beraber 5 kitada 14 farklı ülkeyle sanal ticaret heyeti buluşmaları gerçekleştirdik. Sanal ticaret heyetlerimiz, ihracatçılarımız tarafından büyük bir ilgi ve alakayla karşılandı. Güney Afrika Cumhuriyeti sanal ticaret heyetimizle birlikte, toplamda 255 ihracatçı firmamız ve 800'e yakın alıcı firma sanal heyetlerimiz sayesinde bir araya gelmiş olacak. Tamamlanan heyetlerimizde, bin 800'e yakın ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi. Sanal organizasyonlar noktasında büyük bir tecrübe edinmiş durumdayız. Meksika'dan Endonezya'ya, Şili'den Filipinler'e uzanan, binlerce kilometre uzakta da olsak, aynı hedefler doğrultusunda gönül köprüleri kurabildiğimiz, farklı ülke ve bölgelerle 'Yeni Nesil Ticaret Diplomasisi' faaliyetlerimize aralıksız şekilde devam edeceğiz" diye konuştu. Sanal ticaret heyetleri 2021 senesinde ocak ayında Gana, şubat ayında ise Katar ve Umman ile devam edecek.



476,8
MİLYON DOLAR

2020 yılının ilk 11 ayında
Güney Afrika'ya yapılan ihracat

555,2
MİLYON DOLAR

2019 Güney Afrika ihracatı

TİM, Sanal Ticaret Heyeti Programları hız kesmeden sürüyor. Pandemi döneminde ticaret diplomasisi etkinliklerine sanal ortamda devam eden TİM, son dönemde Türkiye'den çelik, kimyevi maddeler ve hububat-bakliyat ithalatını artıran Güney Afrika'ya yönelik sanal ticaret heyeti düzenledi. 30 Kasım - 4 Aralık tarihleri arasında gerçekleştirilen programın açılışını Pretorya Büyükelçisi Elif Çomoğlu Ülgen, Pretorya Ticaret Müşaviri Demet Işıl Karakurt ve TİM Başkanı İsmail Gülle gerçekleştirdi. Açılış konuşmasında, Güney Afrika Cumhuriyeti'nin Türkiye'nin bölgedeki en önemli ticaret ortağı olduğuna vurgu yapan TİM Başkanı İsmail Gülle, iki ülke arasındaki dış ticaret verilerini paylaştı. Son dönemde iki ülke arasında artan dış ticaret hacmine de değinen İsmail

Estas, Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) organize ettiği Türkiye'nin en büyük ve uzun soluklu inovasyon yarışmasında "İnovasyonun Ticarileştirilmesi" kategorisinde geçen yıl olduğu gibi bu yılda Türkiye birinciliği kazanmıştır. İki yıl üst üste elde ettiği birincilik ile kazanılması zor bir başarıya imza atmıştır. Şehrimize, ülkemize ve şirketimize hayırlı olmasını dileriz.

Türkiye Şampiyonu



ESTAS
KAM MİLİ - CAMSHAFT

www.estas.com.tr

Instagram: [estas_as](#)
Facebook: [EstasAs](#)

Sanal Otomobil Fuarı'na büyük ilgi

Türkiye'nin ilk 3 boyutlu Sanal Otomotiv Fuarı 'Auto Expo Türkiye 2020' 8-11 Aralık 2020 tarihlerinde gerçekleştirildi. Organizasyona, 97 ülkeden 737'si yabancı olmak üzere bin 121 ziyaretçi iştirak etti.



Ticaret Bakanlığı ile TİM koordinasyonunda, Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) organizasyonu ile düzenlenen Türkiye'nin ilk 3 boyutlu Sanal Otomotiv Fuarı 'Auto Expo Türkiye 2020' 8-11 Aralık 2020

tarihleri arasında gerçekleştirildi. 8 Aralık'ta açılışı yapılan organizasyona, Almanya'dan ABD'ye, İngiltere'den Vietnam'a, İspanya'dan Bolivya'ya kadar 97 ülkeden 737'si yabancı olmak üzere bin 121 ziyaretçi iştirak etti. Türkiye'nin önde gelen 55 otomotiv ana ve tedarik sanayi firması ürünlerini tanıttı. Ayrıca, dört gün süresince firmaların üç boyutlu stantları çevrim içi ziyarete açık tutuldu. 'Auto Expo Türkiye 2020'nin online açılış toplantısında konuşan TİM Başkanı İsmail Gülle, sektörün performansını değerlendirdi. Otomotiv sektörünün 2020 Kasım ayındaki 2,698 milyar dolarlık ihracatının, genel ihracat içindeki payının yüzde 16,8 olduğuna vurgu yapan İsmail Gülle, "Bu rakam, pandemi kaynaklı kayıpların telafisi adına son derece sevindirici bir gelişme olmuştur" ifadelerini kullandı.

Rus evlerinde 'Made in Türkiye' etkisi artacak

Rusya Ev Tekstili Sanal Ticaret Heyeti organizasyonunda, Türk ev tekstili ürünlerinin ülkedeki pazar payının artırılabacağı, tekstil ve ham maddeleri sektörünün 2021 ihracat hedefinin ise 11 milyar dolar olarak belirlendiği açıklandı.



Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, TİM Başkanı İsmail Gülle, İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Bilici ve İTHİB Yönetim Kurulu

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından Rusya Ev Tekstili Sanal Ticaret Heyeti düzenledi. Zoom uygulaması üzerinden çevrim içi gerçekleştirilen heyetin açılış programında

üyeleri Ali Sami Aydın da yer aldı. Rıza Tuna Turagay, İsmail Gülle ve Ahmet Öksüz, Rusya'ya yapılan ihracatın sürekli büyüyen sürdüğünü ifade ederken, buna karşın söz konusu ticaretin henüz potansiyelinin çok altında olduğuna dikkat çektiler. Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay ise Rusya'ya ev tekstili anlamında katma değeri yüksek ürünler ihraç edildiğine vurgu yaptı. Turagay, genel ihracat ortalamasının kilogram başına 1 dolar olmasına karşın, Rusya'ya satılan ev tekstili ürünlerinde bu rakamın 7 dolar olduğuna dikkat çekerken, "Rusya bizim için çok önemli ve bu ülkeye 4 milyar dolar ihracat yapıyoruz. İthalatımız ise 23 milyar dolar. Rusya'dan aldığımız yüzde 6'lık pay yeterli değil" dedi.

Sonsuz Güneş
Sonsuz Enerji!



MÜHENDİSLİK
HİZMETLERİ



SATIN
ALMA



KURULUM



AR-GE



PANEL
ÜRETİMİ



İŞLETME VE
BAKIM

Gücümüzü Türkiye'den,
enerjimizi güneşten alıyoruz.

TİM Kadın Konseyi'nden Emine Erdoğan'a ziyaret

Türkiye İhracatçılar Meclisi Kadın Konseyi, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın eşi Emine Erdoğan'ı ziyaret edip projelerini tanıttı.



TİM Kadın Konseyi, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın eşi Emine Erdoğan'ı ziyarete edip AKİB'in tarla balıkçılığı ile ilgili projelerini tanıttı. TİM Başkanı İsmail Gülle'nin liderliğinde gerçekleşen ziyarette AKİB Koordinatör Başkanı Huriye Yamanyılmaz, tarla

balıkçılığında kümelenme modeliyle Türkiye'de bir ilk olarak planladıkları Balıkçılık ve Su Ürünleri İhtisas Organize Sanayi Bölgesi hakkında Emine Erdoğan'ı bilgilendirdi. Başkan Yamanyılmaz, Balıkçılık ve Su Ürünleri İhtisas Organize Sanayi Bölgesi'nde ekonomik getirisi yüksek türlerin toplu üretiminin yanında Akdeniz'de nesli tükenme tehlikesi yaşayan balık ve deniz canlılarının çoğalmasına yönelik çalışmalar üzerinde de yoğunlaşacaklarını belirtti. Başkan Yamanyılmaz'ın projeye ilgili sunumunu ilgiyle dinleyen Emine Erdoğan, Türkiye'nin ihracatla yükselmesine büyük katkı sağlayacak Balıkçılık ve Su Ürünleri İhtisas Organize Sanayi Bölgesi'nin ülkeye kazandırılmasında emek veren Akdeniz İhracatçı Birlikleri ve Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği yöneticilerini tebrik edip, başarılar diledi.

Girişimci kadınlara 'cesaret' çağrısı

TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Pınar Taşdelen Engin ve TABİT Akıllı Tarım Teknolojileri Kurucu Ortağı Tülin Akın, Dünya Gazetesi Genel Koordinatörü Vahap Munyar'ın moderatörlüğünde, ihracat hikayelerini anlattılar.



TİM Women Export Talks organizasyonunun üçüncüsü Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) Yönetim Kurulu Başkanı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Pınar

Taşdelen Engin ile TABİT Akıllı Tarım Teknolojileri Kurucu Ortağı Tülin Akın'ın katılımıyla gerçekleşti. Dünya Gazetesi Genel Koordinatörü Vahap Munyar'ın moderatörlüğünde 22 Aralık Salı günü gerçekleştirilen organizasyonda Pınar

Taşdelen Engin, "Krizler girişimciler için büyük fırsatlardır. İçinde bulunduğumuz pandemi süreci de getirdiği sorunlara çare olabilecek projelerle seslerini duyurmak girişimciler için önemli bir fırsat oldu" diye konuştu. Engin, "Kadınlarımızın ihracatçılarımızın başarılı olması için cesur olmaları şart" önerisinde bulundu.

TABİT Akıllı Tarım Teknolojileri Kurucu Ortağı Tülin Akın ise konuşmasında, "Harekete geçilirse ve yeterince sabır gösterilirse bütün hayaller gerçek oluyor. Artık bizlere, eskisi gibi bilgi uzak değil, yollar kapalı değil. Bunlar bu süreçte önemli gelişmeler. Bazen, biraz cesaret gösterip korkmadan adım atmak gerekiyor" dedi.



ÇELİĞİN GÜCÜYLE YÜKSELİYORUZ!

Yıldız Demir Çelik olarak 2019 yılında demir-çelik sektöründe ihracat alanında en çok büyüme gösteren ilk üç firmadan biri olmanın gururunu ve onurunu yaşıyoruz. Yaşadığımız bu zorlu pandemi sürecinde ilerleme katetmeye, ülkemize yıldız çalışanlarımızla değerler katmaya ve ülke ekonomisini çelik gibi tutmaya devam ediyoruz. Bize inanan, güvenen ve desteği olan herkese teşekkür ederiz.

#çelikgibigüçlükal



Türkiye 2020'de İhracat ile büyüdü

Türk ihracatçısı rekorlarla girdiği 2020'de pandemiye rağmen engel tanımadı, seneyi yeni rekorlarla kapadı. Aralıkta Cumhuriyet tarihinin en yüksek aylık ihracatını gerçekleştiren İhracat Ailesi, 2020'de 169.5 milyar dolar seviyesini yakalayarak, Yeni Ekonomi Programı ihracat hedefini tutturmayı başardı. TİM Başkanı Gülle, pandemiye rağmen 2020'nin ihracatta rekorlar yılı olduğunu söyledi.

**Rekorlarla
2020**

169.5
MİLYAR DOLAR

Genel ihracat

17.660

İlk kez ihracat yapan
firma sayısı



Kuzey Amerika
ülkelerine ihracat

%16

Uzak Doğu ülkelerine

%13,6

arttı.

1,2
MİLYAR DOLAR

Toplam COVID-19
ürünü ihracatı

5
SEKTÖR

tarihi ihracat seviyesine
ulaşırken, gemi ve yat
ihracatını en çok artıran
sektör oldu.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın katılımıyla aralık ayı geçici dış ticaret verilerini Ankara'da düzenlenen 2020 Yılı Dış Ticaret Değerlendirme Toplantısı'nda açıkladı.

17 BİN 660 FİRMA İLK İHRACATINI YAPTI

Türkiye pandemi şartlarına rağmen ihracatta art arda rekorlar kırdığı bir yılı geride bıraktı. 2020 Aralık ayında bir rekor da ilk kez ihracat yapan firmalardan geldi. Bin 794 firma, aralık ayı içerisinde ilk ihracatlarını gerçekleştirdi. Bu firmalar aralık ayında, genel ihracata toplam 89 milyon 289 bin dolarlık katkı sağladılar. Genel tabloda ise yine aralık ayı içerisinde toplam 42 bin 772 firma ihracat gerçekleştirdi. 2020 yılının tamamında ise ilk kez ihracat gerçekleştiren firma sayısı 17 bin 660 olarak kayıtlara geçti.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın katılımıyla Aralık ayı geçici dış ticaret verilerini Ankara'da düzenlenen 2020 Yılı Dış Ticaret Değerlendirme Toplantısı'nda açıkladı. Küresel ekonominin son yılların en büyük buhranını yaşadığı, dünya ticaretine yön veren ülkelerin 2020'yi 'kayıp yıl' olarak gördüğü bir dönemde Türkiye'nin ihracatı, 169 milyar 514 milyon doları yakalayarak, Yeni Ekonomi Programı ihracat hedefi olan 165,9 milyar doların üzerinde gerçekleşti. Türkiye'nin 2020 Aralık ayı ihracatı ise 2019'un aynı ayına göre, yüzde 16'lık artışla 17 milyar 844 milyon dolar oldu. TİM Başkanı İsmail Gülle, ihracat ailesi, bu rakamla yalnızca aralık ayının değil, cumhuriyet tarihinin en yüksek aylık ihracatına imza atma başarısı gösterdi. 2020 rekorlar yılı oldu" dedi. Yeni normalin ilk yılı olan 2021'de ihracat hedeflerinin 184 milyar dolar olacağını belirten Gülle, "Geçtiğimiz yıl, ihracat ailesi, 226 ülke ve bölgeye ihracat gerçekleştirdi. Rekorlara alışkınız, fakat böylesine zorlu bir atmosferde, rekorlara imza atmak, gerçekten takdiri hak ediyor. Dünya mal ticaretinde 2020

yılında tarihimizde ilk defa yüzde 1 paya ulaştı. Bugün ülkemiz, yılı pozitif büyümeyle kapatıyorsa, bunda en büyük pay sanayicindir, ihracatçındır. 'Made in Türkiye' markasını, dünyanın dört bir köşesinde güçlendirmeyi sürdüreceğiz.

İsmail Gülle, Aralık ayında ihracatın, geçtiğimiz yılın aynı ayına göre, yüzde 16'lık artışla 17 milyar 844 milyon dolar olduğunu ve bu rakamla yalnızca aralık ayının değil, Cumhuriyet tarihinin en yüksek aylık ihracatına imza attıklarına dikkat çekti. Aralık ayı ve 2020 yılı genelinde sektörlerin performansları ile ilgili Gülle şunları söyledi: "Önceki yılın aynı ayına göre 22 sektörümüzün ihracatını artırdığını görüyoruz. Bu sektörlerimizin 8 tanesi ise en yüksek aylık ihracatını gerçekleştirdi. İlk kez bu kadar farklı sektörümüzün ihracatta rekor kırdığını görüyoruz. Bu sektörlerimizin yıllık ihracat rakamlarına baktığımızda ise, 6 sektörümüzün yıllık bazda rekor kırdığını görüyoruz. Bu sektörlerimiz, 7 milyar 301 milyon dolar ihracatla hububat, 5 milyar 567 milyon dolarla mobilya, 3 milyar 760 milyon dolarla çimento, 2 milyar 731 milyon dolarla yaş meyve sebze, 2 milyar 605 milyon

dolarla halı ve 1 milyar 684 milyon dolarla meyve sebze mamulleri oldu.”

Toplam 23 sektörün 1 milyar dolarlık ihracat rakamını aşma başarısını gösterdiğine dikkat çeken Gülle, diğer sektörlerin yıllık performansı ile ilgili şunları söyledi: “25 milyar 549 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren otomotiv sektörümüz liderliğini korurken; 18 milyar 263 milyon dolara ulaşan kimyevi maddeler sektörümüz ikinci, 17 milyar 143 milyon dolara ulaşan hazır giyim sektörümüz ise üçüncü, 12 milyar 675 milyon dolarla çelik sektörümüz dördüncü, 11 milyar 55 milyon dolarlık ihracatla elektrik-elektronik sektörümüz beşinci oldu.

226 ÜLKE VE BÖLGEYE İHRACAT

2020 yılında ihracat ailesinin, 226 ülke ve bölgeye ihracat gerçekleştirdiğini söyleyen Gülle, “2020 yılında ilk 10 ülkenin ihracattaki payı yüzde 48,9 oldu. İlk 20 ülkede bu pay yüzde 66,2 olarak gerçekleşti. İhracatta ilk üç ülke ise; 15 milyar 977 milyon dolarla Almanya, 11 milyar 242 milyon dolarla Birleşik Krallık, 10 milyar 186 milyon dolarla ABD oldu. 2020 yılının tamamında en çok ihracat gerçekleştirdiğimiz 20 ülkeden 7’sine ihracatımız arttı. 39 ülkeye olan ihracatımız 1 milyar doları aştı.

8 AB ÜLKESİNE İHRACAT ARTTI

2020 yılında Avrupa Birliği’ne (AB-27) ihracatımız 70 milyar dolar olarak gerçekleşti ve sekiz AB ülkesine ihracatımız artış gösterdi. AB’nin ihracatımızdaki payı yüzde 41,3 olurken, Avrupa kıtasının ihracatımızdaki payı ise yüzde 55,7 oldu. Yakın ve Orta Doğu ülkelerine 31,3 milyar dolar; Afrika kıtasının tamamına 15,2 milyar dolar; Uzak Doğu ülkelerine 12,8 milyar dolar; Kuzey Amerika’ya ise 11,2 milyar dolar ihracat gerçekleştirildi.

ARALIK AYINDA 57 İLİN İHRACATI ARTTI

Aralık ayında 57 ilin ihracatı atarken 2020 yılının tamamında bazı Anadolu

şehirleri fark yarattı. En çok ihracat gerçekleştiren ilk 10 il sırasıyla; 66 milyar 677 milyon dolarla İstanbul, 12 milyar 881 milyon dolarla Bursa, 12 milyar 271 milyon dolarla Kocaeli, 9 milyar 535 milyon dolarla İzmir, 7 milyar 932 milyon dolarla Gaziantep, 7 milyar 766 milyon dolarla Ankara, 4 milyar 460 milyon dolarla Sakarya, 4 milyar 180 milyon dolarla Manisa, 3 milyar 191 milyon dolarla Denizli ve 2 milyar 434 milyon dolarla Hatay oldu. 17 il tarihlerinin en yüksek ihracat rakamlarına ulaştı. 16 il ise 1 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirme başarısını gösterdi. En dikkat çekici artışlar ise; yüzde 211 artışla 300 milyon dolara ulaşan Kastamonu; yüzde 60 artışla 106 milyon dolarlık ihracata imza atan Adıyaman; yüzde 37 artışla 634 milyon dolar ihracat yapan Şırnak’ta oldu. 2020 yılında, Mardin’de makine sektörü ihracatını yüzde 536 artırarak 135 milyon dolara, Şırnak’ta yaş meyve sebze sektörü ihracatını yüzde 174 artırarak 151 milyon dolara, Ankara’da hazır giyim sektörü ihracatını yüzde 146 artırarak 159 milyon dolara çıkardı.

COVID-19 ÜRÜN İHRACATI ARTTI

COVID-19 ürünleri ihracatının 2020 yılının tamamında; 2019 yılına göre ciddi artış yakaladığını söyleyen Başkan Gülle, “Solunum cihazları yüzde 1093 artışla 103,4 milyon dolara, maske ve önlük yüzde 508 artışla 442,8 milyon dolara, tanı kitleri yüzde 169 artışla 117,8 milyon dolara, dezenfektan ihracatı ise yüzde 126 artışla 521,5 milyon dolara yükseldi. 2020’de, toplam COVID-19 ürünü ihracatı yüzde 233 artışla 1,2 milyar dolar olarak gerçekleşti” dedi.

MİKTAR BAZINDA DA ARTIŞ DEVAM ETTİ

Miktar bazında ihracat ise; Aralık ayında, geçen yılın aynı ayına göre, yüzde 34,6 artarak 16,4 milyon ton olarak gerçekleşti. 2020 yılında ise, geçen yıla göre, yüzde 6,1 artarak, 155 milyon tona yükseldi.

25,7

MİLYAR DOLAR

2020’de otomotiv sektörünün ihracatı

18,2

MİLYAR DOLAR

Kimyevi maddeler ve mamulleri sektörünün 2020 yılı ihracatı

GEMİ VE YAT İLE HUBUBAT SEKTÖRÜ TUTULMUYOR

Aralık ayının en iyi performansına imza atan sektörler; yüzde 69 artışla 188 milyon dolara ulaşan gemi ve yat, yüzde 30’la 480 milyon dolara ulaşan madencilik ve yüzde 29’la 770 milyon dolara ulaşan tekstil sektörleri oldu. 2020 genelinde gemi ve yat sektörü; Rusya’ya ihracatını 11, Marşal Adaları’na ihracatını yaklaşık üç katına çıkardı. Çelik sektörü, Hong Kong’a ihracatını yüzde 169, Peru’ya ihracatını ise yüzde 92 artırdı.

OTOMOTİV

Kan kaybetse de zirveyi yine bırakmadı



COVID-19 nedeniyle mart, nisan ve mayısta yaşanan üretim ve ihracat düşüşünün ardından haziran ayıyla toparlanan otomotiv sektörü pandemi döneminde de ihracatın lideri oldu.

Türk sanayisinin en büyük ihracat kalemi 2020'de de değişmedi. Otomotiv endüstrisi paydaşları tarafından üretilen ürünlerinin ihracat değeri 2020 yılının tamamında 25.5 milyar dolar olarak kayıtlara geçti. Otomotiv sektörü, geride bıraktığımız yıl içerisinde ekim ayında gerçekleştirdiği 2,9 milyar dolarlık ihracatın ardından aylık bazda üçüncü en yüksek ihracat rakamına kasım ayında ulaştı. Sektör ihracatı kasımda yüzde 0,3 artışla 2 milyar 698 milyon dolar oldu. Otomotiv endüstrisinin 2019 yılında yaptığı toplam ihracat ise 30,5 milyar dolar olarak kayıtlara geçmişti. Haziran ayı ile yakaladığı yükseliş trendini sonraki aylarda da sürdüren otomotiv sektörü, 2020 Haziran-Kasım döneminde 2019'un aynı aylarının ihracat rakamlarına yaklaştı. Aralık ayında ise otomotiv sektörü, bir önceki yılın aynı ayına göre, yüzde 10,3'lük bir artış göstererek 2,8 milyar dolarla ikinci en yüksek ihracatını gerçekleştirdi.



25,5

MİLYAR DOLAR

Otomotiv sektörünün
2020 yılı ihracatı



%16,5

Sektörün 2020
yılındaki düşüş oranı

ORHAN SABUNCU

Otomotiv Endüstrisi
Konseyi Başkanı



Her bakımdan zor bir yılı geride bırakıyoruz. Pandemi nedeniyle ilkbahar aylarında dünya ticareti durma noktasına geldi. Özellikle pandemiyin Çin'de etkili olduğu dönemde tedarik zincirlerinde ciddi aksamlar yaşandı. Bu durumdan otomotiv endüstrisi olumsuz etkilendi. Yılın ilk yarısında rakamlar o kadar sert düştü ki, haziran ile birlikte başlayan toparlanmaya rağmen bu kayıpları telafi etmek mümkün olmadı. Bizim açımızdan en önemli pazar konumunda yer alan AB ülkelerinde ocak-kasım döneminde binek otomobillerde yüzde 25,5 pazar daralması yaşandı. AB ticari araçlar pazarı da ocak-kasım döneminde yüzde 20 geriledi. Rusya pazarı yüzde 10, ABD pazarı yüzde 16,5 daralma ile yılın son ayına girdi. OICA verilerine göre yılın ilk üç çeyreğinde dünya motorlu araçlar üretimi geçen 2020'nin aynı döneminde göre 15 milyon adet daha az gerçekleşti. Dolayısıyla her bakımdan 2020 yılı rakamları 2019 yılının hayli altında kaldı.

Otomotiv endüstrisi olarak 2020 yılına 32 milyar dolarlık ihracat hedefi ile başlamıştık. Ancak COVID-19 pandemisi nedeniyle özellikle mart-nisan-mayıs döneminde çok ciddi ihracat düşüşleri yaşadık. Haziran ile birlikte toparlanma başlasa da ihracat hedefimizi 25 milyar dolar olarak revize ettik. Ekim ayında 2.9 milyar dolar ile aylık bazda 2020'nin en yüksek, tarihimizin 3. en yüksek ihracat rakamına ulaştık. Yılı 25,5 milyar dolarla kapattık.

Aşılardan ortaya çıkması ile 2021 yılından beklentilerimiz yüksek. 2021 yılı ilk çeyreğinden sonra daha rahat bir döneme girileceğini düşünüyoruz. AB pazarının 2021 yılında yüzde 15-20 aralığında büyümesi bekleniyor. Bu bizim açımızdan çok önemli. Alternatif pazarlarda da bu yılki kayıpları gelecek yıl telafi etmeyi amaçlıyoruz. 2021 yılında Euro/Dolar paritesi kaynaklı da daha avantajlı bir durumda olacağımızı düşünüyoruz. Tüm bu faktörleri dikkate alarak 2021 yılında hedefimiz 30 milyar dolarlık bir ihracat rakamına ulaşmak olacak. Böylece 2020 yılı öncesindeki son 3 yıldaki ihracat ortalamamızı yakalamayı hedefliyoruz.



ADİL PELİSTER
İKMİB Başkanı

Türk kimya sektörü, 16 alt sektörüyle birlikte ülke sanayisine yön veren tüm üretim alanlarına ham madde veya yarı mamul veren lokomotif bir sektör. Sektörümüz, 2019 yılında yaptığı 20,6 milyar dolarlık ihracat ile bugün Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştiren ikinci sektörü konumunda bulunuyor. Geçtiğimiz yıl Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 11,44'ünü gerçekleştiren kimya sektörümüz, 2020'nin 11 aylık döneminde de Türkiye ihracatından yüzde 11,80 pay almayı başardı. Bu pozitif tablo, sektörümüzün pandemi sürecinde dahi çok güçlü bir performans ortaya koyduğunu gösteriyor.

Pandemi bitene kadar fiziki etkinlikler yerine dijital etkinlikler yapmaya devam edeceğiz gibi görünüyor. Özellikle ihracat açısından AB ülkeleri başta olmak üzere diğer ülkelerin de pandemiyle mücadelesi ihracatımızın da seyrine etki edecektir. Burada riski minimize edebilmek için pazar çeşitliliğini artırmak gerekiyor. Kimya sektörümüz ise bu konuda her ay en fazla ülke ve bölgeye yaptığı ihracatla 27 sektör arasında birinci çıkıyor.

Diğer yandan hükümetimizin ekonomi ve hukuk alanında yapacağı reformlar ile yatırım ortamının iyileştirilmesi hem yurt içi hem yurt dışından gelecek yatırımcılarımız açısından çok önemli. Olağanüstü bir durum yaşanmadığı sürece 2021 yılı ve sonrasında beklentimiz, ülkemizin daha pozitif ve avantajlı konuma geçeceği yönünde. Türkiye'nin lojistik açıdan avantajlı konumda olmasının, yeniden şekillenen tedarik zinciri bakımından da ülkemizi öne çıkaracağına inanıyoruz. Bu açıdan yerli ve milli üretime öncelik verilmesi, yüksek katma değerli ürün üretimine geçilmesi ve firmalarımızın ölçek büyütmesi de büyük önem taşıyor.

Kimya sektörümüz açısından bir diğer önemli konu ise AB REACH'e uyum kapsamında ülkemizde uygulanan Kimyasalların Kaydı, Değerlendirilmesi, İzni ve Kısıtlanması Hakkında Yönetmelik (KKDİK Yönetmeliği) çerçevesinde kimyasalların kaydının yapılması. AB'nin başlattığı Green Deal (Yeşil Mutabakat) projesinin de önemle üzerinde durulması gerekiyor.

KİMYA

İhracatının 'kimyası'nda bu sektör var



2019'da Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 11,3'ünü karşılayan kimya sektörü, 2020'de ise 18,26 milyar dolarlık ihracat performansı sergiledi.

Kimyevi maddeler ve mamulleri endüstrisi, 2020 yılında otomotiv sektörünün ardından en çok dış satış gerçekleştiren sektör oldu. 2020 yılının genelinde 18,26 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren sektör, 2019 yılının tamamında ise yurt dışına 20,5 milyar dolarlık satış yapmıştı. 2020 ihracatında, 2019'a oranla yaklaşık yüzde 11,3'lük bir küçülme yaşayan 'kimyevi maddeler ve mamulleri' endüstrisi, istihdam açısından ise büyüdü. Petrokimya alanında küresel enerji ihtiyacının azalmasına bağlı olarak ihracat düşüşü yaşayan sektör; kozmetik, ilaç, plastik, medikal ve temizlik maddeleri alt sektörlerinde ise ufak da olsa artışlar kaydetti. Ayrıca, tüm olumsuz koşullara rağmen SGK 2019-2020 Eylül verileri karşılaştırıldığında, sektördeki istihdam sayısı yüzde 9'dan fazla büyüdü. 2019'da Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 11,3'ünü karşılayan kimya sektörü, 2020'nin tamamında ise genel ihracattan yüzde 10,8'lik pay aldı.



18,2

MİLYAR DOLAR
Kimyevi maddeler ve mamulleri 2020 ihracatı

%11,3

Sektörün 2019'a göre küçülme oranı

HAZIR GIYİM VE KONFEKSİYON COVID-19 döneminde yerini korudu



Katma değerli ürünleri ve istihdama sağladığı katkı ile sanayinin temel taşlarından olan 'hazır giyim ve konfeksiyon' endüstrisi, yurt dışına en çok ürün satışı yapan üçüncü sektör oldu.

Türk sanayisinin atardamarlarından 'hazır giyim ve konfeksiyon' sektörü 2020 yılında da ülke ihracatından büyük pay aldı. 2020 yılının 12 aylık döneminde 17,1 milyar dolarlık yurt dışı satışı yapan sektör paydaşları, 2019 genelinde ise 17,7 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmişti. Sektörün, pandemiye rağmen 2019 verilerini yakalamasında takım elbise, pantolon, ceket gibi dış giyim ürünleri ihracatında düşüş olmasına rağmen; eşofman, sweatshirt, pijama gibi ev giyim ürünlerine talebin artması etkili oldu. Sektörün ihracat rakamlarının 2019 ile yakın bir seviyeyi yakalamasında maske ve koruyucu giysi ihracatı da büyük rol oynadı. Katma değerli üretimi ve istihdama katkısı ile net ihracat getirisinde önemli bir konumda olan sektörün, 2020'deki ilk 10 pazarı Almanya, İspanya, İngiltere, Hollanda, ABD, Fransa, İtalya, Irak, Danimarka ve İsrail şeklinde oluştu. 2019 ile kıyaslandığında ilk 10 pazar arasında ABD'ye yüzde 21,5, Hollanda'ya yüzde 10,9 ihracat artışı gerçekleşti.



17,1

MİLYAR DOLAR

Sektörün 2020
ihracatı

%3,1

Sektörün 2020
yılındaki düşüş oranı



MUSTAFA GÜLTEPE

Hazırgiyim ve
Konfeksiyon Sektörü
Konseyi Başkanı

Küresel ticarete tüm dengeleri alt üst eden salgın süreci sektörün ülkemiz açısından önemini bir kez daha ortaya koydu. Biz her yıla en az yüzde 10 ihracat artışı hedefi ile başlıyoruz. AB ekonomileri başta olmak üzere küresel pazarlardaki daralma öngörüsüyle 2020 için yüzde 5 – 6 gibi daha mütevazı bir hedef belirlemiştik. İlk iki ayda hedefimizin üzerinde bir performans sergiledik. Ancak salgınla birlikte bütün hesaplarımızı ve planlamalarımızı yeniden yapmak durumunda kaldık. Mart, nisan ve mayıs sektör için kâbus gibi geçti. Haziranda küresel pazarların açılması ile birlikte ibreyi yeniden yukarı çevirdik. Maske ve koruyucu giysiye olan yoğun talebin de katkısı ile haziran ayı ihracatımızda yüzde 25 artış kaydettik. Temmuzda 1 milyar 812 milyon dolarla aylık ihracat rekorumuzu kırdık. Ağustosta 1 milyar 546 milyon dolarla 5 yıl aradan sonra ihracatta lider sektör olarak yeniden zirveye oturduk. Eylülde yüzde 20 ihracat artışı ile bir kez daha 1,8 milyar dolar sınırını gördük. Ekim ayında 1 milyar 858 milyon dolarla aylık ihracat rekorumuzu yeniledik. Avrupa'da ikinci dalga kısıtlamalarının etkisi ile kasımda yüzde 0,9 eksiye düştük. 11 aylık dönem üzerinden baktığımızda 2019'da 16,6 milyar dolardayken bu yıl 15,5 milyar dolardayız, yani yüzde 5,4 eksidediz.

"2021 YILINDA TÜM ZAMANLARIN İHRACAT REKORUNU KIRACAĞIMIZA İNANIYORUM"

2021 için tahminden öteye dilek ve temennilerimizi ancak dile getirebiliriz. Öncelikle aşı uygulamalarının sonuç vermesini ve bir an önce salgının kontrol altına alınarak gündelik yaşamın ve ticaretin normale dönmesini umut ediyoruz. Salgının kontrol altına alınması durumunda rekabetçi ve istikrarlı kurun yanı sıra küresel tedarik zincirindeki değişimin ve Çin'e alternatif arayan Amerika Birleşik Devletleri içerisinde yer alan firmaların katkısı ile 2021'de sektör olarak tüm zamanların ihracat rekorunu kırabileceğimize inanıyorum.



İTALYA'DAN TÜRKİYE'YE 24 SAATTE HAVA KARGO



italyproject@limalogistics.com

0850 203 54 62

www.limalogistics.com

ELEKTRİK VE ELEKTRONİK

Pandemide ihracata pozitif 'elektrik'



Elektrik ve elektronik sektörü, ana pazarı olan AB bölgesindeki ekonomik daralmaya rağmen 2019 ihracatının sadece yüzde 1,6 gerisinde kaldı.

Elektrik ve elektronik ürünleri sektörü temsilcileri, 2020 yılının genelinde 11 milyar 55 milyon dolarlık ihracatın altına imzalarını attılar. Sektörün 2019 yılı genelinde gerçekleştirdiği ihracat ise 11,2 milyar dolar olarak kayıtlara geçmişti. 2019 yılında açıklanan İhracat Ana Planı ile 11. Kalkınma Planı'nda öncelikli 5 hedef sektör arasında yer alan 'elektrik ve elektronik' endüstrisi katma değerli ürün sağlayan sektörler arasında yer alıyor. Türkiye'nin sanayi ürünleri ihracat birim kg fiyatı ortalama 1,41 dolar iken 'elektrik-elektronik' sektörünün ihracat birim kg fiyatı ortalama 5,24 dolar olarak hesaplandı. Pandeminin olumsuz etkileri nedeniyle sektörün ana pazarı konumunda olan Avrupa Birliği'ndeki yüzde 10'luk ekonomik daralmaya karşın, Türkiye'nin elektrik-elektronik ürünü ihracatı 2020'de sadece yüzde 1,6 oranında düştü.



11

MİLYAR DOLAR

Sektörün 2020 ihracatı

%1,6

Sektörün 2020 yılındaki düşüş oranı

DR. FATİH KEMAL
EBİÇLİOĞLUElektrik ve Elektronik
Konseyi Başkanı

Sektör ihracatımız 2020 yılının ilk iki ayında artış gösterdi fakat pandeminin yoğun etkilerinin hissedildiği mart-mayıs dönemini düşüşle kapattı. Haziran ayında başlayan normalleşme süreci sonrası sektör, kasım ayı sonu itibarıyla 10,03 milyar dolara ulaşmıştır. Pandeminin olumsuz etkilerinin temel pazarımız olan Avrupa Birliği'nde çok daha fazla hissedilmesine rağmen ihracatçılarımızın yoğun çabası ve devletimizin desteği ile sektör ihracatımızın bir önceki yıla kıyasla 2020 yılını en fazla yüzde 2 oranında bir küçülme ile kapatacağını öngörüyoruz.

Ocak-kasım döneminde, sektör ihracatımızda AB 5,76 milyar dolar ihracatla ilk sırada yer alırken, Yakın ve Orta Doğu Asya Ülkeleri 1,31 milyar dolar ile ikinci, Diğer Avrupa Ülkeleri 1,11 milyar dolar ile üçüncü ve Kuzey Afrika Ülkeleri 508 milyon dolar ihracat ile dördüncü sırada yer aldı. Bu dönemde, alt sektörlerimiz bazında en büyük ihracatımızı 3 milyar 223 milyon dolar ile Beyaz Eşyada gerçekleştirdik. Diğer alt sektörlerimizden Elektronik ürün grubumuzda 2 milyar 562 milyon dolar, Elektrik Üretim ve Dağıtım Ekipmanlarında 2 milyar 555 milyon dolar, kablo ürün grubumuzda ise 1 milyar 694 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik.

İhracat rakamlarından da görüldüğü üzere İngiltere sektörümüzün en önemli ihrac pazarı konumundadır. Ticaret Bakanlığımızın yoğun gayretleri ile 01.01.2021 itibarıyla geçerli olmak üzere ülkemiz ile İngiltere arasında imzalanan serbest ticaret anlaşması, hem İngiltere'ye olan ihracatımızın devamlılığı adına büyük önem taşımaktadır.

Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği (TET) olarak, elektrik elektronik sektöründe faaliyet gösteren üye firmalarımızın ihracatının artırılması ve ürünlere rekabet gücü kazandırılması hedefiyle çeşitli çalışmalar yürütüyoruz. Bu yıl pandemi nedeniyle ticaret heyetlerimizi askıya aldık fakat 2021 yılı planlarımız içerisinde Ticaret Bakanlığımızın Hedef ve Öncelikli Ülkeler listesinde yer alan İngiltere, Kenya, Tanzanya ve Vietnam ülkelerine ihracatçılarımızı götürmeyi planlıyoruz.



KUTLU KARAVELİOĞLU

Makine ve Aksamları
Sektörü Konseyi
Başkanı

2020 yılı koronavirüsün etkisi altında eşsiz bir deneyim olarak geride kaldı. Firmalarımızın özellikle ilk çeyrek sonunda önemli bir sipariş kaybı yaşadığı 2020, orta teknoloji makine imalatının en büyük merkezi Çin'in hızla toparlandığı ve herkesten önce yeniden üretime başlayarak rekabetin koşullarını zorladığı bir yıldır. Pek çok Avrupalı KOBİ büyük pazar kaybı yaşarken Uzak Asya ülkeleri oluşan bu boşluğu doldurmak için birbirleriyle yarıştılar. Biz de bu yarışta yer aldık.

Sektörümüz, yükselişi devam eden Rusya pazarında ihracatını yüzde 21,6 artırmayı başardı. Dünya makine ihracatının 2020 yılı sonunda 300 milyar dolara yakın kayıpla yüzde 12 kadar daralacağını tahmin ediyoruz.

Kasım ayında yaptığımız araştırmada çarpıcı sonuçlara ulaştık. Birinci dalgada firmaların yarısı ciro kaybı yaşamıştı, 10 ay sonunda bu oran yüzde 27'ye kadar geriledi. Firmaların yüzde 70'ten fazlası ihracat gelirinde ve bilanço kârında kayıp yaşamadan seneyi tamamlayacağını söylüyor. Siparişlerde ve tevsi modernizasyon yatırımlarımızda artışlar yaşanıyor, fakat hâlâ yeni siparişler için yüzde 30'a yakın atıl potansiyelimiz mevcut. Yine de karşılaştırmalı göstergelerimiz birçok rakip ülke sektöründen iyi. Ana pazarlarımızdan Almanya'nın dünyadan makine ithalatı yüzde 13 düşerken Türkiye'den makine ithalatı yüzde 6 azaldı. Dünyadan makine ithalatı yüzde 19 düşen İngiltere'nin bizden ithalatı sadece yüzde 3,1 azaldı. İhracatımız düşerken dahi pazar payımızı artırabildiğimizi gösteren birçok benzer örnek, rakiplerimizden önce pozitive geçeceğimizin ve yeni siparişlerle 2021'i daha verimli geçireceğimizin işareti.

2021 yılında makine sektörünün performansında, salgının seyri ve bu kapsamda aşı uygulamalarının başarısı ile bunların ekonomiye etkileri ilk ve esas belirleyici olacaktır. Eğer aşı dünya genelinde ve Türkiye'de yaygın ve başarıyla uygulanabilirse dünya ekonomisi ve ticaretinde 2021 yılının ikinci çeyreğinden itibaren hızlı bir toparlanma olacaktır.

MAKİNE VE AKSAMLARI

200'den fazla ülkeye ulaştı



Makine sektörü, yılın ikinci yarısında ivme yakaladı. 2020'de dünya makine ihracatı yüzde 12 daralırken, Türk makine ve aksamları sektörü ise sadece yüzde 3,7'lik bir gerileme yaşadı.

Makine ve aksamları sektörü paydaşları, 2020 yılının genelinde 7,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Bu rakam 2019 yılı tamamında 7,8 milyar dolar olarak kayıtlara geçmişti. COVID-19'un etkilerinin sert bir şekilde hissedildiği 2020'nin ilk yarısını kayıplarla geçiren makine sektörü, ikinci yarıda ise ivme yakaladı. 2020'de dünya makine ihracatı yüzde 12 daralırken, Türk makine ve aksamları sektörü ise sadece yüzde 3,7'lik bir gerileme yaşadı. Türkiye'den 2020 yılı içerisinde 200'den fazla ülkeye makine ihraç edildi. Bu ülkelerin 30'unda Türk makineleri ilk tercih edilen ürünler arasında. ABD, İsveç, Arjantin, Nijerya ve Vietnam, Türkiye'den en çok makine satın alan ülkeler arasında yer alıyor. 2020'de sektörün ihraç ettiği ürünler arasında ise soğutma makineleri ve klimalar, içten yanmalı motorlar ve aksamları, yıkama ve kurutma makineleriyle inşaat ve madencilikte kullanılan makineler yer aldı.



7,5

MİLYAR DOLAR

Makine ve aksamları
sektörü 2020 ihracatı

%3,7

Sektörün 2020
yılındaki düşüş oranı

ÇELİK

Türk çeliğinin
pazarı büyüyor

Türkiye'nin 2020 çelik ihracatı 12 milyar 675 milyon dolar olarak kayıtlara geçti. Sektörün yurt dışı satışı 2019 yılına göre yüzde 8,2 oranında geriledi.

Türkiye'nin çelik ihracatı 2020'nin genelinde 12,6 milyar dolar olarak kayıtlara geçti. Bu oran 2019 yılının tamamında 13,8 milyar dolardı. Türkiye'nin ham çelik üretimi, ocak-ekim döneminde yıllık bazda yüzde 4,2 artışla 29,1 milyon ton oldu. Üretim, 2020 yılı Ekim ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 19,4 yükselişle 3,2 milyon tona ulaştı. Çelik sektörü, aralık ayında ise Belçika'ya ihracatını yüzde 269 artırarak 57 milyon dolara, ABD'ye ihracatını ise yüzde 162 artırarak 76 milyon dolara çıkardı. Demir-çelikte dünyanın 7. büyük üreticisi konumunda yer alan Türkiye'nin 2020 Ocak-Kasım dönemi çelik ihracatında ilk sırada 842 milyon dolarla İsrail yer aldı. Bu ülkeyi 631 milyon dolarla İtalya ve 521 milyon dolarla İspanya izledi. Söz konusu dönemde Çin'e ihracatta ise rekor artış yaşandı. 2019 Ocak-Kasım döneminde Türkiye'den Çin'e yapılan çelik ihracatı 10 milyon 257 bin dolarken, rakam bu yılın aynı döneminde yüzde 421 artarak 53 milyon 449 bin dolara çıktı. Öte yandan ABD'ye çelik ihracatında da dikkat çekici bir artış görüldü.



12,6

MİLYAR DOLAR

2020 çelik ihracatı

%8,2

Sektörün 2020
yılındaki düşüş oranı



İBRAHİM PEKTAŞ

Çelik Sektörü
Konseyi Başkanı

Pandeminin çelik ticaretine olumsuz etkisinin yanı sıra, başta Avrupa ve Amerika olmak üzere çelik sektöründeki korumacılık önlemleri bu yılda da pandemi gerekçe gösterilerek artmaya devam etti.

2020 yılında dünya çelik üretiminde büyük bir düşüş yaşandı ve bunun başlıca gerekçesi pandeminin etkileridir. Özellikle dünyanın en fazla üretim yapan ilk 10 ülkesine baktığımızda Çin, Türkiye ve İran üretimlerinde artış gösterirken, diğer başlıca üretici ülkelerin üretimlerinde büyük düşüşler yaşandığını görüyoruz. Türkiye'nin ham çelik üretimi geçen yıl 33,7 milyon tonda, bu yılın sonunda ise 35 milyon tonu geçmesi öngörülmekte. Üretimimizdeki artışın devam etmesi durumunda yıl sonunda Almanya'yı da geçerek dünyanın en büyük 7. ve Avrupa'nın en büyük çelik üreticisi olmamız mümkün gözüküyor.

2021 yılında ticaret savaşları maalesef daha da hız kazanacağına benziyor. Uzun yıllardır çelik sektörü olarak küresel arenada birçok ticaret politikası önlemi (TPÖ) ile karşı karşıya kalıyoruz. DTÖ kuraları çerçevesinde haksız rekabeti engellemek için kullanılması gereken TPÖ uygulamaları artık ithalatı engellemek ve iç piyasayı haksız yere korumak için kullanılır oldu.

Türkiye'de üretiminin yüksek olduğu ürünler yerine, dünya piyasalarında talep gören yüksek katma değerli alternatif ürünlere yönelik yatırım planlamaları yapılması gerektiğini düşünüyorum. Bu sayede hem dünya ihracat ortalama birim fiyat sıralamasında ilerlenebilir hem de ürün çeşitliliği daha dengeli artırılarak, belirli ürünleri hedefleyen uluslararası davalardan etkilenmemiz biraz olsun azaltılabilir. İhracatta birim fiyatımızı arttırabilmemiz aynı zamanda ülkemize döviz girdisini de arttırabilmemizi sağlayacaktır.

2021 yılı için küresel olarak normalleşme beklentileri kapsamında çelik ihracatımızın miktarda yüzde 10 artışla 23,3 milyon tona ulaşacağını, değerde ise yüzde 15 artışla 15,1 milyar dolar seviyelerinde gerçekleşeceğini öngörüyoruz.



TAHSİN ÖZTİRYAKI

Demir ve Demir Dışı
Metaller Konseyi
Başkanı

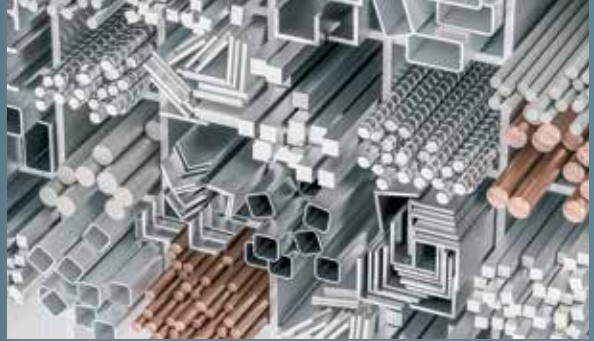
Sektörümüz küresel pandeminin ortaya çıkmasından sonra en hızlı toparlayan sektörler arasında yer alarak haziran ayı itibarı ile aylık bazda bir önceki yıla kıyasla ihracatını artırmaya başladı. Kasım ayı ihracatımız 776 milyon dolar olarak gerçekleşmiş olup önceki aya göre yüzde 10,5'lük artışa ulaşarak Türkiye'nin genel ihracatından yüzde 4,9'luk pay elde etti. 2020 yılını 8,3 milyar dolar ihracatla kapatmak hedefindeyiz. Bugün itibarıyla geçen yılki ihracatımıza ulaşıp bulunuyoruz. Son ay da performansımız devam ederse az da olsa geçtiğimiz yılın üzerinde bir performansla yılı kapatacağımızı düşünüyoruz. Ana ihracat pazarımız Avrupa olsa da dünyanın her noktasına ihracat yapan bir sektör konumunda bulunuyoruz. İhracat yapmadığımız belki çok küçük birkaç ada ülkesi dışında toplam ülke sayısı 209'a ulaşıp durumdadır.

"2021 YILI İÇERİSİNDE BİRBİRİNDEN ÖNEMLİ PROJELERİ HAYATA GEÇİRECEĞİZ"

Yaşanan zorluk ve engellere rağmen her zamankinden daha hevesli ve motivasyonumuz tam olarak ihracata devam edeceğiz. Bu yıl temellerini attığımız pek çok projeyi 2021 yılında hayata geçirmek üzere çalışmalarımıza devam ediyoruz. Bunlardan bir tanesi ara mamul konusunda yönelik projemiz. Üreticilerimizin ithal etmek zorunda kaldıkları ara mamullerin ülkemizde üretilebilmesi için Birliğimiz bünyesinde bir çalışma grubu oluşturmaktayız. İkinci önemli projemiz toptancıların organize olduğu ve kümelenildiği İSTOÇ ve benzeri oluşumların tanıtılmasına ve ihracata yönelik lojistik işlemlerinin kolaylaşmasına yönelik destek ofisi girişimimiz olacaktır. Üçüncü projemiz kapsamında ise Türkiye'de eğitim gören yabancı öğrenciler ve üye firmalarımız arasında iletişimi sağlayıcı bir online platform geliştirmek üzerine. İhracatımızı 2021 yılında artı yönde etkileyeceğini tahmin ediyor ve 2021 yılında yüzde 15 ihracat artışı ile 9,5 milyar dolar ihracat gerçekleştirmeyi hedefliyoruz.

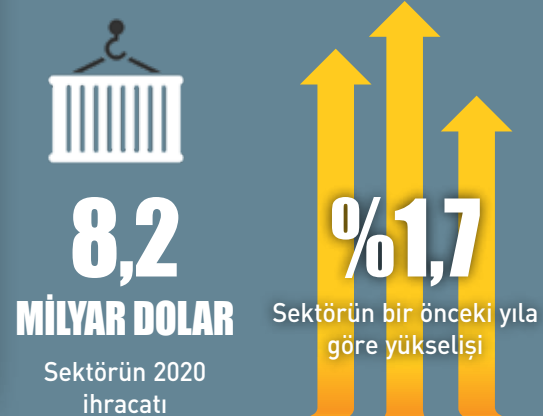
DEMİR VE DEMİRDİŞİ METALLER

Pandemi döneminde ihracatını artırdı



Demir ve demir dışı metaller sektörü 2020'de COVID-19 şartlarında ihracatını artırmasını bilen sayılı sektörler arasında yer aldı.

Pandemi öncesinde, 2019 yılında 8,1 milyar dolar olan Türkiye'nin 'demir ve demir dışı metaller' ihracatı, 2020 yılında 8,2 milyar dolar olarak kayıtlara geçti. Bu değerle birlikte 'demir ve demir dışı metaller' sektörü 2020 yılında, bir önceki yılın ihracatını geride bırakan sayılı sektörler arasında yer aldı. İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği'nden (İDDMİB) yapılan açıklamaya göre, Türkiye'nin toplam ihracatından yüzde 4,9 pay alan sektör, en fazla ihracat yapan 6'ncı sanayi kolu oldu. 2020 yılında, sektörün bir önceki yıla göre ihracatı yüzde 1,7 oranında yükseldi. Demir ve demir dışı metaller ihracatının genel yurt dışı satışından aldığı pay ise yüzde 4,6 olarak kayıtlara geçti. Sektör, pandemi ile geçen 2020'nin ardından 2021 hedeflerini de belirledi. Demir ve demir dışı metaller sektörü paydaşları, 2021'de yüzde 15 ihracat artışı ve 9,5 milyar dolarlık ihracat hedeflediklerini açıkladılar. Ayrıca sektörün devam eden pandemi sürecindeki en büyük sorunu ise navlun fiyatlarındaki artışlar olarak belirlendi.



TEKSTİL VE HAM MADDELERİ

İkinci yarıda toparlandı
2021 için hedef büyüttü

Tekstil ve ham maddeleri sektörü paydaşları 2020 yılında 7,2 milyar dolarlık ihracatın altına imza atarken, 2021 hedefini 11 milyar olarak belirledi.

Tekstil ve ham maddeleri sektörü 2019 yılında 7,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmişti. Sektör temsilcilerinin 2020 yılında yurt dışına yaptıkları satış ise 7,2 milyar dolar olarak kayıtlara geçti. Pandemi nedeniyle küresel ekonominin durma noktasına geldiği mart, nisan ve mayıs aylarının ardından, haziran ve temmuz aylarıyla birlikte özellikle AB pazarında durdurulan siparişlerin beklenen seviyeleriyle başlayan toparlanma eğilimi, ağustos, eylül ve ekim aylarında gelen yeni siparişlerle devam etti. Sektör, 2020 yılı ihracatını yüzde 8'lik kayıpla kapatırken, 197 ülkeye ihracat gerçekleştirdi. Tekstil ve ham maddeleri sektörünün 2021 yılı ihracat hedefi ise 11 milyar dolar olarak açıklandı. Öte yandan, eylül ayı imalat sanayi üretim endeksi yüzde 8,5 artarken tekstil ve ham maddeleri sektörünün üretim endeksi yüzde 9,3 oranında arttı. Sektörün 2020 genel ihracatındaki payı da yüzde 4,3 oldu.



7,3

MİLYAR DOLAR

Sektörün 2020
ihracatı

%8

Sektörün bir önceki
yıla göre düşüş oranı



ZEKİ KIVANÇ

Tekstil ve
Hammaddeleri
Konsey Başkanı

Tüm dünya hem ekonomik hem de sağlık açısından son derece zorlu geçen 2020 yılını geride bıraktı. COVID-19 salgınıyla birlikte küresel üretim ve tedarik zincirlerinin güvenilirliği de tartışılır hale gelirken, Avrupa iş dünyasında da Çin gibi uzak bölgeler yerine, daha yakındaki ülkelere yoğunlaşma düşüncesi öne çıkmaya başladı.

Avrupa uzaktan tedarikten imtina ederek tedarik ve üretim zincirlerinin yakında olmasını tercih edecek. Bu bağlamda Türkiye de pek çok sektörde, uzak ülkelerdeki sanayi ürünlerini ikame edebilecek sanayi kapasitesine sahip. Bu kriz aşıldığında Türkiye'nin konumunun güçleneceği kanaatindeyim. Bu sektörlerin başında hiç kuşkusuz ki tekstil ve hammaddeleri sektörü gelmektedir.

COVID-19 SALGINI HER SEKTÖRÜ OLDUĞU GİBİ TEKSTİL VE HAM MADDELERİ İHRACATINI DA OLUMSUZ ETKİLEDİ

Yılın ilk yarısında özellikle nisan ve mayıs aylarında yüzde 50'ye yakın bir gerileme olsa da sonraki süreçte sektör hızla toparlanmaya başladı. Bu toparlanmanın en önemli etkeni Türkiye tekstil ve ham maddeleri sektörü olarak ürün çeşitliğimizin fazlalığıdır. Ürün çeşitliliğimiz ve entegre imalat yapımız, ihracattaki güçlü toparlanmamızın en belirleyici etkenlerinden biri oldu. Sınırlı ürün gamına sahip bir sektör olsaydık pandemi döneminde daha büyük kayıplarla karşılaşabilirdik.

Salgın ve tüm küresel kapanmalara rağmen 197 ülkeye ihracat gerçekleştirdik. İhracat pazar çeşitliliğimiz sektörümüzün dinamizmini ortaya koyuyor. 2020 yılını 7,3 milyar dolara yakın bir ihracatla kapattık.

Küresel pandemi, 2020 yılında insanları evde bulunmaya zorladığı için tekstil ve perakende sektörü bütün dünyada en çok etkilenen sektörlerden oldular. 2021 yılında aşının bütün dünyada hayatı normale döndürmesiyle beraber sektörün de normale döneceğini bekliyoruz. Hazır giyim sektörü ile beraber 1 milyon 50 bin kişinin üzerinde istihdam yaratan tekstil ve hammaddeleri sektörü, 2021 yılında geçen yıl oluşan kayıplarını kapatmaya çalışacak. 2021 yılında Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörlerinden biri olarak daha fazla ihracat, daha fazla yatırım ve istihdam ile ülkemize hizmet etmeye devam edeceğiz.



AHMET GÜLEÇ

Mobilya Kağıt ve Orman
Ürünleri Sektörü
Konsey Başkanı

Faaliyetlerimiz ihracat artışı bazında incelendiğinde, Türkiye ortalamasının üzerinde grafik sergileyen sektörlerden biriyiz. 2009 yılında dünya mobilya ihracatı içerisindeki yüzde 1'lik payımızı 10 sene gibi kısa sayılabilecek bir sürede yüzde 2'ye çıkarma başarısı gösterdik. Bu oranı yüzde 2'den 3'e çıkarmak istiyoruz. Son yıllarda sürekli ihracat artışı gösteren 'mobilya kağıt ve orman ürünleri sektörü' olarak, 2020'ye de çok iyi bir başlangıç yaptık. 2019 yılında, 5,5 milyar doların üzerinde gerçekleştirdiğimiz sektörel ihracat, yakaladığı ivmeyi 2020'nin Ocak ve Şubat aylarında da sürdürdü. Ancak pandeminin araya girmesi ile mart, nisan ve mayıs aylarında ticari faaliyetlerimiz de yavaşladı. Sayın Cumhurbaşkanımızın 'yeni normal' dönemi açıklamasının ardından ise sektörümüzün faaliyetleri yeniden hız kazandı. COVID-19 salgınına rağmen 2020'nin ilk 11 ayında 4,92 milyar dolar seviyelerini yakaladık. Pandeminin ardından yaşanan kısıtlamaları, sanal ticaret heyetleri gibi teknolojik altyapıyı kullanarak yöneldiğimiz alternatif organizasyonlarla aşmaya çalıştık.

"GELİŞMİŞ ÜLKELER PAZAR PAYLARINI ARTIRAMADI"

İstihdama sağladığı katkı, katma değerli ürünleri ve ekonomilere kattığı değer nedeniyle gelişmiş ülkeler mobilya üretiminden asla vazgeçmiyor. Ayrıca, sektörümüz 20 ana sektörün tamamıyla da doğrudan ilişkili. ABD, Almanya, İtalya, Fransa, İtalya'nın da aralarında bulunduğu gelişmiş ülkeler de bu nedenle dünya mobilya pazarının yüzde 52'sini ellerinde tutuyor. Buna karşın, bu ülkeler dünya pazarındaki paylarını artıramadı. Biz ise 200 ülkeye ürünlerimizi pazarlayabilecek seviyeye ulaştık 2021'de ilk hedefimiz, 'mobilya kağıt ve orman ürünleri sektörü' olarak 6 milyar dolarlık ihracat seviyesini aşmak olacak. Türkiye'de üretip sattığımız zaman mobilya bizim için çok önemli. Dünyanın bu alandaki en önemli üretim merkezi olma yolundaki çalışmalarımızı 2021'de de kesintisiz bir şekilde sürdüreceğiz.

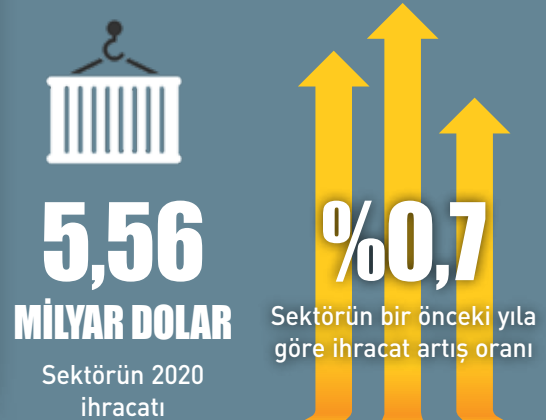
MOBİLYA KAĞIT VE ORMAN ÜRÜNLERİ

Küresel pazarda ilk 5'i hedefliyor



Sektör 2020'de de pandemiye rağmen yükselişini sürdürürken, 5 milyar 566 milyon dolarlık ihracat yaptı.

Küresel sıralamada dünyada 8'inci sırada yer alan Türk 'mobilya kağıt ve orman ürünleri' sektörü, 2020 yılında, COVID-19 salgınına rağmen başarılı performansı ile dikkatleri üzerine çekti. 2020 genelinde 5 milyar 566 milyon dolarlık dış satışın altına imza atan sektör temsilcileri, 2019 yılında ise 5 milyar 529 milyon dolarlık ihracat yapmıştı. Sektörün 2020 yılı artış oranı da yüzde 0,7 olurken; ilk beş ana pazarı konumunda Irak, Almanya, Suudi Arabistan, İngiltere ve İsrail yer aldı. 2019 yılında dünya mobilya sektörü baz alındığında ihracatını en çok artıran ülke olan Türkiye, mobilya ihracatçıları sıralamasında 14'üncü sıradan 8'inci sıraya yükseldi. Sektörün ikinci büyük başarısı ise son 9 yılda dünya pazarındaki payını ikiye katlaması oldu. Türkiye, beş senedir dünyada mobilya ihracatını en çok artıran ilk üç ülke arasında yer alıyor. Mobilya sektörünün başarı grafiği hep artış trendinde ve hedef 2023'te dünyanın ilk 5 mobilya ihracatçısı arasına girmek.



İKLİMLENDİRME SANAYİİ

2021'de hedef
5 milyar dolar

Pandemiyle önemi daha da artan iklimlendirme sektörü, COVID-19 krizine karşın 2020'de bir önceki yılın ihracat seviyesini yakalamayı başardı. Sektörün 2021 hedefi ise 5 milyar dolar.

Pandemi ile birlikte değeri ön plana çıkan sektörlerin başında iklimlendirme sektörü geldi. Kapalı ortamlarda temiz havanın önem kazanmasıyla HVAC yani endüstriyel iklimlendirme cihazlarına olan talebi hızla artırdı. Yeni dönemde de talebin yüksek olmasını bekleyen sektör temsilcileri, 2021'de ihracatta 5 milyar dolar sınırını aşmayı hedefliyor. 2019 yılı genelinde 4 milyar 676 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren sektör temsilcileri, 2020'de ise pandemiye rağmen yurt dışına hemen hemen bir önceki yıla aynı seviyede, 4 milyar 664 milyon dolar değerinde ihracat yaptılar. Türkiye, son yıllarda üretim kabiliyeti ve teknolojiye yapılan Ar-Ge yatırımlarıyla HVAC sektöründe Avrupa'nın üretim üssü haline gelse de 504.7 milyar dolarlık global HVAC pazarından 4.7 milyar dolarla yaklaşık yüzde 1'lik bir pay alıyor. Bu oranı yüzde 1,5'e çıkarma hedefiyle hareket eden sektör temsilcilerinin, 2020 yılında Türkiye'nin genel ihracatından aldığı pay ise yüzde 2,8 olarak kayıtlara geçti.



4,66

MİLYAR DOLAR

Sektörün 2020
ihracatı

%0,2

Sektörün bir önceki yıla
göre ihracatındaki düşüş



SALİH ZEKİ POIRAZ
İklimlendirme Sanayii
Sektörü Konseyi
Başkanı

İklîmlendirme sektörü 2020 yılına geçmiş yıllarda olduğu gibi ihracatta yine büyüyerek güzel bir başlangıç yaptı. Mart ayı ile birlikte pandemi kaynaklı tüm dünya genelinde dış ticaret hacminin küçülmesi ile birlikte iklimlendirme sektörü ihracatımızda bir önceki yıla göre gerileme başlattı. Temmuz ayı ile birlikte sektör ihracatımız yeniden toparlanmaya başlayarak, özellikle ağustos, eylül, ekim ve kasım aylarında istikrarlı bir performans göstererek 2019 yılı Ocak-Kasım ihracat verileri karşılaştırıldığında yüzde 2,5 oranında gerilemeye sahne oldu. Aralık ayında da ihracatta gösterdiğimiz güzel artış ivmesi ile 2020 yılını da 2019 yılında olduğu gibi 4,7 milyar dolar seviyesinde tamamlayacağımızı ön görmekteyiz.

Sektör olarak 2021'in ilk yarısında tedirginliğin devam edeceğini düşünmekteyiz. COVID-19 sonrasında özellikle artan talebi karşılamak için ülkeler arasında bir üretim rekabeti yaşanacağını düşünüyoruz. Ancak özellikle pandeminin ilk dalgası ile yoğun hasar alan Avrupa ülkelerinde pek çok üreticinin bu süreç sonrasında kapanacağı ve bu durumun mevcut pozisyonunu koruyan Türk imalatçısı için bir fırsat doğuracağını düşünüyoruz. Bununla birlikte iklimlendirme sektöründen aldığı yaklaşık 89 milyar dolar büyüklüğü ile lider olan Çin'in önümüzdeki dönemde mevut durumunu korumak için daha agresif olacağını düşünüyoruz.

Normalleşme süreci 2021 yılı içerisinde başlar ve pandemi süreci biter ise tüm planlamalarını yaptığımız 2020 yılı içerisinde fiziki olarak gerçekleştirme imkânı bulamadığımız yurt dışı aktivitelerimize kaldığımız yerden hızlı bir şekilde devam edeceğiz.

Pandemi süreci bu yıl birçok alışkanlığımızı ve iş yapma modellerimizi değiştirdi. Daha önceden bu tür tecrübeleri edinmemiştik. Bu gelişmeler sonucu mevcut duruma da kısmen alışmaya başladık. Tecrübe sahibi olduk. Bu doğrultuda yatırıma bekleyen ve süreç içerisinde askıya alınan yerli ve yabancı sermayeli yatırımlarda 2021 yılında yeniden hayata geçirmeye başlayacağız.



RÜSTEM ÇETİNKAYA

Maden Sektörü
Konseyi Başkanı

Herkesin bildiği gibi Çin, Türk maden sektörünün en önemli ihracat pazarı konumunda. Bu durum göz önüne alındığında, özellikle mart ayından itibaren sınırların kapanması, bizler için sektörün en büyük

pazarının da kapanması anlamına geldi. COVID-19 pandemisinin çıkış noktası da olmasıyla da Çin pazarının yoğun bir şekilde etkilenmesiyle, sektörümüz yüzde 60'a varan gerilemelerle ilk şok dalgasını yaşadı. Bu dalga, bir süre daha endişe verici biçimde devam etti. Ancak temmuz ayı ile birlikte, gerek Çin pazarı gerekse diğer ülkelerde hızlı toparlanma eğilimlerini görmeye başladık. Sektörün diğer bir büyük pazarı olan Amerika Birleşik Devletleri ise pandemiyi daha değişik bir anlayışla karşıladığı için, bu bölgedeki kayıplarımız Çin'e nispeten daha düşük oldu.

Sektörün 2020 yılı performansına baktığımızda,

MADEN

2021 öncesi hızını aldı

bir önceki seneye göre yüzde 0,9'luk bir kayıp göze çarpıyor. 2020 genel ihracatımız 4,2 milyar dolar oldu. Bu tabloyu, 'kötünün iyisi' olarak değerlendirmek gerekir. 2019'un ardından, büyük hedefler belirleyerek girdiğimiz 2020, sadece Türkiye için değil tüm dünya ülkeleri adına olumsuzluklara sahne oldu. Özellikle Çinli alıcıların ülkemize gelememesi nedeniyle, ürünlerimizi dijital altyapılarımızı ve internet teknolojilerini kullanarak fotoğraflar ve videolar ile pazarlamak için yoğun çaba sarf ediyoruz.

2021 beklentimiz ise tamamen toplu aşu uygulamalarıyla doğru orantılı. İyi yöndeki senaryolara göre, yılın ilk yarısında fiziksel fuarların yeniden devreye girmesi ile sektörün ekonomik faaliyetlerinin eski günlerine dönmelerini bekliyorum. Yine 2021 için, ilkinden daha olumsuz olan senaryoda ise sektörün toparlanması ve ticaretin normale dönmesi 2021'in ikinci yarısında olacak. Seyahat engellerinin tamamen kalkması ve fuarların eski günlerine dönmesiyle birlikte, 2020'de yaşadığımız kayıpları 2021'de telafi etmeyi hedefliyoruz.



AYDIN DİNÇER

İstanbul Maden
İhracatçıları Birliği
(İMİB) Başkanı

Sektör olarak 2020'ye büyük beklentilerle girdik ve hedefimiz 2019 yılında 4,3 milyar dolar gerçekleştirdiğimiz ihracatımızı artırmaktı. Ekonomilerde beklenen büyümelerin yatırım iştahı

üzerinde yaptığı pozitif etki oluşturduğumuz bu beklentiyi destekliyordu. Yılın ilk ayında yani Ocak ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 8,6'lık bir artış yakaladık ve sonraki aylarda da bu tablonun devam edeceğine yönelik güçlü sinyaller aldık. Sonraki aylarda ise;

Türkiye ihracatından yüzde 2,6 pay alan sektörümüz COVID-19 pandemisi ile birlikte tüm sektörlerde olduğu gibi yeni bir yola girdi. Yüzde 31 ile ana pazarımız durumunda olan Çin'de başlayan pandemi nedeniyle şubat ayından başlayarak ihracatımızda düşüşler yaşadık; ancak Haziran ayı ile birlikte biriken ve artan talepler nedeniyle yaşadığımız ihracat kayıplarını telafi etmeye başladık. Aralık ayına bakacak

MADEN İHRACATÇILARI

2021 bizim için önemli bir eşik

olursak pandeminin ilk dönemindeki kayıplarımızı hala telafi ediyoruz. Hali hazırda 11 aylık ihracatımız 3,79 milyar dolar ve yılsonuna kadar pozitif dönüşün devam etmesini bekliyoruz.

İhracatımızda 2020 yılını 2019'a göre düşüşle kapatacağız ama 2021'e çok daha iyi bir hikaye ile gireceğiz. COVID-19 pandemisi tedavisi bulununcaya kadar iş yapma süreçlerimiz üzerinde etkili olmaya devam edecek. Ama dünya ve ticaret yeni normalini yarattı. Maden ve doğal taş zengini bir ülke olan Türkiye, coğrafi konumundan gelen üstünlüğünü güçlü lojistik alt yapısı ve ulaşımdaki fiyat avantajı ile kendi lehine çevirebilir. Dolayısıyla üretim artarak devam edeceği için, çok stratejik bir yerde bulunan sektörümüze ihtiyaç her zamankinden daha fazla olacak. Tedarik zincirini etkileyen, pazarlarda kaymalara neden olan pandemi elbette süreci iyi yönetenlere birçok fırsat sundu. Sanayinin geliştiği ülkelerdeki talebi daha fazla kendimize çevirebileceğimiz fırsatlar doğdu. Maden ve doğal taş işleme merkezlerimizi bu beklentiye cevap verecek şekilde yeniden düzenleyip yatırım ve kapasite artırımını gerçekleştirsek 2021 bizim için önemli bir eşik olabilir.



MUSTAFA KAMAR

Mücevher Sektörü
Konseyi Başkanı

Pandeminin en çok etkilediği sektörlerden biri mücevher sektörü oldu. Çünkü insanlar bu dönemde daha çok temel ihtiyaçlarına yöneldi ve lüks tüketim olarak sayılan mücevhere talep azaldı.

Atölyeler ve fabrikalar ya düşük kapasitede çalıştılar ya da faaliyetlerini tamamen durdurdular. Bu zararlarını telafisi için, sektör işletmeleri kısa çalışma ödeneği dışında bir destek alamadılar. Hava yolu taşımacılığında yolcu beraberi kabin içi bagajlara getirilen kısıtlamalar özellikle yolcu beraberinde ihracat yapan firmalarımızı olumsuz etkiledi.

2019 yılında 4,1 milyar dolarlık ihracat yapan sektörümüz, 2020 yılında ise 3,7 milyar dolarlık yurt dışı satışı gerçekleştirdi. 2020'de sektörün ihracatının bir önceki yıla göre düşüş oranı yüzde 8,4 olurken, genel ihracattan aldığı pay ise yüzde 2,2 olarak kayıtlara geçti.

Sektörümüzün yurt içindeki en önemli iki uluslararası

MÜCEVHER İhracat için dijital yenilikler

fuarı olan mart ve ekim aylarındaki uluslararası mücevher fuarları salgın hastalık nedeni ile yapılamadı. Bu fuarlar yapılamadığından, bu fuarlar sırasında Birliğimizin düzenlediği alım heyeti organizasyonları da yapılamadı. Bütün bunlara rağmen sektörün 2020 ihracatı geçen yıl aynı dönemler itibarı ile nominal olarak yüzde 15 reel olarak yüzde 50 azalmıştır. Bu maddede verilen ihracat rakamları sadece altından, gümüşten mamul takılar ve mücevherat içindir.

Birliğimiz, salgının yarattığı olumsuzlukları aşmak üzere yoğun çalışmalar başlatmıştır.

www.turkishjewellery.org: Sektörümüze özel bir e-ticaret platformudur. Yeni normal dönemin "Kapalı Çarşı"sı, zamandan ve mekândan bağımsız ihracat imkânı yaratan, bir B2B portalı, bir e-ticaret platformudur.

JOIN-Jewellery Online International Network: Bu, Birliğimizin sanal organizasyonlarını gerçekleştireceği bir çatıdır. Birliğimizin geliştirdiği "Mücevher Canlı Satış Kutusu J-BOX" vasıtası ile ihracatçılarımız, ürünlerini yüzde 100 netlikte ve HD kalitesinde müşterilerine gösterebilecek ve canlı yayında sipariş alabilecektir.

HALI

Türk halıcular pandemi dinlemedi

Diş ticaret fazlası veren ve katma değeri yüksek olan halı sektörü, 2020 yılına rekor ihracat ile giriş yaptı. Halı sektörü paydaşları, 2020 yılında 2 milyar 604 milyon dolarlık ihracatın altına imzalarını attılar. Bu değer 2019 yılında 2 milyar 534 milyon dolar olarak kayıtlara geçmişti. Sektörün 2020'de, bir önceki seneye göre ihracattaki yükseliş oranı yüzde 2,8 olarak kayıtlara geçerken, Türkiye'nin genel dış satışından aldığı pay ise yüzde 1,5 oldu. Halı ihracatı aralık ayında ise 289 milyon dolar kayıtlara geçerken 2019'un aynı ayına göre yüzde 28,1'lik ivme yakaladı.

2,6

MİLYAR DOLAR

2020 halı ihracatı

%2,8

Sektörün bir önceki yıla göre yükseliş oranı



SALAHATTİN KAPLAN

Halı Sektörü Konseyi
Başkanı

Pandemi, her alanda olduğu gibi özellikle 2020 yılının ilk çeyreğinde halıcılık sektöründe de durgunluk yaşanmasına neden oldu. Zorunlu kısıtlamalar nedeniyle evlere kapandığımız dönemin

ardından, 2020 Mayıs ayından sonra kelimenin tam anlamıyla işlerimizde bir patlama yaşandı diyebilirim. Şu an için dahi siparişleri yetiştirmek için yoğun bir şekilde çalışıyoruz. Sektörümüzdeki imalatçılar, sipariş kapasitelerinin çok üzerindeler ve talepleri karşılamak için gece gündüz üretimlerine devam ediyorlar. Pandeminin sert etkilerinin yaşandığı ayları saymazsak çok iyi bir 2020 grafiği yakaladık. Son 10 yılın en iyi iş ve ticaret dönemini yaşıyoruz. 2021 Mart ayına kadar mevcut siparişlerimiz var. Bu ivmenin senenin tamamına yayılacağını ve iyi bir ticaret yılı daha yaşayacağımızı düşünüyorum.



HAVELSAN

TEKNOLOJİDE BİR DÜNYA MARKASI



DERİ VE DERİ MAMULLERİ

Dericiler engelleri dijitalleşmeyle aşacak



Deri ve derimamulleri sektörü, yurt dışı satışını artırmak için e-ticaret kanallarına yöneliyor.

Deri ve deri mamullerinin 2020 ihracatı 1,33 milyar dolar olarak kayıtlara geçti. 2019'un tamamında ise sektör 1,66 milyar dolarlık yurt dışı satışı yapmıştı. Sektörün bir önceki yıla göre kaybı yüzde 19,9 olurken, genel ihracattaki payı ise yüzde 0,8 olarak hesaplandı. Bununla birlikte COVID-19 ile birlikte küresel ticarete yaşanan tıkanmayı dijital yolla aşmayı hedefleyen sektörlerin başında deri ve deri mamulleri geldi. Pandemi döneminde 1-4 Haziran 2020 tarihlerinde Türkiye'nin ilk sanal fuarı Shoe Dex 2020 Ayakkabı ve Saracıye Fuarı'nı düzenleyen Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği, sektör temsilcilerini e-ticarete yönlendirmek adına 'Deri Sektöründe E-Ticaret Yönetimi' isimli bir eğitim programı başlattı. Deri ve deri mamulleri sektörünün en önemli ihraç kalemini yüzde 56,9'luk pay ile ayakkabılar oluşturuyor. Deri eşya, ham ve işlenmiş deri ürünleri ile postlar ve kürklerin ihracattaki payları sırasıyla yüzde 20,7, yüzde 12,5 ve yüzde 9,8. Türkiye'nin deri ve deri mamulleri ihracatında en büyük pay yüzde 9,3 ile Rusya'nın.



1,33

MİLYAR DOLAR

Sektörün 2020 ihracatı

%19,9

Sektörün 2020 ihracatındaki düşüş



MUSTAFA ŞENOCAK

Deri ve Deri Mamulleri
Konseyi Başkanı

Deri ve deri mamulleri sektörü olarak 2020 yılı başında ihracatta çok iyi bir ivme yakalamıştık. Ocak ve şubat aylarında hem deri ve deri mamulleri sektörümüz toplamında hem de ayakkabı sektörümüzde tüm zamanların aylık ve dönemsel ihracat rekorlarını kırmıştık. Mart ayı ortası ile pandeminin küresel etkilerini arttırmasıyla sektör olarak ihracatımızda maalesef yüzde 30'ları aşan düşüşler yaşadık. Pandeminin pik yaptığı nisan ve mayıs aylarından bu yana en düşük kapasite kullanım oranına sahip sektör olduk. Ağustos ayı itibarıyla üretimde V tipi toparlanmayı sürdüren sektörümüz ocak-kasım döneminde 1,2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Sektör ihracatımızın 2020 yılı sonunda yüzde 15-20 arası bir düşüşle 1,3-1,4 milyar dolar arasında gerçekleşmesini bekliyoruz.

2021 yılında ihracatta, daha doğrusu global ekonomide belirleyici unsur pandeminin seyri olacak. Salgının etkilerini kaybetmesi ile talepte ciddi bir yükseliş bekliyoruz. Bu da ihracat hacmimizin hızlı şekilde yükselmesini sağlayacak. Ayrıca global ticaretin yeniden dizayn edildiği bir döneme de giriyor olacağız. Ülkemiz jeostratejik ve merkezi konumuyla inanıyoruz ki, AB ve ABD gibi önemli ithalatçılar için iyi bir alternatif olacak.

Pandeminin de etkisiyle önümüzdeki dönemde ikili ve bölgesel ticaret anlaşmalarının da artarak devam edeceğini düşünüyoruz. Tabii ki dijitalleşme merkezli Ar-Ge ve inovasyona en hızlı şekilde adapte olan ülke ve sektörlerin ihracatta bir adım önde olacağı da temel öngörülerimiz arasında. Bu kapsamda bizim de hayata geçirdiğimiz 2 önemli projemiz mevcut. İlki, firmalarımızın üretim ve ihracat süreçlerinin dijitalleşmesini sağlama amacı ile başlattığımız dijitalleşme projesi. Bu projemizin pilot uygulamasını Dijitalleşme ve E-ihracat Ur-Ge projemiz ile hayata geçiriyoruz. Bir diğer önemli projemiz olan, üreticilerimizi uluslararası alıcılar ile 7/24 bir araya getireceğimiz web portalın ise yazılım aşaması tamamlanmış durumda, ilerleyen günlerde üyelerimizin kullanımına sunacağız.



MUSTAFA KAVAL

Savunma ve Havacılık
Sektörü Konseyi
Başkanı

2020 yılı, birçok davranış modelinin başlangıç sebebi olarak gösterilecektir. COVID-19 pandemisi küresel ölçekte çok büyük etkileri olan bir süreci yaşamamıza yol açtı. İnsan sağlığına ve toplumsal hizmetlere yönelik yaşanan sıkıntılar başta olmak üzere bu etkiler sadece belirli sektörlerle sınırlı kalmadı, olumsuz etkileri tüm sektörlerde ekonomik açıdan yadsınamayacak büyük derecede hissedildi ve hissedilmekte. 2020 yılındaki ihracatımız, 2019 yılına kıyasla düşüş gösterdi. Bunun en temel sebebi ise ihracatımızda önemli bir yer tutan havacılık sektörünün pandemi sebebiyle daralan pazarı oldu. Sivil havacılık için önemli bir ihracatçı durumunda olan Türkiye hem yeni ürünler hem de yedek parça ve diğer aksesamlar açısından yaşanan talep azalması nedeniyle ihracatında düşüş yaşadı. Ancak düşüş kelimesi kimseyi yanıltmasın. Sektörümüzün bu yılki ihracatı 2019 yılına göre geride olmasına rağmen 2018 yılı ile kıyasladığımızda 2020 yılı ihracatımız daha yukarıda kalıyor. Bu durum sektörümüzün krizlere karşı ne kadar dirençli olduğunun bir örneğidir.

“2021 YILINI FIRSAT OLARAK GÖRÜYORUZ”

Pandeminin seyri elbette sürecin ilerleyişindeki en temel unsur olarak karşımızda duruyor. Aşı ve tedavilerin yaygınlaşması ve başarısı, bununla birlikte dünyanın genel ekonomisinin toparlanması, hammadde erişimi ve diğer lojistik kısıtlamaların azalması gibi konular ihracatımızın seyri hakkında belirleyici olacaktır. Süreç hala çok yeni ve her geçen gün farklı bir etkisini tecrübe ediyoruz. Savunma ve havacılık alanında yapılan yatırımların ürüne dönüşmesi, bu ürünlerin ihraç edilerek ekonomiye katkı sağlaması gerçekten çok uzun bir süreç. En azından dünyada kabul gören şekliyle böyle. Bizler hiçbir bahaneye sığınmayarak ihracatımızı artırmak için 2021 yılını fırsat olarak görüyoruz. Sektörümüz, T.C. Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayii Başkanlığı liderliğinde yakalamış olduğu ivme ile küresel pazarda önemli bir üretici olmaya devam edecektir.

SAVUNMA VE HAVACILIK

Savunma harcamalarına COVID-19 kısıtlaması



Pandemi askeri harcamalarda gerilemeye sebep oldu. Türk savunma sanayii ihracatı da bir önceki yıla göre yüzde 16,8 düştü.

2019 yılında 2,74 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren savunma ve havacılık sanayii sektörü, 2020 yılında yüzde 16,8'lik bir düşüşle 2,27 milyar dolarda kaldı. Bunda ülkelerin, pandemi nedeniyle savunma harcamalarını ötelemesi etkili oldu. Sektörün önemli temsilcilerinden olan Aselsan tarafından, yılın son günlerinde yapılan kamuoyu açıklaması 2021 öncesi doping etkisi yarattı. Firma, uluslararası bir müşterisiyle, 38,2 milyon dolar tutarında yeni bir ihracat sözleşmesine imza attığını duyurdu. Türk savunma sanayiinin yaklaşık son 20 yıl içinde kat ettiği mesafe, bölgesel ve küresel ölçekte giderek daha fazla söz sahibi olmasını sağlıyor. Altyapısı, kabiliyetleri ve kullandığı teknoloji sayesinde ürün ve çözümlerine her geçen gün yenisini ekleyen Türk savunma sanayiinin temel hedefi ise yüzde 20'lerden 70'lere taşıdığı yerlilik oranını, yüzde 100'e çekmek. Sektörün 2020 yılı içerisindeki en büyük 5 pazarı ise ABD, Azerbaycan, Birleşik Arap Emirlikleri, Almanya ve Hindistan olurken genel ihracattan aldığı pay ise yüzde 1,3 olarak belirlendi.



2,27

MİLYAR DOLAR

Sektörün 2020 ihracatı

%16,8

Sektörün 2020
ihracatındaki düşüş oranı

ÇİMENTO CAM SERAMİK VE TOPRAK ÜRÜNLERİ**"Sektörün kaderini aşı belirleyecek"**

Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği 2020 yılında istikrarlı yükselişini sürdürmüş ve bir önceki döneme göre yüzde 6'yı aşkın bir oranla ihracatını artırmıştır. Sektörlerimizin aldığı paylara bakacak olursak, seramik sektörü yüzde 33 pay ile 1. sırada, çimento sektörü yüzde 29 ile 2. sırada ve cam sektörü yüzde 22 ile 3. sırada yer almıştır.

Çimento sektörü üretimi 2020 yılında ilk on ayda yüzde 23 artarak 58,8 milyon tona ulaşmıştır. Çimento üretiminin yılı yüzde 20'nin üzerinde üretim artışı ve 68 milyon ton üretim ile kapatması beklenmektedir.

Seramik sektörü dünya ekonomisinde daralma ve Türkiye ekonomisinde durgunluk yaşanmasına karşın 2020 yılını büyüme ile kapatmıştır. Seramik sektöründe iki önemli ürün grubundan seramik kaplama malzemeleri üretimi 2020 yılının ilk on ayında yüzde 22,0 artmıştır. Seramik sağlık gereçleri üretimi 2020 yılını büyüme ile kapatmıştır.

Cam sektöründe üretim 2020 yılının ilk on ayında

sadece yüzde 0,4 daralmıştır.

2021 yılında üç sektörün performansında COVID-19 salgınının seyri ve bu kapsamda aşı uygulamalarının başarısı ile bunların ekonomiye

etkileri belirleyici olacaktır. COVID-19 salgını ve aşı uygulamalarına ilişkin olarak dünyada iki senaryo bulunmaktadır. Bunlardan ilki aşının dünya genelinde ve Türkiye'de yaygın ve başarılı ile uygulanmasıdır. Bu senaryo içinde dünya ekonomisi ve ticaretinde 2021 yılının ikinci çeyreğinden itibaren hızlı bir toparlanma beklenmektedir.

İkinci senaryo ise aşı uygulamasının dünya genelinde ve Türkiye'de yaygın yapılamaması ve/veya aşılardan başarılı olamaması senaryosudur. Bu senaryoda ise ekonomilerde ve inşaat sektörlerinde durağanlık devam edecektir.

FEYYAZ ÜNAL

Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri Konseyi Başkanı

**HİZMET****"Yılın ikinci çeyreğinde normalleşme yaşanacak"**

Pandemi, hemen hemen her sektörü olduğu gibi dünya ekonomisinin dinamosu ve küresel katma değer yüzde 65'ini oluşturan hizmet sektörünün de olumsuz etkiledi. Trademap tarafından açıklanan verilere göre, dünya hizmet ihracatı COVID-19 salgını nedeniyle 2020 yılının ilk yarısında yüzde 20 gerileyerek 2,3 trilyon dolar civarında gerçekleşti.

Ülkemizde 18 milyon kişiye istihdam, milli gelire de 426 milyar dolar katkı sağlayan hizmet sektörümüz, Merkez Bankası tarafından açıklanan ulusal verilere göre ise 2020 yılı Ocak-Ekim döneminde, geçen yılın aynı dönemine göre yaklaşık yüzde 49,5 gerileyerek 27,3 milyar dolar ihracat yaptı.

Hizmet sektörü, tüm bu olumsuz gelişmelere ve buna paralel ihracatının düşmesine rağmen, bu yıl yaklaşık 6,5 milyar dolar dış ticaret fazlası vermeyi başardı. Sektör, Türkiye ekonomisinde 2010 yılından bu yana yaşanan yüzde 61 oranındaki büyümede yüzde 60 pay sahibi durumunda.

Sağladığı katma değer yüzde 87'si yerli olan ve imalat sektörü ihracatının sağladığı katma değer

AHMET AKBALIK

Hizmet Sektörü Konsey Başkanı



de yaklaşık yüzde 30'unu gerçekleştiren hizmet sektörü, toplam faktör verimliliğinin artışı yoluyla, imalat sektörünün düşük – orta nitelikten, yüksek niteliğe sıçramasına olanak tanıyor. Ülke tanıtımına yaptığı katkılar ile pozitif

bir algı da oluşturan hizmet sektörümüz, 2019 yılında gerçekleştirdiği 64 milyar dolar ihracat ile cari açığın kapanmasına doğrudan 36 milyar dolar katkıda bulundu.

Hizmet sektörü olarak; orta vadede hedeflediğimiz 150 milyar dolarlık hizmet ihracatı gelirine ulaşmak için 10 stratejik sektörde detaylı ve odaklı çalışmalarımızı aralıksız sürdürüyoruz. Dünya genelinde aşı çalışmalarının yarattığı pozitif havanın da etkisiyle 2021 yılı hedeflerimizi yukarı yönlü olarak revize ettik. Yeni yılın 2. çeyreğinde normalleşmenin hızlanacağını ve sektörün yakalamış olduğu artış trendini kaldığı yerden devam ettireceğine inanıyoruz.



BAŞARAN BAYRAK

Gemi, Yat ve Hizmetleri
Sektörü Konseyi
Başkanı

Çok zor bir dönemde olmamıza rağmen 'gemi, yat ve hizmetleri' ihracat oranını en çok artıran sektörlerin başında geldi. 2020'nin henüz 11'inci ayında, bir önceki yılın ihracat değerini aşmasını bildik. Daha önce yüzde 0,87'lerde olan genel ihracattaki payımızı yüzde 1,3'e taşıdık. Yüzde 30'un üzerinde bir ihracat 'gemi, yat ve hizmetleri sektörü' için oldukça sevindirici.

"AVRUPA'NIN EN BÜYÜK TEDARİKÇİSİ OLABİLİRİZ"

Sektörün tüm paydaşları, zamanında ürün teslimi ve kaliteli imalat anlayışıyla, alanında Avrupa'nın en büyük tedarikçisi olabileceğini kanıtladı. Bu noktadaki en büyük eksikliğimiz ise yetersiz sermaye. Dış kaynakları kullanmak söz konusu olduğunda maalesef rakiplerimizin gerisinde kalıyoruz. Bankalarımızın verdiği teminatlar, Avrupa bankalarında yeteri kadar kabul görmüyor ve kontrgaranti şartını sunuyorlar. Bu şartları sektördeki her firmanın sağlaması da mümkün olamıyor. Bu engeli aşmamız durumunda sektörün üretim ve ihracat kapasitesi kesinlikle en az iki katına çıkacaktır. Eximbank ile Hazine ve Maliye Bakanlığı ile bu bağlamda görüşmelerimiz sürüyor.

"2021 YILI 2020'DEN DAHA İYİ GEÇECEK"

2021 yılının sektör açısından 2020'den daha iyi geçeceğini düşünüyorum. Avrupa'daki tedarik ve hizmet gemileri, balıkçı filoları başta olmak üzere deniz araçlarının önemli bir bölümünün yenilenmesi gerekliliğini de düşündüğümüzde, Türkiye'ye olan talebin artacağını görüyoruz. Alıcıların düşük sülfürlü yakıt kullanan araçlara yöneleceğinin farkındayız ve bu üretimi yapabilecek mühendislik altyapısına da sahibiz. Önümüzdeki tek engel finansal sorunları aşmak.

GEMİ, YAT VE HİZMETLERİ

En çok artışı gösteren sektör



Gemi ve yat sektörü, 27 sektör arasında ihracatını en çok artıran sanayi kolu oldu. Sektör, 2020'de yüzde 31,9'luk büyüme oranı yakaladı.

Gemi ve yat sektörü 2020'de yakaladığı yüzde 31,9'luk büyümeyle, ihracat artış oranı bazında 27 sektör arasında liderliğe yerleşirken, dış satışı büyük ölçüde İstanbul tersaneleri sırladı. İstanbul'un ardından en fazla gemi ve yat ihracatı gerçekleştiren diğer kentler ise Yalova, İzmir ve Bursa olarak sıralandı. Gemi ve yat sektörünün en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülke Marşal Adaları oldu. Marşal Adaları'na yapılan ihracat sektörün toplam ihracatının yüzde 19,3'üne denk geldi. Marşal Adaları'nı Norveç, Rusya, Malta ve Lüksemburg takip etti. 2019 yılının tamamında 1 milyar 42 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren sektör temsilcileri, bu değeri 2020 senesinde 1 milyar 375 milyon dolara yükseltti. Gemi ve yat sektörü 2020'nin kapanışını da adeta diğer sektörlerle nazire yaparak gerçekleştirdi. 2020'nin Aralık ayının en güçlü performansına imza atan sektör temsilcileri, yüzde 69 artışla 188 milyon dolara ulaştı. Bu değer 2019 yılında 111 milyon dolardı.



1,37

MİLYAR DOLAR

Gemi ve yat sektörü
2020 ihracatı



%31,9

Sektörün bir önceki yıla
göre ihracat yükseliş oranı

SU ÜRÜNLERİ VE HAYVANSAL MAMULLER

**2020 yılında
2,4 milyar dolar**



Dünya ticaret hacmi 2019 yılında 426 milyar dolar olan 'su ürünleri ve hayvansal mamuller' sektörünün Türk temsilcileri, küresel pazardan 2020 yılında 2,4 milyar dolarlık pay aldılar.

Su ürünleri ve hayvansal mamullerde dünya ticaret hacminin 2019'da 426 milyar dolar olduğu ve bunun 3'te birini Avrupa pazarının oluşturduğu açıklandı. Ürün bazında dağılıma bakıldığında su ürünleri sektörü 150 milyar dolar ile ilk sırayı alırken, kırmızı et 100 milyar dolar, süt ürünleri 80 milyar dolar, kanatlı ürünler 50 milyar dolar ve bal ise 2 milyar dolarlık bir pazar oluşturuyor. Türkiye 2019'da dünya pazarından yüzde 0,5'lik bir pay aldı. Türk 'su ürünleri ve hayvansal mamuller' sektörü temsilcileri, 2020 yılında 2,4 milyar dolarlık ihracatın altına imza attılar. Bu oran 2019'da 2,5 milyar dolar olarak kayıtlara geçmişti. Sektör 2020'de bir önceki yıla göre yüzde 2,1'lik bir düşüş yaşarken, genel ihracat içindeki payı ise yüzde 1,4 olarak kayıtlara geçti. Sektörün aralık performansı dikkat çekiciydi. 2019'un Aralık ayında 200 milyon dolarlık ihracat yapan sektör temsilcileri, 2020 yılının aynı ayında yüzde 27,6'lık bir ivmeyle 256 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiler.



2,4

MİLYAR DOLAR

Sektörün 2020 ihracatı

%2,1

Sektörün 2020'de bir önceki yıla göre düşüş oranı



**AHMET TUNCAY
SAGUN**

Su Ürünleri ve
Hayvansal Mamuller
Konseyi Başkanı

2020 yılı başta tüm dünyada etkisi gösteren COVID-19 virüsü ve dövizdeki dalgalanmalar nedeniyle elbette tüm sektörler için zor geçti. Sektör ihracatımız 2019 yıl sonunda 2018 yılına göre yüzde 6,33 oranında bir artış sağlayarak 959 milyon dolardan 1 milyar 20 milyon dolara yükseldi. Su ürünleri sektörü 2020 Ekim ayı ihracatımız ise 2019 Ekim ayına göre yüzde 20,32 oranında artış göstererek 76 milyon dolardan 96 milyon dolara yükseldi. Su ürünleri ihracatı 2020 yılı son 10 aylık dönemde geçtiğimiz yıla göre yüzde 1,59 oranında azalarak 835 milyon dolardan 822 milyon dolara düştü.

Sektör olarak tüm imkanlarımızı seferber ederek ihracatımıza devam etmekteyiz. 100'e yakın ülkeye ihracat yapıyoruz. Su ürünlerimizi dünyanın hemen hemen her yerine ulaştırmaktayız. Dünyanın en uzak noktalarına dahi uçak kargolarımızla ürünlerimizi gönderiyoruz.

İnsan sağlığını korumaya yönelik dünya çapında alınan tedbirler, uluslararası ticaret üzerinde de arz ve talep yönlü baskılar yarattı, dünya ticaretinde de daralmalar meydana geldi. Şüphesiz aşının bulunması ve insanlar üzerinde kullanılmasıyla birlikte bu salgın süreci de peyderpey atlatılacak, dünya ekonomileri yavaş da olsa toparlanma sürecine girecektir. Ancak bu zaman alacaktır. 2021 yılında bu hareketlenmeleri iyi değerlendirmek gerekli, hedefimiz her zamanki gibi ihracatımızı ve Türkiye ekonomisini güçlendirmek olacaktır. Süreç normalleştiğinde, alınan önlemlerin kaldırılmasıyla, gıda sektöründe faaliyet gösteren kafe restoranların açılmasıyla mutlaka daralan talepte açılmalar yaşanacaktır. Bunun için her zaman büyük bir gayret ile çalışıyoruz. Özellikle yurt dışında markalaşma çalışmalarımıza çok önem veriyoruz. Bu durumda sadece bizim sektörümüz özelinde değil tüm sektörler açısından istihdamı ve yatırım politikalarını olumlu olarak etkileyecektir.



DAVUT ER

Zeytin ve Zeytinyağı
Konseyi Başkanı

Son dönemde, Sayın Cumhurbaşkanımızın göreve gelmesiyle, son 15 yıl içerisinde, toplam zeytin ağacı varlığımız 90 milyon adetten 180 milyona çıktı. Bu hamle ile birlikte, 2023 yılı için toplam sofralık zeytin üretimimizi 1 milyon

200 bin ton, zeytinyağı üretim hedefimizi için ise yıllık 650 bin tona yükseltmeyi hedefledik. Ancak küresel ısınma ve diğer iklimsel kaynaklı gelişmeler bu hedefimizi 3-4 yıl daha ertelememize neden oldu. Sektör olarak en büyük ihracatımızı 2018 yılında 405 milyon dolar olarak gerçekleştirdik. Bu değeri ilk olarak 1 milyar, ardından da 1 milyar 500 milyon dolar seviyelerine taşımak istiyoruz.

Gerek ihraç ettiği ürünler gerekse üretim süreçlerinin yüzde 100 yerli ve milli olduğu göz önüne alındığında, zeytincilik sektörünün ülke ekonomisi için önemi daha da artıyor.

Küresel arenada zeytincilik politikaları, Uluslararası

ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI

"Zeytin ve zeytinyağına 2021'de talep artacak"

Zeytincilik Konseyi tarafından belirleniyor. Bu arenadaki söz hakkınız üretiminiz ile doğru orantılı. Bu anlamda, dünya zeytin ve zeytinyağı üretiminde lider olan İspanya, Uluslararası Zeytincilik Konseyi'nde Avrupa Birliği ile birlikte sektörün dünyadaki rotasını belirliyor.

Türkiye zeytin üretiminde yıllara göre 2. ve 3. sıralarda bulunmaktadır. Zeytinyağı üretimine gelince ise yine yıllara göre 4. ya da 5. sırada bulunuyoruz. Dünya zeytin ve zeytinyağı üretiminde İspanya yüzde 55'lik oranla zirvede yer alıyor.

Geride bıraktığımız 2020 yılında yaşadığımız ve halen de yaşamaya devam ettiğimiz pandemi süreci, sağlıklı gıdanın önemini bir kez daha gözler önüne serdi. Sağlıklı gıdaya olan talep artarak sürecektir. Kanser ve ülsere karşı koruyucu ve iyileştirici etkisi bilinen zeytinyağı tabiatın en asil yağıdır. Konunun uzmanları tarafından COVID-19'a da karşı bağışıklık sistemini güçlendirerek çok önemli bir koruyucu işlevi gördüğü açıklanan zeytinyağı ve zeytin ürünlerinin tüm dünyada daha çok tüketileceğini ve üreticilerimize gelen taleplerin artacağını öngörüyoruz.



İSMAİL YILMAZ

Süs Bitkileri ve
Mamulleri Konseyi
Başkanı

2020 yılı tüm dünya için zor bir yıl oldu. Süs bitkileri sektörü COVID-19 salgınından en çok etkilenen sektörlerden biridir, ancak hükümetimizin destekleri, sektörümüzdeki beraberlik duygusu ve

ihracatçılarımızın yoğun çabalarıyla bu krizi atlattıyız. Bu zorlu süreçte yıl sonunda geçen yıllık ihracat rakamımızı yakalamamızı olumlu değerlendiriyoruz.

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 sorunlar yaşadılar ve ürünlerini düzenli gönderemediler. Ülkemiz bu süreçte bu durumları lehine çevirmeye başladı ve önümüzdeki dönemde rakiplerimizden pazar payı almamızın da bu anlamda mümkün olabileceğini düşünüyorum.

Süs bitkileri sektörü yüzde 95 oranında katma değer

SÜS BİTKİLERİ VE MAMULLERİ

Sektör 2020'de değerini korudu

yaratmaktadır. Emek yoğun bir sektör olan sektörümüzde 100 bin kişi doğrudan, 500 bin kişi dolaylı istihdam edilmektedir. Süs bitkileri sektörü aynı zamanda ülkedeki sosyal yapıya da yeni iş alanlarının yaratılması ve istihdam edilen kesimlere barınma ve eğitim imkanları sağlanması yoluyla katkıda bulunmaktadır. Bu nedenlerle sektörümüzün üretim ve ihracatının büyümesi, istihdama ve ekonomiye de olumlu yansımaktadır.

Son dönemde ihracatta özellikle dış mekan bitkilerinde büyük bir gelişim potansiyeli bulunmaktadır. Yurt dışı peyzaj projeleri ile çok büyük gelişme görülen bu alanda ihracatta artışın önümüzdeki yıllarda da devam etmesi beklenmektedir. Dünyada toplam 21 milyar dolar değerinde süs bitkileri ihracatı yapılırken, ülkemiz bundan çok düşük bir pay almaktadır. Bugün ülkemiz dünya süs bitkileri ihracatçıları içinde 23. sırada yer almaktadır. Türkiye'nin süs bitkileri üretimi ve ihracatında sahip olduğu üstünlükler dünyadaki yeni gelişmeler ve yeni teknolojiler doğrultusunda desteklenirse, üretim ve buna bağlı olarak ihracatımızda büyük gelişmeler görülmesi mümkün olacaktır.

HUBUBAT BAKLIYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ SEKTÖRÜ

Yıllık rekor kıran sektörler arasında

2019'un çetin koşullarından sonra yeni yıla umutla girmiştik ki, 2020 yılı hem ülke ekonomimiz hem de dünya ticareti açısından çok farklı tecrübelerin yaşandığı bir yıl oldu. COVID-19 salgınının gölgesinde başlayan 2020 yılının Ocak ayında 2014 yılından bu yana en yüksek ocak ayı ihracat rakamını yakaladık. Şubat ve mart aylarında da sektör ihracatı en yüksek şubat ve mart ayı ihracat değerlerine ulaştı.

Nisan ve mayıs ayları, pandemi etkilerinin ağır olarak hissedildiği aylar oldu. Akabinde önlemlerin tüm ülkelerde gevşetilmesi ile beraber özellikle haziran ayında, hububat sektörü olarak aylık bazda bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 65'lik ihracat artışı yakaladık. Haziran, Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarında tüm zamanların en yüksek aylık sektör ihracatlarını elde ettik. 11 aylık süreç itibarıyla ihracatımız yüzde 6,1 artışla yaklaşık 6,5 milyar doların üzerinde seyrediyor. Aralık ortası itibarıyla Aralık ayında da bu artış trendinin devam ettiği gözlemleniyor. Bu da gösteriyor ki Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektörü 2020 yılı bütününde yaklaşık

MAHSUM ALTINKAYA

Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektörü Konsey Başkanı



7,3 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek ihracatını ilk defa 7 milyar doların üzerine taşıyacak.

Pandemi tecrübesi, temel gıda ürünlerini sofralara sunan sektörümüzün ne kadar stratejik olduğunu gözler önüne serdi. Sektörün taşıdığı bu değer ihracata da yansdı.

Hem politika yapıcıların gerek tarımda gerekse tarıma dayalı sanayide sektörün altyapısını güçlendirecek adımlar atacağına, hem de yatırımcıların bu sektöre daha fazla eğilim göstereceğine inanıyoruz. Aynı zamanda pandemi sürecinden normalleşmeye dönülmesi de en önemli beklentilerimizden birisidir. Tüm bu gelişmelerle beraber sektörde en zorlu dönemleri başarıyla taçlandırmayı başaran ihracatçılarımızın da gayretleriyle 2021 yılının, Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektörünün rekorlar yılı olacağını düşünüyoruz.



İLYAS EDİP SEVİNÇ

Fındık Mamulleri Sektörü Konsey Başkanı

Fındık mamulleri sektörü, 1 Ocak-15 Aralık 2020 döneminde 267 bin ton, iç ihracat karşılığı 1 milyar 850 milyon dolar döviz geliri elde etmiş olup geçtiğimiz yılın

aynı döneminde 302 bin ton, iç ihracat karşılığı 1 milyar 916 milyon dolar olarak gerçekleşen ihracat rakamlarına göre miktarda yüzde 12, değerinde ise yüzde 3,56 oranında düşüş yaşadı. Tüm dünyanın COVID-19 salgını ile mücadele ettiği ve global ticaretin yavaşladığı 2020 yılını, fındık ve mamulleri ihracatı açısından iki ayrı bölümde incelemenin isabetli olacağı değerlendirilmektedir. Sektörümüz, Ocak-Ağustos 2020 dönemindeki rekor ihracat rakamı sayesinde bir önceki yıl aynı döneme göre yakaladığı yüzde 28,6 artış ile ülkemiz genel ihracatında tüm sektörler içerisinde en fazla artış sağlama başarısını gösterdi. Ancak yeni fındık ihracat sezonunun da başlangıcı olan

FINDIK MAMULLERİ SEKTÖRÜ

"2021 ihracatını ağustos hasadı belirleyecek"

eylül ayından sonra ihracatımızda düşüş görülmeye başlandı.

Bu düşüşün nedenleri özetle; ülkemizde idrak edilen orta büyüklükteki 2020 rekoltesinin aksine, tüm rakip üretici ülkelerde rekor üretimler gerçekleşmiş olmasının yanı sıra ülkemizde popülist nedenlerle nerede ise durma noktasına gelen çok düşük arz düzeyi ve pazara inen fındığın yetersiz kalacağı endişesiyle, dış alıcıların alımlarını, özellikle tarihinin en büyük rekoltelelerinden birini idrak eden İtalya ve ABD başta olmak üzere Gürcistan ve Azerbaycan gibi alternatif üretici ülkelere karşılaması oldu.

Her zaman olduğu gibi 2021 yılı ihracatı açısından da ana belirleyici faktör ağustos ayında hasat edilecek olan 2021 mahsulü fındık rekoltesi olacak. Rakip ülkelerin rekolte miktarları ile fındığa alternatif diğer sert kabuklu yemişlerdeki fiyat seviyelerine de bağlı olmak üzere, ülkemizde iyi bir rekolte gerçekleşmesi ve piyasaya fındık arzında spekülasyon davranışlarının yaşanmaması halinde ihracatımızın eski canlı günlerine dönmesi beklenmekte.



MELİSA TOKGÖZ MUTLU

Meyve Sebze Mamulleri
Sektörü Konsey Başkanı

COVİD-19 salgınının yarattığı olumsuz koşullara rağmen, gıda sektörü için başarılı bir yılı geride bıraktık. Yaşanan kısıtlamalar, sınırlardaki

kapanmalar karşısında bile bir önceki döneme göre üretim ve ihracat noktasında artış yakaladık. Bu ivmenin 2021’de de devam edeceğini düşünüyorum. İnsanların salgın ile birlikte edindiği kapalı yaşama alışkanlığının bir süre daha devam edeceğini ve temiz gıdaya verilen önemin de gün geçtikçe artacağını gözlemliyoruz. 2021’i de kapsayan önümüzdeki süreçte, sebze ve meyve noktasında da paketli ve raf ömrü ile tüketicinin kuşklarını ortadan kaldıran ürünler tercih edilecektir. Toplumsal tüketici davranışları açısından baktığımızda da güvenilir ürünleri satın almaya ve stoklamaya yönelik eğilimin bir süre daha devam edeceğini söyleyebiliriz.

MEYVE SEBZE MAMULLERİ

“Türk ürünlerine talep artacak”

“BEKLEME SÜRELERİ HANDİKAP”

Türkiye’nin küresel pazardaki durumunu merccek altına aldığımızda ise hem ham madde hem de jeopolitik konumunun artılarını her zamankinden daha çok yaşayacağını tahmin etmekteyiz. Bu etkiler, Türkiye’deki ürünlere olan talebi artıracaktır. Ülke genelinde hijyen kurallarına uyan, pandemi koşullarına dikkat eden üretim anlayışımız da küresel pazarda tercih edilmemizin bir başka sebebi olacak. Sürdürülebilir üretim ve güvenli gıda sadece Türkiye’nin değil, tüm dünyanın ana hedefi haline gelecek. İhracat noktasındaki en büyük sıkıntı ise konteynerlerde görünüyor. Limanlarda ve gümrüklerde bekleme sürelerinin artması ihracatçımız için büyük bir handikap. Bu noktada hem ilgili bakanlıklar hem de TİM olarak gerekli aksiyonları aldık. Sorunun çözümü için girişimlerimiz sürüyor.



ALİ KAVAK

Yaş Meyve Sebze
Sektörü Konsey Başkanı

Malum salgın dolayısıyla 2020’de sektör olarak zor dönemler yaşadık. Yaş meyve ve sebze sektörünü

oluşturan zincirin her aşamasında yer alan personeller açısından büyük zorluklar çektik. Zincirde yer alan çok sayıda kişinin, maalesef COVID-19 pozitif olduğuna şahit olduk. Ancak tüm bu olumsuzluklara rağmen iyi bir yıl geçirdik. Tarım ve gıda sektörünün ne kadar önemli olduğu, pandemi ile birlikte bir kez daha gün yüzüne çıktı. Bu da sektörümüzün 2020 yılındaki bir avantajı oldu diyebiliriz.

“SEKTÖR ULUSLARARASI SORUNLAR YAŞIYOR”

Her ne kadar sektörümüzün performansı, iklime, hava şartlarına ve olası sel, fırtına gibi afetlere bağlı olsa

YAŞ MEYVE SEBZE

“Uluslararası sorunlar devam ediyor”

da 2021’den de oldukça umutluyuz. Bu perspektiften baktığımızda aşılması gereken uluslararası bazı sorunlarla karşılaşılıyor. Örneğin Rusya Tarım Bakanlığı’nın aldığı karar nedeniyle, aralık ayında bu yana domates üreticileri ve ihracatçıları olumsuz etkileniyor. Aralık ayında Türkiye’den domates alımları Rusya tarafından durduruldu. Ayrıca her ne kadar dillendirilmese de Avrupa Birliği tarafından da Türk yaş sebze ve meyve ürünleri özelinde bazı sorunlar çıkarılıyor, tarife dışı engellerle karşılaşılıyor. Bu şartlar altında hem mevcut pazarlarımızı korumaya çalışıyor hem de yeni pazarlar geliştirmek için faaliyetlerimiz, Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin de desteğiyle sürüyor. Sonuç olarak zamanında ürün teslimi, kaliteli ürün ve kaliteli paketleme anlayışımızla her zaman yaş sebze ve meyve alanında tercih edilen ülkelerden biriyiz.

KURU MEYVE VE SEBZE**“Yeni pazarlarımızı koruduk”**

2020 yılının 11 ayını, geçen yılın aynı dönemi ile karşılaştırdığımızda tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgınına rağmen ihracatımız miktar ve değer bazında sadece yüzde 2 azalış kaydetti. Sektörümüze ait ürünlerin sağlıklı olması sebebi ile özellikle pandemi sürecinde kuru meyve tüketiminin azalmadığı görülmüştür. Gerek Tarım ve Orman Bakanlığımız, gerekse Ticaret Bakanlığımızın aldığı önlemler ve verdiği desteklerle üretime ara vermeden, yeni koşullara hızlıca adapte olup ihracatımızı kesintisiz sürdürdük. Toplam 160 ülkeye kuru meyve ihracatı gerçekleştirilirken, Avrupa Birliği ülkeleri ve ABD ön plana çıkmaktadır. Yalnızca yeni satış kanallarımızı fiziksel ortamlar yerine sanal olarak sürdürüyoruz. Görüşmelerin sanal olması bir çok açıdan fayda da sağladı. Maliyetleri, zaman kaybını ve iş gücünü azaltarak tüm enerjiyi direkt satışa odakladık. Özellikle son yıllarda “Kuşak ve Yol Projesi”nin hayata geçmesi ile birlikte yüzümüze uzak doğuya çevirdik. Yeni pazarlardaki stratejik noktalarımızı korumayı başardık. Ayrıca konvansiyonel ürünlerin yanı sıra biliyorsunuz bölgemiz organik ürünler yönüyle oldukça zengin.

BİROL CELEP

Kuru Meyve ve Sebze Mamulleri Konsey Başkanı



Organik ürünlerde de kuru meyvelerimiz lokomotif özelliğiyle ön plana çıkmayı başardı.

İhracatımızla ilgili yeni satış kanallarımızı fiziksel ortamlar yerine sanal olarak sürdürüyoruz. E-ticaret ve e-ihracat

gibi platformlarda firmalarımızdan başarılı olduğunu düşünüyorum. Ülkemiz kuru meyve ihracatının yüzde 60'tan fazlasını gerçekleştiren Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği olarak, değer zincirindeki tüm kurum/kuruluşlar ile iş birliği içinde çalışıyor, hem bilimsel hem de tanıtım projeleri yürütüyor, proaktif bir yaklaşım ile tüm gelişmeleri yakından takip ederek üyelerimizi ve üreticilerimizi bilgilendiriyoruz. Üniversitelerimiz ve Bakanlıklarımız ile birlikte tüm çalışmalarımızda ürünlerde verim, kalite, gıda güvenliğini ve buna paralel olarak sürdürülebilirlik temasına uygun üretim ile ihracatımızı arttırmayı hedefliyoruz.

ÖMER CELAL UMUR

Tütün Konseyi Başkanı



2020 yılı tüm sektörler, ülkemiz ve dünya adına çok zorlu bir yıl oldu. Sektörümüz ihracatına etkileri açısından bakacak olursak; tütün ihracatımız bildiğiniz üzere iki ana başlık altında gerçekleşmektedir. 2020 yılı ilk 11 ayında bir

önceki yıllara karşılaştırdığımızda yaprak tütünde yüzde 8'lik bir düşüş, tütün mamulleri bir önceki seneye hemen hemen aynı performansta kalarak toplam ihracatımız 810 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Ülkeler bazında bir değerlendirme yapılacak olursa yaprak tütünde ilk beş pazarımız olan ülkelere ihracat durumumuz şu şekildedir; ABD'ye ihracatımız yüzde 2 artmış, Belçika'ya ihracatımız yüzde 14, Endonezya'ya ihracatımız yüzde 31 azalmıştır. Yaprak tütün ihracatında en önemli artış yüzde 200 artış ile Polonya'ya olmuştur. Toplam yaprak tütün ihracatımız 219 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Tütün mamulleri ihracatımız da ise İran ihracatımızda yüzde 10'luk, Suudi

TÜTÜN**“2021'de sektörün Ar-Ge kapasitesi artacak”**

Arabistan'a ihracatımızda yüzde 36'lık, İsrail'e yüzde 8'lik bir artış olmuş, Irak'a ihracatımız bir önceki seneye aynı kalmıştır. Toplam tütün mamulleri ihracatımız 590 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Yaprak tütün ihracatına bakıldığında en önemli pazarlarımız arasında ABD, Belçika ve Endonezya sayılabilir. Bu pazarlar toplam yaprak tütün ihracatımızın yüzde 50'sini kapsamaktadır. ABD'ye olan ihracatımız değerlendirildiğinde ise yaprak tütün ithalatı ve ihracatında ilk üç sırada yer alan bu ülke ihracatımız açısından önemini koruyacaktır. Tütün mamulleri ihracatına baktığımızda ise uluslararası firmaların alım politikalarına göre pazarların önemleri belirlenmektedir.

2021 yılı beklentilerimizle ilgili olarak; her şeyden önce tüm dünyayı etkileyen COVID-19 pandemisinin ülkemiz ve dünyada bir önce son bulmasını umut ediyoruz. 2020'de mevcut pazarlarımızdaki paylarımızı geliştirirken, potansiyel pazarlarımıza yeni ülkeler eklemek adına çalışmalarımız olacak. Tütün sektörünün Ar-Ge kapasitesinin artırılması, sektördeki gelişmelerin takibi ve kalifiye işgücünün sağlanması amacıyla eğitimler organize edeceğiz.

İhracatta 10 Yıldır Değişmeyen Gelenek!

On yıl içerisinde büyük mesafe kat eden ve hala büyümeye devam eden Türkiye İklimlendirme Sektörü'nün gelişimine liderlik etmeye devam ediyoruz.

İnovatif yaklaşımımız ve fark yaratan teknolojik üretimimizle dünya pazarlarında daha çok yer alıyor, ihracat payımızı her geçen gün artırıyoruz. Tam 10 yıldır, havalandırma ürünleri ihracatındaki başarı geleneğimizi sürdürüyor, bu performansımızı onlarca yıl daha devam ettirmeyi hedefliyoruz.

Aşı senaryoları ve dünya ticareti

DR. CAN FUAT GÜRLESEL

2020 yılında dünya ticaretindeki gelişmeleri büyük ölçüde COVID-19 salgınının etkileri belirledi. 2021 yılında ise bu kez COVID-19 salgınına karşı uygulanacak aşı senaryoları belirleyici olacak. 2020 yılında COVID-19 nedeniyle daralan dünya mal ticaretinin 2021 yılında iyimser aşı senaryolarına bağlı olarak yeniden büyümesi beklenmektedir.

Dünya mal ticareti de dünya ekonomisindeki daralmaya bağlı olarak 2020 yılında küçülecektir. Dünya mal ticareti 2020 yılının ilk çeyreğinde değer olarak yüzde 6,0, ikinci çeyreğinde ise yüzde 21,0 daralmıştı. Yaz aylarından itibaren başlayan toparlanma ile dünya mal ticaretindeki daralma üçüncü çeyrekte yüzde 4,5 seviyesine kadar geriledi. Dünya mal ticareti, yılın sürprizini ise son çeyrekte gerçekleştirdi. Salgının ikinci dalgasından duyulan endişe ile siparişler öne çekildi ve mal ticaretinde genişleme son çeyrekte daha da hızlandı. Buna bağlı olarak dördüncü çeyrekte dünya mal ticareti yüzde 4,0 büyüme gösterdi.

Çeyrek dönemlerdeki gelişmelere bağlı olarak, dünya mal ticareti 2020 yılının genelinde miktar olarak yüzde 8,5 ve değer olarak ise yüzde 7,0 daralmış olacaktır. Böylece 2019 yılında 18,35 trilyon dolar olan dünya mal ticareti 2020 yılında 17,08 trilyon dolara gerilemiştir. Dünya mal ticaretinde yaşanan daralma ikinci çeyrekte ortaya konulan korkutucu yüksek daralma öngörülerinin oldukça altında kalmıştır.

2021 yılında dünya mal ticaretini bu kez de COVID-19 aşı senaryoları şekillendirecektir. İkinci dalgası daha kuvvetli yaşanan salgın olumsuz etkisini ocak-şubat aylarında da



sürdürecektir. Buna bağlı olarak yeni yılın ilk çeyreğinde muhtemelen dünya ticareti önemli ölçüde zayıflayacak ve hatta yeniden daralabilecektir.

2021 yılında ana belirleyici ise aşı uygulamaları olacaktır. Yılın ilk yarısında küresel ölçekte sağlanacak aşı uygulaması ile salgının yılın ikinci yarısında kontrol altına alınması, iyimser senaryoyu oluşturmaktadır. Aşı ve uygulaması ile ilgili bu iyimser senaryonun hayata geçmesi halinde muhtemelen 2021 yılının ikinci çeyreğinden itibaren dünya ticaretinde hızlanan bir büyüme yaşanabilecektir. Bu nedenle iyimser senaryoda ihracatta hem yılın ilk aylarındaki zorlu süreç hem de sonrasındaki hızlı büyüme dönemi birlikte yaşanacaktır.

Aşıdaki iyimser senaryonun gerçekleşmesi halinde dünya mal ticaretinin 2021 yılında miktar olarak yüzde 6,0, değer olarak ise yüzde 8,0 genişlemesi beklenmektedir. Böylece 2021 yılında dünya mal ticareti 18,45 trilyon dolara yükselebilecektir.

Aşı uygulamasındaki kötümser senaryo ise aşının dünya genelinde yaygın olarak uygulanamaması ve/veya

aşılardan tamamen veya kısmen başarısız olmalarını içermektedir. Bu senaryo içinde 2021 yılında iktisadi faaliyetlerde ve dünya mal ticaretinde yüksek dalgalanmalar kaçınılmaz olacaktır.

Aşı uygulamasına ilişkin olarak iyimser ve kötümser senaryoların içinde, ayrıca ülkeler arasındaki aşı yarışının olacağı da görülmektedir. Veya bir başka deyişle ülkeler yeterli sayıda aşığı temin ederek ihtiyaç duyan tüm kesimleri bir an önce aşılamayı hedeflemektedirler.

Yeni yılın başından itibaren aşının yaygın olarak kullanımı hızla başlayacaktır. Türkiye açısından ihracatta bu süreçte iki önemli konu öne çıkmaktadır. İlk olarak Türkiye'nin başta Avrupa Birliği ülkeleri olmak üzere ihracat pazarlarındaki aşı takvimi ve uygulama başarıları yakından izlenecektir. Bu pazarlar diğer ülkelere göre daha önce açılacak pazarlar olacaktır. Diğer yandan Türkiye'nin rakipleri olan ihracatçı ve tedarikçi ülkelerdeki aşı uygulamaları da önemli olacaktır. Nitekim aşılama geri kalan veya başarısız olan ihracatçı tedarikçi ülkeler, açılan pazarlarda pay kaybedebileceklerdir.

Bu nedenlerle Türkiye'de aşılama uygulamasının takvimi ve başarısı mal ve hizmet ihracatı açısından da büyük önem taşımaktadır. Yeni yılın başından itibaren yaygın uygulamanın başlaması ve yılın ilk yarısında ihtiyaç duyulan tüm kesimlerin aşılanarak yeterli bağışıklık seviyelerine ulaşılması sağlanmalıdır. Böylece ihracat için gerekli üretim ve tedarik alt yapısının da sağlıklı çalışması temin edilmiş olacaktır. Dünya'da ve Türkiye'de iyimser aşı senaryosunun gerçekleşmesi halinde 2021 yılında 190 milyar dolar ihracata ulaşılabilir.

Agent değil **Acente**

Sigortalılarımız ile Acentelerimiz online'da buluşuyor!
Sigortalılarımızın ihtiyaçlarına herhangi bir çağrı merkezi
Agent'i değil, risk işinin uzmanı, kendi seçtikleri Sigorta
Acenteleri çözüm buluyor!



Onur Tarnı
Anr Sigorta
Aracılık Hizmetleri



www.quicksigorta.com

QUICK
SIGORTA

Savunma ittifaklarından ticari ittifaklara geçmek lazım

PROF. DR. EMRE ALKİN

ABD tarafından açıklanan yaptırımların Savunma Sanayi çerçevesinde sınırlanması, aslında yine aynı çerçeveden çözüleceğini gösteriyor.

Türkiye'nin yavaş yavaş küresel 'eksen kayması' doğrultusunda farklı ittifaklar arayışına girmesi ve bu durumun Kuzey Atlantik İttifakı tarafından kabul edilebilir bir davranış olarak görülmemesi şu an yaşananları tam olarak yansıtıyor diyebilirim.

Aslına bakılırsa Kuzey Atlantik İttifakı'nın temel para birimi dolar. İkincil para birimi ise Euro. Bu çerçevede bir 'otorite' olmadan hiçbir şeyin işlemeyeceğine inanan doktrinlerden, otonom ve anonim yönetim biçimlerine doğru seyreden yeni yaklaşımların çarpıştığı bir dünyadan bahsediyoruz. Yani soğuk savaştan 'savunma' merkezli kalma ittifaklar yerine, 'ekonomi' merkezli yeni ittifakların ortaya çıkmasıyla, silah gücü ve sistemleri üzerine kurulan hassas dengelerin sona ereceği kaygısı, hem NATO hem de Rusya tarafında yaygın şekilde ele alınıyor diyebilirim.

Rusya'nın doğal gaz ve petrol haricinde sunabileceği çok fazla bir ürün olmadığı için, Pasifik Bölgesi'ndeki RCEP gibi ticaret anlaşmalarına dahil olması mümkün değil. Aslında ABD'nin en ciddi ihracat kalemi de silah. Yani birbirlerinden farklı görünseler de son yıllarda sivil teknolojilerde Çin'e karşı alan kaybeden ABD, aynen Rusya gibi 'zorbalık' ile liderliğe devam etmeyi hedefleyen Trump gibi birine katlandı diyebilirim.

Trump, Kuzey Kore'ye boş alan bıraktı, İran ile imzalanmış nükleer anlaşmayı tek taraflı lağvetti, Rusya ile imzalanmış nükleer silahsızlanma anlaşmalarını geçersiz saydı, Paris İklim Anlaşması'ndan çekilerek de üslubunda zirve yaptı. Tüm bunlar Biden ve



Harris'in gelişini garanti altına aldı. Bu arada pandemi esasında da Trump'ın 'acil durum' yönetimi konusundaki başarısızlığı da ortaya çıkınca süreç hızlandı.

ABD'nin görevi bırakmakta olan Başkanı, giderayak kendisine başka bir dava açılmasını diye Türkiye'ye yaptırım uygulama kararı alırken, kendisini değil Pompeo'yu öne sürdü. Çünkü açıklamadan saatler önce, içinde yaptırım kararı olan tasarıyı veto edeceğini açıklamıştı.

Türkiye'nin; ABD, NATO ve AB ilişkileri Biden ile beraber birbirlerinden ayrılmayacak bir şekilde ele alınacak gibi gözüküyor. Ara sıra bazı nüanslar olacak ama Türkiye'nin öncelikle NATO üyeliği çerçevesinde ele alınacağı, sonra da AB'ye üyelik müracaatı çerçevesinde değerlendirileceği ve nihayetinde ABD ile stratejik ortaklık durumuna bakılacağını tahmin ediyorum. İsrail ile ilişkiler, Biden veya Trump fark etmez, bu aşamada önemini hala koruyor diyebilirim.

Dolayısıyla Türkiye'nin önce NATO konusunda, sonra AB ile müzakereler konusunda uzun bir süre değiştirmeyeceği bir karar vermesi gerekiyor. Eğer kurduğu ittifakları 'ekonomik' çerçeveden oluşturmayacaksa, elbette bu bir karardır, sonuçları olacaktır. Ancak yepyeni bir yaklaşımla 'artık refah devleti üzerinde çalışacağım' diyorsa, bu sefer de bunun nimetlerine kavuşurken yan etkilerini de göze alması gerekecek.

YENİ BİR TASARIM GEREKİYOR

Rusya ile girdiği S 400 ilişkisi ile NATO ile girdiği ilişki bana göre büyük bir fark yaratmıyor. 'Silaha dayalı' ittifak yerine 'ekonomi ve ticaret' bazlı bir ilişki içine girilseydi şu anki karmaşa büyük ihtimalle yaşanmayacaktı. Doğrudur, Türkiye'nin hava savunma sistemi yok. Patriotları da bize vermediler. Doğrudur, 15 Temmuz'daki alçakça saldırı bizi üzdü, kırdı hatta fevri yaptı. Müttefik saydığımız ülkeler bizi ortada bıraktı hatta bazıları bu alçaklığa yardımcı oldu. Fakat bundan bir yaklaşım çıkarmamız gerekiyor. Demek ki, 'silah merkezli' ittifaklar yerine 'ekonomik ve ticari merkezli' ittifakların arayışına girmek daha az hayal kırıklığı yaratacak.

Ayrıca, kısa vadeli ittifaklarla yola devam edemeyecek bir noktaya geldiğimiz ortada. Ancak, çok dikkat etmek lazım. Çünkü ABD ve AB ile NATO'nun geleceği bile oldukça sallantılı, rezerv paraların saltanatı bitmek üzere gibi ve otonom-çok bulutlu sistemler hızla yayılıyor.

Türkiye'nin yepyeni bir dış politika modeli belirlemesi artık elzem oldu. Bence yeni ekonomik modelden önce, acilen siyasi ve diplomatik modeli belirlemek gerekiyor gibi.

Türkiye'nin yepyeni bir dış politika modeli belirlemesi artık elzem oldu. Bence yeni ekonomik modelden önce, acilen siyasi ve diplomatik modeli belirlemek gerekiyor.

— — — — —

PORT AKDENİZ
— — — — —
ANTALYA

Büyüyen Türkiye'nin büyüyen limanı.



PORT AKDENİZ
Büyük Liman 07070 ANTALYA

Tel : 0242 259 13 80
Faks : 0242 259 11 83

info@portakdeniz.com
www.portakdeniz.com



GLOBAL LİMAN (SLETMELER) ÜYESİDİR

Bütçe ve önemi

CEM YILMAZ, MSC BAŞ DENETÇİ, SMMM

Bütçe, gelecekteki belirli bir dönemde gerçekleşmesi öngörülen gelir ve giderlerin karşılıklı tahminlerini içeren cetveldir. Aynı zamanda işletmelerin gelecek dönemleri adına yol gösterici olan eylem planlarıdır. Genellikle kısa vadeli planlar bütçe olarak adlandırılır ve bir yıllık dönemi kapsarlar. Bütçeleme gelecek yılın faaliyetlerinin özellikle sayısal olarak belirlenmesi demektir. İşletmenin kısa vadeli hedefleri ile ilgili gayeleri ve bölümlerin maksatları, bütçelerinde sayısal olarak ifade edilir.

Sağlıklı bir bütçe planlaması için dikkatli ve özenli bir süreç gerekir. Bütçeyi etkileyecek olan tüm iç ve dış faktörler gözetilerek sapma oranı minimum olacak şekilde hazırlanmalıdır. Bütçeler, şirketlerin planlamasında büyük önem arz etmektedir. Çünkü geleceği planlama hususunda bütçelerin çok katkısı olacaktır. Değişimlere, yeni fırsatlara imkân olup olmadığı bütçe ile anlaşılacaktır.

Bütçeler hazırlanırken en önemli faktör geniş katılımıdır. Bu şekilde tüm faktörler göz önünde bulundurulabilecektir. Gerçekleşebilir olma, adil olma ve geniş katılımı hazırlanma, bütçenin olmazsa olmazlarıdır. Dar bir kadro tarafından yürütülen bir iş olmayıp, bütün departmanları kapsayan önemli bir görevdir. Örneğin, perakende



sektöründe; satış, kâr, satılan malın maliyeti, stok, insan kaynakları, genel yönetim giderleri, pazarlama giderleri, nakit akışı, yatırım, finansman ve Ar Ge bütçeleri bu bütçünün en önemli parçalarıdır. Yani birbiriyle ilişkili birçok bütçenin tümü işletmenin genel bütçesini oluşturur.

Bütçe çalışmalarına çalışanların iştirak etmesi, hem işletmeye bağlılık ve sahiplenme duygusu için hem de işveren çalışan bağı için oldukça önemlidir. Aksi takdirde çalışanlar ilgisiz olabilir ve isteksiz çalışabilirler. Bu yüzden yukarıdan aşağı bütçe çalışması yerine, aşağıdan yukarı bütçe çalışması gerekir. Bütçe çalışmalarının hazırlık aşamasında, birçok bilgiyi masanın üzerine koymak gerekir. Çünkü geçmişe ait sayısal veriler ile geleceğe dair raporlar,

varsayımlar ve öngörüler çalışmaların alt yapısını oluşturur.

Temel olarak bütçe planlaması yapılırken aşağıdaki maddelere dikkat etmek gerekir;

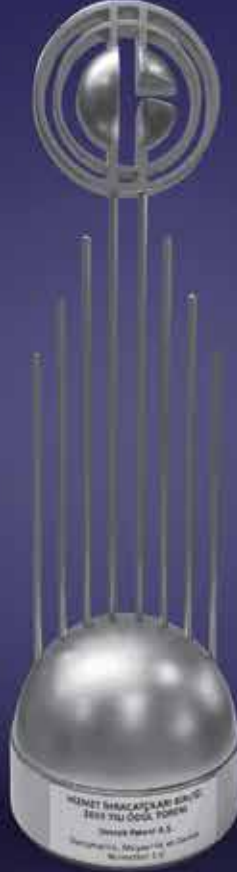
- Parametrelerin (enflasyon, döviz kuru, kıdem tavanı vb.) tutarlı tahmini ve revize edilmesi
- Finansal hedeflerin belirlenmesi
- Tüm gelir kaynaklarının listelenmesi
- Tüm giderlerin listelenmesi
- Sabit ve değişken giderleri birbirinden ayrılması
- Gelir ve giderlerin karşılaştırılması

İyi bir bütçeleme Şirket'in amaçlarını daha iyi netleştirir. Bütçeleme, geleceği düşünme, öngörme gereğini doğurur. Yöneticileri, izlenecek temel politikaları önceden saptamaya zorlar.

Tutarlı düşünmeyi, önemli kararlara varmadan önce tüm ilgili etmenlerin dikkate alınmasını sağlar. Faaliyet sonuçlarının değerlendirilmesinde, ölçülmesinde kullanılacak standartların geliştirilmesini sağlar. Kaynak kullanımını iyileştirir. Ve en önemlisi faaliyetlerin etkin bir biçimde denetimine olanak hazırlar. Sonuç olarak bütçe firmalarımızın yol haritası olup yola çıkmadan öncesinde karşılaşılabileceğiniz riskleri ön görmenizi sağlar, olabildiğince kontrollü gitmenize yardımcı olur. Tüm firmalarımızın düzenli bütçe yapmasını şiddetle öneriyoruz.

Sağlıklı bir bütçe planlaması için dikkatli ve özenli bir süreç gerekir. Bütçeyi etkileyecek olan tüm iç ve dış faktörler gözetilerek sapma oranı minimum olacak şekilde hazırlanmalıdır.

Markanızı, buluşunuzu, tasarımınızı
37 yıldır koruyoruz.



Hizmet İhracatçıları Birliği 2019 Yılı Ödülü
Danışmanlık, Müşavirlik ve Destek Hizmetleri Birincisi

Bu yolculukta bizimle birlikte yürüyen
tüm paydaşlarımıza teşekkür ederiz.

Türkiye için İHRACAT



T.C. Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen Türkiye İnovasyon Haftası'nın 8'inci bu yıl ilk kez çevrim içi olarak gerçekleştirildi. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve altı bakanın katılımıyla gerçekleşen organizasyonda dünyaca ünlü konuşmacılar da başarı hikayelerini paylaştı.

ihracat için İNNOVASYON HAFTASI



TİM Başkanı İsmail Gülle'nin açılış konuşmasıyla başlayan, 25-26 Aralık tarihlerinde gerçekleşen etkinlikte, yerli ve milli teknolojik buluşların sahiplerine ödülleri verildi. Milyonlarca kişinin izlediği organizasyonda, inovasyonun Türk sanayisine katkıları ile inovatif ürünlerin ihracat ve ekonomiye sağladığı pozitif etki gözler önüne serildi.

İnovasyon alanında küresel ölçekte ses getiren, girişimcilerimizi, bilim insanlarımızı, projelerimizi, sektörlerimizi gençlerimizle buluşturduğumuz 8. Türkiye İnovasyon Haftası büyük ses getirdi.



İsmail GÜLLE
TİM Başkanı

Organizasyon milyonlarca kişiye ulaştı

Pandemi nedeniyle online olarak düzenlenen 8. Türkiye İnovasyon Haftası, televizyon ve gazete gibi geleneksel iletişim araçlarının yanı sıra sosyal medya kanalları üzerinden de milyonlarca kişi tarafından takip edildi. Sadece Türkiye’de değil küresel çapta da teknoloji ve girişim ekosisteminin en önemli buluşmalarından biri olan etkinlikte, alanında uzman dünyaca ünlü isimler de yer aldı. Organizasyon düzenlendiği 25 ve 26 aralık tarihlerinde, sosyal medyada en çok konuşulan konular arasında konumlandı, milyonlarca etkileşim aldı. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile beraber Ticaret Bakanı

Ruhsar Pekcan, Milli Savunma Bakanı Hulusi Akar, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, Gençlik ve Spor Bakanı Mehmet Muharrem Kasapoğlu, Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli’nin de katıldığı inovasyon ekosisteminin en büyük buluşmasının açılış konuşmasını TİM Başkanı İsmail Gülle gerçekleştirdi.

“İNOVASYON TÜRKİYE’NİN GELECEĞİDİR”

Organizasyonun kamuoyunu büyük ilgisini çektiğini ifade eden Başkan İsmail Gülle, “Etkinliğimizin milyonlarca kişiye ulaştığını

görüyoruz. Amacımız inovasyon kültürünün şirketlere yerleşmesi, gençler arasında kabul görmesi. Bunun altını dolduracak çalışmalar yapıyoruz. İnovasyon bir haftayla sınırlı değil, yıla yayılarak devam ediyor. İnovaLİG, İnovaTim ve TİM-TEB Girişim Evi başta olmak üzere hem sektörlerle hem üniversitelerle iş birliği içinde yürüttüğümüz birçok projemiz bulunuyor. İnovasyon Türkiye’nin geleceği, Türkiye’nin değeridir. İhracatın geleceğinin inovasyona dayalı kalkınma ile olacağına inanıyoruz. Gençlerimizin inovasyona değer vermelerini, inovasyonla yeni fikirler oluşturmalarını arzu ediyoruz” ifadelerini kullandı.



Recep Tayyip ERDOĞAN
Cumhurbaşkanı

Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan TIM'e övgü: “ÇALIŞMALARINI TAKDİRLE KARŞILIYORUM”

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin İnovasyon Haftası ve İnovaLİG gibi ekonomiye katma değer sağlayan çalışmalarını takdirle karşıladığını ifade eden Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, “Ülkemizin teknolojik dönüşümünü sağlayacak, ihracat kapasitesini artıracak her türlü çabayı desteklemeyi sürdüreceğiz. Firmaların dünyaya açılımında üretimle beraber tasarımın ve yenilikçiliğin öne çıktığı farklı bir döneme girdik. Sadece üretmenin, ürettiğini satmanın yeterli olmadığı bu dönemin hâkim rengi inovasyon ve araştırma geliştirmedir. Ar-Ge'ye önem veren, yeniliği yakalamaya çalışan, tasarlayan, çığır açan firmalar daha şimdiden sürecin kazananı

olmuştur. Her ne kadar salgın hepimiz için beraberinde bazı zorlukları getirirse de iş dünyamızın önünde yeni fırsat pencerelerinin açılmasını sağladı. Firmalarımız salgın döneminde kaliteli ürünleriyle, rekabetçi fiyatlarıyla, hepsinden önemlisi güvenilirlikleriyle öne çıktı. Uluslararası şirketler, Asya merkezli üretim ağına alternatif oluşturmak için yeni arayışlara yöneldi. Bu arayışlarda sanayisi, üretim kapasitesi, rekabetçi fiyatları, nitelikli iş gücü, coğrafi konumu, güçlü sağlık ve ulaşım altyapısı ile Türkiye en gözde ülkelerden biri haline geldi. Özellikle ihracat odaklı çalışan şirketlerimiz, müşteri ve ürün yelpazesini genişletmişlerdir” diye konuştu.

“İHRACATI KİLOGRAMDA 3 DOLARA ÇIKARMALIYIZ”

“Cumhurbaşkanı Erdoğan, sözlerini şöyle tamamladı: “Salgın rağmen ocak-kasım döneminde 152 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik. Bu başarıda pay sahibi olan herkesi tebrik ediyorum” diyen Cumhurbaşkanı Erdoğan, “Genç nüfusumuza, sahip olduğumuz bilgi birikimine ve tecrübemize rağmen kilogram başına 1,2 veya 1,3 dolarlık ihracat bize yakışmıyor. 2001'e göre kilogram başına ihracatımız iki katına çıkmış olsa da biz bu rakamı asla yeterli görmüyoruz. İlk etapta 2 dolar eşliğini geçip, 3 dolara doğru gelmemiz gerekiyor. Kilogram başına 62 dolarlık ihracat gerçekleştiren savunma sanayimizin başarısı herkes için iyi bir örnektir.”

Geleceğimiz ve ekonomimiz için kritik önemdeki İnovasyon konusuna sahip çıktıklarından dolayı Türkiye İhracatçılar Meclisimizin yönetimini ve üyelerini canı gönülden tebrik ediyorum.

“İhracatçımızla gururluyuz”

Türkiye'nin toplam teknoloji içerikli ürün ihracat oranının yüzde 39,5 düzeyinde olduğunu söyleyen Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, İnovasyon Haftası'nın yenilikçilik ve yaratıcılık ruhuna büyük katkı sağladığını vurguladı. “Bilgi üreten ve bilgi ihraç eden ülke olma kapasitemizi her geçen gün güçlendiriyoruz” ifadelerini kullanan Bakan Pekcan, “Halihazırda otomotiv, elektronik, hazır giyim başta olmak üzere, birçok sektörde Bakanlığımız desteği ile aktif şekilde yürütülen 701 adet ihracata yönelik

tasarım ve ürün geliştirme projesi çerçevesinde; bilgisayar başında tasarım, prototip imalatı numunelerin muhtelif test cihazları ile kontrolü ve benzeri pek çok kritik süreçte, destek sunmaya devam ediyoruz. Bu desteklerle, firmalarımızın inovasyon imkanlarının artırıldığına bizzat şahit olmakta; Bakanlık olarak bunun memnuniyetini yaşamaktayız. İhracatçılarımızın sağladığı başarılarla gurur duyuyor; onların sevincine biz de ortak oluyoruz” diye konuştu.



Ruhsar PEKCAN
Ticaret Bakanı

“Yerli ve milli savunma sanayii”

Savunma sanayiinde yerlilik ve millilik oranını yüzde 70'lere çıkarmayı başardıklarını açıklayan Milli Savunma Bakanı Hulusi Akar, “Türk Silahlı Kuvvetlerimizin gösterdiği başarılar, inovatif yaklaşımlarla sürekli kendini geliştiren yerli ve milli savunma sanayi ürünü silah sistemlerinin katkıları ile sağlanmıştır” dedi. Hulusi Akar, Türkiye İnovasyon Haftası'nın ülkemizde, inovasyon konusunda önemli bir farkındalık oluşturacağına ve yenilikçi fikirlere zemin

hazırlayacağına inandığını ifade etti. Bakan Akar sözlerini şöyle noktaladı: “İnaniyorum ki ülke insanımızın alın teri ve ihracatçılarımızın üstün gayretleriyle dış ticaret fazlası veren bir ülke hedefine ulaşacağız inşallah. Bu doğrultuda güçlü altyapısı, insan kaynağı, kurduğu ticari sosyal kültürel ilişkileri ile ulusal ve uluslararası arenada büyük başarılar gösteren Türkiye İhracatçılar Meclisi gelecekte de en önemli aktörlerden biri olmaya devam edecektir.”



Hulusi AKAR
Milli Savunma Bakanı

“İnovasyon pandemiden büyük”

Türkiye İnovasyon Haftası kapsamında düzenlenen İnovaLİG ödül töreninde konuşan Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Türkiye'yi dünyanın en büyük ekonomileri arasına sokmanın yolunun, katma değerli üretimden geçtiğini belirterek, “İnovasyon, katma değerli üretimin anahtarıdır” dedi. Türkiye'nin ilk inovasyon geliştirme programı olan İnovaLİG'te ödül kazanan firmaları tebrik eden Bakan Varank, “103 farklı üniversiteden 3 binden fazla

öğrencimiz, çözüm odaklı projeler üretmeyi tecrübe edindiler. Bu yılın gündemine uygun olarak pandemiyi konu edinen projeler üretildi. Ben dereceye girsin girmesin inovasyonun pandemiden büyük olduğunu gösteren tüm öğrencilerimizi tebrik ediyorum. Yenilikçilik ruhuna sahip genç ve dinamik nüfusumuz bizim en büyük avantajımız. Böyle vizyoner işlere imza attığı için Türkiye İhracatçılar Meclisi'ni ve emeği geçen herkesi tebrik ediyorum” şeklinde konuştu.



Mustafa VARANK
Sanayi ve Teknoloji Bakanı

“Hizmet sektörü için inovasyon”

Türkiye İnovasyon Haftası'nın bakan düzeyindeki konuklarından biri de T.C. Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy'du. İnovatif çalışmaların rekabet gücünü ve pazar payını artırmak, yeni pazarlara hitap edebilme koşullarını oluşturmak için çok önemli olduğunun altını çizen Mehmet Nuri Ersoy, “Hizmet İhracatında İnovasyon başlığı altında gerçekleştireceğimiz fikir, bilgi ve deneyim paylaşımının bu organizasyonun hedeflerine layıkıyla hizmet etmesini temenni ediyorum”

dedi. Bakan Ersoy konuşmasında şu satır başlarına dikkat çekti: “2019'da Türkiye hizmet sektörü yaklaşık 36,8 milyar dolar dış ticaret fazlası vermiştir. Türkiye 26'ncı büyük hizmet ihracatçısıdır ve dünya payı yaklaşık yüzde 1 seviyesindedir. Bu bir başarıdır ama yeterli olmaktan uzaktır. Neden ilk 20'de değiliz, ilk on içine nasıl girebiliriz, dünya hizmet dış ticaretinden daha fazla payı nasıl alabiliriz gibi konulara yoğunlaşmak zorundayız. Zaten inovasyon da burada devreye giriyor.”



Mehmet Nuri ERSOY
Kültür ve Turizm Bakanı

“İnovasyonla elimiz daha güçlü”

Gençlik ve Spor Bakanı Mehmet Muharrem Kasapoğlu, İnovasyon Haftası'nda yaptığı konuşmada Türkiye'nin sportif başarılar ve faaliyetler noktasında teknolojinin tüm imkanlarından sonuna kadar yararlandığına dikkat çekti. DeneYap ve Kod Adı 2023 gibi projelerle gençleri teknolojik etkinlikler çatısı altında buluşturdıklarını ifade eden Bakan Kasapoğlu, “Çağın gerisinde kalmaya niyetimiz de yok tahammülümüz de yok” ifadelerini kullandı. Kendi değerini

kendisi üreten ve bağımsızlığını koruyan bir sanayinin, ancak inovasyon sayesinde ortaya konabileceğini ve bu anlamda atılan adımların ve yeniliklerin sayesinde olabileceğinin altını çizen Kasapoğlu, “Sporda inovasyon, sağlıklı bir toplumu inşa etme yolunda, elit sporcularımızın performansını artırma yolunda ve bu vesileyle de spor turizmi noktasında elimizi güçlendiren bir konu. Bu organizasyon için Türkiye İhracatçılar Meclisi ve Ticaret Bakanlığımıza teşekkür ediyorum” dedi.



Mehmet Muharrem KASAPOĞLU
Gençlik ve Spor Bakanı

“Tarım vizyonunda inovasyon var”

Türkiye İnovasyon Haftası etkinliği kapsamında, İnovalİG 2019 Şampiyonları Ödül Töreni'nde yaptığı konuşmada Türkiye'nin tarım alanında büyük atılım dönemine girdiğini söyleyen Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli, “Geleneksel yöntemleri bir kenara bırakmalı, bilgi ve teknolojiye dayalı üretime geçmeliyiz” dedi. Pandeminin bazı mecburiyetleri de beraberinde getirdiğine vurgu yapan Pakdemirli, “Bu süreçte, tarımın vizyonunu doğru şekilde

kurgulamamız gerektiğini çok iyi anladık. Bu vizyonun temelinde bilgi ve inovasyon var. Son 18 yılda tarımda güçlü bir altyapı oluşturduk. Son 2,5 yılda bu altyapıyı, gelecek vizyonumuzla güçlendirdik. Pandemiye rağmen 2020 yılı ilk 3 çeyrek ortalamasında tarım sektörü yüzde 5,3 büyüyerek, ekonomimize önemli katkı sağladı. Türkiye; tarımsal hasılda Avrupa'da lider, dünyada ilk on arasındadır. Bunu daha da yukarıya taşımak, ancak bilgi ve inovasyonla mümkün” dedi.



Bekir PAKDEMİRLİ
Tarım ve Orman Bakanı



2019 İnovasyon şampiyonları belli oldu

İnovasyon Haftası'nın en heyecanlı anları ödül törenleri oldu. İnovalİG Şampiyonları, İnovaTİM İnovasyon Yarışması ve İnovasyon Haftası Stratejik Partnerler kategorisinde dereceye girenler, ödülleri bakanlardan ve konusunda uzman isimlerin ellerinden aldılar.

Bu yıl 8'inci düzenlenen İnovasyon Haftası'nda 2019 yılı İnovasyon Şampiyonları da açıklandı. İnovalİG şampiyonları, İnovaTİM İnovasyon Yarışması ve İnovasyon Haftası Stratejik Partnerler ödül törenlerine Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli de katıldı. Büyük ölçekli şirketlerde İnovasyon Stratejisi kategorisinde Arçelik A.Ş., İnovasyon Organizasyonu

ve Kültürü'nde Brisa Bridgestone Sabancı Lastik Sanayi ve Ticaret A.Ş., İnovasyon Döngüsü'nde Sun Tekstil San. ve Tic. A.Ş., İnovasyon Kaynakları'nda Havelsan Hava Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş., İnovasyon Sonuçları'nda ise Estaş Eksantrik San. ve Tic. A.Ş. şampiyon oldu. KOBİ ölçeğinde ise İnovasyon Stratejisi kategorisinde Barıda Makina Sanayi Ticaret Limited Şirketi, İnovasyon Organizasyonu ve Kültürü'nde Alotech İletişim

Teknolojileri Ticaret A.Ş., İnovasyon Döngüsü'nde Veribilim Yazılım Bilgisayar San. Tic. Limited Şirketi, İnovasyon Kaynakları'nda Ulak Haberleşme A.Ş., İnovasyon Sonuçları'nda ise Çizgi Teknoloji Elektronik Tasarım ve Üretim A.Ş. şampiyon oldu. Ar-Ge Liderliği Özel Ödülü'nü Arçelik, Girişimcilik Özel Ödülü TEB, Uluslararası Başarı Özel Ödülü THY, Teknoloji Geliştirme Özel Ödülü ise Turkcell'e verildi.



HAVELSAN A.Ş.
İnovasyon Kaynakları Birincisi



BARIDA MAKİNA
KOBİ İnovasyon Stratejisi Birincisi



ARKİM KİMYEVİ MADDELER
KOBİ İnovasyon Sonuçları İkincisi

İnovasyon Haftası'nın Stratejik Partnerleri



Utku Barış PAZAR

Arçelik Genel Müdür Yardımcısı

“BAŞARININ TEMELİNDE İNOVASYON VAR”

Arçelik Strateji ve Dijital'den Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Utku Barış Pazar; markalarının global çapta sektör liderliğine uzanan başarı hikayesinin temelinde Ar-Ge ve inovasyon güçleri olduğunu, bu gücü de Türk mühendislerinden aldıklarını söyledi. Barış Pazar şu ifadelerle yer verdi: “Ülkemizin teknoloji ve sermaye konusunda dışa bağımlılığının azaltılması ve uluslararası rekabet gücünün artırılması teknoloji ve inovasyon gücü sayesinde olacak” dedi. İş birlikleri, inovasyona bakışta bir diğer önemsedığımız konu. Bu yıl Sağlık Bakanlığımız ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımız öncülüğünde, Aselsan, Baykar ve Bosis ile ürettiğimiz mekanik ventilatörler, inovasyon ve teknolojinin insan sağlığına fayda sağlamak için kullanılmasının ve iş birliğinin ne kadar hızlı sonuç üreteceğine en güzel örneklerden biri oldu. Ventilatörün prototipi 14 günde Arçelik Garaj'da, üretimi ise 2018 yılında kurulan otomasyon ve robot yazılımları tamamen Türk mühendisleri tarafından yapılan Çerkezköy'deki fabrikamızda gerçekleşti.”

“İNOVASYONU HERKES ÖNEMSEMELİ”



Gökhan MENDİ

TEB Bireysel ve Özel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı

Dünya genelinde inovasyonun, dijitalleşmenin ve teknolojinin merkezinde durduğu büyük bir dönüşüm sürecinden geçildiğini belirten TEB Bireysel ve Özel Bankacılık Kıdemli Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Mendi; “Tüm çalışmalarımızı hayata geçirirken inovasyona verdiğimiz önem, girişimciliğe sağladığımız destek ve çalışanlarımıza duyduğumuz güven bizim vazgeçilmezimiz. TEB olarak gelişen teknolojiyi operasyon süreçlerimizde ve bankacılık işlemlerimizde kullanırken her zaman müşteri odaklı anlayışımızla hareket etmeye devam edeceğiz” şeklinde konuştu. Mendi konuşmasının devamında şu ifadelerle yer verdi: “Ülkemizin en önemli inovasyon buluşmalarından Türkiye İnovasyon Haftası'nda bu kez online platform üzerinden bir aradayız. İnovasyonun ekonomilerin sürdürülebilir büyümesinde ve toplumsal gelişmede oynadığı rolün önemi ve farkındalığı giderek artıyor. İnovasyonu yalnızca kurumlar, şirketler ve projelerle sınırlandırmamak gerekiyor. Günümüzde her bireyin inovasyon fikrini iyi anlaması gerek” dedi.



Serkan ÖZTÜRK

Turkcell Bilgi ve İletişim Teknolojilerinden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

“İNOVASYON ZORLUKLARDAN DOĞAR”

Turkcell Bilgi ve İletişim Teknolojilerinden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Serkan Öztürk, “Turkcell olarak 1994 yılında kurulduğumuz günden itibaren elimizden geldiğince inovasyona katkıda bulunmaya çalışmış bir şirketiz. Sadece Telekom alanında değil pek çok alanda inovatif ürünler geliştiren, kendi Ar-Ge'si olan kendi Ar-Ge mühendisleri olan bir şirketiz” açıklamasında bulundu. Öztürk konuşmasının devamında şunları söyledi: “Turkcell olarak inovasyona nasıl katkıda bulunuyoruz kısaca da bundan bahsedeceğim. Bildiğiniz gibi inovasyon zorluklardan doğar. İnovasyon genellikle bir problemi adreslemek için çıkar. Tarihte de inovasyonun gelişimine baktığımızda hep böyle olduğunu görüyoruz. Şunu söylemek istiyorum inovasyonun en önemli adımlarından bir tanesi öncelikle uygun bir model bulup bunun üzerine işe başlayabilmek. Bizim geliştirdiğimiz bütün ürünlerde gördüğümüz bu. Başladıktan sonra fikirler çok farklı yerlere gelebiliyor ve hiç ummadığınız şekilde gelişebiliyor. Bu yönde geliştirilen ürünler bir kısmını da ihraç eder hale geldik.”

Türkiye İnovasyon Haftası'nda aralarında dünyaca ünlü isimlerin de yer aldığı **63** yerli ve **7** yabancı konuşmacı yer aldı.

Türkiye İnovasyon Haftası'nda, Türkiye'den ve dünyadan alanında uzman konuşmacılar, inovasyonda çığır açan teknolojik buluşların sahipleri ile sektörlerin temsilcileri başarı hikayelerini ve inovasyon odaklı projelerini izleyicilerle paylaştılar.

KRIEGER: "INSTAGRAM'IN HİKAYESİ BİR KAFEDE BAŞLADI"
Dünyada milyonlara ulaşan olan Türkiye İnovasyon Haftası'nın ilk gününde Instagram Kurucu Ortağı Mike Krieger de konuşmacı olarak yer aldı. Krieger, Brezilya'dan Silikon Vadisi'ne uzanan hikayesini, Instagram'ın, sadece iki kişilik bir ekipten milyar dolarlık bir şirkete nasıl dönüştüğünü, bugünün en ilginç trendleri ve teknolojileri hakkındaki fikirlerini paylaştı. Krieger şunları söyledi: "Aslında Mayfield Fellows Program sırasında ayaküstü tanıştığım, Kevin Systrom ile arkadaş olduğum kafede Instagram'a kadar giden bir dönüm noktası yaşadım. Bana göre her girişimcilik yolculuğu doğru ortağı bulmakla başlar ki Instagram gerçekten etkileyici bir yolculuktu.



Mike KRIEGER
Instagram Kurucu Ortağı

Kevin ile kafede tekrar karşılaştık, çok çabuk arkadaş olduk. Ve kısa süre sonra da birleşip bir startup şirketi üzerinde çalışmaya karar verdik. 11 sene sonra hala çok yakın arkadaşız ve aslında hala birlikte projeler üzerinde çalışıyoruz."

KRIEGER'İ HEYECANLANDIRAN TEKNOLOJİLER

Kendisini heyecanlandıran teknoloji alanlarını da paylaşan Krieger, "İlki yapay öğrenme ve kişiselleştirme. Yapay öğrenmenin teknolojinin heyecan verici yeni bir alanı olduğu sır değil. İçerisindeki alanlardan beni özellikle heyecanlandıranı kişiselleştirme fikri. Instagram'da biz herkes için temelde aynı olan bir ürünü alıp, onu herkese özel hale getirebildik. Bu trendler diğer yerlerde de gerçekleşiyor. Haberleri nasıl aldığımız, ilaçları nasıl temin ettiğimiz, tüm bu farklı alanlar verinin gücünü birleştirebileceğimiz kişiye özel alanlardır. Bu, insan bilgisayar etkileşimi temel fikrine dayanır. Bilgisayar ve yazılımları her birey için nasıl daha kullanılabilir hale getirebiliriz. İkincisi ise yazılım

Rakamlarla İnovasyon Haftası

Özel teknolojik yöntemlerin kullanıldığı ve 15 gün süren çekimler için 5 ülkede 10 greenbox stüdyosu kiralandı.

Etkinliğin kurgu-montaj çalışmaları 13 gün sürdü ve İstanbul'da 74 konuşmacı için 100 saat çekim yapıldı.

ve donanımı yazılım dünyasında tamamen farklı iki ayrı alan olarak görmek yerine, ikisinin kesişimi konusunda heyecanlıyım. Daha önce de belirttiğim gibi yazılım, sağlık ve tıpta yeni inovasyonlar yaratmak için kullanılabilir. Son olarak, bu senenin çalışma döngülerimizi tamamen değiştirmekle ilgili olduğu bir sır değil” ifadelerine yer verdi.

COVID-19’un birçok şirketin çalışma şekillerini yeniden düşünmeye zorladığını dile getiren Krieger, “Ama ben değişimin daha yeni başladığı kanısındayım” dedi.

DR. ÖZ: “AŞI İLERDE KANSER TEDAVİSİNDE DE KULLANILABİLİR”

İnovasyon Haftası’na katılan ünlü Kalp Cerrahisi Prof. Dr. Mehmet Öz, koronavirüsü ve virüsle nasıl mücadele edildiğini, virüsle mücadelede gelinen noktayı, aşı çalışmalarını, aşının etkisinden, virüsün hayatımızı nasıl değiştireceğini, virüsten etkilenmemesi için yapılacak çalışmaları ve alınacak önlemleri, pandemi sürecinde inovasyonun nasıl önem kazandığını anlattı. Dr. Öz, “Türk asıllı Özlem Türeci ve Uğur Şahin, genetik teknolojiyi kullanarak COVID-19 aşısını geliştirdi. Bu yeni yaklaşım, ilerde kanser tedavisinde de kullanılabilir. mRNA aşısının çalışma sisteminden kısaca bahsetmek gerekirse; özel yürütülmüş mRNA yani genetik molekül, hücrelerin içine enjekte ediliyor ve vücutta düşük dozda koronavirüs proteinleri üretilmesini sağlıyor. Bağışıklık sistemi de bu proteinlere karşı antikor üretip



Prof. Dr. Mehmet Öz
Kalp Cerrahisi

kişiyi virüse karşı koruyor. Böylelikle virüs bizi etkilemeden onu ortadan kaldırıyoruz. Bugüne kadar görülmüş yüzde 95 oranındaki başarı, bana sorarsanız salgının başından beri en ümit verici gelişme” dedi.

“GELECEKTE HAYATIMIZIN PARÇASI OLACAK”

Dr. Öz şöyle devam etti; “Hepimiz aslında hijyenin hayatımızdaki önemini ne kadar fazla olduğunu öğrendik. Salgın süresinde ellerimizi yıkamak, maske takmak alabileceğimiz en basit ve en etkili önlemler oldu. Ancak virüsleri ortadan kaldıran iyi filtre ve havalandırma sistemleri ile UV ışığı teknolojisi, gelecekte hayatımızın parçası olacak. Hava yolları artık uçaklarda COVID-19’u yüzde 99 ortadan kaldıran teknoloji kullandıklarını söylüyor. Amerikan Savunma Bakanlığı ile asgari düzeyde yapılan güvenlik testlerinde bunu gerçekleştirdiler. Altı ay boyunca 38 saat uçuş ve 45 saat yer hizmeti içeren 300’den fazla test yapıldı. 180 milyon florasan parçasını püskürtmek için özel programlanmış mankenler kullandılar. Bu gerçek hayatta pek mümkün olmayacak binlerce öksürüğe eş değer. Araştırmalar şunu gösterdi; koltuğunuzda maskeli oturduğunuzda enfekte partiküller, ortamın yüzde 0,003’ünün bulunduğu alandan geçiyor. Bu, inanılmaz ufak bir miktar. Uçuş sırasında ise bu parçaların neredeyse yüzde 100’ü, altı dakika içerisinde hava filtreleri sayesinde temizlendi. Gelecekte aynı teknolojiler ofis ve evlerde kullanılabilir.”

Paneller dahil
103 konuşmacının
olduğu tüm
çekimlerin sonucunda
oluşan görüntüler 10
terabayt’a ulaştı.

TİM-TEB
Girişim Evi’nden
19 proje, İnovaLİG,
İnoSuit ve İnovaTİM’den
15 projenin başarı
hikayeleri anlatıldı.

İnovasyon
Haftası, dijital
kanallarda yüksek
izleme oranlarına ulaştı
ve ilk gün 550 binin
üzerinde etkileşim
gerçekleşti.



HİZMET İHRACATINDA İNOVASYON

İlk gün yer alan panellerden Hizmet İhracatında İnovasyon sağlık, eğitim, dizi-film, bilişim ve yapı sektöründen konukların katılımıyla gerçekleşti. Panelde Senarist ve Yapımcı Mehmet Bozdağ, AÇE Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Çelik, Akınor Kurucu Ortağı ve Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Emre Sarı ve Suryapı Yönetim Kurulu Başkanı Altan Elmas yer aldı. Bozdağ, "Pandemi sürecinde yurt dışına diziler yaptık. Özbekistan'a bir dizi yapıp gönderdik. Şu anda bir Orta Doğu ülkesi için dizi çalışmalarımız devam ediyor" dedi. Elmas ise, "Sektör olarak hedefimiz 10 milyar dolardı. Ancak pandemi süreci bu hedeften sapmamıza neden oldu. Çin, Vietnam ve Tayvan'ın dahil olduğu Uzak Doğu ülkelerinin pandemiye erken yakalanıp, erken çıkması bize nisan mayıs aylarında olumlu yansıdı" diye konuştu. Çelik de Türkiye'nin, sağlık alanında son yıllardaki önemli çalışmaları, altyapısı, hastaneleri, kapasitesi, doktorları ile çok önemli bir yere geldiğini dile getirdi. Ahmet Emre Sarı ise "Genel bilişim sektörünün 2018-19 dönemindeki genel büyüme oranlarına ve teknoloji geliştirme bölgelerindeki şirketlerin büyüme oranlarına bakıldığında, bir dönüşüm sürecinin başladığını da görüyoruz" şeklinde konuştu.

Sağlık, eğitim, dizi-film, bilişim ve yapı sektöründen konukların katılımıyla gerçekleştirilen 'Hizmet İhracatında İnovasyon Paneli'nde, hizmet sektöründe Türkiye'nin payını artırması için neler yapılabileceği, izlenebilecek yol haritaları ve inovasyonun bu pay içindeki yeri masaya yatırıldı.



İlker AYÇI

THY Yönetim Kurulu ve İcra komitesi Başkanı

150 MİLYAR DOLARLIK HİZMET İHRACATI İNOVASYON İLE MÜMKÜN

Türkiye ekonomisinde önemli gelir kalemlerinden biri olan hizmet sektörünün ortaya koyduğu başarıları daha da ilerletmek adına inovasyonun önemine değinen THY Yönetim Kurulu ve İcra Komitesi Başkanı İlker Ayçi, 150 milyar dolarlık hedefin ancak inovasyon endeksli yaklaşımla gerçekleştirilebileceğine dikkat çekti. THY'nin de katma değeri artırmak ve orta vadede hedeflenen 150 milyar dolarlık hizmet ihracatına ulaşmak adına inovasyon ekseninde hareket ettiğine değinen İlker Ayçi, "İnovasyon denildiğinde akıllara insansız fabrikalar, robotlar, teknolojik ürünler geliyor; fakat inovasyon bunların çok daha öncesinde ve dışında başlıyor. İnovasyon önce iş yerinde, iş kültüründe, pazarlamada ve müşteri ilişkilerinde başlıyor. Halihazırda var olan şeyleri yeni bir şekilde değiştirmek, farklılaştırmak da inovasyondur. Dolayısıyla inovasyon hem yenilik ortaya koymakken hem de yenilemek demek. İşte, bu tarz bir yaklaşımla, hizmet sektörümüze bakacak olursak, pazarlamadan iş yapış biçimlerimize, çalışan ilişkilerimizden üretim süreçlerimize dek inovasyonu çok farklı alanlarda uygulamamız mümkün" dedi.

Dünya ve Türkiye'deki yeni gelişen eğitim modelleri, eğitim süreçlerinde inovasyonun yeri ve pandeminin eğitim süreçlerinde yarattığı dönüşümler Eğitim Paneli'nde konuşuldu.

EĞİTİM SÜREÇLERİNDE İNOVASYONUN YERİ

Eğitimde İnovasyon Paneli'nde ise Next Akademi Kurucusu Levent Erden, Bahçeşehir Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Şirin Karadeniz ve Altınbaş Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Çağrı Erhan konuşmacı olarak yer aldı. Erhan, pandemi sürecinde yıllardır belki de sadece kafamızda simüle ettiğimiz, gerçek anlamda paydaşlarımızı ikna edemediğimiz pek çok konuda büyük kazanımlar elde ettiğimizi ve pandemi sonrası dönemde girişimci, inovatif üniversite eğitim anlayışının dünyada ve Türkiye'de yeni bir çığır açacağını düşünüyorum" ifadelerine yer verdi. Erden ise "Bugün okullar ve şirketler için de pandemiye gördük ki, bu sabit kıymetlerin bir baş derdi var. Milyar dolar seviyesindeki binaların hiçbir işe yaramadığı, koca koca binalara yılın altı ayı ve günün sekiz saati kullanmak için yapılan yatırımın, enerjinin ve paranın gerek eğitimde gerek şirket yaşamında daha doğru kullanılabileceği konuları öne çıktı" diye konuştu. Karadeniz de şunları söyledi: "Öncelikle öğretim teknolojileri uzun yıllardır inanılmaz bir gelişim içerisinde ama burada önemli olan tasarımın nasıl olacağı. Yani her şeyi teknolojiye ya da muhteşem içeriklerden beklemek yerine, aslında öğrenme deneyimini nasıl tasarladığımız da çok önemli. Burada teknoloji, ister projeksiyon ister online senkron araçlar ister platformlar olsun esas öge tasarımdır. Artık bu pandemi süreci ile beraber anneler ve babalar da eğitimin ne olduğunu anlamaya başladılar ve eğitime ilişkin beklentiler de değişti. O yüzden artık çeşitli araçlardan ziyade o öğrenme deneyiminin çok yönlü olarak ve farklı yetkinlikler için nasıl tasarlanacağı biraz daha ön plana çıktı diyebiliriz."



"TÜRKİYE'DEKİ TÜM KURULUŞLAR DİJİTAL BOZULMAYLA KARŞI KARŞIYA"
New York, Cornell Üniversitesi'nde işletme profesörü olarak görev yapan Soumitra Dutta, Türkiye İnovasyon Haftası'nda sunum yapmaktan dolayı büyük bir onur duyduğunu ifade ederken, "Bence Türkiye'deki tüm kuruluşlar dijital bozulmayla karşı karşıya. Özellikle küresel organizasyonlarla rekabet ediyorsanız, başka seçeneğiniz yok, dijital bozulma ile yüzleşmelisiniz. Organizasyon tasarımınızın bu yıkıcı değişimle başa çıkmaya uygun olmayabileceğini anlamalısınız ve bu sizin hatanız değil" ifadelerini kullandı.



Prof. Dr. Kevin CURRAN
Ulster Üniversitesi
Siber Güvenlik Profesörü

CURRAN'DAN GÜVENLİK TÜYOLARI
Ulster Üniversitesi siber güvenlik profesörü ve teknoloji iletişimcisi olarak görev yapan Kevin Curran ise internet güvenliği noktasında çarpıcı bilgiler paylaştı. Curran, "Son yıllarda öğrendiğimiz bir şey varsa o da şirketlerin verilerimizi güvenceye alamadıklarıdır" ifadesiyle sözlerine başlarken, "Peki neden veri ihlalleriyle ilgili böyle bir problem söz konusu? Çok basit olarak söyle, elimizde bulunan bulutta şifrelenmemiş olan veriler ve hatta şifrelenmiş olan veriler, bazen şifreler sızdırılıyor ve insanlar da o verilere erişebilir hâle geliyor. Homomorfik şifreleme denen yeni teknoloji bunun üstesinden gelebilmekte; fakat ne yazık ki şirketler henüz bu teknolojiyi incelememiş ve bertaraf etmediler ama muhtemelen gelecekte veri ihlali dalgasına bir dur demek için yapabileceğimiz şeylerden biri bu" diye konuştu.



“ZOOM TOPLANTILARI YÜZ ESTETİĞİNİ ARTIRDI!”

Türkiye'nin en iyi plastik cerrahlarından olan Dilek ve Yakup Avcı çifti, Türkiye İnovasyon Haftası'nın ağırladığı isimler arasında yer aldılar. Türkiye'nin estetik operasyonlarda küresel bir üs olduğuna dikkat çeken çift pandemi döneminde 'Zoom' ve benzeri uygulamaların yüz estetiğine talebi artırdığına dikkat çekti. Op. Dr. Yakup Avcı ise pandeminin ardından estetik cerrahi uygulamalarında patlama yaşanacağını ifade etti. Dilek Avcı, "Pandemi de bize şunu gösterdi ki, Türkiye sağlık sektöründe dünyada gerçekten lider ülkelerden biri. İnsanlar kendilerini Türkiye'de güvende hissediyorlar" dedi. Yakup Avcı ise estetik cerrahi alanında geliştirdiği, dünya çapında üne sahip olan inovatif ürünlerden "3. Kol" hakkında şu bilgileri verdi: "Endoskopik cerrahi konseptini '3 Kol Tasarımı' üzerine oturttum. Bir cihaz düşünün, endoskopi sistemini taşıyor ameliyathanede ve sizin üçüncü kolunuz gibi hareket ediyor. Normalde bu cihazın yerine üç hemşire gerekiyor ama bu cihaz ile hemşire ihtiyacınız azalıyor."



Sacha WUNSCH-VINCENT
Küresel İnovasyon Endeksi Editörü

“TÜRKİYE İNOVASYONDA İYİ BİR YERDE”

Cenevre'de Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü Global İnovasyon Endeksi Editörü olan Sacha Wunsch-Vincent, İnovasyon Haftası boyunca Türkiye'de olmaktan ve tecrübelerini paylaşmaktan büyük mutluluk duyduğunu ifade etti. Sacha Wunsch pandeminin küresel inovasyon üzerindeki etkisine değinip Türkiye'nin global inovasyonda illeri bir noktada olduğuna dikkat çekerken, "Pek çok ülke, ekonomik krize rağmen inovasyona harcayacak kaynaklara sahip değil" dedi.

İNOVASYON VE YERLİ SOLUNUM CİHAZI

Sağlıkta İnovasyon Paneli'nde ise Arçelik Üretim ve Teknolojiden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Oğuzhan Öztürk, ASELSAN-UGES Ürün ve Ürün Yönetimi Direktörü Arzu Canlı, Ümraniye Eğitim ve Araştırma Hastanesi-Robotik Cerrahi ve Böbrek Nakli Şefi Doç. Dr. Eyüp Veli Küçük, Üsküdar Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Nöropazarlama Anabilim Dalı Başkanı Prof. Dr. Sinan Canan ve Tıp Doktoru, BWISE ve BeWell Kurucusu, Sağlık Fütüristi Dr. Cenk Tezcan konuşmacı olarak yer aldı. Yerli solunum cihazı ile ilgili Öztürk, "Bunu en hızlı üretebilecek şirket olarak dört şirket bir araya geldi. İlk defa bir sağlık cihazı ürettiyorduk ve entübe bir hastada cihaz tümüyle hasta adına fonksiyonları yerine getirdiği için bütün kalite sistemi ve sağlık gereci üretimi için gerekli olan çalışmalarını bitirdik" dedi. Arzu Canlı da hep beraber bu pandemi döneminde inovasyon yarattıklarını belirterek, "İnovasyon zaten kısıtlardan ve ihtiyaçlardan doğar. İkisinin de kaynağı pandemiydi" diye konuştu.





BAĞIMSIZ SAVUNMA SANAYİİ

Yeni Nesil Milli Ekonomi ve İnovasyon konulu panele katılan Kale Grubu Başkan Yardımcısı ve Teknik Bölüm Başkanı Osman Okyay, savunma ve havacılık sektörlerinde yaptıkları önemli çalışmalardan, yerli ve milli ekonomiye olan katkılarından söz etti. Okyay, “Aslında ülke için neden savunma sanayii ile başlamak daha doğru. Ülke için savunma sanayi konusunun üç ana sebebi olduğunu düşünüyorum. Bunlardan bir tanesi savunma sanayi; Ar-Ge ve teknoloji kaynağı. İkincisi savunma sanayi, ulusal bağımsızlığın yolu, üçüncüsü ise refah ve zenginlik. Üçüncüden başlamak gerekirse bugün dünyanın en büyük 10 ekonomisinde yedi tanesi, aynı zamanda dünyanın en büyük savunma ve havacılık sanayine sahip. Ulusal bağımsızlığın yolu dememin sebebi; savunma sanayiinde bağımsız değilseniz, milli ve bağımsız bir sanayiniz yoksa dış politikanızda da ve birçok alanda da sınırlamalara tabiisinizdir. Ar-Ge ve teknoloji diyecek olursak da bugün hayatımıza girmiş birçok ürünün, aslında çıkış kaynağı savunma ve havacılık. Dolayısıyla Ar-Ge ve inovasyonun kaynağı savunma ve havacılık sanayidir” dedi.



Prof. Dr. İsmail DEMİR
T.C. Savunma Sanayii Başkanı



Dr. Ali Taha KOÇ
Cumhurbaşkanlığı Dijital
Dönüşüm Ofisi Başkanı

“TEKNOLOJİLER YENİLENİYOR”

Savunma Sanayii Başkanı Prof. Dr. İsmail Demir, İnovasyon Haftası’ndaki konuşmasında savunma sanayisindeki yerli ve milli üretimin önemine vurgu yaptı. Demir, “Savunma sanayimiz sadece bugünün muharebe ortamına değil, geleceğin harp teknolojilerini şimdiden değiştirmek üzere çalışmaya devam ediyor. Bunlar arasında elektromanyetik silahlar ve lazer silah sistemlerini sayabiliriz. Stratejik ve taktik düzeylerde güvenlik güçlerimizin ihtiyaç duyduğu her türlü mühimmat, güdümlü kiti ve füzelerimizin üretimleri yerli ve milli olarak yapılıyor. Uydu çalışmalarımızın yanı sıra uydularımızı uzaya gönderecek fırlatma sistemlerimizin çalışmalarına devam ediyoruz. Hibrit uzay roket motoru, projemizi fırlattığımız sondaj roketinin uzay sınırı kabul edilen 100 kilometreyi geçerek uzaya çıkan ilk Türk aracı olması açısından çok önemlidir. Portatif ve alçak irtifa hava savunma sistemlerimizi yerli ve milli olarak geliştirdik. Orta ve uzun menzilli hava sistemleri üzerinde çalışmaya devam ediyoruz” şeklinde konuştu.

“ORTAK DİJİTAL GELECEK”

Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi Başkanı Ali Taha Koç ise Türkiye’nin güçlü altyapı, güçlü insan kaynağı, güçlü ihracat, güçlü ekonomi, güçlü Türkiye olmak üzere kısaca 5G olarak tarif edilen hedeflerinden bahsederek güçlü Türkiye’nin yolunun başta kamu olmak üzere tüm alanlarda dijitalleşmeden geçtiğini söyledi ve ‘dijital geleceğimizi birlikte inşa etmeliyiz’ çağrısı yaptı. Koç, “Artık sadece kamu hizmetinin elektronik ortama taşınmasını değil kamu verisinden daha fazla değer üretmeyi konuşmalıyız. Kamu sektöründe veriye dayalı bir kültür oluşturmak amacıyla kamu kurumlarımızın tüm verilerine ilişkin standart ve tanımlamaların yer alacağı Ulusal Veri Sözlüğü çalışmalarını başlattık. Açık Veri Portalı üzerinde de çalışmaktayız” dedi.



Sektöründe büyük başarılar yakalamış ve Türkiye ekonomisine ihracatta sağladıkları katma değer ile güç kazandırmış olan sektörlerin önde gelen isimlerinin yer aldığı İhracatta İnovasyon Panelinde, ihracatın ülkenin geleceği olduğu ve katma değerli ihracat için de inovasyonun bir mecburiyet olduğu vurgulandı.

"İHRACATTA İNOVASYON ARTIK MECBURİYET"

Sektörlerinin önde gelen isimlerinin yer aldığı İhracatta İnovasyon Paneli de İnovasyon Haftası'nda gerçekleştirildi. Arzum Elektrikli Ev Aletleri A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı, Kibar Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kibar, Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçoğlu ve Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu, TUSAŞ Genel Müdürü Prof. Dr. Temel Kotil panelde yer aldı. Kolbaşı, "Bu topraklar Osmanlı döneminde 700 milyonluk bir nüfusa ulaşmış. Bizim böyle bir ayak izimiz var. Biz bu değerlere sahip çıkarsak, bu değerlerle birlikte markaların duruşunu ve kültürünü teknoloji ile birleştirebilirsek inovasyonu başarabileceğimize inanıyorum." dedi.

"PLANLI HAYALLER İNOVASYONDUR"

Kibar ise "Artık açık bir şekilde inovasyon ve paylaşımlı Ar-Ge projeleriyle ortak fayda sağlama modellerine geçildi. Yani şirketler kendi bünyelerinde geçmişten günümüze kadar gelen uzmanlıkları ile dışarıdaki bilginin birbirlerine entegre edildiği ve birbirlerinin inovasyon potansiyelini artırmayı hedefleyen entegre yapılarla evrilmek durumunda" şeklinde konuştu. Orakçoğlu, "Her şeyden önce şunu



M. Gürçan KARAKAŞ
TOGG, CEO

YERLİ VE ELEKTRİKLİ OTOMOBİLLER

Türkiye'nin Otomobili Girişim Grubu (TOGG) CEO'su Mehmet Gürçan Karakaş, yerli otomobil projesi ile ilgili son gelişmeleri anlattı. Otomobilin yakın zamanda telefonlar gibi bir dönüşümden geçip tamamen akıllı hale geleceğini söyleyen Karakaş; "Tüm haklarıyla bize ait, tamamen özgün ve milli, yerlilik oranı üst seviyede, sonradan değil doğuştan elektrikli otomobil üretimi için planlarımız doğrultusunda çalışmayı sürdürüyoruz. Projemiz hedeflerimize uygun ilerliyoruz. Bu teknoloji platformunu oluştururken 2022 yılında Avrupa'daki NCAP'ten beş yıldız sertifikasını hedefliyoruz, bunun üzerinde çalışıyoruz" diye konuştu.

diyorum; planlanabilen hayaller inovasyondur. Çok yönlü bakmak lazım. Global rekabetin içinde Türk markaları da rekabeti öğrendi. Dünyanın her yerinde, dünyanın nabızı gibiyiz. Biraz da şu geçici dönemleri bir tarafa bırakarak geleceği planlama konusunda TİM'e de teşekkür ediyorum. 2023'te dünya, Türk markalarını daha çok konuşacak" ifadelerini kullandı.

YERLİ SAVAŞ UÇAĞI 2023'TE HAVADA

Kotil ise "Oturmuş sistemlerde yeni icat çıkarmamız gerekiyor. Ama benim eğitimim biteli çok oldu. TUSAŞ olarak çok projemiz var. Hürkuş'u, milli helikopteri yapıyoruz, atak helikopterimiz var, İHA'lar, uydular yapıyoruz. Bizim aslında eski köye yeni adet getirme mecburiyetimiz var. Beşinci nesil savaş uçağı yapıyoruz. 2023 yılı 18 Mart'ta motor çalıştıracak. Söyleyince hikâye gibi geliyor. Biz bunu inovasyonla yapacağız. Ebiçlioğlu, "Bu dönemde bilimin önderliğini ve liderliğini tekrar keşfettik. Biz rekabetçilikten, global oyunculuktan bahsediyorsak zaten inovasyonu hayatımızın, iş yapış tarzımızın her noktasında ele alıyor olmamız lazım. Satın almada da satış sonrası servislerimde de ürünümüzde de inovasyona açık olmamız lazım. Bütünsel bir çalışma gayreti gerektiriyor."



Ray KURZWEIL

Mucit, Yazar, Fütürist

“2030’DA İŞINLANACAĞIZ”

Türkiye İnovasyon Haftası’na ABD’li ünlü fütürist ve mucit Ray Kurzweil de katıldı. Gelecekle ilgili ön görülerde bulunan Kurzweil yaptığı konuşmada, “2030’larda insan ve makine, gerçek ve sanal gerçeklik veya iş ve oyun arasında net bir ayırım olmayacak. Akıllı nanorobotlar çevreye, vücudumuza ve beynimize derinlemesine entegre olacak, tam sanal gerçeklik sağlayacak, sinir sistemindeki tüm duyuuları birleştirecek, ışınlama deneyimi yaşayacak ve insan zekasını artıracak. 2040’lara geldiğimizde insan zekasını bir milyar çoğaltacağız. Sadece zekamızı geliştirerek dünyanın en büyük zorluklarını çözebileceğiz” şeklindeki öngörülerini paylaştı.

AMAZON TÜRK İHRACATÇILARA YÖNELİYOR

Kurumsal İlişkiler Enstitüsü Genel Sekreteri Dr. Ceyhan Emre Doğru, COVID-19 sürecinin tedarik zincirleri üzerindeki etkisini ve küresel ticaret ile inovasyon ilişkisini değerlendirdi. Doğru, küresel ticaret ile inovasyonun birbirinden ayrılmayan iki kavram olduğuna dikkat çekerken, COVID-19 salgınıyla birlikte, küresel ekonomi de dahil olmak üzere, tüm dünya üzerindeki ilişkilerin birbirleriyle ne kadar bağlantılı olduğunun çok net bir şekilde farkına varıldığını ifade etti.



Prof. Dr. Aykut ÖZDARENDELİ

Erciyes Üniversitesi Aşı Araştırma Geliştirme Merkezi Müdürü

YERLİ COVID AŞISI VE İNOVASYON

Yerli koronavirüs aşı çalışmalarını başarıyla yürüten Erciyes Üniversitesi Aşı Araştırma ve Geliştirme Merkezi (ERAGEM) Müdürü Prof. Dr. Aykut Özdarendeli, önce koronavirüs kaynaklı pandemilerin tarihçesi hakkında bilgiler verdi, sonra da koronavirüs pandemisine yönelik yürütülen aşı çalışmalarının güncel durumunu paylaştı. Özdarendeli, Erciyes Üniversitesi’nde yürüttükleri çalışmalar sonucunda ikinci doz aşılama Faz-1 kapsamında bitirdiklerini belirterek, “Bundan sonra yaklaşık üç haftalık bir süre içerisinde 21. gün, 35. gün ve 43. günlerde alınacak kan numuneleri ile birlikte aşının etkin olup olmadığı, antikor oluşup oluşmadığı ortaya konulacak. Bu gönüllüler bir yıl boyunca takip edilecek.



Umut YILDIZ

NASA / JPL, Astrofizikçi

NASA’DAN İNOVASYON HAFTASI’NA

Amerikan Ulusal Havacılık ve Uzay Dairesi’nde çalışmalarını sürdüren Astrofizikçi Dr. Umut Yıldız ise İnovasyon Haftası’nda şunları söyledi: “Bugüne kadar insanlığın ürettiği bilgiden daha fazla şeyi son 100 yılda üretmiş olduk. O nedenle hayatımıza inovasyonu katmamız gerekiyor. Kattığımız inovasyonla da kendimizi geliştirmemiz gerekiyor çünkü geliştirdikçe zamana ayak uydurabileceğiz. Biz ve bizden önceki insanlar uzay teknolojilerini ulaşılamaz olarak gördürdü ama uzay teknolojileri ve uzaya çıkış çok daha ucuzlaştığında örneğin Uzayda bir otel kurulabilecek. Bu otelde çalışan insanlar ise astronotlar olacak. Yani bu şekilde farklı farklı mesleklerde devamı gelecek.”

Doğru, Amazon Avrupa ve Türkiye Kamu Politikaları Direktörü Eirini Zafeiratou’ya da İnovasyon Haftası ile ilgili görüşlerini sordu. Zafeiratou, çevrim içi ticaretin tüm şirketlere eşit fırsatlar sunduğunu ifade ederken, “Küçük ve büyük şirketler, kentsel alanlarda ve kırsal alanlarda bulunan şirketler, yurt dışındaki çok uzak kitlelere ve müşterilere ulaşmak için çevrim içi ortamı kullanabiliyor. İşte bu yüzden, Amazon’daki inovasyon çabalarımız, bu çok uzaktaki müşteri pazarlarını çok düşük maliyetlerle Türk ihracatçılarına getirmeye odaklanıyor” diye konuştu.





SOSYAL MEDYA DETAYLARIYLA KONUSULDU

Sosyal Medyada İnovasyon isimli panel Kıvanç Talu, Emrah Yayıcı ve Hasan Kızıl'ın katılımı ile gerçekleşti. Aslında sosyal medyanın hayatımızdaki varlığının iki türlü şekillendiğine

dikkat çeken Talu, "Bunlardan bir tanesi gerçekten pek çok şeyi çok daha kullanışlı ve çok daha avantajlı hale getiriyor olması. Bu, gerçekten inovatif adımlar atmak için de insanın hislerini ve duygularını yansıtabilmesi için de büyük bir şey" dedi. Kızıl ise "Sosyal

medya içine düştüğün bir portal. Burası bambaşka bir yer, dengede durman gerekir" ifadelerine yer verdi. Yayıcı şunları söyledi, "Sosyal medya birlikte bir şeyler paylaşmak istediğimiz ya da paylaşabileceğimiz insanlarla bizi hızlı bir şekilde bir araya getirebilme özelliğine sahip" ifadelerini kullandı, punğilde sdn oluruk söz alan isimlerden Kıvanç Taluise şunluru söyyledi: "Sosyal medya, bugüne kadar görülmemiş, inanılmaz bir rekabet alanı hem kurumsal hem de bireysel anlamda ve bu rekabeti yaratanlara da bu platformların kendi algoritmaları zaten. Ve bu rekabete artık herkes dahil olmuş durumda."

İNOVASYONLA DAHA HIZLI HABER

Yeni medya ve sektörün yaşadığı değişim süreci Medyada İnovasyon panelinde ele alındı. Panelde Adadolu Ajansı (AA) Finans Haberleri Editörü Yılmaz Yıldız, Ekonomi Gazetecileri Derneği (EGD) Başkanı Celal Toprak, İhlas Haber Ajansı (İHA) Genel Yayın Koordinatörü İrfan Altıkardeş, Sabah Yazı İşleri Müdürü Şaban Arslan ve CNN Türk İstihbarat Şefi Nihat Uludağ tecrübelerini paylaştı. Yıldız, "Podcast'ler, newsletterler, video haberler ve sayamayacağım birçok yenilik var" derken, Toprak ise "Haberlerin dijitalleşmeyi çok



iyi kullandığını vurguladı. Altıkardeş ise, "Haberleri daha çabuk çıkartıyoruz, daha hızlı sunuyoruz, servis ediyoruz" dedi. Arslan da şunları söyledi, "Biz bu mesleğe daktiloyla başladık. Tam bu işin göbeğindeyiz medya mensupları olarak ve bu

değişimleri çok radikal olarak yaşadık. Türkiye 2000'lerden sonra teknoloji anlamında, inovasyon anlamında, dijitalleşme anlamında daha önce Batı'da gördüğümüz şeyleri kendisi üretiyor. Şu anda birçok Avrupa ülkesinden öndeyiz."



SPORUN İNOVATİF HALİ; E-SPOR

Sporda İnovasyon panelinde bir araya gelen Türkiye Esport Federasyonu Kurucu Başkanı Alper Afşin Özdemir, Blaze Esport Kurucusu, Girişimci Bora Koçyiğit ve Spor Psikoloğu, Akademisyen Arda Coşkun sporda

yaşanan gelişmeleri ve e-sporun son yıllardaki hızlı yükselişini konuştu. Özdemir, E-spor farkındalığının her geçen gün arttığını dikkat çekti. Koçyiğit ise, "E-spor stadyum gibi fiziki destekler gerektirmeyen bir yapıda olduğundan aslında devlete destek

sunmuş oluyoruz. Yarattığımız şey katma değer. Diğer yandan gençlerin takım çalışmasına yönelik ciddi katkılar sağlayacaktır. Onun yanında bir takıma ait olmak, bir amaca hizmet etmek duygusal olarak güçlenmelerini sağlayacaktır." diye konuştu. Arda Coşkun ise şunları söyledi: "Sporcuların kaygı, stres kontrolünde çok iyi olması gerekiyor. Bir sorunla karşılaştıklarında buna çok hızlı bir şekilde çözüm üretebilmesi gerekiyor. Hatada kalmaması gerekiyor. Oyun içerisinde bir hata yaptığı zaman ona odaklanıp sürekli o anda kalmaması, tekrardan dönebilmesi, yeni bir sayfa açabilmesi gerekiyor."



PANDEMİ, DİJİTAL İNOVASYONA BÜYÜK BİR FIRSAT SUNDU

Dijitalde İnovasyon adlı panel, alanında uzman isimleri bir araya getirdi. Dijitalleşmenin, inovasyonun ve ihracatın konuşulduğu panelin ana mesajı ise pandemi döneminin mevcut dijital inovasyon çalışmalarına hız kazandırması oldu. Panele ION Academy Kurucusu Ali Rıza Ersoy, General Electric Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Canan Özsoy, Redesign Business Kurucu Ortağı Yiğit Kulabaş, TÜBİTAK – BİLGEM (Bilişim ve Bilgi Güvenliği İleri Teknolojiler Araştırma Merkezi) Uluslararası İş Geliştirme Takım Lideri

Dr. Çağatay Karabat katıldı. Özsoy, “Hep soruyorlar “İşler bu kadar dönüşürken insan ortadan yok mu olacak.?” Hayır. İnsan her şeyin merkezinde. İnsanların rolleri, yaptıkları işleri ve yetkinlikleri değişiyor. Yapılan araştırmalara göre; evet 6 milyon küsur iş kaybı olacak ama yerine de 8 milyon iş yeri gelecek. Dijital dönüşüm, 1,4 milyonluk yeni iş yaratacak ama o işleri yapmak için insanların bugünkünden farklı yeteneklere ihtiyacı var. Çok önemli bir soru bu. Türkiye'nin geleceği ihracat bunu hepimiz biliyoruz. Çok da güzel bir ivme yakaladık. Her zaman böyleydi ama geçtiğimiz iki-üç yılda daha belirgin

ve ölçülebilir bir ivmemiz oldu” dedi.

Ersoy ise, “Kilit kelime ihracat. Peki, ben nasıl yapacağım da bugüne kadar yapamadığımı yapabilir hâle geleceğim.” İnovasyonu teknolojiyle besleyeceğiz. Karabat ise “İnovasyon kavramında, bizim öngördüğümüz şey değişim” dedi. Kulabaş ise şunları söyledi: “Endüstri 4.0’la birlikte şirketlerin birbirleriyle entegre şekilde çalışabildiği bir düzene doğru gidiyoruz. Güzel olan nokta o ki artık herkes daha dijitalleşmiş durumda. Dijital liderlerin yönettiği şirketlerde, ihracat sürecinin de çok daha güçlü ve etkili olacağına inanıyorum.”

“İŞLERİ ROBOTLAR MI ALACAK?”

UiPath Avrupa Başkan Yardımcısı Tansu Yeğen yaptığı konuşmada değişen dünya, yazılımın iş dünyası ve hayatımıza etkileri, yapay zeka, otomasyon, büyük veri ve 5G konuları üzerinde durdu. Yeğen, “Robotlar geliyor ve size burada iki şey belirtmek istiyorum. Robotlar işlerimizi alacak mı sorusunu çok soruyorlar bana. Alabilirler ama doğru becerileriniz varsa daha da iyi bir kariyeriniz olabilir. Yapay zekâ önümüzdeki 10 yılın en önemli iş fırsatı. Robotlar 2025'te 97 milyon yeni iş meydana çıkaracak ve 85 milyon iş ise yok olacak. Biz 2025 yılında yarı yarıya bir oranda robotlarla işleri paylaşacağız. Çalışanlarımızın yüzde 50'sinin becerilerini önümüzdeki beş yıl içinde güncellemek zorunda. Bireysel anlamda lütfen yapay zekâ ve yeni teknolojiler konusunda çalışmaya başlayın. Eğer bir yöneticiyseniz aynı yurt dışındaki şirketlerin yaptığı gibi şirketinizde çalışanların becerilerinin artması yönünde programları bir an önce başlatın” dedi.



Tansu YEĞEN
UiPath Avrupa Başkan Yardımcısı

“YAPAY ZEKA AVANTAJ SAĞLAYACAK”

Chooch Intelligence Technologies CEO'su Emrah Gültekin, 2015 yılında Türk ortağıyla birlikte Silikon Vadisi'nde kurdukları yapay zeka geliştirme şirketinin faaliyet alanları hakkında bilgi paylaştı. Gültekin; “Türk firmalarının yapay zeka konusunda gelişim sağlaması için yanlarında olmayı çok önemsiyoruz” diyerek yakın zamanda Türkiye’de bir Ar-Ge merkezi açacaklarını söyledi. “Uygulamalı ileri teknolojilerde yoksak hiçbir yerde var olamayız” diyen Gültekin, “Bu sebeple bu değerli organizasyona beni de davet ettikleri için başta Başkan İsmail Gülle olmak üzere tüm ekibe teşekkür ederim. Yapay zekayı her yerde duyuyoruz, gerçekte nedir, biraz bu konuda bilgi vermek istiyorum. Yapay zeka sağladığı verimlilik ve hızla kurumlara rekabet yolunda çok fazla avantaj sağlıyor, daha da sağlayacak” ifadelerine yer verdi.

“Gelecekte asla kopmayalım”

Sanat ile teknolojiyi harmanlayarak tasarladığı projelerle adından söz ettiren Refik Anadol, İnovasyon Haftası'nda yaptığı konuşmada, “Gelecekte asla kopmayalım, hayal kurmayı bırakmayalım” dedi.

Hayallerinin peşinden Los Angeles'a giden ve orada kurduğu atölyesinde sanatla yapay zekayı birleştirerek projeler üreten Refik Anadol, “Sanatın da artık eski kalmaya başladığı zamanlar oluyor. Özellikle yeni jenerasyon akıllı telefon ve daha birçok bilişim sistemleri teknolojileri sayesinde aradıkları bilgiye çok daha hızlı biçimde ulaşıyor. Bu da ilgimi çekiyor. Tasarım bir probleme

çözüm iken sanat bir problemi bir soru olarak tanımlıyor. Yaptığım işlerde insanlığın teknolojiyi nasıl kullandığını hep ön plana koydum. Yapay zeka gerçekten de muazzam potansiyeller taşıyor. Teknoloji ve inovasyon birbiri üzerine eklenerek ortaya çıkan bir dünya. Bunu hayal gücüyle birlikte düşündüğümüzde evrenimiz genişliyor. Gelecekte asla kopmayalım, hayal kurmayı bırakmayalım” şeklinde konuştu.



Refik ANADOL

Medya Sanatçısı, Tasarımcı



Elise QUEVEDO

Yazar ve Küresel Düşünce Lideri

QUEVEDO: “SOSYAL MEDYA ÖNEMLİ BİR İŞ ARACI OLDU”

Konuşmacılar arasında yer alan Yazar ve Küresel Düşünce Lideri Elise Quevedo; dijital dönüşümde en çok kullanılan beş teknolojiye söz ederek, “Bu yılki zorluklardan bağımsız olarak, bağlantı ve sosyal iletişim hem iş hem de kişisel yaşamımızda çok önemli olduğuna hemfikir olmalıyız. Sosyal medya, internet, büyük veri, bulut bilişim ve yapay zeka. Gördüğümüz gibi, sosyal medya sadece kitlenize içerik sunmaktan çok daha fazlasıdır. Bu, uzun vadeli stratejilerin bir parçası olarak dahil edilmesi gereken en iyi araçlardan biridir. Gerçek şu ki, sosyal medya daha önce de belirttiğim gibi önemli bir iş aracı haline geldi. İnovasyon olmaya devam ediyor çünkü yıldan yıla gelişmeye devam ediyor.” dedi.

Genç mucitler hikayelerini anlattılar



Elif Eda GÜNEŞ

Türkiye İnovasyon Haftası'nda herkese ilham veren hayat hikayeleri de yer aldı. Bunlardan biri de Mars'a gönderilen keşif aracını tasarlayan şirketin yarışmasına proje gönderip bu ekibe dahil olan, yapay zekâ geliştiren Yozgat'ın küçük bir köyünde doğup büyüyen, çocuklar okusun diye köy köy dolaşan 19 yaşındaki Elif Eda Güneş de hikayesini anlattı.



Selin Alara ÖRNEK

Yazılımı ve donanımı kendi yaptığı robotlar ile uluslararası ödülleri olan genç mucit 14 yaşındaki Selin Alara Örnek de kendi hikayesini anlattı. Örnek, 2018'de İrlanda'da düzenlenen 'Coolest Projects' yarışmasında, görme engelliler için geliştirdiği robot rehber köpek ile 'donanım' kategorisinde 20 ülkeden 400 projeyi geride bırakarak birinci olmuştu.

“İnovasyonu ülke genelinde yaygınlaştırıyoruz”

TİM-TEB Girişim Evi'nden, başarılı 19 proje, İnovalİG, İnoSuit ve İnoTİM'den 15 projenin sahipleri ve yaratıcıları 8. Türkiye İnovasyon Haftası'nda başarı hikayelerini anlattı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak ülke genelinde girişimcilerin desteklenerek Ar-Ge yapmalarına imkan sunmaya devam etiklerini söyleyen TİM Başkanı İsmail Gülle, İnovalİG'e 2014 yılında başladığımızda, 460 firmamız katılım sağlamıştı. İnovasyon odaklı çalışmalarımız ve her geçen yıl

programımıza artan ilgiyle beraber, 2019 yılında bin 236 firmamız 'İnovalİG'de biz de varız' diyerek aramıza katıldılar. İnovalİG şampiyonları arasında dünyanın ilk 100 savunma sanayi şirketi listesine giren inovatif firmamız da var.

TİM-TEB Girişim Evleri” projemizle “Ulusal Şampiyon” olarak katıldığı EEPA Ödül'lerinde özel ödüle layık bulunarak

uluslararası arenada Türkiye'yi başarıyla temsil ettik.

İnoTİM Liselerde Yapay Zeka, İnovasyon ve Girişimcilik” projesi ile de lise öğrencilerine inovasyon bilincini aşılayarak inovasyon, bilim ve teknolojinin gücüyle yoğrulmuş yenilikçi, katma değeri yüksek projeler geliştirmesi ve uluslararası yarışmalarda Türkiye'nin başarıyla temsil etmesi hedefi doğrultusunda çalışmalar yürütüyoruz” diye konuştu.



KONUŞMACILARI

| | |
|---------------------------|---|
| Arda Helvacılar | Sertifler Eğitim Teknolojileri A.Ş. Genel Müdür |
| Aytül Erçi Vispera | Vispera Bilgi Teknolojileri Kurucu Ortağı ve Genel Müdür |
| Uğur Yekta Başak | Art Labs |
| Aslı Elif Tanuğur Samancı | Bee'o Propolis |
| Özgür Yeniel | Soranus Kurucusu |
| Rümeysa Keleş | Thread in Motion İş Geliştirme ve Stratejik Ortaklık Uzmanı |
| Okan Erol | Wordegö & Sortext Kurucu Ortağı ve CEO'su |
| Gözde Büyükkaçaroglu | Vivoo Kurucu Ortağı |
| Hazel Topçu | Haus Freeze Dry Kurucusu ve CEO'su |
| Tolga Şen | Omma Kurucu Ortağı ve Genel Müdürü |
| Umut Yalçın | Bakiyem.com kurucu ortağı |
| Hüseyin İnanç | Rubusoft Genel Müdürü |
| Irmak Erol | SkyArt Satış Yöneticisi |
| Mehmet Yüksel | Missafir kurucusu |
| Mustafa Güllü | Medialyzer Kurucu Ortağı ve CEO'su |
| Onur Haliloğlu | MS Spektral CEO'su |
| Sancay Kırık | MS Spektral CTO'su |
| Sabircan Zaim | Paym.es Kurucu Ortağı |
| Serdar Güler | Bisofit Bilgi Teknolojileri CTO'su |
| Türker Gülüm | Profelis Kurucu Ortağı |



SUNUMLARI

| | |
|------------------------|--|
| Ali Çelik | Cadem İnoSuit Program Yöneticisi |
| Elif Yaroğlu | VYS Biotechnology Pazarlama Koordinatörü |
| Çiğdem Esra Kanberoglu | Çilek Design Hub Direktörü |
| Mehmet Berk | Çizgi Teknoloji Şirket Ortağı |
| Kadircan Toprakçı | Peakup Teknoloji CEO |



SUNUMLARI

| | |
|-------------|----------------------------|
| Bülent Sarı | Veribase Genel Müdür |
| Cenk Soyak | AloTech Kurucu Ortak |
| Emre Oğuz | Arçelik Ar-Ge Direktörü |
| Onur Kalfa | Barida Makina Genel Müdürü |

İNNOVATİM

İNNOVASYON YARIŞMASI “PANDEMİ SONRASI” KATEGORİSİ

| | |
|---------------------|-----------|
| Zeynep Yıldırım | Artco |
| Ali Yılmaz Gündüz | Artco |
| Özlem Melike Turan | Artco |
| Nisa Şahin | Artco |
| Aybüke Maraş | Sirculair |
| Damia Uşar | Sirculair |
| Mustafa DEMirtaş | Sirculair |
| Gamze Şimşek | Eczaport |
| Uğur Bekgeç | Eczaport |
| Bora Mert Tıgılı | OnOffOut |
| Çağla Yalçımkaya | OnOffOut |
| Umutcan Ceyhan | OnOffOut |
| Şeyma Karasu | Violet |
| Mert Şükrü Pehlivan | Violet |
| Mehmet Fikri Özer | Violet |
| Recep Ayazit | Toplut |
| Sevgi Nur Şanlı | Toplut |
| Ömer Enen | Toplut |
| Ayşe Aysu Sarı | Toplut |



FARK LABS

Fark Holding Yönetim Kurulu Başkanı
Ahu Büyükkuşoğlu Serter

“Artık pazar payından
çok akıl payı önemli”

İş dünyasının zirvesine mecazi olarak değil, kelimenin tam anlamıyla tırnaklarıyla kazıyarak çıkan Ahu Büyükkuşoğlu Serter, yeni dönemde, kadrosunda ağırlıklı olarak girişimci düşünce yapısına sahip kişilere yer veren şirketlerin avantajlı olacağını söylüyor. Büyükkuşoğlu Serter, “En iyi akılları kendinde toplayan şirketler bayrağı önde taşıyacak” diyor.



Fark Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahu Büyükkuşoğlu Serter... Ailesinin maddi durumu el vermesine rağmen bütün öğrenim hayatını burslu bir şekilde tamamlıyor. Eşine pek de rastlanmayan başarı hikayesinin giriş bölümünü ise şu sözlerle özetliyor: "Anadolu'nun içinden, Kayserili bir aileden geliyorum. Annem ve babam ailenin ilk üniversite mezunu çocukları. Tam bir Atatürk Anadolu'su bizimkiler. Geleneklerine bağlı ama yüzü geleceğe dönük, çocukları çok okusun, çok lisan öğrensin diye uğraşan ve telkin eden bir aileydi. Arkada bu konuda referans olan yoktu, ancak telkin her daim vardı. Dolayısıyla yolunu da kendin bulman gerekiyordu. Sana bir vizyon koyuyorlar ama nasıl gideceğini sen bulacaksın... Annem sağ olsun beni hep en iyi şekilde yönlendirdi. Kolej sınavlarına girdim, İstanbul Erkek Lisesi'ni kazandım. İstanbul Erkek Lisesi pek çok üniversiteden daha çok insanı eğiten bir yerdir, orada analitik olmayı, disiplini, iyilerle hem rekabet edip hem de dost olmayı öğrenirsiniz."

İşte Ahu Büyükkuşoğlu Serter ve sadece Türkiye'de değil dünya genelinde birçok girişimciye örnek olacak başarı hikayesi:

İstanbul Erkek'te başlayıp ABD'de devam eden ve sizi Wall Street dünyasına götüren süreçlerden bahsedebilir misiniz?

Hayatımda yaptığım en iyi iş ise liseden sonra, AFS öğrencisi olarak Amerika'ya gitmek oldu. Ailem hiçbir zaman engelleyici olmadı ancak birçok şeyi benim araştırmam, aramam gerekirdi. Lisedeyken AFS'yi duyduktan sonra, sınavlarına girip başvuru süreçlerini kendim yürüttüm. Kendimi bambaşka bir deneyimin içerisinde buldum. Alman katılığından sonra Amerikan yaratıcılığı ve esnek kültürünü tatmak çok faydalı oldu. Annem ve babam beni göndermekte çok zorlandılar, o zamanlar her şey şimdiki kadar kolay değildi ancak önümde durmadılar. Döndüğümde ise burslu olarak Bilkent Üniversitesi İşletme bölümünü bitirdim ve devamında MBA'imi yine

burslu olarak New York'ta yatırım yönetimi üzerine yaptım. Hem okudum hem asistanlık yaptım. New York'a taşındığım zaman diliminde, ayakta kalabilmek için aynı anda birçok farklı işte çalıştım. Asistanlık, finans kurumlarında staj, çocuk bakıcılığı ve online restoranlarda sipariş alma da dahil her işi yaptım. O dönemde basit gibi görünen iş deneyimlerimin, ileride iş ve kişisel hayatımı yönetmemde bana çok faydası oldu, yaptığım hiçbir işi küçümsemeden, orada öğrendiklerimin beni hayatımdaki bir sonraki role hazırladığını tecrübe ederek, bu deneyimleri daha da çok sahiplenir oldum hayatımda. Amerika'dayken brokerlıkla başlayan serüven sonra trading, en son da fon yöneticiliğine götürdü beni. 2002'de Türkiye'ye dönmeden önce bir Hedge Fund'ın yöneticisiydim, daha sonra ağırlıklı otomotiv ve beyaz eşya alanındaki, sanayi sektöründe yer alan aile işimizde çalışmak üzere Türkiye'ye geri döndüm. 2012'ye kadar CFO olarak çalıştım, 2012'de Yönetim Kurulu Başkanı oldum. 2012'den beri başkan olduğum Farplas Şirketler Grubu'nu, FARK Holding olarak holdingleştirdik. Sonrasında ise Fark Labs adını verdiğimiz, geleceğin daha iyi versiyonunu tasarlama laboratuvarımızı kurduk.

Dünya finans piyasasının merkezinde, Wall Street'te yer aldınız. Ardından otomotiv sanayiinde devam ettiniz. Fakat son durak bu da olmadı. Girişimcilik ve sonrasında yatırımcılık alanlarında profesyonel yaşamınızı sürdürüyorsunuz. Profesyonel dünyanızda bir son durak, bir Nirvana yer alıyor mu?

İnsanın her zaman geleceğe ümitle bakmasını sağlayacak hayalleri olmalı. Benim en büyük hayalim gittiğim yerleri güzelleştirmek ve bu dünyada kendi cennetimi yaşamak oldu. Bugün, Fark Holding ailesi olarak hep beraber "Birlikte, daha iyi bir gelecek" vizyonu doğrultusunda, her gün yeni bir hayali gerçeğe dönüştürmek için çalışıyoruz. Keşfedilecek o kadar çok alan, güzelleştirecek o kadar çok şey var ki,



%12

FARK Holding ihracat payı



130

Mühendis sayısı

"Bugün Türkiye'deki büyük şirketlerin her zamankinden daha fazla girişimci kafa yapısında insanları istihdam etmeye ihtiyacı var. Çünkü bu şirketleri ileriye atılım yaptıracak olan hamleler, bu kafa yapısındaki insanlardan çikabilir."

açıkçası profesyonel kariyerimde belli bir süreden sonra bir son durak olsa da sosyal ve kişisel hayatımda gittiğim, dokunduğum yerleri güzelleştirmeye devam etmek istiyorum. Burada benim için ilk sırada gençler var, çünkü geleceği tasarlayanlar artık onlar. Hayalim Anadolu'da gençlere ve çocuklara hizmet edip, her konuda geleceğin liderlerini yetiştirmeye destek olacak bir liderlik merkezi kurmak ve emekliliğimi burada gençlere faydalı olarak, tecrübelerimi paylaşarak geçirmek. Farplas Yönetim Kurulu Üyemiz ve CEO'muz Ömer Bey ile ortak bir sözümüz var; "Her şeyden, her şey çıkar." Bu pencereden baktığımızda da bir son durak olması, çok mümkün olmuyor.

Büyük bir organizasyonun zirvesinde, üç kız annesi olarak iş dünyasında yer alan Ahu Büyükkuşoğlu Serter'in, hem "Arya Women" özelinde hem de hayat görüşü olarak, 'kadın'ın profesyonel ekosistemde yeterince yer alamaması hakkındaki düşünceleri neler?
Babam Anadolulu bir sanayici olarak bizlere, hep aldığını geri vermeyi, ülkemize fayda yaratmanın sadece iş yaparak olmadığını gösterdi. Profesyonel hayatta, başkalarına yol gösterebilecek tecrübeye erişince kendime ilk sorum "Şimdi ben ne yapabilirim? Etrafımdakileri nasıl dönüştürebilirim?" oldu. Öncelikle, en iyi bildiğim şeyin ne olduğunun

cevabını buldum; para kazanmak. Sosyal anlamda, bu alanda kaynak yaratmaktan en çok zorlananlardan birinin, yeterince keşfedilmemiş en değerli kaynak olan kadınlar olduğunun bilinci ile onlara dokunacak bir şey yapmak, bir kadın olarak diğer kadınlara kendilerini ve işlerini dönüştürmelerinde destek vermek istedim. Küçük kızımın isminden esinlenerek "Arya Kadın Yatırım Platformu"nu, kadın liderliğinde dünyayı dönüştürmek vizyonu ile kurdum.

Arya, Türkiye'nin ilk "kadın odaklı" yatırım platformu ve birliktelik zekasının bir ürünü. Umarım tek olarak kalmayız çünkü bu birliktelik zekasını ne kadar yayabilirsek, bizim için o kadar iyi. Türkiye'deki girişimcilerin yüzde 9'undan azı kadın. Yatırım alan kadın girişimcilerin oranı da çok düşük. En büyük engel, finansman eksikliği. Arya, kadın liderliğindeki şirketleri, "akıllı para" yatırımı yaparak maddi kaynakların ötesinde değer katabilecek kadın ve kadının gücüne inanan erkek melek yatırımcılar ile bir araya getiriyor. Bununla beraber "kadın"ın profesyonel ekosistemde yeterince yer alması durumunda ekonomiye tam katılımımız ile 2025'te gayri safi milli hasılaya katkımız yılda 28 trilyon dolar. Büyük resme bu pencereden baktığımızda çok daha farklı, aydınlık bir dünya görüyorsunuz aslında. Arya olarak hedefimiz, her gün yeni birine bu pencereden baktırmak ve kadınların ekonomiye daha çok katılımını sağlamak.

Fark Labs'in sanatsal girişimleri ve son dönemdeki yenilikçi hamlelerinden bahsedebilir misiniz?

Fark Labs'te sanatın yaratıcılığından esinlenerek bunu bilim ve teknoloji ile buluşturuyoruz. İlk hayata geçiş noktası 50 seneyi aşkın birikim ve tecrübemizin olduğu "Mobilite" alanı olan Fark Labs, çok kısa sürede kendi içerisinde de dönüşüme uğradı. Pandemi döneminde öne çıkan ihtiyaçlar ve yeni düzende yüz koruma siperliği ve entübasyon kabini üretimleri ile "Yaşam Bilimleri" alanında yeni ihtiyaçlar doğacağını görerek, bu dikeyi hızla hayata geçirdik. Bununla

beraber sürdürülebilirliğin önemine inandığımız için, sanat ve yaşam alanında yer alan diğer markalarımızı da “Sürdürülebilir Yaşam Tarzı” altında topladık. Bunun sonunda hayata geçen 3 dikey; teknoloji, bilim, kültür ve sanat, Fark Labs’in bugün odaklandığı temel dönüşüm alanları oldu.

Aynı zamanda ilgimizi çeken, keşfetmeye ve dönmeye heveslendiğimiz konuları bir arada topladığımız bir “Merak Kabini”miz var. Blockchain, yapay zeka gibi geleceği dönüştüreceğine inandığımız bu konuları da her zaman ilgi alanımızda tutuyoruz ve birlikte daha iyi bir gelecek yaratabileceklerimizi yeni dikeyler haline getirerek birer iş koluna çeviriyoruz.

Önümüzdeki süreçte de yeni yatırımlarımızı ve projelerimizi bu alanlarda gerçekleştirmeyi planlıyoruz. Şimdiden ayaklanmaya başlayan birden çok kurumsal iç girişim projemiz ve partnerliklerimiz var. Bununla beraber sanayi şirketi deneyimimizi, yatırımcı bakış açısı ile bir araya getirdiğimiz TÜBİTAK destekli Think BİGG isimli bir hızlandırma programı başlattık. Uygulayıcı kuruluşlar arasında, tek sanayi şirketi olarak; Think BİGG programı özelinde yakın zamanda yeni girişimlerle güzel başarı hikayelerine de imza atmayı hedefliyoruz.

Holding genelinde güncel istihdam tablonuz, yurt dışı yatırımlarınız ve üretim kapasiteniz hakkında bir şeyler söylemek ister misiniz?

Fark Holding; otomotiv yan sanayi, mobilite, endüstri, turizm, akıllı ulaşım teknolojileri, kurumsal girişim, sosyal girişim, yatırım, kültür-sanat gibi farklı dikeylerde işler yapan şirketlerden oluşuyor. Holding’in amiral gemisi Farplas, 50 yıllık geçmişe sahip ve 35 yıldır profesyoneller tarafından yönetilen, ‘bizim deyimimizle’ ailemizin profesyonelleştiği, profesyonellerin ise aileleştiği bir şirket.

Holding genelinde 130’u mühendis olmak üzere toplamda 2.500’ü aşkın bir ekibimiz var ve hem çalışanlarımızın hem de yöneticilerimizin %50’si kadınlardan oluşuyor.

"Hangi aşamada ne istenebileceğini iyi bilmek, sürekli öğrenmek ve kendilerini geliştirmek çok önemli. Bu yüzden kendinizi iyi tanıyın."

Amiral gemimiz Farplas, Türk otomotiv tedarikçileri içinde lider konumunda ve küreselleşme yolunda artık farklı ülkelerde faaliyete başlayan, otomotiv sektörünün önemli oyuncularından.

Ürünlerimizin yurt dışı (ihracat) payı yüzde 12 olmakla birlikte; bu oranlar ürün ve müşteriye göre değişkenlik gösteriyor.

Pandemi sürecini nasıl yönettiniz / yönetiyorsunuz? Olası yeni dalgalar karşısında Fark Holding nasıl konumlanıyor?

Pandemi dönemindeki yeni düzenle gelişen süreçte, yeni yol haritalarımız ve stratejilerimiz de oluştu. Bu dönemi fırsat olarak gören şirketimiz, tüm iş süreçlerini; yalın, sade bakış açısı ve düzleştirilmiş imalat (Heijunka) uygulamaları ile dijital ortama taşıdı.

Pandemi sırasında, özellikle otomotiv endüstrisinde büyük değişiklikler olmaya başladı. Dijitalleşme ve Endüstri 4.0 projelerinin öneminin farkında olduğumuz için, bu dönemi bir fırsat olarak görüp; yatırım yaptığımız projeleri yürütmeye hız kesmeden devam ettik. Dijitale olan ihtiyacı ve dijitalleşmenin önemini ön görerek, yaklaşık 3 sene önce SAP S/4 HANA projemizin çalışmalarına başladık. SAP Türkiye, SAP Almanya ve Detaysoft iş birliğinde sürdürdüğümüz dijital dönüşüm projesini, ağustos ayının sonunda uygulamaya geçirdik. Bu proje; ülkemizde / endüstri sektöründe eşi benzeri olmayan “model şirket” unvanını almamızı sağladı. Çok büyük bir yatırım olan SAP S/4 HANA’yı devreye alarak, yenilikçi teknolojiler ile otomotiv alanındaki ilk “model şirket” olmanın mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz.

Haftalık nakit yönetimi yaparak, mevcut personel sayımızı koruyarak, geleceğe yaptığımız inovasyon yatırımlarını da sürdüreceğiz.


+2.500
Toplam çalışan


%50
Kadınların toplam istihdamdaki oranı

Anadolu Grubu Yönetim Kurulu Başkanı **Tuncay Özilhan**:

Bizim odağımızda
her zaman insan var



Anadolu Grubu, sadece iş dünyası anlamında değil ülkenin sosyoekonomik gelişimi için de yoğun bir çaba içinde. Bugüne kadar 30 binin üzerinde öğrenciye burs veren, 650 binden fazla kişiye bedelsiz sağlık hizmeti sağlayan Anadolu Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Tuncay Özilhan, “Odağımızda her zaman insan var” diyor.

Türk iş dünyasının temel taşlarından, Anadolu Grubu'nun, 2007 yılından bu yana Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı yapan Tuncay Özilhan'a pandemi gölgesinde geçen 2020 yılının nasıl geçtiğini ve 2021 hakkındaki öngörülerini sorduk. 2001-2003 yılları arasında TÜSİAD Başkanlığı yapan, halen TÜSİAD Yüksek İstişare Konseyi Başkanlığı, DEİK Yönetim Kurulu Üyeliği, Estonya Fahri Konsoloslugu ve Anadolu Efes Spor Kulübü Başkanlığı görevlerini sürdüren Tuncay Özilhan, pandemi ile birlikte gelen ekonomik sorunların büyük değişimleri tetikleyeceğini ifade ederken, şirketlerin yatırım ve üretim stratejilerini, iş yapış şekillerini gözden geçirmesi gerektiğine dikkat çekiyor. Grup bünyesindeki sosyal sorumluluk projelerinin ise pandemi de devam ettiğine dikkat çekiyor.

Pandemi gölgesinde geçen 2020 yılı Anadolu Grubu için nasıl geçti?

2020 tüm dünya gibi bizlerin de tüm hedeflerimizi yeniden gözden geçirdiğimiz, alternatif senaryolara göre aksiyon planları çalıştığımız bir yıl oldu. Anadolu Grubu, bugün 9 farklı sektörde faaliyet gösteren ve geniş bir coğrafyaya yayılmış operasyonlarıyla büyük bir yapı ve bu sektörlerin her biri kendi dinamiklerine göre pandemi sürecinden farklı şekilde etkileniyor. Faaliyette olduğumuz tüm segmentlerde iş sürekliliğinin sağlanması için bütün önlemleri almakla beraber operasyonlarımızı sürekli gözden geçiriyor ve uygun aksiyonları zamanında alıyoruz. Yılın ilk dokuz ayında ciromuzda yüzde 18,9'luk bir büyüme elde etmeyi başardık.

Migros pandemi dönemindeki uygulamalarıyla adından çok söz ettirdi. Pandemi, Anadolu Grubu bünyesinde başka hangi segmentler ön plana çıktı?

Pandeminin getirdiği ihtiyaçlar ile Migros çok önemli bir satış hacmi yakaladı ve başta sanal market

“Bizim odağımızda her zaman insan var. Başta eğitim, sağlık, tarım, kültür-sanat ve spor olmak üzere pek çok başlıkta yüz binlere dokunan, sosyal etkisi yüksek projeler gerçekleştiriyor, dünyamızın ve paydaşlarımızın sürdürülebilirliği için pek çok alanda çalışıyoruz.”

olmak üzere döneme özel tüketiciye daha iyi hizmet sunmak amaçlı pek çok ek yatırım yaptık. Bira segmentinde pandemi kısıtlamalarının azalmasıyla özellikle bazı yurtdışı operasyonlarımızda güçlü bir büyüme kaydettik ve güçlü serbest nakit akışı yaratabiliyoruz. Meşrubat segmentinde de hacimlerde ve karlılıkta büyüme kaydetmeyi sürdürüyoruz. Başlıca operasyonlarımızdaki performanslarımızda bu zorlu döneme rağmen büyümeyi 2021'de de sürdürebilme arzusundayız. 2020 yılında gerek hızlanan kur artışlarını gerekse pandemi sürecinin getirdiği belirsizliklerin borçluluk oranlarındaki etkilerini kontrol altında tutmayı başardık.

Hem iş dünyası hem de Anadolu Grubu açısından 2021 özelinde neler söylersiniz?

2021'in nasıl bir yıl olacağını hem pandeminin ilerleyiş şekli hem de bizlerin bu süreçte atacağı adımların öngörülülük derecesi belirleyecek. Pandemi ile birlikte gelen ekonomik sorunların hem ülkemizde hem de dünya düzeninde büyük değişimleri tetikleyeceğini öngörebiliriz. Şirketler yatırım ve üretim stratejilerini, iş yapış şekillerini baştan aşağıya gözden geçirecek. Tüketici davranışlarında kalıcı değişikliklere hazırlıklı olmalıyız. Sadece tüketicide değil, tüm değer zincirinde davranış değişiklikleri gözlemlenebilir. Ancak neticede hayat devam ediyor. Bu sebeple bir yandan da yeni ihtiyaç alanları, bunlara yönelik ürünler ve yine bunlarla ilgili iletişim ve satış kanalları ortaya çıkacak. Yeni tüketim trendleri oluşacak. Bu dönemde özellikle teknolojiye ve sürdürülebilirliğe yönelik çalışmaların

+30
BİN

Anadolu Vakfı'nın verdiği eğitim bursu

+650
BİN

Anadolu Sağlık Merkezi'nin bedelsiz verdiği hizmet



değeri daha da çok anlaşıldı. Biz de özellikle sürdürülebilirlik alanında uzun yıllardır devam ettirdiğimiz çalışmaları, son iki yıldır “Anadolu’dan Yarınlara” markamızla farklı bir boyuta taşıdık. Gelecekte iş yapış şeklinizi belirleyecek olan dijital dönüşüm projeleri yürütüyor, tüm sektörlerimizde yeniliğe ve inovasyona odaklanıyoruz.

Perakende, içecek-gıda, tarım, otomotiv ve enerji alanlarında boy gösteren Anadolu Grubu’nun önümüzdeki süreçte yatırım hedefleri hakkında neler söylemek istersiniz?

Bir süre daha temkinli ve aciliyeti olmayan yatırımları uzun zamana yayan bir bakış açısıyla ilerlemeyi planlıyoruz. Fakat toplum açısından kritik olan başta sağlık, perakende,

tarım, içecek gibi hizmet alanlarımızda bu kritik süreçte müşterilerimize kesintisiz olarak en iyi ve hızlı hizmeti sunmak için gerekli altyapı çalışmalarımızı ve yatırımlarımızı yapıyoruz. İstihdamımızı korumak için elimizden geleni yapıyoruz, hatta bu süreçte kritik fonksiyonlarımız için ekstra işe alım da yaptık. Markalarımıza, tüketicilerimize, paydaşlarımıza, dijitalleşme ve finansal disiplinimize odaklanarak önceliklerimizi belirliyoruz. Uzun vadede ağırlıklı olarak tüketici ürünleri sektörlerinde yurt içi ve yurt dışında güçlü büyüme potansiyeli gördüğümüz yeni yatırım fırsatlarını her zaman olduğu gibi değerlendirmeye devam ediyoruz.

Pandemi ile her zamankinden fazla konuşulan, ‘dijitalleşme’ noktasında, Anadolu Grubu’nun aldığı aksiyonları neler?

İş ve hizmet modellerimizde dijital dönüşüm ile birlikte gelen yeniden şekillenme, pandemi ile çok daha hızlandı ve farklı bir boyut kazandı. Artık dijital teknolojiler üretimin her alanında, sahada, ofis hayatımızda, personelimizin günlük hayatında ve her türlü meslek alanında yaşantımızın bir parçası. Bu teknolojileri iyi kullanan, yenilikleri takip eden ve yenilikçi ürün ve hizmet üretimi yapanların hızla güçlendiği bir dönemdeyiz. Pandemi süreciyle birlikte dijital teknoloji çalışmalarımızda yeni ihtiyaçların öne çıktığını gördük ve çalışmalarımızı hızlandırdık. Bu ihtiyaçlara yönelik olarak, çalışanlarımızın ve müşterimizin sağlığını ön planda tutarak, ürün ve hizmetlerimizi kesintisiz vermemize imkan sağlayacak dijital teknoloji çözümlerini önceliklendiriyoruz. Bununla birlikte çalışanlarımızın siber güvenlik bilgi seviyelerinin artırılmasına yönelik çalışmaları gerçekleştiriyoruz. Pandemi dönemindeki değişimleri yakından takip ederek, dijital teknolojilere, iş ihtiyaçlarımız ve modellerimiz doğrultusunda yatırımlar yapmayı sürdürüyoruz.

“650 BİN ÜZERİ BEDELSİZ SAĞLIK HİZMETİ SAĞLADIK”

Anadolu Vakfı ile 40 yılı aşkın süredir başta eğitim ve sağlık olmak üzere, insanımızın ihtiyaç duyduğu alanlara yönelik stratejiler geliştiriyoruz. Bugüne kadar eğitim kurumu, yurt, spor salonu, hastane ve sağlık ocağı olarak kullanılan 50’nin üzerinde eser yaptırıldı. Eğitim alanında çok önemli adımlar atıldı. Bugüne kadar 30 binden fazla burs verdik.

Hayatına dokunduğumuz insanların sayısı yüz binlere ulaştı. Sağlık tarafında da vakfımıza bağlı olan Anadolu Sağlık Merkezi aracılığıyla, insanımıza dünya standartlarında sağlık hizmeti sunmanın yanı sıra, hastane bünyesinde pek çok sosyal sorumluluk içerikli çalışma yürütüyoruz. İhtiyaç sahiplerine 650 binden fazla bedelsiz sağlık hizmeti sağladık.

Anadolu Grubu, gıda alanında sadece Türkiye’de değil, küresel arenada da ağırlığı ve bilinirliği yüksek bir konumda. Bu bağlamda, Anadolu Grubu, ‘sürdürülebilir tarım’ söz konusu olduğunda ne gibi projeler geliştiriyor?

Tarımı hem bugünün hem de geleceğin sektörü olarak gördüğümü her fırsatta vurguluyorum. Pandemi döneminde oluşan gıda talebi, tarımsal üretimin insanlığın geleceği ve sürdürülebilirliği için ne kadar büyük öneme sahip olduğunu bir kez daha gözler önüne serdi. Yapısal reformların gerçekleştirilmesinin ve dijitalleşmede adımlar atılmasının gerekliliğini de daha çok fark etmemizi sağladı. Anadolu Grubu olarak uzun yıllardır tarım konusunu sahipleniyor ve Grup şirketlerimizle birlikte tarım sektörüne önemli yatırımlar yapıyoruz. Şirketlerimizden Anadolu Efes ve Migros uzun yıllardır milli tarımı desteklemeye yönelik kapsamlı projeler gerçekleştirirken, Anadolu Isuzu ve Anadolu Motor da tarımsal ihtiyaca yönelik araçlar üreterek sektöre destek veriyorlar. Hepsinden önemlisi, Türkiye’de tarımın ve tarıma dayalı endüstrinin gelişiminde öncü şirketlerden biri olan Anadolu Etap şirketimiz ile ülkemizdeki en modern, sürdürülebilir ve akıllı tarım uygulamalarını hayata geçiriyoruz. Bugün ülkemizin en büyük meyve şirketi olan Anadolu Etap, Türkiye’nin 6 bölgesinde toplam 30 bin dekarlık alan üzerine kurulu 8 çiftliği, 5 milyon dikili meyve ağacı, üç meyve suyu fabrikası ve bir paketleme tesisi ile hizmet veriyor. Satışlarının yüzde 65’ini ihracattan elde eden şirketimiz Japonya, Avrupa ve Amerika’yı da içeren çok geniş bir pazar ağında, 60 ülke ve 200’e yakın müşteriye kaliteli taze meyve ve meyve suyu konsantresi sağlıyor.

Anadolu Grubu, sürdürülebilirlik bağlamında iş dünyasına ılık tutan projeler geliştirdi. Bu projeler hakkında sizden bilgi alabilir miyiz?
Bizim odağımızda her zaman insan

“İstihdamımızı korumak için elimizden geleni yapıyoruz, hatta bu süreçte kritik fonksiyonlarımız için ekstra işe alım da yaptık. Markalarımıza, tüketicilerimize, paydaşlarımıza, dijitalleşme ve finansal disiplinimize odaklanarak önceliklerimizi belirliyoruz.”

var. Başta eğitim, sağlık, tarım, kültür-sanat ve spor olmak üzere pek çok başlıkta yüzbinlere dokunan, sosyal etkisi yüksek projeler gerçekleştiriyor, dünyamızın ve paydaşlarımızın sürdürülebilirliği için pek çok alanda çalışıyoruz. Anadolu Grubu olarak ekonomik, toplumsal, çevresel alanlarda mevcut katkımızı ölçümlemek ve geleceğe yönelik stratejilerimizi belirlemek üzere son iki yılda holding tarafında sürdürülebilirlik odaklı gelecek vizyonumuzu temsil eden ‘Anadolu’dan Yarınlara’ markamız altında çok önemli çalışmalar yaptık. Anadolu Grubu Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Uyumluluk Raporumuz ile grubumuzun sürdürülebilir kalkınma amaçlarının gerçekleştirilebilmesi için aktif bir katılımcı olarak çalıştığımızı ortaya koyduk. İlk Sürdürülebilirlik Raporumuzu yayınladık. Hedefler için İş Dünyası Platformu ile önemli bir iş birliğine imza atarak iş dünyasına sürdürülebilirlik alanında yol gösterici nitelik taşıyan bir rehber set yayınladık. Tüm bu çalışmalarımız sayesinde bu yıl holding olarak Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksine girdik. Yaptığımız tüm bu çalışmalar arasında sosyal kuruluşlarımızın özel bir yeri var.

8

Anadolu Etap çiftlik sayısı

30

BİN DEKAR

Anadolu Etap kurulu tarım alanı

5

MİLYON

Anadolu Etap dikili meyve ağacı

“TÜRK SPORUNA 43 YILDIR KESİNTİSİZ DESTEK”

Anadolu Efes Spor Kulübü’nün faaliyetleri ile ise spora 43 yıldır destek veriyoruz. Ülkemizde basketbolun değişmez simgelerinden olan ve bize Avrupa’da önemli başarılar yaşatan kulübümüz, Türk gençliğinin ve Türk basketbolunun gelişimine katkıda bulunmaya devam ediyor. Sportif başarılarının yanı sıra kurumsal ve sürdürülebilir yönetim yapısı, pazarlama faaliyetleri,

iletişim çalışmaları ve kurumsal sosyal sorumluluk projeleriyle Avrupa’nın referans kulüplerinden biri olmayı da sürdürüyor. Türk basketbolunun en çok kupa kazanan takımı olan Anadolu Efes bugüne kadar binlerce gencimizi Türk sporuna kazandırmasının yanı sıra altyapı oyuncularının eğitim hayatlarını sağlıklı şekilde sürdürebilmeleri için gerekli çalışmaları da yürütüyor.

Aşı, fuarları canlandırarak mı?

Fuarlık sektörü, pandemi etkisini en şiddetli hisseden alanlardan biri oldu. 2019'da 29 milyar dolar olarak hesaplanan fuar ve sergi organizasyonlarının küresel pazar büyüklüğü, 2020'de 8 milyar seviyesine geriledi. Sanal fuarlar beklentileri tam olarak karşılamazken, toplu aşılama çalışmaları sektör için umut oldu.

Araştırma şirketlerinin 2019 raporlarında paylaşılan verilerde küresel fuar ve sergi pazarı büyüklüğünün, 2019-2025 döneminde yüzde 3'ün üzerinde yıllık bileşik büyüme ivmesi yakalaması ve 50 milyar dolarlık pazar değerini aşması bekleniyordu. 2019 yılında, otomotivden tekstile kadar çeşitli sektörlerin ürünlerinin yer aldığı, 4 milyon 500 bin katılımcı, 303 milyondan fazla ziyaretçiyi salonlara çeken 32 bin fuar düzenlendi. Ancak her şey yolunda giderken, sektör COVID-19 salgınından büyük darbe aldı ve uluslararası kilitlenmeler nedeniyle 2020'de milyarlarca dolar zarar etti.

2020'DE YÜZDE 70'LİK KAYIP BEKLENTİSİ

Üç araştırma alanından biri 'fuar organizasyonları' olan Londra merkezli AMR International tarafından kamuoyu ile paylaşılan araştırma sonuçlarında da çarpıcı veriler sunuldu. 'Globex 2020' başlığıyla aralık ayında yayımlanan raporda, COVID-19 pandemi sürecinden en yıkıcı şekilde etkilenen iş alanlarının başında fuarlık organizasyonlarının geldiği ifade edildi. Ayrıca, fuar şirketlerinin, 2020 sonu itibarıyla yüzde 70'e varan değer kaybı yaşayabileceklerine dikkat çekildi. AMR International, fuar sektörünün 2019 yılında 29 milyar

700 milyon dolar olan değerinin, 2020 sonunda 8 milyar 900 milyon dolar seviyesine sert bir şekilde gerilediğini açıkladı.

SEKTÖR 2019 SEVİYESİNE NE ZAMAN DÖNECEK?

AMR Kıdemli Danışmanı Carole Boletti, konu ile ilgili olarak yaptığı açıklamada, “Sürekliliği gösteren COVID krizi göz önüne alındığında, 2021 için rakamları öngöremiyoruz. Ancak, 2022’ye baktığımızda, küresel olarak pazarın 2019 büyüklüğünün ancak yüzde 78’ini yakalayabileceğini beklemekteyiz. Geri kazanım oranları ülkelere göre değişecek ve GSYİH büyümesi ve etkinliklere, uluslararası katılım gibi birçok faktöre bağlı olacak” ifadelerini kullandı.

HEM SANAL HEM FİZİKSEL HİBRİT FUARLAR

Öte yandan COVID-19 sürecinin ardından, organizasyon modellerinin değişim göstermesi de sektörü bekleyen gelişmelerden biri. Global Fuarçılık Endüstrisi Birliği (UFI) tarafından Almanya, İtalya, ABD, İspanya, Brezilya başta olmak üzere, fuar organizasyonlarının yoğun olduğu 20 ülkede yer alan 456 şirketle anket düzenlendi. 2020 Temmuz ayındaki çalışmada, araştırmaya katılan şirketlerin yöneticilerinin yüzde 56’sı uluslararası fiziksel fuarların sayısının önümüzdeki süreçte azalacağını düşündüğünü ifade etti. Yüzde 82’lik kısım ise sanal fuarların tam olarak katılımcıların ve ziyaretçilerin isteklerini karşılamadığını düşündüğünü açıklarken, melez sistemler geliştirileceğini umduklarını ifade ettiler.

FUAR SÜRELERİ ATACAK

Peki sanal ve fiziksel fuarların hibrit şekli olması planlanan

yeni model nasıl olacak? Genel kanı, fuar etkinliklerinin yıl içerisinde ya da bir dönemde tek seferlik deneyimler olmayacağı yönünde. Ürünler, öncelikle teknolojinin bütün nimetleri kullanılarak, sanal yolla olası alıcılara sergilenecek. Sergilenme süresi birkaç güne sınırlı olmayacak ve belki de yıl boyunca sanal ortamda devam edecek bir organizasyon haline dönüşecek. İkinci aşamada ise perakende sektörünün yoğun bir şekilde kullandığı mikro dağıtım şirketlerinden yararlanılacak. Sanal ortamlarda beğenilen ürünlerin numuneleri, üretici firmadan talep edilecek. Mikro dağıtım şirketi de ürünün fiziksel bir şekilde detaylı incelenmesi için, numuneyi olası alıcılara teslim edecek. Bu noktada, sadece fuar şirketleriyle çalışan lojistik firmalarının sayısının artması da ileriki süreçte yaşanabilecek bir başka gelişme. Sanal ortamlarda geliştirilecek yeni müşteri ilişkileri de fuar süreçlerini bambaşka bir noktaya taşıyacak.

TÜRK ŞİRKETLERDEN ZÜCCACİYE FUARINA BÜYÜK İLGİ

Toplu aşılama uygulamalarının başlamasıyla dünyaca ünlü bazı fuarlar 2021 takvimlerini açıklamaya başladı. Pandemi etkisinden bir an önce kurtulmak için hibrit fuar modellerine yönelen şirketler arasında sektörün devlerinden Messe Frankfurt da katıldı. Messe Frankfurt salgın yüzünden iptal edilen dört fuarını 2020 Nisan ayında fiziksel ve dijitalin bir arada olacağı özel bir etkinlikte gerçekleştirecek. Messe Frankfurt Başkan Yardımcısı Nicolette Naumann, Christmasworld, Creativeworld, Paperworld ve Ambiente 2021 fuarlarının fiziksel ve dijital ortamda düzenleneceğini açıkladı. Söz konusu fuarlarda sergilenen ürün gruplarının yer alacağı fiziksel tüketici ürünleri fuarı ‘Consumer Goods Show’ ile ‘Digital Days’ bir kereye mahsus olmak üzere aynı anda hem fiziksel hem de dijital olarak 17-20 Nisan 2021 tarihlerinde Almanya’nın Frankfurt şehrinde düzenlenecek. Dünya gazetesine Türkiye özelinde açıklamalarda bulunan Nicolette Naumann, Türkiye’den fuara ilginin

3,2 MİLYON KİŞİ FUARLARLA GEÇİNİYOR

Global Fuarçılık Endüstrisi Birliği UFI ve araştırma şirketlerinin verilerin göre, dünya genelinde direkt ve dolaylı olmak üzere 3 milyon 200 bin kişi geçimini fuarçılık hizmetlerine bağlantılı olarak gerçekleştiren işlerden sağlıyor.

29,7
MİLYAR DOLAR

Fuar ve sergi sektörünün
2019 pazar değeri

387

Türkiye’de 2021 yılında
düzenlenecek fuar sayısı



32
BİN

2019'da düzenlenen fuar sayısı

4,5
MİLYON

2019 yılında fuarlardaki
katılımcı sayısı

303
MİLYON

2019'da fuarları
ziyaret eden kişi sayısı

yüksek olduğunu vurgularken, “Özellikle züccaciye sektörü her zamankinden fazla ilgi gösteriyor. Türk şirketlerle geçmişe dayanan yakın ilişkilerimiz var. Eğer o tarihte seyahat kısıtlamaları olmazsa yüksek katılım bekliyoruz. İstanbul ofisinin sağladığı bilgiye göre, Türkiye’den bugüne kadar bireysel katılım başvurusu yapan 102 şirket var” dedi.

TÜRKİYE’DE 2021’DE LINEXPO VE EMITT İPTAL

Fuar organizatörleri, her ne kadar toplu aşı uygulamalarının başlamasıyla umutlansa da Türkiye’deki bazı fuarların 2021 takviminden çıkartıldığı haberleri de art arda geliyor. ENTECH Çevre Teknolojileri, Avrasya Asansör Fuarı ve HOSTECH BY TUSID 2021 fuarları başta olmak üzere toplam yedi fuarın tarihi değiştirildi. Dört fuar ise 2021 takviminden çıkarıldı. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği’nin resmi internet sitesinden, Aralık 2020’de yapılan açıklamaya göre, Türkiye’de her yıl düzenlenen ve binlerce yerli ve

yabancıyı ağırlayan önemli fuarlardan bazılarının iptal edildiği belirtildi. Önceden 10.02.2021 tarihinde yapılması planlanan EMITT Turizm Fuarı ve aynı tarihte düzenlenecek olan Linexpo İstanbul İç Giyim ve Çorap Fuarı, bu yılın takviminden çıkarılan ilk fuarlardan oldu. ‘Kayseri Tarım Hayvancılık ve Teknolojileri Fuarı’ ve ‘EVleniyoruz 2021 Samsun 5. Evlilik Fuarı’ da İstanbul dışında ertelenen iki ayrı fuar olarak dikkat çekti.

2021 FUAR TAKVİMİNDE 387 ORGANİZASYON

Türkiye’de gelecek yılın fuar takviminde COVID-19 kaynaklı iptaller yaşanmazsa, toplam 387 fuar düzenlenecek. Bunlardan 46’sı tarım ve hayvancılık üzerine yapılacak. Gıda sektörüne yönelik olarak ise 32 ayrı fuar organizasyonu 2021 takvimindeki yerini almış durumda. 2020 içerisinde düzenlenecek fuarların 143’ü uluslararası düzeyde olacak. İstanbul, 5 fuar ile tarım ve hayvancılık alanında en fazla etkinliğe ev sahipliği yapacak il olacak. İstanbul’u 4 fuarla Tekirdağ, 3’er fuarla Balıkesir ve Bursa illeri izliyor. Gıda sektöründe de 11 fuarla İstanbul zirvede yer alıyor. Bu ili, üçer fuarla Antalya, İzmir ve Mersin illeri takip ederken Eskişehir’de iki fuar düzenlenecek. Aydın, Batman, Bursa, Kayseri, Mardin, Manisa, Ordu, Samsun, Şanlıurfa, Yozgat ise fuar organize edilecek diğer iller.

PANDEMİ SONRASI İLK FUAR CNR EXPO’DA

2020 Mart ayından itibaren Türkiye’de de görülen pandemi sonrası ilk fuar 19 Eylül 2020’de CNR Expo’da düzenlendi. ‘CNR Beauty & Wellness Show’ ismiyle gerçekleşen fuarda güzellik, kozmetik ve medikal cihazlara ilişkin ürün ve hizmetler sergilendi.



Showroom

Mithatpaşa Cad. Küçük Haydarefendi Sk. No: 3/1
Laleli / Fatih / İstanbul - Turkey
Tel: +90 212 518 65 82

Fabrika

Aymakop San. Sit. C-1 Blok No: 153
İkitelli - İstanbul - Turkey
Tel: +90 212 671 21 33



www.mpanda-kids.com



info@mpanda-kids.com



[panda medvjnk](https://www.facebook.com/panda-medvjnk)



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



pandemiye rağmen ilk üçte



Türk
sanayisinin
can damarlarından
Kocaeli, 2020 yılında da en
çok ihracat gerçekleştiren ilk üç
il arasındaydı. 2019'da bu alanda
ikinci olan sanayi kenti, pandemiye
rağmen 12,2 milyar dolarlık dış
satışa imza attı. Sektörler bazında
otomotiv endüstrisi zirveyi
bırakmazken, kimyevi ürünler
ve mamulleri ikinci
sırada yer aldı.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre 2019 yılında 15 milyar 240 milyon doların üzerinde ihracatla, ülke ekonomisine İstanbul'un ardından en fazla katkısı sağlayan il olan Kocaeli, 2020'de de Türk sanayisinin odak noktalarından biri olmayı sürdürdü. Her ne kadar bu kez ikinciliği Bursa'ya kaptırsalar da Kocaeli iş insanlarının pandeminin yarattığı olumsuz koşullara rağmen sergiledikleri 2020 ihracat performansı başarılı bir grafik yakaladı.

KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ YERİNİ KORUDU

Kocaeli, 2020 yılında 12 milyar 271 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirirken, otomotiv endüstrisi sektörler arasında 5 milyar 814 milyon dolarlık dış satışla zirvede yer aldı. Kimyevi maddeler ve mamulleri sektöründe faaliyet gösteren Kocaeli ihracat ailesinin paydaşları ise 2020 yılını 2 milyar 670 milyon dolarlık ihracatla ikinci sırada noktalandı. Çelik ihracatı 789 milyon dolarla il genelinde 2020 yılının 12 ayında en çok ihraç gerçekleştiren üçüncü sektör olurken, 755 milyon dolarlık dış satış seviyesiyle demir ve demir dışı metal ürünleri dördüncü, elektrik ve elektronik ürünleri ise 610 milyon dolarla beşinci sırada yer aldı.

KOCAELİ İHRACATINDA BİRLEŞİK KRALLIK FAKTÖRÜ

Kocaeli'nin en çok ürün satışı gerçekleştirdiği ülke ise 2019 yılındaki gibi yine Birleşik Krallık oldu. Birleşik Krallık, sanayi kentinden geride bıraktığımız yıl içinde 1 milyar 219 milyon dolarlık ithalat yaparken, bu ülkeye gerçekleştirdiği dış satışta, pandemiye rağmen sadece yüzde 5,92'lik bir düşüş gözlemlendi. Aralık ayında ise bu ülkeye yapılan ihracat 22 milyon dolar olarak kayıtlara geçti.

BÜTÜN YOLLAR KÖRFEZ'E ÇIKIYOR
Orta Doğu ve Asya ülkelerini Avrupa'ya bağlayan önemli kara, hava, deniz yolu güzergahlarının kesişme noktasında yer alan Kocaeli; İstanbul, Bursa gibi

metropollere yakın konumuyla da sanayi açısından avantajlı bir noktada bulunuyor. İlin, Karadeniz ve Marmara bölgelerine bağlantısının olması; sanayi, ticaret, ulaşım ve lojistik merkezi olarak gelişmesindeki en önemli etkenlerden. Asya'yı Avrupa'yla birleştiren D-100 ve TEM otoyolu bağlantılarının yanı sıra demir yolu ulaşımının da bulunduğu Kocaeli, Uluslararası İstanbul Havalimanı'na 90 km, Sabiha Gökçen Havalimanı'na 50 km mesafede. Ayrıca şehirde yurt içi uçuşlara açık olan Cengiz Topel Havalimanı da yer alır. Kocaeli; sayısı 35'e ulaşan limanlarının yanında, İstanbul ile İzmir'i birbirine bağlayan 'Otoyol 5' projesi, İzmit Körfezi'nin iki yakasını buluşturan Osman Gazi Köprüsü, İstanbul ile Kocaeli arasında işleyen Marmaray trenleriyle ulaşım ağı açısından avantajlı bir konumdadır.

YOĞUN ÜNİVERSİTE-SANAYİ İŞ BİRLİĞİ VAR

Marmara Bölgesi'nin en büyük üçüncü şehri olan 12 ilçeli ve 1 milyon 955 bin üzerinde nüfusu bulunan Kocaeli, gelişen sanayisi ve turizm merkezlerinin dışında, yüksek öğrenim bakımından da önemli bir yerde. İlde, Kocaeli Üniversitesi ve Gebze Teknik Üniversitesi'nde sosyal bilimlerden fen bilimlerine çok sayıda fakültede, birbirinden farklı eğitimler veriliyor. İki üniversiteden her yıl binin üzerinde



12,2

MİLYAR DOLAR

Kocaeli'nin 2020 ihracatı



2,67

MİLYAR DOLAR

2020 kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatı

%3

Tarımın şehir ekonomisine katkısı



OTOMOTİV SEKTÖRÜ YİNE ŞAŞIRTMADI

Hyundai Assan'ın, Ford Otosan'ın hafif ticari araçlarına; Brisa, Pirelli ve Goodyear gibi üreticilerin araç lastiklerinden çeşitli otomotiv yan sanayi ürünlerine kadar sayısız ürün Kocaeli il sınırları içerisinde

üretiliyor. Bir önceki yıl otomotiv sektörü özelinde 6 milyar 865 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilen Kocaeli'den, pandemi gölgesinde geçen 2020 yılında ise 5,8 milyar dolarlık dış satış yapıldı.

KOCAELİ ÜRÜNLERİ 182 ÜLKEYE DAĞILDI

Kocaeli il sınırları içerisinde üretilen ürünler dünyanın dört bir yanına dağıldı. Kocaeli'den 2020 yılı içerisinde tam 182 ülkeye ürün ihraç edildi. Bu sayı 2019 yılında ise 180 olarak kayıtlara geçmişti. Kocaeli

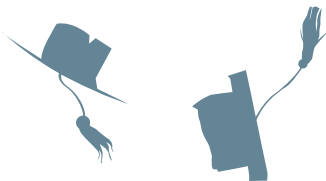
ihracatında, 2020 yılında yine bir önceki yıla göre yüzde 19,57'lik bir düşüş gözlemlendi. Ancak pandemi kaynaklı yaşanan bu düşüşe karşın bir önceki yıla ihracat farkı sadece 3,2 milyar dolar oldu.



1 MİLYON

955 BİN

Kocaeli nüfusu



77 BİN

500

İldeki üniversitelerdeki öğrencisi sayısı

öğrenci mezun olmuyor. Gebze Teknik Üniversitesi'nin üç teknopark, 18 organize sanayi bölgesi ve 35 Ar-Ge merkezinin kalbinde konumlanmış olması nedeniyle üniversite-sanayi iş birliği de il genelinde oldukça yüksek seviyede. İlde 2019-2020 eğitim ve öğretim yılı güncel verilerine göre 69 bin 461'i Kocaeli, 8 bin 132'si ise Gebze Teknik Üniversitesi'nde olmak üzere 77 bin 593 öğrenci öğrenim görüyor.

TARIM VE HAYVANCILIK YOK DENECEK KADAR AZ

Kocaeli her geçen gün sanayisini geliştirip kentleşse de yeşil alan bakımından da oldukça şanslı bir konumda. İl sınırlarının yaklaşık yüzde 40'lık bölümü ormanlarla kaplı. Ormanların ağaç dağılımı ise karaçam, meşe, gürgen ve kızılçam ağırlıklı. Geniş ormanlık alanlara sahip olmasına rağmen çayır ve mera bakımından yeterli seviyede bulunmayan Kocaeli'de, hayvancılık gelişmiş değil. Tarım ise sektörler arasında il ekonomisine sadece yüzde 3'lük bir katkı sağlıyor.

TURİZMİN HER TÜRLÜSÜ MEVCUT

Her ne kadar sanayi şehri olarak bilinse de Kocaeli turizm noktalarıyla da ön plana çıkmaktadır. Kartepe Kayak Merkezi'nde binlerce kış sporu tutkunu bir araya gelir. 1994 yılında milli park statüsü kazanan Ballıkayalar Tabiat Parkı'nda yer alan sarp kayalar doğa tırmanış sporu meraklıları için cazibe merkezidir. Kafa dinlemek ve oksijen depolamak isteyenlerin uğrak noktalarından olan Kuzu Yaylası, Maşukiye ve Yuvacık Barajı çevresi ise kamp tutkunlarının uğrak noktalarından bazılarıdır.

MARMARA VE KARADENİZ PLAJLARI

Şehrin Karadeniz kıyısında yer alan Bağıranlı, Kocaeli ilinin Kandıra ilçesine bağlı bir mahalledir. Şehrin 'Mavi Bayrak' sahibi plajlarına ve Karadeniz'in güzel koylarına ev sahipliği yapar. Kerpe ve Kefken de Bağıranlı gibi Kocaeli'nin Karadeniz ile kıyısı olan doğa harikası noktalarındandır. Derince ise şehrin Marmara kıyısındaki ilçeleri arasında en çok tercih edilenlerindedir.

ÇOK SAYIDA KÜLTÜR DURAĞI VAR

Kaplumbağa Terbiyecisi isimli tabloya hayat veren ünlü ressam Osman Hamdi Bey'in, Eskişehir'da bulunan yazlık evi Osman Hamdi Bey Müzesi olarak hizmet verir. Bizans inşa edilen, İstanbul'un Fethi'nden sonra Fatih Sultan Mehmet tarafından Osmanlı askerlerinin yerleştirilmesi için düzenlenen Eskişehir Kalesi ise Osman Hamdi Bey Müzesi'ne çok yakın konumdadır. Sultan 2. Abdülhamit'in tahta çıkışının 25. yılı şerefine inşa edilen İzmit Saat Kulesi ile yakınındaki Kasr-ı Hümayun Saray Müzesi ve Gayret Gemi Müzesi de şehirdeki önemli kültür varlıklarındandır. Ayrıca şehirde, Gölcük Denizcilik Müzesi de yer almakta. Orhan Gazi'nin oğlu Gazi Süleyman Paşa'nın yaptırdığı Orhan Camii, Akçakoca Bey Anıt Mezarı, Fevziye Camii, Pertev Paşa Külliyesi de ziyaret edilebilecek diğer noktalar. 1993'te ziyaret açılan Darıca Hayvanat Bahçesi ise binlerce hayvan ve botanik bitkiye ev sahipliği yapmaktadır.

2020 YILI TÜRKİYE’NİN
“DEMİR ÇELİK SEKTÖRÜ”
KATEGORİSİNDE
EN BEĞENİLEN ŞİRKETİ



 **Çolakoğlu** Metalurji

Şerife İnci Eren:

Kadının bakış açısı iş dünyası için de değerli

Ülke ekonomisine ve sosyal yapısına kattığı değerlerle yıllardır Türkiye'nin en önemli grupları arasında yer alan İnci Holding'in Kurucu Yönetim Kurulu Üyesi Şerife İnci Eren, "Kadının bütüncül ve kapsayıcı bakış açısı her alanda olduğu gibi iş dünyasında da değerli" diyor.



Türk sanayisinin en önemli grupları arasında yer alan İnci Holding bünyesindeki şirketler ve fabrikalarda üretilen ürünler dünyanın her noktasında adından söz ettiriyor. İnci Holding sadece bir sanayi kuruluşu olarak değil sosyal sorumluluk projeleriyle de Türkiye'nin sağlam nesillerinin yetişmesine öncülük ediyor. Uzun yıllar boyunca kardeşleriyle birlikte İnci Holding'i yöneten Şerife İnci Eren ile keyifli bir söyleşi gerçekleştirdik. İşte Şerife İnci Eren ve İnci Holding ekseninde yazılmış bir başarı hikayesi.

Öncelikle sizden İnci Holding'in genel yapısı, faaliyet alanları, ihracat potansiyeli ve güncel istihdamı hakkında bilgiler alabilir miyiz?

67 yıl önce Babam Cevdet İnci tarafından kurulan bugünkü İnci Holding çatısı altındaki 10 şirket, 9 fabrika ve 3 bin çalışanımızla otomotiv tedarik sanayiinin önemli bir oyuncusu, sektöründe dünya devi şirketlerin güvenilir ortağıyız. Otomotiv tedarik sanayisinde 'jant' üretimimizle Maxion İnci Alüminyum, Maxion İnci Jantaş ve 'akü' üretimimizle İnci GS Yuasa, 'hizmet' sektöründe Yusen İnci Lojistik, 'otel ekipmanları' üretimimizle ISM Minibar 'çeşitli katma değerli' hizmetleri barındıran İncitaş, 'teknoloji ve girişim' dünyasında Vinci Girişim ile faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Toplam üretimimizin yüzde 70'ini dünyanın 100'den fazla ülkesine ihraç ediyoruz, ülkemiz ihracatına 2020 yılında yaklaşık 310 milyon euroluk katkıda bulduk. Dünyanın 6 kıtasında Manisa'da ürettiğimiz akü ve jantlarımızla ilerleyen araçlar olduğunu bilmek

bizleri heyecanlandırıyor. Birçok zincir otelde otel ekipmanlarımız yer alıyor ve dünyanın birçok noktasına lojistik hizmeti sağlıyoruz. Bu yıl lojistik sektöründe, saygınlığı ile bilinen Atlas lojistik ödülleri, 'İhracatın Atlası' jüri özel ödülüne layık görülmekten onur duyduk.

Yoğun ve dolu dolu geçen bir eğitim sürecinin ardından iş hayatına atıldınız. İnci Holding'deki hikayeniz nasıl başladı?

Bana gelince, grubumuzun 2. nesil üyelerindenim, ABD Rider University'de üniversite hayatına başladım. Boğaziçi Üniversitesi İşletme ve Eğitim bölümlerinden mezun oldum. İş yaşamıma bugünkü Maxion Jantaş A.Ş.'de adım atıp, hemen hemen tüm şirketlerimizde 42 yıl boyunca aşkla görev yaptım. TAİDER'in (Türkiye Aile İşletmeleri Derneği) kurucu yönetim kurulu başkanlığı ve merkezi İsviçre'de olan Uluslararası FBN'de (Family Business Network) 6 yıl yönetim kurulu üyeliği yaptım. OİB (Otomotiv İhracatçıları Birliği) yönetim kurulu üyeliği görevim halen devam ediyor. ESIAD (Ege Sanayicileri ve İşadamları Derneği), BÜMED (Boğaziçi Mezunları Derneği), Atatürkçü Düşünce Derneği/Konak, Göztepe/İzmir Soroptimist Kulübü ve TAD (Türk Amerikan Derneği) üyesiyim. 'Herkes Kitap Vakfı' kurucularından olup üç ayrı okuma grubunun da toplantılarına zevkle katılıyorum.

İş yaşamınıza Jantaş A.Ş.'de başladınız. Aile şirketinde çalışmak sizin için bir zorunluluk muydu? Şerife İnci Eren'in ideallerinde başka bir rota da mevcut muydu?

Üniversitenin son senesinde, bitirmeme bir ay kala, babamdan artık işe başlamamın zaruretini ve bana ihtiyacı olduğunu anlatan bir telefon aldım. Böylece o günkü Jantaş'ta mali ve idari işlerden sorumlu olarak başlayan iş hayatım, Cidaş Dış Ticaret ve İnci Sigorta'da genel müdürlük, İnci Lojistik, İnci Akü, İnci Holding AŞ'lerinde ve İnci Vakfı'mızda yönetim kurulu başkanlıkları ile devam etti. Ablalarımın önerisiyle, eğitimimi babamın kurmuş olduğu

“Dünyanın 6 kıtasında Manisa'da ürettiğimiz akü ve jantlarımızla ilerleyen araçlar olduğunu bilmek bizleri heyecanlandırıyor. Birçok zincir otelde otel ekipmanlarımız yer alıyor ve dünyanın birçok noktasına lojistik hizmeti sağlıyoruz.”

işletmelerde çalışabileceğim bir branşta tamamlamıştım. Şirket sahibi her ebeveyn gibi annem, babam şirketlerde çalışmamızı tercih etseler de hiçbir zaman zorunluluk hissettirmediler. Bize hep kendi tercihlerimizi yaşama sorumluluğunu vermişlerdi. Lise yıllarımda, o zamanlarda kadının ailedeki rolü ve görevleri nedeniyle, çalışma saatleri daha kısa gibi görünen ve çok sevdiğim bir meslek olan 'öğretmen' olmayı düşünüyordum. Bu arzumu üniversitemin son yılında 'eğitim' bölümüne devam ederek tamamladım. Ancak, İnci Holding'te çalışırken, işletme konularını o kadar sevdim ve tutkuyla çalıştım ki, çok değerli bulduğum 'öğretmenlik' mesleğini uygulama imkanım olmadı.

Babanız Cevdet İnci'den sonra ikinci kuşak yönetim kurulu başkanlığı görevi kız kardeşlere geçiyor. Bu durumu da göz önüne alarak, kadın elinin değmesinin iş dünyasına kattığı değerler hakkında neler söylemek istersiniz?

Babamız, Cevdet İnci 1952'den sonra 15 yıl yönetim ve icraatta tek başına oldu. 1967'de sanayileşmeye geçerken ikinci nesil olarak onun yanında yer almaya başladık. Vefatından bir yıl önce, 2003'te holding başkanlığını bize devretmek istediğinde, o sorumluluğu en büyük ablamız Emel Önal Özkaya, hepimizin mutabakatı ile devraldı. Doğal olarak Babamın tek adam, patron yönetiminden, bir yönetim kurulu, takım ile yönetilen bir sisteme geçtik. Kadının bütüncül ve kapsayıcı bakış açısı her alanda olduğu gibi iş dünyasında da değerli. 'Ben'den ziyade, 'biz' yaklaşımı, sabır ve tolerans çizgisinin yüksekliği, daha kolay takım olabilmeyi ve çalışanların iş yerine bağlılığını artırıyor. Kadın, mutabakat ve farklı fikirlere saygı kültürünün gelişmesine de önemli destek



sağlıyor. Ayrıca kaide ve kurallara sahip çıkması, kurumsallaşmanın daha hızlı gerçekleşmesini mümkün kılıyor.

İnci Holding bir aile şirketi Bu noktada aile şirketlerinin kurumsallaşma süreci ve TAİDER Kurucu Başkanı olarak, neler söylemek istersiniz?

İnci Holding kurumsallaşmayı başarabilmiş şanslı bir aile şirkettir. Biz, 'aile, iş ve ortaklık' boyutlarını ayrı ayrı düzenleyen, aile bireylerini, işle aynı zeminde buluşturan güçlü çalışma alanı ve sürecini 'kurumsallaşma' olarak tanımlıyoruz. Bunun önemini ve şirketinizin yarınlarına sağlayacağı faydaya inanıyorsanız, bu süreç çok keyiflidir. Aile bireylerinin içinde çalıştığı şirketin kurumsallaşabilmesi için, ailenin de kurumsallaşması gerektiğine yürekten inanıyoruz. Bunun için ilk adım, aile anayasasının tam mutabakat ile oluşturulmasıdır. Grubumuzun bu çalışmaları başlattığı dönemlerde, Aile Konseyi ve her yıl iki kere, en son 46'ncısını yaptığımız, Aile Meclisi'nin de başkanlığını yapma fırsatım oldu.

Ülkemizdeki şirketlerinin yüzde 95'ini aile şirketleri oluşturuyor. Bu şirketlerin daha sağlıklı büyümesi ve sürdürülebilirliğine destek olabilmek için, Taider'in kuruluşuna öncülük etmekten onur duyduk. 2012'den bu yana etkin olan Taider'in üye sayısı 680'e ulaştı ve 8 yıldır "Ailede Birlik, İşletmede Sürdürülebilirlik" sloganıyla Ulusal Zirve'mizi düzenliyoruz. Çok kıymetli iş ailelerinin deneyimlerini

paylaşma platformları yaratıyoruz. COVID-19 sürecinde bile yoğun paylaşım etkinliklerimiz, heyecanla devam ediyor.

Taider, aynı zamanda uluslararası FBN/Family Business Network'un Türkiye temsilcisidir. 65 ülkenin temsil edildiği bu uluslararası organizasyonun yönetiminde kuruluşumuzdan bu yana, 8 yıldır 'Taider' Türkiye olarak yer alıyoruz.

Profesyonel dünyanın dışında çok sayıda STK'da aktif rol alıyorsunuz. TİM, ESİAD, BÜMED ve İEKKK gibi çok sayıda kuruluşa üyesiniz ve başkanlıklar yaptınız. Şerife İnci Eren'in bir günü nasıl geçiyor?

Dediğiniz gibi aktif olduğum günlerde öncelikle kendime zaman ayırarak güne başlarım, meditasyon, spor, okuma, planlama ve kahvaltı sonrası iş yerine gider, asistanımla günün akışını konuşuruz. Zamanı iyi planladığımızda çok şeye yetişmek mümkün olabiliyor. Zamanımı 4 ana başlıkta değerlendirdiğimi söyleyebilirim.

- 1-İş konularının toparlanıp, değerlendirilmesi, araştırılıp irdelenmesi.
- 2-İlgili konular için insan ilişkisi ve iletişimi.
- 3-Aile ilişkilerim ve kendi gelişimim için ilgili araştırma, bilgilendirme ve okumalar.
- 4-Sosyal etkinlikler ve STK faaliyetlerim.

Aile Anayasamız'da görevi gençlere devretme zamanı olarak 65 yaş belirlendi. Bu günlerde OIB Yönetim Kurulu'ndaki temsil görevim dışındaki tüm görevlerimi 2020 yılı başında devretmiş olmanın gönül rahatlığı, sevinç ve sefasını yaşadığımı belirtmeliyim.

Cevdet İnci Vakfı aracılığıyla öğrencilerin eğitim süreçlerine sağladığınız katkı çok büyük. Bu konu hakkında da görüşlerinizi alabilir miyiz?

İnci Vakfımız, ülkemizin eğitim ekosistemine katkıda bulunmak amacıyla, "Eğitime Destek, Geleceğe Hizmet" ilkesiyle, 35 yıl önce kuruldu. Ege Bölgesi başta olmak üzere tüm Türkiye'de kendisiyle barışık, özgür, inisiyatif alan ve iz bırakan nesillerin gelişimi için çalışmalarını sürdürüyor. Faaliyetlerimiz içerisinde Vakfı'mızın kuruluşundan bu yana, kilit taşı diyebileceğimiz "Genç Gelişim Burs Program"ımız ile bugüne

"İnci Vakfımız, ülkemizin eğitim ekosistemine katkıda bulunmak amacıyla, 'Eğitime Destek, Geleceğe Hizmet' ilkesiyle, 35 yıl önce kuruldu. Ege Bölgesi başta olmak üzere tüm Türkiye'de kendisiyle barışık, özgür, inisiyatif alan ve iz bırakan nesillerin gelişimi için çalışmalarını sürdürüyor."

kadar 6 bin 500'ün üzerinde çocuk ve gencin hayatına dokunduk. Bu programımız ile maddi desteğin yanı sıra, öğrencilerimizin kariyer yolculuklarında ihtiyaç duyacakları sosyal becerilerini destekleyici çalışmalar da düzenliyoruz. Kitap okuma alışkanlığının önemine olan inancımız nedeniyle, Bornova İlçe Halk Kütüphanesi'nin kitap ve Isuzu firmasının araç desteğiyle bir "Gezici Kütüphane" oluşturduk. Böylece imkanları kısıtlı bölgelerdeki ilköğretim öğrencileri başta olmak üzere, şimdiye kadar 127 bin 400'ün üzerinde okuyucuya ulaştık. Çalışmalarımız sırasındaki velilerin de eğitim ve bilgilendirme ihtiyaçları olduğunu fark ettik ve aynı okullarda uzman gönüllülerimizle birlikte "Veli Seminerleri" düzenlemeye başladık. Seminerlerimiz ile aile, iletişim, sağlık, hijyen, hukuk, iyi vatandaşlık ve sosyal yaşam gibi konularda paylaşımlarımız sanal ortamda halen devam ediyor.

İnci Vakfı'nın çocuklara sanatı sevdiren organizasyonlarla birlikte, mesleki eğitim ve teknoloji odaklı faaliyetleri hakkında neler söylersiniz?

İnci Vakfı Çocuk Orkestra'mız Bornova Belediyesi ve İstanbul Barış İçin Müzik Vakfı iş birliğiyle, 4 yıldır milli bayramlarımızda konserler veren 100 kişilik bir orkestra haline geldi. Projemiz Naldöken bölgesinde yaşayan çocukların, müziğin renkli dünyası sayesinde, sosyal hayatta güçlü ve topluma katkılı bireyler olmalarını desteklemek üzere hayata geçirildi.

Otomotiv yan sanayi sektöründe nitelikli teknik çalışan ihtiyacından yola çıkarak 2017'de Yunus Emre "Mesleki Eğitim Merkezi", İnci Vakfı-Maxion İnci Şubesi açılışını gerçekleştirdik. Merkezimizde şu anda teori ve iş başı uygulamalardan oluşan program ile 56 öğrencimiz eğitim alıyor. Yeni hayalim, onların yurt dışında deneyim kazanmalarını ve dil öğrenmelerini sağlayacak bir proje geliştirebilmek.

Şimdilik son olarak, devlet okullarında okuyan, yazılım konusunda meraklı olan öğrencilerin gelişimine destek olmak ve onları geleceğin mesleklerine hazırlamak amacıyla Gazıemir Belediyesi iş birliği

ile "Kod'inci" projemizi başlattık. 18 haftalık eğitim programı ile öğrencilerin algoritmik ve tasarım odaklı düşünme becerilerini geliştirmelerinin yanı sıra, temel programlama diline ve temel elektronik ürün kullanımına hâkim olmaları hedefleniyor. Vakfımıza 13 yıl başkanlık yapmak, en gurur duyduğum görevlerimdendi.

COVID-19 gölgesinde geçen 2020'de iş dünyasının performansını nasıl değerlendirirsiniz? Bu süreci İnci Holding nasıl yönetti/yönetiyor?

2020 yılında değişim daha da hızlıydı ve bu değişime adapte olabilen esnek ve çevik şirketler fark yarattı. Hızlı organize olabilen şirketlerin, özellikle teknolojiyi kullanarak uzaktan çalışmayı yaygınlaştırdığı ve bu değişim sürecinde çalışanların, iş ve özel hayat dengesini tekrar kurmak zorunda kaldığı, çok çetin bir yıl oldu. İnci Holding olarak 2020'yi tüm zorluklara rağmen büyümeyle kapatıyoruz. İlk çeyrekteki pozitif finansal sonuçlarımız sayesinde koronavirüs dönemine, göreceli olarak güçlü girdik. Bu süreçte faaliyet gösterdiğimiz tüm sektörler doğal olarak etkilendiler. Bilhassa otomotiv sektöründe ana sanayi kuruluşlarının 'duruş' kararları, bizim de süreci yönetmemizde belirleyici oldu. Kapasite kullanımımızı, çok hızlı şekilde, ana üreticilerin ihtiyaçları ile uyumlu hale getirdik, esnek üretim imkanımız bize avantaj sağladı. Bu dönemde çalışanlarımızın sağlığını ve iş güvenliğini korumaya yönelik adımlara birincil önceliği verirken, yatırımlarımıza da kriz dönemlerinin seçiciliği ile devam ettik. Çevik bir yönetim anlayışıyla sürecin olumsuz etkilerini azaltmak için hızlıca aksiyon aldık.

"COVID-19'A KARŞI YÜZ SİPERLİĞİ ÜRETTİK"

İnci Holding olarak bünyemizdeki bulunan otel ekipmanları üretimi yaptığımız firmamız, ISM Minibar ile örnek bir sosyal sorumluluk çalışmasına imza attık. ISMART Tasarım Merkezi'nde bulunan 3D yazıcılarımız ile sağlık çalışanlarımızın virüsten

korunması için ihtiyaç duydukları koruyucu yüz siperliklerini ürettik ve öncelikle hastanelere dağıttık. Bu vesileyle 2021 yılının ülkemize ve tüm evrene öncelikle sağlıklı günler, iyilikler, bolluk ve bereket getirmesi dileklerini iletme istedik.

10

İnci Holding bünyesindeki şirket sayısı



3 BİN

İnci Holding genel istihdamı

...Ve Birleşik Krallık ile İmzalar atıldı

Birleşik Krallık ile Türkiye arasında imzalanan serbest ticaret anlaşması 1 Ocak 2021'de yürürlüğe girdi. İmzaların atılmasıyla, Türkiye'nin 2,4 milyarlık dış ticaret kaybının önüne geçildi. Söz konusu anlaşma şu an için tarım ve sanayi sektörlerini kapsıyor.



İNGİLTERE'YE DİŞ TİCARET FAZLASI

Türkiye ile İngiltere arasında 2019 yılında 17,1 milyar dolarlık ticaret gerçekleşirken bunun 11,5 milyar dolarını Türkiye'nin ihracatı, 5,6 milyar dolarını ise Türkiye'nin ithalatı oluşturdu. 2020 yılının Ekim ayına kadar ise Türkiye

İngiltere'ye 9,01 milyar dolarlık ihracat, İngiltere'den 4,5 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirdi. Türkiye'nin en büyük altıncı ticaret ortağı olan İngiltere, Türkiye'ye karşı net ithalatçı konumunda.

Türkiye'nin en büyük ikinci ihracat pazarı konumunda olan Birleşik Krallık ile 29 Aralık Salı günü imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması (STA) 1 Ocak 2021 tarihi itibarıyla yürürlüğe girdi. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan ve İngiltere Ticaret Bakanı Liz Truss'ın çevrimiçi katılımıyla imzalanan STA, şu an için tarım ve sanayi sektörlerini kapsıyor. Hizmet sektörünün de söz konusu anlaşmaya dahil edilmesi için çalışmaların sürdüğünü ifade eden Bakan Pekcan, imzaların atılmasıyla birlikte Türkiye'nin 2,4 milyar dolarlık olası kaybının önüne geçildiğini ifade etti. "Serbest Ticaret Anlaşması, önümüzdeki dönemde Türkiye ve Birleşik Krallık

arasındaki ticaretimizin gelişiminin en büyük teminatı olacak” diyen Pekcan, “STA ile Birleşik Krallık ile aramızdaki ticaret yapısıyla ilgili bir belirsizlik kalmayacak. Ticaretimiz inaniyorum daha da gelişecek” diye ekledi.

“HİZMETLER VE YATIRIMLAR SEKTÖRÜ YOK”

Pekcan “İlk aşamada ihracatçılarımızın 1 Ocak itibariyle 25 yıllık Gümrük Birliği kazanımlarının etkilenmemesine ve gümrük vermemelerine odaklanmıştık. Menşei koşullarına bakıldığında ise AB ile İngiltere arasındaki anlaşmaya göre revize edilmesini gündeme aldık. Ama prensipte İngiltere ile anlaştık, şu an ihracatçılarımız menşei koşullarından etkilenmeyecek» ifadelerini kullandı. AB ile yapılan Gümrük Birliği anlaşmasında hizmetler ve yatırımlar sektörlerinin dahil olmadığını hatırlatan Pekcan, “Biz prensip olarak İngiltere ile bu yönde anlaştık. Hizmetler ve yatırımları kapsama dahil edeceğiz. Hatta bazı ürünleri karşılıklı olarak tanıma ve tarım ürünlerinde de karşılıklı iyileştirmeler yapacağız. Buna da en kısa zamanda başlayacağız” dedi.

İHRACATTA ZİRVEDE OTOMOTİV VAR

Birleşik Krallık, 2019 yılında, Türkiye’den 10 milyar 744 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi ve Türk ürünlerini Almanya’nın ardından en çok satın alan ülke oldu. Türkiye, İngiltere ile yaptığı ticarete yine 2019 yılı genelinde 5 milyar 400 milyon dolarlık fazla verdi. Aynı yıl Birleşik Krallık’a 2 milyar 455 milyon dolarlık otomotiv endüstrisi ürünü ihracatı gerçekleştirildi. Hazır giyim ve tekstil ürünleri sektörü ise 2019 yılı içerisinde Birleşik Krallık’a 1 milyar 908 milyon doların ihracat gerçekleştirirken, elektronik ve elektrik ürünleri sektörü aynı ülkeye 1 milyar 611 milyon dolar, mücevher sektörü ise 1 milyar 147 milyon dolarlık ihracat yaptı.

İSMAİL GÜLLE’DEN STA AÇIKLAMASI

İhracatçılar olarak, Türkiye’nin önemli ihraç pazarlarından olan Birleşik Krallık’ın Brexit sürecini başından beri büyük bir dikkatle takip ettiklerini söyleyen Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, Birleşik Krallık’ın, 2019 yılında



10,8 milyar dolarla en çok ihracat gerçekleştirilen ikinci ülke olduğuna dikkati çekti. Birleşik Krallık için, “Aynı zamanda yaklaşık 5,4 milyar dolarlık dış ticaret fazlası verdiğimiz ticaret partnerimiz” ifadelerini kullanan Gülle, “Bu ülkeye ithalatımızın yaklaşık iki katı kadar ihracat yapıyoruz” dedi.

“GÜMRÜK BİRLİĞİ’NDEN SONRA EN ÖNEMLİ İMZA”

Ticaret Bakanlığı’nın süreçle ilgili olarak anbean bilgilendirme yaptığını belirten Gülle, STA’nın, Gümrük Birliği’nin ardından Türkiye için en önemli ticaret anlaşması olduğuna dikkat çekerken şunları söyledi: “Yoğun gayret ve mekik diplomasisi faaliyetleriyle müzakereler kararlılıkla sürdürüldü ve sonuç olarak Saygıdeğer Cumhurbaşkanımızın müjdesini verdiği STA haberini aldık. Anlaşma ile Birleşik Krallık’a olan ihracatımızdaki olası engellerin de böylelikle önüne geçilmiştir” ifadelerini kullandı. Gülle, anlaşmanın iki yıl içerisinde dijital hizmetler de dahil olmak üzere hizmetleri ve tarımla ilgili daha kapsamlı düzenlemeleri içerecek şekilde tekrar görüşüleceğini belirterek bunun da önemli bir adım olduğunu bildirdi.

ÖNCE TÜRKİYE SONRA AB İMZALADI

Avrupa Birliği (AB) liderleri, Türkiye-Birleşik Krallık STA’sından bir gün sonra, 30 Aralık 2020’de İngiltere ile Brexit sonrası ticari ilişkileri belirleyecek anlaşmayı imzaladı. Brüksel’de imzalanan anlaşmayı, AB tarafını temsilen

AB Konseyi Başkanı Charles Michel ve AB Komisyonu Başkanı Ursula von der Leyen imzaladı. Henüz Avrupa Parlamentosu (AP) tarafından onaylanmamış olan söz konusu anlaşma 1 Ocak 2021’de geçici olarak yürürlüğe girdi.

10,7
MİLYAR DOLAR

Birleşik Krallık 2019 konsolide ihracat değeri

2,455
MİLYAR DOLAR

Birleşik Krallık’a otomotiv ihracatı (2019)

1,9
MİLYAR DOLAR

Birleşik Krallık’a hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatı (2019)



dünyaya teknoloji ihraç ediyor

Fotonik Teknoloji ve Mühendislik A.Ş. bugün Türkiye’de 6 ilde faaliyet gösteriyor. Çin’de irtibat ofisi bulunan firma, Hollanda ve Almanya’ya ürün ve projeler geliştiriyor. Fotonik Teknoloji’nin Kurucu Genel Müdürü Mustafa Türkmen şirket misyonunu, “Teknoloji ihracatı yaparak cari açığın azaltılmasına katkı sağlayan bir şirket olmak” sözleriyle açıklıyor.



Sizden Fotonik’in kuruluş hikayesini dinleyebilir miyiz? Şirketin ilk aşamasında ne gibi desteklerden faydalandınız?

2012 yılının Mayıs ayında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı desteği ile Fotonik Teknoloji A.Ş.’yi kurdum. Erciyes Teknopark’ta yer alan firmamızın vizyonunu ise “Teknoloji geliştirme kabiliyetini ve kapasitesini Ar-Ge projeleriyle birleştiren, uluslararası kalite standartlarında teknolojik ürün ve hizmetler sunan, teknoloji ihracatı yapan böylece cari açığın azaltılmasına katkı sağlayan bir şirket olmak.” 2018 yılı sonunda aydınlatma sektörünün duayen isimlerinden Mesut Çınar da Fotonik Teknoloji A.Ş.’ye dahil oldu ve büyük bütçeli Ar-Ge projelerine başladık. Mesut Çınar, 2007 yılından beri sektörde Ar-Ge müdürü olarak görev yapan, sektördeki birçok firmaya uluslararası standartlarda yarı mamul üreten, Ar-Ge desteği veren, dünya trendlerini yakından takip eden ve sektördeki firmaların yakından tanıdığı bir isim. 2019 yılında daha önce Ar-Ge çalışmalarını tamamladığımız insan odaklı aydınlatma sistemlerinin seri üretimi için KOSGEB-Teknoyatırım Desteği ile 5 milyon TL’lik bir yatırımı hayata geçirdik.

Şirket profili ve istihdam yapısı hakkında neler söylersiniz? Fotonik Teknoloji A.Ş. Türkiye’de hangi bölgelerde var? Ayrıca yurt dışında bayilikleriniz bulunuyor mu?

2020 yılı başında Kayseri Organize Sanayi Bölgesi’nde üretim tesisini faaliyete geçirmiş olan firmamızın



TEB

GİRİŞİM EVİ

Fotonik Teknoloji ve Mühendislik A.Ş. Kurucu Genel Müdürü Doç. Dr. Mustafa Türkmen, Erciyes Üniversitesi Elektrik-Elektronik Mühendisliği bölümünden 2001 yılında mezun oluyor. Aynı yıl yine Erciyes Üniversitesi’nde akademik kariyerine başlıyor ve 2009’da doktora çalışmalarını tamamlıyor. 2009-2012 yılları arasında ziyaretçi öğretim üyesi olarak Boston Üniversitesi’nde görev yapıyor. Burada nanoteknoloji, biyosensörler ve lazer sistemlerine yönelik projelerde yer aldıktan sonra 2012 yılında Türkiye’ye dönüyor. Fotonik Teknoloji A.Ş.’nin hikayesi de bu geri dönüş ile hayat buluyor. İşte Mustafa Türkmen’in dilinden, başta aydınlatma, trafik sinyalizasyon, medikal cihaz ve otomotiv sektörleri olmak üzere geniş bir faaliyet alanı bulunan Fotonik’in hikayesi.

misyonu ileri teknoloji ve sistemlerini kullanarak genel aydınlatma ve medikal aydınlatma teknolojilerinde katma değer üreten bir şirket haline gelmek. Firmamızda bugün itibarıyla 17'si mimar ve mühendislerden oluşan toplam 25 kişi görev yapıyor. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı onaylı Ar-Ge merkezimizi kurmak için hazırlıklarımızı tamamladık. Böylelikle imalat sanayiinde faaliyet gösteren bütün firmalarımıza elektronik kart tasarım ve dizgi hizmeti vermeyi hedeflemekteyiz. Şu an İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya bayiliklerimizi oluşturmuş bulunuyoruz. Ayrıca Çin'de bir irtibat ofisimiz mevcut.

Aydınlatma eylemi Fotonik için aynı zamanda bir estetik arayışı.

Bu noktada şirketin etki alanlarını, dirsek temasında olduğu sektörleri öğrenebilir miyiz?

Firmamız sadece aydınlatma armatürleri ve LED modüller geliştirmiyor. Müşterilerimizden gelen talepler doğrultusunda her türlü uygulama için proje geliştirebiliyoruz. Basit bir LED devre kartından işlemcili baskı devre kartlarına kadar her çeşit kartı tasarlayabiliriz. Sensör teknolojilerini ve otomasyon teknolojilerini yakından takip ediyoruz. Dünyada geniş bir kullanıma sahip bina otomasyon teknolojisi olan KNX konusunda ise bölge bayisiyiz. Sektör belirtmemiz gerekirse başlıca iştiğal alanlarımız aydınlatma, trafik sinyalizasyon, medikal cihaz ve otomotiv sektörlerini sayabiliriz. Müşterilerimiz dilerse sadece tasarım, dilerlerse baskı devre kartının tedariki ya da anahtar teslim proje şeklinde paket hizmet alabilmektedirler. DİTAŞ, Asya Trafik A.Ş., Aksa Akrilik Kimya A.Ş. ve TurkcCell İletişim Hizmetleri A.Ş. gibi birçok firmaya siparişe dayalı Ar-Ge projeleri yapmaktayız. Bu projelerde daha çok elektronik kart tasarımı, projeye özel sensörler ve ameliyathane masa lambası geliştirilmesi gibi katma değeri ve teknoloji düzeyi yüksek çalışmalar yapmaktayız.

Fotonik'in medikal aydınlatma ve diğer hizmetleri söz konusu olduğunda, satış sonrası destekleri neler?

Satış öncesi ve sonrasında dinamik ve

profesyonel teknik ekibimiz ile birlikte müşterilerimize siparişten tedarike kadar her türlü teknik desteği sağlamaktayız. Satış sonrasında müşterilerimizden gelebilecek bir talep karşısında o bölgedeki yetkili bayimiz gereken desteği sağlamaktadır.Şu an Hollanda, Almanya ve Çin ile çalışmaktayız. Çin'deki irtibat ofisimizle uzak doğudan yapmakta olduğumuz elektronik komponent tedariki süreçlerini yürütmekteyiz. Hollanda ve Almanya'ya ise ihracat yapmaya çalışıyoruz. Katar'lı bir firma ile görüşmelerimiz devam ediyor.

TİM TEB Girişim Evi'nde size sunulan imkânlardan ve projenizi başarıya götüren çalışmalardan bahsedebilir misiniz?

Öncelikle firmamız adına TİM TEB Girişim Evi çalışmalarında başta mentorumuz Sayın Mehmet Şanlı ve koordinatörümüz Bekirhan Dağlı olmak üzere emeği geçen herkese teşekkürlerimizi sunuyoruz. Bu çalışmalardaki mentorumuz Mehmet Şanlı'nın engin tecrübe ve birikimlerinden istifade ederek ihracat hedef ve politikalarımızı belirlemeye ve belirlenen bu hedeflere ulaşmak için yapılması gereken çalışmaları gerçekleştirmeye başladık. Bize sunulan bu imkanlarla ilk olarak firmamızın her anlamda bir analizini yaparak eksiklikleri ve geliştirmemiz gereken yönlerimizi belirledik. Ardından da özellikle satış, pazarlama ve dış ticaret konularında profesyonel yöntemlerin uygulanması amacıyla mentorluk desteği aldık ve almaya da devam ediyoruz. TİM TEB Girişim Evi'nin desteği ile Fotonik Teknoloji A.Ş.'nin hem genel aydınlatma sistemleri hem de medikal aydınlatma sistemlerinde global bir marka olması konusunda profesyonel adımlar atacağımıza ve birçok teknoloji devinde geçerliliği ispat edilmiş yöntemlerin firmamıza uygulanması ve içselleştirilmesi noktasında destek alacağımıza inanıyoruz. Bu konuda verdiği desteklerden ve sunduğu imkanlardan dolayı Türkiye İhracatçılar Meclisi'ne de teşekkürü borç biliriz.



"TİM TEB Girişim Evi'nin desteği ile Fotonik Teknoloji'nin hem genel aydınlatma sistemleri hem de medikal aydınlatma sistemlerinde global bir marka olması konusunda adımlar atacağımıza inanıyorum."

Yurtiçi Kargo'dan istihdam atağı

Kargo sektöründe yaşanan talep artışı karşısında yatırımlarını hızlandıran Yurtiçi Kargo, birim ve personel sayısını artırarak, teslimat sürecini hızlandırdı.



Pandemi tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kargo hareketliliğini artırdı. Türkiye'nin en büyük kargo şirketi konumundaki Yurtiçi Kargo, artan talebi karşılamak ve müşterilerine

verdiği hizmet kalitesini yükseltmek amacıyla birim ve personel sayısını artırdı. Şirket, bu yıl sağladığı 3 bin yeni istihdamla birlikte personel sayısını 18 bine çıkarmış oldu. Pandemi ile birlikte özellikle konut bölgelerinde artan kargo yoğunluğunu azaltmak için yeni birimler açan Yurtiçi Kargo, birim sayısını da binin üzerine çıkardı. Eylül ayında hayata geçirdiği YK Plus projesiyle birlikte 4 yeni modeli sektöre kazandıran Yurtiçi Kargo, YK Plus Taşıyıcı modeli ile aracı olan herkese kargo sektöründe çalışma fırsatı sundu. Uygulamaya dâhil olanların, dağıttığı kargo başına kazanç elde ettiği modelle, şirket hem ek istihdam sağlarken, hem de operasyonel gücünü artırdı, Türkiye genelinde 2 binden fazla teslimat noktası ile evde kargo bekleme dönemini sonlandırdı.

Systemair HSK ihracata odaklandı

İklimlendirme sektörüne öncülük eden ve yakın dönemde kamuoyunu bilinçlendirme hedefiyle "Taze Hava Akımı" kampanyasını başlatan Systemair HSK, ihracatta yakaladığı ivmeyi 2021 yılında da sürdürmeyi hedefliyor.



Geride bıraktığımız 2020 yılında global çapta yaşanan ekonomik durgunluğa ve pandemiye rağmen ihracatta yakaladığı ivmeyi 2021 yılında da devam ettirmeyi hedefleyen Systemair HSK hedef büyüttü. Şehir hastaneleri, acil durum hastaneleri, fabrikalar, alışveriş merkezleri, havalimanları, endüstriyel tesisler gibi dev projelerin iklimlendirmesini sağlayan, Türkiye'de yaklaşık 10 yıldır pazar lideri olan Systemair HSK Genel Müdürü Ayça Eroğlu, şu açıklamalarda bulundu: "Dilovası'ndaki yeni nesil fabrikamızla iç tedarik yanısıra ihracata da odaklanıyoruz ve iklimlendirme ürünlerimizi 25 ülkeye ihraç ediyoruz. Aynı zamanda Avrupa pazarındaki payımızı da artırmaya başladık. İhracatımızın toplam ciromuz içindeki payını önümüzdeki birkaç yıl içinde katlayarak artırmayı planlıyoruz. İhracat hedefimizle, hem global arenada ülkemizi en iyi şekilde temsil etmek hem de ekonomiye katkı sağlamak için çalışmaya devam edeceğiz." Eroğlu, şirketin 2021 yılındaki bir diğer büyük hedefinin ise 15 milyon liraya mal olan Veri Merkezi Soğutma Laboratuvarı olduğunu açıkladı.

Smart Energy ihracat hamlelerini hızlandırdı

Smart Energy Yönetim Kurulu Başkanı Halil Demirdağ, 2020’de yaşanan tüm zorluklara karşın güneş enerjisi sektörünün önemli bir yol kat ettiğini belirtirken, hem ithalatın azalmasına hem de ihracatının artmasına değerli katkılar sağladıklarına dikkat çekti.

Smart Energy Yönetim Kurulu Başkanı Halil Demirdağ, tüm sektörler gibi güneş enerjisi sektörünün de COVID-19 pandemisinin olumsuzluklarını hissettiğini, buna rağmen Smart Energy’nin ihracat ve yatırımlarına devam ettiğini açıkladı. Demirdağ, “Hücrenin metalizasyonu hangi ülkede yapılırsa, hücre o ülke menşelidir, yani Çin’de metalizasyonu yapılan bir hücrenin menşei Çin’dir. Dolayısıyla Türkiye’de panel yapıp ihraç ettiğimiz zaman hücrenin metalizasyon prosesi Türkiye’de yapılmamış ise o hücre Çin hücreleri olarak kabul edildiği için biz panel ihraç etmek bile, maalesef uluslararası piyasada Türk ürünü olarak kabul edilmiyor. Bu yüzden ülkemizde hücrenin üretilmesi gerekmektedir” dedi. Smart Energy olarak 2021 yılında hücre yatırımı yapma kararı aldıklarını ve çalışmalarını başlattıklarını açıklayan Demirdağ, “Bir taraftan hücrenin yerleşmesi bir taraftan da panel

üretiminde kullanılan diğer ara ürünlerin yerleşmesi üzerine de çalışmaktayız” ifadelerini kullandı. Güneş enerjisi denilince sadece hücrenin değil, tüm elektrik sisteminden GES’lere kadar büyük bir sektörün düşünülmesi gerektiğini vurgulayan Demirdağ, “Türkiye artık ‘mühendislik ihracatı’ yapabiliyor. Enerji Bakanlığı’nın yerli malını desteklemeye çalıştığını dile getiren Demirdağ, sözlerine şöyle devam etti: “Bu desteklerle beraber sektörün Türkiye’de, daha da büyüyeceği görülüyor. Desteklerin artarak devam etmesi, yerli ürün kullanımının teşvik edilmesiyle birlikte güneş enerjisi sektörü daha da hızlı büyüyecektir. Burada teşvik derken ek bir ödemeden bahsetmiyoruz. İthal ürünlerde, özellikle Çin’den ve Uzakdoğu’dan ithal edilen ürünlerde yaşanan rekabet avantajlarının ortadan kaldırılmasıyla, Türkiye’deki yenilenebilir enerji piyasası daha da güçlenecek ve ihracat gücü artacaktır.”



ANKUTSAN küresel pazarlarını genişletiyor

Üretimini yüzde 30’unu ihraç eden ANKUTSAN, 2020’de yüzde 45 büyüme ile 1,1 milyar lira ciro ve 40,5 milyon dolar ihracat hedefi yolunda 60’tan fazla ülkeye ihracat yaparken, mevcut pazarını daha da genişletmeyi planlıyor.

İSO 500 Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Araştırması 2019 sonuçlarına göre 330. sırada yer alan ANKUTSAN, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) 2019 verilerine göre “en yüksek ihracat yapan ilk 1000 şirket” içerisinde 842. sırada yerini aldı. Türkiye’nin dört bir yanında Endüstri 4.0 yaklaşımında kurduğu tesisleri ve ileri teknoloji entegre üretim yöntemleri ile oluklu mukavva sektöründe en hızlı büyüyen şirket olan ANKUTSAN; Antalya, Mersin, Ankara, Adana ve Tekirdağ Çerkezköy’de bulunan 5 fabrikası ile yıllık 60 bin ton kağıt ve 357 bin ton oluklu mukavva levha ve kutu üretiyor. ANKUTSAN Yönetim Kurulu



Başkanı Rüstem Kesgi, 2020 yılı için 40,5 milyon dolarlık ihracat hacmine ulaşmak adına Avrupa, Amerika, Avustralya, Asya, Kuzey Afrika ve Orta Doğu bölgelerinde 60’dan fazla ülkeye ihracat yaptıklarına dikkat çekerken şunları söyledi: “Mevcut pazarlarımızı büyütme için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Pizza kutuları, yaş sebze meyve kutuları, safiha, taşıma kolisi, fide ve çiçek kutuları, endüstriyel kutular; ihraç ettiğimiz genel ürün gruplarımızı oluşturuyor” dedi.



Yıldızlar Demir Çelik yatırımlara hız veriyor

Yıldızlar Yatırım Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hakkı Yıldız, “Katma değerli ürün portföyümüzü genişletirken aynı zamanda ülkemizin döviz girdisini artıracak yeni yatırımlarımızı da 2021 yılında devreye alacağız” açıklamasını yaptı.



Pandemi gölgesinde geçen 2020 yılında da üretime devam ettiklerine dikkat çekerken, bir yandan üretim süreçlerini düzenlerken diğer taraftan da ürün çeşitliliğinde müşterilerine sundukları katma değeri

artıracak bir yapılanma içerisinde olduklarının altını çizdi. Hakkı Yıldız, “IATF 16949 belgemizi aldık ve bununla

otomotiv sektörüne üretim yapabilecek konuma geliyoruz” ifadelerini kullandı. Pandemi sürecinin geride kalmasıyla birlikte, küresel ekonomide de çok hızlı bir toparlanma görüleceğine vurgu yapan Yıldız, “Bugün ülke olarak, dünyanın en büyük 10 üreticisinden biri konumdayız. Belki adetsel olarak dünyada ilk üç ya da ilk beş arasına girmemiz kısa vadede çok mümkün değil. Ama biz teknolojiyle çok büyük fark yaratabileceğimizi düşünüyoruz. Bu yüzden biz 2021 ve ötesini ‘teknolojiyle büyüme’ dönemi olarak adlandırıyoruz. Katma değerli ürün portföyümüzü genişletirken aynı zamanda ülkemizin döviz girdisini artıracak yeni yatırımlarımızı da 2021 yılında devreye alacağız” açıklamasını yaptı.

Destek Patent’in iş hacmi pandemide yüzde 30 arttı

Ulusal ve uluslararası alanda 250 binden fazla marka, 45 binin üzerinde patent/faydalı model, 320 bine yakın tasarıma danışmanlık ve vekillik hizmeti sağlayan Destek Patent, pandemiye rağmen 2020 yılında bir önceki yıla göre yüzde 30 fazla başvuru aldı.



Destek Patent yönetiminden yapılan açıklamada, iş dünyasının pandemi nedeniyle büyük olumsuzluklar yaşadığı 2020 yılı değerlendirildi. Yaşanan küresel krize rağmen Türkiye’de marka başvurularının yüzde 30 yükseldiğine dikkat çekilen açıklamada, “Bu artış bize; dijitalleşen ticaret hayatında online satışlardaki yükseliş ve markalaşmanın bu sınıflardaki tescil sayılarının yükselmesine neden olduğunu göstermektedir. Pandemiye rağmen artan bu rakamlar değişimin ne kadar ciddi boyutlarda olduğunu göstermektedir” ifadelerine yer verildi. 2021 yılı için öngörülerini de paylaşan Destek Patent açıklamasında, “2021 yılı ve ilerisi için bir projeksiyon çizersek, geçmiş dönemlerdeki pozitif trendin devam edeceğini ve ortalamanın üst kısmında performans sergileyeceğimize beklenebilir. Aynı zamanda, özellikle regülatörlerin de bu alana daha da çok değer ve önem vermeye başladıkları dikkate alındığında, Sınai Haklar alanının ekonominin saklı değeri olmaktan çıkıp artık herkes tarafından bilinen ve kavranan bir faktör olacağına inanıyoruz. Büyük gurupların, ‘girişim sermaye şirketi’ kurma çalışmaları da genç beyinlerin ürettiği teknolojik katma değerini daha hızlı üretime aktarılması beklentisindedir. Girişim sermaye şirketlerinin artışı Start-up patentlerinin artışı getirecektir” denildi.

Galata Taşımacılık hizmet kalitesini tescilliyor

Sosyal sorumluluk faaliyetlerini ISO 26000:2010 sertifikası ile tescilleyen Galata Taşımacılık ve Ticaret A.Ş., 2019 senesinde de YYS “Yetkilendirilmiş Yükümlü Sertifikası” almaya da hak kazanmıştı.

Albini & Pitigliani Spa'nın (Alpi Group) yüzde 50 iştirakiyle 1997'de kurulan Galata Taşımacılık ve Ticaret A.Ş. 200'ün üzerinde çalışanı, İstanbul Genel Müdürlüğü dışında Çatalca & Bursa Lojistik merkezleri, İstanbul Havalimanı ofisi, Bursa, İzmir şubeleri ve Ankara, Mersin temsilcilikleri ile uluslararası kara yolu, hava yolu ve deniz yolu ve intermodal taşımacılık hizmetlerin ve katma değerli lojistik hizmetler üretmeyi sürdürüyor. 5 kıtada 100'ün üzerinde iş ortağı ile senelik hacmi 100 bin yüklemenin üzerinde olan Galata Taşımacılık ve Ticaret A.Ş., Türkiye İhracatçılar Meclisi TİM'in “Türkiye'nin En Büyük 500 Hizmet İhracatçısı” listesinde de yer alıyor. TSE Belgesi ile tescil ettirmiş sektöründe ilk şirket olan Galata Taşımacılık ve Ticaret A.Ş. sosyal sorumluluk faaliyetlerini ISO 26000:2010 sertifikası ile tescillemiş olmanın yanında 2019 senesinde YYS “Yetkilendirilmiş Yükümlü Sertifikası” almaya hak kazandı.



Port Akdeniz'den öğrencilere tablet desteği



Port Akdeniz (Ortadoğu Antalya Liman İşletmeleri) pandemi süresince uzaktan eğitime devam eden öğrencilere destek olmak için önemli bir hareket başlattı. Her sene yılbaşında müşterilerine gönderdiği promosyonlara ayırdığı bütçeyi söz konusu projeye aktaran Antalya Limanı'ndan yapılan açıklamada, uzaktan eğitime erişimde güçlük çeken öğrencilerin ihtiyacını karşılamak için tablet hediye edileceği ifade edildi. Teknik cihaz eksikliği olan öğrencilerin, dağıtılacak tabletler ile eğitimlerini sorunsuz sürdürmelerine destek olmak hedefleniyor.

SISOFT'a bir inovasyon ödülü daha



SISOFT, İnovasyon Haftası kapsamında Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen Türkiye'nin ilk inovasyon geliştirme programı İnovaLİG 2019'da “İnovasyon Stratejisi”, “İnovasyon Organizasyon ve Kültürü”, “İnovasyon Döngüsü”, “İnovasyon Kaynakları” ve “İnovasyon Sonuçları” ana başlıklarında yapılan değerlendirmeler sonucunda üst üste ikinci kez “İnovasyon Döngüsü” kategorisinde finale kalarak 3. olma başarısını gösterdi. Bu sonuçla SISOFT, “İnovasyon Döngüsü” kategorisinde katılımının ikinci yılında da ödül aldı.

AKİB'in ihracatında zirve demir çelik sektörünün

Akdeniz İhracatçı Birlikleri, kasım ayında 1 milyar 127 milyon dolarlık ihracat hacmine ulaştı. Demir çelik ürünleri bu ihracat faaliyetinde yüzde 28'lik payla zirvede yer aldı.



Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Huriye Yamanyılmaz, kasım ayında 1 milyar 127 milyon dolarlık ihracat hacmine ulaştıklarını, demir çelik ürünleri ihracatında önemli artış elde ettiklerini belirtti. Başkan Yamanyılmaz, "COVID-19 pandemisinin ikinci dalgasında küresel pazarlarda kısıtlamalar geri gelirken belirsizlik engellerini kaliteli ürün, uygun fiyat ve güvenilir tedarikçi kimliğimizle aşıyoruz. Kasım ayında geçen yılın aynı dönemine göre demir çelikte yüzde 28, hububat ve bakliyatta yüzde 8, mobilyada yüzde 6 ve hazır giyimde yüzde 5 oranında ihracat artışları sağladık" dedi. Pandemi karşısında ihracatçıların mevcut pazarlardaki konumlarını korumalarını sağlamak ve yeni pazarlarda da varlık gösterebilmeleri için çalıştıklarını belirten Yamanyılmaz, sanal ticaret heyetleri ve ticaret müşavirlikleriyle elektronik sohbet etkinliklerinin yanı sıra ihracat potansiyeli olan KOBİ'leri de ihracat ailesine kazandırmak için 'Birlik'te İhracat Projesi' ve 'Pandemi'de İhracat Projesi'ni hayata geçirdiklerini açıkladı.

GAİB 2019 seviyesini 10 ayda yakaladı



Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri'nden (GAİB) hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamullerindeki başarılı ihracatıyla dikkat çekti. Sektörde 2019'da 6 milyar 788 milyon dolarlık önemli ihracat gerçekleştiren Türkiye, bu yılın ocak-kasım döneminde 6 milyar 532 milyon 204 bin dolarlık ihracata imza attı. Geçen senenin aynı dönemine göre ihracatını yüzde 6,1 artıran sektör, bu yıl en çok satışı 2,5 milyar dolarla Orta Doğu'ya gerçekleştirdi.



Ege Bölgesi'nde ihracatın lideri EHKİB

Pandemi döneminde talep patlaması yaşanan medikal ürünler ihracatında yüzde 4558'lik artışla 73 milyon dolara ulaşan Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (EHKİB), ekim ayında ihracatını yüzde 31'lik artışla 137 milyon 115 bin dolara taşıdı. EHKİB, haziran, temmuz, ağustos ve eylül aylarından sonra ekim ayında da Ege İhracatçı Birlikleri bünyesindeki 12 ihracatçı birliği arasında en fazla ihracat yapan birlik oldu.

İstanbul en çok Irak'a çalıştı

Yılın ilk on bir ayında, İstanbul İhracatçı Birlikleri üyeleri değer bazında en fazla ihracatı yaklaşık 519 milyon dolar ile Irak'a gerçekleştirdi.

İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB) yılın ilk on bir ayında, değer bazında en fazla ihracatı yaklaşık 519 milyon dolar ile Irak'a gerçekleştirdi. Irak'a en fazla mobilya, kağıt ve orman ürünleri ile kümes hayvanları, hayvansal mamuller satıldı. İİB, Irak'ın ardından değer bazında en fazla Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık ve Rusya'ya ihracat yaptı. İİB tarafından yapılan ihracatta Almanya'ya fındık ve mamulleri ile hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri, ABD'ye hububat, bakliyat, yağlı tohumlar, mobilya, kağıt ürünleri, Birleşik Krallık'a mobilya, kağıt ve orman ürünleri ile hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri, Rusya'ya ise gemi ve yat ihracatı ön plana çıktı. İİB üyeleri, kasım ayında, yaklaşık 800 milyon dolar tutarında ihracat yaptı. Birlik, kasımda en fazla ihracatı Rusya, Irak, Almanya, Marshall Adaları ile ABD'ye gerçekleştirdi.



ABD'ye mobilya ihracatı yüzde 11,23 arttı



Mobilya Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği verilerine sektörün ihracatı, 2020'nin ilk 11 ayında 4,99 milyar dolar olarak gerçekleşti ve mobilyanın söz konusu rakam içinden aldığı pay 3,1 milyar dolar oldu. Mobilya ihracatında ilk beş pazarı Irak, Almanya, Suudi Arabistan, İngiltere ve İsrail oluşturdu. ABD ve Çin gibi stratejik önemdeki hedef pazarlarda ise yaşanan artışlar dikkat çekti. ABD'ye mobilya ihracatında pandemiye rağmen 2019'da geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 11,23'lük bir artış yakalandı.

OİB'den girişimcilere 300 bin lira destek



Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB), girişimcileri desteklemeye devam ediyor. OİB'den yapılan açıklamaya göre, yurt içi ve yurt dışından binlerce başvuru arasından seçilen 20 teknoloji girişiminin sahipleri, çevrim içi gerçekleştirilen etkinlikte sunumlarını aktardı. Birlik, projeler arasından "Büyütech"e 100 bin, "Syntonym"a 70 bin, "Algae Biodiesel"e 60 bin, "Arcmir"e 40 bin, "Autonom TGY"ye de 30 bin lirayla destek oldu. Girişimcilere sağlanan desteklerin toplam tutarı ise 300 bin lira oldu.

EİB 15. Moda Tasarım Yarışması'nın kazananı belli oldu



EİB 15. Moda Tasarım Yarışması'nın ödül töreni pandemi nedeniyle online ortamda gerçekleştirildi. Maratonun kazananı Zülal Açar olurken, ikinciliği Selen Tavtın, üçüncülüğü ise Ayşe Kaya elde etti.



ödül töreni pandemi nedeniyle online ortamda gerçekleştirildi. EHKİB Sosyal Organizasyonlar ve Yarışma Komitesi Başkanı Tuğba Hazar'ın moderatörlük yaptığı online ödül töreninde 10 finalistin tasarımları artırılmış gerçeklik

Türk moda endüstrisinin tasarımcı ihtiyacına cevap vermek, genç, yenilikçi tasarımcıların önünü açma amacıyla Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği tarafından Ticaret Bakanlığı'nın desteğiyle bu yıl 15. kez düzenlenen EİB Moda Tasarım Yarışması'nın kazananı Zülal Açar oldu. İkinciliği Selen Tavtın kazanırken, üçüncülüğü Ayşe Kaya elde etti. EİB 15. Moda Tasarım Yarışması'nın

teknolojisiyle tanıtıldı. Ödül töreninde konuşan Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Güllü, tasarımların talebe şekil vereceğine inandıklarını, müşterinin bir sonraki isteğinin bu tasarımlarla şekilleneceğini düşündüklerini, genç tasarımcıların sektörde bir adım öne geçmeleri için tasarım yarışmalarının önemini büyük olduğunu vurguladı.

Tekstilde girişimcilik yarışında zafer kadınların



Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği'nin (UTİB) rekor başvuru alan girişimcilik programı Techxtile Start-Up Challenge'da ödüller sahiplerini buldu. Ödül kategorileri ve kazananlar şu isimlerden oluştu.

BİREYSEL KATEGORİDE ÖDÜL ALAN PROJELER:

Duygu Yılmaz

Zeytin Çekirdeği Atığı Prinadan Elde Edilen Doğayı Koruyan Biyopolimer ile Sürdürülebilir Tekstil Ürünleri ve Bitkisel Deri Üretimi

Cansu Yanık ve Ceren Danış

Wearebasics

Sait Yılmaz - Modafabrik

KURUMSAL KATEGORİDE ÖDÜL ALAN PROJELER

Polyteks Ar-Ge Merkezi

Berteks Tekstil: Ar-Ge Merkezi

Yeşim Tekstil: Ar-Ge Merkezi

Kadın Girişimci Özel Ödülü

Cansu Yanık ve Ceren Danış - Wearebasics

7. Tekstil İnovasyon Ligi Ödülü

Bursalı Tekstil San. Ve Tic. A.Ş.

SISOFT

34 Years of Experience in Healthcare IT and Digital & Paperless Hospital Solutions



- ✓ Custom Solutions for Hospitals
- ✓ JAVA, J2EE, Web-Based
- ✓ In 3 Different Continents and 9 Different Countries
- ✓ HIMSS Stage Applications in Healthcare Institutions
- ✓ Innovative Software and Integrated Solutions
- ✓ Paperless Hospital Automation
- ✓ SPICE Level 3
- ✓ National R&D Center Award
- ✓ First Software Company Abroad with Turquality Brand Support
- ✓ International Standards Compatibility (HL7, IHE, ICD, CE, ISO, and more)
- ✓ 9 Different Language Support Including Turkish
- ✓ HIPAA Compatibility
- ✓ Single Core Structure and Centralized System
- ✓ Common Criteria (CC 2+)
- ✓ Service to Unlimited Hospitals from one Center
- ✓ USA Meaningful Use Accreditation

SisOpacs



SisOhis
Hospital Information System

SisOedms



SISOFT

Sisoft Headquarters: Ankara – Turkey - 06810 • Tel: +90 850 955 SISO Fax: +90 312 210 19 24
Branch Office: Hacettepe -Teknokent -Turkey - 06531 • www.sisoft.com.tr sisoft@sisoft.com.tr
Branch Office: New Jersey / USA - 07656 • Tel: +1 646-378-2138 +1 609-891-0696 / www.sisoft.us sisoft@sisoft.us
Branch Office: One JLT Tower Jumeirah, Level 6 - DUBAI / UAE • www.sisoft.ae sisoft@sisoft.ae

ORACLE Platinum Partner



TİM'den dijital COVID kalkanı

Fiziki fuarlar ve ticari ziyaretlerin rafa kalktığı COVID-19 sürecinde, Ticaret Bakanlığı'nın desteği ve TİM koordinasyonunda çok sayıda sanal organizasyon düzenlendi. Dijital fuarlar ve sanal ticaret heyetleri ile pandeminin ihracatçılar üzerindeki olumsuz etkilerinin izleri önemli ölçüde silindi. Sadece sanal heyetlerde Türk ve yabancı firmalar arasında 7 binin üzerinde B2B görüşme gerçekleştirildi.

Türkiye'nin ilk sanal fuarı 'Shoedex 2020'

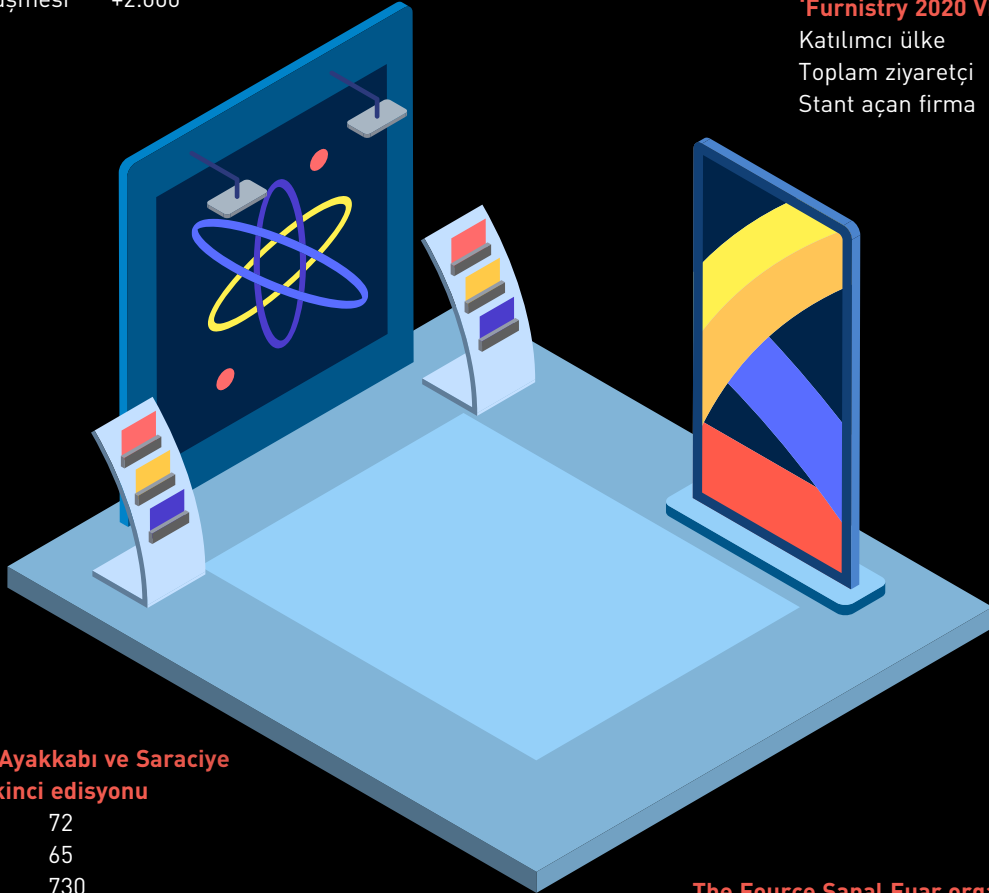
| | |
|--------------------|--------|
| Firma sayısı | 31 |
| Yabancı ziyaretçi | +300 |
| Video konferans | +200 |
| B2B chat görüşmesi | +2.000 |

İlk yerli ve milli sanal fuar 'Agrivirtual Tarım ve Hayvancılık Makineleri Sanal Fuarı'

| | |
|-----------------------------|---------|
| Firma sayısı | 61 |
| Toplam ziyaretçi | 100.000 |
| Fuar alanı ziyaretçi sayısı | 60.000 |

İlk Tür sanal mobilya fuarı 'Furnistry 2020 Virtual Fair'

| | |
|------------------|-------|
| Katılımcı ülke | 92 |
| Toplam ziyaretçi | 1.129 |
| Stant açan firma | +50 |



Shoedex 2020 Ayakkabı ve Saraciyeye Fuarı ikinci edisyonu

| | |
|-------------------|-----|
| Katılımcı firma | 72 |
| Katılımcı ülke | 65 |
| Kayıtlı ziyaretçi | 730 |

Study in Turkey Fuarı

| | |
|---------------------------|---------|
| Toplam ziyaretçi | +12.000 |
| Katılımcı ülke | 33 |
| Katılımcı Türk Üniversite | 13 |

Türkiye'nin ilk 3 boyutlu Sanal Otomotiv Fuarı Auto Expo Türkiye 2020

| | |
|-------------------|-------|
| Katılımcı ülke | 97 |
| Yabancı ziyaretçi | 737 |
| Toplam ziyaretçi | 1.121 |
| Katılımcı firma | 55 |

The Fource Sanal Fuar organizasyonu

| | |
|-----------------------|------------------|
| İkinci edisyon tarihi | 8-11 Aralık 2020 |
| Katılımcı firma | 53 |
| Katılımcı ülke | 72 |
| Kayıtlı ziyaretçi | 2.110 |
| Aktif ziyaretçi | 422 |
| Stant ziyareti | 7.959 |
| Etkileşim sayısı | 10.358 |

SANAL HEYETLER

| 2020 | Heyet Sayısı | Ülke Sayısı | Türk | Yabancı | B2B |
|-----------|--------------|-------------|------|---------|-------|
| TİM | 12 | 14 | 252 | 792 | 1.873 |
| Birlikler | 33 | 39 | 622 | 1.404 | 5.201 |
| Toplam | 45 | 43 | 874 | 2.196 | 7.074 |

2020'DE DÜZENLENEN TİM SANAL HEYETLERİ

| | |
|--------------------------|------------|
| Organizasyon | 12 |
| Yabancı ülke | 14 |
| Yerli katılımcı | 252 |
| Yabancı katılımcı | 792 |
| B2B görüşme | 1.873 |

2020'DEKİ SANAL HEYETLER TOPLAMI

| | |
|--------------------------|--------------|
| Organizasyon | 45 |
| Yabancı ülke | 43 |
| Yerli katılımcı | 874 |
| Yabancı katılımcı | 2.196 |
| B2B görüşme | 7.704 |

2020'DE BİRLİKLERİN DÜZENLEDİĞİ SANAL HEYETLER

| | |
|--------------------------|--------------|
| Organizasyon | 33 |
| Yabancı ülke | 39 |
| Yerli katılımcı | 622 |
| Yabancı katılımcı | 1.404 |
| B2B görüşme | 5.201 |



2020'DE SANAL HEYET GERÇEKLEŞTİRİLEN ÜLKELER

| | |
|---------------------------------------|-------------------------------|
| Özbekistan | 13-14-15 Mayıs 2020 |
| Kenya | 27-29 Mayıs 2020 |
| Hindistan | 15-19 Haziran 2020 |
| Güney Kore | 22-23 Haziran 2020 |
| Pakistan | 20-24 Temmuz 2020 |
| Nijerya | 13-17 Temmuz 2020 |
| Kolombiya & Meksika | 10-21 Ağustos 2020 |
| Almanya | 24-28 Ağustos 2020 |
| Şili, Peru, Kolombiya, Meksika | 21 Eylül-09 Ekim 2020 |
| Kazakistan | 28-30 Eylül 2020 |
| Filipinler | 26-30 Ekim |
| Endonezya | 16-30 Kasım 2020 |
| Güney Afrika | 30 Kasım-4 Aralık 2020 |
| Rusya | 15-16 Aralık 2020 |

TİM 2021'DE DE HIZ KESMİYOR

Pandemi gölgesinde geçen 2020'de, sanal ticaret diploması faaliyetleri ve dijital fuarlarla ihracatçıya destek olan Türkiye İhracatçılar Meclisi, bu yöndeki çalışmalarına 2021'de de devam ediyor. Bu doğrultuda; 25-29 Ocak 2021'de Gana, 1-4 Şubat 2020'de Katar ve Umman, 15-26 Şubat 2020 tarihlerinde ise Hindistan'a yönelik sanal ticaret heyetleri düzenlenecek.

ihracat ailesinden kaybettiklerimiz

2020, ihracat ailemiz için değerli insanları kaybettiğimiz kederli bir yıl oldu. İş hayatları boyunca ülkemizin kalkınmasında büyük emek harcayan çok sayıda ihracatçımız ve yakınları aramızdan ayrıldı. Vefat eden dostlarımıza Allah'tan rahmet, yakınlarına da başsağlığı diliyoruz.

Cumhurbaşkanımız
Sn. Recep Tayyip ERDOĞAN'ın yeğeni

Ahmet ERDOĞAN'ın

vefatını büyük bir üzüntüyle öğrendim.
Merhuma Allah'tan rahmet, başta
Sn. Cumhurbaşkanımız olmak üzere ailesi ve
yakınlarına başsağlığı diliyorum.
Mekânı cennet olsun.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

ACI KAYBIMIZ



TİM Kadın Komitesi Başkanı Yardımcısı
Belma YILMAZYİĞİT'in eşi
Prof. Dr. Yılmaz YILMAZYİĞİT'in eşi
Prof. Dr. Yılmaz YILMAZYİĞİT'in eşi
Prof. Dr. Yılmaz YILMAZYİĞİT'in eşi

Bora YILMAZYİĞİT'in

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim bulunmaktayız.
Merhuma Allah'tan rahmet, kederli ailesine ve yakınlarına
başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

TİM Delegemiz ve
İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği
Yönetim Kurulu Eski Üyesi
Sayın Bilal Bülent KOÇAK'ın babası

Ekrem KOÇAK'ın

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim.
Merhuma Allah'tan rahmet,
kederli ailesine başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ



TİM Denetim Kurulu Üyesi,
İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Fatih BİLİCİ'nin babası

Hasan BİLİCİ'nin

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim.
Merhuma Allah'tan rahmet,
kederli ailesine başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

ACI KAYBIMIZ



Cimrento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği
Yönetim Kurulu Eski Başkanı,
İhracat Ailemizin Değerli Üyesi,

İsmail Ali ÖZİNÖNÜ'nün

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim bulunmaktayız.
Merhuma Allah'tan rahmet, kederli ailesine ve yakınlarına
başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

AKdeniz Yaş Meyve Sebze
İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı
Ali Kavak'ın ağabeyi

Mehmet KAVAK'ın

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim.
Merhuma Allah'tan rahmet,
kederli ailesine ve yakınlarına
başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

TİM Delegemiz ve Laleli Sanayici ve
İş İnsanları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı
Sayın Gıyasettin Eyyüpkoca'nın annesi

Meryem EYYÜPKOCA'nın

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim.
Merhume Allah'tan rahmet,
kederli ailesine başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ



Eski Başbakanımızdan,
değerli siyaset ve devlet adamı Mesut YILMAZ'ın
vefatından dolayı derin üzüntü duydum.
Kendisine Allah'tan rahmet, ailesine ve
yakınlarına başsağlığı ve sabır diliyorum.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ



İSTOÇ Yönetim Kurulu Başkanı,
kıymetli dostum, iş insanı,

Nahit KEMALBAY'ın

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim.
Merhuma Allah'tan rahmet,
kederli ailesine başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

TİM Denetim Kurulu üyesi,
İTHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Fatih BİLİCİ'nin annesi

Nermin BİLİCİ'nin

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim.
Merhume Allah'tan rahmet,
kederli ailesiyle yakınlarına
başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ



Eski Millî Savunma ve Millî Eğitim Bakanı
Nevzat AYAZ'ın

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim.
Merhuma Allah'tan rahmet, kederli ailesiyle
yakınlarına başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

Değerli İşadamı,
NESA Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Sn.

Nevzat ÖZEL'in

vefatını derin bir teessürle öğrendim.
Merhuma Allah'tan rahmet,
kederli ailesiyle yakınlarına başsağlığı ve
sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ



OR-BEY Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı,
Sivaslı hayırsözer iş adamı

Orhan ÖRNEK'in

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim.
Merhuma Allah'tan rahmet,
kederli ailesine başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ



Ankara Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı
Sn. Nurettin ÖZDEBİR'in değerli eşi sanayici
Oya ÖZDEBİR'in

vefatından dolayı derin üzüntü duydum.
Kendisine Allah'tan rahmet, ailesine ve
yakınlarına başsağlığı ve sabır diliyorum.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

Ticaret Bakanımız
Sn. Ruhsar PEKCAN Hanımefendi'nin
kıymetli anneleri

İhsan KADAİFCİ'nin

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim.
Merhume Allah'tan rahmet,
başta Sayın Bakanımız olmak üzere
kederli ailesiyle yakınlarına başsağlığı ve
sabır dilerim. Mekânı cennet olsun.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

ACI KAYBIMIZ



Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri
İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı,
Teymur Tekstil San. ve Tic. A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı,
İhracat Ailemizin Değerli Üyesi,

**MEHMET
TEYMUR**'un

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim bulunmaktayız.
Merhuma Allah'tan rahmet, kederli ailesine ve yakınlarına
başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

Ahmet ÖZKÜÇÜ A. Fırat KILICI Ferit DOĞAN Pınar DAZDELİR JAR EKİNCİADİ
İTHİB GATİB ETHEB UTİB

ITHİB **GATİB** **athib** **UTİB** **eib**

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

ACI KAYBIMIZ



İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamevelli İhracatçıları Birliği
Yönetim Kurulu Eski Başkan Yardımcısı,
Saadet Gıda Yönetim Kurulu Başkanı,
İhracat Ailemizin Değerli Üyesi,

Sübet ÇİÇEK'in

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim bulunmaktayız.
Merhuma Allah'tan rahmet, kederli ailesine ve yakınlarına
başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri
İhracatçıları Birliği
Yönetim Kurulu eski üyesi

Muhammet YENEL'in

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim bulunmaktayız.
Merhuma Allah'tan rahmet,
kederli ailesine ve yakınlarına
başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

Güneydoğu Anadolu Tekstil ve
Hammaddeleri İhracatçıları Birliği
Yönetim Kurulu üyesi
Sayın Gökhan ANLAŞ'ın babası

Sefer ANLAŞ'in

vefatını derin bir üzüntü ile öğrendim bulunmaktayız.
Merhuma Allah'tan rahmet,
kederli ailesine ve yakınlarına
başsağlığı ve sabır dilerim.

İsmail GÜLLE
BAŞKAN

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

Lojistik Zincirinde Altın Bir Halka...



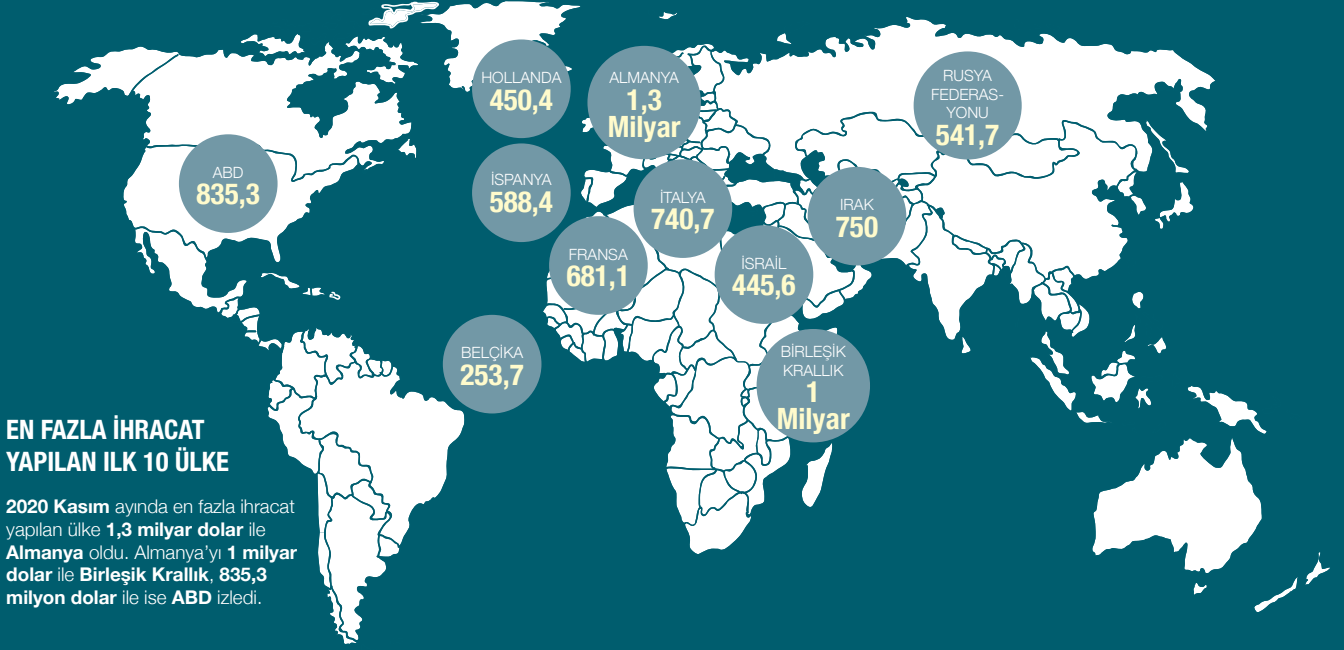
www.rodaport.com

2020 KASIM AYINDA İTHALAT, BİR ÖNCEKİ YILIN AYNI AYINA GÖRE %12,6 ORANINDA ARTTI.

2020 KASIM AYINDA İHRACAT, BİR ÖNCEKİ YILIN AYNI AYINA GÖRE %0,91 ORANINDA AZALDI.

2020 KASIM AYINDA İHRACATA YENİ BAŞLAYAN 726 FİRMA, 83,3 MİLYON DOLARLIK İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ.

2020 KASIM AYINDA İHRACATIN İTHALATI KARŞILAMA ORANI İSE %76 OLARAK GERÇEKLEŞTİ.



EN FAZLA İHRACAT YAPILAN İLK 10 ÜLKE

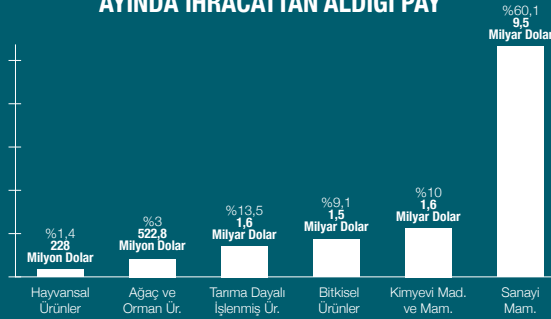
2020 Kasım ayında en fazla ihracat yapılan ülke **1,3 milyar dolar** ile **Almanya** oldu. Almanya'yı **1 milyar dolar** ile **Birleşik Krallık**, **835,3 milyon dolar** ile ise **ABD** izledi.

ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2020 KASIM AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

Sanayi %76
Tarım %14,4
Maden %2,7



ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2020 KASIM AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

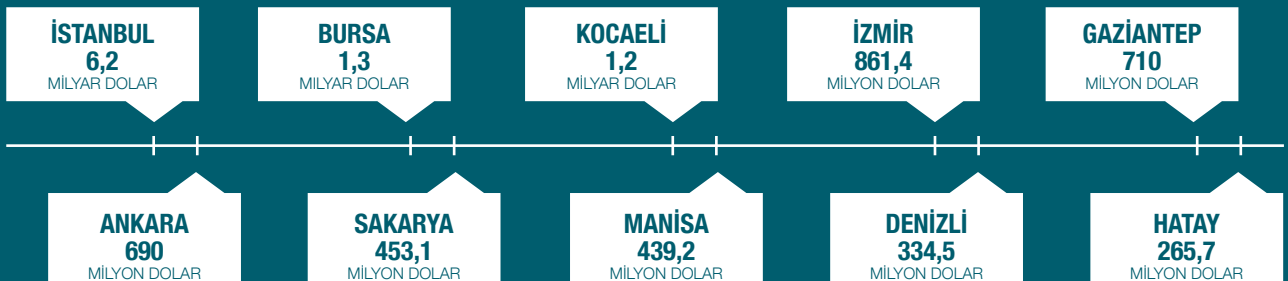


2020 KASIM AYINDA İHRACATI EN FAZLA ARTAN İL



BİNGÖL
%1206,4

İLLERE GÖRE 2020 KASIM AYINDAKİ İHRACAT DAĞILIMI



1 - 30 KASIM İHRACAT RAKAMLARI
SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1.000 \$

| SEKTÖRLER | 1 - 31 EKİM | | | | 1 OCAK - 31 EKİM | | | |
|--|-------------|------------|-------------------|-------------|------------------|-------------|-------------------|-------------|
| | 2019 | 2020 | Değişim ('20/'19) | Pay(20) (%) | 2019 | 2020 | Değişim ('20/'19) | Pay(20) (%) |
| I. TARIM | 2,353,316 | 2,313,169 | -1.7 | 14.4 | 21,115,405 | 21,773,662 | 3.1 | 14.4 |
| A. BİTKİSEL ÜRÜNLER | 1,617,010 | 1,562,290 | -3.4 | 9.7 | 13,805,027 | 14,583,820 | 5.6 | 9.6 |
| Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri | 620,370 | 612,403 | -1.3 | 3.8 | 6,158,602 | 6,532,204 | 6.1 | 4.3 |
| Yaş Meyve ve Sebze | 331,627 | 371,602 | 12.1 | 2.3 | 1,910,514 | 2,326,231 | 21.8 | 1.5 |
| Meyve Sebze Mamulleri | 139,252 | 165,002 | 18.5 | 1.0 | 1,420,797 | 1,532,795 | 7.9 | 1.0 |
| Kuru Meyve ve Mamulleri | 151,255 | 154,899 | 2.4 | 1.0 | 1,293,906 | 1,273,790 | -1.6 | 0.8 |
| Fındık ve Mamulleri | 264,184 | 156,126 | -40.9 | 1.0 | 1,841,370 | 1,774,007 | -3.7 | 1.2 |
| Zeytin ve Zeytinyağı | 25,258 | 25,232 | -0.1 | 0.2 | 255,923 | 241,037 | -5.8 | 0.2 |
| Tütün | 75,957 | 68,067 | -10.4 | 0.4 | 827,546 | 810,748 | -2.0 | 0.5 |
| Süs Bitkileri ve Mam. | 9,107 | 8,960 | -1.6 | 0.1 | 96,371 | 93,008 | -3.5 | 0.1 |
| B. HAYVANSAL ÜRÜNLER | 215,149 | 228,077 | 6.0 | 1.4 | 2,304,162 | 2,196,997 | -4.7 | 1.4 |
| Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller | 215,149 | 228,077 | 6.0 | 1.4 | 2,304,162 | 2,196,997 | -4.7 | 1.4 |
| C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ | 521,157 | 522,803 | 0.3 | 3.2 | 5,006,216 | 4,992,846 | -0.3 | 3.3 |
| Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri | 521,157 | 522,803 | 0.3 | 3.2 | 5,006,216 | 4,992,846 | -0.3 | 3.3 |
| II. SANAYİ | 12,094,493 | 12,222,166 | 1.1 | 76.0 | 126,692,199 | 114,379,652 | -9.7 | 75.4 |
| A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER | 1,050,209 | 1,068,117 | 1.7 | 6.6 | 11,180,699 | 10,057,197 | -10.0 | 6.6 |
| Tekstil ve Ham maddeleri | 674,307 | 705,864 | 4.7 | 4.4 | 7,321,482 | 6,518,455 | -11.0 | 4.3 |
| Deri ve Deri Mamulleri | 124,237 | 104,496 | -15.9 | 0.6 | 1,551,123 | 1,223,618 | -21.1 | 0.8 |
| Halı | 251,664 | 257,758 | 2.4 | 1.6 | 2,308,093 | 2,315,124 | 0.3 | 1.5 |
| B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM. | 1,813,159 | 1,638,294 | -9.6 | 10.2 | 18,774,377 | 16,465,973 | -12.3 | 10.9 |
| Kimyevi Maddeler ve Mamulleri | 1,813,159 | 1,638,294 | -9.6 | 10.2 | 18,774,377 | 16,465,973 | -12.3 | 10.9 |
| C. SANAYİ MAMULLERİ | 9,231,125 | 9,515,755 | 3.1 | 59.1 | 96,737,123 | 87,856,482 | -9.2 | 57.9 |
| Hazırlanmış ve Konfeksiyon | 1,537,168 | 1,523,645 | -0.9 | 9.5 | 16,370,249 | 15,488,797 | -5.4 | 10.2 |
| Otomotiv Endüstrisi | 2,690,139 | 2,698,269 | 0.3 | 16.8 | 28,049,243 | 22,752,399 | -18.9 | 15.0 |
| Gemi ve Yat | 162,196 | 223,266 | 37.7 | 1.4 | 931,165 | 1,186,886 | 27.5 | 0.8 |
| Elektrik Elektronik | 1,013,035 | 1,112,631 | 9.8 | 6.9 | 10,262,227 | 9,836,453 | -4.1 | 6.5 |
| Makine ve Aksamları | 682,990 | 694,521 | 1.7 | 4.3 | 7,092,585 | 6,709,160 | -5.4 | 4.4 |
| Demir ve Demir Dışı Metaller | 689,664 | 763,216 | 10.7 | 4.7 | 7,448,876 | 7,436,219 | -0.2 | 4.9 |
| Çelik | 989,897 | 1,227,733 | 24.0 | 7.6 | 12,704,890 | 11,312,574 | -11.0 | 7.5 |
| Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri | 301,613 | 319,176 | 5.8 | 2.0 | 3,235,371 | 3,407,146 | 5.3 | 2.2 |
| Mücevher | 376,584 | 312,331 | -17.1 | 1.9 | 3,804,878 | 3,459,794 | -9.1 | 2.3 |
| Savunma ve Havacılık Sanayii | 360,283 | 191,547 | -46.8 | 1.2 | 2,452,046 | 2,000,036 | -18.4 | 1.3 |
| İklimlendirme Sanayii | 419,045 | 440,332 | 5.1 | 2.7 | 4,285,521 | 4,176,675 | -2.5 | 2.8 |
| Diğer Sanayi Ürünleri | 8,512 | 9,087 | 6.8 | 0.1 | 100,073 | 90,343 | -9.7 | 0.1 |
| III. MADENCİLİK | 370,700 | 433,404 | 16.9 | 2.7 | 3,942,089 | 3,793,718 | -3.8 | 2.5 |
| Madencilik Ürünleri | 370,700 | 433,404 | 16.9 | 2.7 | 3,942,089 | 3,793,718 | -3.8 | 2.5 |
| TOPLAM (TİM*) | 14,818,510 | 14,968,739 | 1.0 | 93.0 | 151,749,693 | 139,947,032 | -7.8 | 92.2 |
| İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat | 1,424,140 | 1,118,802 | -21.4 | 7.0 | 13,696,310 | 11,757,087 | -14.2 | 7.8 |
| GENEL İHRACAT TOPLAMI | 16,242,650 | 16,087,540 | -1.0 | 100.0 | 165,446,003 | 151,704,119 | -8.3 | 100.0 |

Birlik adresleri



Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Batı Akdeniz İhracatçılar

Birliği Genel Sekreterliği

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

Denizli İhracatçılar Birliği

Genel Sekreterliği

Akhan Mah. 246 Sok. No:8
Pamukkale/Denizli
Tel: 0 258 274 66 88 Faks: 0 258 274 72 22 - 62
E-Posta: denib@denib.org.tr
Web Adresi: www.denib.org.tr
Genel Sekreter: Uğur Dayıoğlu

Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

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

Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

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

Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

İstanbul Maden Ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

İstanbul Tekstil Ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Genel Sekreter V.
Senem Sanal Sezener

Genel Sekreter Yrd. V.
Yiğit Tufan Eser

Dış Ticaret Kompleksi
Çoban Çeşme Mevkii Sanayi Cad.
B-Blok K: 9 Yenibosna / İstanbul
Tel: 0 212 454 04 90 - 91
Faks: 0 212 454 04 13 / 454 04 83
tim@tim.org.tr
www.tim.org.tr



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



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

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

sanmar.com.tr



 **Gedik Kaynak**



 **Gedik İleri Döküm Teknolojileri**

 **Gedik Holding**

GÜCÜMÜZÜ ÜLKEMİZDEN ALIYOR
DÜNYAYA ÜRETİYORUZ 



 **Gedik Termo Vana**



 **Gedik Üniversitesi**