

TİMREPORT

**NURUS MOBİLYA
YÖNETİM KURULU BAŞKANI
GÜRAN GÖKYAY**
**"ÇİN'E TEKNOLOJİ SATAN
TEK TÜRK ŞİRKETİYİZ"**

**ZEN PIRLANTA
YÖNETİM KURULU ÜYESİ
ŞÜKRAN GÜZELİŞ**
**"REKABET, MARKALI
İHRACATI ARTIRIR"**

ALTINBAŞ YÖNETİM KURULU BAŞKANI

ALİ ALTINBAŞ
**"GEÇMİŞİN USTALIĞI İLE GELECEĞİN
VİZYONER BAKIŞI"**

Büyük İdealler
Yenilikçi Fikirler



Hizmet İhracatçıları Birliği
Teknik Müşavirlik Hizmetleri İkincilik Ödülü

**YÜKSEL
PROJE**



OLDUĞUMUZ TOPRAKLAR İÇİN ÇALIŞIYORUZ. KARA, HAVA, DENİZ YA DA İNTERMODAL 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 NAİROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB



+90 850 755 0 458

galpi.com.tr

Great
Place
To
Work®

TİMREPORT İÇİNDEKİLER

Sayı: 204 - ŞUBAT 2022



TÜRKİYE'NİN POTANSİYELİNİ ARTIRIYOR

Genç TİM'in dinamik yapısı, Türkiye ekonomisini güçlendiriyor. İhracatın yeni nesil neferleri, 2022'nin stratejik yol haritasını hazırladı. **Syf Syf 20**



"ÇİN'E TEKNOLOJİ SATAN TEK TÜRK ŞİRKETİYİZ"

Ofis mobilyasıyla çıktığı üretim yolculuğunda geniş bir üretim yelpazesine ulaşan Nurus, bu yıl cirosunu yüzde 40 artırmayı planlıyor. **Syf 34**



İHRACAT EKSENİNDE BÜYÜME MODELİ

2022 ihracat hedefi 250 milyar dolar olarak açıklandı. İhracatı tabana yaymak ve katma değerli ihracat lokomotif olacak. **Syf 28**



CARİ DENGEEYE POZİTİF ETKİ

Hizmet ihracatı, Türkiye'nin cari fazla veren bir ekonomiye sahip olması adına stratejik bir öneme sahip. Hedef, 150 milyar dolar. **Syf 42**



T Ü R K İ Y E ' N İ N
S A Ğ L I K
G U R U R U

3



gel

ACIBADEM

İÇİNDEKİLER



"REKABET, MARKALI İHRACATI ARTIRIR"

Farsça'da kadın, Hindistan'da ise kendine giden yol anlamına gelen "Zen" Türkiye'nin mücevher sektöründe dünyaya açılan markası...
Syf 50

TİMREPORT

TİMREPORT Adına İmtiyaz Sahibi
TİM Başkanı İsmail Gülle

Yayın Kurulu

Mehmet Fatih BİLİCİ
Enise Didem ELMAS
Vahide Belma ÜNAL
Senem SANAL SEZERER
Fikret ÇENGEL

Yönetim Yeri

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

İHRACATÇI SEKTÖRLERİN 2022 HEDEFLERİ

Rekor tazelemeye devam eden sektör temsilcileri, ihracatta bir üst lige çıkarak hedefe kilitlendi.
Syf 56



Genel Yayın Yönetmeni Selda Yeşiltaş

Yayınlar Koordinatörü Murat Erdoğan

Görsel Yönetmen Serpil Yenihayat

Editör Simge Soyel

Fotoğraf Editörü Ergün Çalakoğlu

Muhabir Melis Alpay

Reklam Müdürü İlknur Ulusoy
ilknur@viyamedya.com

Reklam Sorumlusu Sırma Samay Yabancı

Redaksiyon Kurşun Kalem Kurumsal Yayıncılık
ve Tanıtım Hizmetleri

İletişim

Rumeli Caddesi Rumeli Pasajı Yunus Apt.
No: 45 Kat: 3

Nisantası - Şişli / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com



/viyamedya

Baskı Özlem Matbaa

ZAMANSIZ TASARIMLAR

Koleksiyondaki tüm parçaların geçmişte bir hikâyenin âdeta yansıması olan Peracas'ın tasarımlarına imza atan Beyza Arman ile görüştük. **Syf 62**





Yenilenebilir enerjiye dönüş zamanı

DEĞERLİ İHRACAT AİLESİ, 2022 bizler için yeni bir dönemin başlangıcı. Cumhurbaşkanımız tarafından açılanan “Türkiye Ekonomi Modeli”nde, ihracat odaklı bir büyüme dönemine girdik. 2022 yılı itibarıyla ihracatta yakaladığımız başarıyla ülke ekonomisinin büyümesine büyük katkı sunmuş olduk. Artık yeni bir ligdeyiz. Ülkemizin kalkınmasının lokomotifini ihracat olacak.

Ihracat odaklı bir büyüme modeline geçtiğimiz yeni dönemde karşı karşıya kaldığımız enerji kesintileri, arzu etmediğimiz bir durumdu. Özellikle yurt dışından yoğun siparişler aldığımız, üreticilerimizin tam kapasite ile çalıştığı bir dönemde yaşadığımız bu kesintilerin, bizleri zor durumda bıraktığının farkındayım. Pandemi koşullarında dahi makinelerimizin başında durduk ve üretime ara vermedik. Zor koşullarda çözüm ürettik ve dünyanın tedarikçisi olma gücümüzü artırdık.

Bu yaşadığımız darboğazdan da kısa sürede çıkacağımıza inanıyorum. İhracat odaklı bir büyüme modelinde, yaşanan bu aksaklıklar, sadece üreticilerimizin değil ülkemizin de döviz kaybı anlamına geleceğini vurgulayarak ilgili bakanlıklara sıkıntılarımızı anlattık. Devletimiz de sıkıntının çözümü için adımlar atmaya başladı. En kısa sürede çarklarımız tam kapasite dönmeye devam edecek ve bu yıl için belirlediğimiz 250 milyar dolarlık ihracata ulaşacağımıza inanıyorum.

Karşı karşıya kaldığımız enerji sorunu, yerli ham madde ve enerji ihtiyacının millî ekonomimizin bağımsızlığı için ne kadar önemli olduğunu gördük. “Dış

Ticaret Fazlası Veren Türkiye” hedefimiz doğrultusunda ihracatçılarımız, pandemi ile birlikte yerli ham madde yatırımlarına hız vermişti. Aynı adımları, enerjimizi millileştirmek için de atmamız gerekiyor.

Bu durum, sanayimizin Avrupa Yeşil Mutabakatı’na uyum çerçevesinde yenilenebilir enerji kaynaklarına geçiş için bir fırsat oluşturabilir. Hiç şüphesiz bu yatırımlar için finansman ve teşviklere ihtiyacımız var. Bakanlık yetkilileri ve çok sayıda banka yöneticisinin katılımıyla “Yeşil Dönüşüme Yönelik Finansmana Erişim Toplantısı” gerçekleştirdik ve taleplerimizi ilettik. Yeni ekonomi modelinin başarıya ulaşabilmesi için sanayimizin mutlaka yeşil dönüşümü gerçekleştirmesi gerektiğini belirttik. Bu dönüşümde önceliğimizin de enerjimizi millileştirmek olduğuna inanıyorum.

Unutmamak gerekir ki yeni dönemde ihracat ekonomimizin lokomotifini olacak ve bu lokomotif, kullanacağı yenilenebilir enerji ile hızlı ve güvenli bir şekilde yol alabilir. Bu dönüşümü de ancak ve ancak kamu ve bankalarla birlikte başarabiliriz.

Avrupa Birliği’nin sürece büyük bir finansman kaynağı ayırdığını ve hükümetimizin yürüttüğü etkin müzakereler sonucunda 3,2 milyar euro değerinde bir kaynağın, ülkemize kazandırıldığı müjdesini aldık. Bu kaynağın, ihracatımızın yeşil dönüşümünü hızlandıracağını umuyoruz.

İsmail Güllü
TİM Başkanı

Panorama

ZİRVE

- 5. İstanbul Ekonomi Zirvesi'nde yeşil ekonomi konuşuldu.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nda düzenlenen Uluslararası Stratejik İletişim Zirvesi'ne TİM Başkanı İsmail Gülle katıldı.

TOPLANTI

- Ekonomi ve Ticaret Derneği Sezon Açılış Toplantısı'na TİM Başkanı İsmail Gülle katıldı.
- TİM, T.C. Hazine ve Maliye Bakanı Nureddin Nebati başkanlığında iş dünyasından temsilcilerle bir araya geldi.
- Turkish Glass Sektör Toplantısı'nda cam sektörü temsilcileri ile buluşuldu.
- Lojistik sektörü dernekleri ve gümrük müşavirleri derneklerinin temsilcileriyle 7/24 İhracat İstişare Toplantısı gerçekleştirildi.
- İstanbul Mobilya, Kâğıt, Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği İstişare Toplantısı gerçekleşti.
- TİM, Ekonomi Gazetecileri Derneği'nin geleneksel Yeni Yıl Buluşması'na katıldı.
- 2022 yılının ilk TİM Yönetim Kurulu Toplantısı gerçekleştirildi.
- TİM Başkanı İsmail Gülle ile T.C. Merkez Bankası Başkanı Prof. Dr. Şahap Kavcıoğlu'nun katılımlarıyla istişare toplantısı gerçekleştirildi.
- Yeşil Dönüşüme Yönelik Finansmana Erişim Toplantısı, TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı çerçevesinde düzenlendi.



aralık

TİCARET HEYETİ

- Pakistan Sanal Ticaret Heyeti Açılış Programı, T.C. İslamabad Büyükelçisi İhsan Mustafa Yurdakul'un katılımıyla gerçekleştirildi.



ETKİNLİK

- TİM ve TSE iş birliğinde hayata geçirilen Sera Gazı Hesaplama Eğitimi etkinliği düzenlendi.

PANEL

- TİM-TSPB iş birliğiyle Şirketlerin Finansmana Erişiminde Sermaye Piyasası Araçlarının Rolü isimli panel gerçekleştirildi.
- TOSYÖV 17. KOBİ Zirvesi'ne TİM Yönetim Kurulu Üyeleri Fatih Kemal Ebiçioğlu, Orhan Sabuncu ile TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Nilgün Özdemir panelist olarak katıldı.





GENÇ TİM

- Genç TİM Başkan Yardımcıları, ABD Başkonsolosu Daria Darnell'e nezaket ziyareti gerçekleştirdi.
- Genç TİM Başkan Yardımcıları, Dünya Gazetesi Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Güldağ ve Genel Koordinatörü Vahap Munyar'ı ziyaret etti.



ÖDÜL TÖRENİ

- TİM Başkanı İsmail Gülle, 2020 Yılı Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni'ne katıldı.
- İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin "İhracatın Birincileri" ödül gecesinde TİM Başkanı İsmail Gülle, başarılı ihracatçılarına ödülleri takdim etti.
- Design Week Türkiye 2021 kapsamında Design Türkiye Endüstriyel Tasarım Ödülleri takdim edildi.
- Design Week Türkiye 2021'de Türkiye 2021 Endüstriyel Tasarım Ödülleri sahiplerini buldu.
- Kütahya Porselen'in organize ettiği "İlham Dolu Sofralar Tasarım Yarışması"nda ödüller takdim edildi.
- Güneydoğu Anadolu İhracatçılar Birliği İhracatın Yıldızları Ödül Töreni gerçekleşti.

ocak

ZİYARET

- Cumhurbaşkanı Başdanışmanı ve Türkiye Basketbol Federasyonu Başkanı Hidayet Türkoğlu ve beraberindeki heyet, TİM'i ziyaret etti.
- Kıbrıs Türk Sanayi Odası Başkanı Ali Kamacıoğlu, TİM'i ziyaret etti.



ÇEVİRİM İÇİ TOPLANTI

- Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Kurulu Toplantısı gerçekleşti.

FİRMA ZİYARET

- İstanbul'da faaliyet gösteren dantel üreticisi ve ihracatçısı Antik Dantel ziyaret edildi.
- İstanbul'da faaliyet gösteren tekstil üreticisi ve ihracatçısı Aydın Tekstil AŞ ziyaret edildi.



AZERBAYCAN

- TİM Başkanı İsmail Gülle, Bakü'de düzenlenen Türkiye-Azerbaycan-Gürcistan İş Forumu'na katıldı.



Uluslararası Yenilenebilir Enerji Ajansı (IRENA) raporuna göre hidrojenin, 2050 yılına kadar nihai enerji tüketiminin yüzde 12'sini karşılayabileceği tahmin edilirken ülkelerin enerji ticareti ve iş birliklerine yeni dinamikler getirmesi bekleniyor.



Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) tarafından hazırlanan Türkiye'nin Dijital Dönüşüm Endeksi 2021 Raporu'na göre Türkiye'nin dijitalleşme notu bir önceki yıla kıyasla 3,03'ten 3,24'e yükseldi.



Avrupa Merkez Bankası (AMB) Yönetim Konseyi Üyesi Klaas Knot, 2023 yılının başlarında faiz artışı için hazır olacağını söyledi. Knot, varlık alımlarının gelecek yıl sonunda biteceğini, sonrasında da faiz artışı olabileceğini belirtti.



İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) bünyesindeki 55 meslek komitesinin gruplandığı 10 ayrı sektör için küresel pazarda yüksek katma değer üretmek ve sürdürülebilirlik yetkinliklerini artırmak amacıyla hazırladığı Sürdürülebilirlik Yol Haritaları'nın dördüncüsünü "ana metaller sanayi sektörü" için açıkladı.

Uluslararası Enerji Ajansı (IEA) Başkanı Fatih Birol, bu yıl dünyada satılan her 100 araçtan 10'unun elektrikli olduğunu ve bu oranın 2019'daki yüzde 2 seviyesine göre ciddi bir büyüme gösterdiğini bildirdi.



Aralık ayında Euro Bölgesi'nde manşet enflasyon bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 5 olarak açıklandı. Bu veri, tüm zamanların en yüksek seviyesi olarak kayıtlara geçti.



İhracatta “Yeşil Finansman” çalışmaları hızlandı

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Sürdürülebilirlik Eylem Planı kapsamında “Yeşil Finansman” hedefleri doğrultusunda çalışmalarına hız verdi.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM), Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nda yer alan yeşil dönüşüme yönelik finansmana erişim ve T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından yayımlanan Yeşil Mutabakat Eylem Planı dâhilinde çalışmalarını sürdürüyor. TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı çerçevesinde yeşil dönüşüm sürecinde güncel durum tespiti yapmak, ekosistemin tüm paydaşlarıyla iş birliğini geliştirmek ve ihracatçıların yeşil finansman olanaklarından azami ölçüde faydalanmalarını sağlamak amacıyla çevrim içi

toplantı düzenledi. İlgili bakanlık ve kamu kurumları, uluslararası finans kurumlarının Türkiye temsilcilikleri, bankalar, TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi ve İklim Komitesi üyeleri, ilgili sektör temsilcileri ve akademisyenlerin katılımıyla düzenlenen “Yeşil Dönüşüme Yönelik Finansmana Erişim Toplantısı” 13 Ocak'ta gerçekleşti. Toplantıya, OECD Türkiye Daimî Temsilcisi Prof. Dr. Kerem Alkin, TÜBİTAK Başkanı Prof. Dr. Hasan Mandal, Dışişleri Bakanlığı AB Başkanlığı Mali İş birliği ve Proje Uygulama Genel Müdürü

Bülent Özcan, Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı İklim Değişikliği Başkanı Orhan Solak, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) Türkiye Ülke Başkan Vekili Şule Kılıç, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) İkinci Başkanı Yakup Asarkaya, Türkiye Kalkınma ve Yatırım Bankası Genel Müdürü İbrahim Halil Öztop, Borsa İstanbul Genel Müdür Yardımcısı Güzhan Gülay, Türk Eximbank Genel Müdürü Ali Güney, KOSGEB Teknoloji, Yenilik ve Yerleştirme Dairesi Başkanı Dr. Mehmet Görkem Gürbüz yanında

kamu ve özel bankaların üst düzey temsilcileri katıldı. Ayrıca Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (UN Global Compact), Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Çözümleri Ağı (UN-SDSN) ve İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği'nin Türkiye Temsilciliği'nden üst düzey isimler ile TİM'in 27 farklı sektöründen temsilciler de düzenlenen toplantıda yer aldı.

YAPTIRIMLAR OLACAK

TİM Başkanı İsmail Gülle, açılış konuşmasında yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirliğin, günümüzde artık bir seçenek olmanın ötesinde başlı başına bir zorunluluk olduğunu vurguladı. Gülle: "Tabiri caizse herkesin kendi kapısının önünü süpüreceği, süpürmeyenlerin çeşitli yaptırımlarla karşı karşıya kalacağı bir döneme girdik. Bu dönem ülkemiz için çeşitli fırsatları ve riskleri aynı anda barındırıyor. Bu toplantıyı gerçekleştirmemiz üç temel amacımız var. TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı çerçevesinde yeşil dönüşüm sürecinde güncel durumumuzu tespit etmek, ekosistemin tüm paydaşlarıyla iş birliğimizi geliştirmek ve ihracatçılarımızın yeşil finansman imkânlarından azami ölçüde faydalanmalarını sağlamak. İhracatçılarımızın bu süreçte hem kamudan hem de finans sektöründen beklentisi oldukça büyük." diye konuştu.

AB'NİN PAVI YÜZDE 42,3

Avrupa Birliği, 2021 yılında ihracatın 93 milyar dolarlık

TİM Başkanı İsmail Gülle, eylem planı kapsamında firmaların hem uluslararası standartlara uygun çalışmalarını hem de dijital ürün pasaportu ve izlenebilirlik uygulamalarının yaygınlaştırılması adına teşvik alanlarının oluşturulması gerekliliğinin altını çizdi.

bölümünü, yani yüzde 41,3'ünü tek başına gerçekleştirdiğinin altını çizen Başkan Gülle: "Emisyon Ticaret Sistemi'ne ek olarak uygulanacak sınırdaki karbon düzenlemesi, ürünün ihtiva ettiği karbon miktarı ile orantılı olarak vergilendirmeye tabi tutulacak. 2026 yılında uygulanmaya başlanacak sınırdaki karbon düzenlemesi, 2023-2025 yıllarında ihracatçılarımıza herhangi bir yük getirmeyecek." dedi. Bu dönemin, ihracatçılar için bir geçiş dönemi olarak planlandığını anlatan Gülle: "İhracatçıların emisyon miktarlarını beyan edecekleri bu dönemi iyi değerlendirmemiz gerekiyor." dedi. TİM Başkanı İsmail Gülle, konuşmasına şu şekilde devam etti: "Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak

bu dönemi değerlendirmek adına çalışmalarımıza süratle başladık. TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planımızı kamuoyuyla paylaştık. Ticaret Bakanlığımız tarafından yayımlanan Yeşil Mutabakat Eylem Planı'nda yer alan 'Yeşil Finansman' başlığı Eylem Planımızın da önemli gündemlerinden biri. Bu kapsamda dijital mentorluk ve eğitim programlarıyla yeşil mutabakat ve iklim değişikliği odağında öncelikle yeşil finansman başlığında rapor ve eğitimlerle ihracatçılarımıza değer katmayı amaçlıyoruz. Son dönemde enerji firmaları ve reel sektörde yeşil tahvil ve sukuk uygulamaları gibi kredi dışı finansman araçları ile finansman kanallarının çeşitlendiğini görüyoruz."

3,2 MİLYAR EURO DEĞERİNDE KAYNAK MÜJDESİ

Avrupa Birliği'nin sürece büyük bir finansman kaynağı ayırdığını belirten TİM Başkanı İsmail Gülle, Türkiye'nin de aldığı 3,2 milyar euro kaynağın önemine vurgu yaparak "Gelecek 10 yıl içinde bu alanda reel sektöre 1 trilyon euro tutarında sürdürülebilir yatırım desteği sağlanması planlanıyor. AB aday ülkesi konumunda bulunan ülkemizin de bu kaynaklardan azami ölçüde faydalanması gerekiyor. Hükümetimizin yürüttüğü etkin müzakereler sonucunda 3,2 milyar euro değerinde bir kaynağın ülkemize kazandırıldığı müjdesini aldık. Bu rakamlar arttıkça inanıyorum ki tüm sektörlerimizin de dönüşüm süreci hızlanacak." diye konuştu.

TİM, ticari heyetlerine hızlı başladı

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), pandemi döneminde sanal olarak gerçekleştirdiği ticari heyetlerine, 2022 itibarıyla fiziki olarak devam ediyor.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM), pandeminin ihracattaki etkilerini azaltmak hedefiyle iki yıldır çevrim içi toplantıları devreye aldı. Türk ürünleri ve ihracat yapan firmalar, bu heyetler vesilesiyle dünyanın dört bir yanına ulaştı. Uzakları yakın eden sanal ticaret heyetleri, “Yeni Nesil Ticaret Diplomasisi” faaliyetleri kapsamında aralıksız şekilde devam etti. Türk ihracatçısı, pandemi sebebiyle küresel ticarete yaşanan talep daralmasına ve dünya ekonomilerindeki küçülmeye rağmen 2021 yılını tarihî rekorlarla kapattı. 2022 yılı kapsamında Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), pandemi döneminde ihracatçılar için devreye aldığı sanal ticaret heyeti programlarını sonlandırma kararı aldı. TİM, 2022 yılı Şubat ayı itibarıyla fiziki olarak gerçekleştirdiği ticari heyetlerine devam edecek. Şirketlerin dış ticaret hacmini artırmak, yeni iş birlikleri tesis etmelerini ve yeni yatırım fırsatlarını değerlendirmelerini sağlamak düzenlenen fiziki ticaret heyetlerinin ilki bu ay başlıyor.

İLK HEYET BAĞ'YE DÜZENLENECEK

Tüm sektörleri kapsayan heyetlerin ilki olan Birleşik Arap Emirlikleri Ticaret Heyeti, 13-15 Şubat günlerinde Dubai’de gerçekleşiyor. Ayrıca program dâhilinde Dubai Expo 2022 kapsamında 15 Şubat günü, T.C. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın katılımları ile “Türk Milli Günü” açılışı gerçekleştirilecek.

TEL AVİV & KUDÜS TİCARET HEYETİ

T.C. Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ve TİM organizasyonu ile nitelikli iş görüşmelerinin yapılmasının planlandığı; Tel Aviv ve Kudüs şehirlerini kapsayacak olan Tel Aviv & Kudüs Ticaret Heyeti ise 5-8 Mart günlerinde gerçekleştirilecek.

MART AYI TAKVİMİ BELLİ OLDU

TİM, Mart ayının da takvimini belirledi. İspanya Fiziki Ticaret Heyeti 14-17 Mart günlerinde Barcelona’da düzenlenecek. TİM fiziki ticari heyetleri, ihracat ailesinin büyümek ve dış pazarlara açılmak isteyen üyelerini bekliyor.

YORGGLASS

[in](#) [@](#) [f](#) [t](#) [v](#) /yorglass

www.yorglass.com

**CAMA OLAN
TUTKUMUZU
DÜNYANIN
6 KITASINA
TAŞIYORUZ!**

500
ISO

**TÜRKİYE'NİN
500 BÜYÜK SANAYİ
KURULUŞU
2020**

**FORTUNE
500
ŞİRKETİ
2020**

TİM, United Nations (UN) Global Compact'e imza attı

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), "Dünyayı Tüketmeden Dünya İçin Üretmek" hedefi doğrultusundaki çalışmalarını globale taşıyarak UN Global Compact'e imza attı.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

VİZYONUyla İHRACATÇILARA

öncü olan Türkiye İhracatçılar Meclisi, bu alanda yürüttüğü çalışmalarını dünyaya taşıyarak iklim değişikliği ile mücadelede ihtiyaç duyulan sanayi dönüşümüne kamu ile iş birliği içinde öncülük etmek ve uluslararası iş birliklerini güçlendirmek adına, United Nations (UN) Global Compact Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin imzacısı oldu.

TÜRKİYE'NİN ÖNÜ AÇILACAK

Dünyanın en büyük kurumsal sürdürülebilirlik inisiyatifi olarak 160'ın üzerinde ülkede, 14 binden fazla şirket ve 3 bini aşkın şirket dışı üyesi olan United Nations (UN) Global Compact'e imza atan TİM, UN Global Compact'in insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanındaki 10 ilkesine uyacağını ve sürdürülebilirlik alanında yaptığı çalışmaları paylaşacağı Sorumluluk Bildirimi Raporu'nda yayımlayacağını taahhüt etti. Bu doğrultuda TİM, "TİM İklim Değişikliği Yol Haritası" ve "TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı" kapsamında sektörlerin ve ihracatçı firmaların ihtiyaçlarını



belirmeye yönelik çalışmalarıyla sürdürülebilir üretimin ve ihracatın önünü açacak.

TİM NELER YAPIYOR?

Türk ihracatçıların en önemli gündem maddeleri arasında yer alan iklim değişikliği, Avrupa Yeşil Mutabakatı ve sürdürülebilirlik konularında TİM, farkındalığı artırmaya yönelik pek çok çalışmaya imzaya atıyor. İklim değişikliği konusunda yürütülecek faaliyetlere yol göstermesi amacıyla Haziran 2020'de TİM İklim Değişikliği Komitesi oluşturuldu. Ekim-Kasım 2020'de enerji yoğun, kaynak yoğun ve tarım sektörlerine yönelik üç farklı "Avrupa Yeşil Mutabakatı Farkındalık Toplantısı" gerçekleştirildi. İhracatçı Birlikleri bünyesinde görev yapmakta olan personelin

iklim değişikliği konusunda yeterliliğini artırmak amacıyla Ekim-Aralık 2020 döneminde Boğaziçi Üniversitesi İklim Değişikliği ve Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi iş birliğinde "İklim Değişikliği ve Genelleştirilmiş AB Yeşil Düzen Eğitimi" gerçekleştirildi. Bu kapsamda TİM İklim Sohbetleri'nin ilki 14 Temmuz'da, AB Türkiye Delegasyon Başkanı ile düzenlendi.

İhracatçı firmaları, Avrupa Yeşil Mutabakatı, iklim değişikliği ve sürdürülebilirlik konularında, ihtiyaç duydukları alanlarda yönlendirmek adına TİM ve İhracatçı Birlikleri bünyesinde görevli 60'a yakın personel ile ALO TİM Yeşil Hat'tı hayata geçirildi. IPA III 2021-2022 Sürdürülebilir Endüstri Dönüşümü Kilit Sektörleri Desteklenmesi Projesi'nin Avrupa Komisyonu değerlendirme aşaması devam ediyor.

TİM, TÜBİTAK Ağlara Üyelik Desteği kapsamında da EIT İklim-KIC Ağı'na üye olmaya hak kazandı. Ayrıca TİM, Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nı "Dünyayı tüketmeden, dünya için üretmek" mottosuyla 21 Haziran 2021 tarihinde açıkladı.

TİM SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK**EYLEM PLANI**

TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı, 12 maddede kamuoyu ile paylaşıldı. Yaklaşık altı ay içinde yaşanan gelişmeler ise şu şekilde gerçekleşti:

1. Hedef: TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi oluşturuldu. Komitenin ilk toplantısı, 9 Eylül 2021 tarihinde gerçekleştirildi.

2. Hedef: İhracatta Sıfır Atık Projesi kapsamında, TİM Kadın Konseyi çalışmaları sonucunda Dış Ticaret Kompleksi'nde Sıfır Atık Yönetim Sistemi kuruldu. TİM tarafından uygulanan sistem, Sıfır Atık Belgesi almaya hak kazandı.

3. Hedef: Dijital Mentorluk ve Eğitim Programları ile sürdürülebilirlik ekosistemi oluşturuluyor. Avrupa Yeşil Mutabakatı ve İklim Değişikliği odağında sınırda karbon düzenlemesi, döngüsel ekonomi ve yeşil finansman konu başlıklarında analiz, rapor ve eğitimlerden ihracatçıların faydalanması hedefleniyor. Akademi-sanayi iş birliği ve bilgi akışının güçlendirilmesi için çalışmalara imza atılıyor.

4. Hedef: Kurumsal Karbon Ayak İzi Çalışmaları ile şirketlerin kurumsal karbon ayak izini bilimsel yöntemlerle ölçmelerinin teşvik edilmesi hedefleniyor.

5. Hedef: Sanayide Döngüsellik



ve İleri Kazanım ile beraber malzemelerin geri kazanımı ve ileri dönüşüme yönelik farkındalık çalışmaları hızla sürüyor.

6. Hedef: “İleri Arıtma Teknolojileri” ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın Öncelikli Yatırımlar Mevzuatı'na uyumlaştırma çalışmaları yapılacaktır.

7. Hedef: “Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi” kapsamında Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından uygulanan Entegre Çevre Bilgi Sistemi'nin yaygınlaştırılmasına yönelik farkındalık çalışmaları, eğitim programı ile başlayacaktır.

8. Hedef: “Standardizasyon Uygulamaları” ile TİM Sektör Kurullarında ihracatçı sektörlerin güncel uluslararası standartlara uygun çalışma yapmaları ve finansmana erişimleri kolaylaştırılacaktır.


9. Hedef: “Standardizasyon Uygulamaları” ile TSE başta olmak üzere ilgili bakanlıkların sertifikasyon çalışmaları sektörlerle entegre edilerek regülasyonlar takip edilecek.

10. Hedef: “Yenilenebilir Enerji Kaynakları” kapsamında YEK-G gibi uygulamalar takip edilerek, karbon yoğun kaynaklar yerine kullanılacak alternatif enerji kaynaklarına yönelik çalışmalara önderlik edilecek.

11. Hedef: “Sürdürülebilir Ekonomik Büyüme ve İstihdam” kapsamında işletmelerde yetkilendirilmiş kurumsal ve tedarik zinciri sürdürülebilirlik birimlerinin oluşması teşvik edilecek.

12. Hedef: “Dijital Ürün Pasaportu ve İzlenebilirlik” kapsamında sektörel dijital ürün pasaportu uygulamalarının IoT ve blok zinciri teknolojisi ile yaygınlaştırılması adına teşvik alanları yaratılması için öncülük edilecek.



 Prof. Dr. Emre Alkin

Faiz ne zehirdir ne de ilaç...

S ebep-sonuç ilişkilerinin karmakarışık hâle geldiği 21. yüzyılın ekonomi dünyasında, daha önce denenmiş ve yan etkileri olmuş reçeteleri uygulamak elbette mantıklı değil. Ortodoks yaklaşımlarla, enflasyonla mücadelenin neticesinde işsizlik ve büyüme yavaşlaması da olabiliyor. Türkiye’de daha önceki dönemlerde enflasyon düşerken büyümenin sağlanması, birçok olumlu gelişmenin yan yana gelmesiyle gerçekleşti. Ancak karar alıcılar bunu “mutlak hakikat” gibi kabul etti. Öncelikle yükselen enflasyonun döneme, yaşanan sürecin şartlarına ve sebeplerine göre farklı şekilde meydana geldiğini, tek bir reçete ile tüm enflasyon çeşitlerine çare bulamayacağımız bilinmeli. Belki de bundan dolayı ortodoks politikaların dışına çıkan yeni öneriler ortaya atılıyor.

Fakat ana akım ekonomistler ile kendini “yenilikçi” olarak tarif eden ekonomistler arasındaki tartışma, bana göre esas meseleden

kopmuş gözüküyor. Akıl başında herhangi bir kişinin yüksek faizin faydalı bir durum olduğunu söylemesi imkânsız. Eğer talep enflasyonu yaşanmıyorsa faizleri yükseltmenin soruna çare olmayacağı da ortada. Şimdi meselenin asıl kilitlendiği yere gelelim.

Faizin içinde enflasyon ve riskler olduğuna göre nominal faizlerin düşmesi için ne yapılması gerektiği aşikâr. Buradan hareketle “Enflasyonu düşürmek için ne yapmalı?” sorusu akla geliyor. Eğer faiz, enflasyon ve risklerin bağımlı değişkeniyse faizler üzerinden bunlara etki yapmamızın sınırlı olacağını kabul etmemiz gerekir. Yani faizi yükseltmek ya da düşürmek, enflasyon oranı üzerinde kalıcı bir etki sağlamaz. Hatta istenmeyen yan etkiler ortaya çıkarabilir. Hele ki yaşadığımız maliyet enflasyonu dikkate alınınca mesele daha ciddi hâle geliyor.

Şu an geldiğimiz noktada ana akım iktisatçılar, faizin yükseltilmesini savunuyor. Eğer bunu enflasyonla mücadele için söylüyorlarsa bilmeliler ki fazla etkisi

olmayacak. Diğer taraftan “yenilikçiler” denen meslektaşlar, faizlerin düşmesini savunuyor. Bunun da yan etkilerini yeterince test ettik, diye düşünüyorum. Manzara meydanda...

FAİZ AĞRI KESİCİDİR, REÇETE FARKLI OLMALI
Peki reçete ne? Neticede ithal malların yurt dışındaki fiyatlarına müdahale edemediğimize göre ithalat vergilerini radikal şekilde düşürmekten başka çare yok. Başka türlü, üreticinin ve ticaret erbabının maliyetlerini düşüremeyiz. Dış ticaret rejimi, bu hâliyle yabancı her türlü mal ve hizmeti pahalılaştırırken yerli üreticilerin de fiyatlarını yükseltmesini teşvik ediyor. “Ne de olsa rakiplerin malları çok pahalı hâle geldi, biz fiyatları artırsak da ucuz kalıyoruz.” yaklaşımı oluşuyor. Üretenlerin tekelleşme çabaları, nihai mal üretkenleri zorluyor desem, yanlış olmaz.

Bir başka sıkıntı da dolaylı vergiler. Kamu harcamalarını en kolay finanse etme yolu, dolaylı vergileri artırmak ancak bu durum fiyatların zincirleme şekilde yükselmesine sebep



“ARA MALINDA DIŞA BAĞIMLILIĞI KIRMAK VE REKABET ORTAMINI YARATARAK SÖMÜRÜYE SON VERMEK, DIŞ TİCARET REJİMİ VE VERGİ REJİMİNİ RASYONEL HÂLE GETİRMEK, VATANDAŞLARIN HAYATLARINA DOĞRUDAN ETKİ YAPAN MAL VE HİZMETLERDEKİ DOLAYLI VERGİLERİ RADİKAL ŞEKİLDE DÜŞÜRMEK, ÜRETİCİLERİN MALİYETLERİNİ DÜŞÜRECEK TÜM HAMLELERİ YAPMAK VE ELBETTE GÜVEN EROZYONU YARATACAK SÖYLEMLERDEN UZAK DURARAK DÖVİZ KURLARININ SAKİN KALMASINI SAĞLAMAK GEREK.”

oluyor. Meyve suyundan başlayarak en akla hayale gelmeyecek zorunlu mal ya da hizmetlere kadar kesilen dolaylı vergiler, bir maldan diğerine enflasyonist etkilerin transfer edilmesi sonucunu yaratıyor. Çünkü bazı ürünler, nihai mal ya da hizmet olabildiği gibi ara malı ya da tamamlayıcı mal hüviyetinde de olabiliyor.

Hâl böyleyken dövize endeksli yaşantımız nedeniyle ve kurlar yükseldikçe artan fiyatları da hesaba kattığımızda, “Yeni bir şey deniyoruz...” çerçevesinde atılan adımların yan etkilerinin arzu edilen sonucu yaratmadığı görülüyor. Politika faizlerini düşürürken hem kurları hem piyasa faizlerini hem kamu borçlanma kağıtlarının faizlerini hem de enflasyonu yükseltmiş olduk. Hadi yurt dışındaki fiyat artışlarına müdahale şansımız yok ancak kendi elimizle enflasyonu yükseltmemiz de başlı başına hatalı bir yaklaşım. Faturası, elbette vatandaşa çıkıyor.

Gelinen noktada, kur garantili faizi şahıslardan kurumlara yayan, vergiden



muaf hâle getirmek için uğraşan ekonomi yönetimi belki “örtülü faiz” teklif etmedi ama “heterodoks” denemenin zararlı yan etkisinin üzerini örttü diyebilirim. Tekrar ediyorum, bu enflasyonu faizleri yükselterek yenmemiz düşük bir ihtimal ve neticesi büyüme krizi olacaktı. Ancak faizleri düşürme çabası da aynı neticeyi yarattı. Faizler yükseldi ama enflasyon daha uzun süre yüksek seyredecek. Yani döndük dolaştık, ters yönden aynı yere geldik.

Ben kendi adıma neşter atılması gereken yerleri sürekli anlatıyorum. Ara

malında dışa bağımlılığı kırmak ve rekabet ortamını yaratarak sömürüye son vermek, dış ticaret rejimi ve vergi rejimini rasyonel hâle getirmek, vatandaşların hayatlarına doğrudan etki yapan mal ve hizmetlerdeki dolaylı vergileri radikal şekilde düşürmek, üreticilerin maliyetlerini düşürecek tüm hamleleri yapmak ve elbette güven erozyonu yaratacak söylemlerden uzak durarak döviz kurlarının sakin kalmasını sağlamak gerek.

Geri kalan faktörler zaman içinde normale dönecektir. Yeter ki bizler önce acil olan adımları atalım.



İhracat hedefinin önünde üç risk, bir fırsat

Dr. Can Fuat Gürlelel



Türkiye 2022 yılında, 250 milyar dolar ihracat hedefine sahip. Bu hedefe ulaşmak için 2022 yılında, ihracatın yüzde 10,9 büyümesi veya değer olarak 24,6 milyar dolar artması gerekiyor. 2022 yılı ihracat hedefinin önünde üç risk ve bir fırsat bulunuyor. Türkiye riskleri iyi yönetmeli, fırsatı ise yine iyi kullanmalı.

İhracatın önündeki ilk risk, dış kaynaklı. O da dünya ekonomisinin 2022 yılındaki yavaşlama riski. Dünya ekonomisine ilişkin ana senaryoda, 2022 yılı için yüzde 4,5 ekonomik büyüme öngörülüyor. Bu ana senaryo, salgının etkilerinin ilk çeyrek ile sınırlı kalacağı ve yılın geri kalan döneminde etkisinin azalacağı varsayımına dayanıyor. Yine ana senaryodaki diğer tahmin ise tedarik zinciri sorunlarının kademeleli olarak azalacağı, yeterli girdi ve iş gücü bulunmaya başlanacağı, emtia ve navlun fiyatlarında da sınırlı düşüşler olacağına yönelik. Ancak her iki varsayımına ilişkin olarak farklı beklentiler giderek kuvvetleniyor. Öncelikle salgında çok hızlı yayılan omicron varyantı ile dünya nüfusunun geniş bir bölümünün hasta olacağı beklentisi hâkim. Buna bağlı olarak bazı ülkelerde, kitle bağışıklığı sağlanması fikri öne çıkıyor. Genel aşılama ve yeni varyantlara karşı yeni aşılama yaklaşımı giderek maliyetli hâle geliyor. Bu çerçevede salgının etkilerinin, mevcut ve yeni varyantlar ile yıl boyu sürmesi endişesi artıyor. Bu süreçte aşı olmayanlara, daha katı sınırlamalar ile yine kademeli kısıtlamalar öne çıkacak. Salgının 2022 geneline yayılacak etkileri, doğal olarak küresel ekonomideki büyümeyi de sınırlayacak.

Diğer yandan küresel ekonomide yaşanan birçok sorunun, 2022 yılının büyük bölümünde etkili olacağı beklentisi de güçleniyor. Salgına bağlı olarak kapatma ve kısıtlamalar, küresel tedarik zincirlerindeki iyileşmeyi öteleyecek. Çin'in salgına karşı sıfır taviz politikası ve toplu kapatma önlemleri, sıkıntıları artıracak. Buna bağlı olarak üretimde sıkıntılara yol açan, girdi erişimindeki zorluklar ve iş gücü açıkları da devam edebilir. Yine navlun, enerji ve emtia fiyatları da arz yanlı sıkıntılar nedeniyle yüksek kalabilir.

Küresel enflasyonun, 2022'de de yüksek kalacağı görülüyor. Küresel enflasyon ile mücadelede uygulanacak para politikaları, beklenenden daha sıkı olabilir. Nitekim ABD Merkez Bankası'nın, FED için 2022 yılında faiz artırımı beklentisi dörde çıktı. İlk faiz artışı, Mart ayına çekildi. Bilançonun daraltılmaya başlanması için de takvim, 2022 yılına çekildi. Hem yüksek enflasyon hem de enflasyon ile mücadelede olası daha sıkı para politikaları, küresel ekonomik büyümeyi yavaşlatabilir.

Değerlendirilen bu riskler çerçevesinde, uluslararası kurumların 2022 yılı dünya ekonomisi büyüme beklentileri de düştü. 2022 yılı için daha iyimser olan ana senaryoda dünya ekonomik büyüme beklentisi yüzde 4,5 iken, risklere daha ağırlıklı yer verilen yeni tahminler yüzde 4 büyümeye işaret ediyor. Dünya ekonomisinde ve pazarlarımızda hem ekonomik büyümenin yavaşlaması hem de salgının etkilerinin ve kısıtlamaların daha uzun sürmesi, Türkiye'nin ihracatını da olumsuz etkileyecek. İhracatımızın önündeki diğer iki risk ise yurt içi kaynaklı. Bu risklerin ilki Türk lirasın-

daki dalgalanma ve belirsizlik. Türk lirasına güveni ve geçişi sağlamaya yönelik önlemler, artarak devam ediyor. Bunların bazıları özendirici bazıları ise baskıcı önlemler. Özellikle şirketlerin döviz alım-satımlarına yönelik yakından izleme ve fiili müdahaleler söz konusu. Şirketlere ve döviz piyasalarına yönelik benzer müdahaleler ile Türk lirasında kalıcı istikrar ve itibar sağlanamayacak. Bu nedenle Türk lirasında belirsizlikler ve dalgalanmalar sürecek. Diğer yandan ihracatın finansmanı tarafında da sıkıntılar yaşanıyor. 250 milyar dolar ihracat hedefi için ihracatçılar, daha yüksek ihracat finansmanına ihtiyaç duyarken özellikle Eximbank kredileri kullanımı giderek zorlaşıyor. Gerekece olarak da kullanılacak kredilerin döviz gitmesi endişesi öne sürülüyor. Ancak ihracatçıların, yeni yıl bağlantılarında şimdiden ilave kaynaklara ihtiyacı var. Artan enflasyon, maliyetler ve ücretler ile işletme sermayesi ihtiyacı yükseldi. T.C. Merkez Bankası kaynaklı Türk lirası reeskont kredileri başta olmak üzere ihracat kredi olanakları hızla genişletilmeli.

Türkiye'nin 250 milyar dolar ihracat hedefi için karşılaştığı fırsat ise küresel tedarik zincirlerindeki değişimin sürmesi ve Türkiye'ye yönelik ilave tedarik talebinin her koşulda artması. Omicron salgını ile Çin ve Asya'daki kapatmalar Türkiye'ye yönelik talebi daha da hızlandıracak. Türkiye bu ilave talebi değerlendirerek 250 milyar dolar ihracata ulaşabilecek. Ancak bunun için hızla yeni kapasiteler yaratılabilmeli, yeşil ve dijital dönüşüm hızla tamamlanmalı. İlave finansman ihtiyacı ile Türk lirasında öngörülebilirlik de sağlanmalı.

TİM İŞBİRLİĞİYLE İHRACATÇILARA SUNULAN
İLK VE TEK KREDİ KARTI:

MAXİMİLES TİM İHRACATÇI KART

Hem alışverişlerde hem de İş Bankası aracılığıyla yapılan ihracatlarda mil kazandıran Maximiles TİM İhracatçı Kart'a başvurun; rezervasyon, yurtdışı çıkış harcı ve daha birçok konuda avantajlardan yararlanın.

Üstelik 31 Mart 2022'ye kadar ilk kez Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olan ve kartıyla toplam 5.000 TL harcama yapan müşterilere **200 MaxiMil** hediye!



Maximiles TİM İhracatçı Kart'a Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) üyeleri başvurabilir. 31 Mart 2022'ye kadar ilk kez Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olan ve Maximiles TİM İhracatçı Kart'ıyla 30 Nisan 2022 tarihine kadar toplam 5.000 TL harcama yapan müşterilere, 200 MaxiMil hediye edilecektir. Hediye MaxiMiller, 30 Mayıs 2022 tarihine kadar kullanıma açık Maximiles TİM İhracatçı Kart'a yüklenecektir. Kampanya, kart bazında değil müşteri bazındadır. Bir müşteri, kampanyadan bir kere yararlanabilir ve en fazla 200 MaxiMil kazanabilir. Kampanya dönemi içerisinde gerçekleştirilen alışverişlerin iptal edilmesi veya satın alınan ürünlerin iade edilmesi durumunda yüklenen MaxiMiller geri alınacaktır. Maximiles TİM İhracatçı Kart haricindeki İş Bankası bireysel ve ticari kredi kartları ile Bankamatik Kartlar kampanyaya dahil değildir. İş Bankası dilediği zaman kampanya şartlarını değiştirme ve kampanyayı sona erdirmeye haklarına sahiptir. Kredi kartı talepleri için son karar Banka tarafından verilecektir. Banka, kart talebini reddetme veya kefil ve teminat talep etme hakkına sahiptir. Ayrıntılı bilgi maximiles.com.tr ve şubelerimizde.



Genç TİM'in dinamik yapısı, Türkiye ekonomisini güçlendiriyor.

Genç TİM, Türkiye'nin POTANSİYELİNİ ARTIRIYOR



İhracata gençlik aşılayan Genç TİM, Türkiye'nin gençlik potansiyelini güçlendiriyor. İhracatın yeni nesil neferleri, 2022'nin stratejik yol haritasını hazırladı. Yazı dizimize Genç TİM'in Başkan Yardımcıları Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birliği Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyesi İpek Teymur Külekçi ve Ev ve Mutfak Eşyaları Sanayicileri ve İhracatçıları Derneği Başkanı Talha Özger'in değerlendirmeleri ile devam ediyoruz.

Genç TİM yönetimi olarak Türkiye'nin gençlik potansiyeli hakkında neler

düşünüyorsunuz?

İpek Teymur Külekçi (İTK):

Osmanlı'dan günümüze kadar bakarsak bu topraklarda çok büyük savaşlar verilip çok büyük galibiyetler elde edildi. Hatta hepimizin bildiği gibi Atatürk döneminde her türlü maddi imkânsızlıklara ve bedensel yorgunluklara rağmen bu durum bize engel olmadı. Aksine, yapımızda olan azim ve başarıya hırsı bize hep galibiyet yaşattı; bizi, ileri refah seviyelerine ulaştırdı. O yüzdendir ki son zamanlarda çok ivme katettiğimiz ihracatta da büyüklerimizin tecrübesi, gençlerimizin vizyoner bakışı ile bu rakamların çok daha yukarılara çıkacağına eminim.

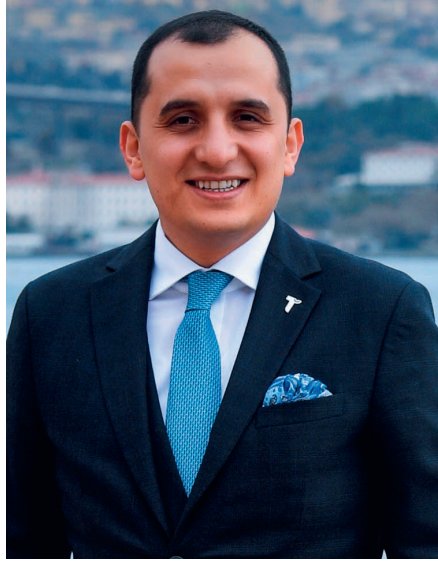


Genç TİM Başkan Yardımcısı **İpek Teymur Külekçi**

Talha Özger (TÖ): Türkiye olarak genç ve eğitimli bir nüfusa sahibiz ve önümüzdeki dönemde bu avantajımızı daha da etkin bir şekilde kullanmamız gerekiyor. Gençlerin finansal bağımsızlık kazanmalarını sağlamak için girişimciliği desteklememiz, sürdürülebilir gelişim için onları mevcut değer zincirlerine ve ihracata yönlendirmeliyiz. Günümüzde dünyadaki girişimcilerin yüzde 44'ü 18-35 yaş aralığında gençlerden oluşuyor. Yapılan çalışmalar bu yaş aralığındaki gençlerin 35 yaş üzeri kişilere göre 1,6 kat daha fazla girişime imza attıklarını da gösteriyor. Gençlerin finansa erişim yanında değer zincirlerine ve uluslararası pazarlara entegrasyonunu sağlayabilirsek gençlerimiz, özellikle KOBİ'lerin uzun vadeli başarılarında rol oynayabilir ve önemli oranda istihdam yaratabilir.

Pandeminin etkisiyle birlikte dijital dönüşümün hızlandığı piyasalara yönelik Genç TİM kapsamında ne gibi çalışmalara imza atacaksınız?

İpek Teymur Külekçi: Pandemiden sonra dünyada çok ciddi bir değişim oldu. Bu yeni düzen a'dan z'ye herkesi etkilemiş durumda. Ben bu durumu bir yandan hayatımızı çok kolaylaştıran öte yandan adapte olmamız için zaman gereken hızlı gelişmişlik olarak nitelendiriyorum. Bu duruma en hızlı adapte olacak kişiler



Genç TİM Üyesi **Talha Özger**

ise gençler. Bu yüzdendir ki Genç TİM'in kendi yapısı ile özdeş birtakım projeleri var. Birçok genç için faydalı ve verimli olacağını düşündüğüm bu projeleri ekip olarak en kısa sürede gerçekleştirmeyi düşünüyoruz.

Talha Özger: Gençleri yeni teknolojiler ve blok zinciri gibi konularla birebir kullanmayabiliriz. Yeni teknolojiler kapsamında yapay zekâ (AI), 3D printing, nesnelerin interneti (IOT), blok zinciri uygulamalarının son dönem üretimde maliyetleri yüzde 15 oranında azalttığı söyleniyor. Evet, yeni teknolojilere adapte olmalıyız ama bunu genç ya da yaşlı ayrımı olmadan yapmamız gerekiyor. Mühim olan aslında kişileri değil, şirketleri gençleştirebilmek.

Genç TİM'in 2022 hedefleri arasında neler var?

İpek Teymur Külekçi: Daha çok gence ulaşıp gençleri hem ihracata teşvik etmek hem de gençlerin ihracata olan katkısını çok daha yukarı seviyelere çıkarmak öncelikli hedeflerimizden biri. Aynı zamanda Türkiye'nin ara mal ithalatını minimum seviyeye indirmek için elimizden geleni yapmak istiyoruz. Genç TİM'in dinamik yapısı ve heyecanı ile fark yaratacak projelerle Türkiye'nin çok daha ileri götürüleceğinden eminim.

İpek Teymur Külekçi: "Son zamanlarda çok ivme katettiğimiz ihracatta büyüklerimizin tecrübesi, gençlerimizin vizyoner bakışı ile başarımız çok daha yukarılara çıkacak."

Talha Özger: "Gençlerin finansa erişim yanında değer zincirlerine ve uluslararası pazarlara entegrasyonunu sağlayabilirsek gençlerimiz, özellikle KOBİ'lerin uzun vadeli başarılarında rol oynayabilir."



duayen röportaj



Altınbaş Yönetim Kurulu Başkanı Ali Altınbaş

Geçmişin ustalığı ile geleceğin **VİZYONER BAKIŞI**

Finans, altın, lojistik, enerji ve eğitim gibi önemli alanlarda başarılı işlere imza atan Altınbaş Yönetim Kurulu Başkanı Ali Altınbaş ile eğitim ihracatını ele aldık.



Türkiye'nin lider kurumlarının başında gelen Altınbaş Holding'in temelleri, merhum Mehmet Altınbaş tarafından 1950'li yıllarda Gaziantep'te atıldı. İzleyen yıllarda başarı

grafliğini daima üst sıralara taşıyan marka, Türkiye'nin ilk altın mücevher fabrikasını kurdu. 1996 yılı itibarıyla holdingleşen ve bünyesinde bütün bir sistemin parçalarını oluşturan finans, altın, lojistik, enerji ve eğitim alanlarındaki şirketlerini bir araya getiren Altınbaş, bugün dünya çapında bir kurum hâline geldi. 60 yılı aşkın başarı yolculuğuna Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen holdingi unvanıyla devam eden Altınbaş Yönetim Kurulu Başkanı Ali Altınbaş ile bir araya geldik.

Bugün yurt içi ve yurt dışında ne kadar mağazaya ulaştınız?

Altınbaş Mücevherat, Türkiye'nin önde gelen ilk beş firmasının içinde yer alıyor. Ülkemizde ve özellikle bölge ülkelerde etkinliği olan bir marka. Yurt içinde 120, yurt dışında ise 16 farklı ülkede 38 mağazası bulunuyor.

Altınbaş olarak yatırım kararlarınızda neler var?

Amacımız, yurt dışında da yatırımlarımızı sürdürmek. Eğitim alanında ise üniversitemizin tıp fakültesini yepyeni bir hastane ile desteklemeyi planlıyoruz. Ayrıca teknoloji

geliştirme bölgesi yani bir teknokent yatırım planımız var. Grubumuzun da katkılarıyla en kısa zamanda hayata geçirmeyi arzu ediyoruz.

Pandemi döneminde birçok sektör ihracatta düşüş yaşarken mücevher sektörü 2021 yılını yaklaşık yüzde 80 artış ile kapattı. Bunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bugün Anadolu medeniyetinin zenginliğini en çok değerlendiren sektör, mücevherat sektörüdür. Onun içindir ki köklerini bu zenginliğe dayamış olan Türkiye, bugün dünyada mücevherat üretiminde kabul gören, kendini kanıtlamış ülke durumdadır. Bunun bütün altyapılarının ülkemizde oluştuğuna inanıyorum. Dünyada ihracatımız 3. sırada geliyor. Pandeminin bu anlamda olumsuz bir etkisi olmadı. Bu durum, çok memnuniyet verici.

Holding olarak ihracatta nasıl bir yıl geçirdiniz?

Biz grup olarak insanların temel ihtiyaçlarına hitap eden sektörlerdeyiz. İnsanların temassız geçirdiği pandemi döneminin artık bitmek üzere olduğunu umuyoruz. Bu iki yıllık ihtiyaç ertelemesinden doğacak talebi karşılamaya hazırlanıyor, bunun önemli bir fırsat olduğunu düşünüyoruz. Pandeminin etkisiyle de üretimin yakın imalat noktalarına yöneldiğini söyleyebiliriz. Bu hem ülkemizi hem de Altınbaş markası olarak bizi olumlu etkiledi.



"BİZİM EN GÜÇLÜ YANIMIZ ÜNİVERSİTEMİZDİR"

Altınbaş Üniversitesi bünyesinde gerek endüstriyel tasarım gerekse takı tasarımı bölümlerinde, değerli akademisyenler ile birlikte çok yetenekli öğrenciler yetiştirdiklerini söyleyen Altınbaş Yönetim Kurulu Başkanı Ali Altınbaş: "Bu noktada bizim en önemli gücümüz üniversitemizdir. Genç yeteneklerimizi sanayi-üniversite iş birliği kapsamında firmalarımızda görevlendiriyoruz. Geçmişin ustalık becerileriyle geleceğin vizyoner bakışını birleştiriyoruz. Bu da marka değeri yüksek, yepyeni koleksiyonların ortaya çıkmasına imkân tanıyor.





“Dünyada eğitim yönünden saygın ilk 10 ülkenin arasına girdik. Gelecek yıllarda, rahatlıkla ilk beş arasına girebileceğimize inancım tam.”



Sektörün ülke ekonomisi için en güçlü yanı, ihracat birim değeri en yüksek ürün gamına sahip olması. Bu bağlamda sektörün ihracat değerini artırmak mümkün mü?

Türkiye ihracatı, dünyada 3. sırada yer alıyor. Günümüzde tüketicilerin farklı

tasarımlara yöneldiğini gözlemliyoruz. Mücevherat sektörü görselliğe, estetiğe en çok hitap eden sektörlerden biri. Tasarım faktörünün, bir ürünün marka olmasındaki en önemli etkenlerden olduğunu biliyoruz. Dolayısıyla hem marka değerimizi hem de ihracat rakamlarımızı artırmak için tasarım konusuna özel önem verilmesi gerektiğini düşünüyoruz.

Altınbaş Üniversitesi, eğitim sektörüne oldukça güçlü bir giriş yaptı. Üniversite hangi hedefle kurulmuştu ve bugün hedefin neresindesiniz?

Türkiye’de, devletin son zamanlarda uyguladığı politika sayesinde dünyada eğitim yönünden saygın ilk 10 ülkenin arasına girdik. Bu doğrultuda, yedi yıl önce 40 bin olan uluslararası öğrenci sayısı, bu yıl 250 bine çıkmış durumda. Türkiye ilk defa dünyada geçen yıl ilk 10’a girmişti. Bu son derece önemli bir olay. Gelecek yıllarda, rahatlıkla ilk beş arasına girebileceğimize inancım tam. Çünkü lokasyonumuz, dünya üzerindeki



İmajımız, bize duyulan sempati ve güven, özellikle uluslararası öğrencilerin burada eğitim alması için ciddi bir talep yaratıyor. Bunu çok önemli bir fırsat olarak değerlendiriyorum. Biz, kuruluşumuzda eğitim dilimizi İngilizce, lokasyonumuzu da İstanbul olarak seçerken de amacımız buydu. Bu potansiyeli öngörmüştük. Dünyanın her yerinden öğrencilerin buraya gelip eğitim almaları amacıyla hareket ediyoruz. Ekonomik nedenlerden dolayı yurt dışında eğitim alamayan Türk öğrencilerimizin de uluslararası bir network elde etmesi ve dünya çapında bir öğrenci grubunun içinde okuması benim en büyük hayalımdı.

Türkiye, son dönemde eğitim ihracatı ile de dikkat çekmeye başladı. 200'den fazla üniversiteye sahip ülkenin bu alandaki potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Burada özellikle şunu vurgulamak gerekir: Eğitim, en önemli hizmet ihracatı kalemlerimizden biridir. Öğrencinin yaşam boyu aslında üzerinde taşıyacağı bir değerdir. Bu değer sayesinde mezun olup ülkelere döndüklerinde de bizimle hâlâ iletişime hâlde olacaklar. O bireyler ticaretinde de alışverişinde de öncelikle Türkiye'yi düşünecek. İhracatın katma değeri bakımından bu konu, temel bir yapıdır. Altınbaş Üniversitesi'nin önemli bir özelliği, Türkiye'de 204 üniversite arasında toplam öğrenci sayısına göre en fazla uluslararası öğrencinin bulunduğu üniversite oluşudur. Dünyanın en iyi üniversitelerinin sıralandığı World University Rankings'e göre (THE) uluslararası öğrenci yoğunluğu kategorisinde yüzde 43'lük oranla 68. sırada yer aldık. Buna göre üniversitemiz, tüm zamanlarda herhangi bir kategoride 100'e giren ilk Türk üniversitesi kapsamına girmiştir.

Altınbaş olarak yabancı öğrencilere yönelik ne gibi programlarınız var?

Eğitimde ve araştırmada uluslararasılaşma, üniversitemizin uluslararası öğrencilerle zenginleştirilmesi ve çok kültürlü bir eğitim ortamı



“Ülkemizin eğitim ihracatı seferberliğinde, Altınbaş Üniversitesi olarak gelecek dönemde de elimizden gelen tüm çabayı göstereceğiz.”



"Başarımızın arkasındaki en önemli etken attığımız her adımı, uluslararası alanda rekabet edebilir bir üniversite olmak amacı ile atmamızdır."

oluşturulması; kurulduğu günden bu yana üniversitemizin en önemli hedeflerinden birisidir. Bu sebeple yaklaşık 11 yıldır, bir uluslararası eğitim markası olma yolunda birçok konuda faaliyet gösteren üniversitemiz, uluslararası öğrencilerin, kaliteli bir eğitim aldığı ve kendisini evinde hissettiği bir öğrenme ortamını öğrencilerine sağlamayı başardı. Bugün üniversitemizde 95 farklı ülkeden gelmiş, 5 bin 400'ün üzerinde öğrenci eğitim alıyor. Ulaştığımız bu uluslararası öğrenci rakamı ile üniversitemizde eğitim alan öğrencilerin yüzde 45'i uluslararası öğrencileri kapsıyor. Bu, Türkiye'deki tüm üniversiteler içindeki en yüksek uluslararası öğrenci oranıdır. Bu başarımızın arkasındaki en önemli etken attığımız her adımı, uluslararası alanda rekabet edebilir bir üniversite olmak amacı ile atmamızdır. Bu vizyonumuz doğrultusunda, her yıl artan sayıda uluslararası öğrenciyi üniversitemize ve Türkiye'nin Yüksek Öğrenimi'ne kazandırmaktayız. Uluslararası öğrencilerimizin gelecekte, ülkemizin ve kurumumuzun gönüllü elçileri olacağı inancındayız. Bu bakış açımızın da başarımızdaki en önemli etkenlerden biri olduğunu düşünüyoruz.

Yabancı öğrenci sayısını artırmak gibi bir çalışmanız var mı?

Üniversitemiz 11 yıl gibi kısa bir sürede

üç kampüs, dokuz fakülte ve 100'ün üzerinde eğitim programı ile faaliyet gösterecek kapasiteye ulaştı. Gelecek dönemde de hem eğitim hem araştırma alanındaki faaliyetlerimizi nitelik ve nicelik bakımından geliştirecek yatırımlar yapmayı planlıyoruz. Bu yatırımlarımıza ek olarak, eğitim ve araştırma faaliyetlerimizde uluslararasılaşmayı odak noktamız olarak belirleyerek üniversitemizin uluslararası alanda rekabet edebilirliğini artırmayı hedefliyoruz.

Eğitim ihracatı konusunda düşünceleriniz nelerdir?

Amacımız, sadece uluslararası öğrenci sayımızı artırmak değil, kampüslerimizdeki kültür çeşitliliğini de yükseltmek. Üniversitemizde şu anda 95 farklı ülkeden 5 bin 400'ün üzerinde öğrenci eğitim alıyor. Biz hem ülke çeşitliliğimizi hem de öğrenci sayımızı gelecek yıllarda artıracak adımları atıyoruz ve atmaya devam edeceğiz. Üniversitemizin ve ülkemizin bir uluslararası eğitim merkezi olarak bilinirliğini artırmak için uluslararası tanıtım faaliyetlerimizin ulaştığı çevreyi genişletiyoruz. Aynı zamanda uzak coğrafyalardan da öğrencilerin eğitim için ülkemizi tercih etmesini sağlamak amacı ile tanıtım faaliyetleri gerçekleştiriyoruz. Ülkemizin eğitim ihracatı seferberliğinde, Altınbaş Üniversitesi olarak, gelecek dönemde de elimizden gelen tüm çabayı göstereceğiz. Kuruluşumuzdaki amacımız, yüzde 50 uluslararası öğrenci, yüzde 50 Türk öğrenci idi. Altınbaş Üniversitesi olarak, yüzde 50-50 hedefimize hızla ulaşıyoruz.

Eğitimin içinde olan bir iş insanı olarak, 2022 için iş dünyasına yönelik nasıl bir sene öngörüyorsunuz?

Ülkemizin eğitim dışında sağlık ve turizm alanlarında da hem yetişmiş insan yapımız hem de coğrafi konumumuzun avantajıyla çok büyük başarılar elde etme potansiyelimiz çok yüksek. Devletimizin de katkılarıyla bu avantajlar ön plana çıkarıldığında, çok fark yaratacağımıza yürekten inanıyorum.



2022'DE DE YATIRIMLARINA DEVAM EDECEK

E-ticaretin yükselişe geçtiği son yedi yıl içinde özellikle ağır ve hacimli ürün lojistiğinde lider olan Horoz Lojistik'in Yönetim Kurulu Başkanı Taner Horoz, 2021 ve 2022'yi değerlendirdi.

HOROZ LOJİSTİK, iş ortaklarına ve tüketicilere yönelik teknolojik yatırımlara verdiği önceliğe devam ediyor. Horoz Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Taner Horoz: "İhtiyaçlar doğrultusunda gerçekleştirdiğimiz yeni yatırım ve projelerle büyümeye devam ediyoruz. Yaşadığımız süreçte paydaşlar arasında bilgi paylaşımının önemi her zamankinden öteye taşındı. Biz de hızlı bir adaptasyon süreciyle kendimizi yeniledik ve iş hacimimizi yüzde 50 civarında büyüttük." dedi.

"UÇAKLA TESLİMAT HIZINA YAKIN BİR HİZMETİ SAĞLADIK"

"2021 yılında uçak seferleri çok azaldığı için binek araç gümrüklerinden hızlıca geçen express minivan servisini devreye sokarak uçakla teslimat hızına yakın bir hizmeti sağladık." diyen Taner Horoz, şu şekilde devam etti: "Daralan konteyner kapasitesi ve değişken kısıtlamalardan kaynaklı tır tedarikinde de yaşanan sorunlar multimodel taşımaya talebi yükseltti. Biz de bu konuda uluslararası iş birlikleri geliştirerek müşterilerimizin ihtiyaçlarına cevap vermeye başladık. E-ihracattaki hızlı gelişimle beraber bu bağlamda şu ana kadar yapılmayan 30 kg veya 30 desu üzeri ürünlerin e-ticaret taşımalarını Elektronik Ticaret Gümrükleme Belgesi (ETGB) kapsamında Türkiye'nin dört bir yanındaki üreticilerden, Avrupa'daki son kullanıcılara gümrüğü hem çıkış hem varış noktasında yapılmış olarak teslim etmeye başladık. Mobilya alanında teslimatla birlikte montaj ve satış sonrası teknik servis hizmetlerini geliştirdik. Uçtan uca e-ticaretin tüm süreçlerine cevap verecek, E-LOG adı verilen e-ticaret platformu yatırımlarımız, e-ticaretin tüm paydaşlarını 'bağlan ve çalış' mantığında bir araya getirmeyi ve



tek entegrasyon ile tüm paydaşlarla direkt çalışılabilir hâle gelmesini hayal ettik. E-LOG platformu firmalara ve KOBİ'lere maliyet, satış hacmi ve bağımsız olabilme avantajları getirecek. 2019 yılında hayata geçirdiğimiz Horoz Cüzdân ile sistem hiçbir ayırım gözetmeden, hizmet almak isteyenleri e-ticarette hacimli ürün satacak yetkinliğe kavuşturan bir mekanizma ile çalışıyor. 2021'de hayata geçirdiğimiz projelerimizden biri de online ticaret devi Alibaba.com'un Türkiye'deki sayılı çözüm ortaklarından biri olmamız. Ürünlerini dünyaya satmak isteyen firmalar artık Horoz Lojistik üzerinden, yüzde 60

devlet teşviki ile Alibaba.com'a üye olabiliyorlar." dedi.

Yatırımlarına 2022'de de hız kesmeden devam edeceklerini belirten Taner Horoz: "SCADA destekli yeni nesil bir depoyu, Nisan 2021 itibarıyla devreye aldık. Lojistik sektöründe 2022 yılını geçen yıldan daha dengeli olmasını umuyoruz. İki yıllık pandemi sürecinin etkilerini hâlâ ciddi olarak yaşadığımız bir yıl olacaktır. Ümidimiz 2023'ün sonuna doğru normalleşme yakalamak. Umarız ülkemizin içinde bulunduğu zor coğrafyadaki iç-dış siyasi unsurlar, zor geçecek bir yıl sinyali veren 2022'de lehimize gelişir." dedi.



HOROZ LOJİSTİK



ekonomi radarı



İHRACAT EKSENİNDE

büyüme modeli



Üretim odaklı ihracatı önceleyen Türkiye Ekonomi Modeli, "İhracat Ailesi"ne yeni yılda büyük sorumluluk yükledi. Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2022 ihracat hedefini 250 milyar dolar olarak açıkladı. Hedefe ulaşmada, ihracatı tabana yaymak ve katma değerli ihracat lokomotif olacak.

📍 Murat Erdoğan



umhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın detaylarıyla açıkladığı Türkiye Ekonomi Modeli; üretime dayalı ve ihracat öncelikli bir temele

dayandığı için ihracat, yeni modelin dinamosu hâline geldi. Pandemi dönemi ile birlikte tarihî rekorlara imza atan ihracat ailesi, ülke ekonomisinin büyümesinde son dönemde önemli rol oynadı. İhracatçılar, yeni ekonomi modelinde devletin de desteğiyle daha büyük hedeflere odaklandı. Türkiye İhracatçılar Birliği (TİM) Başkanı İsmail Güllü: "Model, ihracat ekseninde büyüme modeli! Bundan memnuniyet duyuyoruz ve bu sorumlulukla çalışıyoruz. 'Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye' hedefimize el birliğiyle ulaşacağız. 2022'de bunu gerçekleştireceğimize inanıyorum." açıklamasını yaptı.

Dört nihai hedefi bulunan yeni ekonomi modelinin ana hedefi, cari açık sorununu kalıcı olarak ortadan kaldırmak. Böylece büyümenin yüksek olduğu dönemlerde cari açığın çok fazla artması ve ekonominin küçüldüğü dönemlerde cari fazla sarmalından çıkılmış olacak. İkinci hedef ise orta gelir sarmalından kurtularak katma değerli ihracatla kişi başı geliri artırmak. Modelin diğer nihai iki hedefi ise sürdürülebilir bir büyüme ve küresel değer zincirinde üst sıralara yükselme. Yeni modelin lokomotifini ihracat olurken yenilikçi, katma değeri yüksek teknoloji ürünlerinin ihracatı özendirilecek. Enerji, savunma sanayi, havacılık, ilaç, tarım ve hayvancılık sektörleri için yeni bir teşvik



BEŞ ÖNEMLİ ADIM ATILDI

- Şirketlerin; yatırım, fon ve ortaklıklarından elde edilen kâr payları kurumlar vergisinden istisna kılındı.
- Temettü ödemeleri üzerindeki stopaj yüzde 15'ten yüzde 10'a indirildi.
- İhracatçı ve sanayi şirketleri için kurumlar vergisi bir puan indirildi.
- Devlet iç borçlanma senedinde stopaj oranı eurobondlarda olduğu gibi yüzde 10'dan yüzde 0'a düşürülerek tamamen kaldırıldı.
- Bireysel Emeklilik Sistemi'ndeki (BES) devlet katkısı yüzde 25'ten yüzde 30'a çıkarıldı.



politikası geliştirilecek. Model ile ilgili Hazine ve Maliye Bakanlığı'ndan yapılan açıklamada: "Küresel olanak ve risklerin, pazara yakın, maliyet avantajına sahip, dijital altyapısını geliştiren, nitelikli insan sermayesine sahip, katma değerli ve yeşil üretim yapabilen, cari dengesi ve borçluluk oranı sürdürülebilir olan ülkeleri ön plana çıkaracak olması, bu modelin ülkemiz için hayati seviyede elzem olduğunu göstermektedir." denildi. Ayrıca katma değerli üretim ile ithal girdinin önlenebileceği sektörlerle, küresel iklim değişikliğinin önemli oranda etkilediği tarıma, cari açığı azaltmada kritik rolü olan turizme ve istihdamın artırılmasına öncelik verileceği vurgulandı.

TÜRKİYE'YE ARTAN TALEP, BELİRLEYİCİ OLDU

Yeni modele geçiş kararında hiç şüphesiz ihracat performansının pandemi döneminde gösterdiği yüksek başarı etkili oldu. Küresel ölçekte yüksek enflasyonu tetikleyen en önemli faktör olan tedarik zincirlerindeki aksama, tedarik sürecini kısaltma ve daha güvenli hâle getirme eğilimi Türkiye'ye ilgiyi artırdı. Böylelikle Türkiye ihracatı aylık



Türkiye Ekonomi Modeli; yenilikçi, katma değerli ve çevreye duyarlı üretimi esas alan, düşük maliyetli ihracat odaklı, istihdamı önceleleyen ve yatırım ortamını iyileştirici politikaları önceliklendiriyor.



bazda 20 milyar dolar bandını aşarak önemli bir ivme kaydetti ve yıllık ihracat değeri, tüm zamanların en yüksek seviyesine çıktı. 2021 yılı ihracatı 225,4 milyar dolar oldu. İhracatçıların 2022 yılı hedefi ise 250 milyar dolar düzeyinde.

Türkiye modelinin, düşük maliyete dayalı üretim ve ihracat odaklı büyümeyi esas aldığına vurgu yapan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan: "Türkiye'nin Avrupa ile Uzak Doğu arasında en büyük üretim merkezi olduğu herkesin malumu" diyerek bu model ile belirlenen hedeflere ulaşabileceğinin altını çiziyor. Ekonomi kanadı, oluşan talebi Türkiye'nin önüne çıkan tarihî fırsat olarak görüyor ve ülkenin lojistik alt yapısı, üretim kapasitesi, ihracat ve doğrudan yabancı yatırım çekme kabiliyetinden yararlanılarak fırsatın değerlendirilebileceğine inanıyor.

İHRACATÇILARA ÖZEL FON KURULDU

İhracatın, ekonomik büyüme üzerindeki pozitif etkisinin artırılması ve sürdürülebilir kılınması için tabana yayılması önem taşıyor. Türkiye ekonomisine 10 puanın üstünde bir katkısı olan ihracatın payını daha da yükseltmek için ihracatçılara yönelik destek paketleri hayata geçiriliyor. Bu çerçevede 2021 yılının son çeyreğinde "İhracat Kredi Garanti Fonu" sadece ihracatçıların erişimine açık, ihracatçıların finansmana erişiminde teminat sorununu ortadan kaldırmayı amaçlayan İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi (İGE) kuruldu. İGE aracılığıyla



teminat yetersizliği nedeniyle çeşitli kredi ve destek imkânlarından yeterince yararlanamayan ihracatçıların krediyi erişimleri kefalet suretiyle sağlanacak. Şirket, öncelikle 10 milyon lira sermaye ile Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin yüzde 95 (9 milyon 500 bin lira) Eximbank'ın yüzde 5 (500 bin lira) ortaklığı ile 14 Ekim'de kuruldu. 61 ihracatçı birliğinin de gerekli sermaye katkısı ile şirkete ortak olması yönünde kanun çalışmaları devam ediyor. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın müjde olarak açıkladığı ve yönetiminde Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin de yer alacağı İstanbul Fuar Merkezi'nin kurulması çalışmaları da devam ediyor.

BAŞKAN GÜLLE: HER AY 2 BİN YENİ İHRACATÇI KAZANIYORUZ

Yeni modelin esas faktörü olmaktan, bu ülkenin büyümesi ve gelişmesi için hazırlanan modelin üzerine temellendiği bir kurumu temsil etmekten dolayı gurur duyduğunu ifade eden TİM Başkanı İsmail Gülle, bunun karşılığını vermekten de mutluluk duyduklarını belirterek şunları söyledi: “Göreve geldiğimizde 60 binler seviyesinde olan ihracat ailemizi, 100 binler seviyesine çıkarttık. Her ay bin 500, 2 bine yakın firmamız, ihracata başlıyor. Ayrıca tasarım ve inovasyon açısından farkındalık yaratarak katma değerli ihracatı artırmaya devam ediyoruz. Bu anlamda gerçekleştirdiğimiz, Türkiye İnovasyon Haftası ve Design Week Türkiye etkinliklerimiz, sadece yurt içinde değil dünya genelinde de ilgiyle takip ediliyor. Katma değeri yüksek daha fazla ihracat ile hedeflerimize ulaşabiliriz.”

CARİ FAZLA 2022'DE DE DEVAM EDECEK

TİM Başkanı İsmail Gülle cari fazla için 2022 yılını işaret etti, “Son iki yıla baktığımızda, pandemiyle gelen bu krizler silsilesine Türkiye sağlam bir yapıyla girdi. Türkiye, güçlü bankacılık sektörü, zengin enerji kaynakları, güçlü lojistik altyapısı, artan turizm gelirleri, sürdürülebilir ve gelişen sanayi üretimi ve

ihracatta eriştiği tarihi başarılarla dünyanın yaşadığı küresel ekonomik sorunlardan en az etkilenen ülkelerden biri olmayı başardı. 2021'de cari fazla verdiğimiz aylar oldu ve cari işlemlerdeki faz ile 2022'de de devam edecek. Güçlü bir ekonomik yapımız var. Cumhurbaşkanımız liderliğinde hayata geçirilen üretim, istihdam ve ihracat odaklı yeni ekonomi modeli, ülkemizin küresel krizler arasında yakaladığı ticari fırsatların da önünü açacak. Merkez Bankası'nın kur garantisi ile ihracatçı fiyat belirleyebilecek ve kur artışından dolayı bir kaybı var ise kafası rahat edecek. Nasıl ki pandeminin ilk şokunda üretim ve ihracatı aksatmayıp küresel krizi bir fırsata dönüştürerek ihracatta rekorlara imza attıysak bugün de aynı şekilde millî paramızın istikrarına yönelik atılan adımları destekleyerek ülkemize hizmet etmeye devam etmeliyiz.”

TCMB, ENFLASYON BEKLENTİLERİNİ YUKARI YÖNLÜ REVİZE ETİ

Yeni ekonomi modeli sonrası Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) ilk enflasyon tahminlerini 27 Ekim'de düzenlediği basın toplantısı ile açıkladı. Merkez Bankası'nın 28 Ekim 2021'de yayımladığı son Enflasyon Raporu'nda yüzde 11,8 olarak öngördüğü 2022 yıl sonu enflasyonun tahminini yüzde 23,2 olarak güncelledi. Yüzde 7 olarak tahmin edilen 2023 yılı sonun enflasyon tahmini de revize edilerek yüzde 8,4 seviyesine yükseltildi..



ekonomi radar

İHRACAT "SÜPER LİG"E ÇIKTI

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), 7'den 70'e toplumun tüm kesimlerine ihracatı tanıtmak ve tabana yaymak amacıyla sürdürdüğü projelerine bir yenisini daha ekledi.



TİM, Türkiye Futbol Federasyonu (TFF) ile iş birliğine giderek futbolseverlere ulaşmak için yeşil sahalara indi.

Yapılan iş birliği kapsamında, Spor Toto Süper Ligi'nde sezonun geri kalanında ev sahibi takımların sahasında oynanacak karşılaşmalarda "İhracatımız Şampiyonlar Ligi'nde, Hedef 250 milyar dolar" ibareli pankartla çıkılacak. Proje ilk olarak, ligin 21. haftasında oynanan Sivasspor-Trabzonspor müsabakasıyla başladı. Proje hakkında bilgi veren TİM Başkanı İsmail Gülle, şu açıklamalarda bulundu: "TFF'nin ihracat sektörüne yönelik duyarlılığı artırmak için

başlattığımız kampanyaya verdiği destek çok önemli. İhracat, Türkiye'nin büyümesi ve gelişmesindeki en önemli itici güç. 2021 yılında üst üste rekorlar kırarak 225 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik. Artık yeni ligdeyiz. Nasıl ki kulüpler düzeyinde en önemli organizasyon Şampiyonlar Ligi ise biz de artık ihracatta Şampiyonlar Ligi'ndeyiz. Şimdi hedefimiz 250 milyar dolar ihracat. En büyük hedefimiz olan 'Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye'ye ulaşmaya bir adım daha yaklaştık. Bu proje ile ihracat kültürünü toplumun her kesimine ulaştırmak için önemli bir kampanya başlattık. Böylece daha çok ihracatçıya ve daha fazla ihracata ulaşacağız."

Bugün 160 ülkeye yarın dünyanın her yerine!

“Herkes İçin Göz Sağlığı”

misyonumuzla yola çıktık ve Türkiye’de başlayan başarı hikayemiz zamanla dünyaya yayıldı.

Sadece Türkiye’nin değil Almanya, Azerbaycan, Gürcistan, Kırgızistan, Kosova, Bosna ve Bulgaristan’ın da Dünyagöz’ü olduk.

Göz sağlığında dünyanın itibar ve referans merkezi haline geldik.

Dünyagöz olarak tam 26 yılda, 60.000.000 göze ışık olduk.

Başarılarımıza yenilerini ekleyerek dünyanın en büyük hastaneler grubuna dönüştük.

Bu gurur hepimizin!



Dünyagöz

DÜNYA
GÖRMEYE
DEĞER

444 4 469

dunyagoz.com



marka dünyası

Güran Gökyay

"ÇİN'E TEKNOLOJİ SATAN TEK TÜRK ŞİRKETİYİZ"

Gerçekleştirdikleri 10 milyon euro değerinde yatırım ile bir teknoloji şirketi hâline gelen Nurus Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Güran Gökyay: "İstanbul Finans Merkezi'yle başlayacak Türkiye'nin en büyük ofis göçüne inovasyon kapasitemiz ve yerli gücümüz ile talibiz." dedi

Songül Hatırsarı

N

urus, 1927 yılında Ankara'da Nurettin Usta'nın kurduğu bir marangoz atölyesinde doğdu. Nurus markası, Nurettin Usta isminden geliyor. Ofis mobilya

üreticisi olarak tanınan firma, hava yollarına özel uçak koltuğu, askeri uçaklara fırlatma koltuğu gibi farklı teknolojiler de geliştiriyor. 95 yıllık bir Türk markası olarak çalışmalarını sürdüren Nurus'un yenilikçi, yaratıcı ve fonksiyonel tasarımlarıyla üretiminin yüzde 40'lık kısmı İngiltere'den Hindistan'a, İtalya'dan Malezya'ya, Hollanda'dan Yeni Zelanda'ya 50'den fazla ülkeye ihraç ediliyor.

Türkiye'de hangi yapılarda Nurus var?

İhtiyaçlara yönelik yenilikçi ve yaratıcı tasarımlara imza atan firmamız yenilenen İstanbul Atatürk Kültür Merkezi için özel tasarladığı 4 binden fazla koltuk üretti. Sesin üzerindeki akustik etkisine, kullanılan malzemelerin yangına dayanımına, tam 500 bin oturum yapılacak şekilde en ağır şartlara kadar testlerden geçen koltuklar, bu araştırmaların sonucunda Atatürk Kültür Merkezi'ndeki yerini aldı. Öte yandan İstanbul Havalimanı'nda yer alan özel 32 bin yolcu dinlenme koltuğunun altında

da Nurus olarak imzamız bulunuyor. Finans sektöründe onlarca banka genel müdürlüklerinde ve şubelerinde, Türkiye'nin önde gelen birçok şirket merkezinde kullanılan ofis mobilyaları Nurus. Üniversite yaşam alanlarında, kütüphane, amfi, sınıf ve yurtlarda da bizim ürünlerimiz var. Kalitemiz ve sağlamlığımızla birçok ilk-orta ve lisedeki eğitim mobilyalarını verdik. Sağlık sektörüne getirdiğimiz yeni antibakteriyel özellikler içeren hasta odası, refakatçi mobilyası, lobi mobilyaları gibi farklı farklı çözümler ile birçok kurumda Nurus ile tanışıyor olmalısınız.

Ürün gamınızı bizimle paylaşır mısınız?

Çalışma koltukları, toplantı koltukları, çalışma masaları, yükseklik ayar özellikli masalar, toplantı masaları, dolaplar, kesonlar, koltuklar, aksesuarlar, sandalyeler, tek kişilik berjerler, sehpalar, yataklar, ranzalar, konferans koltukları, kürsüler, bankolar, rcyliner bekleme koltukları, mini toplantı odaları (CALMA toplantı odaları-PODları), setler, raflar, sandalyeler, sosyal alan mobilyaları, seperatör duvarlar, Nurus toplantı oda rezervasyon yazılımları, hafızalı mobilyalar, uzaktan kumandalı mobilyalar diye tarif edebileceğimiz yüzlerce farklı modelde seçki üretiyoruz.



marka dünyası



Nurus'un tesisleri hakkında bilgi verir misiniz?

Kuruluşundan bu yana Ankara'yı üretim merkezi olarak seçtik. Atpazarı'nda başladığımız yolculuğumuza, Siteler'de devam ettik. Esenboğa Havalimanı yolunda yaptığımız 2. nesil üretim tesislerinden sonra Sincan OSB içinde yer alan 45 bin metrekarelik alanı, teknoloji geliştirme ve üretim üssü olarak hayata geçirdik. Bu tesislerimizde yüz binlerce mobilya ve parçası üretiliyor. AR-GE faaliyetleri ile çok farklı sektörlere teknoloji, katma değerli ürün geliştiriyoruz. Nurus fabrikamızda, robotik gelişmiş üretim kabiliyetimiz, teknolojik ve çevre dostu makinelerimiz ile Avrupa'nın en modern tesisleri arasında yer alıyor. Nurus; yenilikçi, yaratıcı ve fonksiyonel bakış açısıyla uluslararası piyasada başarılı projelerin altına imza atıyor.

Nurus, yurt dışında kendi ismiyle mi ihracat yapıyor?

Dünyanın dört bir yanında 50'den fazla

“Dünyada geleceği şekillendiren 200 markanın yer aldığı Alman Tasarım Konseyi'ne davet edilen ilk ve tek Türk markası olduk.”

ülkeye ihraç edilen Nurus ürünleri, bölgesel lider olma hedefi doğrultusunda, showroomlar açarak algısını güçlendiriyor. Nurus çözümlerimiz; eğitimden ulaştırmaya, ofis binalarından sağlık kurumlarına kadar pek çok farklı projede sıfır hata payı ile çalışıyor. Sistem; projenin başlangıcından teslimatına, hatta ürünlerin kullanımına kadar tüm süreci, dijital bir platforma taşıyarak ve her adımın denetlenebilir olmasını sağlıyor.



marka dünyası



“Kalabalık ofisler için ürettiğimiz ‘Akustik Pod Calma’ isimli ürünümüzün patentini ve teknolojisini Çinliler satın aldı. Böylece Nurus olarak Çin’e teknoloji satan tek Türk şirketi olmayı başardık.”

2021 cironuz nedir?

35 milyon euro satış ile seneyi kapattık.

2022 hedeflerinizi alabilir miyiz?

Ciromuzu döviz bazında yüzde 40’tan fazla büyütmeyi amaçlıyoruz.

Üretimde sürdürülebilirlik hangi noktada yer alıyor?

Ergonomi, kalite ve tasarım alanındaki iddiasıyla bilinen Nurus olarak ürünlerimizi Avrupa ve dünya standartlarına uygun malzemelerle, büyük bir hassasiyet içinde üretiyoruz. Her aşamada hem üreticinin hem tüketicinin sağlığına özen gösteren, çevre ve doğayla dost, geri dönüşümlü malzemelerle üretim gerçekleştiriliyoruz. Tasarımların metal aksamlarında, üreticinin sağlığını dikkate alarak en sağlıklı malzemeleri tercih ediyoruz. Avrupa’da her iş yerinde zorunlu olan ve asla alev almayan malzemeleri kullanıyoruz. Her mobilyamızı deprem

“MOBİLYA İHTİYACINI KARŞILAMAYA TALİBİZ”

Güran Gökçay, İstanbul’un ofis alanlarıyla ilgili verileri de paylaştı: “Şu anda İstanbul’da 4,5 milyon metrekare kullanılan ofis varken 3,5 milyon metrekarelik de boş alan var. İstanbul Finans Merkezi, 1,8 milyon metrekarelik ofis alanı yaratacak. Kamu bankalarının oraya taşınması, 800 bin metrekarelik alanı ilk aşamada dolduracak. Üretim, inovasyon ve teknoloji gücümüzle bu çaptaki ofis göçüyle ortaya çıkacak mobilya ihtiyacını karşılamaya hazırız, buna talibiz.”

Kumport olarak

en büyük tutkumuz hep daha iyisi için değişime öncülük etmek. Tüm stratejilerimizi hizmet ve çözümleriyle sektörü yönlendiren ve esin veren kuruluş olma vizyonumuzla hayata geçiriyoruz.

Deniz taşımacılığının bölgesel lojistik üssü olarak, yüksek standartlarda liman hizmetleri sunarak, tüm paydaşlarımıza katma değer yaratmayı ve sürdürülebilir büyümeyi hedefliyoruz.



KUMPORT



marka dünyası



coğrafyası olan ülkemizde depreme dayanıklı olarak üretiyoruz. Sürdürülebilirlik, Nurus'un üretim stratejisinin en önemli başlıkları arasında yer alıyor.

Nurus'un davet edildiği Alman Tasarım Konseyi'nden bahseder misiniz?

İşimizin kalbinde yaratıcılık yatıyor. Şu anda 40'tan fazla uluslararası tasarımcı ile çalışıyoruz. Tasarımdaki inovasyon başarımla Bosch, BMW, Daimler, Porsche, Braun gibi devlerle dünyada geleceği şekillendiren 200 markanın yer aldığı Alman Tasarım Konseyi'ne davet edilen ilk ve tek Türk markası olduk. Hem işimizi bu seviyeye getirdiğimiz için hem de ülkemizi uluslararası bir platformda temsil ettiğimiz için tabii ki mutlu ve gururluyuz. Bugüne kadar aldığımız 60'tan fazla ulusal ve

uluslararası tasarım ödülü de başarılarımızı kanıtlıyor.

Nurus'un teknoloji ihracatı konusunda bahseder misiniz?

45 bin metrekarelik fabrikamızın önemli bir bölümü AR-GE'ye ayrılmış durumda. Yaptığımız çalışmalar ile teknoloji üssü olmayı hedefliyoruz. Kalabalık ofisler için ürettiğimiz "Akustik Pod Calma" isimli ürünümüz, tam bu hedefimizin bir sonucu oldu. Bu ürünümüzün patentini ve teknolojisini Çinliler satın aldı. Böylece Nurus, Çin'e teknoloji satan tek Türk şirketi olmayı başardı. Bu ürün Avustralya'dan Hollanda'ya kadar birçok ülkeye satıldı. Üründen bahsetmem gerekirse ofislerde özellikle bugünlerde sıkça katıldığımız çevrim içi toplantılarda yaşadığımız ses sorununa da çözüm sağlayan, ileri teknoloji ses geçirmeyen izole bir kabin ürettik.

AR-GE departmanınız son dönemde ne gibi ürünler üretiyor?

Kompozit malzemeler alanında yaptığımız çalışmalar drone imalatında, uçak gövdesi imalatında kullanıldığı gibi otomotiv sektöründe karavanlarda da kullanılıyor. Ses alanında yaptığımız çalışmalar ile ofislerde gürültü ve dikkat dağıtan kontrolsüz ses yayılımının önüne geçecek tasarımlar yapıyoruz. Artık okulda çınlayan ortam sebebi ile bağırarak konuşmaya başlayan çocuklarımızın alışkanlıklarını değiştirebilmek için sınıflardaki sesin yayılımını da içeren yüzlerce vakayı incelediğimiz çok özel bir akustik laboratuvarımız ile yeni tasarımların peşindeyiz.

İFM GÖÇÜNE HAZIR

Kurdıkları altyapı ile Türkiye'de yakında gerçekleşecek tarihin en büyük ofis göçüne hazır olduklarını söyleyen Nurus Yönetim Kurulu Başkanı Güran Gökyaş, İstanbul Finans Merkezi'nin (İFM) 100 bin ofis çalışanının taşınmasına sahne olacağını vurguladı, "İstanbul Finans Merkezi'yle birlikte hayata geçecek Türkiye'nin en büyük ofis göçüne inovasyon kapasitemiz, teknoloji üretim yeteneğimiz ve yerli gücümüz ile talibiz. Orada ofis mobilitesi seçiminde, devlet önemli rol oynayacak."



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ



Türkiye ekonomisinin yükselen değeri hizmet sektörlerinin ödüllendirildiği 2020 yılı Hizmet İhracatı Şampiyonları değerlendirilmesine katılım sağlayan firmalar arasında **Yük Taşımacılığı ve Lojistik Hizmetleri** kategorisinde 34. olduk.



ÜNSPED
GÜMRÜK
MÜŞAVİRLİĞİ



GÜVEN SAĞLIK GRUBU

Sağlık Hizmeti İhracatında

ilk 5'te!

Hizmet İhracatçıları Birliği tarafından yapılan “2020 Yılı Hizmet İhracatı Şampiyonları” belli oldu. Yapılan değerlendirmede Güven Sağlık Grubu, Sağlık Hizmetleri kategorisinde 5. sırada yer aldı.

130'tan fazla ülkeye sağlık hizmeti sunan Güven Sağlık Grubu, kişiselleştirilmiş tıptan organ nakline, plastik cerrahiden online sağlık hizmetlerine kadar sunduğu sağlık hizmeti çeşitliliğiyle ülke ekonomisine önemli katkılarda bulundu.

Güven Sağlık Grubu'nun sağlık hizmeti ihracatında imza attığı başarıyı değerlendiren *Uluslararası Pazarlar ve İş Geliştirme Direktörü Tuğba Arız*,

“Başkente hizmet veren bir Ankara markası olarak, kişiye özel sağlık hizmeti anlayışıyla, hastalarımızın ihtiyacı olabilecek her detayı onlar talep etmeden, beklentilerinin üzerinde sunduğumuz hizmetimizle fark yarattığımızı düşünüyoruz.

Güç aldığımız 47 yıllık deneyimimiz, uluslararası akreditasyon belgelerimiz, alanında profesyonel hekimlerimiz, A'dan Z'ye tüm süreçleri eksiksiz kurgulayan kadromuz, hayata geçen uluslararası projelerimiz ve uluslararası hizmetlerin yüzde 10'unu transplantasyon (organ nakli) gibi katma değeri yüksek işlerin oluşturması, bu alanda bizlerin önünü açıyor. Tam bir ekip ruhuyla alanında yetkin ve bölge dinamiklerini doğru tespit eden 6 bölge müdürlüğü, 9 yurtdışı temsilciliği ve 50 kişilik uluslararası kadromuzla 12 dilde hizmet veriyoruz.” dedi.



“AB ve ABD’ye plastik cerrahi ve obezite hizmeti sunuyoruz”

Alışılmışın dışında farklı pazarlarda yer almanın, özellikle pandemi döneminde avantaj sağladığına dikkat çeken Arız’a göre, “Uçuşların kısıtlandığı bölgeler yerine diğer pazarlardan hasta almak pandemide sağlık turizmi hizmetlerinin devam etmesini sağladı.”

Organ naklinden sonra, yurtdışı hastalarına sunulan sağlık hizmetlerinin başında; genel cerrahi, nefroloji, gastroentoloji, ortopedi, üroloji, beyin cerrahisi ve onkoloji alanlarının geldiği bilgisini veren Arız, “Plastik cerrahi ve obezite tedavisi Avrupa Birliği (AB) ülkelerine ve Amerika Birleşik Devletleri’ne sunduğumuz alanların başında geliyor. Hizmet çeşitliliği ve son teknoloji ile donanmış tesislerimiz ve Çayyolu Sağlıklı Yaşam Kampüsü’nde verdiğimiz hizmetler

uluslararası alanda fark yarattı. İnovatif hizmetlerin ve kişilerin sağlıklı kalmasına yönelik ürünlerin uluslararası pazarda talep gördüğüne şahit olduk.” dedi.

Arız, “Ankara’nın turizm öncelikli bir şehir olmamasına, hatta pek çok ülkeden direkt uçuş imkânı bulunmamasına rağmen, hastalarımızın sağlık hizmetini bizden almaktan vazgeçmemesi sunduğumuz hizmetin başansı nı gözler önüne seriyor.” dedi.

Çok yakında yurtdışı yatırımlarla ilgili de müjde vereceklerini bildiren Arız, “Türkiye’de sağladığımız ayrıcalıklı hizmeti yurtdışına taşıyacağız. Ülkemize ve Ankara’ya kazandırdığımız dövizle bağlı gelirlerden dolayı gurur duyuyoruz.” ifadelerini kullandı.

Pandemiye Rağmen Artış Yaşandı.

Döviz bazlı gelir dikkate alınarak yapılan 2020 yılı değerlendirmesinde, bir önceki yıla göre elde edilen döviz gelirlerinde yüzde 45’lik artış yaşandığı belirlendi. Pandemi şartlarının hâkim olduğu 2020 yılında 2019 yılına kıyasla Güven Sağlık Grubu’na yapılan başvurular yüzde 25 arttı.

Hastalar
en çok bu
ülkelerden
geliyor:





sektör aktüel



Hizmet ihracatı ile cari dengeye pozitif etki

Hizmet ihracatı, Türkiye'nin cari fazla veren bir ekonomiye sahip olması adına stratejik bir öneme sahip.

Simge Soyel

D

ünya ekonomisi son 10 yılda yüzde 25 büyüme gösterirken Türkiye yüzde 61 gibi oldukça önemli bir oranda

büyümeyi başardı. Bu büyümenin dünyada yüzde 60'ını, Türkiye'de ise yüzde 55'ini hizmetler sektörü sağladı. Türkiye'nin en genç ihracatçı birliği olan Hizmet İhracatçıları Birliği'nden (HİB) yapılan açıklamaya göre pandeminin yıkıcı şartlarına rağmen sektör, ihracatını 46,2 milyar dolar seviyelerine çıkarmayı başardı. Hizmet ihracatı, bu yıl aynı zamanda 21 milyar doların üzerinde bir dış ticaret fazlasına da imza atmış durumda.

HEDEF: 150 MİLYAR DOLAR



Pandemi tüm sektörlerde derin bir dönüşüm sürecini başlatmış olsa da en fazla etkilenen sektörlerin başında hizmet sektörü yer alıyor. Küresel ölçekte hizmet sektörü, 2021

yılıının tamamında devam eden ve 2022'de de belirsizliklerini koruyan gidişata tabi iken Türkiye, özellikle yolcu taşımacılığı, seyahat ve sigorta hizmetlerinin öncülüğünde bir toparlanma kaydetmeyi başardı. Turizmden sağlığa, eğitimden bilişime, dizi-film endüstrisinden





yazılıma kadar kapsayıcı ekosistemiyle hızlı büyümesine devam eden hizmet ihracatçılarının hedefi ise belli oldu. Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Başkanı M. İlker Aycı, ihracatta 150 milyar dolara odaklandıklarını açıkladı. Sektörün altın çağını yaşadığını da sözlerine ekleyen Aycı, hizmetler sektörünün Türkiye'nin hedeflediği refah seviyesine ulaşılması için kilit unsur olduğunu kanıtladığını ifade etti. İlker Aycı: "Ülkemiz hizmet ihracatının çatı kuruluşu olan ve alanında ilk ve tek kuruluş olma özelliğini taşıyan Hizmet İhracatçıları Birliği olarak hizmet sektörlerine yönelik faaliyetler ve sunduğumuz destekler ile ülkemiz hizmet ihracatının geliştirilmesini hedefliyoruz. Dünya çapında 170'ten fazla ülkede günlük 700 milyon izleyiciyle buluşan Türk dizileri sayesinde, tıpkı ülkemize gelen yabancı turistlerin sayısı gibi Türk ürünlerine olan ilgi ve talep her geçen gün katlanıyor. Benzer şekilde Türkiye'de eğitim gören yabancı ülke vatandaşları da mezun olduktan sonrada ülkemize turistik amaçla geliyor, aynı zamanda kendi ülkesinde Türkiye'yi en iyi şekilde tanıtıyor ve iş yapmak için ülkemiz firmaları ile iletişime geçiyor. Kısacası hizmetler sektörümüz yakaladığı başarılar ve planlanacak dönüşümler sayesinde küresel markaya evrilerek ekonomik açıdan da tam bağımsızlık için güçlü kaynak teşkil edecek ve kısa vadede hedeflediğimiz 150 milyar dolar ihracat hedefine ulaşacağız." dedi.

"STRATEJİ TOPLANTILARI YAPMAYA BAŞLADIK"



Hizmet ihracatının doğrudan cari açığı kapatıcı etkiye sahip olmasının yanı sıra mal ihracatı üzerindeki dolaylı etkisiyle toplam



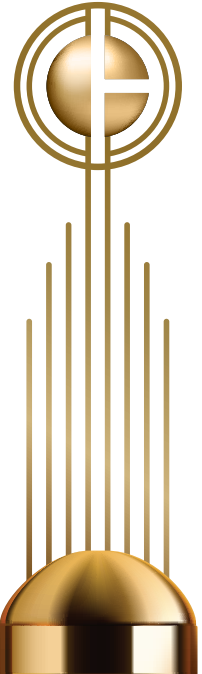
TİM Hizmet Sektör Konsey Başkanı Ahmet Akbalık, hizmet ihracatının doğrudan cari açığı kapatıcı etkiye sahip olmasının yanı sıra mal ihracatı üzerindeki dolaylı etkisiyle toplam katma değere katkı sağladığını belirtti.



katma değere katkı sağladığını belirten ve tüm ihracatçıları başarılarından dolayı tebrik eden TİM Hizmet Sektör Konsey Başkanı Ahmet Akbalık: "HİB bünyesindeki eğitim hizmetleri, eğlence ve kültür hizmetleri, müteahhitlik ve teknik müşavirlik hizmetleri, turizm ve seyahat ile ilgili hizmetler, liman işletmeciliği ve yer hizmetleri, yazılım ve bilişim hizmetleri, yolcu taşımacılığı hizmetleri, yük taşımacılığı ve lojistik hizmetleri, diğer iş hizmetleri sektörlerinin detaylı bir şekilde analizlerini yaptık. Bu araştırma sayesinde tüm sektörlerimizin mevcut pozisyonlarını, rakiplerimizin stratejilerini, hedef pazarlarımızı ve nasıl konumlandırma yapmamız gerektiği konularında sonuçlara ulaştık. Bu sonuçlar doğrultusunda sektör temsilcilerimizle bir araya gelip strateji toplantıları yapmaya başladık ve tüm sektörlerimizin yol haritalarını çizeceğiz." dedi.

İHRACAT ŞAMPİYONLARI AÇIKLANDI

Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB), 2020 yılı İhracat Şampiyonları'nı 2021'in son günlerinde açıkladı. Birlik bünyesindeki alt sektörlerden oluşan 17 kategoride ilk üçe giren 51 firma, gösterdikleri başarıdan dolayı plaket aldı.



YÜKSEL PROJE, BAŞARISINI TESCİLLEDİ



Yüksel Proje, Hizmet İhracatçıları Birliği tarafından 2020 yılının verilerine göre açıklanan listede “Teknik Müşavirlik” dalında Türkiye'nin en büyük hizmet

ihracatçıları arasında yer aldı. Yıllardır ihracat listelerinde ilk sıralarda yer alan firma, 2021 itibarı ile 17 ülkede tasarım, mühendislik ve müşavirlik hizmetleri veriyor. Geçen sene Letonya, Bosna Hersek, Hindistan, Azerbaycan ve Kamerun'da portföyüne yeni projeler ekleyen Yüksel Proje'nin Uluslararası Operasyonlar Genel Müdür Yardımcısı Onur Başkaner: “İhracat gelirlerimizin 2017 yılında toplam cirodaki payı yüzde 11 iken, 2020 yılında yüzde 30'a ulaştı. 2021 yılında ise bu payı yüzde 60'a yükselttik. Baltık devletlerinin en büyük altyapı projelerinden biri olan Letonya, Litvanya ve Estonya'yı kapsayan Rail Baltica'nın tasarım müşavirliği hizmetleri, Japonya'da dünyanın en büyük kapasiteli karada somon üretim ve işleme tesislerinin tasarım hizmetleri, Bosna Tramvayı rehabilitasyon projesi müşavirlik hizmetleri, Kamerun'da Bélabo-Ngaoundéré demir yolu tasarım hizmetleri yurt dışında öne çıkan

işlerimizden bazıları. Kolkata Metro su ve Castle Rock Kulem demir yolu projeleri ile birlikte Hindistan'da 2021 itibarı ile toplam dokuz projeye ulaştık. Cezayir'de ise hâlâ otoyol, demir yolu ve tramvay projelerimiz devam ediyor. Geçen yıl olduğu gibi 2022'de de Balkanlar, Orta Asya ve Sahra Altı Afrika'da iş geliştirme çalışmalarımız devam edecek. Dokuz bölgesel ofisimizde yeni projeler için faaliyetlerimizi sürdürüyoruz.”

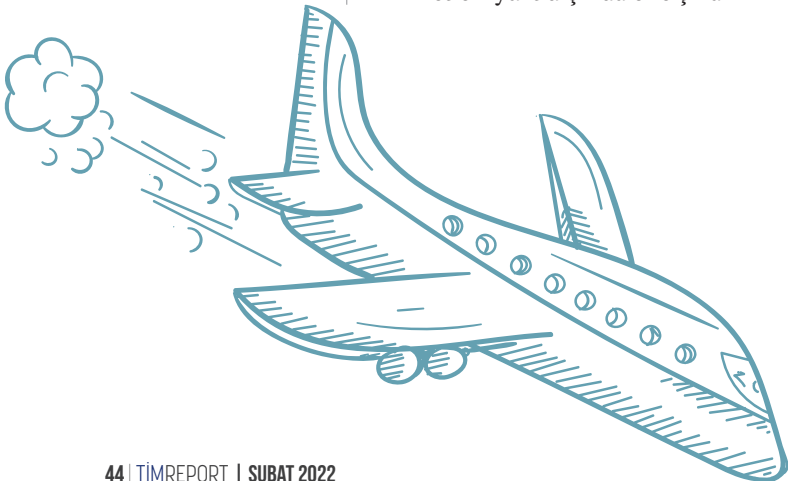
1978'de kurulan Yüksel Proje toplamda 30, güncel olarak 17 ülkede tasarım, mühendislik ve müşavirlik hizmetleri veriyor. ENR News Record verilerine göre dünyanın en büyük 225 tasarım firması listesinde 2021 yılında 192. sırada yer aldı. 2017 yılında sektöründeki ilk AR-GE Merkezi unvanını alan Yüksel Proje, AR-GE harcamalarına göre de sektör birincisi.

MSC, YENİ REKORLAR KIRIYOR



Hizmet İhracatçıları Birliği'nin düzenlediği 2020 Yılı Hizmet İhracatı Şampiyonları Ödüllerinde Yük Taşımacılığı ve Lojistik Hizmetleri kategorisindeki

şampiyonlar arasında yer alan MSC Gemi Acenteliği, başarısını tescilledi. MSC'nin 2020 yılında en büyük gemilerinden MSC Oscar sınıfı konteyner gemilerini ülkemize göndermeye başlamasıyla artan kapasite ve Asyaport'un bu gemilere sunduğu yüksek performanslı operasyonel hizmet ile 2020 HİB şampiyonları arasına girmesinde büyük etken oldu. MSC Gemi Acenteliği Genel Müdürü Barış Dilek ülkemizin ve denizcilik





GRUBU

İHRACATÇIMIZA HİZMET ÜLKEMİZE HİZMET İÇİN BURADAYIZ...



MEDLOG





sektörünün dünyadaki değişimlerden doğrudan etkilendiğini belirterek, “COVID-19, ekonomik dalgalanmalar ve belirsizlikler ile bunların sonuçlarının hâkim olduğu bir dönemde, zorluklar karşısında ürettiğimiz olağan dışı çözümler ve doğru kriz yönetimimiz sayesinde, 2020 yılını toplam 2 milyon 39 bin TEU dolu ithalat ve ihracat adedine ulaşılarak güçlü bir performans ile sonuçlandırdık. 2020 Mayıs ayında dünyanın en büyük konteyner gemilerinden olan MSC Oscar sınıfı gemilerin Türkiye uğrağını başlattık. Ekim 2020’de 5 bin 865 konteyner elleçleme hareketi ile gemi bazında elleçleme rekoru kırdık. Aynı ay 130 bin 654 TEU konteyner taşınması ile ay bazında ihracat rekorumuzu kırdık. Bunlar ilk aklı gelen rekorlar ve yenilikler. Burada kazandığımız tecrübeyi 2022 yılı ve takip eden yıllarda da kullanarak, iş ortaklarımız ve müşterilerimizle birlikte büyümemizi sürdüreceğimize inanıyorum. Türk sanayisine, Türk ihracatçısına sunduğumuz tüm hizmetlerin sürdürülebilir ve öngörülebilir olması için gösterdiğimiz çabayı, bundan sonra da göstermeye devam edeceğiz.” dedi.

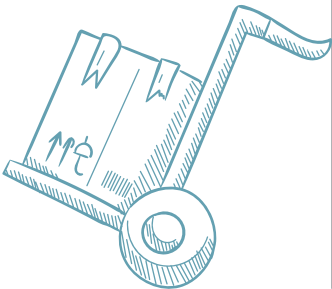


ASYAPORT DÜNYAYI KAPINIZA GETİRDİ

Açıldığı günden itibaren dev işlere imza atan Türkiye’nin en büyük transit limanı Asyaport,

başarılarına bir yenisini daha ekledi. 2019 yılında Hizmet İhracatı Şampiyonları arasında yer alan Asyaport, 2020’de aynı başarıyı elde ederek deniz limanları arasındaki farkını ortaya koydu. Asyaport

Planlama Müdürü Gökmen Azaklı Asyaport’un Hizmet İhracatı Şampiyonları Ödülü’ne ikinci defa layık görülmesinin gururunu yaşadıklarını belirterek, “2020’de pandeminin etkilerine rağmen artan hacim ile birlikte Türkiye’ye MSC Oscar sınıfı gemilerin uğrak yapmaya başlaması limanda gerçekleşen hareket sayısını da artırdı. Bu sınıftaki gemilere yapılan operasyonlarda kendi rekorlarımızı kırdık. Tam dolu olarak sadece Asyaport’a yanaşabilen MSC Oscar sınıfı gemilerin limanlarımıza gelmesi, ülkemizin bölgesindeki önemini ve diğer ekonomilerden farkını bir kez daha gösterdi. Bu sınıftaki gemilerle artan yoğunluğa rağmen verimlilik kaybı yaşamadan bu büyüklükte operasyonları gerçekleştirebilen Asyaport, doğrudan cari açığı kapatıcı etkiye sahip hizmet ihracatının kayda değer örneklerinden biridir. 2021’de de MSC Oscar sınıfı gemilerden daha büyük gemiler olan MSC Gülsün sınıfı gemileri ağırlamaya başladık. Megamax-24 olarak tabir edilen ve dünya denizlerinde serviste olan en büyük gemilerden MSC Gülsün sınıfı gemilerin Asyaport’a yanaşmaya başlaması, limanımızın önümüzdeki yıllarda da hizmet ihracatçıları arasında adından söz ettireceğinin göstergesidir. 2022’de limanı genişletme projemiz öncelikli hedefimiz. Bahardan önce bu projemizi hayata geçirmeyi umut ediyoruz. Mevcut durumda rıhtım uzunluğumuz 2 bin 10 metre olup genişleme projemiz tamamlandığında rıhtım uzunluğumuzu 2 bin 810 metreye çıkaracağız. Gelecek sene daha çok yatırım, daha çok elleçleme, daha çok istihdam ve daha çok ihracat yapmayı hedefleyerek Türkiye ekonomisine katkımızı sürdüreceğiz.” dedi.



İhracatçılarımızın yanındayız...

İSTANBUL
İZMİR
BURSA
ESKİŞEHİR
BALIKESİR
ANKARA
DENİZLİ
ADANA

İLETİŞİM:

0850 203 54 62

 limalogistics.com

 **lima**
LOGISTICS

Great
Place
To
Work®

Certified
EKI 2021-EKI 2022
TURKEY™



Qlik, veri odaklı DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Pandemi öncesi dünya ticareti ve işleyişindeki risk algıları ile pandemi sonrası dünya ticareti dinamikleri arasında neredeyse taban tabana farklılıklar bulunuyor. BI Technology Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdürü Ömer Çıtak, piyasaları değerlendirdi.



“KURUMLAR DİLEDİKLERİ zaman, istedikleri ürün ya da hizmete erişmekte ciddi sorunlar yaşadı.” diyen BI Technology Satış Lideri Ömer Çıtak: “Dünya ticaretinde ülkelerin konumlarının tekrar şekillendiği bir dönem içindeyiz.” diyerek pandemiye dikkat çekti.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM

“Ne mutlu ki ülkemiz bu değişen koşullara hızlı bir şekilde reaksiyon vererek dünya ticaretinden aldığı payı gitgide artırıyor. Dünya ticaretindeki bu denli köklü değişimde pozitif ayrışabilmek için en önemli konuların başında dijital dönüşüm geliyor. Ülkemizde, özellikle ihracat yapan kurumlarımızda, bu durumun farkındalığı çok önemli aşamalar kaydetti. Önemli atılımlar olduğunu, büyük bir heyecan ve mutluluk ile takip ediyoruz. Dijital dönüşüm konu başlığı altında veri analitiği ve iş zekâsı ise günümüz çetin rekabet koşullarında kurumların ajandalarının üst sıralarda

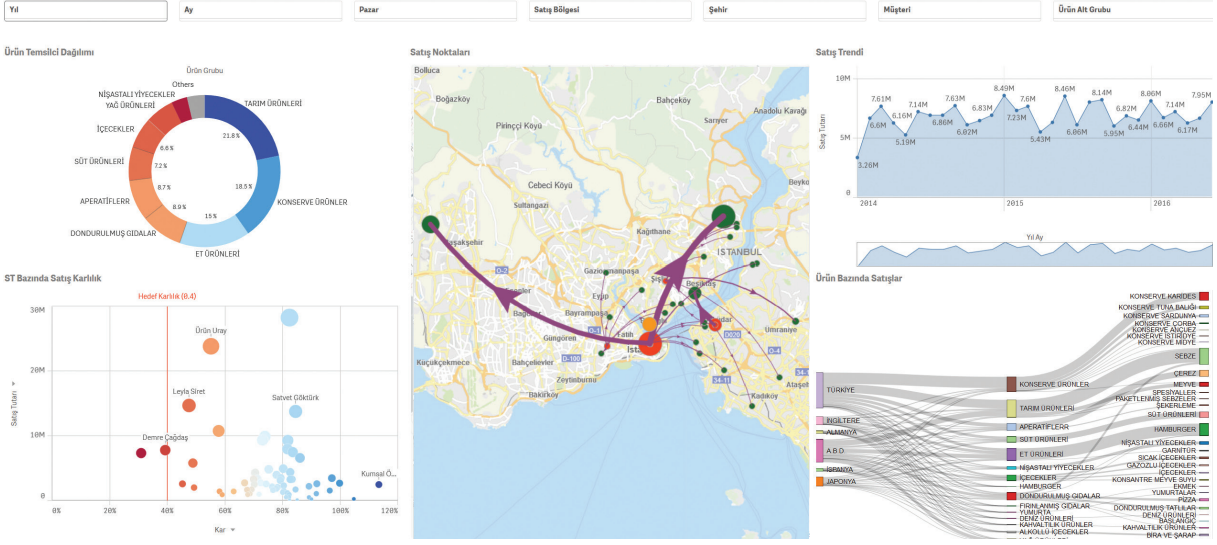
yer alıyor. İş zekâsı sayesinde çetin rekabet koşullarında, veriye dayalı karar verme süreçleri ile bütün olasılıkları saniyeler mertebesinde analiz ederek en doğru karar veriliyor.”

VERİ ENTEGRASYONU VE ANALİTİK

“BI Technology olarak hemen her sektörden, 500’ü aşkın müşterimize sunduklarımızla onları bu zorlu dijital dönüşüm sürecinde desteklemekteyiz.” diyen Çıtak: “Burada en önemli değerimiz Qlik gibi güçlü bir veri entegrasyonu ve iş analitiği platformu etrafına kurguladığımız hizmet kalitemizdir. 20 yılı aşkın veri entegrasyonu ve iş analitiği alanındaki profesyonelliğini 35 kişilik uzman kadrosuyla 2009 yılından beri Qlik ile birleştirerek Türkiye pazarında sunan, bu alandaki en güçlü şirket durumundadır. Türkiye’nin en büyük üretim şirketleri, bankaları, telekom şirketleri ve daha birçok diğer sektördeki şirketlerde Qlik veri analitiğini ve iş zekâsı çözümünü aktif olarak BI Technology’nin desteği ile kullanıyor. Kurumlar, anlık olarak değişen piyasa koşullarında, iş akış süreçleri içerisinde ve belirlenen koşul gerçekleştiğinde otomatik olarak mobil, mail gibi ortamlardan bildirimler alarak en hızlı ve en doğru kararı vermek istiyorlar. Bütün bu sürecin tamamına ‘active intelligence’ olarak tanımlıyoruz. Bu yaklaşımı benimseyen kurumlar değişen koşullara, kurumlarındaki en değerli varlık olan verilerini etkin ve verimli bir şekilde kullanarak hızlı



Mevcut piyasa koşullarında kurumlar daha kısa zamanda, daha fazla veri ile daha fazla karar opsiyonu içinden en doğru kararı vermek zorunda. BI Technology olarak yıllardır hep yaptığımız gibi uzman ekibimiz, çözüm ortaklarımız ve gerçekleştirdiğimiz sayısız dijital dönüşüm başarı hikâyesi ile kurumlarımıza destek olmaya devam edeceğiz.



ve doğru karar veriyor. Süreçlerini dijital ortama taşımaları neticesinde şirket içerisinde bulunan ERP, CRM gibi kaynak veri kümeleri ile kurum dışarısında bulunan (araştırma kurumu verileri, hava durumu verileri gibi.) verileri bütünleşik ve gerçek zamanlı bir şekilde analiz edebilme büyük önem kazandı. Qlik'in sunduğu birbiri ile tam entegre veri entegrasyonu ve analitik çözümleri sayesinde bu tarz analizleri oluşturmak aylar süren projelerle değil, günler-saatler mertebesinde canlıya alınıp kurgulanabiliyor. Bu yaklaşım sayesinde kurum içinde herkes, aynı veri kümesi üzerinde esnek ve sürükle bırak kolaylığında analizler oluşturabiliyor. Örneğin bir üretim firmasında genel müdürlük çalışanlarından fabrikada hatta çalışan kişiye kadar kişiler, yetkileri dâhilince ilgili analiz sayılarına erişebilmekle veriden iç görü çıkarabiliyor

veya mevcut durumu analiz edebiliyor.” Active Intelligence yaklaşımındaki bir diğer önemli konu başlığı ise alarm ve otomasyon mekanizmaları oluşturabilmek. Oluşturulan analizlerde belirli koşulların gerçekleşmesi durumunda otomatik olarak mobil ortamlardan uyarılar almak, pro-aktif bir yönetim anlayışını destekliyor. Örneğin bir tedarik zincirindeki üretim planlaması yapan kişi düşünülürse bir ürün grubu için kritik stok seviyesini kendi belirleyebiliyor ve belirlediği eşik değer düştüğünde mobil ortamlardan uyarı alabilirse hızlı bir aksiyon verebiliyor. Ayrıca bu tarz entegrasyonlar sadece mobil ortamlarda değil kurum içi anlık mesajlaşma platformları ile de sağlanabiliyor.



ihracatta kadın



"REKABET, markalı ihracatı artırır"

Farsça'da kadın, Hindistan'da ise kendine giden yol anlamına gelen "Zen" Türkiye'nin mücevher sektöründe dünyaya açılan markası...

Simge Soyel

K

uyumculukla 1890 yılından beri uğraşan bir ailenin deneyimini miras alıp buna yenilikçi bir duruş ekleyerek modern tasarımlara ve koleksiyonlara imza atan Zen Pırlanta, her geçen gün daha da büyük kitlelere ulaşıyor. Avrupa'nın en büyük üretim kapasitesine sahip olan firma, son sekiz yıldır pırlantalı mücevher alanında ihracat liderliğini elinde bulunduruyor. Her yıl dünyanın en önemli mücevher fuarlarına katılarak tasarımlarını uluslararası arenaya taşıyor. Yurt dışındaki ofisleri ile

dünyadaki mücevher trendlerini yakından takip ederek modayı yeni modellerine yansıtan markanın Yönetim Kurulu Üyesi Şükran Güzeliş ile bir araya geldik.

Zen Pırlanta'nın rakamlarla büyüklüğü hakkında bilgi alabilir miyiz?

Yurt içinde 83, yurt dışında ABD'de iki, Almanya, Irak ve Kıbrıs'ta üç, Birleşik Arap Emirlikleri'nde iki, Kuveyt, Katar, Arnavutluk, Makedonya, Bulgaristan'da bir mağazamızla Türkiye'nin en büyük pırlanta mağazaları zincirine sahibiz. Ayrıca New York, Dubai ve



İhracatta kadın

Amsterdam'da bulunan ofislerimiz ve katıldığımız uluslararası fuarlar sayesinde dünya çapında mücevher satışı gerçekleştiriyoruz.

Avrupa ve Orta Doğu'nun en büyük üretim kapasitesine sahibiz. Bu gücümüz sayesinde pırlantalı mücevherde Türkiye'nin en geniş model seçeneğini sunuyoruz. 80 milyon TL yatırımla yeni bir pırlanta tasarım ve üretim merkezi açmaya hazırlanıyoruz. Tesis tam kapasite çalıştığında aylık 40 bin adet olan pırlanta üretimimizi 200 bine çıkaracak. Pırlantalı mücevher ihracat lideriyiz. Türkiye'nin mücevher ihracatının yüzde 50'sini tek başımıza gerçekleştiriyoruz.

Şükran Hanım, mücevherin sizin hayatınızdaki yeri nedir?

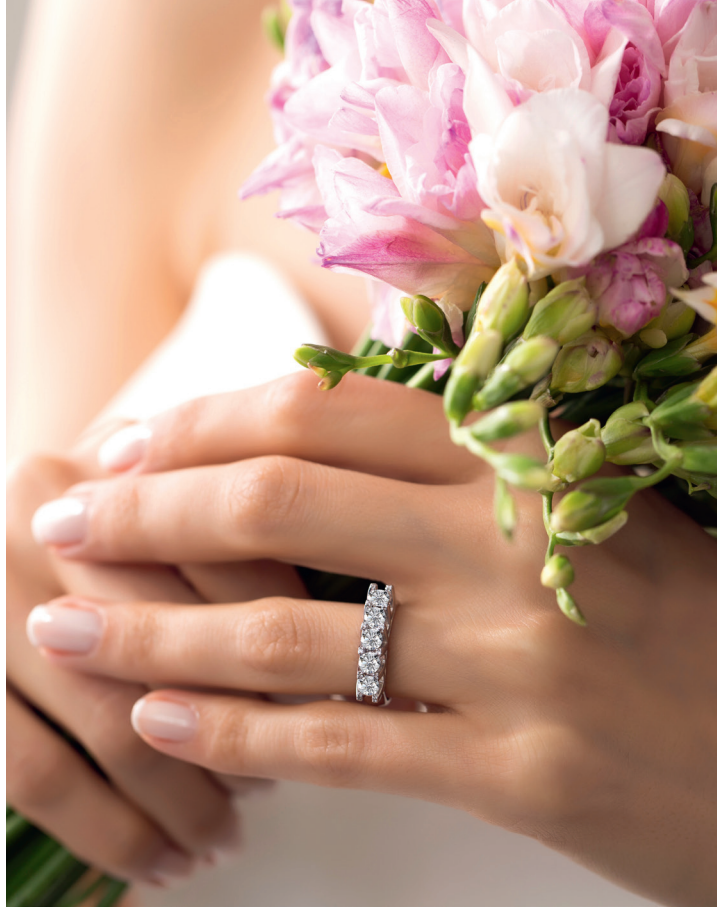
Art deco bilezikler, broşlar mücevherlerde çok beğendiğim, zevkle kullandığım parçalar arasında yer alıyor. Günlük yaşantımda tektaş yüzüğümü severek kullanıyorum. Ancak katılacağım davetlerde benimle ve kıyafetim ile bütünleşen mücevher kombinasyonlarını seviyorum.

Türkiye'nin marka imajına katkı sağlayan bir firma olarak markalaşmanın öneminden bahsedermisiniz?

Günümüzde dünyada rekabetin artması ve bir ürünü sunan onlarca farklı firmanın bulunması, markanın önemini artırdı. Bilinen, güven duyulan tüketici ile duygusal bir bağ oluşturan markalar kişilerin satın alma kararını doğrudan etkiliyor.

Zen Pırlanta, markalaşma yolundaki hedefini daha kurulma aşamasında "Türkiye'nin en beğenilen ve en güvenilir pırlanta markası olma" üzerine kurdu. Üretimden satışa, pazarlamadan reklama kadar her alanda bu hedefe hizmet edecek profesyonellikte çalışıyor. Uzmanlık alanı pırlanta, sadece pırlantalı mücevher tasarlamaya, üretmeye ve pazarlamaya odaklı çalışıyor.

Bir markayı marka yapan değerler sadece kaliteli ve farklı ürünler sunmak olmadığına inanıyoruz. Ürün geliştirilmesinin yanında hayata kattığı değerlerin onu



marka hâline getirdiğini düşünüyoruz. Bu anlamda kurulduğumuzdan beri farklı projeler gerçekleştiriyoruz.

"Zen Pırlanta yaşsız ve sınıfsız bir marka. Farklı yaş gruplarına, bütçelere ve yaşam tarzlarına hitap edebilecek geniş bir ürün yelpazesine sahibiz."

Zen Pırlanta, tasarımda nasıl bir çizgiye sahip?

Farklı zevklere ve bütçelere seslenebilmek adına tabii ki tasarımın ve farklı modellerin önemi ortaya çıkıyor. Sahip olduğumuz üretim gücü sayesinde Türkiye'nin en geniş model seçeneğini sunuyoruz. Kendi bünyemizde oluşturduğumuz bir tasarım ekibimiz var. Bir kadına gündüzden geceye yaşamının



ihracatta kadın



her anında eşlik edecek tasarımlar hazırlıyoruz. Zen Pırlanta yaşsız ve sınıfsız bir marka. Farklı yaş gruplarına, bütçelere ve yaşam tarzlarına hitap edebilecek geniş bir ürün yelpazesine sahibiz.

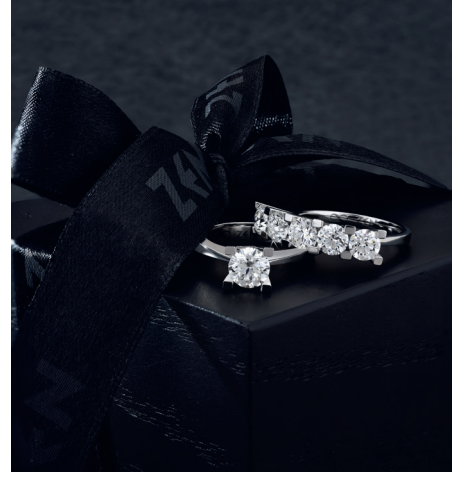
Zen tasarımlarının ilham kaynağı müşterilerinin hayalleri ve beklentileri. Müşterilerimizin beklentilerini, beğenilerini, tarzlarını değerlendirerek tasarımlarımıza şekil veriyoruz. Pırlantada her kadının hayali olan Zen, kadınların hayallerindeki mücevherleri tasarlıyor, pırlantalarla gerçeğe dönüştürüyor.

Kadınların iş hayatına teşvik edilmesi konusu hakkındaki düşünceleriniz neler? İş dünyasında başarılı olmak isteyen kadınlara önerileriniz nelerdir?

Kadınlar, ince zekâsı ve yaratıcılığıyla iş hayatında farklı çözümler üretebilecek

ZEN, ÜRETİMİNİ ARTIRIYOR

Türkiye'de pazar şartları olgunlaştıkça tüketicilerin altından pırlantaya geçiş trendi derinleşiyor. Bu eğilim, yurt dışında da paralellik gösteriyor. Hâlihazırda Avrupa'nın en büyük üretim tesisine sahip olan Zen Pırlanta, 80 milyon TL yatırımla yeni bir pırlanta tasarım ve üretim merkezi açmaya hazırlanıyor. Tesis tam kapasite çalıştığında aylık 40 bin adet olan pırlanta üretimi, 200 bine çıkacak.



güce sahip. Öncelikle akademik olarak kendilerini yetiştirmeleri çok önemli. Bununla beraber, kendilerine güvenmelerini, güçlerinin farkında olarak hayallerinin peşinden koşmalarını öneririm. Yanlış yapmaktan korkmamak gerektiğini düşünüyorum, her deneyim çok önemli. Deneyimler ve edindiğimiz dersler bizi bir noktaya getiriyor. Hedefledikleri başarıya giden yollardan onları kimsenin alıkoymasına izin vermemeleri gerektiğine inanıyorum.

Sizce istihdam konusunda mücevher sektörüne olan ilgi nasıl artırılabilir?

Kadınlara seslenen, hizmet veren bir sektöürüz. Sektörümüz üretim kısmı, ağırlıklı olarak erkeklerden oluşuyor. Kadın istihdamı perakende, pazarlama ve mağazalarda bulunuyor. Son dönemde orta ve yüksek öğretimde sektörümüzle ilgili açılan eğitim kurumları sayesinde bu oranın önümüzdeki yıllarda artacağını düşünüyorum.

**DAHA ÇOK GÜÇ, DAHA ÇOK SADAKAT VE DAHA FAZLA RUH.
HEPSİ OVİS'DE BİR ARAYA GETİRİLDİ.**

OVİS
BOLT ACTION

B08

Kalibre: 308 Win.

Twist Oranı: 1:12 inch

Şarjör Kapasitesi: 5+1

Dipçik: Alüminyum





ihracat aktüel



2021'in parlayan sektörü

Mücevher

Mücevher sektörünün 2021 yılı ihracatı, 2023 hedefi olan 12 milyar dolar için umut verdi. Mücevher, 2021 yılında yüzde 79,5 ile en yüksek artış yakalayan sektör oldu ve toplam ihracatı 6,8 milyar dolara ulaştı.



Türkiye ihracatı, 2021 yılında önemli bir başarıya imza attı ve yaklaşık yüzde 33 oranında artışla 225,4 milyar dolara ulaştı. Kilogram başına ihracat değeri en yüksek sektör

olan mücevher ihracatındaki artış oranı ise aynı dönemde yüzde 80'e yaklaştı. Mücevher ihracatçıları sadece Aralık ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 205 artışla 920,7 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Böylece 2021 yılında



ihracat aktüel



Kilogram başına ihracat değeri 650 ile 750 dolar arasında bulunan mücevher sektörü, katma değeri en yüksek ürün grubuna sahip.



ihracatını, geçen yılki ihracatına 3 milyar dolar ekledi ve 6,8 milyar dolara çıkardı. Sektörün 2020 yılı ihracatı 3,8 milyar dolardı.

İhracat artışını değerlendiren Mücevher İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Kamar, pandemi koşullarına rağmen 2021 yılı başı itibarıyla vites büyüttüklerini söyledi. Dijital buluşmalara imkân oluşturarak üyelere ihracatta yeni yollar açtıklarını söyleyen Kamar: "Bu yıl daha iyi bir performans sergileyerek Türk mücevher sektörünü, küresel arenada hak ettiği konuma ulaştıracğız." dedi.

Ocak ayında Antalya Mücevher Alım Heyeti düzenleyen Mücevher İhracatçıları Birliği; Amerika, Asya ve Afrika kıtalarında da birer alım heyeti düzenlemeyi planlıyor. Başkan Kamar: "Böylelikle Türk mücevher sektörü olarak 2023 yılında 12 milyar dolar ihracat hedefine ulaşp dünyada lider bir konuma geleceğiz." diyor.

EN FAZLA İHRACAT BAE VE ABD'YE YAPILDI

Ürün gruplarına bakıldığında 2021 yılında en çok 4,2 milyar dolar ile "Altından Mamul Mücevherci ve Kuyumcu Eşyası" ihraç edilirken bu ürün grubunu 1,95 milyar dolar ile "İşlenmemiş veya Yarı İşlenmiş Altın" grubu takip etti.



Mücevher İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa Kamar**

Geçen yıl en fazla mücevher ihracatı yapılan ülke ise 1,22 milyar dolarla Birleşik Arap Emirlikleri olurken ABD'ye 909,5 milyon dolar, Birleşik Krallık'a ise 886 milyon dolar değerinde mücevher ihracatı yapıldı.





sektör dosyası



Simge Soyel

İhracatçı sektörlerin 2022 HEDEFLERİ

İhracat ailesi 2021'i rekorlarla kapatırken 2022 için performans artırdı. "İhracatla Yükselen Türkiye" hedefi doğrultusunda rekor tazelemeye devam eden sektör temsilcileri, ihracatta bir üst lige çıkararak hedefe kilitlendi.



TİM Başkanı İsmail Gülle: Çıktığımız yeni ligde kalıcı olmak için ölçek ekonomisine ulaşmalıyız.



TÜRKİYE’NİN BÜYÜME verilerine ihracatçı sektörler katkı sağlıyor. Salgının en zor dönemlerinde dahi üretimi aksatmayarak dünyanın güvenini kazanan ihracat ailesi, 2021 yılını 225,4 milyar dolarla kapattı. Yılın ilk çeyreğinde 50 milyar dolar, ikinci çeyreğinde 55 milyar dolar, üçüncü çeyreğinde 56 milyar dolar ve son çeyrekte 64 milyar dolar ihracat gerçekleşti. 2021 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 84’e çıktı. Şimdiki hedef ise Orta Vadeli Program’daki (OVP) 2023 hedefi olan 242 milyar dolara 2022 yılı içinde erişmek.

“ÖLÇEK EKONOMİSİNE ULAŞMALIYIZ”



İhracat ailesinin yeni bir ligde yer aldığını söyleyen Türkiye İhracatçıları Meclisi Başkanı İsmail Gülle, 2022 yılı için hedef ve beklentilere ilişkin yaptığı açıklamada, 2020 yılında salgına rağmen gerçekleştirdikleri başarılı ihracat performansının

ardından 2021 yılına ihracat ailesi olarak büyük hedeflerle başladıklarını belirtti. Türkiye’nin ihracatta yeni bir lige çıktığına vurgu yapan İsmail Gülle: “Çıktığımız yeni ligde kalıcı olmak için ölçek ekonomisine ulaşmalıyız. Büyük siparişlere, büyük ölçekte işlere yetişebilmek

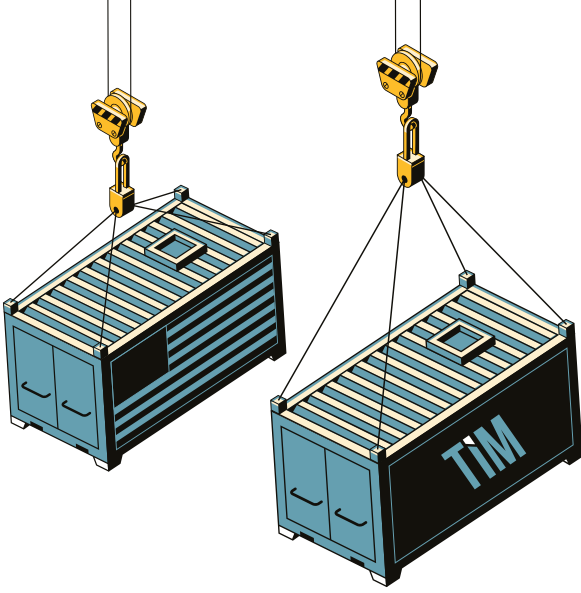
adına yeni yatırımları süratle hayata geçirmeliyiz. Bu yatırımları gerçekleştiren sektörlerimiz var. Aynı atılımı tüm sektörlerimizden bekliyoruz. Yapılacak yeni yatırımlarla birlikte ihracatımızı daha yukarılara çıkaracağız.” diye konuştu.

OTOMOTİV: 30 MİLYAR DOLAR



Yarı iletken çip krizi, otomotiv sektörünü derinden etkilemeye devam ediyor. Bu tip sorunların 2022’nin ilk yarısında da süreceği yönünde tahminde bulunan Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) Başkanı Baran Çelik, zincirleme sorunların

yaşandığını söyledi. Buna rağmen ihracatta lider olan söz konusu sektör temsilcilerini 2022’de zor ama başarılı bir yıl beklediğini kaydeden Baran Çelik: “Yaşanan çip krizine rağmen bu süreçte dünyada çok fazla yatırım yapıldı ve yapılmaya da devam ediliyor. Elektrikli ve otonom araçların yaygınlaşması ile bu sorun daha da artıyor. Salgının küresel arz talep dengesini bozması ve aşırı iklim olayları, bugünkü ham madde ve enerji krizinin dolayısıyla da fiyat artışlarının en büyük nedenleri olarak görülüyor. Enerji fiyatları inanılmaz bir hızla artışa geçti. Bu da üretim ve ihracat üzerinde ek bir yük oluşturacak.



Zincirleme sorunlar ile karşı karşıyayız ve bu sorunların kısa vadede çözülebilmesi maalesef mümkün gözüküyor. 2022'de sektör açısından zor bir yıl olacak. Bu yılı 30 milyar doların biraz altında bir rakam ile kapatacağız. Gelecek yıl bu rakamın üzerine çıkabiliriz.” ifadelerini kullandı.

OTOMOTİV TEDARİK SANAYİ: 14 MİLYAR DOLAR



Çip krizi ve tedarik sıkıntıları ile boğuşan otomotiv tedarik sanayisi, yeni yıla umutla başladı. Tedarik sanayinde, 2022 sonuna kadar yatırımların artması gündemde. Sektörün 2021 performansını ve 2022 öngörülerini paylaşan Taşıt Araçları Tedarik Sanayicileri

Derneği (TAYSAD) Yönetim Kurulu Başkanı Albert Saydam, Türkiye'nin otomotiv üretiminin 2021 yılında bir önceki yıl ile neredeyse aynı seviyede olduğunu, yeni yıl tahminlerinin ise yüzde 1 büyüme beklentisi üzerine yapıldığını belirtti: “2022'ye başlarken 2021'i tamamen geride bırakamadık. Sorunları 2022'ye taşımak durumunda kaldık. Biz 2020'yi bitirirken 2021'e

büyük umutlarla başlamıştık ve ilk 6 ayda bu umutlarımızı teyit eden hatta üzerine çıkan sonuçlar almıştık. Fakat son altı ayda özellikle çip krizi nedeniyle üretim beklendiği gibi olmadı. 'Çip krizinin ülke ekonomisine zararı ne kadardır?' dersenez, yaklaşık olarak 4 ila 5 milyar dolarlık bir tutarı telaffuz edebiliriz. Dünya otomotiv sektöründe, çip krizi nedeniyle üretim yapılamamasından dolayı 250 milyar dolarlık bir kayıp söz konusu. Ancak bu süreçte Türkiye olarak 7'si ilk defa olmak üzere, toplam 190 ülkeye ihracat yaptık. Pasifik'teki, Karayip'teki ada ülkelerine bile ihracat yapmış durumdayız. Bunun haricinde 37 ülkeye olan ihracatımızda 2020'ye göre yüzde 100'ün üzerinde artış oldu. 2022 için hedefimiz 14 milyar dolar ihracat. Otomotiv tedarik sanayisinde yatırımlar, 2021 yılında yaklaşık 1,5 milyar dolar mertebesine çıktı. Bu rakam 2022'de 2 milyar dolar olacaktır.” diye konuştu.

KİMYEVİ MADDELER: 25 MİLYAR DOLAR



Plastikten kozmetiğe, boyadan ilaca, kauçuktan mineral ürünler ve gübreye kadar 16 alt sektörüyle Türkiye ekonomisine en büyük katkı sağlayan ikinci sektör olan ihracat rekortmeni kimya, hedef yükseltti. Sektörün ihracatı, 2021 yılının 11 aylık döneminde rekor kırdı ve 22,9 milyar dolara

ulaşarak yüzde 38,9 büyüdü. Pandemi sonrası artan talep ile birlikte lojistik bakımdan avantajlı durumda olan Türkiye'nin daha çok ön plana çıktığına dikkat çeken İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, ihracatçıların üretim kapasitelerini artırmaya, üretmeye ve ihracata odaklandığını söyledi. Adil Pelister: “Türk ürünleri hem kalite hem de fiyat anlamında daha çok tercih edilir hâle geldi. Daha çok üretim ve yüksek birim fiyatlarından yapılan satışlar da ihracatımızın artmasında etkili oldu. Kimya sektörü olarak 2022 yılı ihracat hedefimiz, OVP

Türkiye' den Tüm Dünyaya



1 AR-GE
MERKEZİ



TAM OTOMASYONA
SAHİP **3 TESİS**



70 AR-GE
MÜHENDİSİ



YILDA **450.000**
ÜRÜNLÜK ÜRETİM
KAPASİTESİ



650 KİŞİLİK
İSTİHDAM



ALANINDA
TÜRKİYE
İHRACATININ
TEK BAŞINA **%75'İ**



DÜNYANIN
68 ÜLKESİNE
İHRACAT



ALANINDA AMERİKA'YA
TÜM DÜNYADAN
İHRACATTA
3. EN BÜYÜK FİRMA



ŞİRKET GRUBU VE
TEDARİKÇİLERİMİZ İLE
1.500 KİŞİLİK
EKOSİSTEM



ALANINDA
AMERİKA' DA
3 KEZ YILIN
ÜRÜNÜ ÖDÜLÜ



kapsamında belirlenen 25 milyar doları aşarak 26,5 milyar dolara ulaşmak. Bununla birlikte AB pazarının toplam kimya ihracatının yüzde 40'ını oluşturdu. 2022'de ABD, Çin, Rusya, Meksika ve Hindistan öncelikli hedef ülkeler arasında bulunuyor." dedi.

HAZIR GİYİM: 20 MİLYAR DOLAR



Hazır giyim sektörü, bu yılın başında 19 milyar dolar olarak belirlenen ihracat hedefini yükseltti. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı (İHKİB) Mustafa Gültepe, yılı büyük olasılıkla 20 milyar dolar seviyesinde bir ihracat ile kapatacaklarını açıkladı: "Her

yıl, yüzde 8 gibi bir büyüme hedefimiz var. Gelecek yıl ise yatırımlara bağlı olarak 21 milyar dolar ihracatı aşabiliriz. Bu süreçte sektörün önündeki en büyük risk ise ham madde fiyatları ve kurdaki dalgalanmadır. Türkiye'deki ham madde fiyatları diğer uluslararası pazarlara göre çok daha fazla artıyor. Birçok ülke ile yüzde 20'ye varan fiyat farkımız var. Böyle olunca fiyat tutturmak ve bunu sürdürülebilir kılmak zorlaşıyor. Bu sene de ham madde fiyatları en büyük problem olarak karşımızda duracak gibi görünüyor. Kurda yaşanan dalgalanma da bir diğer önemli problem. Ancak dışarıda yaşanan lojistik problemleri nedeni ile yakından tedarikin öne çıkması bizim için bir avantaj. Hızlı üretim kabiliyetimiz de bir diğer avantajımız. Bunların hepsi hesaplandığında 2022'de 20 milyar dolar hedefi aşılabılır."

ÇELİK: 22 MİLYAR DOLAR



Çelik İhracatçıları Birliği (ÇİB) Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Aslan da 2022 ihracat hedeflerini revize ettiklerini açıkladı. Miktarda 24 milyon ton, değerinde ise 22 milyar doları hedeflediklerini vurgulayan Aslan: "2022 yılının hem

dünya hem de Türk çelik sektörü açısından olumlu geçmesini bekliyoruz. Çeliğe olan talebin geri gelmesi, Türk çelik sanayisini de olumlu yönde etkiledi. 2022'de de 2021 yılına benzer gelişmelerin yaşanacağını düşünüyoruz ve Türk çelik sektöründe yaşanan olumlu havanın gelecek sene de devam edeceğini öngörüyoruz. Önümüze çıkan fırsatları değerlendirerek bu yıl da oluşabilecek tüm zorluklara göğüs gerip, sektör üretimimizi ve ihracatımızı daha da yukarılara çıkarmak için çalışacağız. Sektörümüz, Çin'in çekilmesiyle Uzak Doğu ve Güneydoğu Asya pazarlarında tekrar aktif bir rol alırken Latin Amerika ile Afrika'da da önemli güç elde etti. 2022 yılında da bu pazarlardaki fırsatları değerlendirmeye devam edeceğiz." dedi.

DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER: 13,5 MİLYAR DOLAR



İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) Başkanı Tahsin Öztiryaki, 2022 için ise şu ifadeleri kullandı: "2022 yılında Türkiye'nin orta vadeli ihracat artışının yüzde 9,5 oranında olması bekleniyor. Sektörümüz için de paralel

bir hedef koyarsak 2022 yılı için sektör ihracat hedefimiz 13,5 milyar dolar olacak diyebiliriz. Navlun fiyatları rekabetçiliğimizi olumsuz etkiliyor. Ancak bu olumsuz durum yakın pazarlarda rekabet avantajı da sağlıyor. Sektörümüz ham maddede yurt dışına bağımlı bir durumda. Bu nedenle ham madde güvenliğimizin sağlanması, üzerinde önemle durulması gereken bir konu. Bunun için ülkemizi metal ticaretinde bir merkez konumuna getirerek Türkiye'de depolanan metal miktarını artırabilir, ülkemizde çıkarılan metal cevherlerinin yurt içinde değerlendirilmesini sağlayabilir ve metal hurdalarının yurt içinde değerlendirme oranını artırabiliriz."



advertorial epal

EPAL Fotoğraf Yarışması

SNAP THE PALLET #snapthepallet

EPAL yıl dönümü kutlamaları nedeniyle uluslararası fotoğraf yarışmasını duyurdu.

DÜNYA ÇAPINDA 600 milyondan fazla EPAL Euro paleti kullanılmaktadır: Kamyonlarda, süpermarketlerde veya depolarda bunları görebiliyorsunuz. Fakat paletler mobilya dünyasında yerini

almakla beraber dükkânlarda süs eşyası, kafe ve kulüplerde aksesuar olarak veya açık hava festivallerinde sahne olarak kullanılır. EPAL Euro paletleri her yerde kolayca görülebilir ve uluslararası paylaşım ekonomisinin bir parçasıdır. EPAL, bu yıl EPAL'in 30. yılını ve Euro paletinin 60. yılını kutluyor ve bu çifte yıl dönümünü, uluslararası bir fotoğraf yarışmasıyla sonlandırıyor.

PALETİ YAKALA

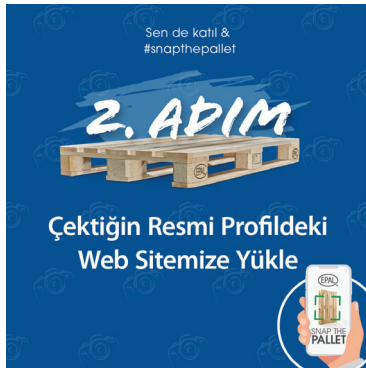
EPAL, SNAP THE PALLET (Paleti Yakala) sloganını kullanarak, topluluğunu EPAL Euro paletlerinin en güzel, en seçkin ve en sıra dışı fotoğraflarını SNAP THE PALLET web sitesinde paylaşmaya davet ediyor. Gönderilen tüm fotoğraflar, web sitesinde bir çevrim içi galeride gösterilecek. Fotoğraflar ayrıca SnapThePallet altında Instagram'da yayımlanacak.

KAZANAN: PAYLAŞIM EKONOMİSİ

EPAL Euro palet havuzu, paylaşım ekonomisinin prototipidir. Ulus-



lararası palet değişim havuzuna katılan herkes kazanıyor. Herkes EPAL Euro palet fotoğraflarını EPAL ile paylaşabilir ve SNAP THE PALLET ile kazanma şansı yakalayabilir. EPAL her ay en iyi fotoğraf için bir kişiye bin euro ve 100 euro değerinde beş kişiye ikincilik ödülü sunuyor. Yarışmanın sonunda genel kazanan bir kişi 3 bin euro alacak. Fotoğraf yarışması 1 Aralık 2021'de başlıyor ve Şubat 2022'nin sonunda bitiyor.



EPAL HAKKINDA

Uluslararası bir birlik olarak, Avrupa Palet Derneği "European Pallet Association" e.V. (EPAL), EPAL Euro palet değişim havuzunun düzenlenmesinden sorumludur. EPAL Euro palet havuzu, dünyanın en büyük açık palet değişim havuzudur ve şu anda dolaşımında 600 milyonun üzerinde EPAL Euro paleti ve yaklaşık 20 milyon EPAL Box paleti bulunmaktadır. 1991 yılında değiştirilebilir Euro paletler için uluslararası bir dernek olarak kurulan EPAL, ulusal dernekler ve temsilciler aracılığıyla şu anda 30'dan fazla ülkede faaliyet göstermektedir. Bin 500'den fazla EPAL lisansı olan işletmeciler, dünya çapında EPAL Euro paletlerini ve diğer EPAL yük taşıyıcılarını üretir ve onarır. EPAL, ekonomik kazanç politikası izlemez. EPAL'in faaliyetlerinin odak noktası, üretimin kalite güvencesi ile EPAL Euro ve Box paletlerinin onarımlarıdır. Yani sıra EPAL Euro palet değişim havuzunun birçok kullanıcıyı desteklemek. EPAL Euro palet değişim havuzu, 30 yılı aşkın süredir sürdürülebilir döngüsel ekonominin bir prototipi olmuştur. EPAL Euro paletlerinin yeniden kullanımı, değişimi, onarımı ve geri dönüştürülmesi, çevreye ve kaynaklara karşı sorumlu bir yaklaşım sergiler. Ahşap EPAL Euro paletler, CO₂ emisyonlarını önleyerek iklimin korunmasına önemli bir katkı sağlar. EPAL markası tüm dünyada lojistikte kalite, güvenlik ve sürdürülebilirliği temsil eder.

www.epalturkiye.com

ŞUBAT 2022 | TİMREPORT | 61



taka tasarım

BEYZA ARMAN

Zamansız, kuşaklarca taşınabilir TASARIMLAR

Stilini geçmişten devralan ve onu zarafetle günümüze taşıyan romantik, sofistike kadınlardan ilham alan Peracas'ın tasarımları Boboli Bahçeleri'nden Rönesans tablolarına, Doğa Ana'dan sonsuz denizlere kadar eşsiz bir kimyaya sahip. Koleksiyondaki tüm parçaların geçmişte bir hikâyenin âdeta yansıması olan Peracas'ın tasarımlarına imza atan Beyza Arman ile görüştük.

Mücevherlere olan tutkunuzu ne zaman fark ettiniz?

Küçüklüğümde aile büyüklerinin, özellikle babaannemin takılarını karıştırmayı ve onların hikâyelerini dinlemeyi çok severdim. Zamanla, yaşım da ilerledikçe kendime özel takılar yapmaya başladım. Kendi yaptırduğum takıları takmayı ve hediye etmeyi seviyordum, daha özel ve güzel geliyordu. Çevremde takılarıma olan ilgiyi görünce işim hâline getirdim. Takının şans getirdiğine ve bir enerjisi olduğuna inanıyorum. Gittiğim bir yeri veya bir anıyı temsil etmesi, bu hissi günlük hayatıma taşımak ve kullanmak bana mutluluk veriyor. Takının bu yüzden özel bir ürün olduğunu düşünüyorum. En basit bir kıyafeti bambaşka bir noktaya taşıyabilir ve kendi başına bir hikâye anlatabilir. Karakterlidir, kişiyle bütünleşmelidir. Zamansızdır, kuşaklarca taşınabilir. Alırken daha seçici davranıp dikkatli seçersiniz. Bana göre bütün bu değerler çok keyifli, bu yüzden takı yaratmayı seviyorum.

Bugün üretiminizin yüzde 80'ini ihraç ediyorsunuz. Pandemi ihracat pazarlarınızı etkiledi mi?

Peracas kurulduğu 2018 senesinden itibaren global bir marka olma hedefiyle Paris ve New York gibi birçok yerde moda haftasına katıldı. Bu yerlerde, dünyanın çeşitli yerlerinden katılan buyerların dikkatini çekti ve beraberinde sektörün önde gelen mağazalarında konumlanmayı başardı. Pandemi ekonominin dengesini değiştirirken satış kanallarını da tabii ki etkiledi. Ülke bazlı ekonomik dalgalanmalar ve kapanma



"Markalarla yapılan sözleşme ve pazarlıkları bilmek, madalyonun diğer yüzünü görmek ve bu bilgileri baz alarak hareket etmek, Peracas'ın büyümesinde ve ilerlemesinde büyük rol oynadı."



süreleri, satış zamanlarında ve sipariş hacminde farklılık yarattı. Bizim en büyük satış kanalımız Amerika iken Arap ülkeleri oldu. Pandeminin başladığı ülke Çin, kendi kapanmasından sonra büyük bir atak yaptı ve sonrasında onlar açılıp biz ülke olarak kapanma sürecine girdiğimizde biz Çin'de büyüdük. Çin'i en büyük ikinci satış kanalımız hâline getirdik. Özetlemek gerekirse perakende sektörü özelindeki gözlemim, Amerika ve Avrupa pandemiden uzun soluklu daha çok etkilendi. Bu dönemde biz de satış kanalımızı Arap ve Çin ülkelerine çevirdik. Şu an Amerika ve Avrupa da canlanıyor. Biz de eski volümümüzü, bu bölgelerde tekrar yakalamaya çalışıyoruz.

Markalaşma yolunda nasıl bir strateji kurdunuz?

Peracas'ı kurarken öncelikli amacım markanın global olmasıydı. Bu amaç doğrultusunda, öncelikli olarak yurt içi ve yurt dışında belirlediğim mağazalara girmek ve markayı tanınır kılmak ilk hedefim oldu. Sonrasında gelen fazlaca talep doğrultusunda, mağaza açıp müşteriyle ürünü birebir buluşturduk. Dolayısıyla kendi mağazamızı açtığımızda,



Peracas zaten biliniyordu. Önceden müşterimiz olan kişiler haricinde yeni müşterilerle de fiziksel ortamda ürünler, bu sayede buluşmuş oldu.

Peracas'ın yurt dışı hikâyesinden bahsedebilir misiniz?

Satın almacı olmamız Peracas'ın dünya pazarında bir rota çizmesi için avantaj sağladı. Satın almayı ve işin stratejik kısmını birçok marka için buyer olarak çalıştığım dönemde öğrendim. Markalarla



PERACAS TAKIPÇİLERİ DİKKAT!

Yeni koleksiyonunda zincir ve inci detaylara ağırlık verdiklerini söyleyen Bezza Arman: “Bu sene zincir, inci detaylara sahip büyük parçaların yanı sıra gündelik hafif parçaları da koleksiyonumuza kattık. Hediyeelik ürün gamına, daha çok seçenek ekledik. İleriki dönemde çıkacak koleksiyonumuzda mine ve sedef gibi detayları, kendi oluşturduğumuz renkleri kullanarak ilham aldığımız doğal formları farklı bir yorumla sunmayı planlıyoruz.” dedi.



yapılan sözleşme ve pazarlıklarını bilmek, madalyonun diğer yüzünü görmek ve bu bilgileri baz alarak hareket etmek, Peracas'ın büyümesinde ve ilerlemesinde büyük rol oynadı. Hangi pazarda kim daha iyi satış yapıyor, nasıl bir açık var, hangi müşteri ne alıyor gibi detayları kolaylıkla kurgulamış oldum. Peracas iş modeli böylece markalaşarak benimle bütünleşip, organik bir şekilde kemikleşti. İtalyan işçiliğini Milano'daki değerli ustalardan öğrenip ve benimseyip, sonrasında üretimin tamamını İstanbul'da yaşadığım için buraya taşıdım. Peracas kısa sürede oldukça ilgi gördü ve dünyaca sektörün önde gelen mağazalarına girmeyi başardı. İlk olarak Rusya'nın en büyük perakende zinciri Tsum ile başlayan yurt dışı açılımımız sonrasında Moda Operandi, Harvey Nichols, Bloomingdales gibi dünyanın çeşitli yerlerinde konumlanmayı başardı.

Mücevherde sizce en önemli olgu nedir?

Bu konuda hem tasarım hem de malzeme önemli... Tasarım malzemeyle mükemmel bir uyumla bütünleşmeli ki hayal ettiğiniz nihai ürün ortaya çıksın. Ben en çok mitolojiden ve doğadan ilham alıyorum. Hayalimdeki Peracas kadını, mitolojik bir tanrıça gibi eşsiz ve romantik. Doğa ise sonsuz bir ilham, doğaya ait her canlı ve form da aynı şekilde... Dolayısıyla

Peracas'ın kimliğini de bunlar oluşturuyor. DNA'sını doğadan aldığı için ürünlerde malzeme olarak doğal taş, gerçek barok inci ve renkli kristaller kullanıyoruz. Ürünlerin şekline, ağırlığına ve boyutuna göre materyaller tabii ki değişkenlik gösteriyor. Her parça el yapımı ve kullandığımız taşlar orijinal olduğu için tüm ürünler aslında birbirinden farklı. Onları özel ve tek kılan da bence bu özellikleri oluyor.

Bir koleksiyonun hazırlık süreci sizin için nasıl ilerliyor?

İlk olarak ilham aldığım fikir ve çizimleri atölyemle beraber analiz ediyorum. Birlikte her ürün üzerine ayrı ayrı düşünüyoruz. Ürünü hayal etmenin yanı sıra teknik kısmı da bir o kadar önemli. Bazen düşündüğünüz veya hayal ettiğiniz bir parça, teknik detaylardan ötürü farklı bir sonuç doğurabiliyor. Dolayısıyla fikirlerimi ekibimizdeki birbirinden değerli zanaatkarla paylaşmak öncelikle hoşuma gidiyor ve aynı zamanda daha pratik bir üretim süreci yaratıyoruz. Sonrasında çizimler dijital platformla buluşup beraberinde kalıplar çıkıyor. Modeller 24 ayar altın kaplama, rengârenk taşlar, kristaller ve barok incilerle buluşuyor. Tüm tasarımlar, atölyemizde sektörün en eski ve yetenekli sadekârlarının el işçiliğiyle İstanbul'da özel olarak üretiliyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK GÜVENLE BAŞLAR



Zamana meydan okuyan dostluklar güvenle başlar

Bizce sürdürülebilir ortaklıklar kurmanın en iyi yolu güvenilir olmaktır.

Güvene dayalı ilişki anlayışımız sayesinde sizinle uzun süreli iş ortaklıklarını kurar, ihtiyaçlarınızı karşılayan yüksek kaliteli ürün ve hizmetlerimizle her zaman yanınızda oluruz.

Modada yeni çağ “Metaverse”

Son dönemin en moda kavramlarından biri hâline gelen “metaverse” başta perakende sektörü olmak üzere iş dünyasını heyecanlandırmaya başladı.

📍 Zeynep Tütüncü Güngör

M

oda endüstrisi, metaverse alanındaki çalışmalara öncülük eden sektörlerin başında geliyor. İnternetin, akıllı cihazların yaygınlaşması ve teknolojinin soluksuz ilerleyişi hem bireylerin

hem de kurumların hayatında önemli değişikliklere yol açıyor. 2019 yılının sonundan itibaren insanlığa bambaşka bir deneyim yaşatan pandemi sırasında, teknolojinin hayatımızdaki yeri ve önemi katmerlendi. Pandemi boyunca günlük rutinlerini gerçekleştirmekten uzaklaşan insanoğlu hem iş hayatında hem de sosyal çevresinde temel ihtiyaçlarını teknoloji ile karşılamaya başladı. Bu süreç, tıpkı metaverse gibi yeni teknolojilerin gelişmesinin önünü açtı.

Dijital dünyanın son dönemde gündemine oturan metaverse kavramı, meta-universe (evren) ifadesinin kısaltılmışı olarak kullanılıyor. Metaverse, sanal ve gerçeğin birleştiği dijital bir dünyayı ifade ediyor. Artırılmış ve sanal gerçeklik ürün ve hizmetleri sayesinde insanların, fiziksel bir çaba harcamasına gerek kalmadan sanal dünyaya taşınması anlamına gelen bu kavram; birkaç ay içerisinde teknoloji devlerinin de gözdesi hâline geldi.

Artırılmış gerçeklik, gerçek dünyaya sanal nesnelere ekleyen bir teknoloji sunarken sanal gerçeklik ise oldukça gerçekçi ve çarpıcı görüntü, ses ve diğer duyguları oluşturmanın yollarından biri olarak biliniyor. Her iki teknolojinin yarattığı pazar da büyük bir hızla büyümeye devam ederken Statista

verilerine göre 2021 yılında 30,7 milyar dolara ulaşan artırılmış ve sanal gerçeklik pazarı, 2024 yılında 300 milyar dolarlık bir hacme ulaşacak.

TEKNOLOJİ DEVLERİNİN METAVERSE YARIŞI

Metaverse kavramının öncülerinden biri, teknoloji devi Facebook oldu. Facebook’un CEO’su Mark Zuckerberg, bu kavramı “yeni nesil internet” olarak tanımladı. Kurum aynı zamanda gelecek beş yıl içinde bu alandaki yatırımları sayesinde 10 bin kişiye istihdam sağlayacağını duyurdu. İsmi “Meta” olarak değiştireceğini duyuran Facebook, sosyal medya platformlarına ek olarak metaverse sayesinde yakın gelecekte sanal gerçeklik ve oyun alanlarındaki faaliyetlerini de artırmayı hedefliyor.

İnsanların avatar biçiminde etkileşime girebilmesine olanak sağlayacağı düşünülen bu kavram için üretilen ürünlerin 10-15 yıl içinde hayatımızda yer alacağı bekleniyor. Bu alana şimdilik öncülük eden Facebook, bir süredir metaverse kapsamında, giyildiğinde sanal dünyadaki nesnelere dokunma hissi yaratan bir eldiven üzerinde çalıştığını duyurdu. Teknoloji ve bilim dünyası, gerçekte olmayan nesnelere dokunsa ve duysal olarak hissedilebilmesinin mümkün olduğu noktasında birleşiyor. Metaverse çalışmalarını devam ettiren kurumlardan biri olan Microsoft ise uzaktan çalışma sürecinde çalışanlarının çevrim içi buluşmalarda kamera görüntüsü yerine avaturlarını dâhil etmeye olanak tanıyan teknolojiler üzerinde çalışmayı sürdürüyor.



MODADA AVATAR MANKEN DÖNEMİ

Pandemi, moda dünyasında adeta geleneksel algıları yıkıp sektörü, çevrim içi kanallarda yaratıcı olmaya zorluyor. Aslında dijital modanın ayak sesleri yıllar öncesinden gelmeye başlamıştı. 2016 yılında yapılan Bitmoji ve Bergdorf Goodman iş birliği, kullanıcıların avatarlarını Zac Posen, Calvin Klein, Alexander McQueen gibi lüks markalardan giydirmesine olanak sağladı. Yine aynı yıl Fransız lüks moda markası Louis Vuitton'un kampanya yüzü olarak Final Fantasy oyununun avatar kahramanı Lightning'i seçmesinin ardından birçok modaevi, sanal mankenler ve marka yüzleri üzerinde çalışmaya başladı. Tommy Hilfiger gibi büyük moda markaları avatar modelleri, artırılmış gerçeklik formatlarını çevrim içi satışlarında kullanmaya başladılar bile. Gucci, Prada, Stella McCartney gibi 100'den fazla markanın yer aldığı son zamanların popüler uygulaması Drest ile yaratılan avatara beğenilen kıyafetler giydirilerek ardından istenilen parçalar Farfetch üzerinden satın alınabiliyor.

PERAKENDEYE YENİ BİR HEYECAN

Artırılmış gerçekliğin aslında bir süredir perakende dünyasında kullanıldığı biliniyor. Örneğin bir mobilyanın salonunuzda nasıl duracağını bu teknoloji sayesinde

Metaverse sayesinde insanlar, tıpkı fiziki mağaza gezer gibi sanal mağaza gezebilecek. Üstelik bunu hiç hareket etmeden gerçekleştirebilecek.



DİJİTAL MODA, BÜYÜK BİR PAZAR OLACAK

Dijital moda sektörüne yön verecek önemli sanal modaevlerinden The Fabricant markasının kurucusu Kerry Murphy, dijital modanın perakende kadar büyük bir pazar olacağını iddia ediyor. Pandemi ile büyük moda evlerinin danışmanlık taleplerinin arttığına dikkat çeken Murphy, aynı zamanda teknolojik ilerlemelerin kendi kıyafetlerini dijital olarak şekillendirmesine izin verdiği için 3D giysilerin tüketicinin en büyük eğlencelerinden biri hâline geleceğini söylüyor. İzlenilen bir moda gösterisinin ardından 3D showrooma gidilerek tasarımların incelenebileceği ve sanal karakter üzerindeki görünüşüne bakarak satın alınabileceği bir endüstri, modanın renkli ve hareketli dünyasına kapı aralıyor.



Moda markalarının artırılmış gerçeklik içeren hizmetlerinin daha da yoğunlaşacağını öngören uzmanlar, yeni evrende sanal ürünlerin de satışa sunulacağını düşünüyor.

görebiliyorsunuz. Sanal mağazalar, ürünü satın almadan önce gerçekleştirilebilen sanal deneyimler metaverse kavramının perakende sektöründe heyecan yaratmasına neden oluyor. Gelecek yıllarda bu evrenin perakende sektöründeki rekabeti farklı bir boyuta taşıyacağı ve önemli bir ticari gelir yaratacağı öngörülmüyor. Şimdiden sanal ve artırılmış gerçekliğe yatırım yapan perakende markalarının rekabette bir adım daha öne çıkabileceği düşünülüyor. Moda endüstrisinde gittikçe daha yaygın örneklerinin görüldüğü mağazalardaki akıllı aynalar da artırılmış gerçekliğin örnekleri arasında yer alıyor.

YÜZ MİLYARLARCA DOLARLIK TİCARET HACMİ

İnsanların hayal ettikleri birçok şeyi yapmasına imkân veren bu evrenin, yüz milyarlarca dolarlık ticaret hacmine ulaşması bekleniyor. Sanal mağazaların sayısını artırması beklenen bu dönüşümün en çok etkileyeceği perakende sektörlerin başında tekstil ve hazır giyim geliyor. Moda markalarının artırılmış gerçeklik içeren hizmetlerinin daha da yoğunlaşacağını öngören uzmanlar, yeni evrende sanal ürünlerin de satışa sunulacağını düşünüyor.

Metaverse sayesinde insanlar, tıpkı fiziki mağaza gezer gibi sanal mağaza gezebilecek. Üstelik bunu hiç hareket etmeden gerçekleştirebilecek. Ürün aramak, uygun beden ölçülerine göre ürün seçmek gibi zorluklar, metaverse dünyasında ortadan kalkacak. Ürünler, fiziki olarak satın alınmadan önce sanal evrende denenebilecek. E-ticaretin de bu sayede payının çok daha fazla

artacağı düşünülüyor. Metaverse dünyasına giriş için gerekli olan donanımların akıllı gözlükler ve başlıklar olacağı öngörülüyor.

DÜNYACA ÜNLÜ MODA DEVLERİNDEN METAVERSE ÖRNEKLERİ

Moda endüstrisinin odaklandığı dijital ve fiziksel kesişim alanında üç farklı yönde ilerlendiği görülüyor. Bu yönlerden biri fiziksel giysiler üretmek adına tasarlanan ürünler. Diğer bir yön ise fiziksel ve dijitalin birleştiği, artırılmış ve sanal gerçeklikten yararlanarak giyilebilecek bir moda yaratmak. Endüstrinin son odak noktası ise doğrudan bir avatara satılan ürünler.

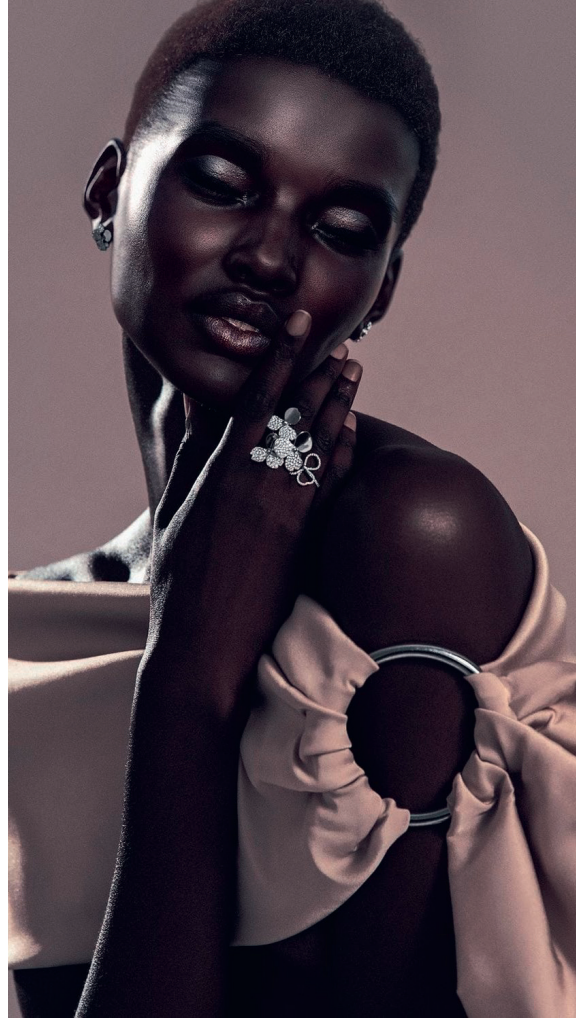
Moda dünyasında metaverse kavramını ilk benimseyen şirketlerden birinin Fabricant olduğu biliniyor. Şirket, yalnızca dijital elbiseler tasarlıyor. Bununla birlikte moda dünyasında çıplak gözle görülmeyen, yalnızca telefon ekranları aracılığı ile görülebilen kıyafet detayları ve tasarımları da metaverse örnekleri arasında yer alıyor.

Pandemi döneminde dünyada yankı uyandıran moda şovlarını düzenleyemeyen ünlü moda devlerinin de sanal defileler ve avatar mankenler aracılığıyla metaverse kavramına göz kırptığı biliniyor. Üstelik moda markalarının yarattığı avatar mankenler, şimdiden sosyal medya hesaplarında milyonlarca takipçi sayısına ulaşmış birer fenomene dönüşmüş durumda. Burberry gibi markalar da kıyafetlerini sergilemek için çevrim içi oyun platformlarıyla iş birliği yapmaya devam ediyor. Çevrim içi oyun dünyasında ünlü moda markalarının yaptığı iş birlikleri büyük ölçüde ses getiriyor.

DÜNYANIN İLK DİJİTAL TOP MODELİ

Son dönemin en popüler ismi kuşkusuz dünyanın ilk dijital top modeli Shudu oldu. 29 yaşındaki fotoğrafçı Cameron-James Wilson'ın 2018 yılında 3D teknolojisiyle yarattığı Shudu, 20'li yaşlarında Güney Afrikalı bir model. En büyük çıkışını, Rihanna'nın markası Fenty'nin yüzlerinden biri olarak yaptı. Balmain'in reklam kampanyasında da yer alan siyahi sanal top model, Vogue için çekim yapmayı da başardı. Instagram'da 205 bin takipçisi olan Shudu, birçok derginin kapağı ve Balmain, Ellesse gibi markaların yüzü oldu.

29 yaşındaki fotoğrafçı Cameron-James Wilson'ın 2018 yılında 3D teknolojisiyle yarattığı Shudu, 20'li yaşlarında Güney Afrikalı bir model. En büyük çıkışını, Rihanna'nın markası Fenty'nin yüzlerinden biri olarak yaptı.





SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RÖPORTAJ

Simge Soyel

Topraksız tarımda bir ilke imza attı

Ürettiği teknolojilerle tarımda sürdürülebilirliğe katkı sağlayan Hextech Green'in Kurucu Ortağı ve Genel Müdürü Bilge Akgün ile bir araya geldik.

Tohumdan fideye kadar olan sürecin insan müdahalesi olmadan gerçekleştiği, zirai ilaç ve kimyasal gübre kullanmadan sebze-meyve yetiştirmeye imkân tanıyan Hextech Green, teknoloji ile üretimi buluşturuyor. Şehirlerde de tarımsal üretimi mümkün kılan Hextech Green ile profesyoneller doğal afetlerden etkilenmeden fidelerini, şehirliler ise evlerinde kendi doğal sebzelerini yetiştirebilecek.

Hextech Green, hangi fikirden yola çıkarak kuruldu?

Dünya nüfusunun 2050 yılında, 2 milyar kişi daha büyümesi bekleniyor ve insanları beslemek büyük bir zorluk olacak. Ekilebilir araziler ise global ısınma, şehirleşme, kirlilik, sanayi gibi faktörler nedeniyle gün geçtikçe azalıyor. Önemi her geçen gün daha da artan iç mekân yetiştiriciliğinde, metropollerde çok az alan kullanarak çok miktarda tarımsal gıda üretilmesi mümkün. Biz de firmamızı, buradan hareketle 2016 yılında kurduk. Kimyasal bakımdan kirli gıdaların neden olduğu hastalıkların ve tarımın neden olduğu karbon ayak izinin çözümüne katkı sağlayacak ürünler sunuyoruz. 38 yıllık Ziraat Mühendisi Kurucu Ortak yönetiminde, İşletme Fakültesi mezunu diğer Kurucu Ortak ile birlikte beş mühendis, iki tekniker, bir teknisyenimizle tam zamanlı 10 kişi, yarı zamanlı yedi kişi çalışıyoruz.

Odaklandığımız topraksız tarımın girdilerinden söz eder misiniz?

Beş yıl süreyle 15 kişilik ekiple AR-GE çalışması yaptık. Tüm ürünlerimizi, Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nde üç TÜBİTAK projesi ve beş Teknokent projesi bitirerek üç farklı üniversiteden akademisyenlerin danışmanlığında geliştirdik. Hidroponik olmayan topraksız tarım yöntemi ile kırsal alanlar yanında şehir merkezlerinde de üretim yapılan mobil seralarımızın ve içinde üretim yapılırken kullanılması gereken üretim girdilerinin tamamının AR-GE çalışmalarını bitirdik ve ticarileştirdik. Şu an ürün gamımızda 10 ana başlıkta satışa sunduğumuz 21 farklı ürüne sahibiz.

Gıdaları, çevre kirliliği yaratmadan üreten bu teknoloji nasıl işliyor?

Çalışmalarımız, dikey tarımın tüm avantajlarıyla beraber düşük maliyetlerle hem bireysel bitkisel üretime hem de yüksek kapasiteli üretime imkân tanıyor. Sensörlü akıllı karar verme uygulamaları ve yazılım konularında ileri teknoloji kullanarak geliştirdiğimiz bir sistemimiz var. Bu sayede ürettiğimiz ürünlerimiz kapalı ortamda, dış ortam koşullarından etkilenmeden, farklı iklim koşullarını kendi oluşturarak insan müdahalesi olmadan bitkinin yetişmesini sağlıyor. Tarımda Endüstri 4.0'a uygun olan makinelerimizde geleneksel üretime göre yüzde 50 kısa zamanda hasat





“TİM TEB GİRİŞİM EVİ İLE YETKİNLİKLERİMİZ ARTTI”

“TİM TEB Girişim Evi destekleri ile aldığımız eğitimler ve mentoring görüşmeleri sonrasında ürün ve firma tanıtımlarımızda neleri ön plana çıkarmalıyız, dünya genelinde satış ağıımızı kurarken nelere dikkat etmeliyiz, dış ticaret dokümanlarımızı nasıl hazırlamalıyız gibi konularda yetkinliklerimiz arttı.”

gerçekleşiyor. Sulama suyundan yüzde 90 tasarruf sağlanıyor. Hidroponik olmayan topraksız tarım teknolojimiz, rakiplerimiz arasında yer alan diğer hidroponik topraksız tarım yöntemlerine göre yüzde 80 oranında daha az enerji tüketiyor. Üretimde organik katı bitki yetiştirme ortamı ve organomineral sıvı gübrelere kullanılıyor. Dünyada her yıl 600 milyon insan, kimyasal kirli gıdalar nedeni ile hasta oluyor ancak iç mekânda yapılan yetiştiricilikte hastalık etmenleri olmadığından, kimyasal ilaç kullanılması da gerekmiyor. Projemiz temiz gıdaya erişimi kolaylaştırıyor. Tüketicimin en yoğun olduğu şehir merkezlerinde üretim yapılması, kırsalda yetişen ürünlerin şehir merkezlerine taşınması için gerekli lojistik giderleri ve karbon ayak izini de ortadan kaldırıyor.

Topraksız tarımın kaynak/maliyet avantajı nelerdir?

Ürünlerimizle metropollerde, yüksek kârlılıkla tarımsal üretim yapılabilir. Güneş ışığı ve toprak gerekmeden, yüzde 90 daha az su ile birim alanda

24 kat fazla sayıda fide ve 10 kat fazla sayıda sebze ve yeşil otsu bitki yetiştirilebiliyor. Teknolojimiz sayesinde şehir merkezlerinde çok küçük alanlarda, çok az kaynak kullanarak yüksek verimle tarımsal gıda üretimi yapılabilir.

Akıllı tarım makineleri nasıl bir prensiple çalışıyor?

Özgün teknolojimiz ile hızlandırılmış süreç, makineler tarafından yönetiliyor. Yapay zekâ yazılımı uygulamamızı devreye alarak işletme ve yetiştiricilik kararları için daha etkin bir bilgi akışı sağlamayı başardık. Doğru ve yeteri kadar üretim girdisi (su, ışık, havalandırma, CO2, sıcaklık) kullanacak şekilde sürekli optimizasyon ile üretim sürecinde zamandan, sudan ve enerjiden tasarruf sağlanıyor. Günümüzde takip, veri kaydı ve veri analizi olmadan rantabl üretim mümkün değil. Bu nedenle makinelerimizde yapılan üretimler takip ediliyor, veri kayıtları ve veri analizleri yapılarak bir sonraki üretim planlaması için datalar oluşturuluyor.



Hextech Green Kurucu Ortağı ve Genel Müdürü
Bilge Akgün





GİRİŞİM EKOSİSTEMİ



Kuadron Bilişim Teknolojileri Kurucu Ortak Eren Çulcuoğlu

Firmalara özel, terzi usulü yazılım çözümleri:

KUADRON BİLİŞİM

Küresel iş yönetimi yazılım pazarı için hedef büyüten Kuadron Bilişim, firmalara özel yazılımları ile uçtan uca çözüm sunuyor.

K

kuadron Bilişim, şirketlerin teknoloji kullanım seviyesi ne olursa olsun onlara özel web, mobil ve masaüstü yazılım geliştiriyor, dijital dönüşüm süreçlerine öncülük ediyor. Firmanın 2022 hedeflerini Kuadron Bilişim Teknolojileri Kurucu Ortak Eren Çulcuoğlu ile konuştuk.

Kuadron Bilişim'in hikâyesi nasıl başladı?

İş yazılımlarında 15 yılı aşkın sektör tecrübesi ile Kuadron Bilişim hem

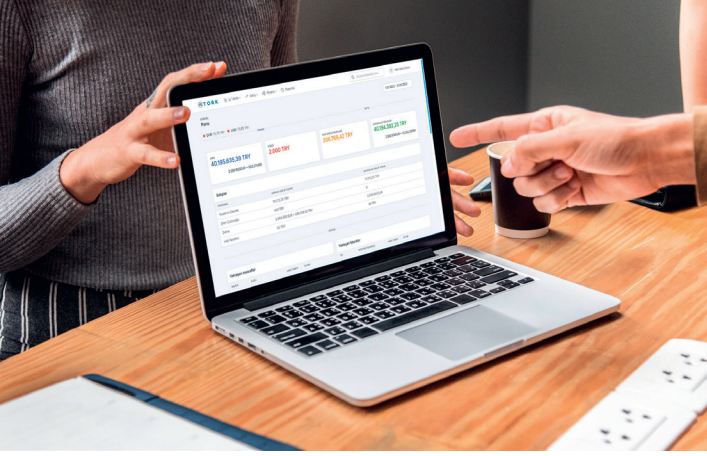
kamu hem de özel sektöre çizgi üstü projeler geliştiren dört kurucu tarafından 2017 yılında Ankara'da kuruldu. Yıllarını proje geliştirmeye adanmış ekip, proje geliştirmeden ziyade belirli özelliklere sahip jenerik ürünlerin yazılım sektörü açısından kaçınılmaz bir son olacağı öngörerek Kuadron çatısı altında çalışmalarına başladı.

Şirketin ürün ve proje geliştirdiği kurumlar arasında Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TİGEM), Parkim Kozmetik, Reis Grup, Ankara Büyükşehir Belediyesi ve Kütahya Çini Gaz Dağıtım yer alıyor. Kuadron

Bilişim oyun geliştirme, NFT ve metaverse alanlarında da AR-GE çalışmalarına devam ediyor.

Ürün ve çözümlerinizden kısaca bahsedebilir misiniz?

Ürün ve proje departmanları üzerinden şirketlere iki farklı kolda hizmet veriyoruz. İş yazılımları, kaslarımızın en gelişkin olduğu alan. Firmaların iş dinamiklerine özel terzi usulü yazılım çözümleri geliştiriyoruz. ERP, CRM, İnsan Kaynakları yazılımları, Kalite Yönetim ve Bayi Otomasyon sistemlerini örnek olarak verebiliriz.



Son dönemde kurda yaşanan dalgalanmalar firmaları bulut tabanlı sistem arayışına yöneltti. Dijital dönüşüme giriş seviyesinde adım atan, işler geliştikçe sistemi geliştirmek isteyen KOBİ'lerin, iş yazılımlarına ayıracak pek fazla bütçesi olmuyor. Ürünleşmenin önemini çok iyi kavramış bir yazılım şirketi olarak iş yazılımları pazarında rekabet eden çözümlerimiz TORK ve Reportql; CRM, İş Takibi, Finans, Stok ve Raporlama noktalarında işletmelerin günlük işleyişine ciddi katkı sağlıyor. KOBİ'ler; sunucu, bakım, güncelleme ve eğitim gibi ek maliyetlere katlanmadan işlerini bulut ortamında, diledikleri platformdan rahatça yönetebiliyor.

Son yaptığınız projenizi kısaca anlatır mısınız?

Kütahya Çinigaz Dağıtım'ın abonelerine verdiği hizmeti daha tutarlı ve sürdürülebilir kılması amacıyla kalite yönetim sistemi kodlama sürecimiz devam ediyor. Mart ayında geliştirme süreci sona erecek proje sayesinde Çinigaz; kalite planlama, kalite güvence ve kalite kontrol süreçlerini uçtan uca yönetebilecek.

Pandemi süreci, Endüstri 4.0 sürecini hızlandırdı mı?

Nesnelerin interneti, otonom robotlar gibi Endüstri 4.0'ın ön plana çıkardığı yeni teknolojilerin, salgınla mücadelede ciddi derecede öneme sahip olduğunu görebiliyoruz. Yeni teknolojiler, salgının

Kuadron Bilişim,
bulut tabanlı
ürünleri ile hedef
büyüdü.

yayımla hızının belirlenmesinden sağlık ürünlerinin üretilmesine kadar pek çok alanda destek sundu. İmalatta robotik teknolojiden yararlanılmasından, uzaktan çalışma gibi gündelik yaşamın yeniden düzenlenmesine kadar birçok alanda dinamikler değişti. Ülkece uzaktan çalışmaya adapte olduğumuz şu günlerde bulut tabanlı çözümlerin KOBİ'lere zamandan tasarruf sağlayarak günlük işleyişte ciddi oranda verimlilik artışı sağladığını söylemek mümkün.

2022 hedefleriniz arasında neler var?

ReportLinker tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre küresel iş yönetimi yazılım pazarının 2025'e kadar her yıl ortalama yüzde 9 büyüyerek 160 milyar dolar seviyesine ulaşacağı öngörülüyor. Hızla büyüyen bu pazarda, bizde bulut tabanlı ürünlerimiz ile pastadan belli oranda pay almayı hedefliyoruz.

TİM TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

TİM TEB Girişim Evi, yüksek katma değerli yenilikçi teknolojilere destek vererek hem ürünlerimizin hem de ekibimizin gelişimine ciddi oranda katkı sağladı. Girişimcilik potansiyelinin ortaya çıkması ve yaygınlaşmasının yanı sıra ürünlerimizin devlet desteklerine ulaşabilmesi için de rehberlik aldık. Yurt dışı platformlara ulaşılması, finansal ihtiyaçlar için yenilikçi çözüm önerileri sunulması ve iş dünyası ile bağlantı kurularak çeşitli iş birliklerinin geliştirmesi bizim adımıza en çok öne çıkan noktalar oldu.





aktüel rota

📍 Serda Büyükkoyuncu @serdabuyukkoyuncu

Amsterdam'ı NASIL BİLİRDİNİZ?



aktüel rota

AMSTEL NEHRİ'NİN ağzında, sulak araziler üzerindeki 1200'lü yıllarda bir balıkçı kasabası olarak kurulmuş Amsterdam... Balıkçılar, sellerden korunmak amacıyla "terp" adı verilen tepelikler oluşturmuş ve buralara yerleşmiş. Önce adı "Amstel" Nehri'nin üzerine kurulan bir tür baraj olan bu su bendi (dam) sebebiyle "Amstelredamme" olmuş. Zamanla değişerek Amsterdam hâlini almış. Yaa öyle oldum olası Amsterdam mı zannediyordunuz yoksa bu sulak diyarları? Adamlar selden kurtulmaya çalışırken, kuruvermişler Amsterdam'ı.

Amstel Nehri üzerine inşa ettikleri bu baraj, sadece gelgitleri kontrol etmekle kalmamış, büyük gemilerin nehir geçişini de engellemiş. Bu gemiler mallarını iç bölgelere iletebilmek için yerel tekneleri, mavnaları kullanmak zorunda kalmış. Hollanda Kontu Floris, 1275'te Amstel Nehri'ne yapılan bu baraj civarında yaşayanlara geçiş ücreti ödemedi ticaret yapma izni vermiş. Böylece Amsterdamlılar vergi vermeden topraklarından geçme özgürlüğüne kavuşmuş. Bu da Amsterdamlılara nehir boyunca ticaret tekelini tanımış. Böylece önemli bir gelir kaynağı oluşmuş. Yani bir tür köprü'nün başını tutma hesabı...

Kasaba halkı türlü tekniklerle sellerden de düşmanlarından da korunmayı öğrenmiş. Aynı zamanda avladıkları ringa balıklarını uzun süreli saklayabilmek için geliştirdikleri bir yöntem sayesinde kasaba halkı, Avrupa'ya balık ihraç etmeye başlamış. Kıyı boyunca yaptıkları ambarları olan evleri, depo olarak kullanılmışlar. Bu depo evlerin cepheleri ahşap, çatıları sazdanmış. 1421 ve 1452'de

yaşanan büyük yangınlardan sonra kentteki bina inşaatlarında ahşap kullanmak yasaklanmış ve yerine tuğla kullanılmaya başlanmış.

Altın çağını, 1600-1700 yıllarında yaşamaya başlamış Amsterdam. "Altın Çağ" olarak adlandırılan 17. yüzyıl başlarında, dünyanın en varlıklı şehirlerinden biri hâline gelmiş. Ayrıca Amsterdam'dan Kuzey Amerika'ya, Afrika'ya, Baltık Denizi'ne yapılan gemi seferleri ile dünya ticaret ağı oluşturulmuş. 18. ve 19. yüzyıllarda İngiltere ve Fransa'ya karşı girişilen savaşlar, Amsterdam'ın refah düzeyinde de gerilemelere neden olmuş. 1815'te Hollanda Krallığı kurulmuş.

Hızla gelişen ticari ihtiyaçları karşılamak üzere finansal yapılanma ve bankacılık uygulamaları bu dönemde gelişmiş. Zenginliğin sonucu gelen refah, güzel sanatları ve bilimsel çalışmaları hızlandırmış. Rembrandt, Frans Hals, Vermeer ve Paulus Potter gibi ünlü sanatçılar bu dönemde yaşamış.





aktüel rota

19. yüzyılın sonlarında şehre yeni müzeler, bir tren istasyonu ve bir konser salonu inşa edilmiş. Şehri, Ren Nehri'ne ve Kuzey Denizi'ne bağlayan su kanallarıyla Amsterdam'ın tüm Avrupa ve dünyayla olan ticari bağları daha da gelişmiş.

Hollanda, 1. Dünya Savaşı'nda tarafsız kalmış, yerleşim bölgelerini ve tarım alanlarını büyütecek yöntemlerle toprak kazanmaya çalışmış. 2. Dünya Savaşı'nda da tarafsız kalmayı seçmiş ancak 1940'ta Almanya'nın işgali üzerine kraliyet ailesi ve parlamento üyeleri kaçarak Londra'ya sığınmış. Yahudilerin gördüğü zulmü protesto eden Hollandalı liman işçileri, bir günlük grev yapmış ancak hemen hemen tüm Yahudiler toplama kamplarına götürülmüş... Savaşta, sadece 5 bin Hollandalı Yahudi sağ kalabilmiş.

17. yüzyıl başlarında, dünyanın en varlıklı şehirlerinden biri hâline gelen Amsterdam, ringa balıklarını uzun süreli saklayabilmek için geliştirdikleri bir yöntemle Avrupa'ya balık ihraç etmiş.

Savaştan sonra ülke toparlanmaya çalışırken, müteahhitler kanal evlerini ve boş binaları yıkmak istediklerinde Amsterdamlılar bu yapıların kendilerine miras kaldığını düşünerek yıkıma izin vermemiş. Günümüzde de bu tarihî yapı korunmuş. Hollanda'nın Avrupa Birliği'ne 1957'de dâhil olması ve bunun ilerleyen sonuçları nedeniyle de bu güzel şehre vize almadan gelemesiz olmuştuz.

Venedik'tekinden daha fazla sayıda 100 km'yi aşan, 100'den fazla kanalı, bin 200 köprüsüyle Avrupa'nın en çekici ve heyecanlı şehirlerinden biridir



Amsterdam. Kanallar birbirlerine köprü ve taş yollarla bağlıdır. Küçük bir şehir olduğu için her yere yürüyerek gidebilirsiniz.

Kentin planı başlangıçta karmaşık gibi görünse de daha çok bir örümcek ağı biçiminde... Örnek olarak meydan geniş cadde ve dar sokaklardan oluşan at nalı şeklindeki Amsterdam'ın merkezi Dam'ı gösterebilirim. Meydan eski su yolları ve büyük çemberler şeklinde kanallarla çevrili. Bu kanallar ağına "grachten" deniyor. Orta Çağ Amsterdam'ının dış duvarı sayılan Singel'e ek olarak, kent genişledikçe Herengracht (Centilmenler Kanalı), Keizegersgracht (İmparator Kanalı), Prinsengracht (Prens Kanalı) adlarıyla yeni kanallar yapılmış... Kentte kaybolursanız korkmayın, bu kanallar H, K, P dizisiyle alfabetik sıralı....



aktüel rota



AMSTERDAM CENTRAAL

Amsterdam'ın uluslararası tren bağlantısı bu istasyondan başlıyor. Tren istasyonu olmasının yanı sıra bina, 19. yüzyıl mimarisinin en güzel örneklerinden biri olma özelliğine de sahip. Petrus Josephus Hubertus Cuypers ile A.L. van Gendt tarafından tasarlanmış ki Cuypers, Hollanda'nın ulusal müzesi olan ünlü Rijksmuseum'u da inşa etmiş.

SINT NICOLAASKERK

Centraal İstasyonu'na arkanızı dönerek kent merkezine doğru ilerlerken sol tarafta kulelerini gördüğünüz kilise Aziz Nikolas Kilisesi... Denizcilerin Koruyucusu Aziz Nikolas, Amsterdam'ın çok önemli dini ikonlarından bir tanesi. Hollanda'daki pek çok kilise onun adına yapılmış. Mimar Adrianus Bleijs tarafından yapılan bu katolik kilisesinde gizli şapeller de var.

BEURS VAN BERLAGE

Bina 1903 yılında açıldığında, mimarisi çok modern bulunmuş. Binanın sade çizgileri, 19. yüzyıl sonundaki mevcut mimari tarzlardan oldukça farklı. Bu yapısıyla klasik mimariden uzaklaşmanın bir kanıtı sanki... Bu tasarım daha sonraları Amsterdam ekolüne de önyak olmuş.

OUDEKERK

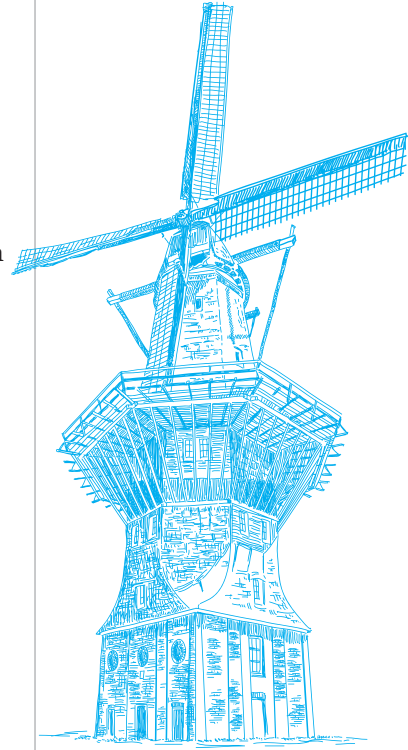
Amsterdam'ın en eski cemaat kilisesinin yapımına 13. yüzyılda başlanmış. 300 yıl boyunca da ek şapellerle bina büyütülmüş, yoksulların sığındığı, tüccarların bir araya geldiği çok süslü bir kilise olmuş ve daha çok cemaate hizmet etmiş. Burada, Rembrant'ın karısı Saskia'nın da mezarının bulunduğu çok sayıda mezar taşına rastlayacaksınız. Tarihten kesitler betimlenmiş vitray pencereleri ve barok mimarisiyle çok görkemli görünen kiliseden etkilenmemek mümkün değil.

MUSEUM HET AMSTELKRING

Katoliklerin ibadet etmesinin yasaklandığı 1578 yılında Jan Hartman ve arkadaşları, 1661'de bu binayı bir tüccardan satın alarak gizli bir şapel hâline getirmiş. O yıllarda çok sayıda gizli şapel olsa da günümüze kadar gelen tek şapel bu. Daha sonra yanındaki üç ev de eklenerek şapel kilise formuna ulaşmış.

SCHREIERSTOREN

Orta Çağ'daki kent duvarlarından günümüze kadar ayakta duran bu kulenin adı "Ağıtçılar Kulesi" diye geçiyor. Amsterdam'ın en eski binalarından bir tanesi... 1480 yılından günümüze kadar gelmiş. Kentin duvarlarının devamındaki bu kulenin adı ve anlamı konusunda tarih boyunca ortak bir fikre varılamamış. Bir





OSMANLI'DAN GETİRİLEN LALELER

Hollanda'nın lale çılgınlığı döneminin temeli, Osmanlı'dan getirilen lalelerle başlamış. Lale, 1562'de İstanbul'dan kumaş getirip Anvers Limanı'na yanan bir gemideki kumaş balıklarının içinde gelmiş. Lale soğanlarını, Osmanlı soğanı zanneden Anversli tüccar, soğanların çoğunu yemekte kullanıp, kalanlarını da bahçesine ekmiş. 1563'te bahar geldiğinde bahçedeki sebzelerin arasında göz alıcı laleler fişkırmış. Flaman kökenli Ogier Ghiselin de Busbecq, Avusturya elçisi olduğu Osmanlı'dan ülkesine dönerken yanında götürdüğü lale soğanlarını imparatorluk bahçeleri sorumlusu arkadaşı Carolus Clusius'e verip, Avusturya'da da lale üretmeye başlamış. Protestan Clusius, Katolik baskısının artması üzerine 1593'te lale soğanlarını da yanına alarak Hollanda'ya gitmiş ve üniversitesinin bahçesinde lale yetiştirmiş. Siyasi ve ekonomik olarak büyümekte olan Hollanda'da doğu ticaretinden zenginleşen Hollandalılar, lüks evlerinin bahçelerini lalelerle süslemeye başlamış. Bölütlelikle 17. yüzyılın başlarında, Hollanda'ı tam bir lale çılgınlığı sarmış.



görüğe göre kulenin isminin denizci kocalarını bu kuleden uğurlarken ağlayan kadınlardan (schreien), bir diğerkörüğe göre de kulenin şehir duvarlarının kesiştiği köşede olması sebebiyle keskin (scherpe) adından kaynaklandığı söyleniyor.

REMBRANT'IN EVİ

Kırmızı panjurlu, üç katlı bu bina Rembrant'ın meşhur olduğu dönemlerde oturduğu ev. Mezarı OudeKerk'te bulunan karısı Saskia ve mezarı Zuiderkerk'de olan oğlu Titus ile bu evde yaşamış ve büyük bir stüdyo kurarak çok sayıda öğrenci yetiştirmiş. 1656 yılında iflas edince tüm mal varlığını satmak zorunda kalmış. Ev, 1990'da aslına sadık kalınarak yeniden dekore edilmiş. Burada sanatçının oyma baskılarını,

kendi portrelerinden oluşan koleksiyonunu ayrıca resimlerini de görebilirsiniz.

BLAUWBRUG KÖPRÜSÜ

"Mavi Köprü" Amsterdam'ın ilginç köprülerinin başında gelir. İsmi köprünün renginin mavi olmasından alıyor. Üstü gemicilik ve denizcilikle ilgili bezemelerle süslü Blaubrug, 1880 yılında Paris'teki Pont Alexander III köprüsünden esinlenerek yapılmış.

HERENGRACHT KANALI

Amsterdam'ın Altın Çağ döneminde yapılan, kent için büyük bir değişimi simgeleyen bu ilk kanal ve çevresi, o dönemlerde dünyanın en pahalı ve talep gören arazileriymiş. Bu sebeple de dönemin en güzel, en benzersiz evleri de buralara inşa edilmiş.



MARKAYI

başarıya götüren yol...

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

Fikren
Zikren



 / adrespatent

Adres Patent

Levent Cd. Krizantem Sk. No: 33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL - info@adrespatent.com www.adrespatent.com.tr

ADRES PATENT MERKEZİ
İSTANBUL - LEVENT
0(212) 347 89 89
info@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBE
BEYOĞLU - ŞİŞLİ
0(212) 272 60 48
sb@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBE
MERTER
0(212) 890 55 50
merter@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBE
İKİTELLİ
0(212) 549 43 70
ikiteilli@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBE
ANADOLU
0(216) 386 26 88
anadolu@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBE
GEBZE
0(530) 176 85 72
gebze@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBE
ANKARA
0(312) 232 62 85
ankara@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBE
İZMİR
0(232) 425 20 40
izm@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBE
DENİZLİ
0(258) 265 69 12
denizli@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBE
LONDRA
+44(0)755 272 59 55
international@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBE
ANTALYA
0(242) 321 00 89
antalya@adrespatent.com

ADRES PATENT ŞUBE
MARMARA TEKNOKENT
0(262) 676 62 45
marmarateknokent@adrespatent.com

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"
www.adrespatent.com.tr



Op. Dr. Dilek Avşar

Altın oranın çekiciliği Phi: 1.618



Çekici ve güzel olanda beğenin temelinde ne yattığını, kimin gözümüzde daha çekici ve daha güzel olduğunu hiç sorguladınız mı? Cevabı çok basit, altın oran yani Phi: 1.618. Leonardo da Vinci Mona Lisa tablosunun sırrı da olan Phi-altın oran, TV’lerde hayranlıkla izlediğimiz ünlü sanatçıları da çekici hâle getiren bir unsur. Ben de bu yazı da siz değerli TİMReport okuyucuları için altın oranı yakalamak için biz doktorların, en çok uyguladığı işlemleri kaleme aldım.

Doğada gördüğümüz hiçbir şey rastgele oluşmadı. Bir çiçeğin yapraklarında, bir deniz kabuğunda, bir ayçiçeğinin tohumunda hep aynı matematiği, aynı oranı görüyoruz. Bunu ben değil, bu işin sırrını aramış, araştırmış matematikçiler diyor. Güzelliğin salt bakan gözde olmadığını, güzel, çekici, sevimli görünenin sırrını araştıran matematikçiler, dünya üzerindeki nesnelerin, canlıların ve insanların kendi içinde bir orana sahip olduğunu ve bu orana en yaklaşık olanın her zaman daha çok beğenildiğini ortaya çıkardılar. Bunu da sabit bir $\Phi = 1.618$ değeri olan “Altın Oran” olarak adlandırdılar. Altın

oran aslında bir bütün içindeki parçaların, birbirine ve bütüne olan oranı olarak anlatabiliriz. Biz doktorlar da yüz genelinde yaptığımız müdahalelerde altın orana yaklaşmayı, daha doğrusu orantıyı bozmamak için yüze yapılan müdahaleleri bir bütün olarak ele almayı hastalarımıza, danışanlarımıza öneriyoruz. Yani bunu şöyle izah edeyim: Sadece “jawline” yaptırmak için gelen hastamıza direkt bunu uygulamak yerine yüzünün bütünü bozmayacak uygulamalarla işlemi tamamlamayı daha uygun buluyoruz. Zira sadece bir hastamızın istediği jawline, onu mutlu etmek yerine mutsuzluk kaynağı olabilir.

ALTIN ORAN: HİÇBİR ŞEY TESADÜF DEĞİL

Scarlett Johansson, Kim Kardashian, Charlize Theron, Katy Perry, Salma Hayek, Rita Ora, Adriana Lima ülkemizde de genç oyuncular Demet Özdemir, Hande Erçel, Eda Ece gibi başarılı oyuncular altın orana sahip ünlü kadınlar arasında anılıyor.

HANGİ UYGULAMALARLA ALTIN ORAN YAKALANABİLİR?

Herkesin hayranlık duyduğu, keşke ona benzeydim diye hayıflandığı bir sanatçı, ünlü oyuncu vardır. Hatta hayranlık

duydıkları ünlülere benzemek için bir dizi ameliyat geçiren insanların varlığını, haberlerden okuyoruz. Orada ona benzeme isteği yerine kendi altın oranını yakalaması için yapılacak müdahalelerle hastayı daha mutlu etmek mümkün. Çünkü bir başkasına benzeme isteğinin sebebi, karşısındakinin fazla beğenilmesinden kaynaklanıyor. Peki ne yapmalıyız? Kendi yüzüne uygun müdahalelerle kendi yapısına, enerjisine uyan bir protokol sunmalıyız ve o protokol ona özgü olmalı. Bunun yanı sıra olaya bütünsel yaklaşıp sadece bir bölgeyi ele almak yerine bütünü parçalarını, kendi içinde orantılı olacak müdahaleler ile kişinin kendi altın oranını yakalamaya çalışmalıyız. Bir sanatçıya, bir ünlüye benzemek yerine kişinin kendi estetiğini, temelini koruyarak altın oranı oluşturmalıyız.

ALTIN ORANDA BURUN, EN BELİRLEYİCİ ORGAN

Yüz güzelliğinde burun, yüzdeki diğer organlara ve yüzün tamamına oranı ile yüz güzelliğinin en önemli unsuru diyebiliriz. Burnu endoskopik operasyonlarla küçülterek ya da büyüterek, ufak dokunuşlarla ucunu kaldırıp indirerek yüzdeki orantıyı yakalamaya çalışırız. Ancak

“ALTIN ORANI YAKALAYABİLMEK İÇİN DANIŞAN, BİR BÜTÜN OLARAK ELE ALINMALIDIR. YÜZÜNÜN YAPISINA UYGUN OLARAK GEREKTİĞİ TAKDİRDE RADYOFREKANS UYGULAMALARI İLE YÜZ OVALI TOPARLANMALI, MASSATER BOTOKSLA YANAKLAR İNCELTİLMELİDİR. ANCAK BU YAZIMDA BELİRTTİĞİM TÜM İŞLEMLER ŞART OLMAYAN, ALTIN ORANIN YAKALAMASINDA YA DA ONA YAKLAŞILMASINDA YAPILABİLECEK UYGULAMALARDIR.”

yüz orantısında, sadece burnu düzelterek istenen sonucu elde etmek mümkün değil. Yüzde, birbirinden farklı, çok fazla dikkat edilmesi gereken oran bulunmakta. Göz bebeklerinin birbirine oranı, kaşlar arasındaki mesafe bunlara örnek olabilir. Ancak yüzdeki en önemli orantı, alın-burun-çene orantısıdır. Bu oranı yakalamak için cerrahi müdahale ya da ameliyatsız uygulamalarla bu üç bölgenin birbirine yakın oranlarda ve dengede olmasını sağlarız.

ÇENE ESTETİĞİ ÖNEMLİ BİR BÖLGE

Burunda küçültme, büyütme, uç kaldırma cerrahi operasyonlar ya da cerrahi olmayan hyaluronik asit bazlı dolgularla yapılacak minik uygulamaların ardından, burnun çene ile orantısını yakalamak çok önemli bir adım. Bu noktada da yine çene geride ya da çıkık olabilir; köşeli ya da yaş alma ile birlikte sivriliğini kaybetmiş ise botoks ve hyaluronik asit bazlı dolgularla çeneyi öne çekmeli ve gerekliyse uzatmalı, erkeksi bir görünümü varsa onu yumuşatmalıyız. Çene hattını belirlemek için son dönemde en çok yapılan uygulamalardan biri de “jawline” dolgusudur. Jawline, HA ya da kristal bazlı dolgularla uygulanıyor.



Alın için de gerekliyse dolgu ya da yağ enjeksiyonlarını danışanlarımıza önerebiliyoruz. Ancak burada danışanın saç yapısı ve alın genişliği çok önemli bir faktör. Altın oranı yakalayabilmek için danışan, bir bütün olarak ele alınmalıdır. Yüzünün yapısına uygun olarak gerektiği takdirde radyofrekans uygulamaları ile yüz ovali toparlanmalı, massater botoksyla yanaklar inceltilmelidir. Ancak bu yazımda belirttiğim tüm işlemler şart olmayan, altın oranın yakalamasında ya da ona yaklaşılmasında yapılabilecek uygulamalardır. Bir de alanım olmamasına rağmen belirtmek istediğim bir konu da kaşlar... Kaşların yüzünüze

oranı çok önemli. O yüzden de kaşlarınızın şeklini, kendi yüzüne yakışacak bir modelde kalmasını sağlayın.

Değerli TIMReport ailem, yazımı okuduğunuz sırada kışın en yoğun döneminde, sömestir arası nedeniyle çocuklarınız ile keyifli bir dağ tatilinde olabilirsiniz. Buradan size küçük bir hatırlatma yaparak yazımı bitirmek isterim, lütfen yüksek koruma sağlayacak güneş kreminizi sürmeden pistlere ve güneşe çıkmayın. Yüzünüzü ve özellikle dudaklarınızı soğuklardan, güneşten korumayı unutmayın.

Sağlıkla kalın...



Prof. Dr. Berrin Pehlivan

Sağlık turizmine bir bakış...

Y

üzümüzü son yıllarda en çok güldüren konulardan biri sağlık turizmi. Uluslararası

ticaretin bize biçtiği rol ve ulusal sağlık dönüşüm programlarının bir sonucu olarak ortaya çıkan güçlü sağlık altyapısı, bizi bu konudaki öncü ülkelerden biri yapıyor. Bilimsel ve teknolojik olarak donanımlı hastaneler, sağlık çalışanlarının deneyimi ve özellikle doktorlarımızın eğitim ve tecrübesi bu konuda öncü olmamızın en önemli sebepleri arasında. Ancak birçok konuda olduğu gibi sağlık turizmi konusunda da sapla saman bazen karışıyor. Turizm kavramının ve döviz girdisinin bir arada olması, bu işin sanki genel etik ve sağlık anlayışından farklı yürüyebileceğini düşündürtse de aslında tıp etiği, tüm normları ile burada da karşımıza çıkıyor.

SAĞLIK TURİZMİ NEDİR?

Sağlık turizmi, insanların sağlığına kavuşmak ya da daha iyi hissetmek için yaşadığı ülkeden bir başka ülkeye seyahat etmesini kapsıyor. Sağlık turizmi, Antik Yunan döneminden beri var olan toplumsal bir hareketlilik. Yüzylerce yıl önce Yunan hastaların "Epidauria" adlı kasabaya akın ettikleri kayıtlarda yer

alıyor, devam eden süreçte şifa arayan birçok insanın SPA ya da sanatoryumların bulunduğu bölgelere yaptıkları seyahatler biliniyor. Dolaşımın kolaylaşması ve artmasıyla birlikte insanların yer değiştirmeleri de boyut değiştiriyor ve sağlık turizmi neredeyse bir sektör olarak ortaya çıkıyor.

Gelişmiş ülkelerde nüfusun giderek yaşlanması ve yaşlılıkla beraber kronik hastalıkların artması, buna bağlı olarak artan tedavi harcamaları hem ülke sosyal güvenlik sistemlerini hem de tedavi hizmetlerini kendi gelirleriyle karşılayan kişileri zorluyor. Uzun bekleme süreleri, kozmetik sebeplere bağlı cerrahi müdahalelerin sağlık güvenlik kurumları tarafından karşılanmaması, bu ülkelerde yaşayan insanları yurt dışında tedavi olmaya sevk ediyor. Bunlara ek olarak kök hücre tedavisi gibi bazı ülkelerde bulunmayan tedavi yöntemleri, etik konularla sınırlanan yöntemler ya da cinsiyet değişimi, plastik cerrahi gibi mahremiyet gerektiren operasyonlar, yurt dışında gözlerden uzak bir tedaviyi seçenek haline getirdi. Gerekçeler ne olursa olsun seyahat edenlerin tamamı, en ileri teknolojiyi, en iyi hizmet kalitesini ve tüm bunlara en kısa zamanda ulaşmayı talep ediyor.

SAĞLIK AMAÇLI SEYAHATLERİN ÇEŞİTLERİ VE UYGULANAN TEDAVİLER

Sağlık amaçlı seyahatleri üç gruba ayırabiliriz:

- Jeotermal sular ve otelcilik hizmetleriyle birlikte medikal masaj, peloid gibi bazı tamamlayıcı tıp uygulamalarının yapıldığı "Termal SPA-Welness Turizmi".
- Yaşlı ve engellilerin bakım, rehabilitasyon ve medikal tedavilerinin bir arada olduğu "İleri Yaş ve Engelli Turizmi".
- Uluslararası hastaların tedavi ve rehabilitasyon amaçlı sağlık kurumlarından hizmet alması şeklinde olan "Medikal Turizm".

MEDİKAL TURİZM VE TÜRKİYE

Türkiye son dönemlerde medikal sağlık turizminin en gözde destinasyonları arasında yer alıyor. Türkiye'nin tercih edilmesinin en önemli sebebi, çağdaş yöntemlerle yapılan tıbbi operasyonların diğer ülkelere göre çok daha ucuz yapılabilmesi. Bu ekonomik avantaja, Türk doktorlarının olağanüstü başarısını da eklemek gerek. Özellikle beyin cerrahisi ve plastik cerrahide yapılan başarılı ameliyatlar, dünyaya kılavuzluk yapacak seviyede. Ülkemize tedavi için gelen hastaların büyük bir kısmı, göz cerrahisi için geliyor. Göz ameliyatı için gelen her bir



SAĞLIK TURİZMİNİN ÖNCELİĞİ, HASTALARA EN NİTELİKLİ, EN KALİTELİ HİZMETİ VERMEK OLMALI. BUNUN İÇİN ÖNCELİKLİ OLARAK, SAĞLIK TURİZMİ YETKİSİ OLAN KLİNİK VE HASTANELERİN T.C. SAĞLIK BAKANLIĞI KONTROLÜNDE, GENEL TIP ETİĞİNE UYGUN TEDAVİLERİ YAPMASI GEREKİR.

turistin döviz getirisi, ortalama 2 bin 500 dolar seviyesinde. Tatil turizmi ortalamasının 650 dolar olduğu düşünülürse medikal turizmin önemi, bir nebze daha iyi anlaşılıyor. Yine kalp hastalıkları, estetik ve diş operasyonları kapsamında gelen çok sayıda hasta hem tatil yapıyor hem de tedavi oluyor.

DOKTOR GÖZÜYLE SAĞLIK TURİZMİ

Ülkemizde sağlık turizmi, hekim ve hekimlik hizmetlerinden çok turizm acentelerinin inisiyatifinde yürüyor. Biraz ticari yaklaşımı, girişimci yetileri olan herkesin bu hizmeti verebileceğine dair bir inanç da endişe verici bir şekilde büyüyor. Son dönemde karşılaştığım her üç kişiden biri, sağlık turizmi yapma niyetinde olduğunu söylüyor. Elbette iş ağı yüzünden, bu niyette olanlarla karşılaşmam normal diye düşünülebilir ancak bir dolu meslek grubundan insan bu işe soyunuyor. Bu durum, beni ve benim gibi sağlık profesyonellerini biraz endişelendiriyor çünkü geldiğimiz noktada sağlık turizmi araçları ve acenteler, hastayı en iyi tedaviyi alacağı yere değil, en iyi kâr marjına doğru yönlendiriyor. Tedavi maliyetleri ve sağlık sistemi ile hekimlik tecrübesi ve yeterliliğinin göz ardı edildiği, aracı firma gelirinin maksimize edildiği bir işleyiş ortaya

çıkıyor. En iyi tedaviyi vermek yerine, en kazançlı tedaviyi vermek!

Hastaneler açısından da durum pek farklı değil ve bazen bu duruma yanlış uygulamalar da ekleniyor. Ortaya çıkan bu çarpık durum doktorları, kendi sağlık turizmi sistemini kurmaya mecbur bırakıyor. Sağlık turizminin önceliği, hastalara en nitelikli, en kaliteli hizmeti vermek olmalı. Bunun için öncelikli olarak, sağlık turizmi yetkisi olan klinik ve hastanelerin T.C. Sağlık Bakanlığı kontrolünde, genel tıp etiğine uygun tedavileri yapması gerekir. Yurt dışı iletişiminde vurgu noktası, sağlık altyapımız, deneyimli insan kaynağımız ve teknolojimiz olmalı. Ucuzluk odaklı bir iletişim, kalitemizi sorgulatmanın yanında bizden de ucuz olan Hindistan gibi ülkelere yarar sağlar.

Sahadaki tanıklardan biri olarak, yabancı hastalarla ilgili yeni bir malpraktis vakası duymadığım, gözlemlediğim hafta ya da gün yok gibi. Bu tuhaf tedavi otomasyonu ve etik dışı uygulamalar devam ederse yurt dışında negatif bir şöhret bizleri bekliyor. Sağlık turizmi, T.C. Sağlık Bakanlığı ile el ele yapılmalı zira bakanlık ve doktorların, olayın dışında tutulması birçok hastayı “turistik müdahalelerle” baş başa bırakabilir. Sonunda

“turizm” var diye, konuyu sadece ticaret ve turizm boyutu ile değerlendirmekten acil olarak vazgeçmeli, her isteyenin yetki belgesi almasına izin vermemeli, sokaklarda kırık dökük bir iletişimle, vasıfsız birçok insanın yabancı hasta pazarı oluşturmaya engel olmalıyız.

Son 10 yıldır, yüzde 30’a varan oranlarda yabancı hastalarla ilgilenen bir hekim olarak sağlık turizminizde odaklanmamız gereken noktayı tekrar hatırlatmak istiyorum. Sağlık sistemimiz, açık ara nitelikli doktorlarımız ve işlerine kalbini koyan sağlık personelimizden oluşuyor. Onların benzersiz vicdan, ahlak, uzmanlık ve eğitimleri var. Gözlemlediğim ve hatta bizzat bulunduğum birçok ülkede, kanser tedavilerine mali analizlerle başlanırken ülkemizde bilimin ışığında herkese hak ettiği tedaviyi, insana, insanlığa yakışacak normlarda vermenin yol haritasıyla başlanıyor. Sağlık turizmine, kıyasından köşesinden bulaşan ve ülkemizin iletişimini ucuzluk ekseninde yapan çevreleri öncelikle bilimsel, nitelikli tedavi, etik uzmanlık ve doğru iletişim yapmaları konusunda uyarıyorum. Gerekli mevzuat değişikliklerinin yapılacağına ve sağlığın, ilgisiz kişilerin vicdani sığılından kurtularak yasalar nezdinde hak ettiği değere kavuşacağına inanıyorum.



lezzet durakları

İş dünyasının GÖZDE BALIK MEKÂNLARI



Türkiye’de profesyonel iş dünyası, yemekli toplantılarında tercihini enfes balık restaurantlarından yana kullanıyor. En seçkin deniz mahsullerini hazırlayan, birbirinden başarılı mekânları sizler için derledik.

 Murat Erdoğan

İŞ DÜNYASININ değerli simalarını bir araya getiren, keyifli buluşmalara ve önemli toplantılara ev sahipliği yapan Boğaz Hattı’ndaki balıkçılar, uzun bir aradan sonra yeniden eski günlerine dönmeye başladı. Balık ve deniz severlerin buluştuğu en büyüğü noktalardan biri olan Boğaz’ın, Anadolu ve Avrupa kıyıları boyunca sıralanan nefis restoranlar, kış aylarında misafirlerine zengin menüleriyle, farklı gastronomik deneyimler yaşatmak için hazırlıklarına başladı. Dünyanın eşi benzeri olmayan manzaralarından birini sunan mekânlar, farklı

konseptleri ile farklı zevklere hitap etmekle kalmıyor; vadettikleri görsel şölen ile misafirlerinin ruhunu da doyurmayı beceriyor. Özel kabuklularıyla Bebek Balıkçı, peynirli deniz mahsüllü krebiyle İskele Restaurant, levrek mariniyle Park Fora, deniz mahsüllü güveciyle Uskumru, balık pastırmasıyla Zıpkın ve mavi kuyruklu karidesi ile Sea Salt Feriye, Boğaz’ın hakkını veren mekânlar arasında öne çıkıyor. Yeni sezonda, farklı alternatifler arayanlar için Boğaz’daki en iyi balık restoran rotalarını çizdik.



lezzet durakları

İŞ DÜNYASININ UĞRAK MEKÂNI

PARK FORA FİSH & SEAFOOD

İş dünyasından önemli müdavimleri bulunan ve 1997 yılından beri hizmet veren Park Fora'nın yazlık bölümü 150, kışlık bölümü ise 180 kişilik. Ahşap ağırlıklı dekorasyona sahip mekân, Kuruçeşme'de bulunuyor. Park Fora, sadece Boğaz Hattı'nın değil İstanbul'un en iyi restoranlarından biri olarak öne çıkıyor.

Balık yemeklerinde oldukça iddialı olan Park Fora'da sunulan, levrek marin, katalan usulü kerevit salatası ve ana yemek olarak hamurda balık, müdavimlerinin favorileri arasında yer alıyor. Burada her balık, tam mevsiminde ve en özel hâliyle sunuluyor. Misafirlerine uluslararası kalitede hizmet sunan mekân, yerli kabuklular konusunda da oldukça zengin bir yelpazeye sahip.

FUSCONUN ADRESİ

BEBEK BALIKÇI

Bebek Balıkçı, 1974'ten bugüne nadir bulunan lezzetleri ile yerli ve yabancı misafirlerin vazgeçilmez adresi olmaya devam ediyor. Klasik sunumların yanı sıra şef sunumlarıyla da göz dolduran balıkçının spesiyali ise özel kabuklulardan bir midye çeşidi



olan fusco. Limon grass gibi tatlarla sahip olan ve istiridye gibi kullanılan fusco burada denenmesi gereken lezzetlerden. Bebek Balıkçı, mevsime özgü yarattığı mezeleri ile de adından söz ettiriyor. Cunda mezesi, kabak çiçeği dolması, trüflü levrek, karides söğüş, atom bunlardan bazıları. Wasabi soslu barbunu da meşhur olan balıkçı, balık düşkünleri için iyi bir adres. Bebek Balıkçı, dünya lezzetlerini keşfe davet ediyor.





lezzet durakları



KREMA SOSLU PEYNİRLİ DENİZ MAHSÜLLÜ KREBİ TADIN RUMELİHISARI İSKELE RESTAURANT

Muhteşem boğaz manzarası ve denize sıfır konumuyla İskele, Eski Rumelihisarı Vapur İskelesi binasında yer alıyor. Soğuk mezeleri ve ara sıcaklarıyla ünlü İskele'ye gittiğinizde; lakerda, karides kokteyl, balık yumurtası, uskumru spesiyali veya patlıcan salatası başlangıçta yapacağınız en güzel seçimlerden olacaktır. Sarımsak soslu kalamar, krema soslu peynirli deniz mahsüllü krep, sıcak pilaki, karides güveç, jumbo karides, balık köftesi ve mantar isteğe göre karides ilave edilerek yapılan fener kavurma ise soğuk mezelerin ardından tercih edeceğimiz en iyi seçeneklerden. İskele, yemekten sonra misafirlerine tatlı olarak çikolatalı sufle, ekmek kadayıfı, şekerpare ve hamuru çok iyi açılmış ev yapımı baklavalarda sunuyor.



ŞEHRİN KARMAŞASINDAN UZAKTA SEA SALT FERİYE

Alaçatı'dan sonra şimdi İstanbul'daki müdavimleriyle buluşan Sea Salt Feriye'nin menüsü, babadan öğula aktarımlı lezzetlerden ve şeflerin özel yorumlarından oluşuyor. Ege Denizi'nden çıkan lezzetleri misafirlerine sunan restoran, mavi kuyruklu karides, bakır kazanda ahtapot gibi imza lezzetleri ile misafirlerini unutamayacakları bir tadım yolculuğuna çıkarıyor. Ortaköy'de, Boğaz'ın ortasında ama şehrin karmaşasından uzakta yer alan Feriye, misafirlerine denizden de ulaşım ayrıcalığı sunuyor.



Lojistik Zincirinde Altın Bir Halka...



www.rodaport.com



birlik haberler

E-TİCARET VE E-İHRACAT KONUŞULDU



Türkiye İş Bankası ana iş ortaklığı, Denizli İhracatçılar Birliği ve WORLDEF organizasyon partnerliğinde “Denizli E-Ticaret ve E-İhracat Konferansı 2021” düzenlendi. Konferansın açılış konuşmalarını, DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu ile World E- Commerce Forum Kurucu Başkanı Ömer Nart yaptı. DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu açılış konuşmasında, e-ticaretin ve e-ihracatın önemine değinerek şu değerlendirmelerde bulundu: “İhracatımız 2021 yılını, rekor kırarak kapattı. Denizli ihracatı 4,5 milyar

dolara ulaştı. Ticaretin yeni normalinde, bugünün değişen ekosisteminde e-ticaret ve e-ihracat artık çok önemli bir yer tutmaya başladı. Biz de Denizli olarak, bu dönüşümün içinde en güçlü şekilde yer almak istiyoruz.”

WORLDEF Başkanı Ömer Nart ise konferansın açılış konuşmasında WORLDEF olarak beş yıldır faaliyetlerini devam ettirdiklerini, yalnızca İstanbul değil Anadolu'da da etkinlikler düzenlediklerini belirtti.

AHKİB'DEN REKOR PERFORMANS

Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Gürkan Tekin, 2021 yılında 356,5 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiklerini belirtti. AHKİB olarak 2021 yılında en çok kadın dış giyim, erkek dış giyim, diğer hazır eşya ve pamuklu ev tekstili ihraç ettiklerini kaydeden Başkan Gürkan Tekin, en yüksek dış satım değerlerine İspanya, Hollanda ve Almanya pazarlarında ulaştıklarını söyledi. Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe pandemi etkilerinin devam ettiği sözlerine ekleyen Tekin, sektör temsilcilerinin lokasyon avantajı ve güvenilir tedarikçi kimliğiyle uluslararası pazarlarda ortaya çıkan fırsatları en iyi şekilde değerlendirdiğini belirtti. Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün dış satım performansı 2021 yılında yüzde 18,3'lük artışla 20,25 milyar dolar değerle rekor kırdı.





FINDIK İHRACATÇILARI YENİDEN SAHADA

Pandemi nedeniyle uzun zamandır gerçekleştirilemeyen fiziksel etkinlikler, yavaş yavaş eski temposuna dönmeye başladı. Karadeniz Fındık ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (KFMİB) Almanya'da gerçekleştirilen Food Ingredients (FI) Europe 2021 Fuarı'na stant ile katıldı. Eşzamanlı çevrim içi ortamda da düzenlenen FI Europe Fuarı'nda, 135 ülkeden 800'ü aşkın firma katılımcı oldu. Söz konusu fuar gerek çevrim içi gerekse fiziksel olarak 17 bin civarında gıda profesyoneli ziyaret etti. KFMİB standında, Türk fındığı ile Türkiye fındık sektörüne ilişkin tanıtıcı bilgilerin yanı sıra Türk fındık ihracatçılarının iletişim bilgilerinin de yer aldığı broşürler dağıtıldı. Fındığın doğrudan çerez olarak tüketimini yaygınlaştırmak amacıyla ziyaretçilere 20 gramlık ambalajlarda kavrulmuş fındık ikram edildi.



İSİB'DEN İKLİMLENDİRME SEMİNERİ



Türk iklimlendirme sektörünün küresel iş ortağı İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB), kardeş ülke Azerbaycan'da önemli müteahhitlik firmalardan mühendisler ve profesyoneller için iklimlendirme konulu bir seminerin ilk ayağını gerçekleştirdi. İSİB Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Şanal'ın katılımıyla gerçekleştirilen seminerde Türk Tesisat Mühendisleri

Derneği'nin (TTMD) profesyonel uzmanları; mekanik sistemlerden, enerji verimliliğine, HVAC sistemlerinin kullanım yerlerine göre değişimlerinden seçim çeşitlerine göre pek çok konuda değerli bilgiler paylaştı. İSİB ve TTMD ekibi program kapsamında ayrıca Bakü Devlet Lahiye Enstitüsü ile Azerbaycan'da yerleşik önemli müteahhit firmalarını ziyaret etti.



LAS VEGAS'TA TÜRKİYE RÜZGÂRI ESTİ

Amerika Birleşik Devletleri'nde Las Vegas Convention Center'da 18-20 Şubat 2022 tarihleri arasında düzenlenen World of Concrete Fuarı'na, Ankara Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği MEPEX, 18 metrekareslik info standla üçüncü kez katıldı. Türkiye organizatörü ENT Fuarçılık olan fuarda bu yıl 20 Türk firması gücünü gösterdi.

Fuarın ikinci günü birlik standını T.C. Los Angeles Ticaret Müşaviri Yavuz Mollasalihoğlu ziyaret etti. Yapılan görüşmelerde Türk yapı sektörünün gücü ve önemine dikkat çekilirken katılımcı Türk firmalar ziyaret edildi. Birliğin info standında ziyaretçilere sektöre ilişkin hazırlanan bilgilerin yer aldığı sektör kataloğu, bez çanta ve promosyon olarak Türkiye'nin kültürünü yansıtan nazar boncuklu bileklik ve anahtarlık dağıtıldı. Fuara birliği temsilen Yönetim Kurulu Üyeleri Ahmet Şuyun ve Vedat Yalçın, Genel Sekreter Yardımcısı Fatih Yumuş ve Sektör 1 Şube Şefi Zehra Özbilgin katıldı.



120 ÜLKE, TÜRK ÇAYI İÇTİ



Türkiye'nin 2021 yılı çay ihracatı, 5 bin 500 ton ağırlığı ile 19 milyon 575 bin dolar değerinde gerçekleşti. Miktarında yüzde 16 artışın yaşandığı çay ihracatında değer bazında yüzde 12 yükseliş gözlemlendi. Söz konusu ivmelenmeye ilişkin değerlendirmede bulunan Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ahmet Hamdi Gürdoğan, bölge ihracatlarının ve ülke çeşitliliğinin her yıl artış gösterdiğine vurgu yaptı. İhraç edilen çayın ağırlıklı olarak Avrupa ülkelerine yönelik gerçekleştiğini ifade eden Ahmet Hamdi Gürdoğan: "Belçika'ya ihraç edilen çaylar, Avrupa Birliği giriş kapısı olarak kullanılıyor. Belçika'dan tüm Avrupa Birliği ülkelerine dağıtım yapılıyor. Ülke çeşitliliğinin artması ile İngiltere, ABD, Uzak Doğu ve Orta Doğu ülkelerine de çay ihracatımız gelişme kaydediyor. Yine de ihracat rakamlarını yeterli görmüyoruz. Firmalarımızın ürün çeşitliliği ve ambalaj kalitelerini artırarak Türkiye'de üretilen çayın, en az yüzde 50'sini ihraç edilebilir boyuta ulaştırması gerekiyor." dedi.



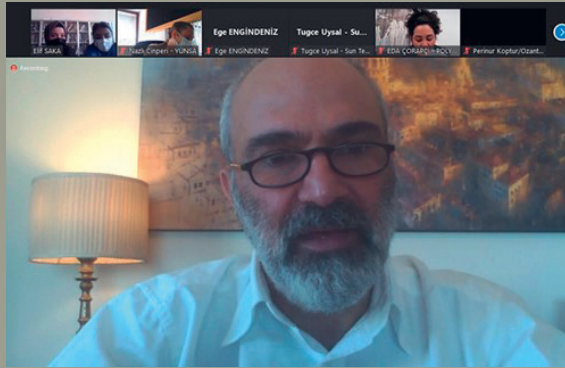
TASARIMLAR SERGİLENDİ

Orta Anadolu Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği, Design Week Türkiye 2021'de tasarımları ile birlikte katılımcılarla buluştu. T.C. Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) tarafından 17-18 Aralık 2021 tarihlerinde Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlenen Design Week Türkiye etkinliğinde Orta Anadolu Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği, 12. Ulusal Mobilya Tasarım Yarışması'nda ödül alan tasarımların sergilendiği stant ile yerini aldı. Etkinlikte İlkokul, Ortaokul ve Lise Öğrencileri kategorisi, Ön Lisans-Lisans Öğrencileri kategorisi ve Akademisyen ve Profesyonel kategorisinde yarışmaya katılan tasarımcıların ev, ofis, mutfak-banyo ve akıllı mobilya temasındaki birbirinden farklı tasarımların sergilendi ve katılımcılar tarafından büyük ilgi ile karşılandı. Design Week Türkiye 2021 etkinliğinde sergilenen tasarımların yanı sıra standı ziyaret eden katılımcılara, 12. Ulusal Mobilya Tasarım Yarışması el kitapçıkları dağıtıldı. Bu yıl 13.sü düzenlenecek olan yarışma hakkında bilgiler verildi.



EĞİTİM MARATONU DEVAM EDİYOR

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği'nin (UTİB), TechXtyle İnovasyon Ligi 2021 kapsamında finalist firmalara yönelik eğitimlerin üçüncüsü gerçekleşti. Hız kesmeden devam eden AR-GE Merkezleri Kapasite Geliştirme Desteği (mini-MBA programı) eğitim maratonuna, TechXtyle Start-Up Challenge Scale-Up kategorisi galibi Reyhan Miray Reyhan katıldı. TechXtyle Program Koordinatörü Ufuk Batum: "AR-GE merkezlerinin Start-Up'larla birlikte çalışmasının önemine her zaman vurgu yapıyoruz. Türkiye'de hızla gelişen girişimcilik ekosisteminin en yeni ve başarılı örneklerinden olan Reyhan Miray Reyhan ile yaptığımız karşılıklı fikir alışverişinin çok faydalı olacağına inanıyorum" dedi. İş modeli üretme-



nin ve uygulamanın firmaların gelişimine çok büyük avantaj sunduğunu kaydeden Ufuk Batum, inovasyonun da kritik önemde olduğuna dikkati çekti. Start-Up'lar için de tavsiyeler veren Batum: "İş modeli üretme, işin başarısı için önemli bir araç konumunda. Müşteri ilişkilerimizi de iş modelimizdeki

segmentlere göre belirlemeliyiz. Ürünü piyasada iyi konumlandırmak büyük önem taşıırken sürekli bir finansman imkânı olmazsa ürün piyasadan silinebilir. Pandemiyle birlikte e-ticaret hacmi de oldukça arttı. Müşteriye ulaşma kanallarından dijital olanlar, büyük ivme kaydetti. Şirketlerin olduğu kadar toplumun da inovasyonu yakalaması gerekiyor." şeklinde konuştu.



kültür sanat



FRIDA BU KEZ BALE SAHNESİNDE

Mersin Devlet Opera ve Balesi'nin 26 Şubat'ta Atatürk Kültür Merkezi'nde (AKM) sahneleyeceği gösteri, Frida'nın ölümle dansını, izleyenlere yeniden hatırlatıyor. Frida'yı Tutku Barın Tümen'in, eşi Diego Rivera'yı Ozan Demirbaş'ın canlandırdığı gösterinin dramaturjisini Fisun Ataman Berke üstleniyor.



“PROFESYONEL” AKM'DE İZLEYİCİSİYLE BULUŞUYOR

Dünyaca ünlü Sırp yazar Dušan Kovačević'in “Profesyonel” isimli karakomedisi, 23 Şubat'ta Atatürk Kültür Merkezi'nde (AKM) izleyicisiyle buluşuyor. Yugoslavya'daki büyük dönüşümden önceki ve sonraki toplumsal-politik ortamı, entelektüel bir yaşam öyküsü içinde ironik bir üslupla anlatan oyun; 40'lı yaşlarında bir edebiyat adamının, bir sekreterin ve bir gizli polisin hikâyesi etrafında şekilleniyor.



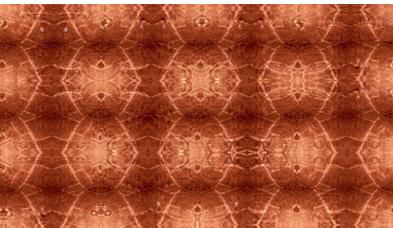
ZORLU'NUN YENİ OYUNU: ŞEHİRDE KİMSE YOKKEN

Zorlu PSM'nin kendi prodüksiyonu olan ilk tiyatro oyunu Şehirde Kimse Yokken, 14 Şubat'ta Zorlu PSM-Turkcell Platinum Sahnesi'nde prömiyerini gerçekleştiriyor. Yazar Ahmet Sami Özbudak'ın birbiri ile paralel iki öyküyü kaleme aldığı ve simgesel anlatılarla hikâyesini zenginleştirdiği Şehirde Kimse Yokken, ödüllü yönetmen Lerzan Pamir'in rejisiyle izleyici karşısına çıkıyor.



HEM ÇOCUKLAR HEM YETİŞKİNLER İÇİN “OyunBu”

Küratörlüğünü Emre Baykal'ın üstlendiği OyunBu sergisi, Arter Koleksiyonu'ndan seçilen yapıtları çocukluk ve oyun kavramları etrafında bir araya getiriyor. Arter'de 17 Şubat'tan itibaren ziyaret edilebilecek olan sergi, oyunun özgürleştiriciliğini, sanat yapıtları ve bu yapıtların sundukları deneyimler bağlamında araştırmayı hedefliyor.



BILL FONTANA: İO'NUN YENİ SESİ

Arter'in “Sesli Dizi” kapsamında ev sahipliği yaptığı, Melih Fereli'nin küratörlüğünde hayata geçirilen beşinci sergi olan Bill Fontana: İo'nun Sesi'nin prömiyeri, 10 Mart'ta gerçekleşecek. İstanbul Boğazı'nın çeşitli noktalarında gerçekleştirdiği video ve ses kayıtlarını temel alan çok kanallı yapıt, Arter'in 2017 yılında Bill Fontana'ya özel sipariş ettiği bir ses/video projesini kapsıyor.



“ADI AYLIN” TİYATRO SAHNESİNDE

Ayşe Kulin'in Türk edebiyatının en çok satan ve en fazla yabancı dile çevrilen romanlarından biri olan Adı Aylın, ilk kez sahneye uyarlanıyor. Zorlu PSM'de 16 Şubat'ta sahnelenecek olan oyunun başrollerini Aylın Devrimsel, Tuba Ünsal, Aylın Aslım, Özgürcan Çevik, Selen Domaç ve Ece Yüksel paylaşıyor.



PATRICIA GUERRERO'NİN DİSTOPYASI

Flamenkonun parlayan yıldızı Patricia Guerrero, 23 Şubat akşamı Cemal Reşit Rey Konser Salonu'nda izleyicisiyle buluşuyor. Kendi jenerasyonunun en yetenekli ve yaratıcı dansçısı olarak gösterilen ve flamenkoda yepyeni bir dil arayışı ile uluslararası sahnede kendine yer açan Patricia Guerrero, Distopía adlı gösterisi ile ilk defa İstanbul'da sevenleriyle bir araya gelecek.



POPÜLER KÜLTÜRDE BİZANS

İstanbul Araştırmaları Enstitüsü'nün Pera Müzesi için hazırladığı "İstanbul'da Bu Ne Bizantinizm!": Popüler Kültürde Bizans sergisi, 18 Ocak Salı günü serginin küratörü Emir Alışık eşliğinde ziyaret edilebilecek. Sergi, Bizantinizmin onu aramadığımız yerlerde bile karşımıza çıkan, etki alanı geniş bir olgu olduğunu ortaya çıkarıyor.



EVGENY GRINKO YENİDEN İSTANBUL'DA

"Valse" adlı şarkısı 30 milyondan fazla izlenen ve kısa sürede adımı dünyaya duyuran Rus müzisyen, piyanist ve davulcu Evgeny Grinko, 22 Mart'ta Bostancı Gösteri Merkezi'nde dinleyicisiyle buluşacak. Yılda birkaç kez Türkiye'nin çeşitli şehirlerinde konser veren müzisyen, 2015'te yayımlanan "Silent Like Water" adlı kısa albümünün kayıtlarını da İstanbul'da gerçekleştirmişti.



DÜNYA TİYATRO GÜNÜ ÖZEL KONSERİ

Türkiye'nin iki önemli kadın sanatçısı Zuhul Olcay ve Çiğdem Erken, 28 Mart'ta Enka Oditoryumu'nda gerçekleşecek Dünya Tiyatro Günü Özel Konseri'nde aynı sahnede buluşacak. ENKA Sanat'ın ev sahipliğinde gerçekleşen, "Çiğdem Erken ile Sahnelerden Aşk Şarkıları" özel konserleri, yeni yılda yeni bir sürprizle izleyici karşısına çıkıyor.



SELEN GÜLÜN İLE CAZ GECESİ

Türk cazının güçlü isimlerinden, vokalist ve piyanist Selen Gülün, 3 Mart'ta Zorlu PSM touché'de sahne alacak. Volga Yıldız, Seyhan Camgöz ve Tolga Unsun ile oluşturdukları Blue Band ile sahnede olacak olan Gülün, besteciliğinin yanında sahne performanslarını kurduğu çeşitli başarılı caz ve modern müzik grupları ile de dikkatleri çekmeyi başarıyor.



SUMRU YAVRUCUK İLE SHIRLEY VALENTINE

Sumru Yavrucuk'un çok konuşulan tek kişilik komedi oyunu, "Shirley", 28 Mart'ta Caddebostan Kültür Merkezi'nde sahneleniyor. Günlük hayatın sıkıcılığı içinde kaybolmuş ve birçok kadın gibi artık hayallerini bile unutmuş olan Shirley Valentine'nin öyküsünü anlatan oyun, tiyatro literatürünün en başarılı kadın oyunları arasında anılıyor.



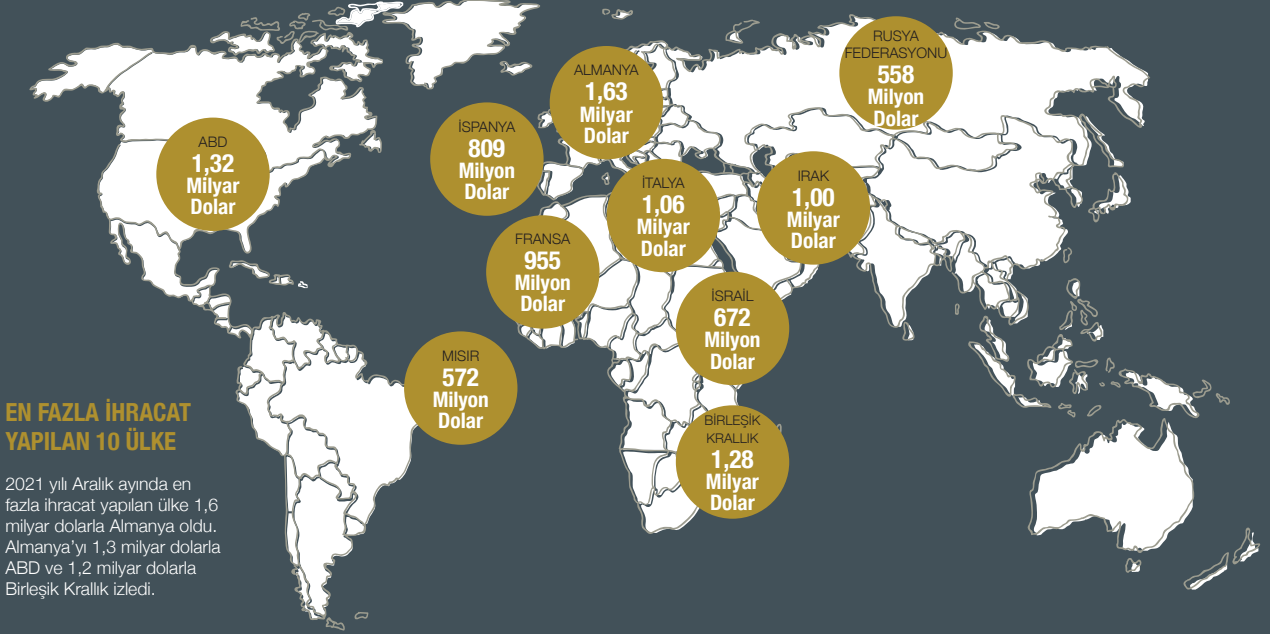
tablolar

2021 YILI ARALIK AYI İHRACATI **22,3 MİLYAR DOLAR** OLDU.

2020 YILINA GÖRE 2021 ARALIK AYI İHRACATI **YÜZDE 24,9** ARTTI.

2021 YILI ARALIK AYINDA **26 SEKTÖR** İHRACATINI ARTIRDI.

32 BİN FIRMA 2021 YILI ARALIK AYINDA İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ.

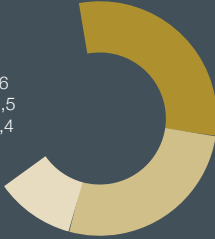


EN FAZLA İHRACAT YAPILAN 10 ÜLKE

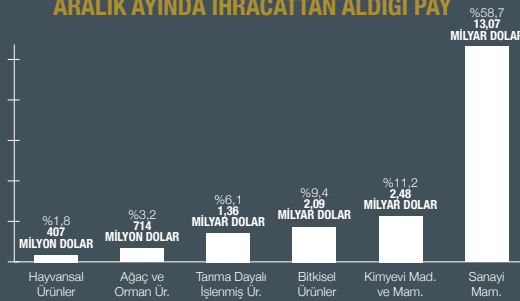
2021 yılı Aralık ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,6 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı 1,3 milyar dolarla ABD ve 1,2 milyar dolarla Birleşik Krallık izledi.

ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2021 YILI ARALIK AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

Sanayi %76
Tarım %14,5
Maden %2,4



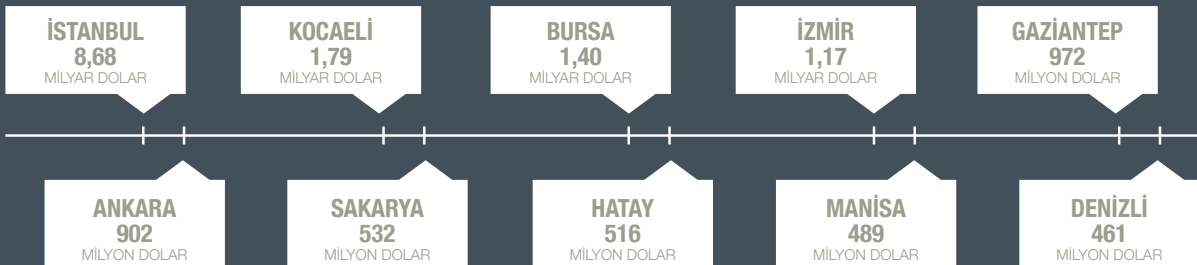
ALT ÜRETİM GRUPLARININ 2021 YILI ARALIK AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



2021 YILI ARALIK AYINDA İL BAZINDA EN DİKKAT ÇEKEN İHRACAT ARTIŞI



İLLERE GÖRE 2021 YILI ARALIK AYI İHRACAT DAĞILIMI



01-31 ARALIK İHRACAT RAKAMLARI
SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1.000 \$

SEKTÖRLER	1 - 30 ARALIK				1 OCAK - 31 ARALIK			
	2020	2021	Değişim ('21/'20)	Pay(20) (%)	2020	2021	Değişim ('21/'20)	Pay(20) (%)
I. TARIM	2.593.523	3.221.018	24,2	14,5	24.343.663	29.737.575	22,2	13,2
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.764.553	2.098.782	18,9	9,4	16.329.877	19.343.588	18,5	8,6
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	765.121	952.702	24,5	4,3	7.291.851	9.156.524	25,6	4,1
Yaş Meyve ve Sebze	405.234	411.940	1,7	1,8	2.729.986	3.083.585	13,0	1,4
Meyve, Sebze Mamulleri	150.889	184.882	22,5	0,8	1.682.477	2.028.361	20,6	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	125.746	170.627	35,7	0,8	1.398.471	1.574.287	12,6	0,7
Fındık ve Mamulleri	174.398	248.574	42,5	1,1	1.939.566	2.260.698	16,6	1,0
Zeytin ve Zeytinyağı	30.133	39.583	31,4	0,2	271.127	309.497	14,2	0,1
Tütün	99.923	77.762	-22,2	0,3	910.291	783.002	-14,0	0,3
Süs Bitkileri ve Mamulleri	13.109	12.711	-3,0	0,1	106.108	147.634	39,1	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	255.890	407.649	59,3	1,8	2.449.812	3.400.154	38,8	1,5
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	255.890	407.649	59,3	1,8	2.449.812	3.400.154	38,8	1,5
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	573.080	714.586	24,7	3,2	5.563.974	6.993.833	25,7	3,1
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	573.080	714.586	24,7	3,2	5.563.974	6.993.833	25,7	3,1
II. SANAYİ	13.269.534	16.926.178	27,6	76,0	127.529.917	170.880.410	34,0	75,8
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.167.352	1.368.970	17,3	6,1	11.218.440	15.051.777	34,2	6,7
Tekstil ve Hammaddeleri	768.394	933.219	21,5	4,2	7.283.601	10.145.832	39,3	4,5
Deri ve Deri Mamulleri	109.800	152.535	38,9	0,7	1.331.635	1.726.462	29,6	0,8
Halı	289.158	283.216	-2,1	1,3	2.603.205	3.179.483	22,1	1,4
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ	1.799.124	2.484.044	38,1	11,2	18.256.005	25.348.548	38,9	11,2
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.799.124	2.484.044	38,1	11,2	18.256.005	25.348.548	38,9	11,2
C. SANAYİ MAMULLERİ	10.303.058	13.073.164	26,9	58,7	98.055.472	130.480.085	33,1	57,9
Hazır giyim ve Konfeksiyon	1.651.689	1.809.627	9,6	8,1	17.118.037	20.250.438	18,3	9,0
Otomotiv Endüstrisi	2.797.534	2.963.769	5,9	13,3	25.544.947	29.342.795	14,9	13,0
Gemi, Yat ve Hizmetleri	188.151	171.222	-9,0	0,8	1.375.006	1.626.377	18,3	0,7
Elektrik ve Elektronik	1.218.440	1.324.998	8,7	5,9	11.047.749	14.176.022	28,3	6,3
Makine ve Aksamları	832.347	936.954	12,6	4,2	7.538.048	9.416.332	24,9	4,2
Demir ve Demir Dışı Metaller	819.267	1.227.940	49,9	5,5	8.252.223	12.357.450	49,7	5,5
Çelik	1.364.472	2.273.115	66,6	10,2	12.602.840	22.351.413	77,4	9,9
Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri	352.265	422.928	20,1	1,9	3.757.327	4.615.381	22,8	2,0
Mücevher	301.404	920.781	205,5	4,1	3.777.580	6.781.870	79,5	3,0
Savunma ve Havacılık Sanayi	279.389	433.009	55,0	1,9	2.278.695	3.224.786	41,5	1,4
İklimlendirme Sanayi	487.900	571.616	17,2	2,6	4.662.612	6.196.124	32,9	2,7
Diğer Sanayi Ürünleri	10.199	17.204	68,7	0,1	100.407	141.099	40,5	0,1
III. MADENCİLİK	478.794	532.300	11,2	2,4	4.269.794	5.930.165	38,9	2,6
Madencilik Ürünleri	478.794	532.300	11,2	2,4	4.269.794	5.930.165	38,9	2,6
T O P L A M (TİM*)	16.341.851	20.679.496	26,5	92,8	156.143.375	206.548.150	32,3	91,6
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	1.495.284	1.594.642	6,6	7,2	13.494.380	18.819.527	39,5	8,4
GENEL İHRACAT TOPLAMI	17.837.135	22.274.138	24,9	100,0	169.637.755	225.367.676	32,9	100,0

BİRLİK ADRESLERİ



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



Hizmet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. A Blok
Yenibosna/İstanbul
Tel: 0 212 454 01 00 **Faks:** 0 212 454 01 01
E-Posta: info@hib.org.tr
Web Adresi: www.hib.org.tr
Gen. Sek.: Fatih Özer
Genel Sekreter Yrd.: Abdullah Keskin



Batı Akdeniz İhracatçıları 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



İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.
C Blok, Yenibosna/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



Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği
Akhın 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 T.: Levent Öztas



İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. A Blok
Yenibosna/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.: Muharrem Kayılı



Doğu Anadolu İhracatçıları 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



İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. B Blok
Yenibosna/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 Yrd.: Özlem Güneş
Genel Sekreter Yrd.: Fatih Zengin



Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği
Pazarca 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



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



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. Cumhur İşbirakmaz
Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun
Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal
Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal



Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Ceyhan Atuf Kansı 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



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.: Ahmet Şahbudak
Genel Sekreter Yrd.: Aydın Kutlu
Genel Sekreter Yrd.: Serdar Hasan Aydoğan



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 Karacakayalılar
Genel Sekreter Yrd.: Ayşe Mehtap Ekinci
Genel Sekreter Yrd. V.: Birgül Polat

Genel Sekreter V. Senem Sanal Sezerer | Genel Sekreter Yrd. Yiğit Tufan Eser | Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş
Genel Sekreter Yrd. Dr. Kübra Ulutaş | Genel Sekreter Yrd. Mehmet Genç

Dış Ticaret Kompleksi
Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. B Blok Kat: 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



Römorkörcülük ve kılavuzluk hizmetlerinde
45 yıllık Sanmar deneyimi



sanmar.com.tr



TÜRKİYE'NİN EMEĞİNİ GURURLA TAŞIYORUZ.

ÜRETTİĞİNİZ NE VARSA DÜNYADA
300'DEN FAZLA NOKTAYA TAŞIYORUZ.
TÜRKİYE'MİZİ HEP BİRLİKTE YÜKSELTİYORUZ.



TURKISH CARGO

turkishcargo.com.tr