

# TİMREPORT

Türkiye'nin  
markaları  
küresel pazarda güçleniyor



**TURQUALITY**®

**YENİLENEBİLİR ENERJİ**  
DÜZENİ KURULUYOR

**İHRACAT, SON ÇEYREĞE**  
HEDEFİN ÖNÜNDE GİRDİ

**UZAK ÜLKELER STRATEJİSİ**  
MEKSİKA VE ENDONEZYA İHRACATI



# INGENUITY IN EVERY STEP. WITH ALLCARGO'S END-TO-END LOGISTICS SERVICES.

Today's constantly evolving business landscape adds new levels of complexities to logistics and supply chain operations. But when you need a reliable partner for your global cargo movements, we are always here for you.

With our nearly three decades of experience and a reach spanning 180 countries, no distance is too far, and no challenge is too difficult.

You can count on our digitally-driven excellence and agile, future-ready logistics solutions that reinforce our strength as the world's leading LCL consolidator.

Staying true to our promise of ingenuity, we are committed to go to infinite lengths, and stop at nothing, in our endeavour to deliver excellence to you.

180 COUNTRIES | 2400 DIRECT TRADE LANES

## allcargo logistics

### ASIAPAC Turkey Tasimacilik A.S.

- Istanbul:** 19 Mayıs Mah. Atatürk Cad. No:82 Kat:2, Sıtkı Bey Plaza Kadıköy / İstanbul / Türkiye, T: +90 (216) 360 77 88  
F: +90 (216) 359 16 35, E-mail: info@allcargoturkey.com
- Bursa:** Konak, Lefkoşe Cad. No:10, 16265 Ofis Artı İş Merkezi Daire:25 Nilüfer / Bursa / Türkiye T : +90 (216) 360 77 88
- İzmir:** Mansuroğlu Mah. 288/4 Sokak No: 9/1, Avcılar Exclusive Daire:7 Bayraklı / İzmir / Türkiye, T : +90 (232) 504 14 95
- Mersin:** Alsancak Mah. Gmk bulvarı No: 218/220, Capital Tower B Blok 5. Kat Toroslar / Mersin / Türkiye, T: +90 (324) 233 03 40
- Ankara:** Via Twins Sogutozu Mah. 2180.Caddesi, Kat:8 No:63 Cankaya / Ankara / Türkiye, T : +90 (216) 360 77 88

**BİR KUŞAKLA BİRLİKTE BÜYÜDÜK  
ŞİMDİ DE ONLARLA BERABER  
BÜYÜMEYE DEVAM EDİYORUZ.  
ÇEYREK ASIRLIK TECRÜBEMİZLE  
1997'DEN BERİ GELECEĞİ  
TAŞIYORUZ. 25 YILDIR DÜNYANIN  
5 KITASINDA HER ZAMAN BİR  
YOLUNU BULUYORUZ.**



**+90 850 755 0 458**

**galpi.com.tr**



# TİMREPORT İÇİNDEKİLER

Sayı: 212 - EKİM 2022



## TURQUALITY, TÜRKİYE'NİN YILDIZLARINI DÜNYANIN ZİRVESİNE TAŞIYOR

Türkiye'nin devlet destekli ilk markalaşma programı "Turquality", Türk markalarının dünyaya açılmasına rehberlik ediyor.

Syf 26



## YENİLENEBİLİR ENERJİ DÜZENİ KURULUYOR

ABD ve AB başta olmak üzere dünyanın en büyük ekonomileri, fosil yakıtı bağımlılığı azaltacak devasa enerji paketleriyle, enerji krizini fırsata dönüştürmeye çalışıyor.

Syf 30

## DEĞERLİ METALLERDEN YÜKSEK TEKNOLOJİLERE...

Ticari hayatına Anadolu'da bir kuyumcu dükkânıyla başlayan Ahlatcı Holding, bugün savunma ve havacılık sanayi gibi yüksek teknoloji yatırımlarına yöneldi.

Syf 36



## İPEK YOLU'NUN KARADENİZ'E AÇILAN KAPISI TRABZON

İpek Yolu'nun geçiş noktalarından biri olan Trabzon, tarih boyunca Avrupa ile Doğu arasında gerçekleşen ticarete aracılık etti.

Syf 44





## Avrupa'nın enerji krizini fırsata dönüştürebiliriz

**ZOR VE BELİRSİZLİKLE** dolu bir yılın son çeyreğine girmiş bulunuyoruz. Ekonomilerdeki olumsuz iklime rağmen yılın ilk üç çeyreğini, ihracatçılarımızın üretim tecrübesi ve büyük gayreti ile hedeflerimiz paralelinde geçirmeyi başardık. Eylül'de ihracatımız yüzde 9,2 artışla 22,6 milyar dolara ulaştı. Böylelikle son 12 ayın tamamında aylık ihracat rekorları kırmış olduk. İhracatımız 9 ayda 188 milyar doları, 12 ayda ise 252 milyar doları aştı. Birim ihracat değerimizdeki sürdürülebilir artış ise beni ayrıca mutlu ediyor. Küresel ticarete daralma endişesinin giderek büyüdüğü bir dönemde ihracatçılarımızın elde ettiği bu başarı, çok daha büyük anlam kazanıyor.

Avrupa Birliği ve ABD ekonomileri başta olmak üzere resesyon endişeleri daha da arttı. Bu durum hiç şüphesiz ihracatçılarımızı endişelendiriyor. İçinde bulunduğumuz durumu doğru yorumlayabilirsek, bu süreci ihracatımız açısından olumlu değerlendirebiliriz. Dünyanın bugün bir ekonomik krizden ziyade bir enerji krizi ile karşı karşıya olduğunu düşünüyorum. Son bir yılda yüksek küresel enflasyonu tetikleyen, navlun ve enerji maliyetlerinin aşırı artmasıydı. Navlun maliyetindeki bu artışı, coğrafi konumumuz ve esnek üretim altyapımız ile lehimize döndürmeyi başardık. Navlun son beş aydır düşüyor ve neredeyse önceki yılın seviyelerine yaklaştı. Fakat ihracatımızdaki büyüme kalıcı oldu.

Gelecek dönemde, Avrupa'yı etkileyen enerji krizini de bir avantaja dönüştürebiliriz.

Sanayicimizin enerji maliyetleri son bir yılda artmış olsa bile Türkiye'nin enerji sıkıntısı bulunmuyor. Avrupa ise bir enerji krizi yaşıyor. Bu nedenle Avrupa'da enerji yoğun sektör temsilcileri, üretim süreçlerinin aksamaması adına hızlı ve kesin çözüm taleplerinde bulunmaya başladı. Bu sektörlerde Türkiye güvenilir tedarikçi olarak öne çıkıyor.

Özellikle demir-çelik, çimento, seramik, cam, gübre gibi sektörlerde talep artışı öngörüyoruz.

### ENERJİ YOĞUN SEKTÖRLERDE TÜRKİYE GÜVENİLİR TEDARİKÇİ OLARAK ÖNE ÇIKIYOR.

Türkiye, yenilenebilir enerji üretiminde, dünya ortalamasından daha iyi bir noktada. Yenilenebilir kaynakların elektrik üretimindeki payı Türkiye'de yüzde 46 seviyesinde ve bu alanda sanayicilerimizin yatırımları süratle devam ediyor.

Bu alanda bir fırsat kapısı olduğuna inanıyorum. Firmalarımız hem millî enerji profilimizin dönüşümünde hem de bu araç-gereçlerin ihracatında kritik rol alacak.

TİM olarak, ihracatçımıza yeni fırsatlar sunma potansiyeli olan tüm gelişmeleri dikkatle takip etmeye devam edeceğiz.

**Mustafa GÜLTEPE**  
TİM Başkanı

# İÇİNDEKİLER



## ÇİMENTO, CAM, SERAMİK VE TOPRAK ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜNDE ÖNCELİK YEŞİL DÖNÜŞÜM

Sürdürülebilirlik ve teknoloji yatırımlarını artıran çimento, cam, seramik ve toprak ürünleri sektörü, kendini yeşil, akıllı, uzun ömürlü, geri dönüştürülebilir, dayanıklı ürünlerin öne çıkacağı geleceğe hazırlıyor.

**Syf 52**

## UZAK ÜLKELER STRATEJİSİ MEKSİKA VE ENDONEZYA İHRACATI

Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında olan Meksika ve Endonezya, büyüyen ekonomileriyle Türk ihracatçıları için yüksek potansiyele sahip.

**Syf 60**



## İKLİM KRİZİ Mİ, İSRAF MI?

Uluslararası gıda fiyatları, birkaç aydır düşüşünü sürdürse de hâlâ bir önceki yılın yaklaşık yüzde 8 üzerinde yer alıyor.

**Syf 80**



## TİMREPORT

**TİM Adına Sahibi**  
**Genel Sekreter**  
Bilal BEDİR

### Yayın Kurulu

Adil PELİSTER  
Bırol CELEP  
Melisa TOKGÖZ MUTLU  
Rüstem ÇETİNKAYA  
Mehmet GENÇ  
Yıldırım ÖZCAN

### Yönetim Yeri

Dış Ticaret Kompleksi  
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3  
B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / 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



**Ajans Başkanı** Selda Yeşiltaş

**Yayınlar Koordinatörü** Murat Erdoğan

**Görsel Yönetmen** Yeşim Kayan

**Editör** Neslihan Arslan

**Fotoğraf Editörü** Ergün Çolakoğlu

**Muhabir** Melis Alpay

**Reklam Müdürü** İlknur Ulusoy  
ilknur@viyamedya.com

**Reklam Sorumlusu** Ezgi Özgür Day, Binnaz Uzunca

**Redaksiyon** Kurşun Kalem Kurumsal Yayıncılık  
ve Tanıtım Hizmetleri

### İletişim

Rumeli Caddesi Rumeli Pasajı Yunus Apt.

No: 45 Kat: 3

Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com



/viyamedya

**Baskı** Özgün Ofset

# Dış Ticarete Deneyimiyle Kapıları Açan Bir Bankam Var



[anadolubank.com.tr](http://anadolubank.com.tr)

0850 222 55 50

 **Anadolubank**   
*Vaktimiz Sizin*

## ETKİNLİK

- AYMÖD Ayakkabı Fuarı; TİM Başkanı Mustafa Gültepe, İSO Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçivan ve Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Berke İçten'in katılımlarıyla İstanbul Fuar Merkezi'nde 28 Eylül-1 Ekim günleri arasında gerçekleşti.
- İkincisi düzenlenen Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı, İstanbul Valisi Ali Yerlikaya, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, İTO Başkanı Şekib Avdagiç ve İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ile sektör temsilcilerinin katılımlarıyla İstanbul Fuar Merkezi'nde yapıldı.
- Endüstriyel çamaşır makineleri ve tekstil makineleri üreticisi Tolkar Smartex'in açılış töreni, Çiğli Organize Sanayi Bölgesi'nde TİM Başkanı Mustafa Gültepe, ihracatçı birlik başkanları ve sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildi.



## eylül

## TOPLANTI

- TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi'nin ikinci toplantısı; TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Yönetim Kurulu üyeleri, rektörler, akademisyenler, kamu kurum temsilcileri ve ihracatçıların katılımıyla Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşti.



## ZİYARET

- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu üyeleri ile bir araya geldi. Toplantıda sektörün ihracatı, hedefleri ve ileriye dönük projeleri değerlendirildi.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Ev ve Mutfak Eşyaları Sanayicileri ve İhracatçıları Derneği Başkanı Talha Özger ve Yönetim Kurulu üyelerinden oluşan heyet ile bir araya geldi.
- Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği Başkanı Güven Uçkan ve Yönetim Kurulu Üyeleri, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Sanayi Odası Başkanı Erdal Bahçivan ve Yönetim Kurulu üyeleri ile bir araya geldi. Toplantıda ihracat hedefleri için iki kurum arasındaki iş birlikleri ve projeler değerlendirildi.





## TİM TEB GİRİŞİM EVİ

- Türkiye'nin önde gelen teknoloji firmalarının kurucuları, ihracat ailesindeki ve girişimcilik alanındaki iş insanları ve yatırımcılar TİM-TEB Girişim Evi ekosistem buluşmasında bir araya gelerek yeni iş birliklerinin önünü açacak görüşmeler gerçekleştirdi.



## GÖRÜŞME

Şırnak Valisi Osman Bilgin, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'ye nezaket ziyaretinde bulundu. Görüşmede, Şırnak'ın ihracatı ve potansiyeli değerlendirildi.

ekim

- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV) Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Çetin ve Yönetim Kurulu üyeleri ile bir araya geldi.
- Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği (ASKON) Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Aydın ve Yönetim Kurulu üyeleri, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret ederek ekonomideki güncel konular üzerinde değerlendirmelerde bulundular.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği Başkanı Berke İçten ve Yönetim

Kurulu üyeleri ile bir araya geldi. Toplantıda ayakkabı sektörünün daha fazla ihracat gerçekleştirmesi için proje ve öneriler değerlendirildi.

- İkitelli Organize Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Akkaya ve Yönetim Kurulu üyelerinden oluşan bir heyet, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti.
- Ticaret Bakanı Dr. Mehmet Muş, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve Yönetim Kurulu üyeleriyle bir araya geldi. Toplantıda güncel ekonomik gelişmeler, daha fazla ihracat için atılması gereken adımlar ve yeni projeler değerlendirildi.



## Küresel durgunluk yakın mı?

Dünya Bankası, Eylül ayında yayımladığı “Küresel Durgunluk Yakın mı?” başlıklı raporunda faiz artışları ile 2023'te küresel resesyon riskinin arttığına vurgu yaptı. Bu yıl faiz oranlarını son 50 yılda görülmemeyen bir eş zamanlılıkta yükselttiğinin belirttiği raporda, bu trendin gelecek yıl da devam etmesinin muhtemel olduğuna işaret edildi. Daha fazla faiz artırımı ve finansal piyasa stresinin küresel gayrisafi yurt içi hasıla

(GSYH) büyümesini 2023'te yüzde 0,5'e yavaşlatabileceği belirtilen raporda, merkez bankalarının faiz oranlarının 2 puan daha arttırmasının gerekebileceği açıklandı. Raporda, dünyanın en büyük üç ekonomisi, ABD, Çin ve Euro Bölgesi'nin keskin bir şekilde yavaşladığı vurgulanırken, daha fazla ülkenin resesyona girmesiyle küresel ticaretin daha da yavaşlamasının muhtemel olduğu belirtildi.



## Pakistan, sel nedeniyle pamuk üretiminin yüzde 70'ini kaybetti



İndus ve Kabil nehirlerinin taşması sonucu ülkenin büyük bölümü sular altında kalan Pakistan, devletlerin destekleriyle yaralarını sarmaya çalışıyor. Binlerce insanın ölümüne neden olan sel felaketi, ülkede üretimi de olumsuz etkiledi.

Asya'nın önemli hazır giyim tedarikçilerinden Pakistan'da ilk incelemeler sonucu sellerden 200-250 bin çiftçinin etkilendiği açıklandı. Dünyanın beşinci büyük pamuk üreticisi Pakistan'da Better Cotton programı dahilinde üretilen pamuğun yüzde 70'inin kaybedildiği belirtildi. Seller nedeniyle pamuk stoklarının azalacağı ve dünya pamuk fiyatlarının gelecek dönemde yükseleceği öngörülüyor.

Ayrıca dünyanın önde gelen tekstil ve hazır giyim ihracatçılarından olan Pakistan'ın tekstil ve hazır giyim ihracatında gelecek yıl yüzde 35 oranında düşüş beklenirken önemli bir pamuk üreticisi olan Pakistan'ın ilerleyen dönemlerde pamuk ithal edebileceği ifade ediliyor.

## Petrol, Eylül ayında düşmeye devam etti

Ham petrol fiyatı, birçok ülkede yapılan faiz artışlarının küresel enerji görünümüne ilişkin beklentileri kötüleştirilmesiyle Eylül ayını düşüşle tamamladı. 1 Eylül'de 95 dolar seviyesinde işlem göre Brent petrolün varil fiyatı, 30 Eylül'ü 90 dolar seviyesinde kapattı.



## Çelik üretimi azaldı



Dünya Çelik Birliği (worldsteel) dünya ham çelik üretiminin bu yılın Ağustos ayında yıllık yüzde 3 düşüşle 150,6 milyon mt olduğunu açıkladı. Türkiye'nin belirtilen ayda yıllık yüzde 21 düşüşle 2,8 milyon ton ham çelik üretimi gerçekleştirdiği açıklandı.

## Ülkelerin faiz kararları

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Eylül ayı toplantısında politika faizini 100 baz puan düşürürken ABD dâhil çok sayıda ülke faiz artışını sürdürdü.

Avrupa Merkez Bankası (ECB) enflasyonla mücadele kapsamında Eylül ayında 75 baz puanlık faiz artışı kararı alırken FED (Amerikan Merkez Bankası) politika faizini 75 baz puan artırarak seriyeye devam etti. Böylelikle ABD'nin politika faizi, yüzde 3-3,25 aralığına yükseldi. İngiltere Merkez Bankası da Eylül ayında politika faizini 50 baz puan artırarak yüzde 2,25'e yükseltti. İsveç 100 baz, Norveç 50 baz, Güney Afrika da 75 baz ile Eylül ayında faiz artıran ülkeler arasına girerken Çin ve Japonya faiz oranlarında değişikliğe gitmedi.



## AB ülkeleri enerji için 500 milyar dolar kaynak ayırdı



Enerji fiyatlarındaki artış nedeniyle çok sayıda Avrupa ülkesi son bir yılda farklı önlemleri devreye aldı. Brüksel merkezli düşünce kuruluşu Bruegel, Avrupa ülkelerinin, haneleri ve işletmeleri yükselen enerji fiyatlarından korumaya yönelik ulusal tedbirlerine ilişkin araştırmasını yayımladı. Buna göre; İngiltere toplam 178,6 milyar euro, Almanya 100,2 milyar euro, İtalya 59,2 milyar euro, Fransa 53,6 milyar euro, İspanya 35,5 milyar euro, Polonya 10,6 milyar

euro, Avusturya 8,9 milyar euro, Romanya 6,9 milyar euro, Yunanistan ve Danimarka 6,8 milyar euro, Hollanda 6,2 milyar euro, Belçika 4,1 milyar euro, Çekya 2,9 milyar euro, Hırvatistan 2,4 milyar euro, Bulgaristan 1,8 milyar euro, İsveç 1,6 milyar euro, Litvanya, Lüksemburg ve Letonya 1,1 milyar euro, Slovakya 1 milyar euro, İrlanda 700 milyon euro, Finlandiya 500 milyon euro, Slovenya 400 milyon euro, Malta ve Estonya da 200 milyon euro kaynak ayırdı.

## "Türkiye E-ihracat Platformu kurulacak"

Ticaret Bakanı Mehmet Muş, 25 Ağustos'ta yürürlüğe giren "5986 Sayılı E-ihracat Destekleri Hakkında Karar" ile şirketleri e-ihracata yönlendirmek amacıyla pek çok yeni desteği hayata geçireceklerini ifade etti. E-ihracat desteklerine konu ürünlerin Türk markası olması veya Türkiye'de üretilmiş olması şartını aradıklarını belirten Muş, şunları söyledi: "Türkiye E-ihracat Platformu'nu kurmayı hedefliyoruz. Platform ile 'Web3' gibi yeni nesil teknolojiler kullanarak, ülkemizin ihracatçı envanterinin dijital ortama taşınmasını, ihracatçılarımızın farklı ülkelerdeki ithalatçıları

tarafından kolayca bulunmasını ve siparişlerini buradan almalarını sağlayacağız. E- ticarete dünyanın önde gelen ülkelerinin kullandığı bu toplayıcı satıcı modelini hayata geçiriyoruz. Böylelikle, ürün potansiyeli olan ancak bilgi eksikliği ve nitelikli insan kaynağı açığı bulunan KOBİ'lerimizin ürünlerinin e-ihracat yoluyla yurt dışı pazarlara ulaşmasını amaçlıyoruz. Bu kararlarda, Uzak Ülkeler Stratejisi'nde yer alan ülkelerin de bulunduğu hedef ülkelere yönelik destek oranlarımızı ilave 20 puana kadar, hedef ülkelere hedef sektörler olması durumunda ilave 25 puana kadar artırdık."

# Birim ihracat değerinde sürdürülebilir büyüme Eylül'de devam etti

## Yıllık ihracat 252 milyar dolar oldu

İhracat Ocak-Eylül döneminde 188 milyar dolara, son 12 ayda ise 252 milyar dolara ulaştı. Birim ihracat değerimiz geçen yılın Eylül ayına göre yüzde 22 artışla 1,62 dolara yükseldi.



**TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM)**, Eylül ayı ihracat verilerini Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un katılımıyla Trabzon'da açıkladı. Toplantıda konuşan Bakan Mehmet Muş, Eylül ayında ihracatın yüzde 9,2 oranında artışla 22,6 milyar dolara çıktığını ve Eylül ayında dış ticaret hacminin 55,6 milyar dolara ulaştığını

açıkladı. Küresel tedarik zincirlerinin toparlanmadığı, savaların etkisiyle küresel enflasyonun zirveye çıktığı böylesi bir ortamda Türkiye ekonomisinin güçlü büyüme performansını sürdürmeye devam ettiğini söyleyen Muş, "GSYH artışımızın yarısından fazlası mal ve hizmet ihracatımızdan gelmiştir.

OECD ekonomik görünüm raporunda ülkemiz için büyüme tahmini yüzde 3,7'den yüzde 5,4'e yükselmiştir." dedi.

### TÜM ZAMANLARIN EN YÜKSEK EYLÜL AYI PERFORMANSI

TİM Başkanı Mustafa Gültepe de törende yaptığı konuşmasında, küresel ekonomideki olumsuz iklime

rağmen Türk ihracatçısının Eylül ayında da başarılı bir performans ortaya koyduğunu vurguladı. Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre Eylül ayı ihracatının yüzde 9,2 artışla 22,6 milyar dolara ulaştığını bildiren Gültepe, şunları söyledi: “22,6 milyar dolarla tüm zamanların en yüksek eylül ayı performansını gerçekleştirmiş olduk. İhracatımız 9 ayda 188 milyar doları, 12 ayda ise 252 milyar doları aştı. Son 12 ayın tamamında aylık ihracat rekorları kırdık. Geçen ay 15 sektörümüz ihracatını artırırken kimyevi maddeler küresel piyasalardaki gelişmelerin de etkisiyle ilk sıradaki yerini korudu. 2,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren kimyevi maddeleri, 2,7 milyar dolarla otomotiv, 1,9 milyar dolarla hazır giyim ve konfeksiyon, 1,7 milyar dolarla çelik, 1,3 milyar dolarla elektrik elektronik sektörü takip etti. Eylülde hububat, makine ve yaş meyve sebze mamulleri sektörlerimiz tarihlerinin en yüksek ihracatını gerçekleştirdi. Otomotiv, mobilya ve mücevher sektörlerimizde de dikkat çekici artışlar var. Geçen ay bin 942 firmamız ihracat ailesine katıldı. Söz konusu firmalarımız 114 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi.”

**45 İL İHRACATINI ARTIRDI**  
Mustafa Gültepe, 45 ilin ihracatını artırdığı Eylül



“İhracatımız 9 ayda 188 milyar doları, 12 ayda ise 252 milyar doları aştı. Son 12 ayın tamamında aylık ihracat rekorları kırdık.”

ayında en çok ihracat yapan ilk beş ilin İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir ve Ankara şeklinde sıralandığını bildirdi. Sakarya, Çorum, Konya ve Gaziantep'in önemli ihracat artışları yakaladığını belirten Gültepe, Trabzon'un da istikrarını koruduğunu söyledi. Trabzon'un Eylül'de 84 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiğini anlatan Gültepe, “Biz bu güzel şehrimizi avantajlı konumu ve geniş hinterlandı ile Rusya'ya, Kafkaslar'a, Türk Cumhuriyetleri'ne açılan önemli bir kapı

olarak görüyoruz. Trabzon, cumhuriyetimizin 100. yılında 2 milyar doları hedefleyecek.” diye konuştu.

#### **EN FAZLA İHRACAT ALMANYA, ABD VE İRAK'A**

Gültepe, Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ilk üç ülkenin ise Almanya, ABD ve Irak şeklinde sıralandığını bildirdi. Eylül ayında Suudi Arabistan'a yüzde 221, Lübnan'a yüzde 102 ve İsviçre'ye yüzde 71'lik ihracat artışları kaydettiklerini anlatan Gültepe, 220 ülkeden 131'inde ihracatı artırdıklarına dikkat

çektik. Gültepe, “İhracatta kilogram başına birim değerdeki artış da devam ediyor. Birim ihracat değerimiz geçen yılın Eylül ayına göre yüzde 22 artışla 1,62 dolara yükseldi.” dedi.

### 2023'TE HER AY BİR ÜLKEYE TİCARET HEYETİ DÜZENLENECEK

Mustafa Gültepe, konuşmasında geçen ay Romanya ve Tataristan'a düzenlenen ticaret heyetleri hakkında da bilgi verdi. İhracatçı birlikleri ve firma temsilcilerinden 46 kişilik katılımı düzenlenen heyetlerde Türkiye'nin rekabet gücü yüksek, bölgeye ihracatın nispeten düşük kaldığı sektörler odaklandıklarını belirten Gültepe, “Heyetlerimize 257 yabancı firmadan 350 temsilci katıldı. Firmalarımız 600'den fazla ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi. Ticaret diplomasimize ara vermeden devam ediyoruz. Bu ay Hindistan ve Filipinler'e heyetlerimiz olacak. 2023'te bir ay yakın, bir ay uzak ülkeye ticaret heyetleri düzenleyeceğiz” dedi.

### TÜRKİYE ENERJİ YOĞUN SEKTÖRLERDE GÜVENİLİR TEDARİKÇİ

Gültepe, Türkiye'nin en büyük pazarı konumundaki AB'de yaşanan enerji krizi ve olası yansımaları konusunda ise şunları söyledi: “Öncelikle ifade etmeliyim ki Sayın Cumhurbaşkanımızın da dediği gibi Türkiye'nin enerji güvenliğinde bir sorun gözüküyor. Sektör başkanlarımızla yaptığımız toplantılarda, enerji krizinin ülkemiz için olası yansımalarını değerlendirdik. Enerji yoğun sektörlerde Türkiye güvenilir tedarikçi olarak öne çıkıyor. Özellikle demir-çelik, çimento, seramik, cam, gübre gibi sektörlerde talep artışı bekliyoruz. Enerji krizi nedeniyle Avrupa yeşil dönüşümü ikinci plana atmış görünüyor. Ancak önümüzde ‘Yeşil Mutabakat’ gibi iddialı bir hedef bulunuyor. Kriz atlatıldıktan sonra Avrupa bu hedefe çok daha fazla odaklanacak. Dolayısı ile ihracat ailesi olarak sadece bugüne değil, yarına da

### EYLÜL'DE EN FAZLA İHRACAT YAPAN SEKTÖRLER

Kimya: 2,9 milyar \$  
Otomotiv: 2,7 milyar \$  
Hazır Giyim: 1,9 milyar \$  
Çelik: 1,7 milyar \$  
Elektrik-Elektronik: 1,3 milyar \$

hazırlanmak durumundayız. Yenilenebilir kaynakların dünya elektrik üretimindeki payı yüzde 28, Türkiye'de ise yüzde 46 seviyesinde. Bu alanda ülkemizde yatırımlar süratle devam ediyor. Burada bir diğer fırsat kapısı da yenilenebilir enerji üretiminde kullanılan araç-gereçler üzerine çalışan firmalarımız için var. Avrupa dönüşüm sürecini hızlandırmak adına ciddi bir finansal kaynak ayıracak. İnanıyorum ki yerli firmalarımız, hem millî enerji profilimizin dönüşümünde, hem de bu araç-gereçlerin ihracatında kritik rol alacak.”

### PARİTE KAYNAKLI KAYIP 10 MİLYAR DOLARI AŞTI

Yıl başında 1,15 seviyesinde olan euro/dolar paritesinin Eylül ayında 0,96'ya kadar gerilediğini hatırlatan Mustafa Gültepe, bu durumun ihracata olumsuz yansımalarının devam ettiğini vurguladı. İhracattaki parite kaynaklı kaybın sadece Eylül'de 1,8 milyar dolara ulaştığını, yıl başından bu yana ise 10 milyar doları aştığını belirten Gültepe, “Bu kritik dönemde özellikle Euro Bölgesi'ne ihracat yapan firmalarımızın parite riskini göz önünde bulundurarak fiyatlandırma yapmaları önem arz ediyor.” diye konuştu.

**Acibadem Health Point**

# FIRST POINT FOR YOUR HEALTH

Acibadem Health Point is the first access point which organizes all your medical needs by a single center in Turkey. Establishing a bridge in accessing Turkey and qualified healthcare services through its service points at 50 locations in 25 countries across the world, Acibadem Health Point is at your service at Istanbul Airport and Sabiha Gökçen Airport.

Acibadem Health Point, uluslararası hastaların Türkiye'deki tüm sağlık ihtiyaçlarını tek merkezden organize eden, ilk erişim noktası. Dünya genelinde 25 ülke ve 50 hizmet noktasıyla Türkiye'ye ve nitelikli sağlık hizmetlerine erişimde bir köprü kuran Acibadem Health Point, İstanbul ve Sabiha Gökçen Havalimanları'nda konuklarının hizmetinde!

**REGISTER NOW!**

Call Us  
**+90 216 544 46 64**  
Visit WebSite  
[acibademhealthpoint.com](http://acibademhealthpoint.com)

ACIBADEM  
HEALTH POINT

# Ticaret Bakanlığı'ndan Yeni Nesil İhracat Destekleri Modeli

"Yeni Nesil İhracat Destekleri ile Prefinansman Modeli Lansmanı ve Prefinansman Modeli Protokolü İmza Töreni"nde konuşan Ticaret Bakanı Mehmet Muş, "Kurguladığımız modelde, mal ve hizmet ihracatçılarımıza verdiğimiz proje, program ve statü bazlı desteklerimize prefinansman imkânı getiriyoruz." dedi.



## İHRACATÇILARIN FİNANSMAN YÜKÜNÜ

ortadan kaldırmak için Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda Türk Eximbank ve İhracatı Geliştirme AŞ'nin (İGE AŞ) katılımıyla prefinansman ve teminata yönelik bir model geliştirildi. Yeni model, düzenlenen bir tanıtım toplantısı ile Ticaret Bakanı Mehmet Muş tarafından açıklandı. Firmaların ihracat desteklerinden yararlanmak için öncesinde faaliyetlerini gerçekleştirerek harcama yaptığını belirten Bakan Muş, sözlerini sürdürdü:

"Faaliyet ile ödeme arasında bir süre geçiyor ve bu durum ihracatçılara finansman yükü doğuruyor. Bu yükü ortadan kaldırmak ve ihracatçılarımıza yönelik kredi kabiliyetini artırmak amacıyla İhracat Desteklerine İlişkin Karar'ımızı dayanarak Bakanlığımız koordinasyonunda prefinansman ve teminata yönelik bir model geliştirdik. Pazara Giriş Projesi Hazırlama Desteği, Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Proje Desteği, Tasarım ve Ürün Geliştirme Desteği,

Marka ve TURQUALITY Destek Programları, ihracat ve e-ihracat konsorsiyum statüsü verilen şirketlere yönelik destekler başta olmak üzere kurguladığımız modelde, mal ve hizmet ihracatçılarımıza verdiğimiz proje, program ve statü bazlı desteklerimize prefinansman imkânı getiriyoruz. Bakanlığımız tarafından destek başvurusu uygun görülen ihracatçılarımız, Türk Eximbank'a kredi başvurusunda bulunacak ve prefinansman protokolü çerçevesinde öncelikli olarak değerlendirmeye tabi tutulacaklardır."

## BANKALAR DA KEFALET SİSTEMİNE DÂHİL OLUYOR

İGE AŞ'nin 1 Mart 2022'de hayata geçirildiğini anımsatan Muş, Ağustos ayında 20 bankanın da ortaklığıyla şirketin sermaye yapısının güçlendirildiğini kaydetti. Muş, bankaların kefalete ilişkin protokollerinin imza sürecinin başladığını ve en kısa sürede bunların kefalet sistemine dâhil olmasını öngördüklerini de anlattı.



# TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI

İhtiyacınıza uygun lojistik çözümler Türkiye Lojistik Portalı ile hizmetinizde.



## TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALINDA YÜK İLANI NASIL VERİLİR?

TLP'ye üye olan ihracatçı firmalar, portala giriş yaptıktan sonra "yük ilanı ver" bölümünden ihracatın yanı sıra ithalat, transit ticaret ve yurt içi yüklerine ait bilgileri sisteme girerek bir yük ilanı oluşturuyor. Yüklerine ait gönderim tarihi, ağırlık, ebat, tercih edilen gönderim türü, varış noktası bilgileri gibi detaylı tanımlar ile taşımacılık sektörü temsilcilerinin beklediği öncelikli bilgiler baştan cevaplanmış oluyor.

Yük sahibi tarafından girilen ilanlar, portala kayıtlı tüm lojistik firmaları tarafından yük sahibi firmaların bilgileri ve izinleri dâhilinde görüntülenebiliyor. Lojistik firma yetkilisi, bu yük ilanları

arasından filtreleme yapıp, kendi hat ve programlarına uygun olan yükü bularak ilan sahiplerine irtibat kurma talebi gönderebiliyor. Son adımda bir araya gelen iki sektör temsilcisi, aralarında anlaşarak yükün en uygun koşullarda taşınmasını sağlıyor.

## TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALINDA BOŞ ARAÇ İLANI NASIL VERİLİR?

TLP'ye üye olan lojistik firmaları, portala giriş yaptıktan sonra "boş araç ilanı ver" bölümünden firmalarının boş araç/alan bilgilerini sisteme girerek bir

boş araç ilanı oluşturuyor. Araç tipi, ambalaj şekli, paket açıklaması, yük şekli ve rota bilgileri gibi tanımları sisteme girerek ihracatçı firmaların görmek istediği öncelikli bilgileri baştan cevaplanmış oluyor.

Lojistik firmaları tarafından girilen ilanlar, portala kayıtlı tüm ihracatçı firmalar tarafından görüntülenebiliyor. İhracatçı firma yetkilisi boş araç ilanları arasından filtreleme yapıp, kendi hat ve programına uygun olan aracı bularak ilan sahipleri ile iletişime geçebiliyor. Bu şekilde bir araya gelen iki sektör temsilcisi, aralarında anlaşarak aynı yükün en uygun koşullarda taşınmasını sağlıyor. Ücretsiz kaydolmak, yük ve araç ilanını vermek, taşıma tekliflerini değerlendirmek için <https://turkiyelojistikportali.com/giris-yap> adresi ile giriş yapabilirsiniz.



Türkiye  
Lojistik Portalı

Portal ile ilgili her türlü problem,  
soru ve önerileriniz için bizimle iletişime geçebilirsiniz.

+90 212 454 01 38 / +90 212 454 04 90 (Dâhili: 1138)

# Romanya'da 500'ü aşkın ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi

Türkiye İhracatçılar Meclisi organizasyonu ile 19-21 Eylül 2022 tarihleri arasında Bukreş'te düzenlenen Romanya Ticaret Heyeti programına 30'dan fazla firmadan temsilciler katıldı. İhracatçılar, 300 Rumen firma temsilcisi ile 500'ü aşkın ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), sektörel ve genel ticaret heyetleri ile Türk ihracatçıları dünyanın dört bir yanındaki alıcılarla buluşturmaya devam ediyor. Ağustos ayında Kahire'ye ticaret heyeti gerçekleştiren TİM, 2022'nin beşinci ticaret heyetini Romanya'nın başkenti Bukreş'e düzenledi. Ticaret Bakanlığı'nın koordinasyonunda Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından organize edilen Romanya Ticaret Heyeti programı 45 kişilik katılımıyla 19-21 Eylül 2022 tarihleri arasında

gerçekleştirildi. TİM Yönetim Kurulu Üyesi İbrahim Pektaş başkanlığındaki heyette ihracatçı birlikleri ile kimyevi maddeler, çelik, demir, maden, gıda, otomotiv, tekstil ve hazır giyim sektörlerinden firma temsilcileri yer aldı. Programın açılışında konuşan İbrahim Pektaş, Romanya'nın Türkiye için stratejik öneme sahip bir ülke ve Balkan bölgesinin önemli bir aktörü olduğunu belirterek şunları söyledi: "2021 yılı itibarıyla Romanya, Türkiye'nin en büyük 2'inci ihracat pazarı ve

19'uncu en büyük tedarikçisi konumunda. Türkiye ise Romanya'nın 7'nci büyük tedarikçisi ve 6'ncı büyük pazarı. 2021'de ticaret hacmimiz 2020'ye göre yüzde 29 artışla 8,6 milyar dolara ulaştı. Bu şimdiki kadarki en yüksek hacim olarak ikili ticaretimiz açısından önemli bir aşama ve yeni bir dönem oldu."

## "ROMANYA'YA İHRACATIMIZ YÜZDE 57 ARTTI"

2021'de Romanya'ya en çok ihracat gerçekleştiren ilk üç sektörün çelik, kimya ve

otomotiv olduğunu bildiren Pektaş, 2022'nin ilk yarısında Romanya'ya ihracatın yüzde 57 arttığını söyledi. Romanya'dan ithalatın ise yüzde 3 artış gösterdiğini ve bu gelişmelerin ikili ilişkilerin geleceğine dair umutları güçlendirdiğini ifade eden Pektaş şu bilgileri paylaştı: "Romanya ile yapılan ikili ticaretimizi belirli ürünlere göre analiz ettiğimizde, Romanya'nın dünyadan yüksek hacimde ithal ettiği 87 ürün grubunu belirledik. 87 ürün arasında 16 otomotiv, 14 kimya ve 6 hububat sektörü ürünü bulunuyor.

Türkiye'nin bu ürünlerde önemli avantajları var. Özellikle 12 ürüne odaklanmamız gerektiğini düşünüyoruz. Romanya bu grupta 10,3 milyar doların üzerinde ithalat yaptı. Türkiye ise aynı grupta 31 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirdi. Bugün komitemizde bu sektörlerin her birinden temsilciler var. Toplantımızın faydalı iş birliklerine ve güçlü ortaklıklara yol açmasını umuyoruz."

### 500'E YAKIN YUVARLAK MASA VE B2B GÖRÜŞMESİ

Açılış konuşmalarının ardından heyette yer alan Türk ihracatçıları 300'ü aşkın Rumen firma temsilcisi ile 500'e yakın yuvarlak masa ve B2B görüşmesi gerçekleştirdi. Heyet ikili iş görüşmelerinden sonra Bükreş Türk Şehitliği'ni ziyaret etti. Ardından pazar araştırması için Romanya'nın önemli firmalarına ve kurumlarına ziyaretlerde bulunuldu.

### ROMANYA'NIN DÜNYADAN İTHALATINDA ÖNDE GELEN ÜRÜNLER

GTİP	Ürün tanımı	İthalat Tutarı
270900	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	3,4 milyar \$
300490	Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan diğer ilaçlar	2,9 milyar \$
271019	Diğer yağlar ve müstahzarlar	1,8 milyar \$
870840	Kara taşıtları için vites kutuları ve aksam parçaları	1,5 milyar \$
271600	Elektrik enerjisi	1,2 milyar \$



# Küresel İnovasyon Endeksi'nde Türkiye tarihî rekor kırdı

Küresel İnovasyon Endeksi 2022'nin tanıtım toplantısında konuşan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, "Türkiye, 37'ncilikle tarihindeki en iyi sıraya ulaştı. İnanıyorum ki endekste gelecek yıl ilk 30'a gireceğiz." dedi.

**BİRLEŞMİŞ MİLLETLER'İN** İsviçre merkezli kuruluşu Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü tarafından açıklanan ve 132 ülkenin yarıştığı Küresel İnovasyon Endeksi'nde Türkiye, 2022'de dört basamak yükselerek 37'nci sıraya çıktı. Son iki yılda 14 basamak yükselen Türkiye, sıralamada ilk defa ilk 40 içine girmeyi başardı. Türkiye ayrıca, üst-orta gelir grubu ülkeler arasında dördüncü sıradaki yerini korudu. Küresel İnovasyon Endeksi bu yıl, "İnovasyon Odaklı Büyümenin Geleceği Nedir?" ana temasıyla açıklandı.

## TÜRKİYE, YARATICI ÇIKTILARDA 20 BASAMAK YÜKSELDİ

Üst-orta gelir grubu ülkeler arasında Türkiye, yedi ana bileşenin altısında, grup ortalamalarının üzerinde performans sergiledi. Türkiye'nin en iyi performans gösterdiği bileşen ise "Yaratıcı Çıktılar" oldu. Bu bileşende Türkiye, geçen yıla göre 20 basamak yükselişle 15'inci sırada yer alarak Kuzey Afrika / Batı Asya grubu ülkeleri arasında birinci oldu. "Piyasaların Çok Yönlülüğü" bileşeninde ise 12 basamak yükselişle 37'nci sırada yer aldı.



Bu yıl, inovasyon çıktılarında, girdilerinden daha iyi performans sergileyen Türkiye, altı göstergede ilk 10 içinde yer almayı başardı. Türkiye, "kökene göre endüstriyel tasarımlar" göstergesinde ise 132 ülke arasında birinci oldu.

## "SON İKİ YILDA 14 BASAMAK BİRDEN YÜKSELDİK"

Küresel İnovasyon Endeksi 2022 Raporu'nu değerlendiren Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, "Son iki yılda 14 basamak yükselerek 132 ülke içinde 37'nci sıraya yerleştik. 20 yılda sıfırdan inşa ettiğimiz AR-GE ve inovasyon

ekosistemi, yeni başarı hikâyeleri yazmaya devam edecek." dedi. Türkiye için Millî Teknoloji Hamlesi vizyonu ile inovasyonu destekleyici politika ve mekanizmaları hayata geçirdiklerini, AR-GE, inovasyon ve girişimcilik ekosistemini her geçen gün daha derinleştirdiklerini belirten Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, endeksin ülkelerin inovasyon performansının değerlendirilmesinde ve geliştirilmesinde etkili bir politika aracı olduğunu vurguladı. Varank, açıklamasında şunları kaydetti:

“Endeksin başlıca üç önemli faydası olduğunu düşünüyorum. İlk olarak, yıllık bazda ve kapsamlı göstergeler ile inovasyon performansını farklı açılardan analiz edebilmeye imkân veriyor. İkincisi, ekosistemin güçlü ve zayıf yönlerini görerek potansiyel müdahale alanlarını keşfetmeyi sağlıyor. Ve son olarak, söz konusu müdahale alanlarına yönelik kanıt dayalı yapısal reformların geliştirilebilmesine zemin hazırlıyor. Bu doğrultuda, öncelikle Türkiye Küresel İnovasyon Endeksi Görev Gücünü oluşturduk. Ardından endekste eksik veya güncel olmayan verilerle ilgili sorumlu kurumlarımızı belirledik. Endekse veri sağlayan uluslararası kuruluşlarla iş birliği sürecini başlattık. Göstergelerdeki gelişmelerin izlenmesi amacıyla da Küresel İnovasyon Endeksi Koordinasyon ve İzleme Platformu’nu oluşturduk. Hayata geçirdiğimiz politikalar, destek mekanizmaları ve başlattığımız girişimler sonucunda ülkemiz, bu tarihi başarıya ulaşmıştır.”

### **DESTEKLEMENE DEVAM EDİLECEK**

Küresel İnovasyon Endeksi 2022 Raporunu değerlendiren Ticaret Bakanı Dr. Mehmet Muş ise şu değerlendirmeyi yaptı: “Günümüzde inovasyon ekonomik büyüme ve uluslararası arenada rekabetçiliğin başlıca belirleyicileri

arasında yerini gün geçtikçe sağlamlaştırmaktadır. İnovasyonda, hız düşmanımız değil, bilakis inovatif fikir ve uygulamaların tarihte hiç olmadığı kadar hızlandığı günümüzde en yakın dostumuzdur. Bu nedenle; Türkiye’nin inovasyon yarışında dünyada hak ettiği yere ulaşmasına belki de varoluşsal bir mesele olarak bakmak geleceğe emin adımlarla ilerlemenin teminatlarından birisidir. Ayrıca, öyle sanıyorum ki bundan sonra ülkelerin kaderini inovasyon ve teknolojik gelişme çaba ve çıktılarında arı olarak tahmin etmek imkânsız bir noktaya gelmiştir. İnovasyonun etkin bir şekilde vücut bulması, kamu ve özel sektörden kurum ve kuruluşları, üniversiteler, yatırımcılar, şirketler, destekleyici politik ve yasal altyapı, kaynak tahsisi gibi çok sayıda paydaşın ve unsurun uyumlu iş birliği ve etkileşimi ile ortaya çıkan güçlü bir inovasyon ekosistemini gerektirmektedir.

Burada kamunun yapması gerekenin yanında ihracatçı firmalarımız başta olmak üzere tüm firmalarımızın inovatif bir bakış açısı ile teknoloji odaklı bir gelecek planlaması yapmasının bir gereklilik, inovasyon farkındalığının artırılmasının hayati önemi haiz bir konu olduğunu düşünüyorum. Nitekim savunma sanayisindeki AR-GE çalışmalarımızın meyvesini

almaya başlamamız bu alanın ne kadar önemli olduğunu hepimize ispatlamıştır. Biz bakanlık olarak, her zaman firmalarımızın teknoloji ve inovasyon odaklı çabalarına yardımcı olmayı ve istişare hâlinde bulunmayı memnuniyet duymanın ötesinde bir gereklilik olarak görüyoruz.”

### **TİM BAŞKANI MUSTAFA GÜLTEPE: “İNOVASYONLA REKABET GÜCÜMÜZÜ ARTIRACAĞIZ”**

Küresel İnovasyon Endeksi 2022’nin tanıtım toplantısına video mesajla katılan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, ihracatçıların inovasyon ile dijital çağa uyum sağlamalarına öncülük ettiklerini söyledi. Türkiye’nin inovasyonda yakaladığı başarıya vurgu yapan TİM Başkanı Gültepe şöyle devam etti: “Sayın Cumhurbaşkanımızın liderliğinde, bakanlıklarımızın destekleri ve görev gücünde yer alan kurumlarımızın katkılarıyla 2021’de endekste 10 basamak yükselerek 41’inci sırada yer almıştık. Geçen yıl aynı zamanda ihracatta 225 milyar dolara ulaşarak Cumhuriyet tarihinin rekorunu kırdık. TİM’in inovasyon ve girişimcilik ekosistemine yönelik çalışmaları ve firmalarımızın artan rekabet gücüyle Türkiye, yükselişine bu yıl da devam etti. 2022’de endeksin yayımlandığı 15 yılın rekorunu kırdık ve 37’nci sıra ile tarihimizdeki en yüksek konuma ulaştık. İnanıyorum ki endekste gelecek yıl ilk 30’a gireceğiz.”

# 300 milyar dolara, kapasite artırıcı yatırımlarla ulaşabiliriz

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, Avrupa ve ABD başta olmak üzere küresel ekonomilerdeki resesyon ve belirsizliğe rağmen bu yıl için öngörülen 250 milyar dolarlık ihracat hedefini yakalayacaklarını söyledi.

## HAZİRAN AYINDAKİ GENEL

kurulda TİM Başkanı seçilen Mustafa Gültepe, ekonomi basını ile bir araya gelerek küresel ticaret ve Türkiye ihracatının gündemini değerlendirdi. ABD'nin teknik olarak resesyona girdiğine, Türkiye'nin en önemli pazarı konumundaki AB ülkelerinde de daralma etkilerinin görülmeye başladığına dikkat çeken Gültepe, Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 48,4'ünü, yani neredeyse yarısını AB ülkeleri ve ABD'ye yaptığını hatırlattı.

Küresel ekonominin genel gidişatındaki değişmelerin ülke ihracatına olası etkilerini gelecek üç ayda net bir şekilde görebileceklerini belirten Başkan Gültepe, şunları söyledi: "2023'ün ilk yarısı enerji krizi ile durgunluğun en çok hissedileceği dönem olacak. Merkez bankaları parasal sıkılaşmaya devam edeceklerinin sinyallerini veriyorlar. Bu durumda en büyük pazarımız olan Avrupa'da talebin baskılanması ihracatımızı olumsuz etkileyebilir. Öte yandan, parasal sıkılaşma Avrupa'daki arzda da azalmaya yol açacak.



Hane halklarının alım gücündeki düşüş sınırlı kalır ve Avrupa'da üretim daralmaya devam ederse bu durum bazı sektörlerimizde ihracatımızı olumlu yönde etkileyebilir. Yıl sonuna kadar parite kaybının 12 milyar dolara ulaşacağını öngörüyoruz. Buna rağmen son 12 ayın tamamında aylık ihracat rekoru kırdık. Her şeye rağmen 2022 yılı için öngördüğümüz 250 milyar dolarlık ihracat hedefimizi tutturacağımıza inanıyorum."

## FINANSMANA ERİŞİM KOLAYLIĞI BU SÜREÇTE KİLİT ROL OYNUYOR

Türkiye'nin ihracatını en kısa sürede 300 milyar doların üzerine çıkarmayı hedeflediklerini anlatan Gültepe, bu hedefe ulaşabilmenin yolunun kapasite artırıcı yatırımdan geçtiğini vurguladı. Yatırım için ihracatçının finansmana ihtiyacının daha da artacağını vurgulayan Gültepe, şunları söyledi: "Kullanılan kredilerin dövizle gitmesi endişesiyle

birtakım düzenlemeler yapılıyor. Son düzenlemelerin ardından ticari kredi faizlerinde 10 puana yakın bir gerileme oldu. Ancak bankalar zorunlu karşılık kararı nedeniyle kredi kullandırma konusunda isteksiz görünüyorlar. Reeskont kredilerinin kullanımında, ihracat gelirlerinin yüzde 70'ini TL'ye çevirme koşulu nedeniyle firmalarımız bu kredileri kullanmaktan kaçınıyorlar. Dış ticaret yapan firmalar için bunlar yönetilmesi zor süreçler, çünkü ihracatçı firmalarımız aynı zamanda ithalat da yapıyorlar. Eximbank kredilerinin sınırlı olması, Merkez Bankası'nın kısıtlı miktarda reeskontkredisi kullandırması, TL kredilerde firmaların döviz varlığıyla ilgili kısıtlamalar, finansmana erişim konusunda zorlukları oluşturuyor. Farklı endişelerle kredi kaynaklarını döviz dönüşürenler olabilir. Ancak endişeli azınlığın yaptığı yanlışların cezasını tüm ihracatçılarımızın ödemesi ülkemiz adına doğru değil. Karar alıcıların zorlu bir

süreç yönettiğinin bizzat tanığıyım. Ancak bu zorlu süreçten ülkemizi selamete çıkarabilmemiz için yatırım, üretim ve ihracattan başka seçenek görünmüyor. Finansmana erişim kolaylığı bu süreçte kilit rol oynuyor.”

#### **FIRSATI KAÇIRMAMAK İÇİN HIZLI HAREKET ETMELİYİZ**

Yeni dönemde sürdürülebilir ve çevre dostu üretimin büyük önem kazandığını ifade eden Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: “Bu alanlarda mevcut mevzuat ve kamu desteklerinin henüz yeterli olduğunu söyleyemeyiz. Devletimizin ve hükümetimizin bu konuda iradesinin olması çok önemli. Türkiye’de ihracatçıların hemen tamamı uluslararası kurumların onayladığı sosyal koşullar, yönetim, kalite ve çevre belgelerine sahip. Bunlara ilave olarak kapsayıcılık, dijitalleşme ve sosyal sorumluluk alanlarında sağlanacak gelişmelerle rakip ülkelere karşı önemli bir avantaj elde edebiliriz.”

Türkiye’yi en çok ihracat yapan 10 ülke arasına sokma vizyonu ile çalışacaklarını anlatan Gültepe, “Bu vizyon doğrultusunda, kısa, orta ve uzun vadeli hedeflerimizi belirledik. Hedeflerimizi gerçekleştirmek için birliklerimizin küresel ticaret trendlerini sürekli analiz ederek fırsatları ihracatçılarımızın gündemine sunmalarını sağlayacağız. Türkiye’nin ihracat potansiyelinin küresel pazarlarda bilinirliğini artırıcı faaliyetleri destekleyeceğiz. Birliklerimizden gelen taleplerin karşılanması ve sorunların çözümü için ilgili paydaşlarla koordinasyonu sağlayacağız. Mevcut pazarlarımızda derinleşmek ve yeni pazarlara açılmak istiyoruz. Bu hedef doğrultusunda 27 sektörümüz için çalışma gruplarını oluşturduk. Tüm sektörel birliklerimiz hedeflerini, ihtiyaçlarını, projelerini ortaya koyacak. TİM olarak biz bu çalışmaların koordinasyonunu üstleneceğiz.” diye konuştu.

#### **İHRACATÇININ YEŞİL DÖNÜŞÜM FIRSATI İÇİN TALEPLERİ:**

- Firmaların yeşil dönüşüm amacı ile yapacakları tüm yatırımlar, bölge ve sektör fark etmeksizin özel bir yatırım teşvik düzenlemesi ile desteklenmeli.
- Avrupa Birliği’nin sınırda karbon vergisi düzenlemesinin yaratacağı ek maliyeti en aza indirmek için öncelikli muhatap sektörlerde uqum desteklenmeli, karbon piyasaları kurulmalı, yeşil finansman olanakları genişletilmeli.
- Firmaların yeşil dönüşümü sağladıklarına ilişkin sertifikalandırma yapılmalı, gerekli testler vb. için alt yapı kurulmalı.”



## Sessiz İstifa: Nedir ve Nasıl Önlenir?

Prof. Dr. Emre Alkin



**B**izi bekleyen küresel ve yerel riskleri sürekli tartışıyoruz. Ancak bunlarla karşı karşıya geldiğimizde firmalarımızda hangi unsurların bizi ayakta tutacağı konusunda çok fazla tartışma yapılmıyor. Yani, endişeden hareket planına henüz geçiş yapamadık. Daha önceki yazılarımda beş adımda ayakta kalma konusunda bilgi vermiştim. Bu adımlar “kendini tanı-direncini yükselt-geri dönüşü başlat-yeni normali öngör-değişmeye devam et” şeklinde özetlenebilir. Firmalarla ve mesleki kuruluşlarla temas ettikçe bazı adımların atıldığını ancak sırasının şaşırılmış olduğunu fark ediyorum. Örneğin; ikinci adım olarak tarif edilen direnci yükseltmek için öncelikle firmanın birinci adımı, iç ve dış paydaşlarla beraber konuşarak ne durumda olduğunu anlaması gerekir. Satışlar devam ediyor diye herhangi bir aksaklık olduğunu düşünmeyen firma yöneticileri, kâr ederken dahi işletmeyi batırabiliyor. Aynı sektörde iştigal eden firma sayısının hızla artması, kalifiye personel bulunmasını zorlaştırdığı için işletmelerin mutlaka çalışanlarını tutundurma ve eğitimlerini artırma konusunda çaba göstermeleri gerekiyor. Aksi taktirde “sessiz istifa” dediğimiz, artık yeni nesil personelin isteksiz bir şekilde firmaya geldiği ve aidiyetinin hiç olmadığı gerçeğiyle

yüzleşiyoruz. Gelecek dönem, mali tabloların düzgünlüğünden çok organizasyon şemasının yaşanan gerçeklere uygun olması, riskin gerçekleşmesi durumunda ortak akıl ile müdahale edilecek insan kaynağının varlığı öncelikli mesele olacak. Otomasyon, inovasyon ve dijital altyapı artık bir tercih değil, zorunluluk. Çünkü, sevk ve idarenin en önemli unsuru “takip ve kontrol” olmakta. Bunu da manuel çalışmanın ruh hâllerine teslim edemeyiz.

### “İNSAN DOKUNUŞU İLE DİJİTALLEŞME SENTEZLENMELİ..”

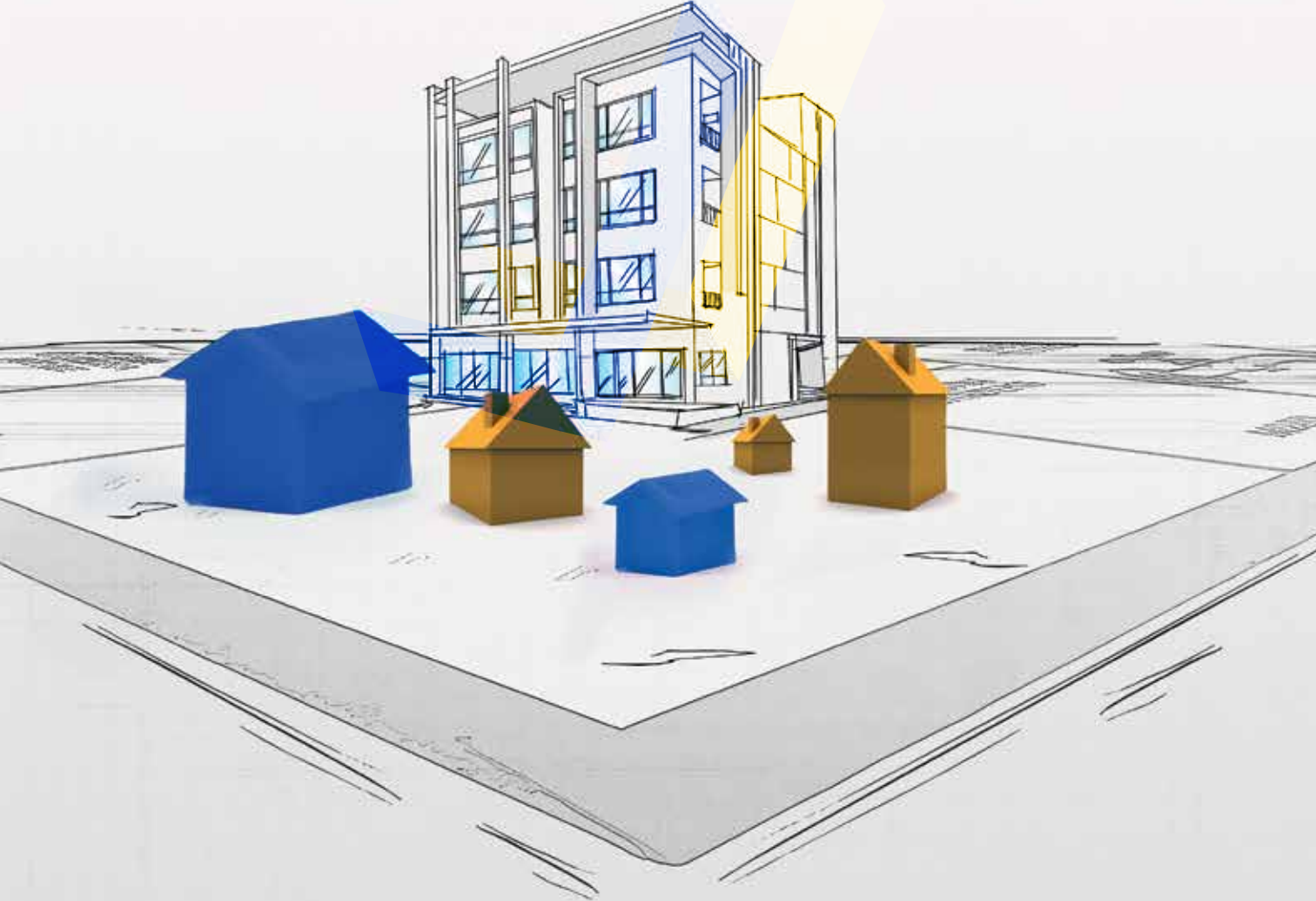
Bundan başka, mali tabloları becerikli muhasebecilere teslim etme devrinin de sona erdiğini bilmek zorundayız. Çünkü muhasebecilik geçmiş ve bugünü, derli toplu hâle getiriyor. Ancak finansman, geleceği öngörmek ve yaklaşan risklerle alakalı çözümleri tasarlamaktır. Gelir tablosunun üst satırları, genel müdürün sorumluluğundadır. Fakat, kalan tarafı CFO'nun vazife alanına girer. Ayrıca mali yönetim, kurumda her seviyede yapılması gereken bir faaliyettir. Risk yönetimi gibi mali yönetim için de CFO'nun, departmanlara süreç yönetimi için eğitim verecek seviyede olması gerekir. Bankalar ve finans kuruluşları faaliyet gereği, bu yapılanmada avantajlı durumdadır. Kalite süreçleri, gerçek hayatla anında sınıyor

ve strateji, her zaman mantıklı-heyecan veren-ulaşılabilir ayrıntılar içerir. Ancak Türkiye’de pek az kurum bu incelikte bir yapılanmaya sahip. Hedefler heyecan verici ve mantıklı olsa da söz konusu hedefler için gerekli yapılanma, insan kaynağı ve altyapı yetersiz. Dolayısıyla bir süre sonra tüm strateji, “Bana sormadan bir şey yapmayın.” taktiğine dönüşür. Hâlbuki kriz anlarında inisiyatif alan bireylere ihtiyaç var. Güçlü liderlik, inisiyatif alabilecek liyakata sahip insan sayısını artırmak iken tüm kararların bir kişi ya da grupta toplanması çözümleri geciktirir. Sonuç olarak, yaklaşmakta olan fırtınada firmaları ayakta tutacak olan yaklaşımı; ana stratejinin paydaşlarla beraber belirlenmesi, bunun tüm çalışanlar tarafından benimsenmesi, stratejinin tüm paydaşların görev alacağı şekilde tasarlanması, gücün dengeli şekilde dağıtılması, kritik kararların tabana yayılan hızlı bir süreç ile alınması ve ortak aklın yaratılması olarak tarif edebiliriz. Ayrıca söz konusu stratejinin kaliteden ödün vermeden, şartlara göre yenilenmesi de gerekecektir. Böyle dinamik bir süreci, kurumun içindeki ve dışındaki paydaşlarla sürekli iletişim içinde yürütebiliriz. Bu şekilde “sessiz istifa” gerçeğinin üstesinden gelmek mümkün olabilir diye düşünüyorum.



# TAPUTAKAS İLE HEM RİSKİ AZALT HEM ZAMAN KAZAN!

Gayrimenkul alım-satımından önce TapuTakas'ı cep telefonuna indirerek tapuda risk yönetimi yapabilir, alım-satım işlemlerini gerçekleştirmenin hızlı, kolay ve güvenli yolunu deneyimleyebilirsin.



Gayrimenkul alım satımından önce TapuTakas'ı telefonuna indir.



Hesap açmaya gerek kalmadan kullanmaya başla.



Hızlı ve pratik işlem süreçlerinden yararlan.



**TAKAS**  
İSTANBUL

**TapuTakas**

TapuTakas uygulamasını  
App Store ve Google Play Store  
üzerinden ücretsiz olarak indirebilirsiniz.

App Store

Google play



Dr. Can Fuat Gürlesel

## Dünya mal ticaretinde yavaşlama başladı

**D**ünya mal ticaretinde Rusya-Ukrayna Savaşı'nın etkileri, resesyon endişeleri ve para politikalarındaki sıkılaştırma beklentilerine bağlı olarak yavaşlama başlamıştır. Emtia ve nihai ürün fiyatlarındaki düşüşler de değer olarak dünya mal ticaretindeki yavaşlamaya neden olmaktadır.

Dünya mal ticareti yılın ilk çeyreğinde geçen yılın aynı çeyreğine göre değer olarak yüzde 22,6 artmış ve 6,12 trilyon dolara ulaşmıştır. İkinci çeyrekte ise mal ticareti geçen yılın aynı çeyreğine göre yüzde 15 büyüyerek 6,25 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Ağırlıklı olumsuz koşullara rağmen dünya mal ticaretindeki bu yüksek büyüme önemli ölçüde fiyat artışlarından ve enflasyondan kaynaklanmıştır. Temmuz ve Ağustos aylarında ise ticaretin yavaşladığı görülmektedir.

Dünya mal ihracatında lider ülke olan Çin yılın ilk yarısında ihracatını geçen yılın aynı dönemine göre

yüzde 14,2 artırmıştır. Yılın ilk yarısında salgın nedeniyle uzun süreli kapatmalar yaşanan Çin'de ihracat artışı dünya ortalamasının altında kalmıştır. Çin'in ihracatı Temmuz ayında açılmaların da etkisi ile yüzde 18,1 artmış ve 333 milyar dolara yükselmiştir. Ağustos ayında ise ihracat artışı yüzde 7,1'de kalmış ve 315 milyar dolar olmuştur. Çin'in ABD'ye aylık ihracatı 2020 yılından bu yana ilk kez gerilemiştir. AB pazarına ihracat artışı yüzde 3,6 olarak gerçekleşmiştir. Pazarlardaki durağanlaşma öncelikle Çin'in Ağustos ayındaki ihracatındaki yavaşlama ile belirginleşmeye başlamıştır.

Almanya bir diğer ihracat lideri ülkedir. Almanya'nın ihracat performansı küresel ticaret için önemli bir referans oluşturmaktadır. Almanya'nın ihracatı yılın ilk yarısında yüzde 2,5 artış ile 834 milyar dolar olmuştur. Rusya-Ukrayna Savaşı'nın etkilerini ticarete ilk yaşayan ülke Almanya'dır. Euro-dolar paritesindeki gerileme de dolar cinsinden hesaplanan ihracattaki büyümeyi sınırlamıştır. Almanya'nın Temmuz ayı ihracatı ise geçen yılın

aynı ayına göre yüzde 2,1 azalmıştır. İthalat da yüzde 1,5 düşüş göstermiştir. AB üyesi ülkelere ihracat yüzde 0,6 artarken ABD'ye ihracat yüzde 14 ve Çin'e ihracat ise yüzde 6,6 azalmıştır. ABD'deki yavaşlama, Çin ile ilişkilerdeki gerginlikler ve Rusya'ya olan ihracatın tamamen durmuş olması nedeniyle Almanya'nın ihracatında da gerileme başlamıştır.

ABD ihracatı yılın ilk yarısında yüzde 20,3 artarak 1,01 trilyon dolara ulaşmıştır. Temmuz ayında ihracat artışı geçen yılın Temmuz ayına göre yüzde 23,1 olarak gerçekleşmiş ve 181 milyar dolar olmuştur. ABD ihracat artışı yüksek performansını Temmuz ayında da sürdürmüştür. AB'ye ihracatta önemli artış vardır. AB'nin Rusya'dan ithalatı bıraktığı doğal gaz, petrol ve petrol ürünleri tedariki ABD'den yapılmaktadır. Bu nedenle ABD'nin toplam ihracatı da yüksek artışına devam etmektedir.

Japonya bir diğer önemli ihracatçı ülkedir ve ihracat performansı özellikle Asya-Pasifik'teki ticari gelişmeleri yansıtmaktadır.



TEMMUZ VE AĞUSTOS AYLARINDA KÜRESEL TİCARETİN YAVAŞLADIĞI GÖRÜLMEKTEDİR. KÜRESEL TİCARETTE YAVAŞLAMA, SON ÇEYREKTE KENDİNİ DAHA ÇOK GÖSTERECEK, 2023 YILININ İLK ÇEYREĞİNDE İŞE MUHTEMELEN BİR DARALMA GÖRÜLECEKTİR.

Japonya'nın ihracatı yılın ilk 6 ayında yüzde 0,8 artış göstermiştir. Ancak yeni dolar karşısında değer kaybı nedeniyle dolar cinsinden artış sınırlanmıştır. Yen olarak hesaplandığında Japonya'nın ihracatı yılın ilk yarısında yüzde 16 büyümüştür. Çin'in yılın ilk yarısında uzun süreli kapatmalara gitmesi Japonya'nın ihracat artışını sınırlamıştır. Temmuz ayında yen cinsinden ihracat artışı yüzde 19, Ağustos ayındaki artış ise yüzde 22,4 olmuştur. Dolar cinsinden ise artışlar ise yüzde 2,4 ve yüzde 2,6'dır.

Güney Kore dünyanın en yüksek ihracat yapan ülkeleri arasında yer almaktadır. Güney Kore'nin ihracatı 2022 yılının ilk yarısında yüzde 17 artarak 351 milyar dolara yükselmiştir. Temmuz ayında ihracat artış hızı yüzde 9,2'ye inmiştir. Ağustos ayında ise artış oranı yüzde 6,6 olmuştur. Ağustos ayında ihracat 56,7 milyar dolar ile önceki aylara göre azalmıştır. Güney Kore'nin Çin'e ve Rusya'ya olan ihracatında önemli yavaşlama görülmektedir. Güney Kore, Rusya'ya uygulanan yaptırımlara büyük ölçüde katılmaktadır. İngiltere Avrupa Birliği'nden

ayrıldıktan sonra dış ticarete uyum sürecine girmiştir. İngiltere ihracatı 2022 yılının ilk yarısında sterlin cinsi ile hesaplandığında yüzde 12,4 artış göstermiştir. İngiltere para birimi sterlin de dolar karşısında zayıflamaktadır. Bu nedenle dolar cinsinden ihracat artışı yılın ilk yarısında yüzde 7,9 olarak gerçekleşmiştir. Temmuz ayında sterlin cinsinden ihracat artışı yüzde 6,6 ve Ağustos ayında ise yüzde 5,1 olarak gerçekleşmiştir. İngiltere'nin Rusya'ya ihracatı büyük ölçüde

durmuştur. AB ve ABD'ye olan ihracat artışı da yavaşlamaktadır. İngiltere'de taşımacılık alanında yaşanan grevler de ticareti sınırlamaktadır.

Küresel ticarete yavaşlama, son çeyrekte kendini daha çok gösterecek, 2023 yılının ilk çeyreğinde ise muhtemelen bir daralma görülecektir. İkinci çeyrekte küresel mal ticaretinde ilk toparlanma işaretleri alınabilecektir. Türkiye'nin ihracat artışı da ortalamanın altında bir yavaşlama gösterecektir.



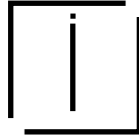


marka vizyon

Türkiye'nin devlet destekli ilk markalaşma programı "Turquality", Türk markalarının dünyaya açılmasına rehberlik ediyor.

# TURQUALITY

## Türkiye'nin yıldızlarını dünyanın zirvesine taşıyor



İlk kez 23 Kasım 2004 tarihinde yürürlüğe giren Turquality, küresel pazarlarda gerçekleşen değişimler ve program paydaşlarının talepleri dikkate alınarak stratejik bir gelişim ve değişim sürecini tamamladı; bugün bulunduğu noktaya ulaştı. Pilot uygulama olarak hazır giyim ve tekstil

sektörüne yönelik desteklerle hayat bulan program, 2005 yılının Temmuz ayında "Turquality Stratejik Planı" ve "Markalaşma Yol Haritası" olarak meydana getirildi. Stratejik Planlama çalışması doğrultusunda, Turquality programına dâhil edilecek şirket sayısındaki gelişmenin artırılmasına karar verildi. Ek olarak pilot sektör ilan edilen tekstil ve hazır giyim ile





marka vizyon

birlikte programa diğer sektörler de dâhil edildi.

2015 yılında hizmet sektörleri de üretim sektörleri gibi program kapsamına alındı. 2016 yılında standartlar oluşturuldu. Türk markalarını stratejik, fonksiyonel ve operasyonel olarak küresel pazardaki rakiplerinin seviyesine ulaştıran bir destek ve iş modeli olan Turquality; dünya markası olmayı hedefleyen firmaların, pazarlamadan siparişe, sipariştan üretime, üretimden satışı, satıştan satış sonrası hizmete kadar uçtan uca bütün süreçlerini kapsıyor.

#### TURQUALITY'NİN AMACI

Turquality, marka potansiyeli olan firmalara, uluslararası bir marka olma yolunda finansal kaynak sağlıyor. Program kapsamına alınan şirketlerin yönetim kadrolarına yönelik eğitim desteği veriyor. Program, yurt dışı pazarlarda, pozitif şekilde Türk malı imajının oluşturulması ve devamlılığının sağlanması amacıyla iletişim ve tanıtım faaliyetlerinde bulunuyor.

Program kapsamına alınan Türk şirketlerinin marka bilinci artıyor. Türk şirketlerinin, hedef pazarlara yönelik alınacak veya planlanacak aksiyonları için istihbarat desteği sağlanıyor. Turquality'e dâhil olan şirketler, Türk markalarına öncü

oluyor ve diğer Türk markalarının yurt dışında marka değerini artırıyor.

#### SAĞLANAN DESTEKLER

Pazar bazlı firmalar, üst limit olmaksızın yüzde 50 oranında ve beş yıl boyunca destekleniyor. Firmaların performanslarına bağlı olarak Turquality programında firmalar sınırsız olarak kalabiliyor.

- Tanıtım/ Reklam/ Pazarlama / Halkla İlişkiler Harcamaları
- Yurt Dışı Birim Kira Giderleri (Ofis, depo, mağaza, showroom)
- Mağaza Dekorasyon Giderleri
- Showroom / Reyon / Gondol / Raf / Satış Alanları Kira Harcamaları
- Moda, Endüstriyel Ürün Tasarımcısı, Mühendis, Aşçı/Şef Brüt Maaşları
- Marka Tescili ve Koruması, Patent, Faydalı Model ve Endüstriyel Tasarım Tescil Giderleri
- Kalite, Hijyen, Ürün ve Çevre Belgeleri Harcamaları ile Ürün Test ve Analiz Giderleri
- Franchising Kapsamında Dekorasyon Giderleri
- Franchising Kapsamında Kira Giderleri
- Danışmanlık Giderleri
- Yazılım Lisans Giderleri, Yazılım Kiralama Giderleri, Yazılım Bakım Anlaşması Harcamaları, Özel Yazılım Geliştirme Giderleri
- Pazar Araştırması Yaptırma ve Pazar Araştırması Raporu Satın Alma Giderleri.

2004

İLK KEZ  
YÜRÜRLÜĞE  
GİRDİ

2005

"TURQUALITY  
STRATEJİK PLANI"  
VE "MARKALAŞMA  
YOL HARİTASI"  
OLUŞTURULDU

2015

HİZMET  
SEKTÖRLERİ,  
PROGRAM  
KAPSAMINA  
ALINDI

2016

BELİRLİ  
STANDARTLAR  
OLUŞTURULDU



Mavi CEO  
Cüneyt Yavuz

### “RAKİPLERİMİZE FARK ATIYORUZ”

Mavi, 1996 yılında ABD, Kanada, Almanya gibi batı ülkelerine denim satmak için yola koyuldu. Bugün, dünyanın beş büyük markasından biriyiz. Turquality gündeme geldiği zaman, ortaya stratejik bir iş planı koymamız gerekiyor. İş yapış süreçlerinizi, gözden geçirmelisiniz. Turquality, stratejik düşünme kapasitesini artırdı. Ayrıca Türkiye sınırlarını aşarak uluslararası boyutta düşünme becerisi kazandırdı. Güvenle pazarlara giriyoruz ve rakiplerimize fark atıyoruz.



Biscolata, Ozmo-Şölen CEO  
Elif Çoban

### “MOTİVASYONUMUZU YÜKSELTTİ”

Marka olarak, 100'e yakın ülkeye ihracatımız var. Yakın coğrafyalar, Orta Doğu, Balkan ülkeleri, Türki Cumhuriyetler her zaman bizim ana pazarlarımız oldu. Latin Amerika ve Kuzey Amerika'yı da içine alan bir bölgede müdürlük kurduk. Şölen Amerika'yı kurduk. Turquality bize şunu öğretti: Pazarı anlamalısınız, hangi pazarda başarılı olabileceğinizi tespit ederek oraya yoğunlaşmalısınız. Bizim motivasyonumuzu çok yükseltti.



Vestel İcra Kurulu Başkanı  
Enis Turan Erdoğan

### “DİNAMİZM VE GÜVEN GETİRDİ”

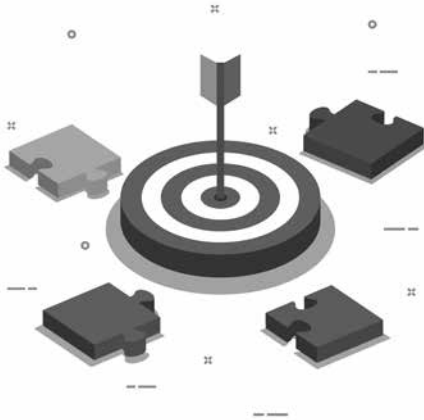
Vestel markamızla Rusya, İran, Türki Cumhuriyetler, Orta Doğu ve Kuzey Afrika gibi ülkelerde bu uygulamanın kapsamına girdik. Turquality programı bir dinamizm ve güven getirdi. İhracatçıya, markasının arkasında durmayı gösterdi. Özellikle uzun vadeli, stabil, denenmiş ve kriterlerinin oturmuş olması çok önemli. Adı güzel, rengi güzel, kendisi de güzel bir uygulama.



Koton Yönetim Kurulu Başkanı  
Yılmaz Yılmaz

### “KATALİZÖR GÖREVİ GÖRDÜ”

Koton, 24 ülkede faaliyet gösteriyor. Rusya, Romanya, Kazakistan'da oldukça büyüğüz. Bu yıl itibarıyla Fas, Belarus ve Fransa'ya girdik. Turquality, dünya çapında bir başarıya ulaştı ve en önemli farkı da sizin stratejinizin ve markanızın önüne geçmeden sizi destekliyor olması. Turquality, markalara yol göstererek onların kurumsallaşmasına fırsat tanıyor.





ETİ Pazarlama Grup Başkanı  
Zeynep Dipçin Akdoğın

### “ÇOK KIYMETLİ BİR TEŞVİK”

Özellikle markalaşma yatırımı yaptığımız ülkelerde, Turquality bizim için çok önemli. Irak, Azerbaycan, Romanya, Arnavutluk, Balkanlar markamızın öncelikli bölgelerini kapsıyor. Programın desteğine, sadece finansal olarak bakmamak lazım. Sadece başvuru sürecinde alınan bilimsel danışmanlık sonucunda geliştirdiğiniz süreçler ve öngördüğünüz stratejik planlar dahi, şirketin hem vizyonuna hem de kurumsallaşmasına ciddi bir katkı sağlıyor. Diğer teşvik platformlarından çok ciddi bir farkı var. Bir kere markanızın, değer katarak büyümesini sağlıyor. Türk malı imajını geliştiriyor ve dolayısıyla Türkiye'nin imajını da güçlendiriyor. Çok kıymetli bir teşvik programı.



Duru, Arko-Evyap İcra Kurulu Başkanı  
Mehmet Evyap

### “VERİLEN EN BÜYÜK DESTEK”

Markalarımıza Turquality'den 20 ülkede yaptığımız yatırımlar ve pazarlama faaliyetleri karşılığında destek aldık. Rusya, Ukrayna, Irak, İran, Mısır ve Turki Cumhuriyetler bunun içinde en önemli ülkeler oldu. Örneğin rublede yüzde 100'e yakın devalüasyon oldu. Bir anda zarar ettik ama zarar ederken markaya yatırımlarımız kesilmedi. Turquality, ihracatçının arkasındaki önemli bir destek ve teşviğin imkânını sağladı. Bir başaracakken bugün üçü başarır hâle geldik. Markanız, zaten bir süre sonunda sizi bir yere getiriyor ama markaya yatırım, uzun vadede kalıcı değerdir. Turquality, cumhuriyet tarihinde verilen en büyük destektir.



Beko-Arçelik CFO  
Palat Şen

### “VİZYONER BİR TEŞVİK”

Bugün itibarıyla Avrupa'da en büyük oyunculardan biri hâline geldik. Şu anda Beko markası, İngiltere'de pazar payıyla lider konumda bulunuyor. Polonya'da marka itibarıyla birinci konumdayız. Aynı şekilde Romanya, Güney Afrika ve Türkiye'de birinciliğimizi sürdürüyoruz. Bu başarılar, 10 yıl önce hayal edebileceğimiz şeyler değildi. Turquality'nin vizyoner bir teşvik olduğunu düşünüyorum. Daha fazla satış yapmakla yüzde 10 büyürsünüz, ülkeye katkınız yüzde 10 artar. Markaya yatırım yaptığınız zaman yüzde 10 büyürsünüz dahi yarattığınız değeri artırabilirsiniz yüzde 100 bile katkı yaratabilirsiniz.

### TURQUALITY'NİN HEDEFLERİ

- 10 yılda 10 dünya markası yaratmak
- Güçlü global Türk markaları geliştirerek ülkemizin ihracatını artırmak
- Güçlü Türk markaları geliştirerek “Türk Malı” imajını ve Türkiye'nin itibarını güçlendirmek
- Türk firmalarının marka bilincini artırmak
- Seçilmiş marka potansiyeli taşıyan firmalara destek olmak
- Seçilmiş Türk markaları için bir inkübatör ve katalizör olmak



# Yenilenebilir enerji düzeni kuruluyor

ABD ve AB başta olmak üzere dünyanın en büyük ekonomileri, fosil yakıta bağımlılığı azaltacak devasa enerji paketleriyle, enerji krizini fırsata dönüştürmeye çalışıyor.

**ULUSLARARASI ENERJİ AJANSI (IEA)** Başkanı Fatih Birol, “Yepyeni bir enerji düzeni kuruluyor” diyerek enerji pazarındaki hareketliliğe ve enerji teknolojilerinden ticaret güzergâhlarına kadar her şeyin yeniden şekillendiğine vurgu yapıyor. Bunu tetikleyen iklim krizi ile mücadeleden ziyade Rusya’nın sahip olduğu enerjiyi, Avrupa’ya karşı silah olarak kullanması oldu. Peki savaşın kazananı kim olacak? Bunun tek bir doğru cevabı var: Savaşın kazananı olmaz! Fakat teknolojiler ve politikalar doğru

yönetilirse, Avrupa ile Rusya arasındaki enerji kavgasının kazananı “çevre” olabilir.

Uluslararası Enerji Ajansı (IEA) Başkanı Fatih Birol, Financial Times için kaleme aldığı yazısında, enerji krizinin fosil yakıtların egemen olduğu mevcut enerji sisteminin sürdürülebilir olmadığını net bir şekilde gösterdiğine vurgu yaparak, bu durumun daha temiz, kolay ulaşılabılır ve daha güvenli bir enerji sistemine geçiş için tarihi bir fırsat olduğunun altını çiziyor.





## enerji ekonomi

### REPOWEREU İLE YENİLENEBİLİR ENERJİYE 300 MİLYAR DOLAR

Avrupa Birliği (AB) ve ABD başta olmak üzere, ülkeler, bu alanda önemli adımlar atmaya başladı. REPowerEU planını Mayıs ayında açıklayan AB, bu planla 2030 yenilenebilir enerji hedefini yüzde 40'tan yüzde 45'e çıkardı. Plan doğrultusunda AB ülkeleri, Rusya'nın fosil yakıtlarına bağımlılığı sona erdirmek ve yenilenebilir enerji kaynaklarını artırmak için enerji alanında 300 milyar euro'luk yatırım yapacak. Bunun 225 milyar euro'sunun kredi, yaklaşık 75 milyar euro'sunun ise hibe olması planlanıyor. Söz konusu finansmanın yüzde 95'inin temiz enerjiye geçişi hızlandırmada kullanılacağı belirtilirken, 10 milyar euro'nun üye ülkeler arasındaki doğal gaz ve LNG bağlantılarında, 2 milyar euro'nun Rus sevkiyatının yerine kurulacak petrol alt yapısında kullanılacağı açıklandı.

### ABD'NİN EN BÜYÜK İKLİM PAKETİ YASAYA GİRDİ

Benzer bir adım da Ağustos ayında ABD'den geldi. ABD Başkanı Joe Biden'ın, enflasyonun düşürülmesine yönelik imzaladığı "Enflasyonu Düşürme Yasası" ülkenin, şu ana kadar onaylanmış en büyük iklim paketi olarak kabul ediliyor. Yasaya göre, enerji güvenliği ve iklim değişikliğiyle mücadeleye yönelik yatırımlar için 369 milyar dolarlık kaynak ayrılacak. Bu yatırımlarla, enerji faturalarının yılda 500 ila 1000 dolar arasında düşürülmesi, karbon emisyonunun 2030'a kadar yüzde 40 azaltılması hedefleniyor.

### ÇİN, YENİLENEBİLİR ENERJİ YATIRIMLARINI HIZLANDIRDI

Geçen yıl küresel temiz enerji

### REPOWEREU HEDEFLERİ

AB Güneş Stratejisi oluşturularak 2025 yılına kadar güneş enerjisi kapasitesinin iki katına çıkarılması.  
Yeni kamu ve ticari binalara ve yeni konut binalarına güneş panelleri kurmak için yasal zorunluluk getirilmesi.  
Isı pompalarının kullanım oranının iki katına çıkarılması.  
Jeotermal ve güneş enerjisinin ısıtma sistemlerine entegre edilmesi.  
Yenilenebilir enerji projelerinde izin süreçlerini kolaylaştırmak için düzenlemelerin geliştirilmesi.  
Çimento, demir-çelik gibi karbonsuzlaşması zor endüstrilerde ve ulaşım sektörlerinde fosil yakıtların yerini almak üzere 2030 yılına kadar 10 milyon ton yerli yenilenebilir hidrojen üretimi ve 10 milyon ton hidrojen ithalatı hedefinin belirlenmesi.

yatırımları, 2020 yılına kıyasla yüzde 27 arttı ve bunun bu yıl için çok daha yüksek olması bekleniyor. Sera gazı emisyonlarında en fazla paya sahip Çin, 2021 yılında küresel temiz enerji yatırımlarının üçte birini gerçekleştirmişti ve bu konudaki adımlarına bu yıl da devam ediyor. Rüzgâr ve güneş enerjisine dayalı enerji kapasitesi yılın ilk beş ayında yüzde 21 oranında arttı. Dünyanın en fazla sera gazı emisyonu üreten ülkesi olan Çin'in 2030 yılına kadar fosil dışı enerji tüketiminin payını yüzde 25'e çıkarma hedefi bulunuyor. Sera gazı emisyonlarında önemli paya sahip Hindistan da BM'nin COP26 hedefleri doğrultusunda hayata geçirdiği eylem planında; karbon emisyonunu 2030'a kadar yüzde 45 azaltmayı ve 2070'e kadar da "net sıfır" karbon hedefini gerçekleştirmeyi amaçladığını açıkladı.

### NÜKLEER ENERJİYE GERİ DÖNÜŞ BAŞLADI

Dünyanın en büyük üçüncü ekonomisi Japonya ise Yeşil Dönüşüm (GX) programı kapsamında, daha fazla nükleer santral inşa etmeyi ve atıl



durumda olan tesisleri de yeniden sisteme sokmayı planlıyor. Nükleerden çıkışa karar veren Belçika hükümeti de IEA'nın tavsiyesi üzerine nükleerden çıkışı 10 yıl erteleme kararı aldı.

### ENERJİ KANALLARININ ROTASI DEĞİŞECEK

Nükleer enerjiyi gündemine alan çok sayıda ülke var ve her ülke enerji politikalarını yeniden gözden geçirmeye başladı. Bundan sonraki dönemde eski enerji düzenine geçme şansının olmadığını düşünen Uluslararası Enerji Ajansı (IEA) Başkanı Fatih Birol, "Yepyeni bir enerji düzeni kuruluyor. Ülkelerin seçtikleri enerji teknolojilerinden ticaret güzergâhlarına kadar her şey yeniden şekilleniyor." diyor.

Gelişmeler, Fatih Birol'un düşüncesini doğruluyor. Örneğin 2019'da dünyada satılan 100 araçtan sadece ikisi elektrikli iken, bugün satılan her 100 araçtan 10'u elektrikli oldu. Bunun artarak devam etmesi ile petrole olan talebin, 2025'te ciddi oranda azalması bekleniyor. Bu beklenti petrol şirketlerinin elde ettikleri kazançlarının bir kısmını, petrol yatakları yerine temiz enerji

kaynaklarına yatırmasını sağlayacaktır. Aksi hâlde bu yıl tarihî kârlar açıklayan petrol şirketlerinin pazardan elenmesi söz konusu olabilir.

Rusya'nın Avrupa'ya giden gaz boru hattını kesmesiyle Avrupa'da gaz maliyeti yüzde 30 arttı. Bu durum enflasyon ile mücadele eden AB ekonomisine baskı yapacak olsa da orta vadede ibre, tersine dönebilir. Çünkü Rusya'nın batısında yer alan bütün doğal gaz yatakları, boru hatlarıyla Avrupa'ya bağlanmış durumda ve Rus doğal gaz ihracatının en büyük kısmı Avrupa'ya yapıyordu. Avrupa, gaz için yeni tedarikçiler veya yeni çözüm bulduğunda, Rusya elde ettiği gelirinden olacak. Savaş öncesine kadar Rus petrolünün yüzde 50'si de Avrupa'ya gidiyordu. Petrolün Rusya'dan Avrupa'ya gitmesi 4-5 gün sürdüğü için Avrupa, Rusya için en avantajlı pazardı. Rus petrolünün Asya'ya gitmesi ise iki ayı buluyor. Sürenin kısaltılması için yeni boru hatlarının yapılması gerekiyor. Fakat yine de Rusya'dan Asya'ya petrol akışı hızlanmış durumda. Bu durum Asya'yı domine eden Orta Doğu petrolünün Avrupa'ya yönelmesini sağlayabilir.

### AFRİKA LNG VE YENİLENEBİLİR ENERJİ İÇİN AB'NİN RADARINDA

Yenilenebilir enerji kaynakları için yatırımlar artsa da hâlâ fosil yakıt yatırımlarının büyüklüğü daha fazla ve bu alanda da yeni projeler konuşuluyor. Bu anlamda Avrupa ülkeleri, Afrika kıtasını gözünü kestirmiş durumda. Çünkü Afrika, sahip olduğu büyük rüzgâr ve güneş enerjisi için avantajlı olsa da fosil yakıtta da zengin rezervlere sahip. Afrika bugün, küresel gaz talebinin yalnızca yüzde 15'ini karşılıyor ve bunun büyük kısmı da Cezaïr'den tedarik ediliyor. Nijerya, Senegal ve Angola gibi ülkelerde sıvılaştırılmış doğal gaz rezervlerinin potansiyeli oldukça yüksek. AB, Mısır ve İsrail arasında enerji mutabakat muhtırası anlaşması imzaladı. Anlaşmaya göre; İsrail'den Mısır'a doğal gaz boru hattı kurulacak ve Mısır'da sıvılaştırılan doğal gaz, Avrupa'ya ulaştırılacak. İsrail, gelecek yıllarda yeni üretim ve işleme sahalarıyla doğal gaz üretim kapasitesini iki katına çıkarmaya hazırlanıyor. Almanya ise doğal gaz rezervi zengini Senegal'in yenilenebilir enerji projelerine destek vereceğini açıkladı. Almanya'nın Güney Afrika'da fotovoltaik ve rüzgâr tesislerinin kurulmasına destek sağlamanın yanı sıra, aynı zamanda hidrojen ortaklığı hedeflediği de ifade ediliyor.

# Şirketinizde cihazlarınızı kontrol ederek enerji tasarrufu sağlayabilirsiniz

RED ENERJİ'nin alarm sistemi özelliğiyle reaktif enerji kullanımınızı kontrol edebilir, cihazlarınızı uzaktan yöneterek enerji tüketiminizi %30'a kadar azaltabilirsiniz.

Az Enerji

ÇOK İŞ

Birlikte mümkün



vodafone  
business

Test koşullarında elde edilmiş verilerdir. Detaylar: [vodafone.com.tr](http://vodafone.com.tr)



Altınbaş Üniversitesi  
Prof. Dr. Hayri Kozanoğlu

## ENERJİ KRİZİNDEN EN FAZLA AVRUPA ETKİLENİYOR

2021'de yaşamın normalleşmeye başlamasıyla birlikte enerji tüketimi pandemi öncesi dönemin üzerine çıktı. Uzmanlar, dünyanın 1970'lerden beri gözlenen en büyük enerji kriziyle karşı karşıya olduğunu dile getiriyor. Ocak 2020 ile Aralık 2021 arasında Dünya Bankası'nın enerji fiyat endeksi yüzde 50 arttı. 2022'nin Ocak-Nisan döneminde de yüzde 26,3'lük bir sıçrama oldu. Bu gösterge kömür, petrol, doğal gaz fiyatlarındaki genel yükselişi yansıtıyor. Ham petrol fiyatlarında ise Nisan 2020 ile Nisan 2022 aralığında tek başına yüzde 350'lik bir artış yaşandı.

### YENİLENEBİLİR ENERJİ KAYNAKLARINA YATIRIMLAR ARTABİLİR

Bununla birlikte, henüz küresel ekonomide 1970'lerdeki gibi bir şoktan söz edemeyiz. Bunun nedeni, aradan geçen sürede teknolojiye gelişmeler, hizmet sektörünün ekonomideki ağırlığının artması gibi etmenlerle enerjinin ekonomi üzerindeki etkisinin göreceli olarak azalması diyebiliriz. Dünya Bankası'nın projeksiyonlarına göre petrol, doğal gaz ve kömür fiyatlarının birleşik etkisiyle küresel büyümenin 2022'de yüzde 0,5, üzerine 2023'te bir yüzde 0,3 daha, toplamda yüzde 0,8 yavaşlaması bekleniyor. Fosil yakıt fiyatlarındaki bu yükselişin olumlu etkisi olarak, yenilenebilir enerji kaynaklarına yapılacak yatırımlar canlanabilecek. Yenilenebilir enerji üretimi 2021'de yüzde 17 artışla, küresel enerji üretiminin yüzde 13'ünü oluşturdu. Son iki yılda kaydedilen enerji üretim artışının yarısından fazlası yenilenebilir enerjiden geldi. Dünyanın bu dönemi yenilenebilir, enerjiye dönüşüm fırsatı olarak değerlendirmesi hayati önem taşıyor. Eğer dünya temiz enerji yatırımlarını hızlandıramazsa kısa vadede yaşanan sorunlar, uzun vadede küresel ısınma başta olmak üzere daha büyük insani felaketlerin kapısını aralayabilir. O nedenle bu sarsıntılı süreç, bir durum muhasebesi yapmak için şans kabul edilmeli. Fosil yakıtlara bağımlılığı azaltacak önlemleri yaşama geçirmek büyük önem taşıyor.

### "ENERJİ FİYATLARININ ARTIŞINDAN EN FAZLA AVRUPA ETKİLENİYOR"

Enerji fiyatlarının artışından en fazla Avrupa Birliği (AB) etkileniyor. Rusya'nın Ukrayna'yı işgaliyle AB'nin enerji sorunları ağırlaştı ve enerji güvenliği tehlikeye girdi. Rusya'dan yapılan ithalat, AB'nin doğal gaz tüketiminin yüzde 40'ını oluşturuyor. Petrol ve kömürde ise Rusya'nın yüzde 20'lik ağırlığı var. Toplam tüketimin yüzde 40'ı sanayi sektörüne, geri kalanı ise ulaşım ve hane halkına ait.

### AVRUPA'DA DURGUNLUK TEHDİDİ

Euro Bölgesi'nin dört büyük ekonomisi olan Almanya, Fransa, İtalya ve İspanya'da ayrıca tedarik zinciri aksamaları, kuraklık ve iş gücü arzı yetersizliği nedeniyle durgunluk tehlikesi baş gösteriyor. Sonbaharda enflasyonun yüzde 13'ü aşması beklenen İngiltere'de ise şimdiden ekonominin çarkları yavaşlamış durumda. Türkiye'nin de bir numaralı ihracat pazarı olan AB Bölgesi'ndeki Almanya da doğal gazda gereksiniminin yarısını, petrolde ise üçte birini Rusya'dan sağlıyor. Kremlin'in enerji tedarikini yavaşlatması sonucu Almanya'nın lokomotif sanayi sektörü zor günler geçiriyor. Elektrik üretiminin yüzde 70'i nükleer enerjiden gelen Fransa ise görece daha az zorda. Yine de bu kış enerji kısıntıları yaşanması bekleniyor. İtalya da Almanya gibi Rus doğal gazına bağımlı bir ülke.

### NASIL BİR ENERJİ POLİTİKASI İZLENMELİ?

Böyle kritik bir dönemde izlenecek enerji politikaları da büyük önem kazanıyor. Genel eğilim, enerji tasarrufu sağlamak, aşırı tüketimi caydırmak için ek vergiler getirmek; bir yandan da yoksul kesimlere enerji sübvansiyonları vermek şeklinde gerçekleşiyor. Ancak bunda da hassas bir denge tutturulmalı ve süreç, özenli mali politikalarla desteklenmeli. AB'de yükselen fiyatların tüketicileri çok zor durumda bırakması, yaklaşan kış aylarında evlerin ısınmaması, fabrikaların stop etmesi tehlikesi karşısında Avrupa Komisyonu, enerji fiyatlarına müdahale kararı aldı. Buna göre, İngiltere'de konutların elektrik faturası yıllık 2 bin 500 pounda sabitlendi. Hiçbir şekilde ödemeler bu rakamı geçemeyecek.

### TÜRKİYE'NİN 2022 ENERJİ FATURASI 103,5 MİLYAR DOLAR

Enerji fiyatlarının artışı enerji ihracatçısı ülkelerin yüzünü güldürüyor. Ancak enerji ithal eden Türkiye'de ise ödemeler dengesi, sorunlarının ağırlaşmasına neden oluyor. IMF'ye göre Orta Doğu ve Orta Asya'nın enerji ihracatçılarının sırf petrol satışından gelirlerinin 2022'de 320 milyar doları aşması bekleniyor. Türkiye'de son açıklanan Orta Vadeli Program'da 2022 enerji faturası 103,5 milyar dolar tahmin edildi. 2023 için ise petrolün varilininin 88 dolardan işlem görmesi ve enerji ithalatının 85 milyar dolar olması öngörülüyor. Fiyatların daha yüksek seyretmesi durumunda, hâliyle 22 milyar dolar beklenen cari işlemler açığı da artacak.

TİM İŞ BİRLİĞİYLE 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; konaklama, restoran ve daha birçok konuda avantajlardan yararlanın.



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](http://maximiles.com.tr) ve şubelerimizde.





nasıl başardılar

Ahmet Ahlatcı

## AHLATCI HOLDİNG

# DEĞERLİ METALLERDEN YÜKSEK TEKNOLOJİLERE...

Ticari hayatına Anadolu'da bir kuyumcu dükkânıyla başlayan Ahlatcı Holding, bugün savunma ve havacılık sanayi gibi yüksek teknoloji yatırımlarına yöneldi. Şirketin kurucusu Ahmet Ahlatcı, holdingi "29 ülkeye 5 milyar dolar ihracat yapan yerli ve milli bir Türk şirketler topluluğu" olarak tanımlıyor.



Itın üreticisi Ahlatcı Holding'in web sayfasına girdiğinizde sizi şöyle bir slogan karşılar: "Güven

Altından Değerlidir!" Şirketin kurucusu Ahmet Ahlatcı, 39 yıl önce bir kuyumcu dükkânı olarak kurulan markanın holdingleşme başarısının arkasında güven ilkesinin olduğunu vurguluyor. Çorum'un Eğridere çarşısında küçük bir kuyumcu dükkânı ile başlayan yolculuğun bugün yüksek teknolojilere yatırım yapan büyük bir holdinge uzanan hikâyesini Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Ahlatcı'dan dinledik.

**Bir kuyumcu dükkânıyla başlayan ticari hayat, bugün altı farklı sektörde onlarca şirket ile devam ediyor. Neler hissediyorsunuz?**

Çorum'un Eğridere çarşısında

küçük bir kuyumcu dükkânında, 1984 yılında başladığım yolculuğun bir holding ile taçlanmış olması oldukça gurur ve mutluluk verici bir durum. Bu meşakkatli yolda sevgili ailemin ve çalışkan çalışma arkadaşlarımla büyük özverileriyle, her geçen yıl büyüyerek altı sektörde faaliyet gösteren, bölgemizin önde gelen holdinglerinden biri olmayı başardık. Memleketimizin en büyük şirketler grubu olmanın haklı gururunu yaşıyoruz. Çorum'un her sekiz hanesinin birinde Ahlatcı Holding'in bir çalışanı var. Doğrudan ya da dolaylı olarak istihdam sağladığımız her Çorumlunun, Ahlatcı Holding ailesinin değerli bir parçası olduğuna inanıyorum. Bu nedenle 39 yıllık tecrübesi ve 4 bin 500'ü aşan çalışanıyla büyük bir aile olduğumuzu söyleyebilirim.



**nasıl** başarılılar

### **Farklı sektörlerle yönelme fikri nasıl oluştu? Ahlatcı Holding bugün nasıl bir büyüklüğe ulaştı?**

Farklı sektörlerde olmamız aslında yapılan her yatırımın bir sonrakiyle yakından ilgili olmasıyla başladı. Kuyumculuktan enerjiye, sağlıktan gayrimenkule, savunma sanayisinden finansa kadar oyuncu olduğumuz tüm sektörler, aynı organizmanın birer yapı taşı olarak birbirini tamamlıyor.

Ahlatcı Holding olarak, 2 milyar Türk lirası özsermayeli, yıllık 390 milyar Türk lirası ciro büyüklüğüne sahip, 29 ülkeye 5 milyar dolar hacminde ihracat yapan yerli ve millî bir Türk şirketler topluluğuyuz.

### **İhracat yapılanmanız hakkında bilgi verir misiniz?**

Holding bünyesinde oluşturulan ihracat birimimiz, her yıl yapılan ihracatları yıl sonunda değerlendirerek gelecek yılın ihracat planlarını yapar ve buna göre öngörü raporu hazırlar. Zaten yıllardır oluşmuş bir müşteri portföyü var. Bu açıdan işlerimiz daha kolay oluyor. Temel ihracat kalekimiz değerli metal olduğu için zaten ihracat yapılacak ülke ve sektörler çok net. Bu açıdan ihracatı artırabilmek için hem ülke içindeki hem de ülke dışındaki haksız rekabet unsurlarını ortadan kaldıracak çalışmalar yapılmaktadır. Gerek malzeme gerekse işçilik açısından en ufak taviz verilmeden kalite değeri uluslararası boyutta talep gören ürünleri piyasaya arz ediyoruz. Bununla birlikte iş geliştirme birimimiz ve ürün grubumuz yeni pazarların bulunması ve ürünlerin bu pazarlara arzı ile ilgili de ortak çalışma yapmaktadır.



**Holding bünyesinde faaliyet gösteren şirketlerden Ahlatcı Kuyumculuk, ihracat hacminde yüzde 475 büyüme yakalayarak 2021 yılında Türkiye'nin ilk 1000 İhracatçısı listesine 37'nci sıradan girmeyi başardı.**

### **İhracat birim değerini artırabilmek için neler yapılmalı?**

Bilindiği üzere ihracat yapabilmek için hedef ülkelerin tanımladığı temel standartlarda ürün veya hizmet üretme kapasitesine sahip olmanız gerekiyor. Ancak bunu yaparken en temel kriter, kaliteli ve devamlılığı olan ürünü piyasaya arz edebilmek. Bu, şirketlerin sürdürülebilirliği açısından da çok önemlidir. Diğer bir unsur da haksız rekabettir. Haksız rekabetin önüne geçilmesi hâlinde tüm ürün ve hizmetlerde hem toplam kalite yükselecek hem de ihracat birim değeri artarak istenilen seviyeye gelecektir. Bizim



## nasıl başardılar

şirket başarımız da piyasada yaşanan sorunlara, haksız rekabete, merdiven altı ürünlere rağmen, üretimimizi tüm proseslere uygun ve kalite kontrol sürecinden geçirerek satışa hazır hâle getirmemizden geliyor.

### **Haksız rekabetin bulunduğu ortamda marka olmak, kurumların faaliyetleriyle öne çıkmasında nasıl bir rol oynuyor?**

Öncelikle güven en önemli unsurdur. Tabii güven, deneyimle birlikte olursa markalaşma süreci başlar. Özellikle COVID-19 pandemi sürecinde markalaşmanın ne kadar önemli olduğu bir kez daha ortaya çıkmıştır. Özellikle ihracat hedefi olan markaların dikkat etmesi gereken en önemli nokta markanın kendisini çok net bir şekilde ifade etmesi ve neye hizmet ettiğini anlatmasıdır. Çünkü ihracat yolculuğunda her bir noktada farklı denetimler ve aynı değeri pazara sunmaya çalışan rakip markalar olacaktır. Eğer marka mavi okyanus stratejisine göre “Rakipsiz Marka Yaratmak” fikriyle yola çıkıyorsa,

markanın temel amacı rekabetin olmadığı yeni bir pazar yaratmak olmalıdır. Marka stratejisinin temel amacı "farklılaşma"dır. Maliyeti düşürürken aynı zamanda müşteri değerini artırarak müşteri kitlesini değiştirmek rekabetin azaltılması için önemli bir adımdır. Sonuç olarak “Azalt, Yok Et, Arttır ve Yarat.” Yeni bir fikre odaklanmalı, rakiplerden uzaklaşmalı ve çarpıcı bir slogan ile kendi pazarınızı oluşturmalsınız. Aksi taktirde başarılı olma olasılığı oldukça zayıf olacaktır.

### **Ahlatıcı Holding büyümeyi ve geleceği nasıl yönetiyor?**

Ahlatıcı Holding olarak, 2022 yılı ilk çeyreğinde aldığımız bir kararla tüm yapının kurumsallaşması ve ortak bir anlayışla yönetilebilmesi için “Ahlatıcı Kurumsallaşma Projesi (AHLKP)” adı altında gerekli gördüğümüz altı adımı atarak harekete geçtik. Belli kural ve ilkelere göre şekillenmiş bir sistem kuruldu. Kişiyeye göre iş değil! İşe göre kişi seçimi ilkesi benimsenmiştir. Çalışanlar ve onların kişisel yetenek

## AHLATCI HOLDİNG'İN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VİZYONU

Temeli insan kaynağı olan sektörel faaliyetimizin merkezinde “korumak” var. Ekonomik, finansal, çevresel ve sosyal performansımızla Sürdürülebilirlik Endeksi'nde (DJSI) sorumlu bir grup olma yolunda hızla ilerliyoruz. Korumanın en önemli parçası sürdürülebilir olmaktır. Ahlatıcı Holding olarak sürdürülebilirliğimizi ölçülebilir kriterler üzerinden değerlendirmekteyiz. Bu kapsamda Ahlatıcı ilerlemesini ölçmek ve etkisini güçlendirmek “Grup Sürdürülebilirliği” kavramı üzerinde yeni bir yapılanma başlattık.. İç denetim mekanizması yanında grubun kurumsal sorumluluk stratejisinin uygulanmasını denetlemek ve koordine etmek için 2023 yılında yeni bir birim kurulması için çalışmalar yürütüyoruz.. Bütün adımlar uzun vadede Birleşmiş Milletler Küresel İkeler Sözleşmesi kapsamında sürdürülebilirliğe adanmış olup hedef bu konuda faaliyet gösterilen tüm sektörlerde ulusal ve uluslararası paydaşlarla iş birliği yaparak tüm değerler zincirini kapsayan ve Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'na katkı sağlayan sürdürülebilir bir iş modeli geliştirmektir.

Bu doğrultuda, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın (UNDP) yoksulluğu ortadan kaldırmak, gezegenimizi korumak ve tüm insanların barış ve refah içinde yaşamasını sağlamak amacıyla belirlediği 17 ana hedefle ilgili küresel bir gündemden; Açlığa Son, Sağlık ve Kaliteli Yaşam, Nitelikli Eğitim, İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme, Sanağı, Yenilikçilik ve Altyapı, Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar, Sorumlu Tüketim, İklim Eylemi, Amaçlar İçin Ortaklıklar konularında ayrı bir çalışma yürütüyoruz.





ALPERHAN BENLİOĞLU  
PROWIN CONSULTING  
G.M. Yardımcısı

# DIŞ TİCARETTE PAZAR BULMAK NE KADAR ZOR?

Bu yazı PROWIN CONSULTING Uluslararası Ticaret Danışmanlığı Kapsamında Verilen Hizmetler Sonucu Elde Edilen Gerçek Örnekler Üzerine Hazırlanmıştır.

12 yıl boyunca ASELSAN'da Proje Yöneticiliği yaptıktan sonra geçen son bir kaç yılda PROWIN CONSULTING'deki ihracat faaliyetlerimizde de tecrübelerimi teyit ettiğim şekilde, bugün dünyanın bir yerinde sizin ürettiğiniz ürünleri arayan müşteriler sizleri bekliyorlar.

Felsefe ile biraz ilgili olanlar Occam'ın Usturası mantığını duymuşlardır. Buna göre olasılıkları gerekmediği sürece çoğaltmamak gerekir. Dış Ticaret için de bu doğru bir gerçek. Pazar stratejisini doğru belirlemek de bu işin ilk adımı. Hangi ürünle Dünya Pazarı'nda söz sahibi olmak istiyoruz? Bu ürün için en çok hangi ülke alım yapmış? Usturayı biraz daha derine sürtersek bu arada alım yapan firma karakteristikleri neler? Rakiplerimiz neler yapıyorlar? Sonsuz farklı satış ihtimalleri içinde doğru tespitlerle basit şekilde ilerlemek sonuç almak için en doğru yol olacaktır. Fuarlara katılmak ve dünyayı gezerek müşterilerle sıcak temaslar kurmak. Gerçekten bu kadar çok para harcamaya gerek var mı? Aslında, eğer stratejik adımları doğru şekilde belirleyebiliyorsak geriye sadece gerekli enstrümanları elde etmek kalıyor. Pazarlama ve becerisi olan uzmanlar, hedef pazara yönelik dil becerisi, potansiyel müşteri listelerinin olduğu ücreti veri tabanı ve konşimento sitelerine üyelik, disiplinli bir çalışma ve sıkı takip. Belki de tüm bunlara yatırım yapmak yerine Dış Ticaret Danışmanlığı almak.



"Ne Arıyorsan O da Seni Arıyor"

Mevlana



Buraya kadar ki fikirlerimi bir de gerçek bir dış ticaret danışmanlığı örneği ile somutlaştırmak isterim. Gül motifli harika bir kumaş üretiyorsunuz ve bunu dünyada kime pazarlayacağınız konusunda kararsızsınız. Analizler yapıldı ve hedef ülkeler ve bu ülkedeki hedef firmalar belirlendi. Ana dilde düzenli yapılan aramalar sonucu kısa sürede sonuç olarak satışlara başladınız. Peki burada farklı bir kanal daha açmak mümkün olur mu? Bir alt basamakta acaba bu ülkede bu ürünü kim tercih eder sorusunu tekrar sorarsak, kumaş toptancılarından başka, başta örneğini verdiğim, basit ama entelektüel bir fikir ile bir sonraki adıma da gidebiliriz. 1600 yılların başına başlayan ve Avrupayı etkisi altına alan Barok tarz sanatı bilirsiniz. Peki ya bu kumaşlar şuan hala günümüzde festivallerde kullanılıyor. Satışlara ek olarak bir de festival kıyafeti üreten firmalara satış yapsak nasıl olur? Firmamız için harika oldu ve mutluluk verecek bir satışı da oraya gerçekleştirdik. Unutmayın günümüzde dünya küçücük bir ev ve sizi arayan müşteriniz bir online topluluğa uzağınızda.



## nasıl başardılar

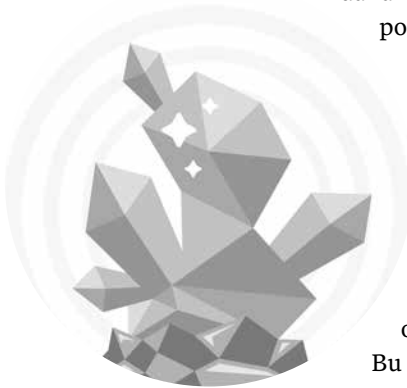


ve becerileri elbette çok çok önemli olmakla beraber sürdürülebilir bir üretim için kişisel yöntemlerden bağımsız bir organizasyon çarkı işletilmeye başlamıştır. İnovasyona yatırım yapılarak ürün ve hizmetlerdeki kalite standartları yükseltilmeye çalışılmaktadır. Günün şartlarına uyum sağlayarak pazarlamaya önem verilmiş böylece yok olma tehlikesine karşı tedbir alınmıştır. Holdingin belirlenmiş hedefleri ve misyonunu gerçekleştirme sürecine çalışanlar dâhil edilerek ortak hedeflerle takım ruhu yaratılmıştır. Pozitif bir şirket kültürü sayesinde her zaman ve her dönemde, kaliteli iş yapan, güvenilir bir kurum olma bilinci oluşturulmuştur. Profesyonellere fırsat verilerek, karar sürecine dâhil edilmiş tüm şirketlerin daha ileriye taşınması için yeni politikalar üretilmiştir.

**Bu yeni politikalar, yatırımların yeni yol haritası olacak diyebilir miyiz?**  
Sürdürülebilir bir yapı sağlanmasının en temel ögesinin, insana yapılan ve yapılacak yatırımlar olduğunu çok iyi biliyoruz. Bu fikirden yola çıkarak kaliteli

insan gücü ve emeğine dayalı, özellikle bilişim konusunda yapay zekâdan yararlanarak tüm holding çatısı altında yer alan ve gelecekte yer alacak markalar için yenilikçi yatırımların en kısa sürede yapılmasını amaçlıyoruz. Amiral gemisi kuyumculuk olan grup, artık savunma sanayisinde hiç denenmemiş ve yapılmamış projelere imza atmaya devam edecek. Havacılık sektörüne yeni bir soluk katacak AHL Havayolları çatısı altında bir uçuş akademisi kurmak için fizibilite çalışmalarına başladık. Diğer taraftan uzay araçlarına yakıt üretmek için gerekli AR-GE yatırım yapıldı ve yeni kurulan küresel nitrogliserin ve nitroselüloz üretim tesislerinin bu yönde yatay gelişimi için her türlü adımlar atıldı.

Diğer bir yeni yatırımımız ise Ahlatcı elektronik para ve ödeme hizmeti. Günümüzde, sanal ortamda alışveriş yapanların oranı giderek artıyor. Ahlatcı elektronik para kuruluşu AHLPay, elektronik cüzdan ve kentiçi özellikli dijital kart uygulamalarıyla toplu taşımadan alışverişe, sağlık harcamalarından seyahate kadar uzanan geniş bir yelpazede servis sağlayacak yeni bir uygulamayla pazarda yerini almaya hazırlanıyor.





# KUZEY REN-VESTFALYA. BİZE KATILIN.

EUROPE'S || i || HEARTBEAT

► **Almanya ekonomisinin güç merkezi Kuzey Ren-Vestfalya'yı (NRW) keşfedin!**  
Endüstri 4.0, akıllı şehirler, biyoteknoloji ve yeni mobilite gibi gelişen teknolojilerde  
çığır açanları kucaklıyoruz. NRW'ye hoş geldiniz! [www.nrwglobalbusiness.com](http://www.nrwglobalbusiness.com)



## Yurt içi ve Yurt dışı Lojistik Hizmetleri



50. yıl

  
**Cengizhan**<sup>®</sup>  
lojistik

 **International  
Transport**

[www.cengizhanlojistik.com.tr](http://www.cengizhanlojistik.com.tr)



marka şehirler

## İpek Yolu'nun Karadeniz'e açılan kapısı

# TRABZON

İpek Yolu'nun geçiş noktalarından biri olan Trabzon, tarih boyunca Avrupa ile Doğu arasında gerçekleşen ticarete aracılık etti. Geçmişten günümüze dünyada ticaret ağının merkezlerinden biri olarak kabul edilen şehir, tarihin en erken dönemlerinden itibaren ticari faaliyetleriyle adından söz ettirdi. Trabzon, sadece Karadeniz'in değil, Türkiye'nin dış ticareti açısından büyük öneme sahip limanıyla da dünya ile ticaretini hâlâ sürdürüyor.



marka şehirler

**ANTİK YUNAN DÖNEMİNDE,** milattan önce 700 yıllarında Yunanlar tarafından kurulmuş olan Trabzon, konumu dolayısıyla tarih boyunca tüm dünyanın ilgisini çekmiş sayılı şehirlerden biri oldu. Sahip olduğu ulaşım kolaylığı sayesinde, geçmişten günümüze Avrupa ve Asya medeniyetlerinin buluşma noktası olan Trabzon, yüzyıllar içinde kendine özgü bir ticaret kültürü oluşturmayı başardı. İpek Yolu'nun en önemli geçiş noktasında, Doğu ile Batıyı birleştiren bir ticaret merkezi olarak konumlanan Trabzon; bugün hâlâ Orta Asya, Kafkasya, Uzak Doğu ve Orta Doğu'nun İstanbul ve Avrupa ile ticari alışverişinde önemli bir aracı olma özelliğini sürdürüyor.

Günümüzde Karadeniz Bölgesi'nin Samsun'dan sonra ikinci büyük şehri olan Trabzon, dünyanın en önemli transit limanları arasında gösterilen Trabzon Limanı'na da sahip. Trabzon Limanı sayesinde, kendi bölgesinde üretilen ürünleri dışarıya rahatlıkla gönderebilen şehir, bölge ve ülke ekonomisine büyük bir girdi sağlıyor. Doğu Karadeniz Bölgesi'nin en büyük limanı olan Trabzon Limanı, Karadeniz ülkeleri dışında Avrupa'ya doğrudan seferler düzenlemesi sebebiyle de Türkiye ihracatında oldukça önemli bir yere sahip.

### **TRABZON LİMANI'NA YILDA 2 BİN GEMİ YANAŞIYOR**

Karadeniz'in en önemli çıkış kapısı olarak görülen Trabzon Limanı, son yıllarda gösterdiği yüksek performansla gündemde. Ürdün-Lübnan-Suriye, Irak, İran ve Azerbaycan'ın; Karadeniz'in kuzey pazarlarıyla olan bağlantısını sağlamaya aday en önemli araçlardan biri hâline gelen liman, özellikle İran

### **TİM GİRİŞİM EVİ PROGRAMLARI İLE FİRMALARIMIZA DESTEK OLUYORUZ**

Yenilikçi girişimcilerin ülke sınırları ötesine açılmalarını teşvik etmek üzere üniversiteler ile iş birliği içinde proje pazarı etkinlikleri düzenliyor, ticarileşme potansiyeli yüksek ürünler için ücretsiz hedef pazar araştırması hizmetleri veriyoruz. Bununla birlikte henüz ihracata başlamamış ve ihracatta beklenen potansiyeli yakalayamamış firmalarımıza TİM Girişim Evi programları ile destek oluyor, hâlihazırda yürüttüğümüz üç UR-GE projemiz ile ise ürünü ticarileşen firmalarımızın yurt dışı pazarlara açılmasını veya pazar yelpazesini genişletmesini sağlıyoruz. Bununla birlikte işteğal alanımızdaki illerde imalatı bulunan ancak henüz ihracata yönelmeyen firmaları tespit ederek bire bir firma ziyaretleri gerçekleştiriyor, ihracat yapmanın avantajları ve yararlanabilecekleri devlet yardımları hakkında firmalara aktarıyoruz.

dış ticaretine büyük kolaylık sağlıyor. Yılda 2 bin adet geminin yanaştığı limanın, bir yılda 10 milyon ton elleçleme kapasitesi bulunuyor. Gelecek yıllarda, Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) kapsamında üretilen tarım ürünlerinin kuzey ülkelere ihracatında rol oynamayı hedefleyen liman, yeni yatırımlarıyla da hizmet kalitesini son dönemde artırmış durumda.

### **YILIN İLK YARISINDA 124 ÜLKEYE İHRACAT**

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) rakamlarına göre Trabzon, Ağustos ayında Türkiye'nin ihracatında 24'üncü sırada yer aldı. Yılın başından bu yana aylık seride 65 milyon dolar seviyesinden düşmeyen şehir, Şubat ayında sekiz aylık bazda 95 milyon dolarla en yüksek dış satıma ulaştı. Ocak ayında 84, Mart ayında 75, Nisan ayında 77, Mayıs ayında 65, Haziran ayında 88 ve Temmuz ayında 70 milyon dolar seviyesinde satış yapan Trabzon'un performansı, Ağustos



ayında 65 milyon dolar bandında seyretti.

### YILIN İLK YARISINDA 27 SEKTÖR İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ

Yılın ilk sekiz ayında Trabzon'dan 124 ülkeye; fındık ve mamülleri, yaş meyve sebze, su ürünleri ve hayvansal mamuller başta olmak üzere toplam 619 milyon dolarlık ihracat yapıldı. Trabzon, Karadeniz'e komşu ülkeler ile yaptığı ticaret dışında Avrupa'da en çok İtalya ve Almanya'ya ihracat gerçekleştirdi. İlk altı ayda Trabzon'dan İtalya'ya 67 milyon 826 bin 432, Almanya'ya 65 milyon 796 bin 915 dolarlık ürün satıldı. Geçen yılın aynı döneminden farklı olarak Slovenya, Hong Kong, Zambia, Angola, Gine, Kostarika, Bahreyn, Gabon, Moğolistan, Dominik Cumhuriyeti, Uganda, Cibuti, Hırvatistan ve Mauritius gibi ülkelere de ihracat yapıldı. Yine ilk yarıda 27 sektörden ihracat gerçekleştiren Trabzon, her

yıl olduğu gibi fındık ihracatıyla öne çıkmayı başardı.

### FINDIK İHRACATININ YÜZDE 33'ÜNÜ TEK BAŞINA GERÇEKLEŞTİRDİ

1 Eylül 2021 tarihinde başlayıp 31 Ağustos 2022 tarihinde sona eren 2021-2022 fındık ihraç sezonunda, Türkiye'den ihraç edilen fındık miktarı 341 bin 544 tona ulaşırken yaklaşık 2 milyar dolar tutarında döviz girdisi sağlandı. Trabzon ise toplam fındık ihracatının yüzde 33'ünü tek başına gerçekleştirdi. Trabzon'dan 114 bin 182 ton fındık ihraç edilirken, karşılığında 610,6 milyon dolar döviz elde edildi. Sezon içinde, Trabzon'dan ihraç edilen fındık oranında yüzde 16 artış yaşandı ve 61 ülkeye fındık ihraç edildi. Fındık ihracatında en büyük paya sahip olan Almanya'ya fındık ihracatı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 5 artmış

18

İLK ALTI AYDA,  
TRABZON'DAN ALMANYA'YA  
İHRACAT GERÇEKLEŞTİREN  
SEKTÖR SAYISI

%13

ALMANYA'YA  
GERÇEKLEŞTİRİLEN  
İHRACATTAN ELDE EDİLEN  
GELİRİN ARTIŞ ORANI





marka şehirler

oldu. En çok fındık ihracatı yapılan ülkeler arasında ise sırasıyla İtalya, Almanya, Polonya, Fransa ve Çin Halk Cumhuriyeti yer aldı.

### ALMANYA'YA İHRACATINDA SEKTÖR ÇEŞİTLENİYOR

Fındık dışında Trabzon'dan Almanya'ya yapılan ihracatın bu yıl çeşitlendiği görüldü. Yılın ilk altı ayında Trabzon'dan Almanya'ya 18 bin 448 ton ürün gönderilirken Almanya'ya yapılan ihracat geliri yüzde 13 artışla 65,8 milyon dolara çıktı. Bu dönemde, şehirden Almanya'ya 18 sektör ihracat gerçekleştirirken fındık dışında taşıt araçları ve yan sanayi ile yaş meyve sebze ihracatı önde gelen sektörler oldu. Taşıt araçları ve yan sanayi ihracatı, yüzde 58 artarak 10,9 milyon dolara ulaştı. Yaş meyve sebze ihracatı da yüzde 51 artışla 3,7 milyon dolar seviyesine geldi. Geçen yılın aynı döneminden farklı olarak, Trabzon'dan Almanya'ya elektrik ve elektronik sektörü de ihracat yaptı. Gelecek dönemde, bu bölgeden Almanya'ya ihracatın çok daha üst noktalara ulaşacağı öngörülmüyor.

### TÜRK SOMONU İHRACATI, YÜZDE 149 ARTTI

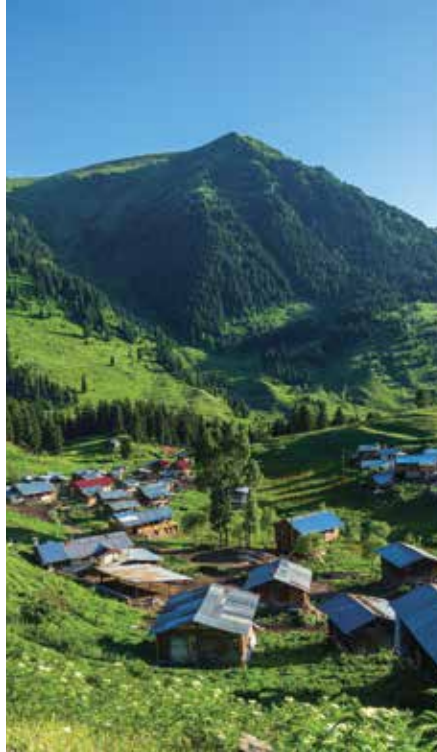
Doğu Karadeniz Bölgesi, son yıllarda somon ihracatıyla da öne çıktı. Yılın altı ayında Karadeniz'den yapılan Türk somonu ihracatı, yüzde 149 artarak 81,6 milyon dolara ulaştı. Sadece Trabzon'dan ise Vietnam ve Japonya başta olmak üzere sekiz ülkeye 5 bin 312 tonluk Türk somon ihracatı yapıldı. Bu ihracattan 39,2 milyon dolar kazanç sağlandı. Trabzon'dan geçen yılın aynı döneminde 4 bin 406 ton Türk somonu ihraç edilmiş, 22,9 milyon dolar gelir sağlanmıştı.



Yılın ilk altı ayında Karadeniz'den yapılan Türk somonu ihracatı, yüzde 149 artarak 81,6 milyon dolara ulaştı. Trabzon'dan Vietnam ve Japonya başta olmak üzere sekiz ülkeye 5 bin 312 tonluk Türk somon ihracatı yapıldı.



Böylelikle Trabzon'dan yapılan Türk somonu ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre miktarda yüzde 21, değerinde yüzde 76 artmış oldu. Türk somonu dış satımına ilişkin yıl sonu beklentileri ise çok daha yüksek. Türk somonu yetiştiriciliği konusunda yatırımların arttığı Trabzon'da, yakın zamanda 50 milyon TL'lik yumurta üretim tesisi de kurulacak.



10

milyon ton

TRABZON LIMANI'NİN YILLIK KAPASİTESİ



Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Başkanı  
Saffet Kalyoncu

### TEŞVİK POLİTİKALARININ, VERİM VE KALİTEYE ODAKLANMASI GEREKİYOR

Ülkemizin 1 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştiren illeri arasında yer alma başarısını gösteren Trabzon, son 20 yılda ihracatını sekiz kat artırdı. Bugün Trabzon, Karadeniz Bölgesi ihracatının beşte birini, Doğu Karadeniz Bölgesi ihracatının ise yarısını tek başına gerçekleştiriyor. Ocak-Ağustos 2022 ihracat verilerine göre Trabzon ihracatında; fındık ve mamulleri, yaş meyve ve sebze, savunma ve havacılık sanayi, su ürünleri ve otomotiv sektörleri öne çıkıyor. Bu sektörler haricinde hazır giyim ve konfeksiyon, kimyevi maddeler ve mamulleri, mobilya-kâğıt ve orman ürünleri, tütün, gemi ve yat sektörleri de Trabzon'da büyüme potansiyeline sahip çalışma alanları olarak karşımıza çıkıyor.

### ÖNÜMÜZDEKİ EN BÜYÜK TEHLİKE İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ

Trabzon ekonomisinin, ülke ekonomisine sağladığı en büyük değer gruplarının başında ise fındık ve balık geliyor. Ülkemizden gerçekleştirilen fındık ihracatı 2021 yılında, bir önceki yıla göre yüzde 17 artarak 2,26 milyar dolar düzeyine ulaştı. Bu ihracatın, üçte

birinden fazlası Trabzon'dan yapıldı. Geçmişte olduğu gibi bugün de sahip olduğu engin dış ticaret deneyimi sayesinde Trabzon, Türkiye fındık ihracatının merkezi ve lideri olma konumunu devam ettiriyor. Ülkemizin tek başına en fazla döviz girdisi sağlayan tarım ürünü olan fındığın, gelecekte değerini koruyabilmesi için teşvik politikalarının bakanlıklar tarafından verim ve kalite odaklı uygulamalar eksenine oturtulması gerekiyor. Önümüzdeki en büyük tehlike olarak görünen iklim değişiklikleri ile ilgili politikalar üretilmesi, üreticinin bu yönde bilinçlendirilmesi ve verim kaybı yaşanan bahçelerde bakım ve yenileme yapılarak verimi artıracak çalışmaların yürütülmesi gerekiyor. Sıcaklığa ve kuraklığa dayanıklı fındık türlerinin geliştirilmesi için üreticinin yönlendirilmesi verimli fındık üretimi ve ihracatımızın sürdürülebilirliği açısından çok büyük önem arz ediyor.

Trabzon, son yıllarda su ürünleri ihracatında da ön plana çıkmaya başladı. Özellikle Karadeniz somonu ya da Türk somonu olarak adlandırılan gökkuşuğu alabalığı yetiştiriciliği ve ihracatında önemli gelişmeler katedildi. Şehrimizde Türk somonu başta olmak üzere çeşitli türlere ait üretim merkezleri de bulunuyor. Yetiştirilen ve avlanan ürünler, işlenmiş ürün olarak AB ülkeleri, Vietnam, Japonya gibi birçok ülkeye ihraç ediliyor. Bu sebeple bölgemiz için su ürünleri hayati öneme sahip. Varlığımızı korumamız için iklim değişikliği ile mücadele kapsamında, deniz suyu sıcaklığının artabileceği göz önünde bulundurularak daha yüksek sıcaklıklarda yetiştirilebilecek türler için şimdiden araştırmaların başlatılması, su ürünleri ihracatının sürdürülebilirliği açısından son derece önemli.

# Trafik Kazası Tamamlayıcı Sağlık Sigortası mı? *iyi fikir*



İYİ FİKİR  
200 TL  
İYİ FİYAT

## TRAFİK KAZASI TAMAMLAYICI SAĞLIK SİGORTASI

İster yaya olun ister araçta, trafik kazası halinde acil ve sonrası anlaşmalı kurumlardaki yatarak sağlık giderlerini karşılayan kişi bazlı trafik kazası tamamlayıcı sağlık sigortası... Üstelik cinsiyet, il ve yaş sınırı yok.

Tabii ki bir ilk, tabii ki Quick'ten!



CEPTEN



NETTEN



ACENTEDEN



Q-BLOG

Q-MAG

Q-SÖZLÜK



**QUICK**  
SİGORTA



İhracatçı birlikler

## Pazar çeşitliliğine yönelik ÇALIŞMALAR SONUÇ VERDİ

Mersin, Adana, Kayseri, Hatay ve Karaman başta olmak üzere birçok ilden ve sektörden 23 bine yakın üyeye sahip AKİB, pazar çeşitliliğine yönelik çalışmalarının meyvelerini toplamaya başladı. AKİB, 2022 yılı Ocak-Ağustos ayları arasında geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 36 artışla 13,4 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi.



Türkiye'nin Ağustos ayındaki 21,3 milyar dolarlık ihracatına yüzde 8,3 oranında destek veren Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB), ihracat

ivmesini yukarı taşıdı. Ağustos ayında AKİB bölgesinden Türkiye'ye yüzde 15'lik artışla 1 milyar 560 milyon dolar döviz kazandırdıklarını söyleyen AKİB Koordinatör Başkanı Fuat Tosyalı, uzak pazarlardan elde edilen rekor düzeydeki artışlardan memnun olduklarını ifade etti.

Türkiye ekonomisinin 2022 yılının ikinci çeyreğinde yüzde 7,6 oranındaki büyümesine ihracat ailesinin 3,9 puan destek verdiğini anımsatan AKİB Koordinatör Başkanı Fuat Tosyalı, küresel ticarete ortaya çıkan fırsatları daha iyi değerlendirebilmek adına ihracat ailesinin finansmana erişiminin kolaylaştırılması ve Eximbank'ın desteklerinin yoğunlaşarak devam etmesi beklentilerini vurguladı. Başkan Fuat Tosyalı, "İhracatımız arttıkça, buna bağlı olarak yatırımlarımız, ham madde kullanımımız ve sağladığımız istihdam da artıyor. Girdi maliyetlerimizdeki olağanüstü artışların getirdiği ekstra yükleri kaldırmaya

çalışan ihracat ailesinin hâliyle finansman ihtiyaçları da artıyor. Üretim gücümüzü ve küresel pazarlardaki kazanımlarımızı korumamız, ihracat artışımızı sürdürülebilir şekilde devam ettirmemiz için başta finansman alanında olmak üzere geliştirici ve ihracatı destekleyici düzenlemelerin artarak devam etmesini bekliyoruz." dedi.

### "AKDENİZ'İN ÜLKE İHRACATINA DESTEĞİ YÜZDE 8,3"

Mersin, Adana, Kayseri, Hatay ve Karaman illeri başta olmak üzere birçok ilden ve sektörden 23 bine yakın üyeye sahip AKİB'in küresel kriz ortamında gün geçtikçe daha da zorlaşan şartlara rağmen "İhracatla yükselen Türkiye" vizyonuna güçlü desteğini sürdürdüğünü dile getiren Başkan Fuat Tosyalı, "Ağustos ayında AKİB bölgesinden ülkemize yüzde 15'lik artışla 1 milyar 560 milyon dolar döviz kazandırdık. Türkiye'nin Ağustos ayındaki 21,3 milyar dolarlık ihracatına yüzde 8,3 oranında destek veren Birliğimizin, uzak pazarlarda elde ettiği rekor düzeydeki artışlardan büyük memnuniyet ve mutluluk duyuyorum." diye konuştu.

AKİB'in çatısı altındaki sekiz ana Birliğin Ağustos ayındaki performansını değerlendiren Başkan Fuat Tosyalı, bu dönemde hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar, kimya ve hazır giyimde atılım yaptıklarını vurgulayarak şunları söyledi: "Ağustos ayında en fazla ihracatı yüzde 45 artış ve 563,6 milyon dolar değer ile Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliğimiz gerçekleştirdi. Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları



## 12 AYDAKİ ARTIŞ ORANI YÜZDE 40 OLDU

AKİB Koordinatör Başkanı Fuat Tosyalı, 2022 yılı Ocak-Ağustos ayları arasında geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 36 artışla 13 milyar 403 milyon dolar ihracat değerine erişildiğini, son 12 aylık dış satım performansında ise yüzde 40 artış sağlayarak 20 milyar dolar seviyesine ulaşıldığını sözlerine ekledi.

Birliğimiz yüzde 13 azalış ve 403,6 milyon dolar değer ile ikinci, Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliğimiz yüzde 51 artış ve 179,9 milyon dolar değer ile üçüncü sırada yer aldı. Yine bu ayda Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliğimiz 104,2 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Akdeniz Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliğimiz yüzde 1 artışla 98,6 milyon dolarlık, Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliğimiz yüzde 21 artışla 81,4 milyon dolarlık, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliğimiz yüzde 19 azalışla 39,7 milyon dolarlık, Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliğimiz yüzde 29 artışla 36,5 milyon dolarlık ihracat değerleri elde ettiler.”

### “UZAK PAZARLARDA ETKİNLİĞİMİZ ARTIYOR”

Türkiye'nin ve Akdeniz'in üretim gücünü Avrupa, Orta Doğu, Bağımsız Devletler Topluluğu ve Afrika ülkeleri başta olmak üzere tüm dünya pazarlarında en iyi şekilde değerlendiren AKİB'in pazar çeşitliliğine yönelik çalışmalarının olumlu sonuçlarının Ağustos ayı raporlarına da yansıdığını dile getiren Başkan Fuat Tosyalı, Güney Afrika Cumhuriyeti ve Singapur pazarlarında ulaşılan değerlerin anlamlı olduğunu altını çizdi. Başkan Fuat Tosyalı, “Ağustos ayı bölge ihracatımızı ülkelere göre değerlendirdiğimizde, en fazla dış satımı yüzde 45 artış ve 135,1 milyon dolar değer ile Irak'a gerçekleştirdik. Yüzde 7 bin 403 artış ve 122,4 milyon dolar değer ile Güney Afrika Cumhuriyeti ikinci, yüzde 3 artış ve 79,8 milyon dolar değer ile Amerika Birleşik

Devletleri üçüncü oldu. İhracatımızı en fazla artırdığımız ülkelere baktığımızda ise Güney Afrika'nın yanında yüzde 306 artış ve 48,6 milyon dolar değer ile Lübnan, yüzde 143 artış ve 66,7 milyon dolar değer ile Rusya, yüzde 135 artış ve 742 bin dolar değer ile Singapur, yüzde 73 artış ve 55,8 milyon dolar değer ile Mısır, yüzde 66 artış ve 48,3 milyon dolar değer ile Birleşik Krallık dikkat çekti.” diye konuştu.





sektör çimento, cam, seramik



Çimento, cam, seramik ve toprak  
ürünleri sektöründe öncelik

# YEŞİL DÖNÜŞÜM

Sürdürülebilirlik ve teknoloji yatırımlarını artıran çimento, cam, seramik ve toprak ürünleri sektörü, kendini yeşil, akıllı, uzun ömürlü, geri dönüşebilir, dayanıklı ürünlerin öne çıkacağı geleceğe hazırlıyor.



Avrupa'da enerji yoğun sektörlerde üretimin planlı olarak azaltıldığı bir döneme girilmiştir. Bu da Türkiye'den ilave tedarik sonucunu doğuracaktır.



**TÜRKİYE İHRACATI** yılın ilk sekiz ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 18,3 artarak 165,7 milyar dolara ulaştı. Büyüme aynı dönemde ihracatını artırmayı başaran 22 sektör ile sağlandı. Bu sektörlerden biri de üç ürün grubunu çatısı altında bulunduran çimento, cam, seramik ve toprak ürünleri sektörü oldu. Türkiye'nin toplam ihracatından yüzde 2,2 pay alan çimento, cam, seramik ve toprak ürünleri sektör ihracatı yılın ilk sekiz aylık döneminde, ülke ihracat ortalamasının üstünde arttı. Yüzde 24 büyüyen sektörün ihracat geliri 3,8 milyar dolar oldu.

Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği'nin verilerine göre bu ihracatın 1,6 milyar doları seramik sektöründen, 1 milyar doları çimentodan, 1 milyar doları ise cam sektöründen geldi. Seramik sektörü alt gruplarında seramik kaplama malzemeleri sektörü ihracatını yüzde 21, seramik sağlık gereçleri sektörü ise ihracatını yüzde 3,5 artırdı. Cam sektöründe düzcam ihracatı yüzde 69, cam ev eşyası yüzde 23, cam ambalaj ise yüzde 11 artarak ön plana çıktı. Çimento sektöründe ise klinker ihracatı yüzde 9 artarken, toplam çimento sektörü ihracatı yüzde 39 artış yakaladı. Küresel ticaretin sınırlı bir büyüme yakaladığı dönemde sektör ihracatının başarısı, Türkiye markasının seramik, çimento, cam sektörlerinde ön plana çıkmasına bağlıyor.

### ÜÇ SEKTÖR DE ALTERNATİF PAZARLARA DOĞRU GELİŞİYOR

Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği (ÇCSİB) Yönetim Kurulu Başkanı Erdem Çenesiz, büyümenin arkasındaki bir diğer nedeni de sektör ihracatçılarının mevcut pazarlarda paylarını artırmasının yanında yeni pazarlardan da pay almaya devam etmesine bağladı. "Birliğimiz bünyesinde bulunan üç sektör de alternatif pazarlara doğru gelişmektedir." diyen Başkan Erdem Çenesiz, büyümenin arkasında ürün çeşitlendirmesiyle birlikte müşterilerin siparişlerine göre üretim yapabilme kabiliyetinin olduğunu belirterek "Üretim esnekliğimiz, kaliteli üretim, zamanında teslimat yapabilme gibi unsurlar bizi ihracat pazarlarında ön plana çıkarmaktadır. Özellikle pandemi sürecinde üretimin hemen hemen hiç durmaması bu süreci güçlü bir şekilde atlatmamızı ve dış pazarlarda Türk üreticilere daha da güven duyulmasını sağlamıştır." değerlendirmesini yaptı.

### DEĞER BAZINDA İHRACAT ÖNEMLİ ÖLÇÜDE ARTTI

2022 yılının ilk sekiz ayında seramik, cam, çimento sektörlerinde değer ve birim fiyat bazında ihracatın önemli ölçüde arttığı bir dönem olduğunu söyleyen Çenesiz, "Bu başarının arkasındaki ana unsurlar öncelikle



## sektör çimento, cam, seramik

ÇCSİB Başkanı Erdem Çenesiz, ilk sekiz ayda ihracatını yüzde 24 artıran sektörün bu başarısını, Türkiye markasının seramik, çimento, cam sektörlerinde dünyada öne çıkmasına bağlıyor.



kalite dengesinin korunması, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin etkin şekilde yürütülmesi, firmaların deneyimi ve müşterileriyle kurdukları köklü ilişkiler, değişen ve gelişen şartlara kolay adapte olunması, pandemiyle birlikte küresel tedarik zincirlerinde yaşanan değişim ve yakından tedarik gibi eğilimlerin yaratmaya başladığı fırsatları iyi bir şekilde değerlendirmek olmuştur.” dedi.

### AVRUPA’NIN ENERJİ KRİZİ FIRSATA DÖNÜŞTÜRÜLEBİLİR

Sektörün yakaladığı bu büyüme başarısı, küresel ticaretin sınırlı büyüdüğü ve enerji başta olmak üzere tüm maliyetlerin arttığı bir dönemde gerçekleşti. Sektörü en çok zorlayan faktörler ise artan emtia fiyatları ile enerji oldu. Ham madde, tedarik, enerji sıkıntısı ve lojistik maliyetlerin sektörü ve firmaları doğal olarak olumsuz etkilediğini dile getiren Çenesiz, bu kriz ortamının bir fırsata dönüştürülebileceğini şu sözleriyle anlattı: “Bahsedilen tüm sıkıntılar pandemi sonrası tüm dünya genelinde ve yine hemen sektörlerde yaşanan sıkıntılardır. Bu nedenle rekabetçilik üzerindeki etki görece daha sınırlı kalmaktadır. Özellikle enerji yoğun sektörlerimiz dünyadaki enerji fiyat artışlarına kıyasla çok daha yüksek enerji zamları ve enerji fiyat artışları ile karşı karşıya kalmış bulunmaktadır.

Yine dünyada ortaya çıkan tedarik sıkıntıları ile yüksek lojistik maliyetleri ise “yakından tedarik” eğilimini güçlendirmiştir. Buna bağlı olarak 2021 yılı başından itibaren sektörlerimize yönelik ilave tedarik talebinin oluştuğu görülmektedir. İhracatımızı olumlu etkileyen bu eğilim 2022 yılında da bugüne kadar etkili olmaya devam etmiştir. Enerji sıkıntısının yaşandığı ve bir krize dönüşme olasılığının arttığı Avrupa’da enerji tasarrufuna gidilmektedir. Ayrıca doğal gaz ve elektrik fiyatları da çok yükselmiştir. Bu nedenle Avrupa’da enerji yoğun sektörlerde üretimin planlı olarak azaltıldığı bir döneme girilmiştir. Bu da Türkiye’den ilave tedarik sonucunu doğuracaktır.”

### SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ADIMLARI HIZLANDI

Üç sektörün de önünde önemli bir sınav var; sürdürülebilirlik. Çünkü Avrupa Yeşil Mutabakatı çerçevesinde karbon emisyon azaltımına yönelik uygulanan sınırda karbon düzenlemesi (SKD) ve buna paralel hayata geçirilecek Emisyon Ticaret Sistemi (ETS) ile birlikte karbon fiyatlandırma mekanizmaları ve karbon vergileri, enerji yoğun çalışan birçok sektörün hayatına girmeye başladı ve bu sektörler arasında çimento sektörü de bulunuyor. Türkiye’nin 2030 yılına kadar karbon emisyonunu yüzde 21 oranında azaltma, 2053 yılına kadar net sıfır karbon emisyonuna ulaşma hedefleri doğrultusunda Türk çimento sektörü de emisyon azaltımına yönelik



# 1

milyar dolar

2021 CAM İHRACATI

### ÜÇ SEKTÖRÜN 8 AYLIK İHRACATI

1,6 Milyar \$	1 Milyar \$	1 Milyar \$
Seramik	Çimento	Cam





## sektör çimento, cam, seramik

birtakım stratejiler geliştireyor. Bunların arasında fosil yakıtlar yerine alternatif yakıtların kullanılması, düşük karbonlu üretim teknolojilerine geçiş, klinker için alternatif ürün ve yüksek katkılı çimento üretim çalışmaları yer alıyor. Bununla birlikte atık ısıdan elektrik üretimi, enerji verimliliği çalışmaları, üretimde kullanılan araçların elektrikliye dönüştürülmesi gibi projeler de yürütülüyor.

### SEKTÖRLERİN AR-GE YATIRIMLARI ARTTI

Mineral ürünler sanayi çatısı altında yer alan çimento, cam, seramik ve diğer toprak ürünleri sektörünün AR-GE harcamaları 2022 yılında oldukça arttı. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2020 yılı sonunda yayımladığı sektörel araştırma geliştirme faaliyetleri istatistiklerine göre; çimento, cam ve seramik sektörlerinde bin 274 AR-GE çalışanı bulunuyor. Üç sektörün toplam AR-GE harcaması ise 251 milyon TL olarak hesaplandı. Başkan Çenesiz, 2022 yılında sektörün AR-GE harcamalarının 1 milyar TL seviyesine yaklaştığını tahmin ettiklerinin altını çizerek şu bilgileri paylaştı: AR-GE yatırımlarına ilişkin olarak 2022 Ağustos ayı itibarıyla seramik ve refrakter sektörümüzde 16, çimento ve ürünleri sektörümüzde üç ve cam ve ürünleri sektöründe bir AR-GE merkezi olmak üzere toplam 20 AR-GE merkezi faaliyet gösteriyor. Yine aynı tarih itibarıyla seramik ve refrakter sektöründe beş, cam ve cam ürünleri sektöründe ise iki tasarım merkezi bulunuyor. Bu belirttiklerim, AR-GE ve tasarım merkezi teşvikleri kapsamında kurulan merkezlerdir. Sektörde firmalar bünyesinde bu teşvik kapsamı dışında da AR-GE, ÜR-GE ve tasarım faaliyetlerinin

artarak devam ettiğini belirtmek isterim.”

### SEKTÖRDEKİ TEKNOLOJİK İLERLEMELER

Sektördeki AR-GE yatırımlarının iki alanda yoğunlaştığını söyleyen Başkan Erdem Çenesiz, şöyle devam etti: “Bunlardan ilki üretim ve iş süreçlerinde yapılan iyileştirmelerdir. Özellikle enerji verimliliği, yakıt verimliliği, geri kazanım, emisyon hacminin azaltılması gibi alanlarda iyileştirmeler sağlanmaktadır. İkinci alan ise ürün teknolojilerinin ve işlevlerinin geliştirilmesine yöneliktir. Seramikte büyük ebatlı ürünler, çimento sektöründe dayanıklılığı en yüksek ürünler ve cam sanayinde cam yüzeylerdeki virüs ve bakterileri etkisiz hâle getiren özel kaplama teknolojileri gibi örnekleri verilebilecek teknolojik ilerlemeler sağlanmaktadır. Böylece daha yüksek katma değerli ürünler üretilmektedir.”

### ÖNCELİK YEŞİL DÖNÜŞÜMÜ TAMAMLAMAK

Sektörlerin geleceği ile ilgili beklentisini “Sektörlerin geleceğini

1,25  
milyar dolar  
2021 ÇİMENTO İHRACATI



### OAİB'DE YEŞİL EKONOMİ VE ENERJİ ŞUBESİ KURULDU

Enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji üzerinden düşük karbonlu bir enerji sistemine geçiş hedefi doğrultusunda ihracatçıları desteklemek adına Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri bünyesinde “Yeşil Ekonomi ve Enerji” şubesi kurulduğunu ifade eden ÇCSİB Başkanı Erdem Çenesiz, “Bu kapsamda yeşil dönüşüm hedefleri doğrultusunda kamu kurumları ve özel sektörün iş birliği hâlinde adımlar atması çok önemli” dedi.



sektör çimento, cam, seramik



sürdürülebilirlik ile uyum, döngüsel sistemlerin kurulması, dijitalleşme ve otomasyon, daha uzun ömürlü ürünler ve nitelikli insan kaynakları şekillendirecektir” diyerek ifade eden Başkan Çenesiz, dünya genelinde emisyon hacmi, diğer sektörler göre daha yüksek olan sektörün, öncelikle yeşil dönüşüm sürecini tamamlayacağını söyledi. Başkan Erdem Çenesiz’in öngörülerini şöyle: “Emisyon hacminin en aza indirilmesi için üretim, enerji, geri kazanım, en az su kullanımı ile karbon yakalama ve saklama teknolojileri öne çıkacaktır. Sektörde döngüsel sistemlerin kurulması için de yine aynı teknolojiler işlev görecektir. Dijitalleşme tüm iş süreçlerinin ölçülmesini, otomasyon ise tüm iş süreçlerinin akıllı sistemler ile yönetilmesini sağlayacaktır. Gelecek dönemde yeşil, akıllı, uzun ömürlü, geri dönüşebilir, dayanıklı ürünler öne çıkacaktır.”

17  
milyar dolar

2021 SERAMİK ÜRÜNLERİ  
İHRACATI

#### SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İÇİN SEKTÖRÜN KAMUDAN 4 BEKLENTİSİ VAR

Sürdürülebilirlik konusunda, kamudan dört temel beklentileri olduğunu söyleyen ÇCSİB Başkanı Erdem Çenesiz, şu açıklamaları yaptı:

- Sürdürülebilirlik alanında yapılacak yatırımlar bölgesel ve sektörel teşvikler gibi ayrı bir başlık altında tarif edilmeli ve desteklenmelidir. Bugün sadece güneş enerjisi yatırımları sınırlı olarak teşvik edilmektedir. Sürdürülebilirlik teşvikleri mevcut firmalara bölge ve şehir farkı gözetmeksizin sağlanmalıdır. Sürdürülebilirlik teşvikleri dijital yatırımlar ile birlikte düzenlenmelidir.
- Avrupa Birliği'nin her sektör için zorunlu olarak uygulamaya koyacağı döngüsel sistemlerin Türkiye'de de kurulması için gerekli planlamalar yapılmalı ve mekanizmalar kurulmalıdır.
- Yatırımların finansmanı için başta yeşil finansman olmak üzere uzun vadeli kaynaklar yaratılmalıdır. Yeşil dönüşüm yüksek bir yatırım ve finansman ihtiyacı doğurmaktadır. Bu ihtiyaç uzun vadeli uygun faizli TL cinsi krediler ile karşılanmalıdır.
- Firmalarımızın sürdürülebilirlik koşullarını yerine getirdiklerine dair sertifikalandırılmaları başta olmak üzere test, laboratuvar gibi unsurları da kapsayacak alt yapı kurulmalıdır.



# FLOW-in PRO MAX

Inovatif tasarımı sayesinde  
davlumbaz ve indüksiyon ocak  
bir arada.

**Akıllı Şirketler,**

*akıllı çözümler sunan  
Hedef Filo'yla buluşunca ne olur?*



**İşleri dönüştüren**

**Akıl tutulması**



 **HedefFilo**

# UZAK ÜLKELER STRATEJİSİ

## MEKSİKA VE ENDONEZYA İHRACATI



**Meksika**  
2021 YILI  
DIŞ TİCARET HACMI

**1**  
trilyon dolar

Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında olan Meksika ve Endonezya, büyüyen ekonomileriyle Türk ihracatçılar için yüksek potansiyele sahip.

**427**  
milyar dolar

**Endonezya**  
2021 YILI  
DIŞ TİCARET HACMI

# ABD'nin arka bahçesi MEKSİKA

## ÜRETTİĞİ TOPLAM TARIM

ürünlerinin yüzde 80'ini ABD'ye ihraç eden Meksika'nın ekonomik büyümesi, ağırlıklı olarak ABD'deki gelişmelere göre değişiyor. 130 milyonluk nüfus ve 10 bin doları aşan kişi başı gelir seviyesine sahip ülkenin ithalatında, Türkiye'nin payı sadece yüzde 0,25. ABD pazarında hızlı bir büyüme yakalayan Türk ihracatçısı için ABD'nin yanı başındaki Meksika da büyüyen yeni bir pazar olabilir. Çünkü Latin Amerika'nın en güçlü ekonomilerinden birine sahip olan Meksika; Çin, Brezilya, Rusya ve Hindistan'dan sonra dünyanın 5'inci büyük "gelişmekte olan pazarı" olarak kabul ediliyor. Latin Amerika ve Karayip ülkeleri arasında ithalat ve ihracat rakamlarıyla en yüksek paya sahip olan Meksika, bölge ihracatının ve ithalatının üçte birini gerçekleştiriyor. 507 milyar doları ithalat olmak üzere Meksika'nın dış ticaret hacmi 2021'de 1 trilyon doları aştı.

## GELECEK BEŞ YILDA YÜZDE 2 BÜYÜMESİ BEKLENİYOR

Gelir eşitsizliğinin en fazla olduğu ülkelerden biri olsa da Meksika, son on yılda gerçekleştirdiği ekonomik politikalar ve reformlar ile sürdürülebilir bir büyüme sergiliyor. 2021 yılında yüzde 4,8

büyüyen Meksika ekonomisinin bu yıl dâhil gelecek beş yılda yüzde 2'nin üzerinde bir büyüme gerçekleştirmesi bekleniyor. Gelecek beş yıl içinde kişi başı gelirin de 12 bin doları aşması öngörülüyor. 2020 yılında pandeminin de etkisiyle küçülen ülke ekonomisi, sonraki yıl hızlı toparladı ve kişi başı millî gelir 2021 yılı sonunda yine 10 bin doların üzerine çıktı. Ülkenin ABD ekonomisine bağlı büyüme potansiyeli, Türk ihracatçısı için umut vadediyor. Ticaret Bakanlığı'nın Uzak Ülkeler Stratejisi'nde yer alan 16 ülkeden biri olan Meksika, pandemi döneminde ekonomideki küçülmesini telafi etmeye çalışıyor. Refah seviyesi yüksek eyaletler ülkenin ekonomik

Meksika'nın, Türkiye ile dış ticaret hacmi bugüne kadar düşük seyretse de ülkenin ABD ekonomisine bağlı büyüme potansiyeli, Türk ihracatçısı için umut vadediyor.





faaliyetleri, genel olarak başkentte yoğunlaşıyor ve GSYİH'nin yüzde 20'si başkent Mexico City'nin bağlı olduğu eyalette üretiliyor. Meksika'nın imalat sanayi ve özellikle ABD'ye ihraç edilen üretim mallarının üretildiği ve satıldığı fabrikalar, kuzey sınırındaki altı eyalette yoğunlaşıyor. Jalisco, Puebla ve Guanajato refah seviyesi yüksek olan ve imalat sanayisinin geliştiği eyaletler olarak biliniyor. Veracruz eyaleti tarım ve petrol sanayisiyle, Meksika Körfezi'ndeki eyaletlerden özellikle Quintana Roo ise turizm açısından öne çıkıyor. Ülkenin yaklaşık yarısı yoksul olarak değerlendiriliyor ve bu oran tarımsal

üretimin yoğun olduğu güneydeki eyaletlerde yüzde 75'e ulaşıyor. Chiapas, Oaxaca, Guerrero'nun bazı alanları ve Pasifik kıyılarında da yoksulluk oranı yüksek.

#### **DIŞ TİCARET HACMİ 1,7 MİLYAR DOLAR**

Meksika'nın hem ihracat (yüzde 78) hem de ithalatta (yüzde 44) en büyük dış ticaret ortağı ABD. Almanya, Japonya, Malezya, Tayvan, Kanada, Brezilya ve Vietnam en fazla ithalat yaptığı ülkeler arasında yer alırken, Türkiye 0,25 pay ile sıralamada 31'inci sırada bulunuyor. Benzer durum Türkiye'nin Meksika'dan ithalatı için

#### **MEKSİKA'NIN EN ÇOK İHRACAT YAPTIĞI ÜRÜNLER**

2021 yılında 495 milyar dolar ihracat yapan Meksika'nın başlıca ihraç ürünleri; otomobiller, otomatik bilgi işlem makineleri, kamyon-kamyonet, kamyon için aksam ve parçalar, ham petrol, monitörler ve projektörler, televizyon alıcı cihazları, izole edilmiş teller, cep telefonları, tıpta, cerrahide, dişçilikte ve veterinerlikte kullanılan alet ve cihazlar ve traktörlerdir.



de geçerli. TÜİK verilerine göre 2021 yılında Meksika'ya ihracatımız 840 milyon dolar, ithalatımız 953 milyon dolar olarak gerçekleşti. 2021 yılında Türkiye, Meksika ile yaptığı ticarete 113 milyon dolar dış ticaret açığı verdi.

Türkiye ile Meksika arasındaki ticaretin bu zamana kadar düşük seyretmesinin nedenleri arasında, coğrafi uzaklık, nakliye masraflarının yüksekliği, kolay bozulabilir ürünlerin taşınmasındaki zorluklar, iki ülkenin de benzer üretim ve ihracat yapılarına sahip olması ve Türkiye'nin AB pazarına, Meksika'nın ise ABD pazarına odaklanması gibi nedenler bulunuyor. Ticaret Bakanlığı, hedef pazar olarak belirlediği Meksika ile dış ticaret hacmini Türkiye lehine dönüştürmek istiyor.

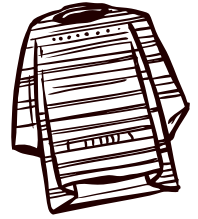
### TÜRKİYE'NİN ÇELİK İHRACATI YÜZDE 286 ARTTI

Meksika'nın 2021 yılı ithalatındaki başlıca ürünleri ise kara yolu taşıtları için aksam ve parçalar, petrol yağları, elektronik entegre devreler, petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar, telefon cihazları, 84.69 ila 84.72 pozisyonlarındaki makine ve cihazlarda kullanılmaya elverişli aksam parça-aksesuarlar (kutu, kılıf vb), otomatik bilgi işlem makineleri, sıvı kristalli tertibat, lazerler, diğer optik cihaz ve aletler, gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teçhizatı (anahtarlar, röleler, sigortalar, fişler, kutular vb), otomobillerdir. Türkiye'nin Meksika'ya ihracatında, otomotiv, çelik ve mücevherci ürünleri ilk sıralarda yer alıyor. 2021 yılında Meksika'ya yapılan çelik ihracatı, yüzde 286 artarak, 28 milyon dolardan 106 milyon dolara çıktı. Mücevher ihracatı ise yüzde 161

artarak 84 milyon dolar oldu. TİM tarafından hazırlanan Meksika bilgi notunda; Türkiye'nin Meksika'ya ihracat potansiyeli en yüksek olan ürün grupları ilk beş sıralamasında, motorlu araçlar ve aksamları, makine, elektrik, plastik-kauçuk, demir-çelik ve hazır giyim sektörleri yer aldı.

#### Türkiye'nin Meksika'ya ihracat potansiyeli yüksek olan ürünler

Motorlu araçlar ve aksamları	%64
Makine, elektrik	%38
Plastik kauçuk	%29
Demir-çelik	%27
Hazır giyim	%76
Metal ürünler	%36
Demir-dışı metaller	%24
Sentetik tekstil kumaş	%35
Elektronik ekipman	%4
Diğer sanayi ürünleri	%29
Kimyasallar	%31
Kabuklu yemişler	%89
Diğer işlenmiş gıda ürünleri	%27
Kâğıt ürünleri	%36
Mineral ürünler	%42
Kozmetik	%22
Pamuk (kumaş)	%55
Mücevherat	%99
Optik, saat, medikal cihazlar	%27
Seramik ürünleri	%35



# Güneydoğu Asya'nın büyüyen pazarı ENDONEZYA

Son 15 yılda her yıl ortalama yüzde 5 büyüyen ve ASEAN'ın en büyük ekonomisi durumundaki Endonezya, Türk ihracatçısının radarına girdi. İki ülke arasında dış ticaret hacmi 1,9 milyar dolar fakat Türkiye'nin ülkeye ihracatı sadece 400 milyon dolar.



**E**ndonezya, 1,29 trilyon dolar GSYİH ile dünyanın en büyük 17'nci ekonomisi. IMF'nin yayımladığı

2022 raporlarına göre ülkenin GSYİH büyüme hızı yüzde 5,4 seviyesinde. Dünyanın en kalabalık dördüncü ülkesi olan Endonezya'nın nüfusunun 2026 yılında 285 milyon olacağı tahmin ediliyor. Ülke istihdamının yüzde 48'i hizmetler sektöründe, yüzde 22'si sanayi sektöründe, yüzde 30'u ise tarım sektöründe sağlanıyor.

Uluslararası Para Fonu (IMF) tahminlerine göre Endonezya'nın 2030 yılına kadar dünyanın

beşinci büyük ekonomisi olacağı öngörülüyor. Ülkenin güçlü yönleri arasında genç ve kalabalık nüfus, zengin doğal kaynaklar, disiplinli mali politikalar, düşük kamu borcu, küresel finansal krize dirençli bankacılık sistemi ve istikrarlı uluslararası ilişkiler faktörleri sıralanıyor. Birleşmiş Milletler (UN) Comtrade verilerine göre, Endonezya'nın 2021 yılında toplam ihracatı 231,5 milyar dolar, ithalatı da 196,1 milyar dolar oldu. Ülkenin en yakın ticari ilişkileri Çin, Japonya, Singapur, ABD ve Güney Kore ile kurulmuş. Toplam ithalatında, Türkiye'nin payı yüzde 0,2 ile oldukça düşük seviyede bulunuyor. TİM'in verilerine göre

## STA GÖRÜŞMELERİ DEVAM EDİYOR

Türkiye ve Endonezya arasında “Çifte Vergilendirmeyi Önleme” ve “Yatırımların Karşılıklı Korunması ve Teşviki” ikili anlaşmaları mevcut. İki ülke arasında “Serbest Ticaret Anlaşması” müzakereleri devam ediyor ancak hâlihazırda ithalat ve ihracatta gümrük vergileri bulunuyor. Endonezya iş kültüründe fertten ziyade, grup kararları daha önde geliyor. En yaşlı ve yetenekli kişi grupta liderkonumda yer alırken yöneticiler genellikle önemli ailelerden ve ordudaki yüksek rütbeli kişilerin arasından seçiliyor.

Türkiye'nin geçen yıl Endonezya'ya ihracatı, yaklaşık 400 milyon dolar oldu.

Ticaret Bakanlığı, Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında Endonezya'yı da hedef pazar olarak belirledi. Bu pazarda büyümek isteyen ihracatçılara verilecek desteklerle, dış ticaret hacminin Türkiye lehine dönüştürülmesi hedefleniyor. Çünkü Türkiye geçen yıl Endonezya'dan 1,8 milyar dolar ithalat yaptı ve bu ülke ile yapılan dış ticarete 1,5 milyar dolar cari açık oluştu. 2021 yılındaki 2,1 milyar doların üzerindeki ikili ticaret büyüklüğü ile Endonezya, Türkiye'nin 46'ncı büyük ticari ortağı konumunda bulunuyor.

### CEVHER İHRACATI BİRİNCİ

Türkiye'nin Endonezya'ya ihracatı son beş yıl içinde yıllık ortalama yüzde 6 artsa da Türkiye'nin son 10 yılda ülkeye yaptığı toplam ihracat hacmi, 2013 ve 2014 yılları dışında pek değişmedi. 2012 yılında 300 milyon dolar olan ihracat hacmi, 2013'te 1,3 ve 2014'te 1,1 milyar dolara çıktı fakat, bu ivme sürdürülebilir olmadı.

Türkiye ihracatının en yüksek olduğu sektör, son beş yıllık dönemde

yıllık ortalama yüzde 30 büyüme kaydederek 22,8 milyon dolar ihracat büyüklüğüne ulaşan cevherler oldu. İhracat büyüklüğünün en yüksek olduğu ikinci sektör ise son beş yılda yıllık ortalama yüzde 14 büyüme kaydeden ve ihracat büyüklüğü 36,1 milyon dolara ulaşan tütün ürünleri oldu. Aynı dönemde en fazla ihracat yapılan diğer sektörler ise makine ve mekanik parçalar, inorganik kimyasallar, demir çelik oldu.

### İHRACAT POTANSİYELİ YÜKSEK ÜRÜNLER

Son beş yılda yıllık ortalama yüzde 100'ün üzerinde büyüme kaydeden sektörler şeker, silah, farmakolojik ürünler, basım endüstrisi el yazmaları ve resimler, tahıllar, duvar ve kol saatleri, seramik ürünler, canlı hayvanlar Endonezya'ya ihracatta potansiyel taşıyan sektörler olarak öne çıktı.

İmalat sanayinin ülke ekonomisinde giderek daha önemli bir rol oynamaya başladığı Endonezya'da, belli başlı sanayi sektörleri arasında tekstil, kâğıt, motorlu araçlar, demir-çelik, alüminyum, petrol rafinerileri, petrokimyasallar, çimento ve yüksek teknoloji sanayileri yer





alıyor. Buğday unu, zeytinyağı, zeytin, domates salçası, kuru ve sert kabuklu meyveler, tütün, yaş meyve ve sebze gibi tarım ürünlerinin yanı sıra sanayi ürünleri içinde demir çelik ürünleri, değirmen

yıllık ortalama yüzde 4 büyüdü. Türkiye'nin en çok ithal ettiği ürün demir çelik ürünleri ve suni elyaflar oldu. Endonezya'dan en çok ithal edilen diğer ürünler arasında ise sırasıyla hayvansal ve bitkisel yağlar, kauçuk ve mamulleri, elektrikli cihazlar bulunuyor.

Türkiye geçen yıl Endonezya'dan 1,8 milyar dolar ithalat yaptı ve bu ülke ile yapılan dış ticarete 1,5 milyar dolar cari açık oluştu.

makinaleri, gıda işleme, paketleme makine ve ekipmanları, tekstil makinaleri, ağaç işleme makinaleri, inşaat malzemeleri, mermer, halı ve savunma sanayi ürünleri için Endonezya potansiyel bir pazar olarak görülüyor.

### ENDONEZYA'DAN İTHALAT SINIRLI BÜYÜDÜ

Türkiye'nin Endonezya'dan yaptığı ithalat ise son beş yıl içinde

### Türkiye'nin Endonezya'ya ihracat potansiyeli yüksek olan ürünler

Makine, elektrik	%40
Demir- çelik	%12
Kimyasallar	%44
Motorlu araçlar ve aksamları	%12
Plastik & kauçuk	%23
Meyveler	%8
Sentetik tekstil kumaş	%24
Metal ürünler	%20
Diğer işlenmiş gıda ürünleri	%34
Halılar	%72



**%100**  
YERLİ  
SERMAYE



**%54**  
KADIN  
İSTİHDAM  
ORANI



## SİZ SADECE İŞİNİZE ODAKLANIN

Entegre Tesis Yönetimi Sektörünün %100 Türk Sermayeli Şirketi Olarak, Siz Kendi İşinize Odaklanırken, Uzman Kadrolarımızla Detaylarla İlgileniyor, Operasyonel İhtiyaçlarınızı Karşılıyor, Verimliliğinizin Artmasına Olanak Sağlıyoruz.



- Entegre Tesis Yönetimi
- Dezenfeksiyon Hizmeti
- Çağrı Merkezi Hizmetleri

- Kurumsal Temizlik Hizmetleri
- Şehir Hastanesi Hizmetleri
- Teknik Bakım-Onarım Hizmeti



**#hizmetinizdeyiz**

Bilgi için;

**444 15 98**

[www.tepeservis.com.tr](http://www.tepeservis.com.tr)

E-ihracat Destekler Hakkında Karar ile ihracat alanında verilen destekler güncellenerek tek çatı altında toplandı.



# GÜNCELLENEN E-İHRACAT DESTEKLERİ sektöre umut verdi

**İHRACAT DESTEKLERİ** Hakkında 5973 Sayılı Karar kapsamında yapılan yeni düzenlemeler, 18 Ağustos 2022 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girdi. Tüm destek mekanizmaları, bu karar kapsamında sadeleştirilerek birleştirildi. Bu karar ve sadeleşmenin yanı sıra yeni destek mekanizmaları da yürürlüğe konuldu. Karar kapsamında tüm destek üst limitleri, Türk lirasına çevrildi. Tüm destek oranları yüzde 50 olarak belirlendi. Bakanlık, hedef ülkelere yönelik giderlere ilişkin destek oranını,

20 puana kadar artırabileceğini ifade etti.

## YURT İÇİ VE YURT DIŞI FUAR DESTEKLERİ ARTIRILDI

Yürürlüğe konulan karar kapsamında ihracatçılara yönelik devlet tarafından sağlanan mevcut desteklerde birtakım yenilikler uygulandı. Yurt dışı fuar desteği kapsamında firmalar, aynı fuar katılımı için azami 10 kez destekten faydalanabilecek hâle getirildi. 2017/4 sayılı karar kapsamında yurt dışı fuar katılımcılarına sağlanan destekler ise azami faydalanma sayısının



belirlenmesinde değerlendirmeye alınmayacak. Millî ve bireysel katılımlarda bir takvim yılı içinde desteklenebilecek fuar sayısı, en fazla beş olarak belirlendi. Genelgede nitelikleri belirtilecek olan yurt dışı fuar katılımcıları için katılım sayısı, azami 10 fuar oldu. Yeni üst limitler ve sınırlamalar, 1 Ocak 2023'ten itibaren başlayacak fuarlar için geçerli olacak. Yurt içi fuarlarda ise firmalar, bir takvim yılı içinde başlayan azami üç fuar için destekten faydalanabilecek.

### İHRACATÇILAR TASARIM DESTEKLERİNDEN DE FAYDALANABİLİYOR

Mevcut düzenlemelere göre firmaların yurt dışı birimleri, devlet desteklerinden faydalanabiliyor. Yurt dışı birimler olarak mağaza, depo, ofis/ paylaşımlı ofis, sergi/teşhir salonu, ürün teşhir serası/tarlası veya reyon/ raf/dekorasyonlu köşe/kiosk/stant ile üzerine bina yapılmak üzere kiralanan arsalar destekleniyor. Bu destek ise kira giderlerini kapsıyor. Yeni düzenlemeler dâhilinde daha önce birim tanımında yer almayan paylaşımlı ofislerin üyelik giderleri de devlet desteklerinden faydalanabilir hâle getirildi. Ayrıca sınai/ticari şirket ayrımı kaldırıldı. Birim türüne göre farklı limit uygulamasına da son verildi.

İhracatçılar aynı zamanda tasarım desteklerinde de faydalanabiliyor. Firmaların pazara giriş belgeleri ile ruhsatlandırma ve kayıt işlemlerine ilişkin giderleri de destek kapsamında bulunuyor. Yurt dışında yerleşik şirketlerin ve markaların alımlarına yönelik mali ve hukuki danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderleri, devlet tarafından destekleniyor. Yurt dışında yerleşik şirketin ileri teknolojiye

sahip ve teknoloji transferi sağlayacak nitelikte olması durumunda destek oranı artırılabilir. Şirketler tarafından gerçekleştirilen yurt dışı pazar araştırması faaliyetine ilişkin konaklama ve ulaşım giderleri de destekler arasında yer alıyor. Bir takvim yılında azami beş defa yararlanılabilen bu destekten firmalar, en fazla 20 defa faydalanabiliyor.

### MARKA VE TURQUALITY DESTEĞİNDE DEĞİŞİKLİKLER VAR

Marka ve Turquality desteği çerçevesinde şirketlerin ve markaların desteklenmesine yönelik hususlara, kararın 17'nci maddesinde yer verildi. Söz konusu desteğe ilişkin değişiklikler arasında marka ve Turquality destek programına alınan şirket ve markaların, kararın sekizinci maddesinde belirtilen "Yurt içi fuar desteği", dokuzuncu maddesinde belirtilen "Yurt dışı şirket ve yurt dışında yerleşik şirkete ait marka alım desteği" ve 13. maddesinde belirtilen "Eximbank'ın uyguladığı faiz oranı ile CIRR arasındaki farkın desteklenmesi ve Eximbank ihracat kredi sigortası tazmin desteği" çerçevesinde desteklenebileceği konularının açıklığa kavuşturulması yer alıyor. Programa girdikten sonra çoğunluk hisselerinin satılması hâlinde, program kapsamındaki kurumsallaşmaya

250  
bin TL  
SEKTÖREL DESTEK FUAR  
LİMİTİ

#### YURT DIŞI FUAR DESTEĞİ

FUAR TÜRÜ	2022 YILI DESTEK LİMİTİ	YENİ DESTEK LİMİTİ
GENEL TİCARET FUARI	145.000 TL	150.000 TL
SEKTÖREL FUAR	220.000 TL	250.000 TL
PRESTİJLİ FUAR	743.000 TL	750.000 TL

#### YURT İÇİ FUAR DESTEĞİ

YARARLANICI	2022 YILI DESTEK LİMİTİ	YENİ DESTEK LİMİTİ
KATILIMCI ŞİRKETLER	77.000 TL	80.000 TL

E-ihracat destekleri, yararlanıcılar ve iş birliği kuruluşlarına yönelik olarak iki bölüme ayrıldı.

KİRA, TANITIM, MARKA TESCİL DESTEĞİ		
DESTEK TÜRÜ	ESKİ DESTEK LİMİTİ	YENİ DESTEK LİMİTİ
Birim Bazlı Tanıtım	Birimin Olduğu Her Ülkede 150.000 \$ Birimin Olmadığı Ülkelerde Toplam 150.000 \$	Birimin Olduğu Her Ülkede 2.500.000 TL Birimin Olmadığı Ülkelerde Toplam 2.500.000 TL
Marka Tescil Bazlı Tanıtım	Tüm Dünyada 250.000 \$	Tüm Dünyada 4.000.000 TL
Marka Tescil Desteği	50.000 \$	750.000 TL
Kira Desteği	Sınai: Mağaza 120.000 \$ Diğer: 100.000 \$ Ticari: Mağaza 100.000 \$ Diğer 75.000 \$	Birim Başına Yıllık 2.000.000 TL

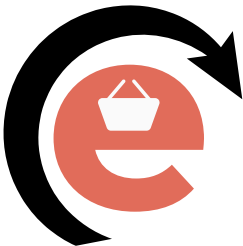
TASARIM DESTEĞİ		
DESTEK TÜRÜ	ESKİ DESTEK LİMİTİ	YENİ DESTEK LİMİTİ
Tasarım ve Ürün Geliştirme Projesi	1.400.000 \$ / 3 Yıl için	5.000.000 TL / 3 Yıl için
Tasarımcı Şirketler	1.000.000 \$ / Yıllık	5.000.000 TL / Yıllık
Tasarım Ofisleri	650.000 \$ / Yıllık	

yönelik projeleri ile hedef pazarlarda markalaşmaya yönelik faaliyetlerinin sürdürüleceğine ilişkin devir alan şirket tarafından devir işlemini müteakip en geç 2 ay içinde bir taahhütname veriliyor.

İlk defa Turquality ve marka destek programında uygulanmak üzere, bakanlık tarafından belirlenen hedef ülkelere yönelik giderlere ilişkin destek oranlarının yüzde 20 baz puanına kadar; bakanlık tarafından belirlenen hedef ülkelere yönelik hedef sektörlerde olması durumunda ise ilave yüzde 5 puan oranında artırılması mümkün hâle getirildi. İhracatçı birliklerinin desteklenmesine yönelik hususlara, kararın 27'nci maddesinde yer verildi. Söz konusu desteğe ilişkin dikkate değer değişiklikler arasında ihracatçı birliklerinin "Turquality Tanıtım Projesi" kapsamında gerçekleştirecekleri tanıtım, pazar araştırması ve danışmanlık giderlerinin en az bir, en çok dört yıl süresince 4 milyon TL olarak yüzde

75 oranında destekleneceği yer aldı. Destek oranı yüzde 5 azaltılırken limit artırıldı. Ayrıca aynı ülkede en fazla iki proje limiti getirildi.

Orta ve uzun vadeli yatırım malı ihracatı alıcı kredilerinde, Eximbank'ın uyguladığı faiz oranı ile CIRR (Commercial Interest Reference Rates/Referans Ticari Faiz Oranları) arasındaki farka tekabül eden faiz giderinin tamamı destekleniyor. Eximbank ihracat sigortası dâhilinde kapsama alınan, tazminat ödemeleri sonucunda oluşan zarar rasyosunun yüzde 60'ın üzerine çıkması durumunda, bu oranın üzerinde kalan tazminat tutarlarının Eximbank'ın payına düşen giderlerin yıllık en fazla 20 milyon TL'ye kadar olan kısmı desteklenir. Yatırım malı makine, teçhizat gibi orta ve uzun vadeli sigortaya konu spesifik nitelikteki mal ihracatının sigortalanmasına yönelik reasürör bulunmaması ve/veya tutarın yetersiz olması durumunda, Eximbank tarafından yapılan tazminat







## teşvikler

ödemelerinin reasüre edilemeyen kısmı yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 100 milyon TL'ye kadar destekleniyor.

### YENİ DESTEK PAKETİ İHRACATÇI İÇİN SÜRECİ RAHATLATACAK

Karar kapsamında uygulanacak olan yeni devlet desteklerinden biri pazara giriş projesi hazırlama desteği oldu. Şirketlerin sürdürülebilir ihracat artışını sağlama odaklı yurt dışı hedef pazarlara yönelik finansman, fiyatlandırma, pazarlama, kanal stratejisi ve bunlara dair aksiyon planı ve bütçelerini içeren pazara giriş projesi hazırlık sürecine dair alınacak danışmanlık ve rapor giderlerinin destekleneceği duyuruldu. Bir şirketin en fazla iki adet pazara giriş projesi desteklenirken destek limiti 200 bin TL olarak belirlendi. Yeni eklenen devlet desteklerinden bir diğeri ise çok kanallı zincir mağaza desteği.

Fiziksel perakende mağazası, dijital ağ, cihaz, platformlar ile birden fazla temas noktası üzerinden müşteriye ulaşan, gıda dışı sektörlerde faaliyet gösteren, aynı tüzel kişi sahipliğinde bir merkeze bağlı olarak faaliyet gösteren, yurt içinde en az 100 fiziksel perakende mağazası bulunan şirketler destek kapsamına alındı. Bu kapsamda desteklenen firma, destek süresi boyunca aynı destek kalemlerini içeren diğer desteklerden faydalanamayacak. Satın alınan yabancı kanallı zincir mağazalar da desteklenemeyecek.

UR-GE desteği çerçevesinde dolar olarak belirtilen limitler, Türk lirasına dönüştürüldü. Sanal yurt dışı pazarlama faaliyetine ilişkin giderler de aynı başlık altında düzenlendi. UR-GE projelerinin işleyişinin

geliştirilmesine yönelik bakanlıkça faaliyet bazında yetkilendirilen iş birliği kuruluşları tarafından gerçekleştirilen faaliyetlere ilişkin giderlerin tamamı, yıllık en fazla 4 milyon TL'ye kadar desteklenecek. Ayrıca bir firmanın aynı anda üç UR-GE projesinde yer alabilmesine olanak sağlandı.

### E-İHRACAT DESTEKLERİ ARTIRILDI

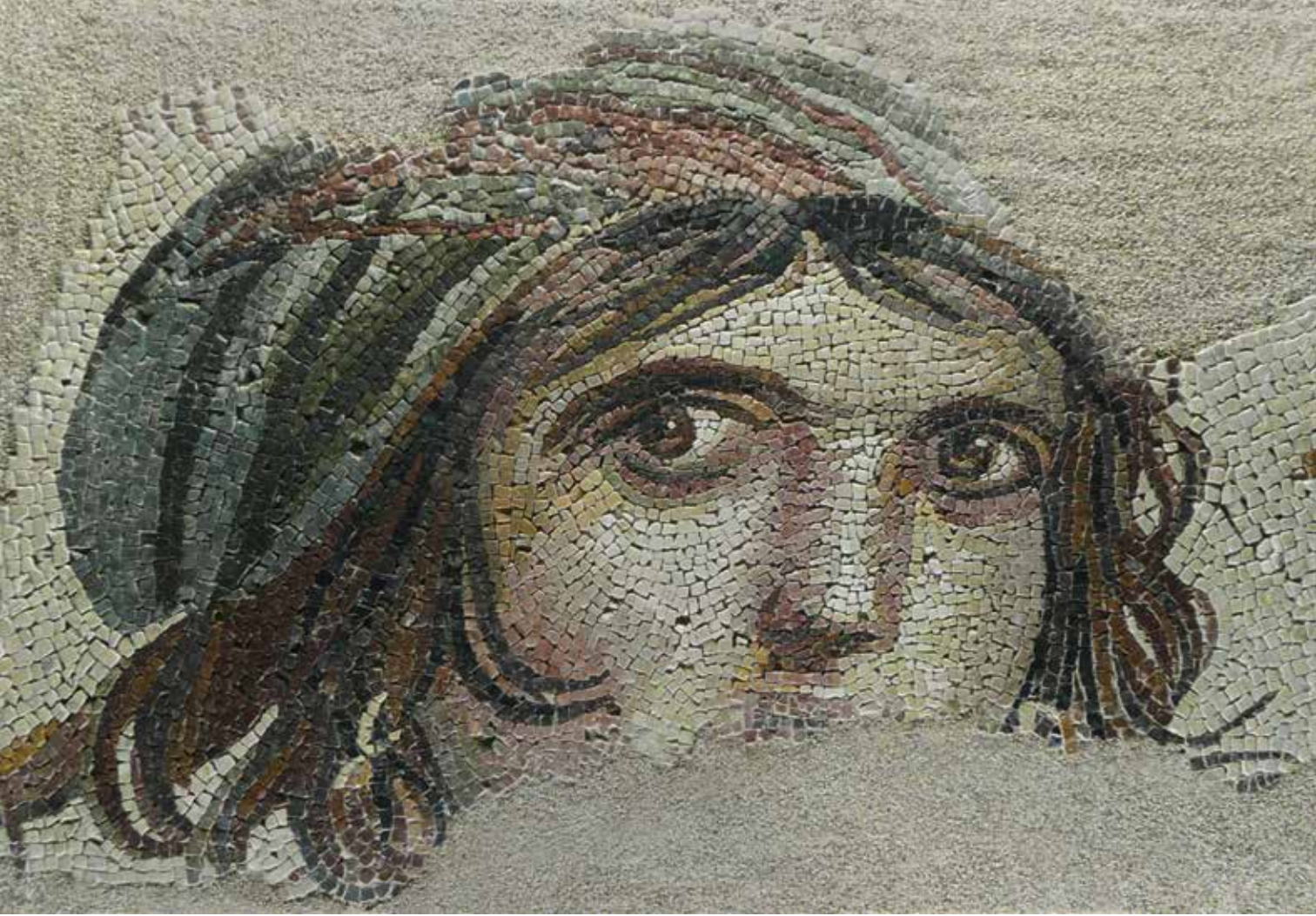
5986 sayılı E-ihracat Destekleri Hakkında Karar, 25 Ağustos'ta yürürlüğe girdi. Karar kapsamında destekler, yararlanıcılar ve iş birliği kuruluşlarına yönelik olarak iki ayrı bölüme ayrıldı. Destek oranları yararlanıcılar için yüzde 50, iş birliği kuruluşları için yüzde 50, 75 ve 100 olarak farklı oranlarda belirlendi. Bakanlık, e-ihracata yönelik belirlenen hedef ülkelerdeki giderlere ilişkin destek oranını 20 puana kadar artırabiliyor. Karar kapsamındaki destek üst limitleri, her takvim yılı başında (TÜFE+Yİ-ÜFE)/2 oranında güncellenecek.

Yararlanıcılara ilişkin destekler arasında pazara giriş rapor desteği, dijital pazaryeri tanıtımı, e-ihracat tanıtım desteği, sipariş karşılama hizmeti, depo kira desteği, yurt dışı pazaryeri entegrasyon desteği, çevrim içi mağaza ve hedef ülke e-ticaret paydaşlarından alınan hizmet desteği, pazaryeri komisyon gideri desteği yer alıyor. İş birliği kuruluşlarına yönelik destekler tarafında ise sektörel ticaret heyeti, sektörel alım heyeti, sanal ticaret heyeti, e-ihracat tanıtım projesi, e-ihracatı geliştirme projesi, Türkiye E-ihracat Platformu desteği, e-ihracat destek programları ve proje esaslı desteklerin yürütülmesi destekleri bulunuyor.

Ihracatçılar aynı zamanda tasarım desteklerinden de faydalanabiliyor. Firmaların pazara giriş belgeleri ile ruhsatlandırma ve kayıt işlemlerine ilişkin giderleri de destek kapsamında bulunuyor.



ihracat şehir



GASTRONOMİDEN SANAYİYE  
TARİHİ BİR MOZAIK

# GAZİANTEP

Tek pazar sarmalından kurtularak ihracat pazarını çeşitlendiren Gaziantep, ihracatta sürdürülebilir bir büyüme yakaladı ve bu büyüme ürün çeşitliliğini de beraberinde getirdi. Kentin bazı ürün gruplarında ihracat birim değeri, Türkiye ortalamasının çok üstünde.



ihracat şehir

**TÜRKİYE’NİN EN BÜYÜK** sekizinci şehri olan ve en fazla ihracat yapan ilk beş şehir arasında yer alan Gaziantep’in bu başarısının altyapısı çok eskilere dayanıyor. Bereketli Mezopotamya topraklarından geçen İpek Yolu, ticari açıdan Gaziantep tarihinin kilit noktası ve ticaretinin sembolü niteliğindedir. Çin’den Avrupa’ya uzanan İpek Yolu, bir ticaret rotası olduğu kadar doğudan batıya ve batıdan doğuya bilgelerin, orduların, fikirlerin, dinlerin ve kültürlerin de yolu oldu. Bu yol üzerinde yer alan Antep’in kültürü de o günlerden temelini aldı, beslendi ve her açıdan gelişme şansı buldu.

Gaziantep denince, benim gibi çoğu insan da ilk aklına mutfağı gelir. Bu mutfak aslında Gaziantep’in kültürünün zenginliğini, yaratıcılığını, bölgenin mamüllerini ve coğrafyasının özelliklerini yansıtıyor. Gaziantep’i tarihî bir mozaik olarak tanımlayan Fikret Kileci, şu sözleriyle Gaziantep’e farklı bir pencereden bakmamızı sağlıyor: “Tarih; geçmişimizi, kültürümüzü ve değerlerimizi barındıran ve şekillendiren en geniş yelpaze ayrıca en önemli unsurdur. Bu geniş kavrama mutfak kültürümüzü, ev sahipliği yapılan medeniyetleri, İpek Yolu’ndan gelen ticaret geleneğini, yaşam tarzını ve belki de Gaziantep’i Gaziantep yapan millî mücadele dönemindeki önemli rolünü sığdırmak mümkün.

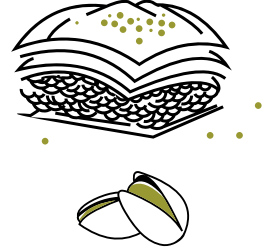
Gaziantep de tam olarak böyledir. Şehrimizin mutfak zenginliği sizin de dediğiniz gibi akla gelen ilk hususlardan olduğundan ben alanım olan ticareti ve ayrıca kültürel yerini değerlendirmek isterim. İhracatı ve sanayi üretimiyle konuşulan şehrimizi şekillendiren değerler, bahsettiğim



bu tarihî zenginlikten beslenmiş ve bugünkü olgunluğa kavuşmuştur. Gaziantep’in çağrıştırdığı ve sahip olduğu tüm özellikleri bahsi geçen zengin tarihî mozağından gelir. Şehre Gazi unvanını veren Millî Mücadele dönemindeki başarısının ve Atatürk’ün nüfusunu Gaziantep’e yazdırmasının, şehrin en gurur duyduğum özellikleri olduğunu ayrıca belirtmek isterim.”

Son 15 yılda kentin ihracatı, ülke ortalamasından daha fazla arttı ve beş kat artışla 10 milyar dolar oldu. Bu dönemde en fazla ihracat yapan iller sıralamasındaki yeri de sekizincilikten beşinciliğe yükseldi.

Gaziantep’te ihracatın ithalatı karşılama oranı uzun yıllardır oranı yüzde 100’ün üzerinde ve birçok sektörde marka değeri oldukça yüksek. GAİB Koordinatör Başkanı Fikret Kileci, kentin bu başarısının arkasındaki sırrı pazar çeşitlenmesine bağlıyor. “Geçmişte tek pazara yoğunlaşmaktan dolayı ciddi problemlerle karşı karşıya geldik.” diyen Kileci şöyle devam ediyor: “Bölgemizin ihracatına baktığımızda Orta Doğu ülkeleri ihracatı, 2013’te yüzde 62’ye kadar yükselmişti. İhracatımızı çeşitlendirdik ve Bugün



**6,8**  
milyar dolar  
İLK SEKİZ AYDAKİ  
İHRACATI



ihracat şehir



Kazandığını tekrar sanayiye aktaran Gaziantep'li sanayiciler, yeni yatırımlar ve istihdam kapasiteleri yaratıyorlar.

Orta Doğu ülkelerinin payı yüzde 40,5'e düştü. Buradaki temel takdiri tabii ki ihracatçılarımız hak ediyor. Dünyanın hemen her ülkesinde iş görüşmesi yapan, mailleşen, telefon trafiği gerçekleştiren bir Gaziantep'li ihracatçı görmeniz mümkündür. Bu da bize başarıyı ve pazar çeşitliliğini getiriyor. Kazandığımızı tekrar sanayiye aktaran bir şehir olarak bu durum yeni yatırımlar dolayısıyla yeni istihdam kapasiteleri yaratıyor.”

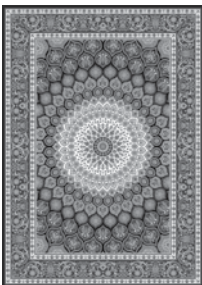
#### **BU YIL ÖNCELİĞİMİZ MEVCUDU KORUMAK**

2022 yılına ihracat camiası olarak büyük hedeflerle başladıklarını söyleyen Kileci, gelinen noktada “Kendimizi bir adım ileri taşımak yerine önceliğimizi mevcudu korumak olarak belirledik. diyor ve devam ediyor: “Geçen yılın tamamında 10 milyar dolar ihracata imza atan şehrimiz ilk sekiz ayda 6,8 milyar dolarlık ihracat değerine ulaştı. Son 365 gündeki ihracatımız ise 10,5 milyar dolar düzeylerinde

seyrediyor. Global olayların biraz daha makul bir zemine oturmasıyla birlikte normalleşmeler bekliyoruz. Eğer bu gerçekleşirse beklentimiz yüzde 10'luk bir artış ile seneyi 11 milyar dolar civarında bir ihracat hacmi ile kapatmak.”

Gaziantep'in, bazı sektör ve ürün gruplarında marka değeri oldukça yüksek. Bunların başında da Gaziantep'in markası olan ve dünya lideri olduğu makine halısı geliyor. Makine halısı ihracatında şehrin birim değeri, ülke ortalamasından yaklaşık üç kat daha fazla.

Gaziantep'in 2021 yılındaki halı ihracatı bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 23 artarak 2,3 milyar dolar olmuştu. Yılın ilk sekiz ayında ise Gaziantep'in halı ihracatı yüzde 19 düştü ve 1,2 milyar dolar oldu. Hazır giyim konfeksiyon da halı gibi çift haneli düşüş yaşayan sektörler arasında. Bu sene çelik ve elektrik/elektronik gibi ihracatta hızlı yükseliş yaşayan birçok sektör de mevcut.





**SEÇİL**  
KAUÇUK



◆ OTOMOTİV



◆ BEYAZ EŞYA



◆ YAPI



◆ ALTYAPI

SİZ İSTEMEDİKÇE HAYATINIZA  
HIÇBİR ŞEY **SIZMASIN** İSTİYORUZ



**SEÇİL**  
KAUÇUK

+90 (324) 616 11 40

+90 (324) 616 04 04

www.seciltr.com

seciltr@seciltr.com





## İhracat Şehir



Mutfağı bu kadar zengin bir şehrin en fazla ihracat yapan sektörünün “hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri” olması herhalde kimseyi şaşırtmaz. İlk sekiz ayda sektörün ihracatı yüzde 20,5 arttı ve 1,8 milyar dolara yükseldi.

### İHRACATI HIZLI BÜYÜYEN YENİ SEKTÖRLER VAR

Şehrin 1 milyar dolar üstü ihracat yapan üç sektöründen biri olan tekstil ve ham maddeleri sektörü de yılın ilk yarısında yüzde 5’e yakın kayıp yaşadı ve toplam ihracatı 1,2 milyar dolar oldu. Yılın ilk sekiz ayında yüzde 13’e yakın artışla 815 milyon dolar ihracat yapan kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü, 1 milyar bandına doğru yükselişini sürdürüyor.

Gaziantep’in ayrıca ayçiçeğinde, bazı iplik kumaş ürün gruplarında, bebek bezinde, pastacılık ürünlerinde, plastik ürünlerde ihracatı hem yüksek hem de birim değeri, ülke ortalamasının üzerinde bulunuyor.

### HEDEF İLK ÜÇ ŞEHİR ARASINA GİRMEK

TİM İlk 1000 İhracatçı ve İstanbul Sanayi Odası tarafından hazırlanan İlk 1000 Sanayi Firması listelerinde Gaziantep merkezli 71 firma bulunuyor. İSO İlk 500’de 33, İkinci 500’de ise 38 Gaziantep’li firma yer alıyor. Güçlü sanayinin güçlü ihracatçı anlamına geldiğini söyleyen Fikret Kileci, şu bilgileri paylaşıyor: “Sanayisi bu kadar güçlü bir şehrin ihracatta ilk 5’te olması kaçınılmaz oluyor. Hedefimiz daha uzun vadede ilk üç şehir arasına girebilmek. Şehrimize aktif beş OSB var. Altıncısının inşaatı devam ediyor. Firmalarımız, üyelerimize ihracat için sürekli arayıştalar. Kendilerini

sürekli yenileyip çağı takip ediyorlar ve kocaman bir alkışı hak ediyorlar. Şu anda Gaziantep’te herhangi bir ihracatçı birliğine üye 14 binden fazla üye var, bu üyelerimizin 5 bini düzenli olarak ihracat faaliyetlerini sürdürüyor.” Yurt dışına heyetler düzenlemenin yanı sıra yurt dışından potansiyel alıcıları Gaziantep’te misafir ederek ihracatçılarla buluşturduklarını söyleyen Kileci, gelecek dönem için şu bilgileri paylaşıyor: “Örneğin, iplik ve kumaş sektöründe yurt dışından birçok alıcıyı 13-14 Aralık’ta Gaziantep’te misafir edeceğiz. İlerleyen dönemlerde, yine tekstil sektöründe Polonya ve Romanya’ya yönelik heyetlerimiz olacak. Gıda sektöründe de Afrika’dan önemli iş adamlarını Gaziantep’te ağırlamay planlıyoruz.”

### İHRACATÇILAR KURUMSALLAŞMAYI ÖNCELİĞE ALMALI

İhracatçı firmalara da tavsiyelerde bulunan Fikret Kileci, firmaların kendi içinde kurumsal dönüşümleri tamamlaması gerektiğini belirterek “Tanıtım hususunda kendi bünyemizde uzmanlaşmış kişileri istihdam etmemiz gerekiyor. Ya da dışarıdan hizmet kanalı ile profesyonellerin yardımları ile tanıtım işlerimizi icra etmeliyiz. Artık sadece gazetelere ilan vererek ya da katalog dağıtarak reklam yapılmıyor. Teknoloji çağındayız, sosyal medya hesaplarımızın, web sitelerimizin aktif olması gerekiyor. Bu, firmalarımızın üzerine düşen en önemli görevler arasında yer alıyor. Bizler de GAİB olarak üyelerimize bu konularda şimdide dek birçok ücretsiz eğitim verdik.” değerlendirmesinde bulunuyor.

%4,8

TÜRKİYE İHRACATINDAKİ PAYI

196

İHRACAT YAPILAN ÜLKE SAYISI

Geliştirdiği kaliteli ve yenilikçi yöntemler sayesinde dünya çapında organizasyon yapısı oluşturmuş, 41 yıldır güvenilir çözümler ortağınız;

## Ünsped Gümrük Müşavirliği!



*ve çok daha fazlası...*

Genel Merkez: Mahmutbey Mah. 2655. Sk. No:3 Bağcılar/İSTANBUL

Tel: 444 99 81 Fax: 0212 410 23 00 - Web: [www.ugm.com.tr](http://www.ugm.com.tr) Mail: [info@ugm.com.tr](mailto:info@ugm.com.tr)



### SOFT Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM)

SOFT ERP uygulamanızın müşteri ilişkileri süreçlerinde en büyük yardımcınız olan SOFT CRM, mevcut ve potansiyel müşteri süreçlerinizde uçtan uca yönetime olanak sağlar. Müşteri ve kontak kişi bilgileri, ziyaret tarihleri, teklif süreçlerini, görüşme notlarını takip eder, müşteri ihtiyaçlarına hızlı dönüş yapabilirsiniz.

SOFT CRM üzerinden hazırlanan kampanya, duyuru ve anketler İletim Yönetim Sistemi Uygulaması ile İYS onaylı olarak gönderilmektedir. Müşteri memnuniyet ölçümleri ve kampanyalarınız hakkında bilgilendirmeler yapılabilmekte ve sonuçların detaylı raporları alınabilmektedir. Satış personellerinizin ziyaret planlarını, görüşme notlarını yetkilendirmeler ile yönetici bazlı takip etmenize izin veren sistemde performans yönetiminde de veri bazlı karar alma süreçleri yaratmaktadır.

SOFT ERP'nin parametrik yapısı SOFT CRM ve diğer SOFT uygulamaları ile tam entegre çalışır. Kullanıcıların yapmak zorunda olduğu günlük tekrarlı veri girişlerini iş robotları yapıp kullanıcı bazlı hataların önüne geçilir ve zaman tasarrufu sağlanır.

"Tedarik Zinciri, Lojistik ve Taşımacılık Yönetiminde"

**Stratejik İş Ortağınız**



+90 212 212 79 20



pazarlama@soft.com.tr



www.soft.com.tr





## Yeni SOFT ERP ile Finans Yönetimi

Yeni geliştirilen web tabanlı uygulamalarımız ile konum ve cihaz bağımsız çalışma dönemine başlayın. SOFT ERP'nin yeni geliştirilen e-Banka uygulaması sayesinde varlıklarınızı platform bağımsız olarak tek ekrandan yönetin.

SOFTE-BANKA Uygulaması üzerinden çalışılan tüm banka varlıklarının çoklu döviz karşılıkları görüntülenebilir, listelenebilir, hesapların oransal ağırlık dağılımları görüntülenebilir ve bu doğrultuda grafik analizleri oluşturulabilir. Çalışılan banka hesaplarının günlük hareketlerinin liste alımı ve günlük olarak banka hesap hareketlerinin oransal grafik gösterimi ile muhasebe ve finans süreçlerinin dijital platform üzerinden kolaylıkla yönetimi sağlanır. Uygulamanın SOFT ERP'nin uygulamaları ile entegre çalışmasına olanak sağlayan esnek yapısı mükerrer veri girişine engel olur ve uçtan uca yönetim imkânı sunar.

SOFTE-BANKA Uygulaması, banka hesaplarının Elektronik Hesap Özeti bilgilerini tek bir ekran üzerinden anlık sorgulama ve görüntüleme seçeneği ile kullanıcılarına zaman tasarrufu sağlar, iş süreçlerindeki verimliliği artırır ve zaman tasarrufu sağlar.

"Tedarik Zinciri, Lojistik ve Taşımacılık Yönetiminde"

**Stratejik İş Ortağınız**



+90 212 212 79 20



pazarlama@soft.com.tr



www.soft.com.tr

## GIDA KRİZİNİN SEBEBİ

# İKLİM KRİZİ Mİ, İSRAF MI?

Uluslararası gıda fiyatları, birkaç aydır düşüşünü sürdürse de hâlâ bir önceki yılın yaklaşık yüzde 8 üzerinde yer alıyor. İklim krizi gıda üretimi üzerindeki tehdidi artırsa da küresel ölçekteki yüksek israfın gıda krizinde önemli bir payı bulunuyor.



Türkiye'nin Rusya-Ukrayna arasında garantör rolü üstlenmesi, Ukrayna'dan tahıl sevkiyatının başlamasına imkân vererek küresel gıda fiyatlarının düşmesine katkı sağladı.



**BİRLEŞMİŞ MİLLETLER** Gıda ve Tarım Örgütü'nün (FAO) açıkladığı Gıda Fiyat Endeksi, son bir yılda yüzde 13 yükseldi. TÜİK verilerine göre Türkiye'de gıda ürünlerinde ise yıllık enflasyon yüzde 94 oldu. Bu yıl içinde buğday, mısır ve soya fasulyesi fiyatlarındaki artışlar, 2008 dünya mali krizinin zirvesinde kırılan rekorları aşmış durumda. Çünkü küresel çapta tahıl arzı ve mahsul verileri, dünyanın son yılların en düşük tahıl stokuna doğru ilerlediğini gösteriyor. Bunun ana nedeni iklim krizi kaynaklı üretim hacminin düşmesine bağlanıyor. En büyük nedenlerinden biri de Ukrayna-Rusya Savaşı sonrası, dünyanın ikinci büyük tahıl ihracatçısı Ukrayna'dan tahıl sevkiyatının durmasıydı.

#### **TÜRKİYE GARANTÖR OLUYOR**

Türkiye, Rusya-Ukrayna savaş sürecinde, izlediği dış politika ile gıda fiyatlarını düşürecek bir rol üstlendi. 22 Temmuz'da Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın himayesinde, Türkiye, Rusya, Ukrayna ve

Birleşmiş Milletler (BM) arasında "Tahıl ve Yiyecek Maddelerinin Ukrayna Limanlarından Emniyetli Sevki Girişimi Belgesi" imzalandı. Böylelikle Türkiye'nin garantörlüğünde üç Ukrayna limanından dünyaya sevkiyat başlamış oldu. Şu ana kadar 130'dan fazla kargo gemisiyle 3 milyon ton gıda ve çeşitli tahıl sevk edildi. Ağustos sonuna kadar Ukrayna'dan yola çıkan tahıl ve diğer gıda maddelerinin yüzde 26'sı ise Türkiye'ye geldi. Sevkiyatın yeniden başlaması, küresel gıda fiyatlarının da düşmesinde etkili oldu.

#### **ULUSLARARASI KURULUŞLARDAN ÇAĞRI**

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından hazırlanan dünya gıda fiyat endeksi Nisan ayından itibaren düşmeye devam etti. FAO Dünya Gıda Fiyat Endeksi Ağustos ayında Temmuz ayındaki 140,7 puandan 138 puana indi. Endeks, Rusya'nın Ukrayna'ya yönelik saldırısının başlamasının ardından



7,7

milyon ton  
TÜRKİYE'NİN YILLIK  
GIDA İSRAFI



gıda krizi

400  
milyar dolar

GIDA KAYBININ KÜRESEL  
EKONOMİYE MALİYETİ

Türkiye'nin  
garantöründe 130'dan  
fazla kargo gemisiyle 3  
milyon ton gıda ve çeşitli  
tahıl sevk edildi.

Mart ayında 159,7 puana kadar yükselerek rekor kırmıştı. Dünya Gıda Fiyat Endeksi son beş aydır düşüş gösterse de Ağustos'ta hâlâ geçen yılın yüzde 7,9 üzerinde gerçekleşti.

Düşüşe rağmen uluslararası kuruluşlar gıda güvenliği konusunda yine de endişeli. Tahıl ihracatının Karadeniz'den yeniden başlamasına rağmen iklim olayları ve yüksek fiyatlardan ötürü gıda birçok kişi için ulaşılamaz durumda olmayı sürdürüyor. Bu nedenle Birleşmiş Milletlere (BM) bağlı Gıda ve Tarım Örgütü'nün (FAO) Genel Direktörü QU Dongyu, Uluslararası Para Fonu (IMF) Direktörü Kristalina Georgieva, Dünya Bankası Grubu (WBG) Başkanı David Malpass, Dünya Gıda Programı (WFP) Genel Direktörü David Beasley ve Dünya Ticaret Örgütü (WTO) Genel

Direktörü Ngozi Okonjo-Iweala, ortak bir yazılı açıklama yapma ihtiyacı hissederek küresel gıda krizine dikkat çektiler.

### GIDA FİYATLARININ DÜŞMESİ İÇİN ÇAĞRI

Açıklamada, gübre kullanım oranının azalmasına bağlı olarak, gıda krizinin uzayacağı ve daha derin hâle gelebileceği uyarısı yapıp ülkelerin bu krizi ele almak için harekete geçmesi gerektiği belirtildi. Açıklamada Türkiye ve BM'nin öncülüğünde kurulan Karadeniz Tahıl Girişimi kapsamında Ukrayna'dan 3 milyonun üzerinden tahıl ve gıda maddeleri sevk edilmesine de değinildi ve tahıl sevkiyatında kazanılan ivmenin gıda fiyatlarına da yansiyabilmesi için ülkelere "etkili üretim ve ticareti destekleme", "tarım politikalarında şeffaflığı artırma", "inovasyon ve ortak planlamaları hızlandırma" ve "gıdada sistemsel değişime yatırım yapma" çağrısında bulunuldu.

### STOKLAR DİP SEVİYELERE GELDİ

Dünyanın en büyük mısır üreticisi ABD'den son üç yılın en düşük mısır hasadının yapılması bekleniyor. Kuraklık Avrupa hasadını da olumsuz etkiledi. Ayrıca Ukrayna'dan tahıl ve gıda sevkiyatı başlamış olsa da ülkedeki hasadın bir önceki yıla göre yüzde 35 düşeceği tahmin ediliyor. Bu nedenle FAO, global tahıl üretim tahminlerini de aşağı yönlü revize etti. Uluslararası Hububat Konseyi'nin son verilerine göre dünyanın tampon mısır stokları beş yıl öncesine oranla yüzde 28 gerilemiş durumda.

### GIDA KRİZİNDE ÇÖZÜM, İSRAFI AZALTMAK OLABİLİR Mİ?

İklim değişikliği, yangınlar,





seller ve kuraklıklar, tahıl ve gıda üretimin düşmesinde önemli rol oynuyor olsa da araştırmalar, israf miktarının gıda güvenliğini riske sokan ana faktörler arasında olduğunu gösteriyor. Her sene dünyadaki gıdanın yüzde 14'ü daha satış aşamasına ulaşmadan kayba uğruyor. 2021 Birleşmiş Milletler Gıda İsrafı Endeksi Raporu'na göre dünyada her yıl 931 milyon ton gıda israf ediliyor. Aynı raporda, küresel çapta perakende satış noktaları, evler ve restoranlarda tüketime hazır gıdanın yüzde 17'sinin doğrudan çöpe gittiğine vurgu yapılıyor. Bu nedenle FAO, gıda israfına karşı küresel farkındalık oluşturma için 2020'de, 29 Eylül'ü "Küresel Gıda Kaybı ve İsrafı Farkındalık Günü" ilan etti. Yaşanan gıda kaybının yıllık 400 milyar dolara mal olduğu tahmin ediliyor.

Gıda kaybı ve israfın küresel sera gazı salımının yüzde 8'ini oluşturduğu belirtiliyor. Böylece her israf, sadece mevcut gıdanın kaybı değil, oluşturduğu kirlilik ile gelecek yılların hasadını da olumsuz etkiliyor.

### **TÜRKİYE İSRAFTA 16'NCI SIRADA**

Rapora göre Türkiye, kişi başına en çok gıda israfı yapılan ülkeler arasında 16'ncı sırada yer alıyor. Türkiye'de her yıl 7,7 milyon tondan fazla gıdanın israf edildiği tahmin ediliyor. Bu da her yıl kişi başına 93 kilogram yiyeceğin çöpe atıldığı anlamına geliyor.

### **AB DE İSRAFI ÖNLEME DE BAŞARISIZ**

BM'nin sürdürülebilir kalkınma hedefleri kapsamında AB ülkelerinin gıda israfını yarıya indirme taahhüdü

bulunuyor. Avrupa Çevre Bürosu'nun yaptığı çalışmalar, 10 yıl geçmesine rağmen bu konuda pek başarılı olunamadığını gösteriyor.

FAO, global tahıl üretim tahminlerini aşağı yönlü revize ederek 2021'e göre yüzde 1,4 düşüş yaşanacağını açıkladı.

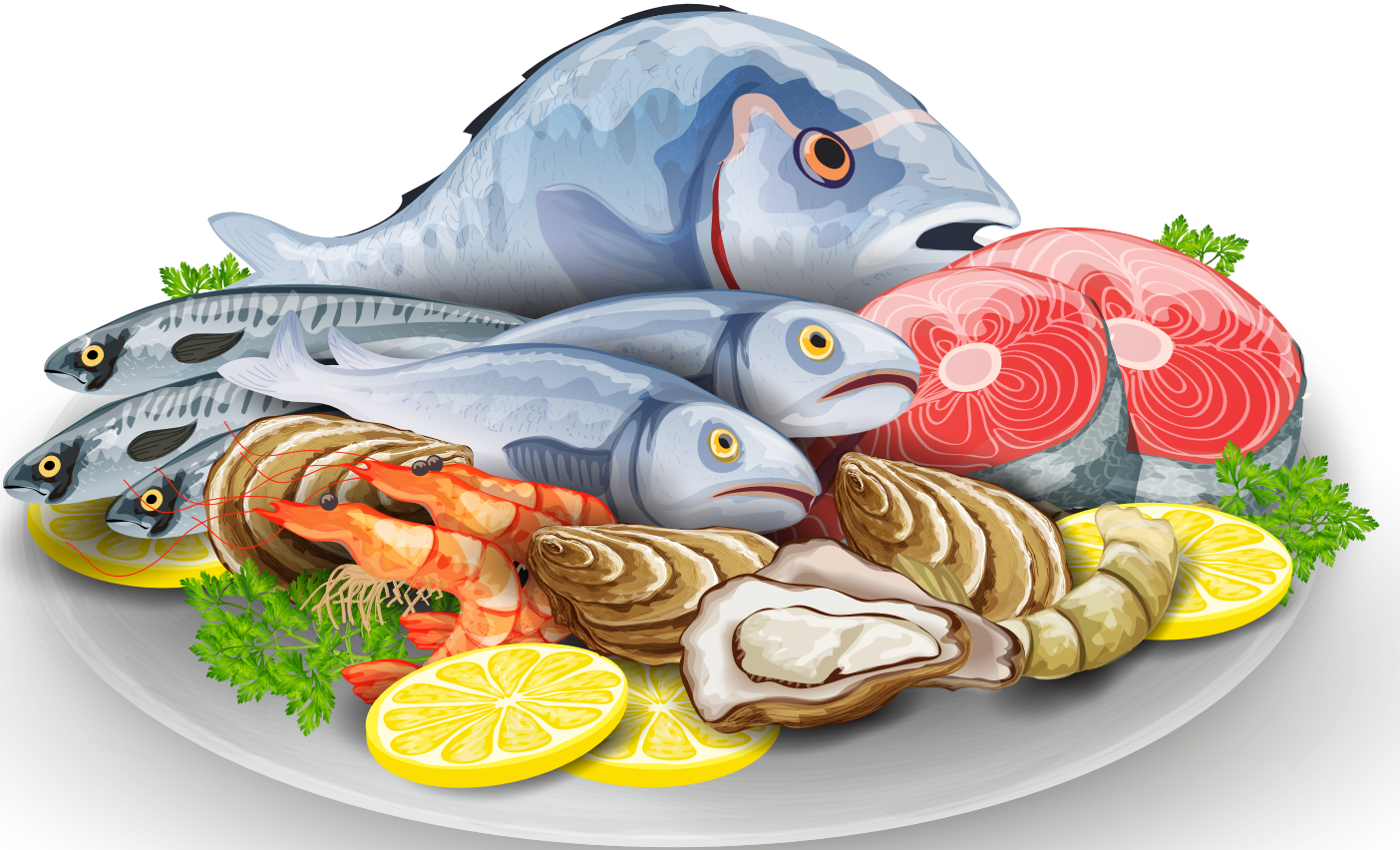
BM Çevre Programı'nın Gıda İsrafı Endeksi ile Doğal Hayatı Koruma Vakfı'nın (WWF) 2021 tarihli bir çalışmasından elde edilen hesaplamalarda, birincil üretim alanında 90 milyon tona yakın gıda israfından söz ediliyor. Bu miktar evsel israftan üç kat daha fazla fakat bu israfın çoğu kayda geçmiyor. AB gıda üretiminin tahminen yüzde 20'si her yıl israf ediliyor ve bunun AB işletmelerine ve hane halklarına maliyeti yılda 143 milyar euro'yu buluyor. Gıda israfı, AB'nin toplam sera gazı salımının en az yüzde 6'sına tekabül ediyor.

### **TÜRKİYE'NİN GIDA GÜVENLİĞİ TEHDİDİ BÜYÜYOR**

Türkiye İsraf Raporu verilerine göre, "Türkiye'de her yıl 1,7 milyar ton ekmek çöpe gidiyor. Meyve ve sebzelerin yüzde 42'si, süt ve süt ürünlerinin yüzde 41'i israf ediliyor. Küresel Gıda Güvenliği Endeksi 2021 Raporu'na göre Türkiye, 113 ülke arasında 48'inci sırada yer alıyor. İklim değişikliği, doğa ve biyolojik çeşitlilik kaybı ve kirlilik ülkenin gıda güvenliğini tehdit edecek bozuta ulaşmış durumda.

# ABD ve Japonya TÜRK BALIĞINI SEVDİ!

Yılın ilk sekiz ayında Türkiye'nin su ürünleri ihracatı 1 milyar doları aşarken son bir yılda en çok ihracat yapılan ilk on ülkenin dokuzuna ihracat arttı. Bu dönemde Japonya'ya yapılan su ürünleri ihracatı yüzde 70, ABD'ye ise yüzde 30 artış gösterdi.



B

alıkçılar, dört buçuk aylık yasak sonrası 1 Eylül itibarıyla ağlarını denize atmaya böylelikle balık tezgâhları da çeşitlenmeye başladı. Her yıl olduğu gibi bu yıl da büyük umutlarla sezonu açan balıkçılar, aslında her yıl daha az balık tuttuklarını dile getiriyorlar. Her sezon bazı deniz balıklarının avcılığında artış yaşansa da bu pek sürdürülebilir olmayor.

Avcılıkla azalan balıkçılığın eksikliğini, artan kültür balıkçılığı dolduruyor. Türkiye'nin su ürünleri sektörü sadece ülke için değil dünya ülkeleri için de ciddi üretim yapıyor. 2000'li yılların başında sadece 59 milyon dolar olan su ürünleri ihracatı son bir yılda 1,6 milyar dolara çıktı. Bir önceki yıla göre ihracat artışı yüzde 21,4 oldu. Açılan av sezonu ile birlikte ihracat hacminin yıllık bazda 2 milyar dolara çıkması bekleniyor. TİM'in verilerine göre 2022 yılı Ocak-Ağustos dönemindeki 2 milyar 695 milyon dolarlık su ürünleri ve hayvansal mamuller ihracatının 1 milyar 57 milyon dolarlık kısmı su ürünleri sektörüne ait.

### VİETNAM'A SU ÜRÜNLERİ İHRACATI ARTTI

Su ürünleri sektörü, sağladığı istihdam ile özellikle kırsal bölgeler için önemli bir ekonomik değere sahip. Bugün ülkenin 37 ilinden su ürünleri ihracatı yapılıyor. İhracatta Avrupa ülkeleri ağırlıklı olsa da son bir yılda Japonya ve ABD'ye su ürünleri ihracatında ciddi artış gözleniyor. İstanbul İhracatçıları Birliği (İİB)'nin son bir

yıllık döneme dair yayımladığı verilere göre, sektörün en fazla ihracat yaptığı 20 ülkenin 17'sine su ürünleri ihracatı arttı. Türkiye'nin balıklarını en çok tercih eden Avrupa ülkeleri arasında, İtalya, Birleşik Krallık ve Hollanda

2022 yılı Ocak-Ağustos döneminde alabalık, levrek, çipura, orkinos, somon ihracatı yüzde 16 artışla 895 milyon dolara ulaştı.

bulunuyor. Son bir yıllık ihracat verileri incelendiğinde, Japonya'ya yapılan su ürünleri ihracatının yüzde 70, ABD'ye de yüzde 30 arttığı görülüyor. Türkiye'nin son bir yılda Vietnam'a su ürünleri ihracatı da yüzde 128 arttı.

### BÖLGELERİN İHRACATI ARTIYOR

Su ürünleri sektörü ihracatının yüzde 68'i Ege Bölgesi'nden gerçekleştiriliyor. Bölgenin en fazla ihracat yapan kenti 521 milyon dolar ile Muğla olurken, İzmir'in payı da 359 milyon dolar oldu. İstanbul'un payı ise 177 milyon dolara yükseldi. 2022 yılının Ocak-Ağustos döneminde Doğu Karadeniz Bölgesi'nden gerçekleştirilen su ürünleri ihracatı yüzde 40 artışla 78,5 milyon dolara ulaştı. Trabzon'un su ürünleri ihracatı ise yüzde 90 artışla 45,7 milyon dolar olarak gerçekleşti.

### LEVREK VE ÇİPURA

Bir yıllık dönemde en çok ihracatı yapılan balık ise deniz levreği ile çipura oldu. Her iki balık türünün 500 milyon dolarlık ihracat değeri bulunuyor. 2022 yılı Ocak-Ağustos döneminde alabalık, levrek, çipura, orkinos, somon ihracatı yüzde 16 artışla 895 milyon dolara ulaştı.





niş ihracat

Kendi markasıyla 114 ülkede, 3 binden fazla su parkı projesi gerçekleştiren Polin Waterparks'ın küresel pazardaki rekabet gücünü inovasyona bağlayan Polin Group Yönetim Kurulu Başkanı Barış Pakiç, benzersiz ve değer katan ürünlerle ihracatı artırmaya devam edeceklerini söylüyor.

# İNOVASYON VE TASARIMLA Dünya liderliğine



**HAM MADDE KONUSUNDA** dışa bağımlı bir sektör olmasına rağmen, inovasyon, tasarım ve mühendislik farkıyla rakiplerinden sıyrılmayı başaran Polin, hem ürün tasarımları hem de üretim teknolojilerinde sunduğu yeniliklerle sektörün lider markası konumunda. Ciro sunun yüzde 85'ini ihracattan elde eden Polin'in başarı hikâyesini Polin Group Yönetim Kurulu Başkanı Barış Pakiç'ten dinledik.

**Butik ve özel bir alanda dünya liderliğine giden yolun fikri nasıl doğdu? Polin Waterparks'ın sektör liderliğinin başarısında hangi unsurlar var?**

Polin, 1976 yılında babam Enver Pakiç tarafından fiberglas kompozitten inşaat malzemeleri üretmek amacıyla İstanbul'da kuruldu. 2017 yılında ise bünyesindeki tüm şirket ve markaları kompozit, eğlence ve operasyon/ işletme olmak üzere üç ana iş kolunda

topladı. Sektöründe tek noktadan çözüm sağlayıcı olarak hizmet vermek amacıyla Polin Group markası altında holdingleşme sürecini tamamladı. Bugün ise su parkları tasarım, üretim, mühendislik ve montajında A'dan Z'ye hizmet sunan bir su parkı tedarikçisi olarak faaliyetlerini sürdürüyor. 35 bin metrekarelik alana sahip, dünyanın en büyük su kaydıracağı üretim tesisi olan fabrikasında üretimini Türkiye'de gerçekleştiren Polin Waterparks, globalde su kaydıracağı üreticileri arasında en yüksek üretim kapasitesine sahip firmalardan biri. Polin Waterparks olarak kendi markamızla 114 ülkede, 4 binden fazla su parkı projesi gerçekleştirdik. Global su parkı sektöründe, birçok yeniliğin öncüsü olduk. Müşteri memnuniyetine, AR-GE'ye, inovasyona, kaliteye ve uluslararası kabul görmüş normlara bağlılığımız sayesinde sektörde





niş ihracat



önemli bir yer edindik. Bugün, Polin hem ürün tasarımları hem de üretim teknolojilerinde sunduğu yeniliklerle sektörün lider markası konumunda. Birçok ülkenin, hatta kıtanın en büyük ve ödüllü su parklarında imzamız bulunuyor.

**Yıllık üretim hacmi ve ihracatın payı ile ilgili bilgi verebilir misiniz? Büyüme grafiği nasıl gidiyor?**

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından açıklanan “Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı” araştırmasında 11 yıldır yer alıyoruz. “Diğer Sanayi Ürünleri” kategorisinde de sektör birincisiyiz. Üretim tesisimizde, yılda 3 bin 500 ton fiberglas kompozit üretiliyor. 2021 yılında ciromuzun yüzde 85'ini ihracattan, yüzde 85'ini ise yurt içi satışlardan sağladık.

**Ham maddede dışa bağımlı bir sektörde, Polin'in başarısını ve rekabet gücünü neye bağlıyorsunuz?**

Küresel pazarda, rekabet gücünü artırmanın ve öne çıkabilmenin en önemli gerekliliği inovasyon. Polin olarak, sektördeki liderliğimizi yeni teknolojiler ve inovasyonlarla devam ettiriyoruz. Ayrıca Polin, her projeyi başından sonuna kadar yönlendiriyor. Bu, Polin'i sektörde diğer firmalardan ayıran özelliklerden biri.



Yaptığımız AR-GE çalışmaları ile sadece eğlence sektörüne değil, endüstriyel tasarım ve kompozit sektörlerine de katkıda bulunuyoruz.



**O zaman yatırımlarımızın büyük kısmı AR-GE'ye gidiyor...**

İnovasyon, Polin'de bir yaşam biçimi. Polin Waterparks, kendi sektöründe AR-GE merkezi olan ilk firma. 2016 yılından beri Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM), yayımladığı AR-GE'ye en çok yatırım yapan 250 şirket arasında yer alıyoruz. AR-GE departmanımız, tasarım AR-GE, mekanik AR-GE ve kompozit AR-GE olmak üzere üç birimden oluşan güçlü bir departman. Her biri, kendi alanlarında farklı projeler üzerine çalışıyor. Yaptığımız AR-GE çalışmaları ile sadece eğlence sektörüne değil, endüstriyel tasarım ve kompozit sektörlerine de katkıda bulunuyoruz. Türk tasarımcı ve mühendisler ile çalışıyoruz. Geçtiğimiz yıllarda dünyanın en büyük eğlence parkları fuarı olan IAAPA Expo'da lansmanını gerçekleştirdiğimiz, dünyanın tamamen şeffaf ilk kompozit su kaydıracağı olan Glassy'i, pandemi döneminde Vogue Hotel Bodrum'da yer alan Candyland Tema Parkı'na kurduk. Sınırsız desen seçeneği sunan ve parkı tıpkı bir sanat eserine dönüştüren “Utexture” üretim teknolojimiz ile gerçekleştirdiğimiz ilk projemizi yine pandemi döneminde Kirman Hotels Arycanda De Luxe'de





niş ihracat

Kendi sektöründe AR-GE merkezi bulunan ilk firma olan Polin Waterparks, Türk tasarımcı ve mühendisler ile çalışıyor.



tamamladık. Bunlar dışında, başlı başına yeni ve eşsiz bir tasarım olan, doğadan esinlenerek tasarladığımız “Stingray” su kaydıracağını sektörle buluşturduk. Polin’in son teknoloji ürünü olan Utexture’ın becerilerini de gözler önüne seren, yüksek kapasiteli ve kendinden temalı bir kaydırak olan Stingray, her anlamda eğlence sektörünün yeni gözdesi olacak. Yaptığımız AR-GE çalışmaları ile her yıl sektöre yeni ürün ve teknolojiler sunmaya devam edeceğiz.

#### **Su parkı yatırımlarına yönelik trendler ne yöne gidiyor?**

Sektörümüz, çok dinamik ve yenilikçi bir sektör. Yatırımcılar, heyecan verici, etkileyici ve görselliği ön planda olan aktiviteleri tercih ediyor. Kaydırak tasarımı da yaptığımız için su parkı yatırımcıları açısından



en büyük mücadele alanı burası. Çünkü, tesise gelen müşterileri tesise çekmek zorundalar. Su parkı ziyaretçileri en heyecanlı ve maceralı; adrenalini yüksek kaydırakları tercih ediyor. Ayrıca eğlenceyi, deneyimi eşleri, çocukları, kardeşleri, arkadaşları ile paylaşmak için interaktif kaydıraklar istiyor. Bunun yanı sıra ziyaretçilerin temalı kaydırak talepleri bulunuyor. Yüksek kapasiteli kaydıraklar ise bir diğer istekleri. Ayrıca kaydırakların güzel görünmesi de son derece önemli. Çünkü kaydıraklar bir parkın mobilyası gibidir. Kaydıraklardan kaymayanların, parkta dolaşanların bile kaydırakları seyredilmeye değer bulması gerekiyor. Bir de tabii augmented reality, virtual reality, gaming artık su parklarının da bir parçası oldu.

#### **POLİN’İN SEKTÖRE KAZANDIRDIĞI YENİLİKLER**

Son zamanlarda “tema” üzerine yoğunlaştık. Temalandırma anlamında yeniliklerimiz mevcut. King Cobra gibi kendiliğinden temalı, hikâye anlatan su kaydıraklarını sektöre ilk biz sunduk. Dünyanın en geniş ürün çeşitliliğine sahip olan Polin’in 2010 yılında lanse ettiği King Cobra kaydırığımız 11 yıldır üst üste Avrupa’nın en iyi su kaydırığı seçiliyor. 2014 yılında gerçekleştirdiğimiz dünyanın ilk Cartoon Network parkı da parklarda hikâye anlatımına çok güzel bir örnek. Bu projede, tüm kaydırakları bir karaktere dönüştürdük. Her kaydırak, hikâyeler anlatan bir karakter oldu. Bu proje ile 2014 yılında Dünya Su Parkları Birliği Özel Ödülü’ne layık görüldük. İnteraktiviteyi ve sanal gerçeklik teknolojisini (Virtual Reality-VR) su kaydıraklarına entegre ettik. Sektörle buluşturduğumuz iki kişilik interaktif kabin oyunu “Splash Cabin” ve sektörün ilk ve tek sanal gerçeklik teknolojisi Virtual Reality-VR’i kullanarak tasarlamış olduğumuz, mevcut su kaydıraklarının yapısını etkilemeden sanal gerçeklik deneyimi sunan ilk teknoloji çözümü olan “Splash VR” ile uluslararası pek çok ödül aldık.

## Türkiye'den Tüm Dünyaya



**70 AR-GE  
MÜHENDİSİ**



**DÜNYANIN 69  
ÜLKESİNE İHRACAT**



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



**ŞİRKET GRUBU VE  
TEDARİKÇİLERİMİZ İLE  
1.500 KİŞİLİK EKOSİSTEM**



**700 KİŞİLİK  
İSTİHDAM**



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



**TAM OTOMASYONA  
SAHİP 3 TESİS**



**1 AR-GE MERKEZİ**



**YILDA 450.000 ÜRÜNLÜK  
ÜRETİM KAPASİTESİ**



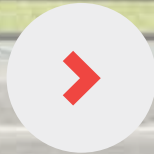
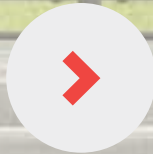
**ALANINDA AMERİKA' DA  
4 KEZ YILIN ÜRÜNÜ ÖDÜLÜ**

# İLERLEMENİN YOLU



40 yılı aşkın üretim tecrübesiyle, Avrupa tipi ağır ve hafif ticari araçlar için dünya markalarına baskı, disk, rulman, volan ve turbo üreten Dönmez Debriyaj, Automechanika Frankfurt 2022'de gösterdiğiniz yoğun ilgiye teşekkür eder.

# **dönmez** **HAMMER** Kupplungen





## TASARIMDA hizmet ihracatının artırılması gerekiyor

GAMZEGÜVEN

**T**asarım Üssü'nün kurucusu, başarılı tasarımcı Gamze Güven ile ambalaj ve gıda tasarımındaki yeni trendleri konuştuk. Son dönemde ambalaj üretimi ve tasarımında sürdürülebilir ham maddelerin gündemde olduğunu aktaran Güven, markaların bu konuda daha cesur olması gerektiğini vurguluyor. Türk tasarım anlayışının olgunlaşma dönemini yaşadığını ifade eden Gamze Güven, buna rağmen marka değerinin henüz oluşturulmadığını söylüyor. Tasarımda marka değerinin örgütlü ve stratejik yapılanma ile gerçekleşebileceğinin altını çizen Güven, "Türkiye'de tasarım potansiyelimizin henüz yüzde 50'sini kullanıyoruz. Hizmet ihracatının ise artırılması gerekiyor." diyor.

**Tasarım Üssü olarak özellikle ambalaj ve gıda tasarımına odaklı projelerde yer alıyorsunuz. Markalaşma sürecinde, görsel tasarımın rolü hakkında neler söylersiniz?**

Markalaşma sürecinde; marka için hedef kitleye uygun, doğru kategoride, doğru ürün seçmek ve yenilikçi ambalaj sunmak gerekiyor. Bu süreçte, doğru bilgi akışı ve iyi bir pazar araştırma raporunun bize sunulması sonucunda, rakip ve pazar analizi ile yola çıkıyoruz. Bundan sonraki aşamada ise hedef kitlenin ihtiyaçlarını, beklentilerini ve algılarını sorgulamaya yönelik yaratıcı sürecimiz başlıyor. Tasarımlarımızın ürünlere değer katıp katmadığı, genelde yapılan kalitatif ve kantitatif tüketici testinde ortaya çıkıyor. Bu testleri çok önemsiyorum. İyi bir moderatör ile yapılmış kalitatif testlerden, biz de besleniyoruz ve o kategoriye daha iyi tanıma fırsatımız oluyor. Tasarımda kullanılan malzeme, estetik özellikler, üretim yöntemi, tasarımın tüketiciye verdiği mesaj ve bilinçaltında yarattığı





Tasarımlarımızın ürünlere değer katıp katmadığı, genelde yapılan kalitatif ve kantitatif tüketici testinde ortaya çıkıyor.

algı, ürüne ve markaya değer katıyor. Biz de tasarımlarımızda, bütün bu parametreleri dikkate alıyoruz.

**Yerli ve yabancı pek çok sektördeki prestijli markayla çalışıyorsunuz. Endüstriyel tasarımda Türkiye ve Türk tasarım firmaları algısı nasıl?**

Bence, "Türk tasarımı" olgunlaşma dönemini yaşıyor. Fakat uluslararası alanda, Türk tasarımlarının marka değerini henüz oluşturamadık. Bu, ancak kurumsallaşmayla, örgütlü ve stratejik yapılanma ile gerçekleşebilir. Türkiye'de tasarım potansiyelimizin henüz yüzde 50'sini kullanıyoruz. Öncelikle hizmet ihracatının artırılması gerekiyor. Bu da bireysel çabalar yerine daha örgütlü, doğru politika ve doğru desteklerle gerçekleşebilir. Tasarım teşviklerinin bu kapsamda yeniden ele alınması gerekiyor. Biz de dâhil tasarım şirketlerinin çoğu, bu teşviklerden

yararlanmıyor. Ama tasarım teşvikleri yalnızca, yurt dışına yapılan yatırımları destekliyor.

**Türkiye, gıda ve ambalaj tasarımında dünyada nerede ve ülkemizin gelişimini nasıl görüyorsunuz?**

Türkiye, gıda ve ambalaj tasarımında iyi bir konumda. Çünkü her iki sektör de Türkiye'de ciddi ihracat rakamlarına ulaşan, üretim kapasitesi güçlü markaları ve şirketleri içeren sektörler. Ambalaj sektörü, tedarikçi firmaları ile gıda sektörü ise kendi markaları ile ihracatta oldukça başarılı. Dolayısıyla tasarıma talep var ve bu tasarım talebini karşılayan bizim gibi tasarım ofisleri mevcut. Yeni nesil tasarımcılar bu konuda hevesli. Tasarım sektörü, büyüme potansiyeline de sahip. Ancak genç tasarımcıları, ekonomik olarak desteklemek gerekiyor. Arz ile talep





## ambalaj gıda tasarım

### TASARIM İŞİNİN PÜF NOKTASI: İLETİŞİM

Tasarım işinin püf noktası, ambalaj veya ürünün kullanıcı ile kurduğu iletişim. Algılara iyi hitap etmek ya da başarılı kavramsal ve işlevsel çözümler sunmak yeterli değil. İyi bir tasarım, ihtiyacı karşılarken kullanıcıyla iyi bir iletişim de kurmalı. Bazen, sizin tasarımcı olarak kurguladığınızdan farklı iletişim kanalları kullanım sürecinde açığa çıkabiliyor. Tasarımcı, ürünün yaşam döngüsü sürecinde bu geri beslemelere de açık olmalı. Her bir deneyim, bir başka projede önünüze yeni bir kapı açabiliyor.

Son üç yıldır petrol türevi plastiklerin yarattığı çevre sorunları nedeniyle araştırmalarım beni kompostlanabilir biyoplastiklere yöneltti.

daha etkin buluşturulmalı. Katma değerli ürünlerle rekabet edebilmek için sanayicilerimizden daha çok tasarım hizmeti talebi gelmeli. Aldıkları hizmetlerin bedelini ödemekten de kaçınmamalılar.

#### **Sürdürülebilirlik trendi, tasarımı nasıl şekillendiriyor? Tasarımda yeni bir dönem başladı diyebilir miyiz?**

Bir ambalaj tasarımcısı olarak, kullanılan malzeme ve üretim yöntemlerini sorguluyorum. Bu konuda müşterilerime ve tedarikçilere alternatif malzeme, üretim yöntemi, tüketim senaryoları önererek farkındalık yaratmaya çalışıyorum. Ama çoğu zaman ambalaj sektöründe çok hassas bir konu olan birim maliyet nedeniyle ayrıca süreç içinde AR-GE ve UR-GE yapılması gerektiği için bir direnç ile karşılaşabiliyoruz. Oysa küresel bir marka, sürdürülebilirliği pazarlama politikası olarak tasarımcı veya tedarikçiden talep ettiğinde tedarikçiler işi almak için yatırıma başlayabiliyor. Bu konuda cesur, araştıran ve öncü olan tedarikçiler, çoğu zaman kârlı çıkıyor.



Son üç yıldır petrol türevi plastiklerin yarattığı çevre sorunları nedeniyle araştırmalarım beni kompostlanabilir biyoplastiklere yöneltti. Dünya, bu konuda PHA denilen polihidroksialkanoat üretimi için yatırım yapıyor. Biz de kendi sebze meyve atıklarımızdan oluşan, metandan beslenen bakteriler vasıtasıyla üretilen biyoplastiklere dikkat çekmek ve bu konuda yatırımcılara ön ayak olmak için çeşitli girişimlerde bulunduk. Ama henüz Türkiye'de bu konuda fizibilite yaptıracak ve gerekli yatırımlara yönelecek girişimci, tek bir şirket dışında bulamadık.







## ambalaj gıda tasarım

**Tasarımda kullanılan materyaller de değişiyor. Biyolojik olarak parçalanabilir, geri dönüştürülebilir ve yeniden kullanılabilir ambalajlar yeni bir tasarım anlayışı getiriyor mu?**

Evet, biyoçözünür malzemeler uzun zamandır gündemde. Ancak daha pahalı. Çünkü ham maddelerin çoğu ithal ediliyor. Bu, arz-talep meselesi. Talep, arttıkça fiyat düşüyor. Talep az ise malzeme pahalı oluyor. Bence asıl kıymetli olan, yakarak veya gömerek yok etmeye çalıştığımız kendi sebze ve meyve atıklarımızı değerlendirerek biyoplastik ham maddesi yaratmak. Şirketler, sürdürülebilirlik trend diye ithal geri dönüştürülmüş ham madde satın alıyor ve yüksek fiyata bu ambalajlı ürünleri satmaya çalışıyor. Bu, sürdürülebilirlik konusuna yanlış bir yaklaşım. Konunun tüketim alışkanlıklarımızı değiştirme boyutu da var. Bu da bir sistem tasarımı olarak ele alınmalı. Marketlerde otomatlardan dolmuş, ambalajsız tüketim gibi konular nihayet Türkiye'de de gündeme gelmeye başladı. Ambalaj tasarımı, her ne kadar bizim gelir kapımız olsa da son beş yıldır bu yaklaşımı müşterilerimize de öneriyorduk. Konu çevre olduğunda doğru aksiyon alınmalı.

**Dünya, son 20 yılda hızlı bir değişim hâlinde. Teknoloji ve iletişim araçları ile birlikte tüketici davranışları da değişiyor. Tasarım ve tasarımcılar bu hıza nasıl yetişebiliyor?**

İyi araştırmak, gözlem yapmak, sorgulamak ve probleme yaratıcı çözüm bulmak bizim işimiz. Fakat her alandaki yenilikleri takip etmek çok kolay değil. Yeni nesil ile çalıştığımız için değişimi algulamak daha kolay. Ben de Tasarım Üssü'nde genç ekibimle bunu yapmaya çalışıyorum. Pandemi süreci, insan alışkanlıklarının nasıl kolay değişebileceğini öğretti. Hijyen alışkanlığı, maskeli yaşam, çevrim içi alışveriş, çevreye duyarlılık, insan ilişkileri



gibi birçok konuda bakış açımız ve davranış modellerimiz değişti. Bunların bir kısmının yaşantımızda kalıcı olduğu kanaatindeyim.

**Ürünü şekillendiren ve giydiren bir firma olarak Tasarım Üssü'ne bir ambalaj tasarlamak isteseydiniz, tasarımın renkleri ve mesajı ne olurdu? 20 yıldır direktörlüğünü yaptığımız Tasarım Üssü, kendini nasıl güncelliyor?**

Tasarım Üssü için ambalaj tasarlamak isteseydim ambalajın vereceği en önemli mesaj; kullanıldıktan sonra ambalajın doğaya hiç zarar vermemesi hatta gübre olarak toprağa, su olarak denize karışabilmesi olurdu. Rengi muhtemelen olmaz, şeffaf olurdu. Tasarım Üssü kendini, genel araştırma yaklaşımıyla sorunları sorgulayarak ve yaratıcı sürece çevresindeki farklı disiplinlerdeki insanları katarak güncelliyor.

**Tasarım Üssü olarak hayallerinizin neresindeniz ve yeni hayalleriniz var mı?**

Tasarım Üssü olarak, hayallerimizin ortasındayız. Elbette birçok hayalimiz var. Bu sene, meslekte 35'inci yılım. Uluslararası alanda "Tasarım Üssü" markamızı daha iyi bir yere taşımak ve "Designed in Türkiye" markasını yaratmak için çalışmalarına başlamak düşüncesindeyim. Bu coğrafyadan farklı bir tasarım akımı çıksın ve Türkiyeli tasarımcıları bu akım ile dünyaya daha etkin tanıtım istiyorum. Bu kapsamda TİM ile iş birliği yapabileceğimizi düşünüyorum.

Biyoçözünür malzemeler uzun zamandır gündemde.



## GİRİŞİM EKOSİSTEMİ



Dopigo Kurucu Ortağı Engin Şatana

# DOPIGO

Dinamik fiyatlandırma ile rekabet avantajı sağlıyor

Bulut tabanlı bir yazılım olan Dopigo, modern işletmelerin ihtiyacı olan çözümleri hiçbir teknolojik yatırım yapmalarına gerek kalmadan sunuyor.

### **Dopigo'nun kuruluş hikâyesini dinleyebilir miyiz?**

Sekiz yıl boyunca Deloitte, Türk Telekom ve son olarak HSBC'de çeşitli pozisyonlarda görev aldım. Dopigo'yu kurmadan önce ise bir buçuk senelik bir start-up tecrübem oldu. Avrupa'nın en hızlı büyüyen start-up'larından bir tanesinde çalıştım. Burada Melih Karcı ile tanıştım. Aramıza son olarak katılan Arda Özen ile de HSBC'de beraber çalışmıştık. Üçümüz bir araya gelerek

Dopigo'yu kurduk. 2016'da Melih Karcı ile incir.com'un Depo Optimizasyon projesini yapıyorduk. Normal şartlarda yedi ay sürmesi gereken bir işi, biz 40 günde hayata geçirmek üzereydik. Benzer bir yazılım altyapısı ile e-ticaret süreçlerini nasıl daha kolaylaştırabileceğimizi ve bunu herkese açabileceğimizi düşündük. Aradan birkaç ay geçtikten sonra kendi projemiz üzerinde çalışmaya başladık. İlk yaptığımız şey, fikrin validasyonunu almak oldu.

Bir MVP (Minimum Viable Product) yaratıp küçük bir bütçe ile lansman yaptık. Burada, temel amacımız çok kısıtlı bir ürün ile kullanıcı yaratıp yaratamadığımızı görmek oldu. Bu aşamada kullanıcılarımızı, ofislerinde ziyaret edip e-ticaret operasyonlarını nasıl yönettiklerini gözlemledik. Görüşmeler yapıp ihtiyaçlarını analiz ettik. Dopigo adını verdiğimiz bu proje, böylece gelişme sürecine girmiş oldu. Bugün itibarıyla 2 bin 500'den fazla firmaya hizmet veriyoruz.



### **Dopigo hangi özelliklere sahip? Çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?**

Dopigo, şu anda e-ticaret yapan bir şirketin tüm operasyonel süreçlerini mümkün kılıyor. Bulut tabanlı bir yazılım olan Dopigo, modern işletmelerin ihtiyacı olan çözümleri hiçbir teknolojik yatırım yapmalarına gerek kalmadan sunuyor. Dopigo, firmaların tüm satış kanallarının entegre olmasını sağlayan ve bu kapsamda stok güncellemelerini, faturalamalarını ve e-fatura kesme işlemlerini gerçekleştiren bir sistem. Bunun yanı sıra rekabet avantajı sağlamak amacıyla rakiplere göre kıyaslama yaparak dinamik fiyatlandırma da gerçekleştiriyor. Firmaların, satış ve operasyonel hacmi ile paralel olarak kullanmayı tercih ettikleri ek özellikler de bulunuyor. E-ticaret alanında faaliyet gösteren birçok firma için toplu işlemleri yapabilmelerini sağlayan dinamik bir yapıımız bulunuyor. Klasikleşmiş excel ve benzeri tablo yapılarını kullanmaya gerek bırakmayan bu yapı ile firmalar toplu işlemlerini gerçek zamanlı olarak entegre olarak yönetilebiliyor. Aynı anda binlerce işlemin anlık yapılmasına olanak veren bu yapı e-ticaret'in temel gerekliliği olan "stok ve fiyat güncelleme hızı" konusunu inovatif bir şekilde mümkün kılıyor. Dopigo aynı zamanda bir şirketin satış ve ciro raporlarını gerçek zamanlı görmesine olanak veriyor. Gelişmiş raporlama özellikleri sayesinde birçok firmanın ihtiyacı olan bilgileri anında indirmelerini sağlıyor. Dopigo'nun gelişmiş API altyapısı ile birçok muhasebe yazılımı ile veri paylaşabilme özelliği bulunuyor. Firmaların kullandıkları muhasebe yazılımlarına uyumlu olan bu API'ler sayesinde, gerçek zamanlı veri akışı mümkün oluyor. Türkiye'nin en önde gelen Muhasebe ERP'leri ile entegre olan Dopigo, müşterilerine bu alanda ciddi bir avantaj sunuyor.

Dopigo, firmaların tüm satış kanallarının entegre olmasını sağlayan ve bu kapsamda stok güncellemelerini, faturalamalarını ve e-fatura kesme işlemlerini gerçekleştiren bir sistem.

### **Pandemi ile hızlı dönüşen e-ticaretin geleceği hakkındaki öngörüleriniz neler?**

Pandemi e-ticaretin belki beş sene de gelmesi gereken süreci inanılmaz hızlandırdı. Kapanma döneminde, talep patlamasına sebep oldu. Kargolardaki yığılmayı ve müşteri şikayetlerini dün gibi hatırlıyoruz. Bu beklenmedik talep artışı ve tüketim kasırgası sonrasında yaşanan küresel tedarik krizi ise e-ticarete yansdı. Bugün itibarıyla bakıldığında pandemi öncesi seviyelere ulaşan e-ticaretin bundan sonra alım gücü ile paralel artacağı aşikâr. Kesin olan şey ise pandemi, e-ticareti, hayatımızın yeni normallerinden bir tanesi hâline getirdi.

### **TİM TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

TİM TEB Girişim Evi'nin bu süreçte göstermiş olduğu niyet ve yaklaşımın çok değerli olduğuna inanıyorum. Burada özellikle alınan mentorluğun uzun zamandır Türkiye'de görmediğim seviyede olduğunu belirtmek isterim. TEB, KOBİ bankacılığındakiengin tecrübesini bizlerle paylaştı. Bu bilgilerden çok faydalandık. Alanlarında tecrübe sahibi ve her şeyden önemlisi girişimciler ile temas kurma noktasında başarılı bir ekip olduklarına inanıyorum. Girişimciler, içinde buldukları konum itibarıyla bazı meslek hastalıklarına kapılabilirler. İnat ve körlük bunların başında geliyor. Tecrübeli ve iletişimi dengeli bir ekip ile bu hastalıkların sebep olduğu konfor alanından uzaklaşmak mümkün. Bu noktada TİM TEB Girişim Evi bence çok iyi iş çıkarıyor.



dopigo



## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RÖPORTAJ

Yenilenebilir enerjiye düşük maliyetli, uzun ömürlü batarya çözümü!

# DEV ENERJİ

TİM TEB Girişim Evi'nin genç firmalarından Dev Enerji, yenilenebilir enerji kaynaklarının depolanması sorununa çözüm getirecek düşük maliyetli ve uzun ömürlü batarya geliştirdi.

### Dev Enerji kaç kişilik bir ekipten oluşuyor ve hangi ürün veya ürünler üzerinde çalışmalar yapıyorsunuz?

2021 yılında TUBİTAK 1512 (BİGG) desteği ile şirketimizi kurduk. Proje konumuz, elektrik enerjisini elektrokimyasal batarya hücrelerinde depolamak. Şirketimiz, yüzde 100 güneş ve rüzgâr bazlı yenilenebilir enerji kaynaklarına geçişte, stratejik önemde olan düşük maliyetli ve uzun ömürlü batarya çözümünü sunmak amacıyla AR-GE ve ticarileştirme faaliyetleri yürütüyor. Ekibimizde yer alan Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi (MSKÜ) Enerji Sistemleri Mühendisliği Bölümü'nde Akademisyen Prof. Dr. Ali Keçebaş malzeme karakterizasyon sorumlusu olarak görev alırken Ege Üniversitesi (EÜ) Kimya Mühendisliği Bölümü'nde Akademisyen Doç. Dr. Nilay Gizli, elektrokimyasal analiz yetkilisi olarak çalışmalarını sürdürüyor. EÜ Kimya Mühendisliği Bölümü'nde doktora öğrencisi Fatoş Koç ise üretim sorumlusu olarak bizlerle çalışıyor. Ben de ekipte optimizasyon sorumlusu olarak görev alıyorum.

### Sizi bu AR-GE projesine yönlendiren nedenler nelerdir?

Depolama kaynağı olarak batarya teknolojilerinin kullanıldığı elektrikli araçlar ve yenilenebilir enerji kaynakları, daha yaygın hâle geldikçe depolama teknolojilerine olan ihtiyaç da ön plana çıkıyor. Batarya maliyetlerinin düşmesi, ağırlığının hafiflemesi, depolama hızının

artması, uzun çevrim/kullanım ömrü sunması, enerji ve güç yoğun bataryaların üretilmesi sektörlerin geleceği için büyük önem arz ediyor. Mevcut bataryaların; elektromobilité, tüketici elektroniği, yenilenebilir enerji kaynaklarının stasyonér depolanması gibi çeşitli uygulamalar için en umut verici teknoloji olmasına rağmen, hâlâ aşılması gereken bazı zorlukları mevcut. Örneğin geleneksel lityum-iyon bataryası hâlâ enerji yoğunluğunda, hızlı şarj kabiliyetinde, geniş sıcaklık aralığı gibi iklim koşullarında dayanıklılığında/stabilitesinde, güvenli kullanımında, hafif olmasında ve uzun ömür sunması gibi performans değerlerinde iyileştirmelere ihtiyaç duyuyor. Proje konusu batarya hücremiz, geleneksel hücreye göre bünyesinde kalın elektrotlara sahip olduğu için yüksek enerji yoğunluğu, Anot ve Katot elektrotları bünyesinde kullanılan iyonik iletken elektroliti nedeniyle yüksek güç yoğunluğu, yanma/patlama riski bulunmayan elektroliti nedeniyle güvenli kullanım, kendini rejeneré edebilen jel formu nedeniyle uzun kullanım ömrü, düşük maliyetli ve havadaki nem/oksijenden etkilenmeyen kimyasallarının seri imalata imkân sağlayan ortam koşullarında sentez süreçleri nedeniyle, düşük maliyet gibi performans değerlerine sahip.

### Projeniz batarya teknolojisine nasıl bir yenilik getirecek?

Güneş ve rüzgâr gibi yenilenebilir enerji kaynaklarından üretilen elektriğin,





## sürdürülebilirlik röportaj



### TİM TEB GİRİŞİM EVİ, ŞİRKETİMİZİN BAŞARISININ ARTMASINA KATKIDA BULUNUYOR

TİM TEB Girişim Evi, uzman eğitmen kadrosunun sunduğu çeşitli eğitimlerle şirketimizin başarısının artmasına katkıda bulunuyor. Girişim Evi; ilgili hizmetleri, bizim gibi teknolojik tabanlı şirket ve start-up'lara herhangi bir finansal bedel karşılığı olmadan sunuyor.

depolanmasına ihtiyaç duyuluyor. Geleneksel bataryaların dezavantajı, altyapı ve kimyasal olarak yüksek maliyetli olup uzun bir üretim sürecini gerektirmesi. Örneğin, elektrik depolaması için kullanılan mevcut çözümlerden olan kurşun-asit aküler ya kısa ömürlüdür ya da lityum-iyon bataryalar çok maliyetlidir. Mevcut lityum-iyon bataryalarının en büyük dezavantajları; yüksek maliyetinin yanı sıra enerji yoğunluğunun düşük, kullanım ömrünün sınırlı olması, şarj süresi uzun olan, yanma veya patlama riski barındıran karbonat bazlı organik elektrolitinden dolayı güvenlik sorunlarının yaşanması. Ayrıca çalışma sıcaklığının -20 ile +60 derece aralığında olması da ilgili bataryanın zorlu iklim şartlarında kullanımını zorlaştırıyor. Dev Enerji'nin imal etmekte olduğu batarya hücreleri; enerji ve güç yoğunluğunun yüksek olması, bakım-onarım gerektirmemesi, düşük maliyetli olması, raf ve kullanım ömrünün uzun olması, modüler yapıya

sahip olduğu için talep edilen enerji ve güç kapasitesinde ölçeklenebilmesi bunun yerine yenilenebilir enerji sektöründe elektrik depolama çözümü olarak kullanılmaya son derece uygun.

#### TİM TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

TİM TEB Girişim Evi, şirketimiz için ofis yeri sağlamanın yanı sıra batarya ürünümüzün yurt içi ve yurt dışı platformlarda tanıtımını gerçekleştiriyor. Değerli mentor ve danışmanlarıyla etkin iş birliklerinin yapılması amacıyla ASPİLSAN, ASELSAN, TUBİTAK RUTE'deki Batarya Grubu gibi şirket ve kurumlara yönlendirmelerde bulunuyor. Uzman eğitmen kadrosunun sunduğu çeşitli eğitimleriyle, şirketimizin başarısını artırmaya katkıda bulunuyor. Girişim Evi ilgili hizmetleri, bizim gibi teknolojik tabanlı şirket ve start-up'lara herhangi bir finansal bedel karşılığı olmadan sunuyor.



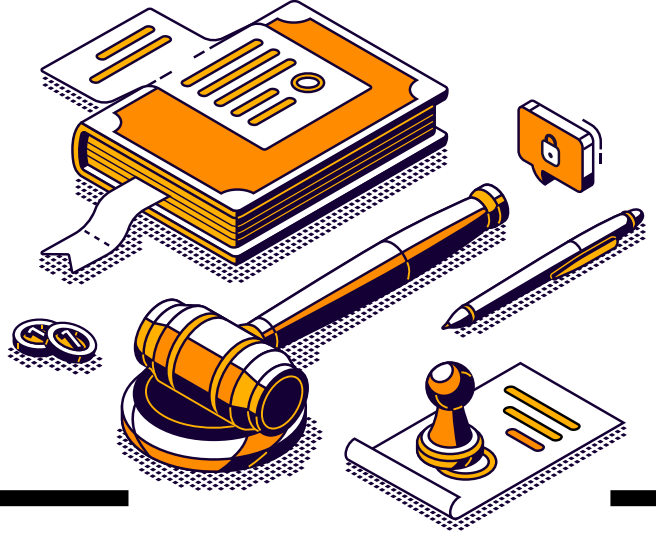
Dev Enerji Kurucusu  
Bayram Devlet





# Dahilde İşleme Rejimi Tebliğinde DEĞİŞİKLİK YAPILDI

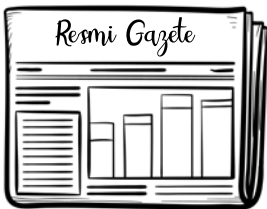
Dahilde işleme izni verilecek hâlleri içeren 14'üncü maddede yer alan "Bedelsiz olarak ithal edilen eşyanın işleme faaliyetine tabi tutulması" bölümünde hariç tutulan ürünlere, 30.02, 30.03 ve 30.04 gümrük tarife pozisyonunda yer alan ürünler eklendi.



**14 EYLÜL 2022** tarihli Resmî Gazete'de yer alan Dahilde İşleme Tebliği'nde Değişiklik Yapılmasına İlişkin 6030 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ve Dahilde İşleme Rejimi Tebliği (İhracat: 2006/12)'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (İhracat: 2022/6) ile Dahilde İşleme İzni, Ek Süre, Haklı Sebep, Mücbir Sebep, İhracat Taahhüdünün Kapatılması gibi alanlarda düzenlemeler yapıldı.

Buna göre:  
Dahilde işleme izni verilecek hâlleri içeren 14'üncü maddede yer alan "Bedelsiz olarak ithal edilen eşyanın işleme faaliyetine tabi tutulması" bölümünde hariç tutulan ürünlere 30.02, 30.03 ve 30.04 gümrük tarife pozisyonunda yer alan ürünler eklendi. Böylece, aşular, tedavide veya korunmada kullanılmak üzere birbirleriyle karıştırılmış iki veya daha fazla unsurdan oluşan ilaçlar, tedavide veya korunmada kullanılmak üzere karışık olan veya olmayan ürünlerden oluşan ilaçların bedelsiz olarak ithal edilmesi durumunda

işleme faaliyetine tabi tutulamayacak. Dahilde işleme izni; 14'üncü maddede belirtilen işlemler için, İhracat Genel Müdürlüğü'nün görüşü alınmak suretiyle Gümrükler Genel Müdürlüğü'nce belirlenen uygulama esasları çerçevesinde elektronik ortamda gümrük idaresince verilecek. Tebliğin 19'uncu maddesinde yapılan düzenleme ile dahilde işleme izni, taahhüt kapatma işlemleri sonuçlandırılıncaya kadar revize edilebilecek. Dahilde işleme iznine ilişkin revize müracaatı, ilgili firma tarafından gerekli bilgi ve belgeler ile birlikte ilgili gümrük idaresine yapılacak. Yapılan revize müracaatı gümrük idaresince sonuçlandırılacak ve firmaya bildirilecek. 22'nci maddenin beşinci fıkrası hükmüne istinaden proje süresine ilişkin dahilde işleme iznine ek süre almak için Bakanlıkça (Gümrükler Genel Müdürlüğü) belirlenen uygulama esasları çerçevesinde, izne ilişkin ithalat beyannamesi bilgisi, gerçekleştirilen ihracata ilişkin liste ve bu listede yer alan





## Yeni Sektörel Düzenlemeler

gümrük beyannamelerinin iznin ihracat taahhüdünün kapatılmasında kullanılacağına ve bu bilgilerin doğruluğuna dair taahhütname ile birlikte en geç izin süresi sonundan itibaren verilen 1 aylık süre 2 ay olarak değiştirildi. Tebliğin 23'üncü maddesinde yapılan düzenleme ile haklı sebep hallerine ilişkin müracaat süresi 1 aydan 2 aya uzatıldı. 25'inci madde belirtilen ülkemiz veya ithalatçı ülkede; devletçe konulan yasaklar, harp ve abluka hâlinde talep edilecek bilecek mücbir sebep ve fevkalade hâllere genel salgın hastalık eklendi. Tebliğin 26'ncı maddesinde yapılan değişiklikle mücbir sebep ile fevkalade hâllere ilişkin müracaat süresi 1 aydan 2 aya çıkarıldı. Tebliğin 30'uncu maddesinde yapılan düzenleme ile diğer kamu kurum ve kuruluşlarının denetim birimleri ile Bakanlıkça yapılan inceleme, denetim ve soruşturma sonucunda, gümrük beyannamesi ve eki belgelerin sahte olduğunun veya üzerinde tahrifat yapıldığının ya da gerçek dışı olduğunun veya gerçeği yansıtmadığının yahut ithalata aracılık eden temsilcinin eşyayı belge/izin sahibine teslim etmediğinin ve/veya ithal edilen eşyadan farklı bir eşyayı teslim ettiğinin tespiti hâlinde; ithalata aracılık eden temsilci, beyanname konusu eşyanın ithalatı esnasında alınmayan vergiden belge/izin sahibi firma ile birlikte müştereken ve müteselsilen sorumlu olacak.

Tebliğin 37'nci maddesinde yapılan değişiklik ile dahilde işleme izni ihracat taahhüdünü kapatma için gerekli bilgi ve belgelerin sunulması için en geç izin süresi sonundan itibaren 3 ay içerisinde, gerekli bilgi

ve belgeleri ilgili gümrük idaresine başvuruda bulunulabilecek. Böylece 1 aylık süre 3 aya uzatıldı.

Tebliğin 8'inci maddesinde yapılan düzenleme ile gümrük beyannamesinin dahilde işleme izin belgesi/dahilde işleme izni ihracat taahhüdüne sayılabilmesi için ilgili gümrük beyannamesinde belge/izin sayısını içeren satır kodunun yer alması zorunluğu devam edecek.



### DOMATES KONSERVESİ VE SALÇA İHRACATI KAYDA BAĞLANDI

7 Eylül 2022 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İhracı Kayda Bağlı Mallara İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: İhracat 2006/7)'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (İhracat: 2022/7) ile "Domatesler (sirke veya asetik asitten başka usullerle hazırlanmış veya konserve edilmiş)- Diğerleri: (GTP: 2002.90) (Salça)" ihracatı kayda bağlı mallar listesine eklendi. İhracı Kayda Bağlı Mallara İlişkin Tebliğ kapsamındaki malların ihracından önce gümrük beyannamelerinin ilgili İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği tarafından kayda alınması gerekiyor.

### SÖZLEŞMELİ BESİCİLİKTE DESTEKLEME ÖDEMELERİ BELLİ OLDU

6 Eylül 2022 tarihli Resmî Gazete'de yer alan sözleşmeli besiciliğin desteklenmesine ilişkin Cumhurbaşkanı Kararı'na göre, 5 yıl besicilik sözleşmesi yapan yetiştiricilere Et ve Süt Kurumu destek verecek. Kapsam dâhilindeki besicilere, kilogram başına sığır karkas ağırlığı 201-250 kilogram olanlara 2,5 TL, 251-300 kilogram olanlara 3,5 TL, 301 kilogram ve üzeri olanlara ise 5 TL destekleme ödemesi yapılacaktır.

Yetiştiriciler en fazla 200 baş sığır için desteklemeden yararlanabilecek. Destekleme 201 kilogram altında karkas ağırlığa sahip sığırları kapsamayacak. Destekleme için ödenek, Tarım ve Orman Bakanlığı'nın tarımsal destekleme bütçesinden karşılanacak.



## Yeni Sektörel Düzenlemeler



### 2023-2025 DÖNEMİ BÜTÇE ÇAĞRISI YAYIMLANDI

14 Eylül 2022 tarihli Resmî Gazete'nin mükerrer sayısında yer alan 2023-2025 Dönemi Bütçe Çağrısı Tebliği ile Merkezi Yönetim Bütçesi'nin hazırlık çalışmalarını yönlendirmek üzere OVP (2023-2025) hazırlandığı ve programda ekonomi ile maliye politikalarının temel amaçlarının belirlendiği ifade edildi.

Bu kapsamda 2023-2025 döneminde Türkiye Ekonomi Modeli ile uyumlu olarak yatırım, istihdam, üretim ve ihracatı önceleyen büyümenin sürdürülmesinin, verimli ve rekabetçi yerli üretim yapısının güçlendirilmesinin, ithalat bağımlılığının azaltılmasının, kalıcı fiyat istikrarına ulaşılmasının, beşeri sermaye ve iş gücü kalitesinin artırılmasının, iş ve yatırım ortamının iyileştirilmesinin, sürdürülebilir, kapsayıcı büyüme ile adaletli paylaşımaya yönelik ekonomik dönüşümün gerçekleştirilmesinin amaçlandığı belirtildi.

Aynı dönemde maliye politikasının temel amacının ise bütçe disiplininin sürdürülerek kamu açıklarının tedrici

olarak azaltılması, mali yapının daha da güçlendirilmesi, kamu hizmetlerinin bütçe imkanları içinde kalınarak ayrılan kaynakların üzerinde harcama yapılmasına yol açılmadan azami tasarruf anlayışı içinde yerine getirilmesi olarak sıralandı. Ayrıca, temel amaçlar arasında, kamu mali yönetiminde sürdürülebilir ve sağlıklı gelir kaynaklarının artırılması için vergilemede adalet, eşitlik, öngörülebilirlik ve şeffaflık ilkeleri temelinde vergi tabanının genişletilmesinin ve gönüllü uyumun artırılmasının, kamu gelirlerine yönelik tahsilat performansının artırılması ile kayıt dışı ekonomiyle mücadeleye kararlılıkla devam edilmesinin yer aldığı vurgulandı.

Tebliğe göre, Kamu idareleri OVP'de belirlenen politika, tedbir ve öncelikler doğrultusunda hareket ederek kendilerine tahsis edilen ödenekleri aşmadan kaynaklarını etkili, ekonomik ve verimli bir şekilde kullanacak. Harcama gözden verimsiz harcama alanları tasfiye edilecek, bu yolla oluşturulacak mali alanın öncelikli harcama alanlarına

tahsis edilmesi sağlanacak. Kamu kaynaklarının daha etkin şekilde değerlendirilmesi ve hazine nakit rezervinin güçlendirilmesi için "Tek Hazine Kurumlar Hesabı"nın kapsamı genişletilecek.

Bütünlüklü Kamu Mali Yönetim Sistemi'nin ulusal düzeyde hayata geçirilmesi süreci hızlandırılacak, kamu kurumlarının ilgili tüm sistemleri arasında tam entegrasyon sağlanacak. Süreklilik arz etmeyen ve konjoktüre dayalı gelirlerin oluşturduğu geçici kaynaklara karşılık olarak kalıcı mahiyette harcama oluşturulmayacak. Kamu yatırım, harcama, teşvik ve desteklerinin etkinliği artırılacak. Merkezi yönetim kapsamındaki kamu idareleri, OVP, Bütçe Çağrısı ve eki, Bütçe Hazırlama Rehberi ile Yatırım Genelgesi ve eki, Yatırım Programı Hazırlama Rehberi'nde yer alan makro politikalar, hedef ve gösterge niteliğindeki temel ekonomik büyüklükler, ödenek teklif tavanları, genel ilkeler ve standartlar ile çok yıllık bütçeleme anlayışını esas alarak 2023, 2024 ve 2025 yıllarına ilişkin bütçe tekliflerini sunacak.





## Yeni Sektörel Düzenlemeler

### FORKLİFT AKSAMI İTHALATINDA GÖZETİM KIYMETİ UYGULANACAK

8 Eylül 2022 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2019/8)'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile uygulama listesinde güncelleme yapılarak 8431.20 GTP satırı eklendi. Buna göre; 8431.20 GTP'de yer alan 8427 Tarife Pozisyonunda yer alan Forkliftler; kaldırma ve elleçleme tertibatı olan diğer yük arabaları ile birlikte kullanılmaya elverişli aksam ve parçaların ithalatında gözetim kıymeti uygulanacak. Söz konusu eşyanın ithalatında uygulanacak gözetim kıymeti kilogram başına 4 ABD Doları olarak belirlendi. Buna ek olarak tebliğde, gözetim başvurularında firmanın forklift üretimine ilişkin kapasite raporunu sunması hâlinde başvuru için doldurulması gereken formlardan 2B İhracatçı - Üretici Bilgi Formunun aranmaması yönünde bir değişiklik yapıldı.

### İSTANBUL İHTİSAS SERBEST BÖLGESİ'NİN SINIRLARINDA DEĞİŞİKLİĞE GİDİLDİ

14 Eylül 2022 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Cumhurbaşkanlığı Kararı ile Bakırköy-Şevketiye Mahallesi'nde bulunan İstanbul İhtisas Serbest Bölgesi'nin alanı 100 bin 769,05 metrekare olarak güncellendi. Kararda, belirlenen yeni alanın parsel ve ada bilgileri ile kroki ve listesine de yer verildi.

#### 2023-2025 Dönemi Yatırım Programı Hazırlıklarıyla İlgili Cumhurbaşkanlığı Genelgesi Yayımlandı

14 Eylül 2022 tarihli Resmî Gazete'nin mükerrer sayısında yer alan 2023-2025 Dönemi Yatırım Programı Hazırlıklarıyla İlgili Cumhurbaşkanlığı Genelgesi ile vatandaşların refah ve mutluluğunu daha üst seviyelere çıkarma amacı doğrultusunda makroekonomik istikrarı korumak, üretimi artırmak ve toplumun refah düzeyini yükseltmek üzere 2019-2023 döneminde On Birinci Kalkınma Planı'nın uygulandığı belirtildi.

Genelgede, bu dönemde temel hedef olan sürdürülebilir büyümeyi gerçekleştirmek üzere kamu harcamalarında tasarruf yapmak, enflasyonu düşürerek fiyat istikrarını korumak, yurt içi tasarrufları artırmak, cari işlemler açığını azaltmak, kamu

mali dengelerini ve mali disiplini daha da güçlendirmek ve böylece makroekonomik ve finansal istikrarı korumak temel öncelikler olarak belirlendi. Bu hedef ve öncelikler çerçevesinde, kamu hizmetlerinin hız ve kalitesinin artırılması için kamu yatırımlarına ayrılan kaynakların gelecek dönem için hedeflenen politikalara azami oranda katkı sağlayacak şekilde tahsisi ve verimli kullanımının temel ilke olacağına işaret edilen genelgede, "Kamu yatırım harcamalarından azami düzeyde tasarruf edilirken, kalkınma potansiyelini destekleyici mahiyetteki iktisadi ve sosyal altyapı yatırımlarına öncelik verilmeye devam edilecektir. Kamu kesimi yatırımları bütüncül bir yaklaşımla özel kesim yatırımlarını tamamlayacak şekilde tasarılacak ve hayata geçirilecektir. Kamu yatırım öncelikleri özel sektörün yenilikçi ve üretken yatırımlarını ve ticareti destekleyecek mahiyette belirlenecek; iş, üretim, yatırım ve yaşam ortamını iyileştiren nitelikli altyapı yatırımlarına öncelik verilecektir. Kamu yatırımlarına ayrılan kaynaklar bir taraftan öncelikli sosyal ihtiyaçları giderecek ve üretken faaliyetleri destekleyecek nitelikteki altyapı alanlarına yönlendirilirken, yatırımların

maliyet etkin, verimli ve zamanında gerçekleştirilmesine, mevcut sermaye stokunun daha etkin kullanılmasına ve yatırım harcamalarının en kısa zamanda ekonomik ve sosyal faydaya dönüştürülmesine azami özen gösterilecektir." ifadelerine yer verildi. 2023 Yılı Yatırım Programı hazırlıklarında, 2023-2025 dönemi Orta Vadeli Program'da yer alan amaçlar, politikalar, öncelikler ve mali çerçevenin esas alınacağı belirtilen genelgede, ayrıca Orta Vadeli Program ile uyumlu olmak kaydıyla, kamu idarelerinin stratejik planlarının da hazırlıklarda dikkate alınacağı bildirildi. Proje bazında ödenek teklif ve tahsislerinde, devam eden öncelikli projelerden en kısa sürede tamamlanabilecek olanlara öncelik verileceğine dikkat çekilen genelgede, tasarruf tedbirleri kapsamında zorunlu hâller dışında 2023 Yılı Yatırım Programı'na yeni proje alınmayacağı aktarıldı. Yatırımlarda dikkate alınacak 2023 yılı ortalama 1 ABD doları kur değerinin 21,5 TL olacağı, kaynağı ne olursa olsun taşıt alımının sadece zorunlu hâllerde yapılacağı, kamu hizmet binalarına ödenek ayrılmasının sadece inşası önemli ölçüde tamamlanmış olanlar için yapılacağı belirtildi.



## Yeni Sektörel Düzenlemeler

### AYÇIÇEĞİ TOHUMU YAĞI İTHALATINDA GÜMRÜK VERGİSİ ARTIRILDI

15 Eylül 2022 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 6037 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı ile 1512.11.91.00.00 GTİP’te yer alan Ayçiçeği Tohumu Yağı için gümrük vergisinin yüzde 0 olarak uygulanmasına son verildi.

Buna göre, yağlı tohumlar ile bitkisel yağların

dünya fiyatları ve tedarikine ilişkin son dönemde yaşanan bölgesel gelişmeler dikkate alınarak, Türkiye'nin içinde bulunduğu yağlık ayçiçeği hasadı döneminde yerli üretimin sürdürülebilirliğini ve çiftçinin desteklenmesini temin amacıyla ham ayçiçeği yağında uygulanan gümrük vergisi yüzde 10'a çıkarıldı.

### TEKNİK DÜZENLEMELER REJİMİ KARARI YAYINLANDI

15 Eylül 2022 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 6038 sayılı Teknik Düzenlemeler Rejimi hakkındaki Cumhurbaşkanı Kararı ile dış ticarete konu ürünlerin güvenli ve ilgili teknik düzenlemelere uygun olmasını sağlamak, bu çerçevede ilgili teknik mevzuatın dış ticarete uyarlanması, uygulanması, ithalatta ve ihracatta denetim yapılması veya yaptırılması, denetim yapacak kuruluşların tespiti ile teknik düzenlemesine uygun veya güvenli olmayan ürünlerin ithalat ve ihracatının önlenmesine dair usul ve esasları belirlemek, dış ticarete teknik engellerin önlenmesine yönelik çalışmalar yapmak, teknik düzenlemeler ile ürün güvenliği ve denetimine dair mevzuat, politika ve uygulamaları koordine etmek ve söz konusu mevzuat, politika ve uygulamaların uluslararası yükümlülüklerle uygunluğunu sağlamak hedeflendi. Kararın, dış ticarete konu ürünlerin tabi olacağı teknik düzenlemeleri, yapılacak denetimleri, denetim yapılacak kuruluşları, yetkili kuruluşların bu çerçevedeki yetki ve sorumluluklarını, ithalatçıların ve ihracatçıların sorumluluklarını, alınacak

önlemleri, uygulanacak müeyyideleri ve ilgili bildirimleri kapsadığı belirtildi.

Buna göre, ithalat denetiminde insan sağlığı, can ve mal güvenliği, hayvan ve bitki yaşamı ve sağlığı ile tüketicinin, çevrenin korunması esas alınacak.

İhracatçı, ihrac edeceği ürünlerin şu şartlara uygun olmasından sorumlu olacak: Avrupa Birliği üyesi ülkelere ihraç edilen ürünler, 7223 sayılı Kanununun 2'nci maddesinin ikinci fıkrası kapsamında piyasaya arz etmiş sayılır.

Aynı maddenin dördüncü fıkrası uyarınca Avrupa Birliği üyesi ülkeler dışındaki ülkelere ihraç edilen ürünlerin güvenli olması, taşıma konularına ilişkin olmaması veya ürünlere ilişkin işaretleme, etiketleme ve belgelendirmenin alıcıyı yanıltmayacak şekilde yapılması zorunludur.

Karar ile 28/1/2013 tarihli ve 2013/4284 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe konulan Teknik Düzenlemeler Rejimi Kararı yürürlükten kaldırıldı.





# RENGİNİZ BELLİ OLSUN!

Sepaş Enerji olarak dünyamızın geleceğini önemsiyor, yenilenebilir kaynaklardan üretilen doğa dostu yeşil enerjiyi müşterilerimizle buluşturuyoruz.

**Dünyanın sürdürülebilirliğine katkı sağlamanız için yeşil enerji sertifikası ile yanınızdayız.**

## YENİLENEBİLİR ENERJİ VE KARBON AZALTIM SERTİFİKASI

 **sepaş enerji**  
*hayatın her anına ışık tutuyoruz*



purplectv.com

# BİZ DE HER ŞEY GELENEKSEL. BAŞARI DAHİL!

\*Huğlu Av Tüfekleri  
Kooperatifi bugün tam  
80 farklı ülkede,  
sektöründe ki Dünya devi  
markalarla başa baş  
rekabet etmektedir.





## MADEN İHRACATI 30 MİLYAR DOLAR SEVİYESİNE ÇEKİLEBİLİR

Türkiye'nin geleceğinin madencilik sektöründe olduğunu ifade eden Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Maden Sektör Kurulu Başkanı ve İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Rüstem Çetinkaya, madencilik sektörünün potansiyeline ilişkin açıklamalarda bulundu. Çetinkaya, "Türkiye'de madencilik sektörünün gayrisafi millî hasıladan aldığı pay yüzde 1,3. Eğer bu oranı dünya ortalaması olan yüzde 7 seviyesine çekersek, madencilik sektörünün ihracatı 30 milyar dolara ulaşır. İthal girdisi neredeyse sıfır olan bu ihracatla Türkiye'nin en çok ihracat yapan sektörü olabiliriz. Böylece ham madde anlamında da bağımsızlığımızı elde edebiliriz. Madende ham madde bağımsızlığı şarttır." şeklinde konuştu. Ülkenin geleceği için maden üretilmesi gerektiğini ifade eden Çetinkaya, "Türkiye'nin sanayisi ve tarımı için madenleri çalıştırmak zorundayız. Madencilik faaliyetlerini sürdürürken, çevreyle uyumlu tarım faaliyetlerini de en iyi şekilde yapabiliriz. Madenciler olarak biz floranın



yanında faunaya da dikkat edilmesini önemsiyoruz. Buna uygun olarak faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Çevre de bizim, insan da bizim, maden de bizim." açıklamalarında bulundu.

## SU ÜRÜNLERİ İHRACATI, İLK ALTI AYDA YÜZDE 40 ARTTI

Doğu Karadeniz Bölgesi'nden gerçekleştirilen su ürünleri ihracatı, 2022 yılının Ocak-Ağustos döneminde yüzde 40 artışla 78 milyon 466 bin 238 dolara ulaştı. Trabzon'un su ürünleri ihracatı ise yüzde 90 artışla 45 milyon 737 bin 402 dolar olarak gerçekleşti. Geçen yılın Ocak-Ağustos döneminde, bölgeden



13 farklı ülkeye ihracat gerçekleştirilirken 2022'nin aynı döneminde 19 farklı ülkeye ihracat yapıldı. Trabzon'un su ürünleri ihracatında Uzak Doğu etkisi hissedilirken Vietnam, Japonya ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin başı çektiği Uzak Doğu ülkelerine ihracatta geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 135 artış yaşandı. Konuya ilişkin değerlendirmelerde bulunan Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB) Başkan Yardımcısı Ahmet Hamdi Gürdoğan, "Sektör, her geçen yıl pazar çeşitlendirme anlamında yol katediyor. İhracat rakamları incelendiğinde, değer artışının miktar artışından fazla olduğu ve kilogram başına ihracat değerinin yükseldiği, dolayısıyla katma değer arttığı açıkça görülüyor." diye konuştu. Yaşanan bu olumlu gelişmelere rağmen, sektörün en önemli ihraç kalemi olan Türk somonu yetiştiriciliğinde hâlâ bürokrasi ve kamu kurumları kaynaklı sorunların bulunduğu altını çizen Gürdoğan, yurt dışından büyük talep alındığını ancak kafes sayısı ve kapasitenin bürokratik engeller nedeniyle talebe oranlı artırlamadığını, mevcut üretimin talebi karşılamaktan uzak olduğunu belirtti.



## TÜRKİYE'NİN MAKİNECİLERİ, ACHEMA 2022 FUARI'NA KATILDI

Makine İhracatçıları Birliği (MAİB), 22-27 Ağustos günleri arasında Frankfurt/Almanya'da düzenlenen ACHEMA 2022 Fuarı'na katıldı. Kimya mühendisliği, proses mühendisliği ve biyoteknoloji başta olmak üzere makine sektörünün etki alanında bulunan önemli sektörleri bir araya getiren ACHEMA 2022 Fuarı'na 52 ülkeden 2 bin 208 firma katıldı. Pandemi nedeniyle üç defa ertelenen fuarda, 30 Türk firması yer alırken 127 ülkeden gelen ziyaretçi sayısı 70 bini aştı. Fuar alanındaki açık hava reklam alanında "Turkish Machinery" reklamı verildi. POMSAD yetkilisinin Türkiye'nin Makinecileri standında yer aldığı fuarda, yurt dışından ziyaretçilere Türk makine sektörü hakkında bilgi verilirken sektörel etkinliklerde uluslararası paydaşlarla temaslarda bulunuldu.



## ÇELİK İHRACATÇILARI, İSRAİL İLE İLİŞKİLERİ GÜÇLENDİRİYOR



Çelik İhracatçıları Birliği (ÇİB), iki ülke arasındaki ticaret hacmini artırmak ve bağları güçlendirmek amacıyla İsrail'e ticaret heyeti düzenledi. Tel Aviv'de gerçekleşen ticaret görüşmesinde, yeni iş birliği fırsatları ve ortak yatırım ihtimalleri değerlendirildi. Görüşmeye Çelik İhracatçıları Birliği çatısı altındaki 17 firmadan 28 kişi katılım sağladı. Çelik İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Aslan'ın başkanlığını üstlendiği heyete, Başkan Yardımcısı Uğur Dalbeler ve Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Kâmil Erciyas eşlik etti.

Türkiye'nin İsrail'e çelik ihracatına ilişkin açıklamalarda bulunan Adnan Aslan, "İsrail çelik ithalatı istatistiklerine bakıldığında, 2002 yılından günümüze kadar en fazla çelik ithalatı gerçekleştirdiği ülkenin Türkiye olduğunu görüyoruz. İsrail, alt ve üst yapıda Türk çeliği tercih ediyor ve yüzde 65 oranında Türk çeliği kullanıyor. 2022 yılının ilk yedi ayında Türkiye'nin İsrail'e çelik ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre değer bazında yüzde 39 artış gösterdi ve 951 milyon dolar oldu. Miktar ise yüzde 10 artış gösterdi ve 1,1 milyon ton olarak gerçekleşti. 2022 yılında sırası ile tonaj bazında en fazla ihrac edilen ilk beş ürün; inşaat çeliği, filmaşın, dikişli boru, sıcak yassı ve inşaat aksamı oldu. Kısa ve orta vadede İsraili çelik firmalarının, Türkiye'den çelik taleplerinde daha da büyük artışların yaşanacağını tahmin ediyoruz." dedi.





## EİB, AĞUSTOS AYINDA 1 MİLYAR 548 MİLYON DOLAR İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ



Ege İhracatçı Birlikleri (EİB), Ağustos ayında ihracatını yüzde 7 artışla 1 milyar 446 milyon dolardan, 1 milyar 548 milyon dolara taşıdı. Türkiye'nin ihracatı ise Ağustos ayında yüzde 13'lük artış yaşadı ve 18,8

milyar dolardan 21,3 milyar dolara çıktı. Türkiye, son bir yıllık dönemde 250,8 milyar dolar ihracat ile 2022 yılı sonu hedefine Ağustos ayı sonunda ulaştı. 2022 yılının geride kalan üçte ikilik kısmında, ihracatını 10 milyar 331 milyon dolardan 12 milyar 195 milyon dolara çıkaran EİB, son bir yılda 18 milyar 169 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Ağustos ayında Ege İhracatçı Birlikleri'nden yapılan sanayi ürünleri ihracatı, yüzde 2'lik yükselişle 869 milyon dolardan, 883 milyon dolara ulaştı. Tarım ürünleri ihracatı yüzde 17'lik artışla 474 milyon dolardan 554 milyon dolara çıkarken madencilik sektörü, yüzde 7'lik gelişimle ihracatını 103 milyon dolardan 110 milyon dolara taşıdı. EİB bünyesinde 12 ihracatçı birliğinin dokuz tanesi 2021 yılı Ağustos ayına göre ihracatını artırırken, üç birliğin ihracatında düşüş görüldü.

## DENİZLİ, 5 MİLYAR DOLAR HEDEFİNE SEKİZ AYDA ULAŞTI

Ağustos ayı ihracat verilerine ilişkin açıklama yapan DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, Türkiye ihracatının Ağustos ayında yüzde 13 artarak 21,3 milyar dolar, TİM tarafından açıklanan Denizli ihracatının yüzde 3,8 azalışla 385 milyon dolar, DENİB üyelerince gerçekleştirilen ihracatın ise yüzde 2,9 azalışla 295 milyon dolar olduğunu belirtti. Büyüme rakamlarına ilişkin görüşlerini de paylaşan Memişoğlu, "Türkiye ekonomisi 2022'nin ikinci çeyreğinde yüzde 7,6 büyüdü. İhracat, büyümeye 3,87 puanlık bir katkı sağladı. Bu da büyümenin yarısının ihracat kaynaklı olduğunu gösteriyor. Bu veri sayesinde ihracatın ülkemiz ekonomisinin lokomotifini olduğunu bir kez daha gördük. Denizli de Türkiye ekonomisi içinde güçlü bir oyuncu konumda. İhracat, üretim ve istihdam noktalarında her zaman üst sıralardaki yerini koruyor. Ocak-Ağustos döneminde en çok ihracat gerçekleştiren sekizinci il olan Denizli, yıl sonu hedeflerine de yaklaşmış durumda. Sene başında kendimize 5 milyar dolarlık bir hedef belirlemiştik.

Bugün itibarıyla son 12 aylık ihracatımız 4 milyar 970 milyon dolara ulaştı. Resesyon beklentilerine ve talep gerilemelerine karşın ihracat hedeflerimize ulaşabilmek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz." diye konuştu.







## İSTANBUL İHRACATÇILARI, SEKİZ AYDA İHRACATINI YÜZDE 22,3 ARTIRDI



İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB), 2022 yılının ilk sekiz ayında, yaklaşık 7 milyar 200 milyon dolar tutarında ihracat yaptı. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 22,3 oranında ihracat artışı sağlayan İİB, 197 ülke pazarına ürün sattı ve ülke ihracatındaki payını yüzde 4,8'e çıkardı. Yılın ilk sekiz ayında, değer bazında en fazla ihracatı 586 milyon dolar ile Irak'a gerçekleştiren İİB, ülkeye büyük oranda kümes hayvanı,

hayvansal mamul, mobilya, kâğıt ve orman ürünü ihraç etti. İİB, Irak'tan sonra değer bazında en fazla Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Almanya, Birleşik Krallık ve Norveç'e ihracat gerçekleştirdi. ABD'ye hububat, bakliyat, yağlı tohum, mobilya, kâğıt, orman ürünleri ihracatı yapan İİB, Almanya'ya mobilya, kâğıt, orman ürünleri ve fındık sevkiyatı gerçekleştirdi. İİB, Birleşik Krallık'a mobilya, kâğıt, orman ürünleri, hububat, bakliyat, yağlı tohum gönderimi gerçekleştirirken Norveç'e de gemi ve yat ihracatı yaptı. Ülke grupları bazında ise İİB'nin en fazla ihracat yaptığı bölge, 1 milyar 530 milyon dolar ile Orta doğu ülkeleri oldu. Orta doğu ülkelerine yapılan ihracatta, yılın ilk sekiz ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 42,6 oranında artış görüldü. Ağustos ayında bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 33,6 oranında artış ile yaklaşık 958 milyon dolar tutarında ihracat yapan İİB, en fazla ihracatı Irak, ABD ile Birleşik Krallık'a gerçekleştirdi.

## OTOMOTİVDE İLK SEKİZ AY VERİLERİ AÇIKLANDI

Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB) verilerine göre, 2022 yılı Ocak-Ağustos döneminde toplam otomotiv ihracatı, 2021 yılına göre yüzde 4 artarak 19,9 milyar dolar oldu. Euro bazında ise otomotiv ihracatı yüzde 16 artarak 18,4 milyar euro olarak gerçekleşti. Bu dönemde, dolar bazında ana sanayi ihracatı yüzde 1, tedarik sanayi ihracatı da yüzde 7 arttı. Yılın ilk sekiz ayını kapsayan dönemde toplam pazar, geçen yıla göre yüzde 8 daralarak 483 bin 285 adet düzeyinde gerçekleşti. Yine bu dönemde, otomobil pazarı da yüzde 9 daraldı ve 354 bin 543 adet oldu. Ticari araç pazarına bakıldığında, Ocak-Ağustos döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre toplam ticari araç pazarı yüzde 2, hafif ticari araç pazarı yüzde 5 daralırken ağır ticari araç pazarı yüzde 16 büyüdü. Geçen yılın aynı dönemine göre ithal hafif ticari araç satışları yüzde 17 azalırken yerli hafif ticari araç yüzde 5 arttı. Otomobil satışlarındaki yerli araç payı ise yüzde 39, hafif ticari araç pazarında yerli araç payı yüzde 59 ve ağır ticari araç pazarında yerli payı yüzde 67 olarak gerçekleşti.





## KİMYA SEKTÖRÜNDEN DOKUZ AYDA 25,5 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre kimya sektörü, 2022 yılı Eylül ayında ihracat şampiyonu oldu ve 2,9 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirdi. Sektörün ilk dokuz aylık ihracatı yüzde 40,2 artarak 25,5 milyar dolara ulaştı. Sektör ihracatını geçen yıla göre yüzde 28,2 artırdı. Üst üste yedinci kez ihracat lideri olan sektör, ilk dokuz aylık dönemde gerçekleştirdiği 25,5 milyar dolarlık ihracat ile yüzde

40,2 büyümüş oldu. Sektörün ihracat rakamlarını değerlendiren İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, "Kimya sektörü, Ocak-Eylül döneminde ihracat liderliğini korudu. İçinde bulunduğumuz küresel gelişmeleri göz önünde bulundurduğumuzda bu başarı oldukça önemli. Bu açıdan tüm ihracatçılarımızı yürekten tebrik ediyorum. Diğer yandan Rusya-Ukrayna Savaşı sebebiyle enerji arzı sıkıntısı, ham madde ve enerji maliyetlerimize ciddi bir yük oluşturuyor. Küresel ekonomide durgunluk ve resesyon beklentileri söz konusu. Bu sebeple son çeyrekte ihracatımız açısından riskler bulunuyor. Bu riskleri minimize edebilmek için ihracatçılarımıza finansmana ulaşımında kolaylık sağlanması ve desteklerin verilmesi büyük önem taşıyor. Birlik olarak sektörümüzün ihracatına katkı sağlayacak sektörel ticaret heyetleri, fuar millî katılımları, alım heyetleri gibi faaliyetlerimize ağırlık veriyoruz. Bu süreci birlikte en az hasarla atlatmak için çalışmaya devam edeceğiz." şeklinde konuştu.

## TRABZON'UN FINDIK İHRACATI 585 MİLYON DOLARI AŞTI

Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO), 2022 ürünü kabuklu fındık alım fiyatını kilogram başına 54 lira olarak açıkladı. Konuya ilişkin açıklamalarda bulunan Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Fındık ve Mamülleri Sektör Komitesi Başkanı Mehmet Cirav, belirlenen taban fiyatın her kesimi memnun eden bir fiyat olduğunu, beklentiler düzeyinde açıklanan rakamın üretici açısından da ihracatçı açısından da makul bir fiyat olduğunu ifade etti. Fındık ihracat istatistiklerine de değinen Cirav, "1 Eylül 2021 tarihinde başlayıp 31 Ağustos 2022 tarihinde sona eren 2021-2022 fındık ihraç sezonunun 11 ayında, ülkemiz genelinden ihraç edilen fındık 323 bin 985 tona ulaştı. Karşılığında, 1 milyar 897 milyon 527 bin 708 dolar tutarında döviz girdisi sağlandı. Sezonun ilk 11 ayında gerçekleşen fındık ihracatında önceki sezona göre miktarda yüzde 18 oranında artış yaşanırken elde edilen döviz geliri ise aynı kaldı. Toplam 127 ülkeye gerçekleştirilen fındık ihracatında en büyük payı geleneksel ihraç pazarları olan Avrupa ülkeleri aldı." şeklinde konuştu. 2021-2022 fındık ihraç sezonunun ilk 11 ayında Trabzon'dan ise 108 bin 129

ton fındık ihraç edilerek karşılığında 585 milyon 51 bin 854 dolar döviz girdisi sağlandığını ifade eden Cirav, sezonda Trabzon'dan ihraç edilen fındık miktarında yüzde 16 oranında artış yaşandığını, sezonun ilk 11 ayında toplam fındık ihracatının üçte birine tekabül eden yüzde 33'lük kısmın Trabzonlu ihracatçıları tarafından gerçekleştirildiğini belirtti. Cirav, Trabzon'un fındık ihracatındaki birinciliğini her dönem olduğu gibi sürdürmeye devam ettiğinin de altını çizdi.

**TRABZON'DAN  
61 ÜLKEYE  
YAPILAN  
FINDIK  
İHRACATI  
585  
MİLYON  
DOLARI  
AŞTI**





advertorial epal

# EPAL Euro paletlerinin uzun hizmet ömrü, ekolojik ve ekonomik kaynaklardan tasarruf sağlar

**EPAL EURO PALETLERİNİN** uzun hizmet ömrü, ekolojik ve ekonomik kaynaklardan tasarruf sağlar ve bu nedenle işleyen bir döngüsel ekonominin temelidir. EPAL tamir lisansı olan şirketlerde hasarlı EPAL Euro paletlerinin profesyonel onarımı ayrıca servis ömrünü uzatır ve EPAL Euro paletlerinin daha uzun yıllar kullanılmasını sağlar. Kalite, değiştirilebilirlik ve kolay onarımı, EPAL Euro paletlerinin temel özellikleri ve aynı zamanda uzun bir servis ömrü için ön koşullardır.



Tekrar kullan  
**Tamir et**  
Geri kazan

EPAL *Biz*  
Döngüsel Ekonomiye

## EPAL HAKKINDA

Uluslararası bir dernek olan Avrupa Palet Birliği [European Pallet Association e.V. (EPAL)], EPAL Euro palet değişim havuzunu düzenler. EPAL Euro paletleri, Avrupa'daki sanayi ve ticaret tedarik zincirlerinin temelini oluşturur. EPAL markası, lojistikte kalite, güvenlik ve sürdürülebilirliği temsil eder. Şu anda dolaşımda olan yaklaşık 625 milyon EPAL Euro paleti ve yaklaşık 20 milyon EPAL Gitterbox [Telli Kasa] ile EPAL Euro palet değişim havuzu; dünyanın en büyük açık palet değişim havuzudur. 1.500'den fazla EPAL lisansı sahibi, dünya çapında EPAL Euro paletlerini ve diğer EPAL yük taşıyıcılarını üretir ve onarır. EPAL herhangi bir ekonomik kâr hedefi peşinde koşmaz. 1991 yılında değiştirilebilir Euro paletler için uluslararası bir dernek olarak kurulan EPAL, şu anda 30'dan fazla ülkede Ulusal Komiteler ve Temsilciler ile aktif çalışıyor. EPAL'in faaliyetlerinin odak noktası, uluslararası EPAL Euro palet değişim havuzunun organizasyonu ve EPAL Euro paletleri, EPAL Gitterbox (Telli Kasa) ve diğer EPAL yük taşıyıcılarının üretim ve onarımının kalite güvencesidir.

Yeniden kullanım, değişim, onarım ve geri dönüşüm ilkelerine sahip EPAL Euro palet değişim havuzu, otuz yılı aşkın süredir sürdürülebilir döngüsel ekonominin başlıca örneği olmuştur. Ahşaptan yapılan EPAL Euro paletler, iklim korumasına önemli bir katkı sağlar. CO2 depolar, israfı önlerler ve yeniden kullanım, değişim, onarım ve geri dönüşüm yoluyla endüstri, ticaret ve lojistikteki kullanıcıların karbon ayak izi olan CO2 dengesini iyileştirir.



[www.epalturkiye.com](http://www.epalturkiye.com)



## TEXHIBITION İSTANBUL FUARI, İKİNCİ KEZ DÜZENLENDİ



Texhibition İstanbul Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı, 21 Eylül günü ikinci kez kapılarını açtı. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) ve İstanbul Ticaret Odası (İTO) iş birliğiyle düzenlenen fuar, İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleşti. Fuarda 300'ü aşkın yerli üretici; Avrupa Birliği ülkeleri, İngiltere, ABD, Kuzey Afrika ülkeleri ve Orta Doğu'dan gelen binin üzerinde nitelikli alıcı ile buluştu.

Fuarın açılışı İstanbul Valisi Ali Yerlikaya, Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve İTO Başkanı Şekib Avdagiç'in katılımlarıyla gerçekleşti. Fuarın açılışında konuşan İstanbul Valisi Ali Yerlikaya, İstanbul'un bir üretim merkezi olduğunu ifade ederek, "İstanbul yerinde duramayan bir şehir. Hedefli ve rekabetçi olmak zaten bizim medeniyetimizde var. Bu anlayışla tekstil sektörümüzün de dünyada beşinci sırada olan konumunu, üçüncü sıraya taşımayı hedefliyoruz. İddialıyız, hep birlikte büyüyeceğiz. Bugün, ikinci kez düzenlenen Texhibition Fuarı'nı da daha iyi noktalara taşıyacağız." dedi.

### İHRACAT HEDEFİ 250 MİLYAR DOLAR

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe açılışta yaptığı konuşmada, "Bugün gerçekleştirdiğimiz fuar bizi onurlandırıyor. Türkiye ihracatına hep birlikte katkı sağlayacağız. TİM olarak 2022 yılında ortaya koyduğumuz hedef olan 250

milyar doları gelecek dönemlerde inşallah geçeceğiz. Dünyadaki resesyon sorunlarını yakından takip ediyoruz. İnşallah bu dönemi de halledeceğiz. 2023 yılında Avrupa'da olabilecek kayıpları, ticari fuarlar ve heyetlerle kapatmaya çalışacağız." şeklinde konuştu.

Fuarın tekstil sektörüne olumlu katkılar sunacağını ifade eden İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz yaptığı konuşmada, "İTO ile iş birliği içinde gerçekleştireceğimiz bu fuar, küresel tedarik zincirinin Türkiye'ye akışını kalıcı kılabilmek için büyük bir öneme sahip. 2021 yılında üretimimizi yüzde 36,1 oranında artırarak 49 milyar dolar değerinde üretim gerçekleştirdik. Hazır giyim sektörü ile birlikte bu rakam 78 milyar dolara yükseliyor. Bu başarıyı kalıcı hâle getirmemiz için yurt içinde, birçok dünya devletinden alıcıların yer aldığı bir fuar yapmamız şart olduğundan Ticaret Bakanlığımızın destekleriyle fuarımızı düzenledik." dedi.

İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Şekib Avdagiç ise fuar açılışında, "Texhibition Fuarı Mart ayında ilkbahar-yaz, Eylül ayında da sonbahar-kış modasını belirliyor. Dünyada değişen mevsimlik trendleri takip etmekle kalmıyor, yeni trendler de oluşturuyor. Bu sebeple diyebiliriz ki; Texhibition Fuarı, Türk tekstil sektörünün bütünleştirici bir platformu, vizyon açıcı fuarı, tekstilde Türkiye markasının adı." açıklamalarında bulundu.

# MARKAYI

başarıya götüren yol...

adres  patent

"Kalma Değerli Hizmet Merkezi"

MARKAYI  
GÜVENİ



 / adrespatent

Adres Patent

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

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

İSTANBUL - BEYOĞLU - POPÜL  
0(212) 272 60 48  
info@adrespatent.com

İSTANBUL - MERİTER  
0(212) 890 55 50  
meriter@adrespatent.com

İSTANBUL - İKİTELLİ  
0(212) 549 43 70  
merit@adrespatent.com

İSTANBUL - ANADOLU  
0(216) 386 28 88  
anadol@adrespatent.com

İSTANBUL - GEBZE  
0(530) 176 85 72  
gebze@adrespatent.com

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

İZMİR  
0(232) 425 20 40  
izmir@adrespatent.com

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

LONDRA  
+44(0)795 272 59 59  
londra@adrespatent.com

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

MARMARA TEKNOKENT  
0(262) 676 62 45  
marmara@adrespatent.com

adres  patent

"Kalma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr



kültür sanat



## AMADEUS YENİDEN SAHNEDE

Dünya müzik tarihinin en önemli bestecilerinden Wolfgang Amadeus Mozart ile Antonio Salieri'nin hikâyesini anlatan Amadeus, 17 Ekim'de Zorlu PSM'de sahnelenecek. Işıl Kasapoğlu rejisiyle tiyatroseverlerle buluşacak olan oyunun başrollerini Selçuk Yontem ve Tansu Biçer paylaşıyor. Sezonun en çok ses getiren prod ksiyonlarından biri olan Amadeus'un altı Kristal Elma ve dört tane de Felis  d l  bulunuyor.



## SERTAB ERENER, HARBİYE'DE BÜYÜLEYECEK

Sertab Erener, DenizBank Açık hava Etkinlikleri kapsamında 18 Ekim'de Harbiye Cemil Topuzlu Açık hava Tiyatrosu'nda dinleyicileri ile buluşacak. Dinleyicilerine unutulmaz bir gece yaşatacak olan sanatçı, geçmişten günümüze gelen sevilen şarkılarının yanı sıra son albümü Ben Yaşarım'dan da parçalar seslendirecek.



## MARK GUILIANA İSTANBUL'A GELİYOR

Modern caz dünyasının başarılı ismi Mark Guiliana, 21 Ekim'de The Sound of Listening, albümünün turnesi kapsamında CRR Konser Salonu'nda konser verecek. David Bowie'nin son albümü Blackstar da dâhil olmak üzere 30'dan fazla kayıta yer alan Guiliana, son on yılda Meshell Ndegeocello, Gretchen Parlato, Avishai Cohen ve Heernt gibi sanat larla birlikte altı kıtada sahne aldı.



## İSTANBUL ODA ORKESTRASI'NA DAVIDE ALOGNA EŞLİK EDECEK

1961 yılında kemancı Hamit Alacaloğlu tarafından kurulan İstanbul Oda Orkestrası, 23 Ekim'de CRR Konser Salonu'nda klasik müzik severlerle buluşacak. İstanbul Oda Orkestrası'na bu konserinde,  nl  İtalyan keman sanatçısı Davide Alogna eşlik edecek. Konserin bir diğer yıldızı ise ge c viyolonsel sanatçısı Ali Aras  zcan olacak.



## ZERRİN TEKİNDOR'UN TEK KİŞİLİK OYUNU: TOZ

Yalnız bir kadının hayata tutunma hikâyesini sahneye taşıyan Toz, 26 Ekim günü Fişekhane Ana Sahne'de Zerrin Tekindor'un tek kişilik performansıyla seyirciyle buluşacak. Son yıllarda tiyatro sahnesinin Türkiye'de en çok ses getiren kalemlerinden biri olan Murat Mahmutyazıcıoğlu tarafından kaleme alınan oyunu, ge c yönetmen Hira Tekindor yönetiyor. Toz, ge c yılın en çok konuşulan oyunları arasında yer alıyor.



## KUM ZAMBAKLARI, %100 STUDIO'DA SAHNELENECEK

Zorlu PSM Prodüksiyon'un hayata geçirdiği Kum Zambakları oyunu, 16 Ekim'de %100 Studio'da sahnelenecek. İnsanlık tarihi boyunca  z lemeyen kadın-erkek ilişkisini hem gerçek hem ironik hem de şiirsel boyutuyla elen alan oyun, modern Şehir hayatının içinde sıkışmış evli bir çiftin ilişki sürecini konu alıyor. Yeşim  zsoy'un yazdığı oyunun başrollerini, Evrim Doğan ve Umur Kurt paylaşıyor.



kültür sanat



## TIYATRO FESTİVALİ, 26. KEZ PERDE AÇIYOR

İstanbul Tiyatro Festivali, 25 Ekim-26 Kasım tarihleri arasında 26'nı kez gerçekleşecek. Bu yıl, Işıl Kasapoğlu'nun küratörlüğünde hazırlanan festival kapsamında; Türkiye'den ve yurt dışından toplam 24 tiyatro, performans ve dans gösterisi sergilenecek. 18 farklı mekânda seyircilerini bekleyen festivalde, Molière'in doğumunun 400'üncü yılı da kutlanacak. Molière'in eserleri 358 yıl sonra ilk kez sansürsüz sahnelenecek.



## “GELİN TANIŞ OLALIM”, TRUMP SAHNE'DE

Semih Çelenk'in yazdığı ve yönettiği “Gelin Tanış Olalım”, yılın en çok konuşulan oyunları arasında yer alıyor. 27 Ekim günü Trump Sahne'de sahnelenecek oyunda Fırat Tanış bir abdal hikâyesi ile seyircinin karşısına çıkıyor. Eleştirmenlerden tam not alan oyunda Tanış'a; Cem Erdost İleri, Mehmet Taylan Ünal, Sitar Sertaç Şanlı ve Mesut Ulusan enstrümanlarıyla eşlik ediyor.



## TİMSAH ATEŞİ, ZORLU PSM'DE İZLEYİCİSİYLE BULUŞACAK

Başrollerini Funda Eryiğit, Hazar Ergüçlü ve Kubilay Tunçer'in paylaştığı Timsah Ateşi, 26 Ekim'de Zorlu PSM'de seyircisiyle buluşacak. Birbirinden çok farklı karakterlere sahip olan iki kız kardeşin babalarıyla olan ilişkilerini konu alan oyunun yönetmenliğini ise Mehmet Ergen üstleniyor. Timsah Ateşi, 2019 yılında Edinburgh Fringe Tiyatro Festivali'nin en iyi oyunları arasında gösterildi.



## TRAVIS, UZUN BİR ARADAN SONRA YENİDEN TÜRKİYE'DE

Multi BRIT ödüllü Travis, 19 Ekim günü İstanbul'a geliyor. 30 yılı aşkın süredir dokuz albüme imza atan İskoçyalı rock grubu, Garanti BBVA konserleri kapsamında, Zorlu PSM'de sahnede olacak. Dünyanın önde gelen birçok festivalinde sahne alan grup, uzun bir aradan sonra yeniden buluşacağı İstanbul seyircisine dünyada çok ses getiren albümleri The Invisible Band'den şarkılar söyleyecek.



## SNARKY PUPPY, DÜNYA TURUNA İSTANBUL'U DA EKLEDİ

Dünyaca ünlü ABD'li müzik topluluğu Snarky Puppy, 5 Kasım günü Zorlu PSM Turkcull Sahnesi'nde hayranlarıyla buluşacak. Dört Grammy ödüllü ve sekiz JazzTimes sahibi olan topluluk, 14'üncü albümlerini yayımlamadan önce yaptıkları dünya turuna İstanbul'u da ekledi. 2004 yılında Denton, Texas'ta henüz bir üniversite öğrencisiyken Michael League tarafından kurulan Snarky Puppy, 18 yıllık bir geçmişe sahip.



## KUBRICK SİNEMASI SERGİ OLDU

Sinema dehası Stanley Kubrick hakkında bugüne kadar hayata geçirilen en kapsamlı retrospektif sergi, İstanbul Sinema Müzesi'nde açıldı. Kubrick'in tüm çalışmalarına kronolojik bir bakış sunan sergi, yönetmenin 16 filmi kronolojik bir sunumla ziyaretçileriyle buluşturuyor. Sergi, toplamda 900 parça ürün ve sanatçının hiç çekilmemiş projelerini ilk kez gün yüzüne çıkarıyor. Sergi, 1 Mart 2023 tarihine kadar ziyaret edilebilecek.



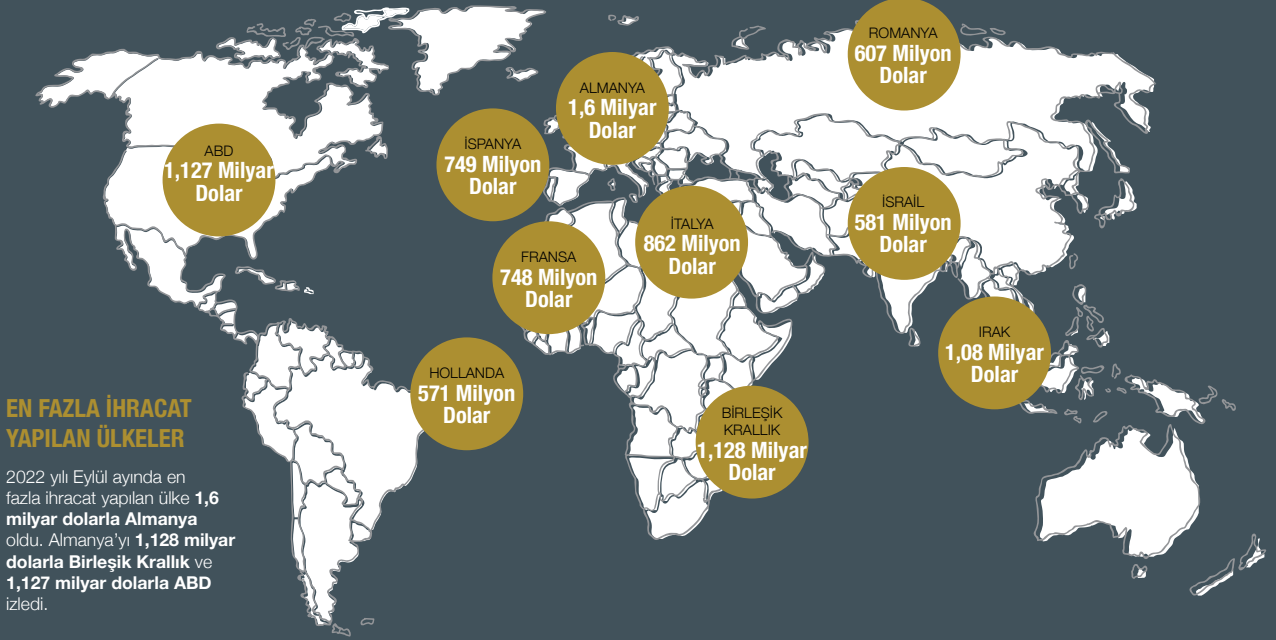
## tablolar

2022 YILI  
EYLÜL AYI İHRACATI  
**22,6 MİLYAR DOLAR**  
OLDU

2021 YILINA  
GÖRE 2022  
EYLÜL AYI İHRACATI  
**%9,2** ARTTI

DIŞ TİCARET  
HACMI, **%26**, ARTARAK  
**55,6 MİLYAR DOLARA**  
ULAŞTI.

ENERJİ VE ALTIN  
HARIÇ İHRACATIN  
İTHALATI KARŞILAMA  
ORANI **%100,9** OLDU.

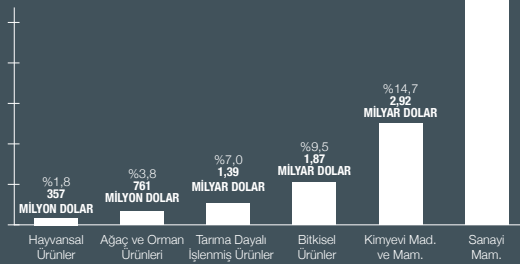


### ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2022 YILI EYLÜL AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

Sanayi %82,2  
Tarım %15,1  
Maden %2,7



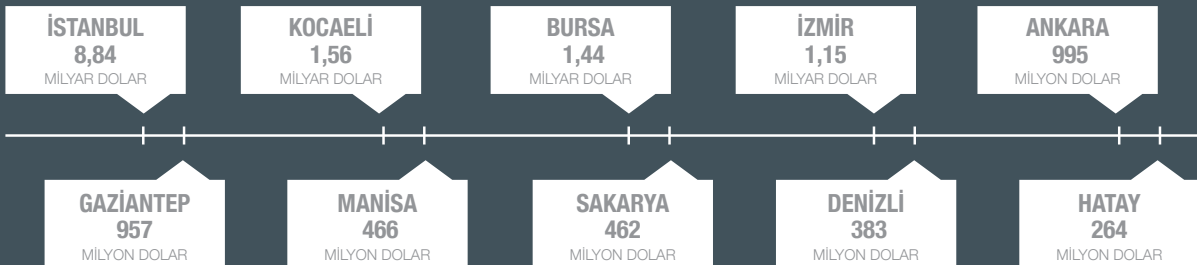
### ALT ÜRETİM GRUPLARININ 2022 YILI EYLÜL AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



### 2022 YILI EYLÜL AYINDA İL BAZINDA EN DİKKAT ÇEKEN İHRACAT ARTIŞI



### İLLERE GÖRE 2022 YILI EYLÜL AYI İHRACAT DAĞIMI





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

SEKTÖRLER	- 30 EYLÜL				1 OCAK - 30 EYLÜL			
	2021	2022	Değişim ('22/'21)	Pay (22) (%)	2021	2022	Değişim ('22/'21)	Pay (22) (%)
<b>I. TARIM</b>	2,723,151	2,991,763	9.9	15.1	20,648,491	24,496,728	18.6	14.5
<b>A. BİTKİSEL ÜRÜNLER</b>	1,772,978	1,873,035	5.6	9.5	13,298,165	15,224,762	14.5	9.0
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	840,003	1,012,636	20.6	5.1	6,404,204	8,254,244	28.9	4.9
Yaş Meyve ve Sebze	229,151	178,871	-21.9	0.9	2,014,438	1,944,830	-3.5	1.2
Meyve Sebze Mamulleri	202,731	261,861	29.2	1.3	1,469,665	1,811,294	23.2	1.1
Kuru Meyve ve Mamulleri	159,678	146,899	-8.0	0.7	1,028,517	1,082,384	5.2	0.6
Fındık ve Mamulleri	201,451	136,148	-32.4	0.7	1,480,500	1,147,171	-22.5	0.7
Zeytin ve Zeytinyağı	29,806	44,444	49.1	0.2	213,866	290,305	35.7	0.2
Tütün	100,939	84,480	-16.3	0.4	570,666	588,476	3.1	0.3
Süs Bitkileri ve Mamulleri	9,218	7,696	-16.5	0.0	116,310	106,058	-8.8	0.1
<b>B. HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>	299,483	357,221	19.3	1.8	2,380,910	3,051,897	28.2	1.8
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	299,483	357,221	19.3	1.8	2,380,910	3,051,897	28.2	1.8
<b>C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	650,690	761,507	17.0	3.8	4,969,416	6,220,069	25.2	3.7
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	650,690	761,507	17.0	3.8	4,969,416	6,220,069	25.2	3.7
<b>II. SANAYİ</b>	15,796,307	16,273,333	3.0	82.2	121,946,332	139,282,696	14.2	82.5
<b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b>	1,386,519	1,392,831	0.5	7.0	10,962,396	11,403,600	4.0	6.8
Tekstil ve Hammaddeleri	943,333	936,392	-0.7	4.7	7,357,406	7,888,037	7.2	4.7
Deri ve Deri Mamulleri	171,826	210,247	22.4	1.1	1,265,557	1,534,176	21.2	0.9
Hali	271,361	246,191	-9.3	1.2	2,339,434	1,981,388	-15.3	1.2
<b>B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.</b>	2,277,944	2,920,857	28.2	14.7	18,221,430	25,540,665	40.2	15.1
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2,277,944	2,920,857	28.2	14.7	18,221,430	25,540,665	40.2	15.1
<b>C. SANAYİ MAMULLERİ</b>	12,131,844	11,959,645	-1.4	60.4	92,762,506	102,338,431	10.3	60.6
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,942,330	1,928,009	-0.7	9.7	14,794,973	16,171,563	9.3	9.6
Otomotiv Endüstrisi	2,465,094	2,753,508	11.7	13.9	21,244,153	22,325,154	5.1	13.2
Gemi, Yat ve Hizmetleri	117,630	199,350	69.5	1.0	987,164	999,151	1.2	0.6
Elektrik ve Elektronik	1,276,019	1,341,770	5.2	6.8	10,348,538	10,959,557	5.9	6.5
Makine ve Aksamları	875,251	952,195	8.8	4.8	6,830,733	7,484,965	9.6	4.4
Demir ve Demir Dışı Metaller	1,148,073	1,189,691	3.6	6.0	8,783,738	11,114,640	26.5	6.6
Çelik	2,584,385	1,775,951	-31.3	9.0	15,720,111	17,082,001	8.7	10.1
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	414,216	460,515	11.2	2.3	3,414,925	4,180,454	22.4	2.5
Mücevher	507,313	601,385	18.5	3.0	3,895,236	4,171,524	7.1	2.5
Savunma ve Havacılık Sanayii	239,695	166,567	-30.5	0.8	2,094,416	2,803,319	33.8	1.7
İklimlendirme Sanayii	550,045	579,218	5.3	2.9	4,549,924	4,946,082	8.7	2.9
Diğer Sanayi Ürünleri	11,793	11,485	-2.6	0.1	98,595	100,022	1.4	0.1
<b>III. MADENCİLİK</b>	582,749	541,658	-7.1	2.7	4,384,169	4,988,864	13.8	3.0
Madencilik Ürünleri	582,749	541,658	-7.1	2.7	4,384,169	4,988,864	13.8	3.0
<b>T O P L A M (TİM*)</b>	<b>19,102,207</b>	<b>19,806,754</b>	<b>3.7</b>	<b>87.6</b>	<b>146,978,992</b>	<b>168,768,289</b>	<b>14.8</b>	<b>89.7</b>
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	1,613,356	2,809,633	74.1	12.4	13,833,052	19,455,892	40.6	10.3
<b>GENEL İHRACAT TOPLAMI</b>	<b>20,715,563</b>	<b>22,616,387</b>	<b>9.2</b>	<b>100.0</b>	<b>160,812,043</b>	<b>188,224,181</b>	<b>17.0</b>	<b>100.0</b>

## BİRLİK ADRESLERİ



### Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Limonluk Mah. Vali Hüseyin  
Aksoy Cad. No: 4 Yenisehir/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  
Genel Sekreter: Mehmet Ali Erkan  
Genel Sekreter Yrd.: Canan Aktan Sarı



### Hizmet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah.  
Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / 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  
Genel Sekreter: Fatih Özer  
Genel Sekreter Yrd.: Abdullah Keskin  
Genel Sekreter Yrd.: Üzeyir Işık



### 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 Yenibosna Merkez Mah.  
Sanayi Cad. No: 3 C Blok, Bahçelievler / İSTANBUL  
Tel: 0 212 454 05 00 Faks: 0 212 454 05 01-02  
E-Posta: iib@iib.org.tr Web Adresi: www.iib.org.tr  
Genel Sekreter V.: Doğuş Tozanlı  
Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir  
Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay



### Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği

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



### İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah.  
Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL  
Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01  
E-Posta: immib@immib.org.tr Web Adresi: www.immib.org.tr  
Genel Sekreter: Armağan Vürdu  
Genel Sekreter Yrd.: Coşkun Kıriloğlu  
Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı  
Genel Sekreter Yrd.: Aydın Yılmaz



### 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 Yenibosna Merkez Mah.  
Sanayi Cad. No: 3 B Blok Bahçelievler / İSTANBUL  
Tel: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01  
E-Posta: info@itkib.org.tr Web Adresi: www.itkib.org.tr  
Genel Sekreter: Mustafa Bektaş  
Genel Sekreter Yrd.: Özlem Güneş  
Genel Sekreter Yrd.: Fatih Zengin



### Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği

Pazarcağı 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  
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.: Bircül Polat

Genel Sekreter Bilal Bedir

Genel Sekreter Yrd. Mehmet Genç | Genel Sekreter Yrd. Yiğit Tufan Eser  
Genel Sekreter Yrd. Dr. Kübra Ulutaş | Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş

Dış Ticaret Kompleksi  
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3  
B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / 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](http://sanmar.com.tr)

HAVADA, KARADA, AÇIK DENİZLERDE

► “DÜNYANIN REDÜKTÖRÜ”

*“A World of Gearboxes”  
for the universe from “YILMAZ”*



> Dünyanın tercih ettiği redüktörlerden “Dünya Kadar” üretiyor ve tüm dünyanın kullanımına sunuyoruz. Avrupa'dan Asya'ya, Amerika'dan Afrika'ya tüm dünyada 100'den fazla ülkeye yaptığımız ihracatla “YILMAZ REDÜKTÖR” adını gururla tanıtıyor, ekonomiye değer katıyoruz.

> *By producing whole lots of gearboxes as “YILMAZ” and exporting to more than 100 countries all over the world from Europe to Asia, from America to Africa, we are proud of serving the universe and adding value to the economy.*

[www.yr.com.tr](http://www.yr.com.tr) // [yilmaz@yr.com.tr](mailto:yilmaz@yr.com.tr) // [export@yr.com.tr](mailto:export@yr.com.tr)

