

TİM REPORT



Finansmana

erişim sıkıntısı
ortadan kalkacak

TİM ve 11 banka ihracatçıların finansmana erişimini kolaylaştıracak bir projeye imza attılar

DOĞAYLA BİRLİKTE
BÜYÜYORUZ



www.icdas.com.tr/Surdurulebilirlik

**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: 223 - EYLÜL 2023



"İHRACATIN ÖNCÜSÜ OLMAYI SÜRDÜRECEĞİZ"

2022 yılını "Mal İhracatı Şampiyonu" olarak kapatan Ford Otosan, üretim tarafında her geçen gün büyüyen yapısı, yatırım konusundaki aktifliği ve inovasyon başlığındaki titiz tavrıyla şampiyonluğunu uzun seneler sürdüreceğe benziyor.

s. 36



İTKİB'DE HEDEF PAZAR ÇEŞİTLİLİĞİ SAĞLAMAK

2022 yılını 24 milyar dolar ihracatla kapatan İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB), yılın başından itibaren yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen 2023 sonunda bir önceki yılın ihracat rakamını korumayı hedefliyor.

s.56



"10 MİLYAR DOLAR 'ULAŞILABİLİR' BİR HEDEF"

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 10 milyar dolar hedef koyduğu Türkiye sağlık hizmetleri ihracatı, her geçen gün büyüyen hacmiyle bu hedefe ulaşmanın zor olmayacağını emarelerini veriyor.

s.42



GÖZ ALICI BİR İHRACAT PERFORMANSI: MÜCEVHER

İhracatını her geçen gün artıran Türkiye mücevher sektörü, 2023 yılının ilk yarısını 3 milyar doların üzerinde ihracatla kapattı.

s. 48





Ekonominin en güçlü kuzu ihracat

DEĞERLİ İHRACATÇILAR,

Belirlediğimiz ihracat hedefine ulaşma noktasında finansman altyapımızı güçlendirme adımlarına devam ediyoruz. Türk Ticaret Bankası'nın satın alınmasının ardından, 11 bankamızla beraber 1 milyar dolar hacminde bir kredi protokolü imzaladık. İhracatçıların finansmana erişimini kolaylaştıracak protokol çerçevesinde firmalarımız 5 milyon dolar veya 100 milyon TL'ye kadar uygun maliyetli ihracat kredisi kullanabilecek. İhracatçılarımız, rotatif veya taksitli kredi seçeneklerinden birini tercih edebilecekler. Yeni kredi paketinin tüm ihracatçılara hayırlı olmasını diliyorum. Paketin şartlara göre genişletilmesi için temaslarımız sürüyor. Bu görüşmelerin olumlu sonuçlanacağına ve daha çok ihracatçımızı uygun koşullu kredi ile buluşturacağımıza inanıyorum.

Çünkü ekonomi yönetiminin, ekonomik büyüme ve istikrar için elindeki en büyük kuzu ihracat diyebilirim. Zira Hazine ve Maliye Bakan'ımız Mehmet Şimşek'in, 11 banka ile yaptığımız protokol sonrası yaptığı açıklamada, "Kalıcı refah artışı için ihracatı önceliklendirmeye devam edeceğiz. İç talebin yavaşlayacağı bir döneme gireceğiz. Firmalarımızın üzerine düşen ise ihracatı önceliklendirmek" değerlendirmesi, ülkede çarkların yeniden hızlanarak dönmesi için ihracatın ve ihracatçının önemini gösteriyor.

Ülke ekonomisi açısından ihracatçılarımızın rekabetçiliğinin güçlendirilmesi oldukça elzem. Zira birçok sektörümüz oldukça durağan bir dönem geçiriyor. Genel ihracatımız, bir önceki yıla paralel bir seyir izlese de birçok sektörümüz maalesef düşük kapasitelerle çalışmaya devam ediyor.

Dünyanın en büyük ilk 10 ihracatçı ülkesinden biri olabilmemiz için çift haneli büyümemizi sürdürmeliyiz ve bunu tüm sektörlerde çarkların tam kapasite ile dönmesiyle başarabiliriz.

Çarkların durmaması için ihracatçı birliklerimizle dünyayı karış karış gezmeye devam ediyoruz. Düzenlediğimiz yoğun heyetler ile 2023 için öngördüğümüz 100 ticaret heyeti hedefimize adım adım yaklaşıyoruz. Ne var ki yapılan görüşmelerin siparişe dönmesi biraz da rekabetçiliğimize bağlı.

DÜNYANIN EN BÜYÜK İLK 10 İHRACATÇI ÜLKESİNDEN BİRİ OLABİLMEMİZ İÇİN ÇİFT HANELİ BÜYÜMEMİZİ SÜRDÜRMELİYİZ VE BUNU TÜM SEKTÖRLEDE ÇARKLARIN TAM KAPASİTE İLE DÖNMESİYLE BAŞARABİLİRİZ.

Döviz kuru, TL karşısında yükseliyor gibi görünse de hala aylık enflasyon artışının gerisinde kalması ihracatçılarımızın rekabet avantajını kaybetmesine neden oluyor. Diğer taraftan küresel pazarda lojistik maliyetlerin düşmesi, diğer üretici ülkelerin elini güçlendirirken; ülkemizde lojistik maliyetlerin dolar bazında iki kat artması, bizim ürünlerin daha pahalı olmasına neden oluyor.

Üreticilerimizin ihracatı önceliklendirmiş olması, ihracatımızı artırmak için tek başına yeterli olmuyor. Ekonomi yönetiminin de bizlerle aynı hedefi paylaşıyor olması, emeklerimizin karşılığını gelecek dönemde alacağına dair umudumuzu yüksek tutuyor.

Mustafa GÜLTEPE
TİM Başkanı



5,7 TRİLYON DOLARLIK PAZAR: E-TİCARET

Dünya genelinde 5,7 trilyon dolarlık hacme ulaşan e-ticaret dünyası, yüksek teknoloji ürünlerle el işi ürünleri aynı çatı altında "alışveriş" sistemine sokabiliyor olması bakımından albenisini her geçen gün artırıyor.

s. 60

"TASARIM SÜRECİNİN HER AŞAMASINDAN KEYİF ALIYORUM"

Ürün tasarlamak" fiiliyatını ilkökul döneminden itibaren hayatına katan Çağatay Akça, hâlihazırda pek çok ödülle taçlandırdığı mesleğini icra ederken sürecin tüm aşamalarından ayrı bir keyif aldığını söylüyor

s. 70



YAPAY ZEKA TABANLI ATIK YÖNETİMİ PLATFORMU: SWATCHLOOP

2021 yılında faaliyete geçirdikleri Swatchloop'ta Kurucu Ortak ve CEO pozisyonunda bulunan Dr. Güneş Sayıt, firmalarını, "Tekstil atıklarının daha verimli dönüşümünü gerçekleştiren, geri dönüşüm süreçlerinin izlenebilirliğini ve sürdürülebilirliğini sağlayan yapay zeka tabanlı atık yönetimi platformu" diye tarif ediyor.

s. 74



TİMREPORT

TİM Adına Sahibi
Genel Sekreter
Bilal BEDİR

Yayın Kurulu

Adil PELİSTER
Bırol CELEP
Melisa TOKGÖZ MUTLU
Rüstem ÇETİNKAYA
F. Sevdâ MALKOÇ
Fahrettin İNCE
Yıldırım ÖZCAN

Yönetim Yeri

TİM Dış Ticaret Kompleksi
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3
B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL
444 0 846 (TİM)
tim@tim.org.tr • www.tim.org.tr



Ajans Başkanı Selda Yeşiltaş

Yayıncı Koordinatörü Murat Erdoğan

Görsel Yönetmen Yeşim Kayan

Editör Fatih Önder

Muhabir Hilal Yıldırım

Fotoğraf Editörü Ergün Çolakoğlu

Reklam Müdürü İlknur Ulusoy
ilknur@viyamedya.com

Reklam Sorumlusu Binnaz Uzunca, Hasbi Öztep

İletişim

Safak Sokak No 45, Yunus Apt.
Kat: 3 (Rumeli Pasajı içi)
Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL
+90 212 236 00 50
www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com



/viyamedya

Baskı Özlem Matbaa

DSV

XPress

E-TİCARET LOJİSTİK ORTAĞINIZ

DSV XPress olarak, dünya çapında kapıdan kapıya ekspres servis hizmetimiz ile sizler için mesafeleri kısaltıyor, lojistiği kolaylaştırıyoruz. E-Ticaret, mikro ihracat, ETGB, Amazon FBA teslimatları ve numune gönderileriniz için ihracat ve ithalatlarınızda, havayolu ve karayolu hizmetlerimizi sizlere DSV kalitesi ile sunmaktayız.



Ekspres Küresel
Lojistik Ağı



DSV XPress
Zaman Önemli
Olduğunda



DSV XPress
Maliyet Önemli
Olduğunda



DSV XPress
Özel Hizmet
Kritik Olduğunda

DSV

Global Transport and Logistics

ZİYARET

- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Açar ile birlikte Milli Eğitim Bakanı Prof. Dr. Yusuf Tekin'e hayırlı olsun ziyaretinde bulundu.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve yönetim kurulu üyeleri, Kahramanmaraş programları kapsamında Kipaş Holding ve Hascevher Metal'i ziyaret etti.
- Boğaziçi Sanayici, İş İnsanları ve Yöneticileri Derneği (BOSİYAD) Yönetim Kurulu Başkanı Nail Balin ve beraberindeki heyet, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti.



- Türkiye Cumhuriyeti Cakarta Büyükelçisi Prof. Dr. Talip Küçükcan, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti. Görüşmede Türkiye-Endonezya arasında ticaret hacminin artırılmasına yönelik istişarelerde bulunuldu.



ağustos

- Çin Halk Cumhuriyeti İstanbul Başkonsolosu Wei Xiaodong ve beraberindeki heyet, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti. Görüşmede, iki ülke arasındaki dış ticaret hacminin artırılmasına yönelik istişarelerde bulunuldu.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve beraberindeki heyet, Bahçelievler Belediye Başkanı Dr. Hakan Bahadır ile bir araya geldi.
- Kanada İstanbul Başkonsolosu Tara Scheurwater ve beraberindeki heyet, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti. Görüşmede, Türkiye ve Kanada arasındaki ticaretin daha da büyümesine dair fikir alışverişinde bulunuldu.
- TİM Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu ve Sürdürülebilirlik ve İnovasyon Çalışma Grubu Üyeleri'nin katılımlarıyla ISO Endüstriyel Tasarım ve Prototipleme Merkezi'ne ziyaret gerçekleştirildi.





TOPLANTI

- Cumhurbaşkanı Yardımcısı Cevdet Yılmaz'ın başkanlığı ve Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat'ın ev sahipliğindeki "2023 Yılı 2. Yarıyıl İçin İş Dünyası STK'ları İle İstişare Toplantısı"na TİM Başkanı Mustafa Gültepe de katıldı.
- Cumhurbaşkanı Yardımcısı Cevdet Yılmaz'ın başkanlığında, Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde gerçekleşen "Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu (YOİKK)" toplantısına TİM Başkanı Mustafa Gültepe de katıldı.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve İhracatçı Birlik Başkanları, İstanbul Gümrük ve Dış Ticaret Müdürleri ile bir araya geldi. Toplantıda ihracatın artması için sektörlerin talep ve çözüm önerileri ele alındı.
- Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat'ın ev sahipliğinde, Suudi Arabistan Sanayi ve Maden Kaynakları Bakanı Bandar Alkhorayef katılımıyla düzenlenen, Türkiye - Suudi Arabistan arasındaki ikili ticari ilişkilerin ve sanayi alanındaki iş birliği fırsatlarının değerlendirildiği toplantıya TİM Yönetim Kurulu Üyesi Salih Zeki Poyraz katıldı.
- Ticaret Bakanımız Prof. Dr. Ömer Bolat ve beraberindeki heyet ile gerçekleştirilen Irak Cumhurbaşkanı Abdul Latif Rashid, Irak Başbakanı Muhammed Şiya el Sudani ve Irak Ticaret Bakanı Atir Davut Selman görüşmelerine TİM Başkan Vekili Ahmet Fikret Kileci de katıldı.

ÖDÜL TÖRENİ

- Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat'ın teşrifleriyle gerçekleşen Genç MÜSİAD "Altın Konteyner" ihracat ödül töreninde TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç başarılı genç ihracatçıların plaketlerini takdim etti.
- İMMİB Endüstriyel Tasarım Yarışması Ödül Töreni, Ticaret Bakan Yardımcısı Mahmut Gürcan, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve ihracatçı birlik başkanlarının katılımıyla TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi.



HEYET

- Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda, TİM ve İTKİB organizasyonu ile 6-9 Ağustos 2023 tarihlerinde Brezilya (Sao Paulo) Ticaret Heyeti düzenlendi. 25 ihracatçı firmanın yer aldığı heyette 51 Brezilyalı firmanın katılımıyla 170 ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi.
- Ticaret Bakanlığı koordinasyonu, TİM ve İTKİB organizasyonu ile 9-12 Ağustos 2023 tarihlerinde Şili (Santiago) Ticaret Heyeti düzenlendi. 25 ihracatçı firmanın yer aldığı heyette 70'in üzerinde Şilili firmanın katılımıyla 200'e yakın ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi.



eylül

Tüketici güven endeksi Ağustos'ta 68 olarak kaydedildi



Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Ağustos ayına ilişkin tüketici güven endeksi verilerini açıkladı. Buna göre, TÜİK ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası iş birliğiyle yürütülen "Tüketici Eğilim Anket" sonuçlarından hesaplanan mevsim etkilerinden arındırılmış tüketici güven endeksi, Ağustos'ta geçen aya kıyasla yüzde 15,1 azaldı. Temmuz'da 80,1 olan endeks, ağustosta 68 olarak kayıtlara geçti. Mevcut dönemde hanenin maddi durumu endeksi geçen ay 64,5 iken Ağustos'ta yüzde 12,9 azalışla 56,2'ye geriledi. Gelecek 12 aylık dönemde hanenin maddi durum beklentisi endeksi Temmuz'da 79,2 iken bu ay yüzde 7,7 azalarak 63,7 oldu. Temmuz'da 82,2 olan gelecek 12 aylık dönemde genel ekonomik durum beklentisi endeksi yüzde 11,3 düşüşle bu ay 63,1'e indi. Gelecek 12 aylık dönemde dayanıklı tüketim mallarına harcama yapma düşüncesi endeksi ise Temmuz'da 94,4 iken Ağustos'ta yüzde 5,7 azalışla 89 olarak hesaplandı.

Türkiye ile Macaristan arasında doğal gaz anlaşması yapıldı

Boru Hatları ile Petrol Taşıma AŞ'nin (BOTAŞ) yaptığı açıklamaya göre, Türkiye'nin enerji alanında stratejik hedefleri ve doğal gazda merkez ülke olma vizyonu doğrultusunda BOTAŞ ile Macaristan devlet şirketi MVM CEEnergy arasında tarihi bir doğal gaz ihracat anlaşması imzalandığı belirtildi.

Açıklamada, Macaristan'da gerçekleştirilen törende tarihi anlaşmaya Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Alparslan Bayraktar ve Macaristan Enerji Bakanlığı Kamu Yönetiminden Sorumlu Müsteşarı ve MVM CEEnergy Yönetim Kurulu Başkanı Gabor Czepek'in himayelerinde BOTAŞ Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Başkanı Burhan Özcan ile MVM CEEnergy Üst Yöneticisi Laszlo Fritsch'in imza attığı aktarıldı.



Alman ekonomisindeki durgunluk sürebilir

Son yıllarda yaşanan krizler, Alman ekonomisinin zayıf yönlerini ortaya çıkarırken, Çin başta olmak üzere birçok ülkenin Almanya'dan ithal ettiği malları giderek daha fazla üretebilmesi Alman ekonomisinin resesyondan çıkmasını güçleştiriyor. Sanayisi yabancı rekabette olumsuz etkilenen Almanya'nın, jeopolitik çekişmelere karşı savunmasız kalması dikkati çekiyor. Ülkenin iklimin korunması hedeflerine ulaşması zor görünürken, iş gücünün yaşlanmasının da ekonomiyi baskılaması bekleniyor. Kovid-19 salgını, tedarik zinciri kesintileri, Rusya-Ukrayna savaşı gibi son dönemde yaşanan çok sayıda kriz, Alman ekonomisinin zayıf yönlerini su yüzüne çıkarırken, ülkenin jeopolitik, iklim değişikliği ve demografik zorlukların üstesinden gelme konusunda birtakım sorunlarla karşı karşıya bulunması da dikkati çekiyor. Almanya'nın "kendi ürettiği bürokrasi, kurullar ve prosedürler altında da ezildiği" belirtiliyor.

YENİ NESİL TRANSFER: *BİGA*

BİGA, fiziki taşıma riskini ortadan kaldırır, **7/24** hızlı ve güvenli altın transferi imkânı sağlar.



TAKAS
İSTANBUL

f x in c o takasbank
www.takasbank.com.tr

Detaylı bilgi için:
<https://biga.takasbank.com.tr>

Küresel piyasalarda yön arayışı sürüyor

Başta ABD olmak üzere küresel piyasalar, merkez bankalarının gelecek döneme ilişkin para politikalarındaki belirsizliklerin devam etmesiyle karışık bir seyir izliyor. Dünya genelinde süregelen enflasyon ve resesyon ikilemi varlık fiyatlarını etkileyeme devam ediyor. ABD Merkez Bankası'nın FED yıl sonunda nihai faiz oranını nerede belirleyeceğine ilişkin belirsizlikler varlığını korusa da bankanın enflasyonla mücadelede bir faiz artışına daha gidebileceği ihtimalinin masada kalması tahvil piyasalarında satış baskısının derinleşmesine neden oluyor. ABD'nin 30 yıllık tahvil faizi son 12 yılın, 10 yıllık tahvil faizi de son 16 yılın zirvesini test ederken, para piyasalarındaki fiyatlamlarda Fed'in gelecek ay yüzde 85 ihtimalle politika faizini sabit bırakacağı, yüzde 40 ihtimalle kasımdaki toplantıda ise 25 baz puan faiz artışına gideceği öngörülüyor.



İklim değişikliği yeni ticaret yollarını ortaya çıkarabilir

Dünya ticaretinde alternatif koridorların ve güzergahların belirlenmesi, küresel gelişmeler, jeopolitik riskler ve siyasi gelişmelerin yanı sıra iklim değişikliği nedeniyle kutupların erimesiyle de yeni ticaret yollarının ortaya çıkacağı tahmin ediliyor. Süveyş'in yanı sıra sonradan yapılan Panama ve Nikaragua kanalları deniz yollarında gemilerin katettikleri mesafeleri ciddi anlamda kısaltırken güvenlik risklerini de önemli ölçüde düşürüyor. Bu anlamda dünya genelinde 50'ye yakın önemli kanal bulunuyor. Söz konusu kanallardan Panama, kuraklığın su seviyesini düşürmesi nedeniyle gündeme geldi. Bu gelişme, iklim değişikliğinin ticaret yollarına olası etkileri konusunu tartışmaya açtı. Uzmanlar, Panama Kanalı örneğinden hareketle gelecekte kutuplardaki buzulların erimesinin yeni ticaret rotalarını ortaya çıkarabileceğini öngörüyor.

Avrupa gaz fiyatlarında dalgalı seyir devam edecek

Avrupa gaz fiyatlarında dalgalı seyrin bir süre daha süreceğini bekleyen uzmanlar, Avrupa'nın gaz depolarındaki yüksek doluluk oranlarına rağmen fiyatlar ve arz-talep dengesi açısından asıl belirleyici unsurun tüketim olacağını söylüyor. Avrupa, en büyük gaz tedarikçisi Rusya'dan ithalatını azaltmak üzere adımlar atarken, Rusya da yaptırımlara karşılık kıtaya gaz arzını büyük ölçüde kısıt. Avrupa Birliği (AB), Rus petrol ve kömürüne ambargo uygularken doğal gaza uygulamadı ancak tüm Rus fosil yakıt tedarikini 2027 itibarıyla sonlandırmayı taahhüt etti. Araştırma kuruluşu Bruegel'in verilerine göre, ambargo uygulanmasa da AB'nin Rusya'dan boru hatlarıyla gaz tedariki Mart 2022-Mart 2023 döneminde yüzde 78 azaldı. Bu dönemde, AB'nin Rusya'dan sıvılaştırılmış doğal gaz (LNG) ithalatı ise yüzde 25 geriledi. Enerji krizinin başından itibaren artan gaz fiyatları, savaşın ardından hızla yükselmeye devam etti ve Ağustos 2022, megavatsaat başı gaz fiyatının 300 avroyu aşarak rekor kırdığı tarih olarak kayıtlara geçti.





Koluman Otomotiv, geleceğin istihdamına bugünden yatırım yapıyor

Koluman Otomotiv, yerel ve ulusal üniversitelerle gerçekleştirdiği iş birlikleriyle genç beyinlerin endüstrideki nitelikli iş gücü ihtiyacını karşılamalarına olanak tanıyor. Bu işbirliklerinden en anlamlı olanlarından biri, Tarsus Üniversitesi ile imzalanan Üniversite-Sanayi İşbirliği Protokolü oldu. Bu protokol, genç yeteneklerin sektöre kazandırılmasını garanti altına alan Staj ve İstihdam Protokolü ile taçlandırıldı. İşbirliklerinin önemini vurgulayan Koluman Otomotiv Endüstri A.Ş. Genel Müdürü Cengiz Adak, “Üniversiteler ve endüstrinin bir araya gelerek işbirliği yapması, yeni fırsatlar yaratmanın, inovasyonu teşvik etmenin ve ülke ekonomisini güçlendirmenin önemli bir yoludur. Tarsus Üniversitesi ile gerçekleştirdiğimiz bu işbirliği kapsamında, ihtiyacımız olan personelin yetiştirilmesi için ders içeriklerini bile üniversite ile birlikte belirliyoruz. Ayrıca, bu protokol ile mezun olan öğrencilerin yüzde 25’ini istihdam garantisi altına alarak, genç yeteneklerin sektöre kazandırılmasını sağlıyoruz” dedi. Koluman Otomotiv Endüstri A.Ş., 13 farklı üniversiteyle gerçekleştirdiği Üniversite-Sanayi İşbirliği

sözleşmeleriyle, sektörün geleceğini bugünden şekillendiriyor. Yerel ve ulusal ölçekte bu iş birliklerini sürdüren Koluman, insana yatırımın, teknoloji ve otomasyonun yanında, üretimin sürekliliği için vazgeçilmez olduğunun altını çiziyor. Koluman Otomotiv Endüstri A.Ş., üniversite-sanayi işbirliği konusunda öncü bir yaklaşıma sahip. Bu kapsamda, Çukurova Üniversitesi, Özyeğin Üniversitesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Tarsus Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Adana Teknoloji Üniversitesi, Galatasaray Üniversitesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Çağ Üniversitesi, Mersin Üniversitesi, Sivas Teknoloji Üniversitesi, Toros Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi ile gerçekleştirilen işbirlikleri, genç yeteneklerin sektöre kazandırılmasında büyük bir rol oynuyor.

Bilim ve teknoloji ilerlerken, Koluman Otomotiv, insana olan inancını hiçbir zaman kaybetmiyor ve “#GeleceğinTemelinde” sloganıyla, sektörün en değerli varlığı olan genç beyinlere kapılarını sonuna kadar açıyor.



İhracattaki Artış Ağustos'ta da Devam Etti

2023'te bir ay eksi bir ay artı şeklinde dalgali bir seyir izleyen Türkiye ihracatında sular artı yönde duruldu. Temmuz ayından sonra Ağustos'ta da ihracatta artış yaşandı.



TÜRKİYE'NİN Ağustos ihracatı geçen yılın aynı ayına göre yüzde 1,6 artışla 21,6 milyar dolar oldu. Ocak-Ağustos dönemindeki sekiz aylık ihracat ise 165 milyar dolara ulaştı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, yılsonu hedefleri açısından kritik aylardan biri olan Ağustos'u rekorla kapattıklarını bildirdi. Ağustos ayları özelinde en yüksek ihracat rakamına ulaştıklarını vurgulayan Gültepe, şöyle devam etti: "Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre Ağustos'u 21,6 milyar dolar ihracatla tamamladık. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 1,6 artıdayız. Bir

süredir önceki yılın aynı dönemine göre bir ay artı, bir ay eksi seyreden ihracat, Temmuzun ardından Ağustos ayında da yükselerek bu döngüyü kırmış oldu. Ocak-Ağustos dönemine baktığımızda 165 milyar dolarla geçen yıllla hemen hemen başabaş durumdayız.

Son 12 aylık ihracatta ise 253,6 milyar dolardayız. Ağustos'ta ihracatımıza en yüksek katkıyı 2,7 milyar dolarla otomotiv sektörü verdi. İlk beşteki diğer sektörlerimiz 2,6 milyar dolarla kimya, 1,7 milyar dolarla hazır giyim, 1,4 milyar dolarla elektronik ve 1,3 milyar dolarla çelik şeklinde sıralandı. Geçen ay gemi

ve yat, hububat ve makine sektörlerinin ihracatında da önemli artış kaydettik. 36 ilimiz ihracatını artırırken en çok ihracat yapan ilk beş ilimiz İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir ve Gaziantep oldu. Ağustos'ta bin 472 firmamız ilk kez ihracat gerçekleştirdi.

Birim ihracat değerimiz geçen yılın aynı ayına göre yüzde 10 artışla 1,41 dolara yükseldi. Parite farkı geçen ay ihracatımıza 715 milyon dolar katkı yaptı. Son beş aydaki parite katkısı ise 2,2 milyar dolara ulaştı. Ağustos'ta en fazla ihracat yaptığımız ülkeler Almanya, ABD, Irak, Birleşik Krallık ve İtalya şeklinde sıralandı. Kazakistan, Norveç ve Somali'nin de aralarında bulunduğu sekiz ülkeye ihracat rekoru kırdık.”

“YENİ PAZARLAR BULMAK İÇİN ÇALIŞIYORUZ”
İhracatta hedefleri tutturabilmek için tüm imkânları seferber ettiklerini belirten Mustafa Gültepe, bir yandan ana pazarlardaki etkinliklerini güçlendirmek, diğer taraftan da yeni pazarlar bulmak için çalıştıklarını söyledi.

Pazar çeşitliliğini artırma hedefi doğrultusunda ticaret ve alım heyetlerine ağırlık verdiklerini hatırlatan Gültepe, “Ağustos'ta Brezilya ve Şili'de geniş katılımlı ticaret heyeti gerçekleştirdik. Eylül'de de yine yoğun bir heyet programımız var. İhracatçı birliklerimizle bu ay Kenya, Suudi Arabistan, Tanzanya, Ürdün, Birleşik Arap Emirlikleri, Nijerya, Umman ve Benin'de ticaret heyetleri gerçekleştirmeyi planlıyoruz. 2023 için öngördüğümüz 100 ticaret heyeti hedefimize adım adım yaklaşıyoruz.” dedi.

“YENİ KREDİ PAKETİNİN TÜM İHRACATÇILARA HAYIRLI OLSUN”

Mustafa Gültepe, ihracatta hedeflere ulaşabilmek için finansmanın hayati önem



2023 için öngördüğümüz 100 ticaret heyeti hedefimize adım adım yaklaşıyoruz

taşıdığı altını çizdi. İhracatçıların son dönemde artan finansman ihtiyacının karşılanması için yaptıkları çalışmalar hakkında bilgi veren Gültepe, şunları söyledi: “28 Ağustos'ta, 11 bankamızla beraber 1 milyar dolar hacminde bir kredi protokolü imzaladık. Protokol çerçevesinde firmalarımız 5 milyon dolar veya 100 milyon TL'ye kadar uygun maliyetli ihracat kredisi kullanabilecek. İhracatçılarımız, rotatif veya taksitli kredi seçeneklerinden birini tercih edebilecekler. Yeni kredi paketinin tüm ihracatçılara hayırlı olmasını diliyorum. Paketin şartlara göre genişletilmesi için temaslarımız sürüyor. Bu görüşmelerin olumlu sonuçlanacağına ve daha çok ihracatçımızı uygun koşullu kredi ile buluşturacağımıza inanıyorum.” Mustafa Gültepe, yeşil dönüşümün finansmanı konusunda da bankalarla farklı bir finansman mekanizması üzerinde çalıştıklarını sözlerine ekledi.

Finansmana Erişim Kolaylığı için YENİ BİR HAMLE

TİM, Türkiye ihracatının daha da büyümesi için en kritik eşiklerden biri olan “finansmana erişim” noktasında ihracatçıların elini kolaylaştıracak yeni bir projeye imza attı: Vade(SİZ) İhracat Kredi Paketi.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM) ile Ziraat Bankası, Vakıfbank, Halkbank, İş Bankası, Garanti BBVA, Akbank, Yapı Kredi Bankası, QNB Finansbank, Denizbank, TEB ve Odeabank arasında Türkiye ekonomisinin temel dinamiklerinden olan ihracatçılara yönelik yeni bir kredi paketi devreye alındı. “Vade(SİZ) İhracat Kredi Paketi” kapsamında, ihracatçı firmalar azami 5 milyon dolar veya 100 milyon TL’ye kadar uygun maliyetli ihracat kredisinden yararlanabilecek.

Birlik üyesi firmaların, azami kredi tutarı kadar ihracat bedellerini anlaşmalı bankalara yönlendirmeleri durumunda, kredi vadeleri de belirli sürelerle kadar

uzayabilecek. Firmalar, tercihleri doğrultusunda rotatif veya taksitli kredi seçeneklerinden birini tercih edebilecekler. Rotatif kredi seçeneğiyle, 12 aylık bir süre ile başlayan kredi vadesi, firmaların azami kredi tutarı kadar ihracat alacaklarını anlaşmalı bankalara yönlendirmeleri durumunda maksimum 36 aya kadar çıkabilecek.

Bu şekilde, tek seferlik kredi yerine sürekli bir finansman akışı sağlanarak ihracatçılara kesintisiz kaynak desteği verilmesi hedefleniyor. Taksitli kredi seçeneğinde ise vade süresi azami 24 ay olarak uygulanacak. Tüm kredi türlerinde, yasal gereklilikler nedeniyle ihracat



taahhütlerinin kapanma süresi ise 24 ay olacak.

1 MİLYAR DOLARA ULAŞACAK KREDİ PAKETİ

TİM ile 11 banka arasında gerçekleştirilen Vade(SİZ) İhracat Kredi Paketi imza töreninde konuşan Türkiye Bankalar Birliği (TBB) Başkanı ve Ziraat Bankası Genel Müdürü Alpaslan Çakar şunları söyledi: “Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile birlikte yaptığımız protokolle Ülkemizin geleceğine yatırım yapma bilinci ile hareket ediyoruz. Ekonominin ve ticaretin dinamikleri çok hızlı değişiyor, bu değişime ayak uydurmakla birlikte değişime yön veren ülke olmak, üretimde sürdürülebilirliği sağlamak, katma değerli ihracatı artırmak amacıyla buradaki üye Bankalarımız ile birlikte yeni bir finansman desteğini Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) aracılığı ile ihracatçılarımıza sağlayacağız. 11 bankanın katılımı ile 1 milyar dolar tutarına ulaşacak bu kredi paketiyle ülkemiz ekonomisinin en önemli lokomotiflerinden biri olan ihracatçılarımızın, finansmana erişimlerini kolaylaştıracamız.

Dünya ticaretinde rekabet edebilecek bir üretim kapasitesine ulaşabilmek için, özellikle teknolojiye dayalı ihracat ürünlerinin ve üretim kompozisyonunun artırılması rekabet gücümüz yanında finansman gücümüze de olumlu katkılar sağlayacaktır. Bankalarımızla birlikte ihracatçılarımıza, doğru zamanda doğru finansman modelleri sunarak rekabet güçlerinin artırılmasını planlıyoruz. Tıpkı 2022 yılında olduğu gibi istihdamın arttığı, işsizlik oranının tek haneye kadar gerilediği ve makine yatırımlarının çift haneli olarak arttığı bir 2023 yılını hedefliyoruz. Gücümüzü, paydaşlarımız ile iş birliği içerisinde üretim, yatırım, istihdam ve ihracatı destekleyerek,



11 bankanın katılımı ile 1 milyar dolar tutarına ulaşacak bu kredi paketiyle ülkemiz ekonomisinin en önemli lokomotiflerinden biri olan ihracatçılarımızın, finansmana erişimlerini kolaylaştıracamız.

büyümenin ve refah artışının sürdürülmesinde kullanmaya devam edeceğiz.”

"ORTAK DERMİZ: TÜRKİYE’NİN EKONOMİSİNİ BÜYÜTMEK"

“Vade(SİZ) İhracat Kredi Paketi ile temsil ettiğimiz 61 ihracatçı birliğinin, 27 sektörün ve 115 bin mal ve hizmet ihracatçısının finansmana erişim sorununun çözümü için 11 banka ile ortak bir çalışmaya imza attık” diyerek sözlerine başlayan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye’nin kısa ve orta vadede hedeflediği ihracat hedefleri için finansmana erişim konusuna fazlasıyla titizlendiklerinin altını çizdi.

İhracat rakamlarıyla finansman ihtiyacının paralel büyüdüğünü söyleyen Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: “2028 için önümüze 400 milyar doları mal, 200 milyar doları hizmet olmak üzere toplam 600 milyar dolarlık ihracat hedefi koyduk. İhracat rakamları büyüdükçe

finansman ihtiyacı da aynı oranda artıyor. Büyük hedeflere ulaşmanın en önemli kilidi ise finansman. Bu kilidin anahtarı da hiç şüphesiz bankalarımızda. Finans sektörümüz, her zaman ihracatçımızın en büyük destekçisi oldu. Yüksek enflasyon ve finansal dar boğaz sürecinde, yine bankalarımızla beraber yol alacağız. Bizim, yani bankalar ve ihracatçılar olarak ortak ülkümüz, ortak bir derdimiz var: Türkiye'nin ekonomisini büyütüp refahını artırmak.”

TEK SEFERLİK DEĞİL, SÜREKLİ FİNANSMAN AKIŞI SAĞLAYACAK

Türkiye ekonomisini büyütecek ve ihracatını artıracak her adımın yüzde yüz destekçisi olacaklarını söyleyen Gültepe, ihracatçılar-bankalar ilişkisinin son derece önemli olduğuna vurgu yaparak şunları söyledi: “Yüksek enflasyonu dizginlemek için ülkemizin hayırına olduğu düşünülerek alınan finansal tedbirlere elbette itiraz etmeyiz. Bununla beraber, Türkiye'nin ekonomik yapısına uygun şekilde reel sektörü destekleyecek adımların göz ardı edilmemesini de memnuniyetle karşılıyoruz. Hepimizin bildiği üzere cari açığın kapatılmasında, ihracatçılarımız hayati bir rol oynuyor. İç

talep sürdürülebilir bir zemine taşınarak cari giderler düşürülürken, aynı şekilde, cari gelirleri riske atacak tedbirlerden de uzak durmak gerekiyor. Aksi halde, içinde bulunduğumuz cari risk unsurları form değiştirerek varlığını sürdürür. Sizlerle paylaştığımız kredi paketi kritik bir önem taşıyor. Bu vesileyle 115 bin ihracatçımız adına; ülkemizde yatırımın ve ihracatın en büyük destekçisi olan kamu ve özel bankalarımıza ayrı ayrı teşekkür ediyorum.

Öte yandan, sürdürülebilir yeşil dönüşümün finansman ihtiyacı için de bankalarımızla çalışmalarımız devam ediyor. Finansman mekanizmasının teknik detayları oluşturuluyor. Kapsamlı ve hassas bir şekilde yürütülen bu çalışmalar tamamlanınca, o paketi de sizlerle paylaşacağız.

İhracatçılarımıza tek seferlik finansman yerine sürekli finansman akışı sağlayacak, Vade(SİZ) İhracat Kredi Paketi'nin ihracatçılarımıza, bankalarımıza ve ülkemize hayırlı olmasını temenni ediyorum. Katılımlarınız için sizlere, katkıları nedeniyle bankalarımıza teşekkür ediyorum.”



TİM İŞ BİRLİĞİYLE İHRACATÇILARA SUNULAN
İLK VE TEK KREDİ KARTI:

MAXIMILES 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 ve şubelerimizde.

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ



IFCO, Yoğun Bir Katılımla Gerçekleşti

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından düzenlenen İstanbul Hazır Giyim ve Moda Fuarı'nın (IFCO) dördüncüsü yoğun bir katılımı gerçekleşti.



GEREK ORGANİZASYONU gerek katılımcı ve ziyaretçi sayısı gerekse de verimliliğiyle sektöründe Avrupa'nın en büyüğü olmayı başarmış İstanbul Hazır Giyim ve Moda Fuarı (IFCO), bu yıl dördüncü kez düzenlendi. İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından 9-11 Ağustos tarihlerinde İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenen fuar için aralarında Walmart ile Inditex'in de bulunduğu onlarca alım grubu ve beş kıtadan binlerce seçkin alıcı İstanbul'a geldi. Fuarın ilk günü gerçekleştiren açılış töreninde bir konuşma yapan Ticaret Bakanı Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe daha sonra stantları gezerek sektör temsilcileriyle bir araya geldiler.

"HAZIR GİYİM VE TEKSTİL SEKTÖRLERİ TÜRKİYE İÇİN HAYATİ ÖNEME SAHİP"

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, açılış töreninde yaptığı konuşmada, hazır

giyim ve tekstil sektörlerinin Türkiye için hayati öneme sahip olduğunu vurguladı. Avrupa'nın en büyük hazır giyim ve moda fuarını desteklemekten büyük memnuniyet duyduklarını ifade eden Bolat, şöyle devam etti:

"IFCO'ya bakanlık olarak hem tanıtım hem yüzde 50 katılım hem de alım heyetleri desteği veriyoruz. Buraya 30 bin ziyaretçi bekleniyor. 26 ülkeden 94 alım heyetini katılımcılarla görüşmek üzere Türkiye'ye getirdik. Bundan sonra da desteğimizi artırarak devam ettireceğiz. Biz daima bu sektörün, bütün üretimin ve yatırımın yanında yer alacağız. İşçimizin, esnafımızın, çiftçimizin, emeklimizin, tacirimizin yanında olduğumuz gibi ihracatçılarımızın, sanayicilerimizin de 7 gün, 24 saat yanında yer alacağız. Onlar için, ülke ekonomisini güçlendirmek için çalışmaya devam edeceğiz."

2028 için 400 milyar dolar mal, 200 milyar dolar hizmet ihracatı hedefini hatırlatan Bakan Bolat, sözlerini şöyle sürdürdü: “2028 vizyonumuzu adım adım gerçekleştirmek için çalışıyoruz. Göreve başladıktan sonra ilk icraatlarımızdan biri olarak Eximbank’ın sermayesini yüzde 40 artırdık. Bu sayede ihracatçımız için ekstra 70 milyar liralık kredi hacmi getirdik. Bunun yanında Merkez Bankamız iç taleple alakalı olarak enflasyonla mücadele çerçevesinde talebi baskılayan kredi hacimlerini geri çekmeye çalışan politika izlerken ihracatçılara reeskont kredilerini 5 kat artırdı. Günlük limiti 300 milyon liradan 1,5 milyar liraya çıkardı. İnşallah biz de bakanlık olarak ihracat desteklerimizi sonuna kadar sizlerin istifadesine sunacağız.”

“2028 VİZYONU İHRACAT YOLCULUĞUNDA İLK BÜYÜK SINAV OLACAK”

TİM Başkanı Mustafa Gültepe de, konuşmasında Türkiye’yi ihracatta ilk 10 ülke arasına çıkarma hedefiyle yola devam ettiklerini hatırlattı. 2028 vizyonunun bu yolculukta ilk büyük sınav olacağını vurgulayan Gültepe, şöyle devam etti: “2028’de 400 milyar dolarlık mal, 200 milyar dolarlık hizmet ihracatı için 27 sektörümüz, 115 bini aşan ihracatçımız ve 61 ihracatçı birliğimizle gece gündüz demeden çalışıyoruz. İki hafta önce Bakan Yardımcımız Vokan Açar’ın yanı sıra bürokratlarımızın ve birlik başkanlarımızın katılımıyla “2028 İhracat Tanıtım ve Vizyon Toplantımızı” yaptık. Birliklerimiz kasım ayına kadar projelerini hazırlayıp bakanlığımıza takdim edecekler. İşimizin kolay olmadığını biliyorum. 2021 ve 2022’de sakin sularda çok mesafe kat ettik. Ancak bu yıl fırtınalı okyanusta dalgalara karşı yol almaya çalışıyoruz. Yaklaşık bir yıldır küresel pazarlarda talep yavaş seyreliyor. İlk beş ayda enflasyona ve yüksek maliyetlere rağmen kurun yatay seyri rekabetçiliğimize zarar verdi. Yedi ayı 143,4 milyar dolar

ihracatla kapattık. Geçen yıla göre hemen hemen başa baş noktadayız. Kurun geldiği seviye ve finansmana erişim konusundaki yeni düzenlemeler, ihracatçımıza kısmen nefes aldırdı. Bu düzenlemelerin pozitif yansımalarını önümüzdeki aylarda görmeye başlayacağız. Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100’üncü yıldönümünde inşallah mal ihracatında 265, hizmet ihracatında 120 milyar dolarlık hedefimizi yakalayacağız.”

Hazır giyim ve tekstilin, katma değerli üretimi, istihdama ve ihracata katkısı ile en kritik sektörler arasında yer aldığına dikkat çeken Gültepe, iki sektörün toplamda 32 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiğini bildirdi. Orta vadede hazır giyimde 40, tekstilde 20 olmak üzere 60 milyar dolarlık ihracat hedeflediklerini belirten Gültepe, “Üretimde marka kimliğimizle, tasarım gücümüzle, yetişmiş insan kaynağımızla, markalarımızla, bu potansiyele sahibiz. Yüksek katma değer yaratma ve markalaşma yönünde atılacak her türlü adım, ihracatımıza pozitif yansıtacak. Fuar katılımları, ticaret ve alım heyetleri organizasyonlarıyla pazar çeşitliliğimizi artırmanın yollarını arıyoruz.” diye konuştu.



15 Sektör Daha Sürdürülebilir Eylem Planını Tamamladı

Türkiye Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu, çalışmalarını Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile uyumlu hâle getirecek Sürdürülebilirlik Yol Haritası'nı açıkladı.



TÜRKİYE deri ve deri mamulleri sektörü Sürdürülebilirlik Yol Haritası'nı açıkladı. Sürdürülebilirlik Yol Haritası toplantısında konuşan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, TİM olarak hem ihracatçı firmalara hem de ülke ekonomisine sürdürülebilirlik konusunda öncülük yaptıklarını ve sürdürülebilirlik eylem planlarını tam iki yıl önce açıkladıklarını belirtti. Gültepe, sözlerine şöyle devam etti: "Deri ve deri mamulleri sektörü, ülkemiz ve ihracat için çok önemli bir sektör. Sektörde gerçekten bireysel bir marka halindeyiz. Türk derisinin marka bilinirliğinin her geçen gün artması ülkemizin genel ihracat profilini pozitif yönde etkiliyor. Geçen yıl deri ve deri mamulleri sektöründe toplam ihracatımız yüzde 19'a yakın bir artış göstererek 2 milyar dolara ulaştı. Bu ihracatın yüzde 39'una yakını Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştirdik. Bildiğiniz gibi en önemli ihrac pazarımız olan Avrupa Birliği başta olmak üzere küresel ekonomiler artık daha yeşil, dijital hale gelmeye başladı. Avrupa Birliği

sınır ve tarım düzenleme mekanizması, yeşil mutabakat, sanayi planı gibi sektörümüzün geleceğini etkileyecek köklü değişimler çok yakında başlayacak. Ana ihrac pazarlarımızla uyum sağlamak adına bu gelişmelere, TİM ve birlikler olarak kayıtsız kalma şansımız yok".

"AMAÇ GELECEK NESİLLERİ KORUMAK"

Türkiye Deri ve Deri Mamulleri'nin çevre, sosyal ve yönetim hedeflerini özetleyen Sürdürülebilirlik Yol Haritası'nın; sektörü dönüştürme sürecine yönelik spesifik ve ölçülebilir hedeflere bilgi sağlamaya yardımcı olacağını söyleyen Türkiye Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Güven Karaca, Sürdürülebilirlik Yol Haritası ile gelecek nesilleri korumayı amaçladıklarını ifade etti.

Deri ürünlerin üretiminin çevre üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ve uygulamaların gelecek nesiller için sürdürülebilir olmasının büyük önem taşıdığını dile getiren Güven Karaca, sözlerini

şöyle sürdürdü: “Sürdürülebilir üretim; doğal kaynakları tüketmememizi veya gezegene zarar vermememizi sağlayan, çevre üzerinde minimum etkiye sahip ürünlerin üretilmesini ifade eder. Ticaret Bakanlığımızın yeşil mutabakat eylem planında deri sektörümüzün iki eylem ana maddesi var. Bunlardan ilki, su tüketiminin fazla olduğu tabakhane sektörü için temiz üretim mevzuatının oluşturulması. Diğeri ise tekstil ve deri ve deri mamulleri sektörlerimizde temiz üretim uygulamalarına ilişkin eğitim programlarının düzenlenmesi. Bu iki başlıkla ilgili bakanlıklarımızın çalışmaları devam ediyor. Deri ve deri mamulleri sektörü olarak son yıllarda sürdürülebilirlik adına önemli adımlar attık ve bu çabaları göstermeye devam ediyoruz. Sorumlu kaynak kullanımı sayesinde sektör, çevre ve topluluklar üzerindeki etkisini azaltıyor. Sürdürülebilir üretim ve sorumlu kaynak kullanımı, deri ve deri mamulleri sektörünün çevre üzerindeki etkisini azaltması ve çalışan hakları ile çalışma standartlarını desteklemesi açısından kritik öneme sahip. Sektör olarak çevreden ve insan hayatından sorumlu olma bilincine sahip uygulamaları benimseyerek daha sürdürülebilir ve etik bir gelecek yaratmayı hedefliyoruz. Bu yol haritası, Türkiye Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu'nun sürdürülebilirlik projesini sorumlu bir şekilde yöneteceğinin taahhüdü niteliğindedir. Çalışmalarımızı Birleşmiş Milletlerin Sürdürülebilir Kalkınma

Hedefleri ile uyumlu hale getiren bu yol haritası, “Türkiye Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu Sürdürülebilirlik Projesi” vizyonunu gerçeğe dönüştürürken bize de yol gösterici olmayı amaçlıyor. Sürdürülebilirlik kavramını içselleştirerek deri ve deri ürünleri üretimini yeniden tasarlamak ve gelecek nesiller için daha iyi bir miras yaratmak için birlikte çalışmaya hazırız. Sürdürülebilirlik Yol Haritamızda belirtilen ve her yıl sürdürülebilirlik raporumuzda raporlanacak hedefler, sorumlu üretim arayışımızda bize rehberlik edecek.”

Sürdürülebilirlik Yol Haritası'nın, deri ve deri mamulleri sektöründe olumlu değişimi yönlendirmek için bir taahhüdü temsil etmek üzere kurgulandığını belirten Güven Karaca, “Türkiye Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu, amaçlarını ve hedeflerini Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile uyumlu hale getirerek çevre yönetimine, sosyal sorumluluğa ve ekonomik uygulanabilirliğe olan bağlılığını gösteriyor. Bu yol haritası boyunca Sektör Kurulu olarak, deri ve deri mamulleri sektöründeki temel sürdürülebilirlik zorluklarını ele alan kapsamlı bir dizi eylem ve girişimin ana hatlarını çizdik. Yönetim sistemlerinin kurulmasından, sorumlu kaynak kullanımı ve izlenebilirliği teşvik etmekten daha temiz teknolojiler geliştirmeye ve atık yönetimi uygulamalarını iyileştirmeye kadar, sürdürülebilirliğe bütüncül bir yaklaşım benimsendi.” dedi.



“Fındıkta Potansiyel Çok Daha Fazla”

TİM Tarım Kurulu ile birlikte fındığın başkenti Giresun'a giden Mustafa Gültepe, 2022'de 1,8 milyar dolar bandında ihracatı tek başına sağlayan fındık için potansiyelin çok daha yüksek olduğunu belirtti.

TİM TARIM KURULU, Ağustos ayı toplantısını fındık hasat mevsiminin devam ettiği Giresun'da gerçekleştirdi. Mustafa Gültepe, toplantının açılışında yaptığı konuşmada, Türkiye'nin 2028'de 400 milyar dolarlık mal, 200 milyar dolarlık hizmet ihracatı hedefi olduğunu hatırlattı. Hedefe ulaşmak için 27 sektörün maksimum katkı yapmasının büyük önem taşıdığını vurgulayan Gültepe, şunları söyledi: “Gıda ve tarım, ihracatta en avantajlı sektörlerimiz arasında yer alıyor. Bu alanda uzun yıllara dayanan birikime, zengin bir ürün çeşitliliğine, ileri teknoloji ve yüksek üretim kapasiteli sanayi alt yapısına sahibiz. Küresel iklim değişikliği nedeniyle dünyada gıda ve tarımsal ürünlerin önemi her geçen yıl daha da artıyor. Dolayısıyla bu avantajımızı ülkemiz için fırsata dönüştürmek durumundayız. Mevcut tarım alanlarımızı verimli bir şekilde işleyebilir ve kullanabilirsek hem tüketicinin bol, kaliteli ve ucuz gıdaya erişmesini sağlar hem de ihracat yoluyla ülkemize çok daha fazla

döviz kazandırabiliriz. 2028'deki 400 milyar dolarlık hedefe ulaşmada gıda ve tarım sektörümüzün çok kritik bir rolü olacağını düşünüyorum. 2022'de yaklaşık 27 milyar dolarlık gıda ve tarım ürünü ihraç ettik. Biz 2028 yılı için gıda ve tarım ihracatımızı 50 milyar dolara çıkarmayı hedefliyoruz. Tüm prejeksiyonlarımızı ve çalışmalarımızı bu hedef doğrultusunda yapıyoruz”.

“BURADA EDİNDİĞİMİZ BİLGİLER, FINDIKLA İLGİLİ PROJELERİMİZDE BİZE IŞIK TUTACAK”

Her sektörün, her bölgenin kendine özgü sorunları ve talepleri olduğuna dikkat çeken Mustafa Gültepe, TİM'in ihracattaki koordinasyon sorumluluğunun gereği olarak zaman zaman üretim bölgelerini ziyaret ettiklerini hatırlattı. Fındık hasat mevsimi nedeniyle TİM Tarım Kurulu'nu Giresun'da topladıklarını belirten Gültepe, sözlerini şöyle tamamladı: “Fındık bu ülkenin en önemli tarımsal değerleri arasında yer alıyor. Dünyanın toplam fındık üretiminin yaklaşık



yüzde 70'ini gerçekleştiriyoruz. 2022'de 313 bin ton fındık ihracatı karşılığında ülkemize 1 milyar 750 milyon dolar gelir kazandırdık. Ben fındıkta potansiyelin çok daha fazla olduğunu biliyorum. Üretimde verimliliği artırabilir ve fındığı işleyerek katma değerli ürün haline getirebilirsek ülkemize çok daha fazla döviz kazandırabiliriz. Bugün burada bahçelerimizde çiftçilerimizle konuştuk, üretim tesislerinde incelemelerde bulunup, ihracatçılarımızı dinledik. Bizim için çok verimli bir çalışma oldu. Burada edindiğimiz bilgiler, fındıkla ilgili projelerimizde bize ışık tutacak”.

“YENİ DÖNEMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KRİTERLERİ ÖNEMLİ”

TİM Tarım Kurulu Başkanı Melisa Tokgöz Mutlu da konuşmasında, tarımsal üretimin ve gıdanın tüm dünya için stratejik önem kazandığını vurguladı. Dünyada her şeyin tarım ve gıda üzerine şekillenmeye başladığının altını çizen Mutlu, sözlerini şöyle sürdürdü: “Tarım, cari fazla veren sektörlerimiz arasında ilk sırada yer alıyor. Türkiye olarak tarımsal üretimde ve tarıma dayalı sanayide kaslarımız çok güçlü. Mevcut tarımsal üretim potansiyelimizin yanı sıra müşteri bazlı ve talep odaklı çalışabilme avantajına sahibiz. Bulduğumuz coğrafya da bize önemli fırsatlar sunuyor. Avrupa başta olmak üzere etrafımızda yüksek alım gücüne sahip büyük bir nüfus var. Bölgede bizim kadar geniş kapasiteli ve ileri teknoloji üreten alt yapısına sahip ülke bulunmuyor. Bu avantajlarımızı daha da artırmak için önümüzdeki süreçte dünyada taleplerin ne yönde şekillendiğini iyi gözlemleyerek buna göre üretim yapmalıyız. İhtiyaç halinde ihracata uygun ürünü Dahilde İşleme Rejimi (DİR) kapsamında ülkemize getirip işleyip yurt dışına satabilmeliyiz. Böylece ülkemizde cari açığın kapatılmasına çok daha fazla katkı sunabiliriz.” Melisa Tokgöz Mutlu, yeni dönemde küresel iklim değişikliğine paralel dünyada giderek büyüyen su krizinin de dikkate alınması gerektiğini vurguladı.

Mutlu, sözlerini şöyle noktalandı: “Yeni dönemde sürdürülebilirlik kriterleri önemli. Biz de bu gerçekten hareketle stratejilerimizi oluşturuyoruz. Bütün bunların yanı sıra tarım ürünlerinde ve gıdada küresel ölçekte bilinen ve aranan ‘Türkiye markası’ yaratmak istiyoruz. Çünkü biz artık en yüksek alım gücüne sahip pazarların tanınan tedarikçisi olmayı hedefliyoruz. Bunu başarabilir, Avrupa, ABD ve Japonya gibi alım gücü yüksek ülkelerde markalarımızla var olabilirsek ülkemiz için en yüksek katma değeri yaratabiliriz. Bu anlayış çerçevesinde tüm paydaşlarımızla aynı hedefe odaklanmamız büyük önem taşıyor. İşte bu nedenle bugün Giresun'a gelip üreticilerimizle ve ihracatçılarımızla görüşüp, çalışmalarımızı anlattık, onların görüş ve önerilerini dinledik. İnanıyorum ki Ticaret ile Tarım ve Orman bakanlıkları başta olmak üzere devletimizin de desteği ile önümüzdeki yıllarda gıda ve tarım sektörlerimizle çok daha büyük başarı hikayelerine imza atacağız”.

“HAKİM ÜLKE KONUMUNU KORUYUP GÜÇLENDİRECEK POLİTİKALARA İHTİYAÇ VAR”

Karadeniz Fındık ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (KFMİB) Başkanı Hasan Osman Sabır da konuşmasında, Türkiye'nin fındıkta “hakim ülke” konumunu koruyup güçlendirecek politikaların belirlenip uygulanmadığını söyledi. Mevcut tablonun devam etmesi halinde Türkiye'nin orta vadede rekabet avantajını kaybedeceğini vurgulayan Sabır, önerilerini şöyle sıraladı: “Üreticiye doğrudan gelir desteği sisteminde radikal değişiklikler yapılmalı. Yeni sistemle verilen prim önemli miktarda artırılmalı, prim verilme kriterleri tekrar elden geçirilmeli. Bahçesinde iyi tarım uygulamaları yapanlar ve bahçe birleştirenler öncelenerek prim destekleri artırılmalı. İhracat piyasasında fiyatlar serbest olarak gelişmeli, artan satışlarla beraber yükselen fiyatlar hedeflenmeli ve bu sayede diğer üretici ülkelerin üretme cesaretleri kırılmalı.”

“Ülkemizin Bayraktarı Turquality Firmalarımıza İnancımız Sonsuz”

“Dünyada devlet destekli ilk ve tek markalaşma programı” olan Turquality destek programlarına ilişkin görüş ve önerilerin değerlendirildiği Turquality Çalıştayı yoğun bir katılımı gerçekleştirildi.



TURQUALITY Çalıştayı, Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ve Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin organizasyonu ile 17 Ağustos'ta gerçekleştirildi. Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Açar ve TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin açılış konuşmalarıyla başlayan çalıştay, Turquality destek programlarına dair kapsamlı bir fikir alışverişi imkânı yaratmış olması hasebiyle oldukça değerliydi. “Mal ve hizmet sektörlerine yönelik olarak uygulanan Turquality destek

programlarına ilişkin görüş ve önerilerin değerlendirileceği Turquality çalıştayına hepiniz hoş geldiniz.” diyerek sözlerine başlayan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, “ülkemin yüz akı” olarak değerlendirdiği Turquality firmalarına sonsuz bir inanç beslediklerinin altını çizdi.

DÜNYADA DEVLET DESTEKLİ İLK VE TEK MARKAŞMA PROGRAMI

364 firmanın Turquality marka desteği programı çerçevesinde desteklediği

bilgisini veren Gültepe, sözlerine şöyle devam etti: “TİM olarak, katma değerli ihracat üzerinde en çok durduğumuz, en önem verdiğimiz konular arasında yer alıyor. İhracat hedeflerimize ulaşabilmemiz adına ürünlerimizin sadece niceliğini değil, niteliğini de yükseltmeliyiz.

İşte marka, bu katma değeri oluşturan faktörlerin başında geliyor. Bugün 364 firmamız Turquality marka desteği programı çerçevesinde destekleniyor. Ülkemizin yüz akı Turquality firmalarımız, dünyanın dört bir köşesinde Türkiye’yi başarıyla temsil ediyorlar. Bu firmalarımız ‘Made in Türkiye’ markasına verdikleri katkılarla, aslında 115 bin ihracatçımızın tüm dünyada işini kolaylaştırıyorlar. Turquality dünyada devlet destekli ilk ve tek markalaşma programı.

TİM olarak, yılbaşından bu yana Ekonomik Araştırmalar şubemizde desteklerin verimliliğini ölçmek adına çalışmalar yürütüyoruz. Burada

en temel amacımız, ihracatı artıran desteklere sunulan kaynakların çeşitlendirilmesi. Çünkü biz, bir ülkenin sahip olduğu markalar kadar güçlü olduğuna inanıyoruz. Yaptığımız analizlerde, Turquality ve marka destek programlarının, beş yıl içerisinde firmanın ihracatında yüzde 18’lik bir artış sağladığını gördük. Bu destek programlarında firmalarımıza sunulan 1 birimlik destek, firma ihracatını 3 birim kadar artırıyor. Yani sunulan her 100 dolarlık destek, ülkemize 300 dolar döviz girdisi sağlıyor. Hatta orta ölçekli firmalarımızda bu oran 1’e 4 şeklinde. Bizzat sahada olan sizlerin görüşleri, programın yeni döneminde son derece önemli.

2028 yılında mal ihracatında 400, Hizmet ihracatında 200 milyar dolar olmak üzere son derece iddialı hedeflerimiz var. Bu anlamda, ülkemizin bayraktarı Turquality firmalarımıza inancımız sonsuz. İnaniyorum ki yeni dönemde Verimliliğimizi daha da artırarak tüm hedeflerimize hep beraber ulaşacağız”.

Bugün 364 firmamız Turquality marka desteği programı çerçevesinde destekleniyor. Ülkemizin yüz akı Turquality firmalarımız, dünyanın dört bir köşesinde Türkiye’yi başarıyla temsil ediyorlar.



2028 İhracat Vizyonu Kapsamında “Tanıtım ve Pazarlama Takvimi” Yapıldı

2028 İhracat Tanıtım ve Pazarlama Vizyonu Toplantısı, TİM ve ihracatçı birliklerin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin belirli bir takvimde organize edilerek planlaması hedefiyle gerçekleştirildi.

TİCARET BAKANLIĞI’NIN koordinasyonunu sağladığı, Türkiye İhracatçılar Birliği ve Hizmet İhracatçıları Birliği’nin ise organizasyonunu yürüttüğü 2028 İhracat Tanıtım ve Pazarlama Vizyonu Toplantısı, TİM Dış Ticaret Kompleksi’nde gerçekleştirildi. Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Açar, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, HİB Başkanı Şekib Avdağış ve Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdür Yardımcısı Ali Alperen Kaçar’ın hazır bulunduğu toplantı, firma temsilcilerini de bir araya getirdi.

Hedef pazarlarda sektörel bazda uygulanan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin

mal ve hizmet ihracatında sürdürülebilir artış eğiliminin tesisi açısından büyük önem arz ediyor olması gerçeğinden yola çıkaran organize edilen 2028 İhracat Tanıtım ve Pazarlama Vizyonu Toplantısı’nın ana amacı, bu vizyon kapsamında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini belirli bir sistemle yürütmenin yollarını aramak olarak belirlendi.

Toplantı, 2028 İhracat Vizyonu kapsamında TİM ve ihracatçı birlikler tarafından yürütülen “tanıtım ve pazarlama” faaliyetlerinin projelendirilerek, bir takvim çerçevesinde yürütülmesi ve planlanması üzerinde şekillendirildi.



“Hazır Giyim ve Tekstil, Tasarıma Yatırım Yapan Gençlerle Var Olacak”

Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin bu yıl 17'inci defa düzenlediği EİB Moda Tasarım Yarışması'nda ilk üçe girenler, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin de katıldığı törenle açıklandı.



TÜRK MODA ENDÜSTRİSİNİN tasarımcı ihtiyacına cevap vermek, genç, yenilikçi tasarımcıların önünü açma amacıyla Ticaret Bakanlığı'nın desteğiyle Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin bu sene 17'incisini düzenlediği EİB Moda Tasarım Yarışması'nda kazananlar açıklandı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe'nin de katıldığı törenle açıklanan sonuçlara göre; EİB Moda Tasarım Yarışması'nın kazananı Old Flavours, New Recipe adlı tasarımıyla Mirey Demirci oldu. İkinciliği Green Newspaper adlı tasarımıyla Ayşenur Kayar kazanırken, üçüncülüğü The Baby in Arcadia adlı tasarımıyla Ayşe Hümevra Tatar elde etti.

Ödül töreninde bir konuşma yapan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, “Hazırgiyim ve tekstil sektörlerimiz Türkiye'nin ilklerini yapan sektörler. Her zaman tasarıma yatırım yapan gençlerle var olacak sektörlerimiz.

Gençlerimizin önlerini açmak için çalışıyoruz. Sürdürülebilir moda yaratmanın altını çizmeliyiz, Yeşil dönüşüm ve dijitalleşmeye ağırlık vermeliyiz. Türkiye'de hazırgiyim ve tekstil sektörlerimiz otomotivden sonra ikinci sırada. Üretim ve ihracat deposu sektörlerimiz. Tasarım Yarışmamız gençlerimiz ve geleceklere için iyi bir kazanım oldu” dedi.



İhracatın Büyümeye Katkısını Nasıl Negatif Hâle Getirdik?

Dr. Can Fuat Gürleleli

Türkiye ekonomisi için istikrarın temel kaynağı cari işlemler dengesinde fazla vermesi, yani mal ve hizmet ihracatının mal ve hizmet ithalatının üzerinde gerçekleşmesi ve bunun sürdürülebilir kılınmasıdır. Türkiye henüz kalıcı olarak cari işlemler fazlası veren bir ülke haline gelememiştir. Bunun birçok yapısal ve konjonktürel nedenleri bulunmaktadır. İçerideki ve dışarıdaki gelişmeler ve ekonomi politikaları cari işlemler dengesini şekillendirmektedir. 2020 salgın yılından sonra yaşadığımız üç dönem buna çok iyi örnek oluşturmaktadır.

2020 salgını sonrası küresel ekonomide yeni normal koşulları ortaya çıkmıştır. Pazarların Asya'ya olan yüksek bağımlılığının yarattığı riskler görülmüştür. Buna bağlı olarak tedarik güvenliği ve yakından tedarik eğilimleri öne çıkmıştır. Türkiye bu eğilimlerden en çok yararlanan ülke olmuştur. Güçlü sanayi yapısı ve ihracat çeşitliliği ile Türkiye'ye beklenmedik

şekilde ilave tedarik talebi gelmeye başlamıştır. 2021 yılında ihracat 50 milyar doların üzerinde artmıştır. Sanayi üretimi artışı ve yeni yatırımlar ile ekonomide sağlıklı biri büyüme kompozisyonu oluşmuştur. Ekonomi yüzde 11,4 büyürken bunun 5,4 puanı net ihracat katkısından gelmiştir. 2021 yılında bu büyümeyi görece sağlanan finansal istikrar da desteklemiştir. Ancak 2021 yılı eylül ayından itibaren merkez bankasının faiz indirimleri ve TL'de aşırı değer kaybı ve oynaklıklar sağlıklı büyüme için riskler yaratmıştır.

2022 yılında yeni bir ekonomi modeli uygulanmaya başlamıştır. Yeni model TL faizlerin düşürülmesi ve kredi genişlemesi ile üretimin arttırılmasını hedeflemiştir.

Enflasyon ile mücadele için de Türk lirasının değerinin korunması hedeflenmiş ve aşırı düzenlemeler yapılmıştır. Bu tercihler sonunda üretim değil, tüketim artmış, TL değer kazanmış, ihracatın rekabet gücü zayıflamaya başlamış ve ithalat hızla artmıştır. 2022 yılında yüzde 5,5

büyüme sağlanmıştır. Net ihracatın büyüme katkısı ise sadece 0,6 puan olmuştur.

Türkiye ihracatla büyümek yerine 2022 yılında yeniden tüketim ve ithalat ile büyümüştür. 2023 yılı ilk yarısında deprem afetinin etkileri, uzun bir seçim süreci ve yarattığı belirsizlik ortamı, küresel ekonomide sıkılaşma ve yavaşlama gibi unsurlar öne çıkmıştır. Ekonomide yeni model ve liralama düzenlemeleri uygulanmaya devam etmiştir. Türk lirasının değerini korumak için yapılan satışlar ile merkez bankasının net rezervleri negatife dönmüştür. TL aşırı değerlenmiştir. Seçimler öncesi ücret artışları ve kredi paketleri ile negatif ve çok düşük faizler ile ekonomi desteklemiştir. Ancak Türkiye ekonomisi bir döviz krizi riski ile karşı karşıya kalmış ve enflasyon da kontrolden çıkmaya başlamıştır. 2023 yılı ilk yarısındaki bu politikalar ile ihracat azalmış, ithalat ise önemli ölçüde artmıştır. 2023 yılı ilk yarısında ekonomi yüzde 3,85 büyümüştür.



SEÇİMLER SONRASI TÜRKİYE EKONOMİ POLİTİKALARINDA YENİDEN DEĞİŞİM YAŞANMAKTADIR. REEL SEKTÖR VE İHRACATÇILAR SIK VE KESKİN POLİTİKA DEĞİŞİKLİKLERİNDEN YORULMUŞTUR. ANCAK SON DEĞİŞİM EKONOMİDE KALICI İSTİKRARIN SAĞLANMASI İÇİN ÜMİT VERMEKTEDİR.

Net ihracatın büyümeye katkısı ise ilk çeyrekte negatif 5,2 puan ve ikinci çeyrekte ise negatif 6,2 puan olmuştur. Yılın ilk yarısında net ihracat büyümeyi 5,7 puan aşağı çekmiştir. Cari işlemler dengesini kalıcı olarak çözeceği düşünülen yeni ekonomi modeli ve liralama politikaları tam tersine hem ekonomiyi küçültmüş hem de cari işlemler açığı daha da büyümüştür. Yeni ekonomi modeli ve liralama politikaları ihracat dostu olmamıştır. Yeni model tüketim ve ithalat dostu olmuştur.

Seçimler sonrası Türkiye ekonomi politikalarında yeniden değişim yaşanmaktadır. Reel sektör ve ihracatçılar sık ve keskin politika değişikliklerinden yorulmuştur. Ancak son değişim ekonomide kalıcı istikrarın sağlanması için ümit vermektedir. Rasyonel ekonomik zemine geri dönüşte politikaların ihracat dostu olması gerekmektedir. Burada en öncelikli konu Türk lirasının değeridir. Türk lirasına yönelik her türlü müdahale kısa

süre sonra başka arzular çıkarmaktadır. Türk lirası sert düzeltmeler yaşamaktadır. Türk lirası mevcut piyasa koşullar içinde değerini bulmalıdır. Diğer bir öncelik liralama politikaları çerçevesinde getirilen düzenlemelerin kademeli olarak yılsonuna kadar kaldırılmasıdır. Kur korumalı mevduatlar dövize dönebilmelidir. Bilançolarda döviz varlıkları sınırlamaları arttırılmalı veya kaldırılmalıdır. TL kredi kullanımı için getirilen döviz bozdurma koşulları hafifletilmelidir. İhracatçılar kazandıkları dövizleri daha rahat kullanabilmelidir.

İhracatın finansmanında kredi olanakları genişletilmelidir. 2028 yılında 400 milyar dolar mal ihracatı hedefi için bugünkünün iki katı kredi ve sigorta teminat olanağına ihtiyaç olacaktır. Ancak kısa vadede Eximbank ve T.C. Merkez Bankası reeskont kredileri genişletilmelidir. Orta vadeli program da ihracatın yapısal sorunları için kalıcı çözümler getirmelidir. Başta birikmiş KDV alacaklarının ödenmesi gibi ihracatçıları rahatlatacak ve yapısal sorunları ortadan kaldıracak adımlar atılmalıdır.





Merkez Bankası ve Bankalar

BANKACILARIN TÜCCARLARA GÖRE DAHA FARKLI OLMALARININ SEBEBİ AYNI ZAMANDA ONLARI BAĞLAYAN YASALARLA ŞEKİLLENMİŞ OLMALARIDIR. BATIK TÜCCAR PİYASAYA GERİ DÖNER AMA BATIK BANKACI BAŞKA BİR HAYATI SEÇMEK ZORUNDADIR.

Prof. Dr. Emre Alkin



ürkiye'nin bankacılık tarihi sanayi tarihinden eskidir.

Dolayısıyla bankacılık ve finans esasında bu toprakların bir geleneğidir.

Bankacı normal bildiğimiz iş insanı gibi davranmaz. Ketum ve soğukkanlıdır, coşkulu halini iş geliştirmek için kullanır. Tüccar kesiminde gördüğümüz delifişek karakterler bankacılarda fazla görülmez.

Genelde bankacılar göze batmaktan hoşlanmaz, meslektaşlarını kötülemez ve devletten ulu orta taleplerde bulunmazlar. Tüccar kesiminin aksine, ayrıcalık veya haksız rekabet anlamına gelecek taleplerde bulunmadıkları gibi küresel rekabete karşı cesurlardır. Yabancı rakiplerini engellemek gibi bir düşünceleri yoktur. Yeter ki eşitlik ve adalet olsun. Bankacıların tüccarlara göre daha farklı olmalarının sebebi aynı zamanda onları

bağlayan yasalarla şekillenmiş olmalarındır. Batık tüccar piyasaya geri döner ama batık bankacı başka bir hayatı seçmek zorundadır.

Neden bunları anlattım? Bankalarla alakalı bir uygulamayı hayata geçirmeden önce "biz emrederiz onlar da yaparlar" gibi bir düşünceye kapılanlar oluyor. Ancak bankacılar talimat ve mevzuata harfiyen uydukları gibi, nimet-külfet hesabını hızlıca yapabildikleri için pozisyonlarını rasyonel şekilde belirlerler. Ne de olsa başkalarının parası onlara emanettir. Emanet edilen para üzerinden risk hesabı yaparak kaynakları değerlendirirler. Şartlara göre bu risk parametrelerinin sayısı artar, değişir, sertleşir veya normalleşir.

Dolayısıyla mevzuat, bankacının yapacağı işin asgari ya da azami sınırını belirler. Bu iki sınır arasında bankacı tecrübesini kullanarak iş yapmaya çalışır.

Bazen insanı kızdırıp bazen de mutlu ederler. Ancak fayda üretmeyi esas edinmişlerdir. Hâl böyleyken Merkez Bankası veya BDDK, gibi otoritelerin sürekli mevzuat maddesi değiştirmeleri, dün "hadi" dediklerine bugün "dur yapma" demelerine karşı soğukkanlı ve tecrübeli bankacılar "bekle-gör" anlayışı geliştirmiş ise kızmamak lazım. "Bir taşla iki kuş vurmak" belki ticarete olur ama bankacılık bu tip yaklaşımları kaldırmaz.

Sözün özü: İşler kağıt üzerinde matematik formüllerle yazıldığında güzel gözükür. Ancak, bilim deney ve gözleme dayalıdır ve matematik sayesinde ifade edilir. Daha önceki deney, tecrübe ve gözlemler üzerinden matematikle rasyonelize edilmiş olan gelişmeler sayesinde tekrar matematik kullanılarak senaryo geliştirilebilir. Ancak adı üzerinde "gerçek" başka "senaryo" başkadır. Piyasa gerçektir.



AVRUPA'NIN EN KÖKLÜ YOLCU VE YÜK TAŞIMACILIĞI ŞİRKETİ 5 YILDIR AKDENİZ'DE!

DFDS Akdeniz İş Birimi olarak taşımacılık sektörünü daha güvenli, daha yeşil ve daha verimli hale getiren hizmetlerimizi sunarken bize güvendikleri ve yanımızda oldukları için müşterilerimize, paydaşlarımıza ve çalışanlarımıza teşekkür ederiz.

We move for all to grow

dfds.com.tr

5 yıldır
Akdeniz'de



İGE, Sahip Olduğu Özkaynak Gücüyle İhracatçının Yanında

İhracatı Geliştirme A.Ş. (İGE), ihracatçıların yaklaşık 100 milyar TL'lik kredi taleplerine kefalet sağlayabilecek özkaynak gücüne sahip.



art 2022'den bu yana İhracatı Geliştirme A.Ş.'nin ekonominin lokomotifi olan ihracatçılara verdiği destekleri bir önceki sayımızda İGE Genel Müdürü Kasım Akdeniz bize anlatmıştı. Bu sayımızda da İGE'nin özkaynaklarından ihracatçıların kullanımına sunduğu ürünlerine yakından bakıyoruz.

KEFALET DESTEK PAKETLERİ

İGE, potansiyeli olan fakat teminat yetersizliği sebebiyle finansmana ulaşmakta zorluk yaşayan ihracatçılarımıza kefalet desteği sağlayarak onların bankalardan kredi kullanabilmelerini sağlıyor. İGE; ileri teknolojiyi, kapsamlı veriyi ve yetkin insan kaynağını bir araya getirerek uçtan uca dijital süreçlerden oluşan analitik modeli ve otomatik karar destek sistemini kurdu ve bu sisteme bankalar dahil tüm paydaşlar entegre edildi. Bu sayede, bankalar üzerinden İGE'ye iletilen kefalet talepleri bugün saniyeler içerisinde sonuçlandırılıyor.

İGE ÖZKAYNAK KEFALET DESTEK PAKETİ 1

Kredibilitesi olmakla birlikte teminat yetersizliği nedeniyle finansmana erişmekte zorlanan KOBİ ve KOBİ dışı ihracatçılara İGE özkaynaklarından

Yararlanıcı	KOBİ ve KOBİ Dışı
Başvuru Süresi	31.12.2023'e kadar
Kefalet Oranı	%90
Kefalet Üst Limiti	42.000.000.000 TL
Kredi Üst Limiti	46.666.666.666 TL
Başvuru Ücreti (İGE)	2.000 TL
Kefalet Komisyonu (İGE)	%1,5
Yapılandırma Komisyonu (İGE)	%2
Ürün Vadesi (İGE)	Azami 12 Aylık
Başvuru Kredi Tipi/Türü	Nakit TL

verilecek kefaletler yoluyla Eximbank tarafından kredi kullanılmasının sağlanması için hazırlandı. Ağustos 2023 itibarıyla Özkaynak Kefalet Destek Paketi 1 kapsamında gelen 6 bin 593 adet kredi başvurusuna kefalet onayı verilerek ihracatçıların toplamda 30,6 milyar TL kredi kullanmalarına olanak sağlandı.

İGE ÖZKAYNAK KEFALET DESTEK PAKETİ 2

Kredibilitesi olmakla birlikte teminat yetersizliği nedeniyle finansmana erişmekte zorlanan KOBİ niteliğini haiz ihracatçılara İGE özkaynaklarından verilecek kefaletler yoluyla protokol imzacısı bankalar tarafından kredi kullanılmasının sağlanması için hazırlandı.

Yararlanıcı	KOBİ
Başvuru Süresi	31.12.2023'e kadar
Kefalet Oranı	%80
Kefalet Üst Limiti	20.011.255.458 TL
Kredi Üst Limiti	25.014.069.323 TL
Başvuru Ücreti (İGE)	2.000 TL
Kefalet Komisyonu (İGE)	%1,50
Yapılandırma Komisyonu (İGE)	%2
Ürün Vadesi (İGE)	Azami 12 Açı
Başvuru Kredi Tipi/Türü	Nakit TL

Ağustos 2023 itibarıyla Özkaynak Kefalet Destek Paketi 2 kapsamında gelen 3 bin 542 adet kredi başvurusuna kefalet onayı verilerek ihracatçıların toplamda 10,5 milyar TL kredi kullanmalarına olanak sağlandı.

İHRACATÇILARIN İGE KEFALETİ İLE KREDİ KULLANABİLMESİ İÇİN GEREKENLER

Başvuru yapacak ihracatçıların, öncelikle fiili mal ya da hizmet ihracatçısı olması ve ilgili ihracatçı birliğine üye olması gerekiyor. Yanı sıra İGE kefaleti ile kullanılacak kredinin ihracat taahhüdü karşılığında kullanılması, krediyi kullanacak olan firmanın Türkiye Cumhuriyeti kanunlarına göre kurulmuş, yurt içinde faaliyet gösteren gerçek ve tüzel kişi işletme olması gerekli. Ayrıca kendisi veya ilişkili olduğu firmaların krediye başvuru sırasında iflas, fesih, iflas



erteleme ve konkordato sürecinde olmaması ya da kamu ve özel alacaklılar tarafından süren icra takiplerinin bulunmaması ya da Risk Merkezi kayıtlarına göre ödenmemiş protestolu senet ve çeklerinin, başka banka ve kredi kuruluşlarında devam eden kanuni takiplerinin bulunmaması şartları aranıyor.

NASIL BAŞVURABİLİRİZ?

İGE ilk kefaletini Mart 2022'de verdi. İlk olarak Eximbank ile sunmaya başladığı İGE kefaletini, Kasım 2022'de diğer bankaların da katılması ile entegrasyonunu tamamlayan ve isimlerini aşağıda paylaştığımız toplam 19 banka aracılığıyla ihracatçıların kullanımına sundu.

İGE KEFALET SİSTEMİNE ENTEGRE OLAN BANKALAR;

Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş.
Akbank T.A.Ş.
Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.
Türkiye Halk Bankası A.Ş.
Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.
Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.
Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.
Türkiye İş Bankası A.Ş.
T.C. Ziraat Bankası A.Ş.
QNB Finansbank A.Ş.
DenizBank A.Ş.
Türk Ekonomi Bankası A.Ş.
Şekerbank T.A.Ş.
Odea Bank A.Ş.
Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.
ING Bank A.Ş.
Türkiye Garanti Bankası A.Ş.
Anadolubank A.Ş.
Alternatifbank A.Ş.

ÜRETİM VE PAKETLEME KAPASİTESİ İLE AVRUPA'DA İLK 3 İÇİNDEYİZ

TOP 3 IN EUROPE WITH PRODUCTION AND PACKAGING CAPACITY

Yeni yatırımlarla büyüyoruz. 75'in üzerinde ülkede her gün, milyonlarca kedi sahibinin hayatına dokunan ürünler üreten şirketimiz, küresel ölçekte büyümeye emin adımlarla devam ediyor.

2007 yılında kurulan şirketimiz Bentaş Bentonit A.Ş., ülkemizde bulunan beyaz bentonit rezervlerini, çeşitli işlemlerden geçirerek dünyada 75'den fazla ülkeye ihraç etmektedir. Türkiye'deki beyaz bentonit rezervlerinin çok büyük bir kısmı Ordu-Ünye-Fatsa civarındadır. Bu rezervlerin önemli bölümü şirketimiz himayesindedir.

Türkiye kedi kumu pazarının yüzde 70'inden fazlasını domine eden firmamız, ülke genelinde 45'e yakın büyük toptancı ya da iş ortağıyla halen çalışmaya devam etmektedir.

Ayrıca şirketimiz, hem üretim kapasitesi hem de paketleme kapasitesi olarak Avrupa'da ilk 3 firmadan biridir. Bugün 240 bin ton granül üretim kapasitesine sahip olan firmamız, toplam 350 personele de istihdam sağlamaktadır.

VanCat® markamız, World Branding Forum tarafından, "Temizlik ve Hijyen" dalında ilki 3 Temmuz 2019 olmak üzere, 9 Eylül 2021 ve 27 Temmuz 2023 yıllarında toplamda 3 kez "Yılın Markası" ödülüne layık görüldü. Bu alanda Türkiye'de ödül alan ilk ve tek markanın sahibi olarak gururumuz büyük.

6 Mart 2020'de TİM önderliğinde düzenlenen "İhracatın Yıldızları" yarışmasında, Özgün Ürün dalında da ödüle layık görüldük.

Bugün VanCat® markamız 65 ülkede, Cat's White® markamız 25 ülkede pazarlanmaktadır. Bentaş Bentonit olarak kurulduğumuz günden beri en büyük hedeflerimizden biri olan "Türkiye'nin üretimden ihracat yapan ikinci 500 firması" arasına girmiş olmanın mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz.

We are growing with new investments. Our company produces products that touch the lives of millions of cat & cat owners every day in more than 75 countries.

Our Company, was established in 2007, exports the white bentonite reserves to more than 75 countries in the world by undergoing various processes. A great portion of the white bentonite reserves in Turkey are around Ordu-Ünye. Most of these reserves are under the auspices of our company.

Our company, which dominates more than 70% of the Turkish cat litter market, still continues to work with nearly 45 large wholesalers or business partners throughout the country.

Our company is one of the top 3 companies in Europe in terms of production and packaging capacity. Our company has 240,000 tons production capacity, provides employment for a total of 350 personnel.

On 3rd July 2019, VanCat® was honoured by the World Branding Forum as the "Brand of the Year" in the "Cleaning and Sanitation" category, marking its first win. Further accolades followed on 9th September 2021 and 27th July 2023, bringing the total number of awards to three. We are proud to announce that VanCat® is the first and only Turkish brand to receive this recognition in the industry.

In the "Stars of Export" competition organized under the leadership of TİM in 2020, we were also awarded in the Original Product category.

Today, our VanCat® brand is marketed in 65 countries and our Cat's White® brand in 25 countries. As Bentaş Bentonit, we are experiencing the happiness and pride of being among "Turkey's second 500 companies that export from production", which was one of our biggest goals since our establishment.



Firma Adı	: Bentaş Bentonit Mad. San. ve Tic. A.Ş.
Bulunduğu OSB	: Fatsa
YKB	: Turgay ÖMÜR
Genel Müdür	: Fatih ÖMÜR
Sektör Bilgisi	: Madencilik
İhracat Ürünleri	: Kedi Kumu, Endüstriyel ve Mikronize Bentonit
Kontakt e-mail	: contact@bentasbentonit.com
Telefon	: +90 452 423 48 04
Fax	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentasbentonit.com
E-mail	: contact@bentasbentonit.com
Adres	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa / ORDU

Company Name	: Bentaş Bentonit Mad. San. ve Tic. A.Ş.
OIZ Name	: Fatsa
Chairman	: Turgay ÖMÜR
General Manager	: Fatih ÖMÜR
Sector Information	: Mining
Export Products	: Cat Litter, Industrial and Micronized Bentonite
Contact e-mail	: contact@bentasbentonit.com
Fax	: +90 452 423 48 04
Phone	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentasbentonit.com
E-mail	: contact@bentasbentonit.com
Address	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa, ORDU / TÜRKİYE

We serve to 120 international customers in 75 countries.

As of 2023, the number of countries Bentaş Bentonit exports to is over 75. We are actively carrying out export operations in 5 of 7 continents, including South & North America, Asia, Europe and Africa.

In bentonite cat litter sector, Bentaş Bentonit is Turkey's largest producer and exporter. Our company is one of the biggest suppliers in Europe.





2022 yılını "Mal ihracatı Şampiyonu" olarak kapatan Ford Otosan, üretim tarafında her geçen gün büyüyen yapısı, yatırım konusundaki aktifliği ve inovasyon başlığındaki titiz tavrıyla şampiyonluğunu uzun seneler sürdüreceğe benziyor.

"İHRACATIN ÖNCÜSÜ OLMAYI SÜRDÜRECEĞİZ"

G

geçen yıl Türkiye'nin toplam araç üretiminin yüzde 28'ini, ticari araç üretiminin ise yüzde 69'unu gerçekleştiren ve yılı mal ihracatında

şampiyon olarak kapatan Ford Otosan'ın Genel Müdürü Güven Özyurt, inovasyon ve yeni trendlere ayak uydurma temelli yaklaşımlarından ödün vermeden yola devam edeceklerini söylüyor. Özyurt, "Artan kapasitemiz sayesinde ve elektrikli ve bağlantılı yeni nesil araçlarla çeşitlenerek yenilenen ürün portföyümüzle otomotiv sektöründe ihracatın öncüsü şirket olmayı sürdüreceğiz." diyerek iddialarını ortaya koyuyor.

Ford Otosan, 2022'de mal ihracatı kategorisinde ihracat şampiyonu oldu. İhracat tarafında bir 2022 değerlendirmesi istesek neler söylersiniz?

Ford Otosan olarak, 2011'den bu yana otomotiv sektöründe, 2015 yılından beri de Türkiye'nin ihracat lideri olmanın gururunu yaşıyoruz. Bu ivmemizi devam ettirmeye kararlıyız.

2022 yılına baktığımızda, pandemi etkisinin azalmasına rağmen; artan belirsizlikler, jeopolitik riskler, yüksek enflasyon ve sıkışan finansal koşullar nedeniyle küresel ekonomik faaliyetlerde bir yavaşlama deneyimledik. Tedarik zincirinde süregelen zorluklar, arz yetersizliği ve bölgesel çatışmaların da etkisiyle enerji ve emtia fiyatlarında bir yükselme yaşadık. Operasyonel ve finansal koşulların sektör açısından zorlayıcı olduğu, üstelik ana ihracat coğrafyamız olan Avrupa otomotiv pazarının daraldığı 2022'de dahi ihracat

adetlerimizi yıllık yüzde 35 artırarak 391 bin seviyesine taşımayı başardık. Bu dönemde Türkiye ticari araç ihracatının yüzde 75'ini gerçekleştirdik. Ford Trucks markamız da güçlü büyümesini sürdürdü ve ihracatını rekor seviyelere taşıdı. Bu dönemde uluslararası satışlarını yıllık yüzde 47 artışla 7 bin 585 adede çıkarmayı başardı.

Geçtiğimiz yıl Ford'un Romanya'daki Craiova Fabrikası'nı bünyemize katmamızla birlikte artan kapasitemiz sayesinde ve elektrikli ve bağlantılı yeni nesil araçlarla çeşitlenerek yenilenen ürün portföyümüzle otomotiv sektöründe ihracatın öncüsü şirket olmayı sürdüreceğiz.

Ford Otosan, tam 11 yıldır ihracat şampiyonu. Siz, bu başarının altında yatan temel ilkeleri nasıl tarif edersiniz?

Kuruluşumuzdan bu yana, otomotiv sektöründe edindiğimiz kapsamlı uzmanlığımızı, mühendislik becerimizi ve üretim yeteneklerimizi kullanarak yenilikçi teknolojiler sunmak ve geleceği bugünden yaşatmak için durmaksızın çalıştık.

İnovasyona olan bağlılığımız, sektöre öncülük edecek en son teknolojileri sunmamızı sağlıyor. Başarımızın ardındaki temel faktörlerden biri, sektörümüzde benzeri olmayan Ar-Ge gücümüz. Ar-Ge'ye yaptığımız sürekli yatırım sayesinde yeni trendleri yakından takip ediyor, çığır açan çözümler geliştiriyor ve bir adım önde oluyoruz. Bu, gelişen pazar taleplerine uyum sağlama ve küresel müşterilerimizin değişen ihtiyaçlarını karşılama becerimizi besliyor. Sektör trendlerinin ilerisinde olmaya, pazar fırsatlarını proaktif olarak belirlemeye ve üretim kapasitemizi buna



göre ayarlamaya öncelik veriyoruz. Bu çeviklik, sürekli olarak müşteri beklentilerini aşan ürünler sunmamızı ve otomotiv ihracatında tercih edilen üretici olma konumumuzu korumamızı sağlıyor.

Üretim tarafında 466 bin adetlik performansınız söz konusu. Üretimi artırmaya yönelik yatırımlarınız olduğunu da biliyoruz. Üretim başlığında hem bir 2022 değerlendirmesi hem de bir 2023 sonu hedefi istesek neler söylersiniz?

Gerek yurt içinde gerekse global ölçekteki sıkıntılara karşılık, 2022'de yeni nesil projelerimiz için yüksek yatırımlar yapmaya devam ederken güçlü büyümemizi de sürdürdük. Yıl boyunca yarı iletken tedariki ve lojistiğinde karşılaşılan zorluklara rağmen, tesislerimizde uzun süreli üretim duruşları yaşamadık. Bu başarı, ana ortaklarımızdan Ford Motor Company'nin ticari araç iş koluna verdiği önemin bir göstergesi olarak Ford üretim merkezleri arasında Ford Otosan'ı önceliklendirmesi ve çevik yönetim yaklaşımımız sayesinde geldi.

Yurt içinde tarihimizin en yüksek seviyesi olan 374 bin 27'lik üretim adedine ulaştık. Türkiye'nin toplam araç üretiminin yüzde 28'ini, ticari araç üretiminin yüzde 69'unu gerçekleştirdik. Güçlü büyüme planlarımız doğrultusunda operasyonlarımızı uluslararası alana taşıdık ve Craiova Fabrikası'nın bünyemize katılmasıyla üretim faaliyetlerimizi tüm araç segmentlerine genişlettik.

Yurt içi ticari araç pazarındaki rakipsiz lider konumumuzu koruduk ve pazar payımız yüzde 34 gibi etkileyici bir orana ulaştı. Hafif ticari araçlarda yüzde 32, orta ticari araçlarda yüzde 40, ağır ticari araçlarda ise yüzde 27 pazar payı elde etmeyi başardık. Toplam pazarda ise yüzde 10,5 payla yılı üçüncü sırada tamamladık.

Türk otomotiv pazarının 2023 genelinde ılımlı büyüyeceğini öngörüyoruz. Artan üretim adetlerimizle satış gelirlerimizde kayda değer büyüme bekliyoruz. Yeni nesil araçlarımızın kademeli olarak devreye alınması, tesis ve elektrifikasyon yatırımlarımızın sürmesi, binek araçların

Yurt içinde tarihimizin en yüksek seviyesi olan 374 bin 27'lik üretim adedine ulaştık. Türkiye'nin toplam araç üretiminin yüzde 28'ini, ticari araç üretiminin ise yüzde 69'unu gerçekleştirdik.





ihracatın şampiyonları

üretim portföyümüze eklenmesinin yanı sıra maliyet azaltıcı önlemler ve fiyatlama disiplininin devam etmesi bunda etkili olacak.

Üretim adetlerimizin 630-660 bin bandında gerçekleşmesini bekliyoruz. Bunun dağılımının Türkiye'deki üç tesisimiz için 430-450 bin arasında, Craiova'da ise 200-210 bin arasında olmasını öngörüyoruz.

Ford'un Avrupa'daki ticari araç üretim üssü olma gibi bir konumunuz var. Ve birçok yenilik de yine buradan çıkıyor. Önümüzdeki dönemde pazara "yeni" olarak neler sunmayı planlıyorsunuz?

Kurulduğumuz günden bu yana geçen sürede 15 kat artırarak 721.700 seviyelerine çıkardığımız üretim kapasitemizle Avrupa'nın en büyük ticari araç üretim merkezi konumundayız. Müşteri beklentilerine cevap veren, rekabet gücü yüksek ürünlerimizle, Ford'un Avrupa'da sattığı ticari araçların dörtte üçünü üretiyoruz. Bu performansımızla Ford'un sekiz yıldır devam eden pazardaki liderliğinin en önemli destekçisi olmayı sürdürüyoruz. Yüzde 33,6 gibi bir payla aynı zamanda Türkiye'nin de ticari araç lideriyiz.

Ford, elektrikli araçlara, mobilite çözümlerine ve bağlanabilirliğe öncelik

vererek Avrupa için on yıllık stratejisini halihazırda belirledi. Elektrifikasyona yönelik bu dönüştürücü yolculukta Ford Otosan olarak biz, elektrikli ve ticari araçlar konusundaki derin bilgimiz ve kapsamlı uzmanlığımız sayesinde Ford'un iddialı yol haritasının hayata geçirilmesinde çok önemli bir rol üstleniyoruz.

Bu yolculuğumuza 2022'de Türkiye'nin ve Ford'un ilk %100 elektrikli ticari aracı E-Transit'i hattan indirerek başladık. E-Transit, elektrikli ve bağlantılı yeni nesil ticari araç projelerinin hayata geçirilmesi amacıyla 2021 yılında açıkladığımız 2 milyar avroluk yatırım planının ilk meyvesiydi. Şimdi bu yatırım kapsamında iki sene içerisinde ürettiğimiz tüm ticari araçların elektrikliğini devreye almak üzere çalışıyoruz.

Önümüzdeki dönem pazara sunacağımız yenilikler arasında, Türkiye ve Avrupa'nın en çok tercih edilen ticari aracının tam elektrikli versiyonu E-Transit Custom olacak. Üretime bu yılın ikinci yarısında Yeniköy fabrikamızda başlayacağımız yeni nesil Transit Custom önce hibrit sonra elektrikli versiyonlarında bağlanabilirlik özellikleriyle müşterilerimizle buluşacak.

Ayrıca, geçtiğimiz aylarda dünyaya tanıttığımız, Ford Otosan mühendislerimiz





İhracatın Şampiyonları

tarafından geliştirilen yeni ve tam elektrikli E-Tourneo Courier, 2024 yılının ikinci yarısından itibaren Romanya'daki Craiova fabrikamızda üretilecek. Yine tasarımına ve mühendisliğine imza attığımız yeni nesil Transit Courier'in elektrikli versiyonu da 2024'te Craiova'da hattan inecek.

2025'e kadar yapılan bu stratejik yatırımlarla Craiova yerleşkemizle birlikte toplam kapasitemiz 900bin'e ulaşarak sadece Avrupa'nın değil dünyanın sayılı üreticilerinden biri olacağımızı öngörüyoruz.

Yine önümüzdeki dönemde yatırım noktasında yapmayı planladığımız neler var?

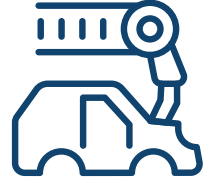
Otomotiv sektörünün hızla gelişen manzarasına paralel önümüzdeki dönem için yeni nesil araçlar, elektrifikasyon, bağlanabilirlik, dijitalleşme, döngüsel üretim, Ar-Ge, inovasyon ve müşteri deneyimi gibi kilit alanları kapsayan detaylı bir yatırım planımız mevcut.

Öncelikli odak noktamız, karbon emisyonlarını azaltma ve sürdürülebilirliği teşvik etme taahhüdümüzle uyumlu olarak elektrifikasyona yönelik önemli yatırımlar. Ayrıca hem menzili hem de performansı artırmak için batarya teknolojisindeki ilerlemelere önemli kaynaklar ayıracağız. Elektrifikasyon ile birlikte, bağlanabilirlik ve dijitalleşmeyi mobilitenin geleceğinin ayrılmaz bileşenleri olarak görüyoruz. Araçlar, altyapı ve kullanıcılar arasında kesintisiz bağlantıyı teşvik eden en son teknolojilere önemli yatırımlar yapacağız. Bu, araç bağlantı özelliklerimizi geliştirmeyi, gelişmiş navigasyon ve eğlence sistemlerini entegre etmeyi, güvenliği, verimliliği ve genel sürüş deneyimini iyileştirmek için veri analitiğinden yararlanmayı içeriyor.

İnovasyonun ön saflarında yer almak için Ar-Ge yatırımlarına öncelik vermeye devam edeceğiz. Bu taahhüt, sürekli teknolojik ilerlemeler, gelişmiş araç performansı ve gelişmiş güvenlik özellikleri sağlayacak. Rekabetçi bir pazarda müşteri deneyiminin önemini farkında olarak, müşteri odaklı yaklaşımımızı zenginleştirmek için çalışmayı sürdüreceğiz. Kişiselleştirilmiş

hizmetler, satış ve satış sonrası destek için sorunsuz dijital platformlar ve yenilikçi sahiplik programları geliştirmek için yatırımlar yapılacak. Müşterilerimiz için olağanüstü deneyimler ve katma değerli hizmetler sunmaya devam edeceğiz.

Son ancak bir o kadar önemli olarak, verimli ve sürdürülebilir üretim süreçleri sağlamak için üretim tesislerine yaptığımız yatırımlar sürecektir. Tesislerimizin modernizasyonu ve optimizasyonu için ciddi kaynak ayırıyoruz. Geleceğin üretim tesislerini yaratma hedefiyle otomasyon, makine öğrenimi, Endüstri 4.0 ve veri analitiği gibi dijital teknolojileri hayata geçirmeyi sürdüreceğiz. Döngüsel ekonomi modelinde çevresel ayak izimizi en aza indirmek için sektörümüze öncülük eden sürdürülebilir uygulamaları hayata geçireceğiz.

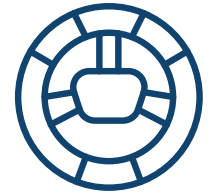


Rekabetçi bir pazarda müşteri deneyiminin önemini farkında olarak, müşteri odaklı yaklaşımımızı zenginleştirmek için çalışmayı sürdüreceğiz.

Kaynaklarımızı stratejik olarak tahsis ederek ve sektör trendlerine yanıt verme konusunda çevik kalarak, sürekli gelişen otomotiv ortamında en yeni ürünleri sunmaya, sürdürülebilir büyümeyi sağlamaya ve müşterilerimize benzersiz bir değer sunmaya hazırız.

İhracat tarafında 2023 sonu için hedefiniz nedir?

Avrupa'da artan ekonomik endişelere rağmen, ticari araç pazarında birikmiş talebi, e-ticareti ve mevcut filoların sıfır emisyonlu araçlara geçişini trendini birincil katalizörler olarak görüyoruz. Küresel otomotiv sektörünü baskılayan yarı iletken tedarik sorunlarının hafiflemesini ve pazarı desteklemesini bekliyoruz. Bunların yanı sıra Ford'un araçlarına yönelik güçlü talebin sürmesi nedeniyle Ford Otosan'ın ihracat hacminde artış bekliyoruz. Sonuç olarak, ihracatın toplam satışlarımız içindeki payının artacağını öngörüyoruz. 2023 yılı için tüm senaryolarımızı kapsamlı





ihracatın şampiyonları



ve titiz bir şekilde değerlendirdik, yılı temkinli planladık. 2023 yılına ilişkin toplam yurt dışı satış adedi beklentimiz 550-570 bin bandında. Bizler Ford Motor Company ve tedarikçilerimizle yakın iş birliğine dayalı dinamik planlama yaklaşımımızı kararlılıkla sürdürmeye devam edeceğiz. Ürettiğimiz üstün özellikli, müşteri beklentilerini karşılayan ve çevreci ürünlerimizle ülkemizin ve Ford'un Avrupa ticari araç pazarındaki lider konumunun en büyük destekçisi olmayı sürdüreceğiz.

Türkiye'nin "en çok ihracat yapan ilk 10 ülke" arasına girme gibi bir hedefi var. Sizce bu hedefin gerçekleşmesi için hangi dinamiklerin harekete geçmesi gerekiyor?

Türkiye halihazırda var olan güçlü yönlerini kullanarak ve stratejik girişimlerde bulunarak lider bir ihracatçı olarak konumunu sağlamlaştırabilir, küresel pazardaki varlığını genişletebilir. Bunların neler olduğuna bakalarsak:

Türkiye'nin bir köprü teşkil eden stratejik coğrafi konumu, farklı pazarlara erişim ve kıtalar arası güçlü ticaret bağlantıları sağlıyor. Gelişmiş altyapı ve teknolojik uzmanlıkla desteklenen çeşitli sektörlerdeki güçlü üretim kapasitesi, rekabetçi maliyet avantajı da uluslararası oyuncuları cezbediyor. Ayrıca vasıflı

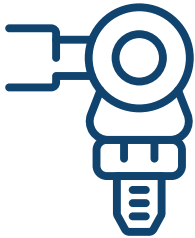
işgücümüzle yüksek kaliteli ürün ve hizmetler sunma becerisine sahibiz.

Tüm bunları etkili bir şekilde kullanmanın yanı sıra gelişmekte olan ekonomilerdeki yeni fırsatları keşfederek ihracat pazarlarını çeşitlendirmeye odaklanabiliriz. Ticaret anlaşmaları ve ortaklıkları hayata geçirmek yeni pazarlara erişimi kolaylaştıracaktır. Bunun yanı sıra ulaşım, mesleki eğitim, lojistik ve dijital sistemler de dahil olmak üzere altyapıya yatırım yapılması, verimliliğin ve rekabet gücünün artırılması açısından büyük önem taşıyor.

Maliyet rekabetçiliği de göz ardı edilmemesi gereken bir diğer kilit unsur. Küresel sahnede rekabetçi kalabilmek için maliyet yapılarını sürekli olarak değerlendirmek ve optimize etmek şart. Üretim süreçlerinde, lojistikte ve dağıtımda verimliliğin sağlanması uluslararası pazarlarda elimizi güçlendirecektir.

İnovasyon ve teknolojinin teşvik edilmesi, işgücü gelişimine kaynak ayrılması ihracat başarısını daha da artıracaktır. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin hedefe yönelik yardımlarla desteklenmesi ve uluslararası ticarete aktif olarak katılmaları için güçlendirilmeleri genel ihracat artışına katkıda bulunacaktır.

Sonuncu ancak bir o kadar önemli faktör de sürdürülebilir ihracat büyümesini gerçekleştirmek. Bunun için sınırda karbon vergisi uygulaması (Carbon Border Adjustment Mechanism - CBAM) gibi potansiyel zorlukları ele almak hayati önem taşıyor. Bu önlem, ithal malları yurt içinde üretilen ürünlerle aynı çevresel standartlara tabi tutarak eşit bir oyun alanı yaratmayı amaçlıyor. Küresel pazardaki rekabet gücümüzü korumak ve olası kayıplardan kaçınmak için karbon emisyonlarını azaltmaya odaklanmalıyız. Sürdürülebilir uygulamaların hayata geçirilmesi, düşük karbon teknolojilerinin benimsenmesi ve enerji verimliliğinin artırılması gibi adımlar sorumlu iş yapma konusundaki kararlılığımızı gösterebilir. Bu da karbon vergisinin faaliyetlerimiz üzerindeki etkisini en aza indirerek küresel pazarlarda rekabet avantajımızı korumamızı sağlayabilir.



ALPLA

ALPLA

YENİLİKÇİ PLASTİK AMBALAJ ÇÖZÜMLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ VE ÜRETİMİNDE DÜNYA LİDERİ

Farklı endüstri sektörleri için yenilikçi ambalaj sistemleri, şişeler, kapaklar ve enjeksiyonla kalıplanmış parçalar üretiyoruz.

- İçecek
- Yiyecek
- Süt ve Süt Ürünleri
- Kişisel Bakım Ürünleri
- Ev Bakım Ürünleri
- Madeni Yağlar
- İlaç
- Bitki Koruma Ürünleri



www.alpla.com

trgeb1-salesturkey@alpla.com

T: +90 0262 674 1000 • +90 0216 225 0196



detay bakış



10 MİLYAR DOLAR

‘Ulaşılabilir’ Bir Hedef

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 10 milyar dolar hedef koyduğu Türkiye sağlık hizmetleri ihracatı, her geçen gün büyüyen hacmiyle bu hedefe ulaşmanın zor olmayacağını emarelerini veriyor.



Türkiye İhracatçıları Meclisi'nin (TİM) 17 Haziran'da yaptığı 30. TİM Olağan Genel Kurulu ve İhracatın

Şampiyonları Ödül Töreni'nde bir konuşma yapan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, sağlık hizmetleri ihracatına ayrı bir paragraf açmış ve 10 milyar dolarlık bir hedef belirlemişti. Bu hedef ana ekseninde Türkiye sağlık hizmetleri ihracatının bugününü ve yarınını konuşmak üzere Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Yönetim Kurulu Üyesi ve Sağlık Hizmetleri Komitesi Başkanı ve Medipol Üniversitesi Hastanesi Medikal Direktörü Prof. Dr. Orhan Gazi Yiğitbaşı ile bir araya geldik. Orhan Bey'den kadrajda sağlık turizminin yer aldığı bu fotoğrafı yorumlamasını rica ettik.

150'YE YAKIN ÜLKEYE SAĞLIK HİZMETİ

Türkiye İhracatçıları Meclisi'nin 17 Haziran'da düzenlediği 30. TİM Olağan Genel Kurulu ve İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni'nde bir konuşma yapan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, sağlık turizminde 10 milyar dolarlık bir hedef belirledi. Siz bu hedefi nasıl değerlendiriyorsunuz? Ulaşılabilir bir hedef mi?

Bu soruya cevabım gayet net: Bu, ulaşılabilir bir hedef. Türkiye sağlık turizminin böyle bir potansiyeli var. Başta hekim olmak üzere yetişmiş kadroları fazlasıyla yeterli ve donanımlı. Bu, kolay bir durum değildir. Bir hekimin uluslararası düzeyde sağlık turizminde hizmet



Türkiye, son 20 yıl içerisinde oldukça önemli bir mesafe aldı. Bunda elbette Sağlıkta Dönüşüm Programı ile beraber kamudaki gelişmeler de ciddi bir rol oynadı. Bununla beraber özel sektör de bu işin altından hakkını fazlasıyla vererek kalktı.



Türkiye son 20 yıllık periyotta hem kamuda hem de özel sektörde hastane işletmeciliği konusunda da çok ciddi bir yol kat etti. İyi hekimleriniz, iyi personelleriniz, son derece iyi fiziki alanlarımız, son teknoloji cihazlarımız vs var ama bunlardan daha önemli bir şey de var ki o da şu: İçeriye hasta girdiği anda yaşadığı süreçleri yönetebiliyor musunuz? Onun aldığı hizmeti destekleyen otelcilik faaliyetleri, lojistik faaliyetler gibi o işletme başlığı altında yer alan bir sürü parametre var. İşte bu parametrelerin hepsinde Türkiye, son 20 yıl içerisinde oldukça önemli bir mesafe aldı. Bunda elbette Sağlıkta Dönüşüm Programı ile beraber kamudaki gelişmeler de ciddi bir rol oynadı. Bununla beraber özel sektör de bu işin altından hakkını fazlasıyla vererek kalktı. Hal böyle olunca; yetişmiş insan gücü, işletmeyi bilme, tıp bilimi ile ilgili tüm gelişmeleri



Hizmet İhracatçıları Birliği
(HİB) Yönetim Kurulu
Üyesi ve Sağlık Hizmetleri
Komitesi Başkanı ve Medipol
Üniversitesi Hastanesi
Medikal Direktörü
**PROF. DR.
ORHAN GAZİ YİĞİTBAŞI**

yakinen takip eden kadroya sahip olma, son teknoloji cihazlara sahip olma gibi kriterler olunca başarı da beraberinde geliyor. Bunlar çok büyük konular ve bir ülkenin bu sistemi oturtması öyle bir anda yapılabilecek bir şey değil. Sadece hekimlik anlamında yetmişmiş insan gücü başlığı altında bir araştırma yapacak olursak işe 70 yıl öncesinden başlamamız gerekiyor. 70 yıldır her gün daha iyiye gidilerek bu noktaya gelindi. Son 20 yılda da işletmecilik çok iyi bir seviyeye getirildi. Bizim hizmet verdiğimiz bir enterland var. Bizden sağlıkla ilgili hizmet alan 150'ye yakın ülke var. Tabii bunların önemli bir kısmı daha yeni Pazar sayılabilir. Topladığımızda 400 milyonluk bir nüfus ülkemizden sağlık hizmeti almaya aday. Orta Asya, Balkan, Afrika, Orta Doğu ve hatta Avrupa ülkeleri, Amerika, Rusya derken bu nüfus daha da büyüyor. Karşımıza muazzam bir pazar çıkıyor.

Bu pazar, bizim yakaladığımız bu seviyeden bir şekilde istifade ederse işte o zaman bu 10 milyar dolar nihai hedef olmaz, bir ara hedef olur. Biz, bu kadar büyük bir potansiyele sahibiz. Şu anda 3 ila 5 milyar dolar arası bir büyüklük var, bu rakam rahatlıkla 10 milyar dolara çıkar.

ATILMASI GEREKEN DÖRT ACİL ADIM

Bu bağlamda en acil atılması gereken adımlar sizce neler?

Nasıl ki klasik turizm hizmetlerimiz 40-50 yıl önce emekleyerek bu kadar geldiyse, sağlık turizmimiz de benzer bir yolculuk yapıyor. Şu dört konuda yapılacak katkılar bu yolculuğa çok büyük bir ivme katacaktır. Birincisi devletimizin sağlık hizmetleri ihracat faaliyetlerine verdiği teşvikleri daha genişletip miktarını daha fazla artırması konusu. Özellikle yurt dışı yatırım ve faaliyetlerde bu teşvikler çok büyük katkı sağlıyor. İkinci konu Reklam-Pazarlama-Satış konusu. Bu faaliyetleri daha senkronize ve daha kolektif bir şekilde uluslararası rekabet mekanizmalarına uygun bir sistemle hayata geçirilmeli. Bu bağlamda sağlık kuruluşları daha münferit ilerliyorlar. İlgili bakanlıklar olabilir, sivil toplum örgütleri olabilir vs daha kolektif bir bilinçle uluslararası alanda rekabet edebilecek bir seviyede hayata geçirmek lazım. Henüz o safhada değiliz. Klasik pazarlama metotları uygulanıyor.

Üçüncü aşama ise şu: Konu sadece “yurt dışından hasta gelsin, onu tedavi edelim, parasını alalım” ile sınırlandırılmamalı. Çünkü o ülkeler aslında vatandaşlarının burada gelip sağlık hizmeti almasından ve buraya para ödemelerinden çok mutlu

değiller. Onların yapmak istedikleri anlaşmalarının geri planında yer alan asıl mesele kendi insanlarını eğitmemizi istemeleri. Zira günün birinde onlar da bu hizmetleri kendi insanlarına verebilecek seviyeye çıkmak istiyorlar. Bu bir bakıma “biz eğittik, sonra işi bizim elimizden aldılar” şeklinde yorumlanabilir ancak meselenin özü bu değil. Bence sağlık hizmetleri ihracatını; bilgi paylaşımı, bilimsel veri paylaşımı, insan yetiştirme paylaşımı gibi başlıklara da evirerek bu ilişkileri daha uzun vadeli ve sürdürülebilir noktaya taşımamız lazım. Bu, bizim sağlık turizmimizi olumsuz etkilemez bilakis daha uzun vadeli işbirliklerine zemin hazırlar. Dördüncü aşamayı da şöyle açıklayabilirim: Verdiğimiz hizmetin kalitesine de ayrı bir paragraf açmak gerekir. Zira şu an verdiğimiz hizmetin içerisinde merdiven altı uygulamalar da var. Dolayısıyla verdiğimiz hizmetin kalitesinin devlet

otoritesiyle çok düzgün bir şekilde monitorize edilmesi gerekir. Aksi takdirde yanlış uygulamalar, yanlış tıbbi tedaviler, yanlış fiyat politikaları ancak “kendi ayağına kurşun sıkmak” cümlesiyle açıklanabilir. Verdiğimiz hizmetin kalitesinin ölçülebilmesi ve onun belirli bir seviye üzerinde tutulabilmesi için bir mekanizmanın oluşturulması elzem. Şu bir gerçek ki bu Pazar böylesine hataları affetmez. Klasik turizm gibi görmemek gerekir. Oradaki bir hatayı iki sene sonra telafi edebilirsiniz ama sağlık turizminde bu tür hatalar sonucu adınız kötü bir algı yaratacak duruma gelirse bedeli çok ağır olur. Halihazırda sağlık hizmetleri ihracatındaki en önemli sorun da budur. Çünkü bu biraz şu anda tamamen kurumların, bireylerin kendi inisiyatifleriyle yürüyen bir mekanizma konumunda. Denetleme noktasında ciddi sıkıntılar var. Tıbbi hata oluyorsa ya da hukuki bir süreç oluyorsa ya da fiyatlandırmada asimetrik uygulamalar



150

SAĞLIK HİZMETİ VERİLEN
ÜLKE SAYISI



70

JCI AKREDİTASYONU
ALAN HASTANE SAYISI





Sağlık turizmi potansiyelinin yüzde 70-75'lik kısmı özel sektörde. Esasında bu normal bir durum. Pek tabii açılan şehir hastanelerinin sağlık turizmine katılması şeklinde bir arzumuz var. Ve fakat şu realiteyi de göz ardı edemeyiz: Devlet hastaneleri zaten kendi vatandaşımıza hizmet verme yüküyle karşı karşıya.

varsa bunlar kontrol edilmiyor. Belirli bir standart mutlaka oluşturulmalı.

“SAĞLIK TURİZMİ POTANSİYELİNİN %70-75’LİK KISMI ÖZEL HASTANELERDE” Türkiye’deki Uluslararası Standartlara Uygun Tesis Sayısı Yeterli mi?

Uluslararası akreditasyon sistemleri arasında en önde geleni JCI (Joint Commission International) sistemidir. Amerika menşeli bu uygulama, uluslararası düzeyde hasta turizminde aranan bir akreditasyon sistemi olarak ön plana çıkar. Türkiye’de JCI akreditasyonu olan hastane sayısı 70’e yaklaştı. Bunların hemen tamamı özel hastaneler. Bu akreditasyona sahip hastane sayısında Türkiye dünyanın en önde gelen üç ülkesinden biri. Bu, çok iyi bir durum. Bu standartların temel faktörü, hastaya verdiğiniz tıbbi hizmetin kalitesi ve hasta güvenliğini ölçen bir mekanizma olmasıdır.



Özel hastanelerin rolünü biraz daha açar mısınız?

Sağlık turizmi potansiyelinin yüzde 70-75’lik kısmı özel sektörde. Esasında bu normal bir durum. Pek tabii açılan şehir hastanelerinin sağlık turizmine katılması şeklinde bir arzumuz var. Ve fakat şu realiteyi de göz ardı edemeyiz: Devlet hastaneleri zaten kendi vatandaşımıza hizmet verme yüküyle karşı karşıya. Bu, büyük bir yük.

Muayene sayısı 800-900 bin bandında. Nüfusu 80 milyon olarak alırsak her bir kişinin ortalama 10-12 defa muayene olduğu sonucu ortaya çıkıyor. Bu hizmetin büyük bir çoğunluğu da devlet hastaneleri tarafından karşılanıyor. Dolayısıyla bu hastanelerin böylesine büyük bir yükü mücadele ederken uluslararası hastaya bakabilmeleri pek de mümkün görünmüyor. Verirlerse çok iyi olur, o ayrı konu. Bu durumun zor görünmesinin sebebi, yurt dışı hastaya hizmet vermek için; önce yurt dışından o hastayla ilgili bir bilgi talebi geliyor, kendi tıbbi hekimlerinizi karşı tarafa bildiriyorsunuz, onlar bunu bir sorguluyorlar, sonra istenilen bilgiye ilişkin bir cevap metni yazıyorsunuz, bu tedavisi noktasında yapılacakları söylüyor ve bu bağlamda bir ücretlendirme yapıyorsunuz (bu ana kadar henüz hasta gelmedi). Bununla bitmiyor. Eğer bu zamana kadar her şey yolunda gitmişse bu sefer hasta uçağa biniyor. Siz sağlık kuruluşu olarak hasta oradan uçağa bindiği andan itibaren her şeyiyle ilgileniyorsunuz. Uçaktan indi, oradan anlaşmalı olduğunuz lojman ya da otele getirildi, konaklamayla ilgili işlemler yapıldı, oradan hastaneye getirildi, tıbbi işleri bitirildi, bu arada refakatçisi için de konaklama ve transfer işlemlerinin yapılması, her hastayla ilgilenen bir



detay bakış

tercümanın sağlanması, hastane işlerinin takip eden bir görevlinin olması, işler bittikten sonra hasta ve refakatçinin şehri gezme ihtiyacının giderilmesi, bu esnada yaşayacağı her türlü sorun çözüm üretilmesi, en nihayetinde gidiş için havaalanına transferleri, kontrolleri vs. Ezcümle bu, muazzam bir organizasyon gerekliliği doğuyor. Bizim hastanede uluslararası departmanda çalışan toplam personel sayısı 400. Tüm bu organizasyonu kamu tarafı başarabilir mi sorusu bu noktada ortaya çıkıyor. Şu aşamada bu pek de mümkün görünmüyor. Bunu ancak bizim gibi kurumlar 400-500 kişilik istihdamlar sağlayarak yapıyorlar. Çünkü bu iş ancak böyle yürütülür.

En çok hangi ülkeden hasta geliyor?

Bu durum dönem dönem değişse de genel anlamda eski Osmanlı coğrafyası üzerinden gidilebilir. En kalıcı, en eski ve en yoğun pazarımız bu coğrafya. Ülkelerde de sık sık değişiklikler oluyor. Mesela bundan 10 yıl önce Libya başı çekiyordu fakat şimdi Orta Asya, Türki Cumhuriyetler, Orta Doğu'daki birçok ülke, Balkanlar ve Afrika listenin aktif isimleri olarak karşımıza çıkıyor. Genel manada coğrafyalar bazlı durum bu. Ülke tarafında ise son derece hızlı bit yükseliş yaşanan ülke ise Özbekistan. Azeri Türkleri bağlamında İran da ciddi bir yükselişte. Azerbaycan zaten eski pazarımız. Afrika ülkeleri ki özellikle Sahra üstü ülkeler hatırı sayılır bit yükseliş gösteriyorlar. Her geçen gün de yeni ülkeler ekleniyor. Rusya-Ukrayna bağlamında Doğu Avrupa hattı, İngiltere ve hatta son zamanlarda Amerika. Bizim burada üç günde yaptığımız kapsamlı bir checkup'ı ABD'de insanlar en az 10 kat daha fazla fiyata ve 10 kat fazla sürede alabiliyorlar. Bu anlamda pazarda

bazı ülkeler diğerlerini kısa bir süre sollayabiliyorlar.

Sağlık hizmetleri ihracatının geleceğini nasıl görüyorsunuz? En tepeye yerleşebilir miyiz?

Daha önce söylediğim dört parametrede güçlü adımlar atılırsa sağlık turizmi Türkiye ile rekabet edebilecek, o seviyeye çıkabilecek çok az ülke olur. Tabii ekonomik anlamdaki mevcut durumumuz da bizi buna mecbur ediyor aslında. Ülkeye döviz girdisine ihtiyaç fazlasıyla var. Özel sektör için söylüyorum, eğer yabancı hasta olmazsa bizim gibi kurumlar ayakta kalamaz. Bu, bizim açımızdan bir ölüm

Uluslararası akreditasyon sistemleri arasında en önde geleni JCI (Joint Commission International) sistemidir. Amerika menşeli bu uygulama, uluslararası düzeyde hasta turizminde aranan bir akreditasyon sistemi olarak ön plana çıkar. Türkiye'de JCI akreditasyonu olan hastane sayısı 70'e yaklaştı.

kalım meselesi. Başka ülkelerde de hekim kalitesi yüksektir, tesis ve teknoloji standardı yüksektir belki ama bizdeki gibi bıçağın kemiğe dayanması durumu oralarda yok. Örneğin bu hizmeti Norveç de verir. Ama onun motivasyonu ile bizim motivasyonumuz arasında dağlar kadar fark olur. İçinde bulunduğumuz mecburiyet bize daha fazla hırs ve daha fazla çalışma azmi katıyor. Bir de Türk insanının müteşebbis ruhu da burada devreye giriyor. Bir Kuzey Avrupalının sakinliğini bizde bulamazsınız. Gel gör ki bir Afrikalının rahatlığı da yoktur. Biz böyle müteşebbis, iş bitiren bir millet olduğumuz için de sağlık turizminin önü çok açık. Yeter ki o kategoride düzgün hareket edelim. Sorun kalmaz.



sektör mücevher



GÖZ ALICI BİR
İHRACAT PERFORMANSI
MÜCEVHER

İhracatını her geçen gün artıran Türkiye mücevher sektörü, 2023 yılının ilk yarısını 3 milyar doların üzerinde ihracatla kapattı.



TÜRKİYE MÜCEVHER

SEKTÖRÜ son beş yılda rekor olarak değerlendirilebilecek bir yükselişe imza atmaya başardı. 2018 yılında dünya mücevher pazarından yüzde 4'lük bir pay olan sektör, beş senenin ardından bu oranı yüzde 7'ye yükseltti. 2018'de 110 milyar dolar seviyesinde olan pazarda Türkiye mücevher sektörünün yaptığı iş toplamda 4,4 milyar dolar civarındaydı. Koronavirüs pandemisi sürecinde bir düşüş yaşadıktan sonra 2022 yılında tekrar eski formunu yakalayan pazar tekrar 110 milyar çizgisini yakaladı. Dünya pazarının hacmi aynı kalmıştı ama Türkiye mücevher sektörü bu süreçte performansını yüzde 100'e yakın artırmış ve 8 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaşmıştı.

Türkiye mücevher ihracatı için 2022, "başarılı bir yıl" olarak kayıtlara geçti. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre, mücevher sektörü 2022'yi 5,8 milyar dolar ihracatla kapattı. Geçen yıl mücevher endüstrisinin en fazla ürün ihraç ettiği ülke 1,1 milyar dolar ile Birleşik Arap Emirlikleri oldu. İlk 10'u oluşturan diğer ülkeler ise şöyle sıralandı:

- Amerika Birleşik Devletleri - 998 milyon dolar
- Hong Kong - 574 milyon dolar
- Irak - 407 milyon dolar
- İsrail - 261 milyon dolar
- Kırgızistan - 249 milyon dolar
- İsviçre - 166 milyon dolar

- Libya - 162 milyon dolar
- Meksika - 157 milyon dolar
- Almanya - 133 milyon dolar

2022'deki mücevher ihracatının 4,5 milyar dolarlık kısmına imza atan alt grup olan "altından mamul mücevherci ve kuyumcu eşyası" grubunun ihracatında ilk sırada Birleşik Arap Emirlikleri var. Bu grubun BAE'ye ihracatı 1 milyar dolar seviyesinde oldu. BAE'yi; 664 milyon dolar ile Amerika Birleşik Devletleri ve 502 milyon dolar ile Hong Kong takip etti. Dört ana grubun diğerlerinde ise durum şöyleydi:

Türkiye mücevher ihracatı için 2022, "başarılı bir yıl" olarak kayıtlara geçti. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre, mücevher sektörü 2022'yi 5,8 milyar dolar ihracatla kapattı.

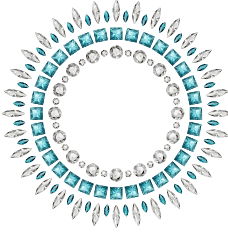
- 671 milyon dolarlık ihracata imza atılan "işlenmiş veya yarı işlenmiş altın" alt grubunda en çok ihracat Amerika Birleşik Devletleri'ne yapıldı (254 milyon dolar).
- 259 milyon dolarlık ihracata imza atılan "pırlantalı altından mamul mücevherci eşyası ve aksesuar" alt grubunda en çok ihracat Irak'a yapıldı (36 milyon dolar).
- 151 milyon dolarlık ihracata imza atılan "gümüşten mamul mücevherci ve kuyumcu eşyası" alt grubunda en çok ihracat Amerika Birleşik Devletleri'ne yapıldı (20 milyon dolar).



3

milyar dolar

2023 YILININ İLK YARISINDA
MÜCEVHER İHRACATI



YILIN İLK YARISINDA 3 MİLYAR DOLARI AŞAN İHRACAT

2023 Haziran'ında mücevher sektörünün ihracatı 440 milyon dolar bandında gerçekleşti. Haziran ile birlikte sektörün yılın ilk yarısındaki ihracat performansı da ortaya çıkmış oldu. Mücevher İhracatçıları Birliği (JTR) tarafından açıklanan TİM verilerine göre, 2023'ün ilk altı ayında mücevher ihracatındaki artış trendi devam ediyor. 2023'ün yılı altı aylık TİM verilerine göre bir önceki yılını aynı dönemine göre yüzde 13,1 artış gösteren mücevher ihracatı 3 milyar 52 milyon dolar olarak gerçekleşti. 2023 ilk altı aylık döneminde ülkeler bazında yapılan ihracat, miktar ve FOB değeri olarak Dahilde İşleme Rejimi nedeniyle farklı hareketler sergiledi. Birleşik Arap Emirlikleri'ne (BAE) yapılan ihracat miktar bazında yüzde 205 artışla 29,9 tondan 90 tona yükselirken değer bazında yüzde 58 artış gösterdi.

ABD'ye ihracat yüzde 347 artışla 40 tondan 181,8 tona yükselirken dolar bazında yüzde 9'luk artışla 505 milyon dolardan 550 milyon dolara yükseldi. Hong Kong ve İsrail yine geleneksel pazarlarda yerini korurken İsviçre miktar olarak yüzde 475'lik artışla 1 tondan 6,3 tona, FOB değeri olarak da yüzde 991 artışla 29,8

milyon dolardan 325,6 milyon dolara yükseldi. Meksika ile ilişkiler giderek gelişiyor ve Amerika kıtasındaki parlayan yıldız ilk 5 ülke arasında daha sık yer almaya başlıyor.

TEMMUZ'DA 500 MİLYON DOLARA YAKIN İHRACAT

2023 Temmuz ayında mücevher ihracatı, TİM verileri baz alındığında (FOB) 497 milyon 582 bin dolar olarak gerçekleşti. Temmuz'da en çok ihracat yapılan ülkeler; 217 milyon dolar ile Birleşik Arap Emirlikleri, 73 milyon dolar ile Amerika Birleşik Devletleri ve 44 milyon dolar ile Hong Kong olarak sıralandı.

Dört ana mal grubundan 233 milyon dolar ihracatın yapıldığı altından mamul mücevherci ve kuyumcu eşyası grubunda listenin tepesinde Hong Kong yer aldı. Hong Kong'a 42 milyon dolarlık mal ihraç edildi. Birleşik Arap Emirlikleri 36 milyon dolar ile ikinci, Amerika Birleşik Devletleri ise 34 milyon dolar ile üçüncü sırada yer aldı. İşlenmemiş veya yarı işlenmiş altın grubu 206 milyon dolar gerçekleştirdiği Temmuz 2023 ihracatının 179 milyon dolarını Birleşik Arap Emirlikleri'ne, 8,4 milyon dolarını Amerika Birleşik Devletleri'ne, 5,9 milyon dolarını ise Fas'a yaptı. Bir diğer ana mal grubu olan pırlantalı altından mamul

MÜCEVHER SEKTÖRÜ İHRACAT ŞAMPİYONU AHLATCI HOLDİNG

Ahlatcı Holding, Türkiye mücevher sektöründe 2022 yılı ihracat şampiyonu oldu. 17 Haziran'da Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen İhracat Şampiyonları Ödül Töreni'nde "Türkiye'nin Mücevher Sektörü İhracat Şampiyonu" ödülünü alan Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Ahlatcı, "Ahlatcı Kuyumculuk olarak gerek iç pazarda, gerekse dış pazarlarda büyümeye devam ediyoruz. Türkiye'nin en büyük altın ihracatçısı konumundayız. Bu başarının elde edilmesinde katkısı bulunan bütün çalışma arkadaşlarımıza teşekkür ederim" diye konuştu.



mücevherci eşyası ve aksamında Temmuz ihracatı 10,2 milyon dolar kayıtlara geçti. İlk üç ülke, 1,5 milyon dolar ile Almanya 1,4 milyon dolar ile Hong Kong ve 1,2 milyon dolar ile Amerika Birleşik Devletleri oldu. Dördüncü ve son ana mal grubu gümüşten mamul mücevherci ve kuyumcu eşyasında da 10,6 dolarlık ihracat yapıldı. Bu mal grubunda en çok ürün ihraç edilen ilk üç lokasyon; Amerika Birleşik Devletleri (1,6 milyon dolar), İsrail (1,3 milyon dolar) ve Fransa (964 bin dolar) şeklinde sıralandı.

İKİ BÜYÜK FUARA MİLLİ KATILIM ORGANİZASYONU

Mücevher İhracatçıları Birliği tarafından İstanbul'da düzenlenen fuarlar ve Antalya alım heyeti etkinliklerine küresel pazarlardan alıcıların gelmesi için performansını giderek yükselten bir çalışma sürdürülüyor. Türkiye'deki bu uluslararası etkinliklerin yanı sıra, mücevher ihracatçıları dünya çapında da dev organizasyonlar yerine getiriyorlar. Bu sene Mart ayında

Hong Kong'da en büyük milli katılımı gerçekleştiren Mücevher İhracatçıları Birliği, Haziran ayında da Las Vegas ve Hong Kong fuarlarında Türk Mücevher Sektörünün temsilcileriyle katılım gerçekleştirdi. Las Vegas'ta 2-5 Haziran tarihleri arasında gerçekleştirilen JCK Show Las Vegas fuarına, Türkiye pavilyonunda milli katılımcı olarak 88 firma katıldı. Bağımsız katılım gösteren firmaların dışında Milli katılım gösteren 88 firma fuarda 1048 metrekarelik bir alanda alıcılarıyla buluştu. Türkiye için en önemli pazarlardan birisi olan ABD için çok daha agresif çalışmalar yapmak istediklerini belirten Mücevher İhracatçıları Birliği Başkanı Burak Yakın, ABD'de birkaç merkezde, Hong Kong, Dubai gibi bazı ticari hub'larda daha etkili olmak için projeler hazırladıklarını belirtti. 2023 yılında Hong Kong'da düzenlenen üç fuardan ikisine milli katılım gerçekleştirildi. Eylül ayında da yine milli katılım gerçekleştirilecek olan Hong Kong Türk mücevheri için önemli bir merkez. 22-25 Haziran tarihleri

Türkiye mücevher sektörü son beş yılda rekor olarak değerlendirilebilecek bir yükselişe imza atmaya başardı. 2018 yılında dünya mücevher pazarından yüzde 4'lük bir pay olan sektör, beş senenin ardından bu oranı yüzde 7'ye yükseltti



arasında, bağımsız katılan firmalar dışında 31 firmanın katıldığı Jewellery And Gem World Asia 450 metrekarelik bir alanda alıcılarıyla buluşan Türk firmaları Eylül ayı için hazırlıklarını şimdiden tamamladılar.

CIBJO İLE TARİHİ ANLAŞMA

Mücevher İhracatçıları Birliği, sektörün dünya pazarındaki etkinliğini artırmak için çalışmalarına devam ediyor. Birlik, ilk kez Dünya Mücevher Konfederasyonu gibi önemli bir uluslararası kuruluşa üye olarak Türkiye'nin küresel anlamda söz sahibi olmasını sağladı. Mücevher İhracatçıları Birliği Başkanı Burak Yakın ile CIBJO Başkanı Gaetano Cavalieri, Vicenzaoro Küresel Fuarlar Direktörü Marco Carniello ile birlikte Türk Mücevher sektörü açısından çok önemli bir memorandumu

imzalayarak Türkiye'nin Dünya Mücevher Konfederasyonu üyelik sürecini tamamladılar. Türkiye'nin en yüksek katma değerli ihracatına imza atan Mücevher İhracatçıları Birliği bu üyelikle dünyanın mücevher sektöründe sözü geçen ülkeleri arasında yer aldı.

Mücevher İhracatçıları Birliği Başkanı Burak Yakın, CIBJO üyeliğini gerçekleştiren anlaşmayı imzalarken bu anlaşmanın hem Türk Mücevher Sektörü açısından hem de CIBJO açısından tarihi bir önemi olduğunu vurguladı. Dünyanın en önemli üretici ülkelerinden birisi olan Türkiye'nin üyeliğinin CIBJO'ya çok değerli katkılar sağlayacağını anlatan Yakın sözlerine şöyle devam etti: "Üyeliğin ayrıca Mücevher İhracatçıları Birliği'nin, dünyadaki önemine yakışır şekilde, uluslararası standartların belirlenmesinde, tüketici güveninin sağlanmasında, sürdürülebilirlik projelerinde söz sahibi olmasında önemli bir adım olduğunu düşünüyorum.

Türkiye'nin en yüksek katma değerli ihracatına sahip olan Mücevher İhracatçıları Birliği, bu üyelikle mücevher sektöründe dünyada çok daha etkin sözü geçen ülkeler arasında yerini aldı." CIBJO Başkanı Gaetano Cavalieri de dünya mücevher sektörünün en önemli üreticilerinden birisi olan Türkiye'nin üyeliğinin CIBJO'nun gücüne güç katacağını ve Türkiye'nin sektöre önemli katkılar sağlayacağına inandığını belirtti. CIBJO, dünya çapında özellikle pırlanta ve değerli taşı mücevher alışverişinde kalite ve güvenlik standartlarını belirleyen çalışmalar yapıyor.



BU GURUR HEPİMİZİN!

Tepe Savunma olarak **Tepe Hayat Ekibi** projemizle **Silver Stevie** ödülüne layık görüldük. Sektördeki 30. yılımızda, özverimizin ve gayretimizin uluslararası bir ödülle taçlandırılmasının gururunu yaşıyoruz.



THE INTERNATIONAL
BUSINESS AWARDS

TEPE KURUMSAL
ÇÖZÜMLER





KAZANDIRAN TEKNOLOJİ

EKOTEK HEAT TECHNOLOGY

Buhar Kazanları
Kızgın Yağ Kazanları
Sıcak Hava Kazanları
Kızgın Su Kazanları
Endüstriyel Yardımcı Ekipmanlar
Kalorifer Kazanı ve Merkezi Sistem Kazanlar
Boyerler



EKOTEK
Heat Technology

Endüstriyel Buhar ve Kızgın Yağ Kazanları



Ürünlerin tamamı için

www.ekotekkazan.com.tr



% 100 GÜVENLİ
KULLANICI DOSTU

EKOTEK

Heat Technology

444 1 354

+90 256 231 15 95

Ata OSB Mahallesi Astim 4. Cadde
No:24 Efeler / AYDIN / TURKEY

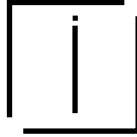




İhracatçı birlikler

İTKİB'DE hedef, pazar çeşitliliği sağlamak

2022 yılını 24 milyar dolar ihracatla kapatan İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB), yılın başından itibaren yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen 2023 sonunda bir önceki yılın ihracat rakamını korumayı hedefliyor.



İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) Koordinatör Başkanı Ahmet Öksüz, 2023 yılının başından itibaren yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen bir önceki yıl gerçekleştirdikleri 24 milyar dolarlık ihracat rakamını korumak istediklerini söylüyor.

2023'ün ilk yarısını 11,6 milyar dolar ihracatla kapattıklarını dile getiren Öksüz, ticaret heyeti ve fuar organizasyonları ile birlikte yılsonu hedefine ulaşacaklarının altını çiziyor.

Türkiye'nin genel ihracatını düşündüğümüzde İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri'nin (İTKİB) yeri nedir?

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) olarak 2022 yılında 24 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirdik. Bir önceki yıla göre İTKİB'in ihracatı yüzde 6,6 oranında arttı ve Türkiye geneli ihracatından yüzde 10,6 oranında pay aldı. Söz konusu ihracatın 16,7 milyar dolarını İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliğimiz (İHKİB), 5,4 milyar dolarını İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliğimiz (İTHİB), 1,3 milyar dolarını İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliğimiz (İDMİB), 573 milyon dolarını ise İstanbul Halı İhracatçıları Birliğimiz (İHİB) gerçekleştirdi.

2023'ün ilk yarısını değerlendirmenizi istesek, İTKİB'in ihracat performansı nasıldı?

2023 yılının ilk yarısında ise İstanbul

Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri olarak 11,6 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirecek Türkiye ihracatından aldığımız payı yüzde 10,7'ye çıkardık. İTKİB bünyesindeki birliklerden İHKİB'in 2023 Ocak-Haziran dönemi ihracatı 8 milyar dolar, İTHİB'in ihracatı 2,6 milyar dolar, İDMİB'in ihracatı 615 milyon dolar, İHİB'in ihracatı 303 milyon dolar değerinde gerçekleşti.

2023 sonu için belirlediğiniz hedef nedir ve bu hedefe ulaşma yolunda kısa vadede hangi faaliyetleri devreye sokacaksınız?

Şubat ayında tüm ülkemizi yasa boğan deprem afetinin yanında küresel talep daralması; yükselen enerji-çalışan maliyetleri ve yakın coğrafyamızda gerçekleşen siyasi istikrarsızlar sebebiyle zor bir yıl geçiriyoruz. Ancak ihracatla kalkınan Türkiye ekonomisi için daha fazla üretim yollarımızı sarmaktan başka yolumuz yok dedik ve bir an önce işe koyulduk. Bu çerçevede ihracatımıza değer katacak tüm projelerimize daha çok sarıldık. Genel Sekreterlik olarak organize ettiğimiz hazırgiyim sektörü için IFCO; tekstil sektörümüz için ise TEXHIBITION İSTANBUL fuarlarımızı 2023 yılının ilk döneminde de ikinci döneminde de gerçekleştirmeye devam ettik. Fuarlarımız ve ticaret heyetlerimizle yaşanan tüm gelişmelere rağmen üye firmalarımızı uluslararası alıcılara buluşturduk. Bu çerçevede 2023 yılı için hedefimiz 2022 yılı ihracatımız olan 24 milyar dolar miktarını korumak.

Yeni pazarlar noktasında ne gibi adımlar atmaya planlıyorsunuz? Bu bağlamda ticari alım heyetleri



İhracatçı birlikler

organizasyonlarının önemini nasıl görüyorsunuz ve bu başlıkta neler yapıyorsunuz?

Özellikle ekonominin küresel ölçekte kırılganlığının arttığı dönemlerde riski azaltmak yani pazar çeşitliliği sağlamak firmalarımız için büyük önem taşıyor. Bu çerçevede biz de Ticaret Bakanlığımız koordinasyonunda Türkiye İhracatçılar Meclisi ile birlikte Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkeler, Orta Doğu ve Afrika ülkelerine Genel Ticaret Heyetleri düzenliyoruz.

Birliğimiz koordinasyonunda ilk olarak 2023 yılında Brezilya-Şili Genel Ticaret Heyetlerimizi gerçekleştirdik. Gerçekleştirdiğimiz heyette tekstil, hazır giyim, ayakkabı, halı, kozmetik, madencilik, gıda gibi sektörlerimizde faaliyet gösteren 25 Türk firmamız Brezilya'da 169; Şili'de ise 182 ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi.

2023 yılı sonuna kadar Umman, Fil Dişi ve Kuveyt ülkelerine de Genel Sekreterlik olarak ticaret heyeti organizasyonları gerçekleştireceğiz. Bununla birlikte ABD, Meksika gibi ülkelere de sektörel ticaret heyetleri gerçekleştirmeyi öngörüyoruz.

İTKİB'in ihracata katma değer sağlayacak faaliyetleri nelerdir?

İhracatımıza en fazla katma değer sağlayan etkinliklerimiz; çok kısa bir sürede Avrupa'nın en önemli organizasyonları pozisyonuna yükselen IFCO ve Texhibition İstanbul Fuarlarımız. İstanbul Hazır Giyim ve Moda Fuarı (IFCO) ve Texhibition İstanbul İplik, Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarımız (TEXHIBITION) yılda iki defa gerçekleştirilen; 100'lerce ülkeden alıcıları ağırlayan ve 20 bini aşkın ziyaretçi sayısına ulaşan fuarlar konumunda. Söz konusu fuarlarımızla küresel markalarımız tüm sektörü tek fuarda görebildiği için ihtiyaç duyduğu tasarımdan ipliğe, kumaştan aksesuara tüm materyale ulaşabiliyor. Niteliklerini de oldukça önemseydiğimiz fuarlarımız; çok yakın bir gelecekte küresel fuar takvimlerinde yerini alacak. Eğitimler, çalıştaylar, UR-GE gibi

Fuarlarımız ve ticaret heyetlerimizle yaşanan tüm gelişmelere rağmen üye firmalarımızı uluslararası alıcılara buluşturduk. Bu çerçevede 2023 yılı için hedefimiz 2022 yılı ihracatımız olan 24 milyar dolar miktarını korumak.



AHMET ÖKSÜZ

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) Koordinatör Başkanı



İhracatçı birlikler

Üyelerimizin rekabet gücünü artırmak için birçok projeyi de hayata geçiriyoruz. Sektörlerimizi bir adım öteye taşıyacak eğitim ve çalıştaylara çok önem veriyoruz. Üyelerimizin talepleri doğrultusunda ulusal ve uluslararası eğitim programları organize ederek işletmelerimizin beşeri sermayesine yatırım yapıyoruz. İTKİB olarak tüm Bakanlıklarımızla koordineli çalışıyoruz. Belirli periyotlarda ilgili Bakanlıklarımızla sektörlerimizi bir araya getirdiğimiz, sektörlerimizin taleplerini doğrudan ilgililere aktarılmasını sağladığımız çalıştaylar gerçekleştiriyoruz. İTKİB olarak kümelenme anlayışını çok önemsiyoruz. Ur-Ge projeleri de kümelenme prensibinin tabana yayıldığı Ticaret Bakanlığımızın en etkin projelerinden bir tanesi. Bu çerçevede 10'un üzerinde Ur-Ge projesini hayata

Eğitimler, seminerler, UR-GE, İSTKA ve AB projeleri, sürdürülebilirlik yol haritası gibi sektörümüzde sürdürülebilirliğin tabana yayılması için tüm materyallerimizi kullanıyoruz.



geçirdik. Firmalarımızın uluslararası rekabet gücünü artırmak için birçok ulusal ve uluslararası projeyi hayata geçirmekten gurur duyuyoruz.

Son dönemde önemini her zamankinden daha fazla hissettiren yeşil ekonomi, sürdürülebilirlik gibi kavramlar tekstil sektöründe nasıl bir karşılık buluyor? Siz çalışmalarınızda bu kavramları hangi konumda tutuyorsunuz?

Yeşil Mutabakat ile gerçekleştirilecek değişim ve dönüşüm sadece AB ülkelerini değil, bu ülkelerle ilişki içinde bulunan tüm ülkeleri de etkileyecek.

AB'nin değişim sürecinin doğrudan etkileyeceği sektörlerin başında gelen Türk tekstil ve hazır giyim sektörleri; döngüsel ekonomi eylem planı dâhilinde öncelikli sektörler arasında yer alıyor. Özellikle ürünlerin karbon ayak izi üzerinden oluşacak yeni maliyetlerinin, üreticilere yansıtılması ihtimali göz önünde bulundurularak AB'nin dönüşüm stratejisi paralelinde ulusal sektörel stratejilerin planlanması gerekiyor. Çünkü çoğunluğunu KOBİ ölçeğinde firmaların oluşturduğu sektörde 'Sınırdaki Karbon Düzenlemesi' nedeniyle oluşabilecek yeni maliyetler, küçük kâr marjlarıyla faaliyet gösteren firmaların rekabet avantajını doğrudan etkileyebilecek. Bu nedenle, uluslararası alandaki rekabet avantajının sürdürülebilirliği için öngörüler eşliğinde sektörel dönüşümün başlatılması büyük önem taşıyor.

Biz de İTKİB olarak bünyemizdeki İhracatçı Birlikleri ile sürdürülebilirlik alanında pek çok çalışma yürütüyoruz. Eğitimler, seminerler, UR-GE, İSTKA ve AB projeleri, sürdürülebilirlik yol haritası gibi sektörümüzde sürdürülebilirliğin tabana yayılması için tüm materyallerimizi kullanıyoruz. Sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi uluslararası normlara uyum sağlayabilmek ve rakiplerimizden bir adım öteye gidebilmek için bir araç değil, aynı zamanda en büyük sosyal sorumluluğumuz. Daha yaşanabilir bir dünya hepimizin ortak amacı.

Markanızı, buluşunuzu, tasarımınızı
tüm dünyada koruyoruz



Tam 40 yıldır...

 Türkiye  İsviçre  Kazakistan  Birleşik Arap Emirlikleri  İngiltere

www.destekpatent.com

Spine Tower Saat Sokak No: 5 Kat: 13 Maslak-Sarıyer 34485 İstanbul / TÜRKİYE

T. 0212 329 00 00 F. 0212 346 02 64



5,7 Trilyon Dolarlık Pazara El İŖi Ürünlerle Dâhil Olabilmek **E-TİCARET**

Dünya genelinde 5,7 trilyon dolarlık hacme ulaşan e-ticaret dünyası, yüksek teknoloji ürünlerle el işi ürünleri aynı çatı altında "alışveriş" sistemine sokabiliyor olması bakımından albenisini her geçen gün artırıyor.





ünya genelindeki e-ticaret hacmi 5,7 trilyon dolara ulaştı. İşe ihracat tarafından baktığımızda da 720 milyar dolarlık bir e-ihracat hacminin olduğu gerçeğiyle karşıyoruz. Peki Türkiye’de durum ne? Bu sorunun cevabı için; izyico, Dogma Alares ve Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği (ETİD) iş birliğiyle hazırlanan 2022 Türkiye E-Ticaret Ekosistemi Raporu’nun sonuçlarına mutlaka bir göz atmak gerekiyor. Rapora göre, Türkiye’deki e-ticaret hacmi ve işlem sayıları her yıl büyümeye devam ediyor. Hâlihazırda dünyadaki 18’inci büyük e-ticaret pazarına ev sahipliği yapan Türkiye, yerel ölçekte olduğu kadar uluslararası arenada da etkileyici bir yükseliş trendi içerisinde bulunuyor. Pandemi döneminde ciddi bir büyüme trendi yakalayan ve fakat sonrasında belirli bir ölçüde yavaşlayan e-ticaret, buna rağmen hem Türkiye’de hem de dünyada gücünü korumayı sürdürüyor. Özellikle pandemi döneminin tüketicilerde alışveriş alışkanlıklarında kalıcı bir değişiklik yarattığını vurgulayan rapor; 2022

yılında dünya ölçeğinde 5,7 trilyon ABD doları değerinde pazar payı elde eden e-ticaret, 100,2 trilyon ABD doları değerindeki küresel gayri safi hasılanın yüzde 5,7’sini temsil etti. E-ticaretin global perakende satışlar içindeki payı ise yüzde 22 oldu.

TÜRKİYE’DE 800 MİLYAR LİRAYI AŞAN EKONOMİK HACİM

Raporun ışığında Türkiye’de rakamlara bakıldığında; 2022 yılında Türkiye’de e-ticaret sektörünün büyüklüğünün 801 milyar TL’lik ekonomik hacme ulaştığı görülüyor. Bu rakam, Gayrisafi Yurt İçi Hasıla’nın (GSYİH) yaklaşık yüzde 6’sına karşılık geliyor. Son beş yılın verilerine bakıldığında ise e-ticaretin, GSYİH’den aldığı payın düzenli bir artış göstererek yüzde 2,8’e yükseldiği kaydedildi. Bu yükselişin yüzde 1,6’sı 2019 yılından bu yana pandemi etkisiyle kaydedilen büyümeye yönelik olarak kayıtlara geçti.

Türkiye’deki e-ticaret faaliyetlerinin, toplam perakendeden aldığı yüzde 16,5’lik pay ile piyasa dinamikleri açısından benzer ülkelere göre daha



Dünya genelindeki e-ticaret hacmi 5,7 trilyon dolara ulaştı. İşe ihracat tarafından baktığımızda da 720 milyar dolarlık bir e-ihracat hacminin olduğu gerçeğiyle karşıyoruz.





büyük bir ağırlığa sahip olsa da, raporda sektörde önemli bir büyüme potansiyeli olduğu vurgulandı.

EL EMEĞİ ÜRÜNLERLE EVDEN DÖVİZ KAZANMAK MÜMKÜN

Dünyanın en popüler e-ticaret platformlarından biri olan Etsy'de en çok satış yapan 10 ülkeden biri Türkiye. Ancak yine de bu avantajlı platformdan haberi olmayan geniş bir kitle bulunuyor. TOBB E-ticaret Meclis Üyesi, Ticimax Kurucu CEO'su Cenk Çiğdemli, özellikle evde kendi emeğiyle üretim yapan kesimin Etsy ile döviz kazanma fırsatı olduğunu işaret ediyor. ve ekliyor: “Üstelik eğer esnaf muafiyet belgesi alırsanız yılda 250 bin TL kazanca kadar herhangi bir vergi ödemeye gerek yok”. Etsy'de en çok satışı yapılan ürünleri “El yapımı ve kişiselleştirilmiş takılar, el işi malzemeleri, dijital sanat eserleri ve dijital baskılar, defterler, orijinal sticker ve kişiselleştirilmiş kutlama kartları,

parti süslemeleri, düğün davetiyesi gibi düğün ürünleri, eşarp ve şallar, vintage parçalar, el yapımı giysiler, ev yapımı banyo ürünleri, ahşap ürünler, kişiselleştirilmiş objeler, havlu, şapka, tığ işi, cep telefon kılıfları, yastık kılıfı, dikiş ve malzemeleri, hediyelik ev eşyaları” şeklinde sıralayan Çiğdemli, “Platformda evde veya atölyesinde ürettiği ya da ürettirdiği, fabrikasyon olmayan orijinal ürünlerle ayda binlerce adetlik satış yapan Türk satıcılar var. Bütün dünyaya satış yapabiliyorsunuz. Etsy'nin müşteri sayısı 100 milyon, tüm dünyadaki satıcı sayısı ise 8 milyon civarında. Buradan en çok alışveriş yapan ülkeler sıralamasında ilk 5'te ise ABD başta olmak üzere, İngiltere, Kanada, Almanya ve Fransa bulunuyor” dedi.

Özellikle kariyeri olmayan, evde kendi beceri ve yeteneklerini kullanarak orijinal ürünler üreten kadınlar için Etsy'nin döviz kazancı sağlama bakımından büyük fırsatlar sunduğunu ifade eden Çiğdemli, “Etsy'de satış yapmak isteyen ama şirketi olmayanlar Ticaret Bakanlığı'nın çıkardığı 7256 sayılı yasaya göre, evde üretilen ya da el ile üretilen ürünlerin internet ortamındaki satışlarında herhangi bir vergi ücreti alınmıyor. Bu durumdan yararlanmak için esnaf muafiyet belgesi almanız gerekiyor. Bu belgeye sahip olduğunuzda yılda 250 bin TL'nin altında kazanıyorsanız herhangi bir vergi ödemeye gerek yok. Ayrıca yıllık elde ettiğiniz internet satışları geliri 35 bin 316 TL'nin altındaysa, vergi mükellefi olmadığınız için fatura kesmeniz gerekmez”.

AMAZON'DA DAHA FAZLA

Bir diğer çok popüler platform olan Amazon ile ilgili de bir parantez açmak mutlaka gerekiyor. İster yurt dışına

yeni ürün satmaya başlamış olsun, ister daha önce bu işi yapanlar olsun herkes için gerekli “Amazon Arbitrajı’nda Öne Geçmenin 7 Yolu”nu ParkPalet Kurucu Ortağı ve CEO’su Alp Çiçekdağı şöyle özetliyor: “Amazon Arbitrajı, e-ticaret işletmeleri için son derece önemli bir stratejidir. Bu yöntem, farklı kaynaklardan ürünleri düşük fiyattan satın alıp Amazon’da daha yüksek bir fiyata satarak kar elde etmek anlamına gelir. Bu stratejiyi uygulayanlar, Amazon platformunda rekabet ederken önemli avantajlar elde edebilirler. Amazon Arbitrajı’nın mutlaka yapılması gerektiğini düşünüyorum çünkü bu yöntem, e-ticaret işletmelerine büyük bir gelir potansiyeli sunuyor. Farklı tedarikçilerden düşük fiyatlarla ürün alarak, Amazon üzerinde daha yüksek bir fiyata satarak kâr marjınızı artırabilirsiniz. Bu, işletmenizin cirolarında önemli bir artışa neden olabilir. Amazon Arbitrajı’nı doğru bir şekilde uyguladığınızda, e-ticaret işletmenizde ciddi bir gelir artışı yaşayabilirsiniz. Doğru ürünleri doğru fiyatlarla sunmak, rekabet avantajı elde etmek ve müşteri memnuniyetini sağlamak, cirolarınızı 2-3 kata yakın bir artışla sonuçlandırabilir. Ancak, başarılı bir Amazon Arbitrajı için dikkatli planlama, doğru analiz ve iyi bir lojistik desteği gereklidir.” Çiçekdağı, söz konusu yedi yöntemi ise şöyle özetliyor:

Daha İyi Ürün Seçimi için Verilerden Yararlanma

McKinsey tarafından yapılan bir araştırmaya göre, veri odaklı kuruluşların müşteri kazanma olasılığı 23 kat, kazandıklarını elde tutma olasılığı ise altı kat daha fazla. Amazon arbitrajında da başarının temel yolu karlı ürünleri seçme yeteneğinden geçiyor. Pazar analizi, ürün araştırması

ve trend belirleme için çeşitli araç ve platformlardan yararlanarak veriye dayalı karar vermenin gücünden yararlanın. Navlungo’nun data mühendisleri her hafta Amazon satıcıları için özel arbitraj listesi hazırlıyor ve ücretsiz olarak paylaşıyor. Kendiniz de araştırmak istiyorsanız şu aşağıdaki araçları değerlendirebilirsiniz: Jungle Scout, Helium 10, Keepa. Ayrıca e-ticaretin hızlı tempolu dünyasında her zaman önde gidebilmek çok önemli. Tam da bu sebeple dijital şu platformları kullanarak trendleri takipte kalın: Google Trends, TrendHunter.

Kaynak Bulma ve Pazarlık Sanatında Ustalaşmak

Yüksek kaliteli ürünleri rekabetçi fiyatlarla tedarik etmek, kar marjlarını en üst düzeye çıkarmak için çok önemli. En iyi anlaşmaları sağlamak

“Etsy’nin müşteri sayısı 100 milyon, tüm dünyadaki satıcı sayısı ise 8 milyon civarında. Buradan en çok alışveriş yapan ülkeler sıralamasında ilk 5’te ise ABD başta olmak üzere, İngiltere, Kanada, Almanya ve Fransa bulunuyor”





için çeşitli kaynak bulma yöntemlerini keşfedin ve etkili pazarlık tekniklerini kullanın. Kaynak yöntemlerini şöyle sıralayabiliriz: Toptan satış, tasfiye, denizaşırı tedarikçiler.

- Toptan Satış
- Tasfiye
- Denizaşırı Tedarikçiler.

En temel pazarlık teknikleri ise şöyle;

- Araştırma ve Hazırlık
- Uyum Kurun
- Kaldıraç Hacm
- Kazan-Kazan Çözümleri Arayın

Envanter Yönetimini Kolaylaştırmak

Stok seviyelerini izlemek, satışları izlemek ve talebi tahmin etmek

için envanter yazılımını mutlaka kullanın. Maliyetleri azaltmak ve sipariş karşılamayı iyileştirmek için ise depolama ve nakliye süreçlerini optimize edin. Unutmayın Deloitte tarafından yapılan bir araştırma, optimize edilmiş envanter yönetim sistemlerine sahip şirketlerin satışlarda yüzde 10'a varan artış ve stok tutma maliyetlerinde yüzde 20'ye varan düşüş elde edebileceğini ortaya koymuştu.

Müşteri Hizmetlerinde

Mükemmelleşmek ve İtibar Yaratmak

Yine Deloitte tarafından yayınlanan bir raporda müşteri hizmetlerine öncelik veren şirketlerin rakiplerine göre yüzde 60 daha fazla kar elde ettiği

2022 TÜRKİYE E-TİCARET EKOSİSTEMİ RAPORU'NDAN KISA KISA

Türkiye'de e-ticarette ortalama sepet tutarlarında 2020'den 2021'e 13 TL, 2021'den 2022'ye 79 TL'lik bir yükseliş gözlemlendi. Ayardan aya yıllık en büyük hacim artışı Temmuz ve Ağustos aylarında yüzde 200 seviyelerinde gerçekleşti. En çok alışveriş Black Friday'de. Okula dönüş ile başlayan sonbahar dönemi ve Black Friday, Cyber Monday gibi özel kampanya dönemleri, alışverişlerin sonbahar ve yılbaşı arasındaki zaman diliminde en yüksek seviyesine ulaşmasını sağlıyor. Günlük işlem sayılarının ortalama göre değeri açısından ilk sırada, ortalamanın 1,3 katı işlemin gerçekleştiği "Okula Dönüş" dönemi, hemen ardından ise "Black Friday haftası" geliyor.

Rapor, e-ticaret platformlarını kullanan kullanıcı sayısının bir önceki yıla göre yüzde 2,2 arttığını gösteriyor. Ayrıca 2022 itibarıyla kadın ve erkek kullanıcıların oranı sırasıyla yüzde 58 ve yüzde 42 olarak kayıtlara geçerken, kadınların payının 2021'e göre yüzde 10 artış kaydettiği görüldü.

E-ticarette satış hacmi ve işlem sayısı bazında en yüksek pazar payına sahip ürün kategorileri 2022 yılında sırasıyla moda ve aksesuar, elektronik ve teknoloji, kozmetik ve kişisel bakım, hizmet, turizm ve seyahat olarak gerçekleşti. Bu beş sektör, satış hacmi bakımından e-ticaret sektörünün yüzde 63'ünü ve işlemlerin yüzde 66'sını oluşturdu. En dikkat çeken büyüme kozmetik ve kişisel bakım kategorisinde yaşandı. Küresel e-ticarette 2022 yılı yapılan işlemlerin üçte ikisi alternatif ödeme yöntemleri ile gerçekleşti. Türkiye'de ise geleneksel yöntemler küresel ortalamanın iki kat üzerinde tercih edildi. Kredi kartı en çok tercih edilen ödeme yöntemi olurken, banka kartı mikro işletmeler dışındaki tüm işletmelerde en çok tercih edilen ikinci ödeme yöntemi oldu.

Satıcıların en yoğun bulunduğu üç coğrafi bölge Marmara, İç Anadolu ve Ege olurken, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde en çok satıcıyı barındıran illerin bölgesel hacimden en yüksek payı almadığı kaydedildi.

Ayrıca iyzico'nun e-ticaret müşterilerine ödeme güvenliği sunmak ve satış sonrası hizmetlere ulaşmalarında kolaylık sağlayan ürünü Korumalı Alışveriş ile tamamlanan işlemlerin payı 2021'de yüzde 1,5 iken 2022'de yüzde 1,7'ye yükseldi. Bugüne kadar 5 milyondan fazla tüketici tarafından kullanılan iyzico Korumalı Alışveriş, özellikle iyzico ile Öde ve havale/EFT yöntemleriyle yapılan alışverişlerde tercih ediliyor.

MEYDAN OKUYORUZ! UCUZLUKLA BULUŞAN LEZZETİN

%101
ARKASINDAYIZ



"Başarılı bir Amazon Arbitraji için dikkatli planlama, doğru analiz ve iyi bir lojistik desteği gereklidir."

ortaya kondu. Bu sebeple üst düzey müşteri hizmetleri ve güçlü bir satıcı itibarı, satışları ve tekrarlanan işleri artırmak için çok önemli. Amazon'da müşteri sorgularını, iadeleri ve geri ödemeleri işlemek için en iyi uygulamaları uygulamayı ve satıcı geri bildirimlerinizle puanlarınızı aktif olarak yönetip, iyileştirmeyi unutmayın.

Gelişmiş Pazarlama ve Promosyon Tekniklerini Kullanmak

Etkili pazarlama ve tanıtım, görünürlüğü artırmanın ve satışları artırmanın anahtarıdır. Sponsorlu ürünler, Amazon PPC kampanyaları gibi gelişmiş pazarlama stratejilerini ve sosyal medya ve e-posta pazarlaması gibi harici pazarlama kanallarını kullanın. Forrester Research'e göre sosyal medya pazarlaması, ürünlerinizi tanıtmak ve marka bilinirliği oluşturmak için onu hayati bir kanal haline getirerek e-posta pazarlamasından dört kat daha fazla gelir sağlıyor.



Amazon Arbitraj İşini Uluslararası Ölçekte Genişletmek

İşletmenizi özellikle günümüz ekonomi koşullarında uluslararası pazarlarda genişletmek, yeni müşterilere erişmek ve satışları artırmak açısından çok önemli. Uluslararası alanda genişlemek için şu adımları takip edin: Pazar Fırsatlarını Araştırma, Yerel Düzenlemeleri Anlayın, Listelemeleri Yerel Kitleler için Optimize Edin, Amazon'un Küresel Satış Programından Yararlanın.

Sürekli Öğrenmek ve Stratejileri Uyarlamak

E-ticaret ortamı sürekli olarak gelişiyor, eğrinin bir adım önünde olmak uzun vadeli başarı için kritik. Amazon arbitrajındaki yeni trendler, araçlar ve en iyi uygulamaları öğrenmek için mutlaka zaman ayırın. En son sektör haberlerinden haberdar olun, diğer Amazon satıcıları ile bağlantı kurun ve seminerlere katılın.

E-ihracat yapan her kişinin mutlaka yapacağı araştırma ve seçim sürecini ise haftalık olarak Navlungo kullanıcılar için araştırıyor ve yayınlıyor. Ürünlerini ABD ve diğer ülkelere ulaştırmak isteyen e-ihracatçılar ise ParkPalet'in tüm Pazar yerlerine entegre ara depo ve prep hizmetleri ile dünyaya açılabilir.

YENİ NESİL YATIRIM ORTAKLIĞI

YATIRIM
SİGORTA GÜVEN
VİZYON
GELECEK
GAYRİMENKUL KAZANÇ
FİNANS POTANSİYEL

Türkiye'de ilk kez, değerini sigortanın garantisi ve finansın gücüyle yükselten bir yatırım ortaklığı var... MHRGYO.

Şehrin kalbinde, iş dünyasının beklentilerini karşılayan, uluslararası otoritelerin ödüllendirdiği yıldız yatırımı Quick Tower'ı hayata geçiren MHRGYO, yepyeni projelere hazırlanıyor. Finansal gücünü, konut sektöründe yeni finansal modeller geliştirmek, getiri potansiyeli yüksek projeler gerçekleştirmek için kullanıyor.

MHRGYO

MHR GAYRİMENKUL
YATIRIM ORTAKLIĞI A.Ş.

mhrgyo.com.tr

M



DÖKÜM SEKTÖRÜNDE NAHİF BİR BAŞARI ÖYKÜSÜ EMİNE DİLEK GÜNDÜZ

1996 yılındaki mezuniyetinin ardından döküm sektörüne giren ve genel kanının aksine bu sektörde bir kadının da çok başarılı olabileceğini kanıtlayan Erkunt Sanayi Genel Müdürü Emine Dilek Gündüz, hem kendi hikâyesini hem de firmanın mevcut konumu anlattı.



Emine Dilek Gündüz, kadınlar tarafından pek de tercih edilmeyen döküm sektöründeki başarısıyla adından sıkça söz ettiren bir yönetici. Döküm endüstrisinde 70 yıldır varlığını sürdüren Erkunt Sanayi'nin genel müdürlük koltuğunda oturan Gündüz, kendi hikâyesini şöyle özetliyor: “Ben 1996 yılında ODTÜ metalürji ve malzeme mühendisliği bölümünden mezunum. Bir metalürji mühendisinin döküm sektörü dışında da çok fazla çalışma imkânı var ama ben dökümde, üretimin içinde çalışmayı tercih ettim. Malum kadın, doğası gereği üretken bir yapıya sahip. Döküm de üretkenliğin en yüksek olduğu sektörlerden biri. Cevherden çıkarılmış pik demir ve hurda ergitilip, günlük yaşantımızda kullandığımız

taşıtlar, araçlar, eşyalar haline getiriliyor. Üniversiteden mezun olduğum yıllarda, döküm sektöründe kadın mühendislerle iş görüşmesi dahi yapılmazken diğer firmaların aksine, Erkunt Sanayi, o yıllarda da kadın mühendis istihdamı konusunda öncüyü. Bu vizyoner görüş sayesinde mezun olduğum yıl, Erkunt Sanayi’de üretim mühendisi olarak çalışmaya başladım. On yıllık üretim tecrübesinden sonra, sırasıyla satış müdürü, metod müdürü, teknik genel müdür yardımcısı olarak çalıştım. 2019 yılı itibarıyla de Genel Müdür olarak çalışmaktayım ve ülkemizde döküm sektörünü aynı çatı altında toplayan TÜDOKSAD Yönetim kurulunda yönetim kurulu başkan yardımcısı olarak görev yapıyorum”.

AVRUPA KADIN DÖKÜMCÜ ÖDÜLÜ’NÜ KAZANDI

Emine Dilek Gündüz’ün döküm sektöründeki başarısı sadece yurt içinde değil yurt dışında da karşılık buldu. Öyle ki Gündüz, CAEF-Avrupa Dökümcüler Birliği’nin sektördeki kadınlara özel organize ettiği European Foundry Women’s Award’ın sahibi oldu. Emine Dilek Gündüz, bu ödülün çıkış noktasını ve kazanmış olmanın verdiği hissi şöyle ifade ediyor: “CAEF-Avrupa Dökümcüler Birliği, 2022 yılında kuruluşundan beri ilki düzenlenen bir organizasyona imza attı. Döküm sektöründe çalışan tüm kadınlara özel European Foundry Women’s Award sahibini belirlemek için değerlendirmeler yapıldı. Değerlendirme sırasında şirketlerinin gelişimine büyük katkı sağlamak, sektörde ve gelecekte sektörde çalışan kadınlara rol model



olup bu mesleğe çekmek için kişisel katkı yapan kadınlar kriteriyle yapılan 16 kişi arasında yapılan değerlendirmede 1. Avrupa Kadın Dökümcü Ödülü'ne layık buldum. Ben kadın meslektaşlarımın sektöre dâhil olmaları için her zaman destekçi oldum ve olmaya da devam edeceğim. Bu ödüle layık görülen ilk Türk kadın ve mühendis olarak ülkem ve şirketim adına çok mutlu oldum”.

“ÜRETİMİMİZİN YÜZDE 80'İNİ İHRAÇ EDİYORUZ”

Emine Dilek Gündüz, Genel Müdür olarak görev yaptığı Erkunt Sanayi'nin tarihini ve halihazırdaki konumunu ise şöyle tarif ediyor: “Bundan 70 yıl önce, 1953 yılında bir model atölyesi olarak kurulan Erkunt, bugün Ankara'da 3 farklı lokasyondaki fabrikalarında, yıllık 70 bin ton döküm ve 1 milyon saat/yıl işleme tezgâh kapasitesiyle 1600 kişiye istihdam sağlayan bir yapı haline geldi. Döküm ve işleme sektöründe Türkiye'nin amiral gemilerinden olan Erkunt Sanayi otomotiv, tarım ve iş makinaları sektörlerinde çalışan firmalara döküm ve işlenmiş parça tedarikçisi olarak hizmet vermektedir. Geniş ürün yelpazemiz içerisinde özellikle motor bloğu, silindir kafası, transmisyon gibi kompleks parçaların döküm, işleme, honlama ve montaj işlemlerini tek çatı altında yapabilme kabiliyetine sahip, çevreye ve insan sağlığına önem veren, kaliteyi yaşam felsefesi olarak benimseyen, sürekli gelişmeye açık; ileri teknolojiyi kullanan, uluslararası standartlarda üretim yapan müşteri odaklı bir firmayız. Üretimimizin yüzde 80'ini ihraç ediyor, yüzde 20'sini ise yurt içinde pazarın güçlü oyuncularına satışını gerçekleştiriyoruz”.

SÜREKLİ GELİŞİME AÇIK BİR KURUM KÜLTÜRÜ

“Biz Erkunt olarak kendimizi hiçbir zaman yalnızca bir dökümhane olarak görmedik. Tasarım, döküm ve talaşlı imalatı tek çatı altında yaparak müşterilerimiz için çözüm ortağı olduk. Bu kabiliyetimiz bizi yalnızca Türkiye'de değil dünyada da aranan partner hâline getirdi.” Diyerek nasıl bir bakış açısıyla hareket ettiklerini

özetleyen Gündüz, temel prensipler olarak benimsedikleri parametreleri şöyle sıralıyor: “70 yıllık geçmişimiz, uzun yıllardır birlikte çalışan üst yönetimimiz, uzman kadromuz, yüksek teknoloji makine parkımız, yüksek kalite standartlarımız ve proaktif hizmet anlayışımız ile müşterilerimizin hep ilk tercihi olmayı başardık. Yurt içinde döküm, işleme ve montaj yapabilen nadir firmalar arasında yer almaktayız. Ürün kalitesini artırmak amacıyla firma bünyesinde gerekli tüm çağdaş metotları uygulamaktayız. Sürdürülebilir kalkınma ilkesiyle doğal kaynak ve girdilerimizi verimli kullanarak 'çevre dostu temiz üretim' yapmayı, faaliyetlerimizden kaynaklanan tüm çevresel etki ve tehlikeleri, meslek hastalıklarını ve iş kazalarını önlemeyi, ulusal ve uluslararası yasal gereklere uymayı, sürekli iyileştirme prensibi ile tüm süreçlerimizin performansını ölçüp periyodik olarak gözden geçirmeyi ve geri bildirimine dayalı 'sürekli gelişime' açık olmayı bir kurum kültürü olarak benimsemiş bir firmayız”.

ÖDÜLLERLE DOLU BİR YIL

Erkunt için her şeyin iyi gittiği bir yıl yaşadıklarının altını çizen Gündüz, ödüllerle dolu bir zaman diliminden geçtiklerini söyledi: “Ülkemizde 27 sektör, 61 ihracatçı birliği ile 100 bini aşkın ihracatçıyı tek çatı altında birleştiren Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından 2023/Haziran ayında yayınlanan Türkiye'nin ilk 1000 ihracatçı Araştırmasında Otomotiv Endüstrisi kategorisinde 34. sırada yerimizi aldık. Temmuz ayı içinde Fortune Türkiye ve CRIF Türkiye'nin bu yıl 16'ncısı açıklanan finansal kurumlar ve holding dışındaki tüm sektörleri kapsayan şirketlerin mali verilerinin değerlendirildiği Fortune Türkiye 2022 Araştırmasında da, Türkiye'nin ilk 500 büyük sanayi kuruluşu listesinde yerimizi aldık. Bundan sonra başarılarımıza yenilerini eklemek için, hedeflerimizi durmaksızın büyüterek devam edeceğiz. Bu başarıda katkısı olan tüm çalışma arkadaşlarımıza ve paydaşlarımıza teşekkür ederim”.



endüstriyel tasarım

“Tasarım Sürecinin Her Aşamasından Keyif Alıyorum”

ÇAĞATAY AKÇA

ENDÜSTRİYEL TASARIMCI

Biz endüstriyel tasarımcılar, problemleri ve arzuları çok iyi tespit etmeli ve bu tespitlere uygun çözümleri belirli değerleri göz ardı etmeden hayata geçirmeliyiz” mottosuyla yola çıkan Çağatay Akça, 10 yıllık profesyonel kariyerine 6 adet Red Dot Design Award ve 10 adet IF Design Tasarım Ödülü sığdırmış başarılı bir isim. Tasarım sürecinin her aşamasının kendisi için “mutluluk verici” olduğunun altını çizen Akça, “Bu süreçler sonrasında ortaya iyi çözümlenmiş ve geniş kitlelere ulaşan bir ürün ortaya çıktığında da bu, mesleki açıdan oldukça tatmin ve motive edici oluyor” diyor.

Bir ürünün tasarım sürecinde sacayağı olarak gördüğünüz temel prensipleriniz nelerdir?

Endüstriyel ürünler gündelik hayatımızdaki problemlerimize ve arzularımıza cevap vermek üzere tasarlanıyorlar. Bu sürecin önemli oyuncularından biz endüstriyel tasarımcılar, problemleri ve arzuları çok iyi tespit etmeli ve bu tespitlere uygun çözümleri belirli değerleri göz ardı etmeden hayata geçirmeliyiz. Bugüne kadar gerçekleştirdiğim onlarca projede bu problemleri mümkün olan en estetik, en rafine, en ulaşılabilir ve en çevreci şekilde çözümlenmeye gayret gösterdim ve bu şekilde devam etmenin doğru olacağına inanıyorum. Bu sebeple bu değerleri, tasarım sürecinin temel yapıtaşları olarak gördüğümü söyleyebilirim.

Tasarım sürecinde sizi en çok motive eden unsurlar neler olur?

Tasarım sürecinin araştırma evresinden uygulama evresine kadar tüm aşamalarını gerçekleştirmek benim için büyük bir keyif. Bu süreçler sonrasında ortaya iyi çözümlenmiş ve geniş kitlelere ulaşan bir ürün ortaya çıktığında da bu, mesleki açıdan oldukça tatmin ve motive edici oluyor. Bunun yanında gündelik hayatta





"Ürün tasarlamak" fiiliyatını ilkokul döneminden itibaren hayatına katan Çağatay Akça, hâlihazırda pek çok ödülle taçlandığı mesleğini icra ederken sürecin tüm aşamalarından ayrı bir keyif aldığını söylüyor.

tasarımlarınızla beklenmedik şekilde karşılaşmak veya bir kullanıcının övgüsünü almak da neşenize neşe katıyor. Bu da tasarımcı olmanın bir diğer motive edici yanı.

İlkokuldan beri ürün tasarımları yapıyorum. Gündelik hayatta karşılaştığım problemleri çözmek veya kendime yeni oyun imkânları yaratmak amacıyla eskizler ve maketler yapardım ve bu süreçten çok keyif alırdım. Bugün, yaklaşık 10 yıllık profesyonel bir kariyerim var. Bu 10 yılın her bir anı benim için aynı seviyede keyif verici ve motive ediciydi.

En sonuncusu 2022 Nisan'ındaki IF Design Award olmak üzere toplam pek çok ödülünüz var. Ödül almak bir tasarımcıyı, bir yaratıcıyı nasıl etkiler?

Bir ürünün tasarım süreci; oldukça keyifli, bir o kadar da meşakkatli ve uzun. Bu sürecin sonunda ortaya elle tutulur bir ürün çıkarmak, emeği geçen herkes için oldukça tatmin edici bir final. Kariyerim süresince tasarladığım ürünler 6 adet Red Dot Design Award ve 10 adet IF Design Tasarım Ödülü'ne layık görüldü. Benim açımdan ödüller, tasarım sürecinin temel motivasyon kaynaklarından biri



değil fakat büyük emeklerle hazırladığımız ürünlerin IF Design Award, Red Dot Design Award gibi prestijli kuruluşlardan ödül alması büyük gurur kaynağı. Bahsi geçen ödül süreçlerinde, ürünleri, kendini dünya çapında kanıtlamış



endüstriyel tasarım

Firmaların önemli bir kısmı da endüstriyel tasarımın yaratacağı katma değer farkındalar ve bu alana yatırım yapıyorlar. Bu durum gelecek hakkında oldukça umut verici bir ortam yaratıyor.



onlarca tasarımcı bir araya gelerek değerlendiriyor. Böylesine değerli bir kitleden tasarımınız konusunda onay almak, mutluluk verici ve doğru yolda olduğunuza dair önemli bir gösterge. Tabii ki ödül kazanmak yüksek düzeyde motivasyon da sağlıyor ve yola devam etmek için enerji kaynağı oluyor. Onlarca ödül aldıktan sonra bile her yeni ödül, yeni bir heyecan yaratıyor.

Türkiye’de endüstriyel tasarımın algısı ne durumda? Hem firmalar hem de insanlar bağlamında endüstriyel tasarım kavramının bilinirliğini ya

da farkındalığını hangi seviyede görüyorsunuz?

Endüstriyel tasarım oldukça teknik ve yüksek uzmanlık gerektiren profesyonel bir meslek dalı. İstisnalar tabii ki olabilir fakat bu açıdan düşündüğümüzde kullanıcılardan bu meslek dalı hakkında bilgi ve ilgi sahibi olmalarını beklemek çok gerçekçi değil. Fakat bu, kullanıcıların iyi tasarımlara ihtiyacı olduğu gerçeğini değiştirmiyor. Öte yandan çok şanslıyım ki Türkiye’deki eğitim ve sekiz yıllık çalışma hayatımda, bir arada bulunduğum çalışma ve okul arkadaşlarımla endüstriyel tasarım algısı oldukça yüksekti. Bundan daha da iyisi, çevremdeki herkesin kendini bu konuda daha fazla geliştirme gayretine şahit olmaktı. Firmaların önemli bir kısmı da endüstriyel tasarımın yaratacağı katma değer farkındalar ve bu alana yatırım yapıyorlar. Bu durum gelecek hakkında oldukça umut verici bir ortam yaratıyor.

“SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ALGISININ ARTMASI MUTLULUK VERİCİ”

Sürdürülebilirlik kavramı son yıllarda daha bilinir, popüler bir konu hâline geldi. Günümüzde bilinirliğinin gün geçtikçe artması ve hemen hemen tüm şirketler tarafında kabul görüp bu konuda geleceğe yönelik aksiyon alınması oldukça umut ve mutluluk verici. Öte yandan benim açımdan; öğrencilik yıllarımdan başından itibaren tasarımlarım üzerinde çalışırken göz ardı etmediğim, ilk sorunuzda da söylediğim gibi sürecin temel yapı taşlarından biri olarak gördüğüm bir konu. Hemen hemen tüm projelerimin önemli bir ayağı olduğu gibi ağırlıklı olarak bu konu üzerine eğilen projelerim de mevcut.

Türk tasarımcıların dünyadaki yansımaları ne durumda? Nasıl bir algı var?

Eğitiminizi Türkiye’de tamamlamış ve şu anda dünyanın önde gelen şirketlerinin önemli pozisyonlarda bulunan pek çok Türk tasarımcı var.

Bu tasarımcılar dünya çapında önemli işlere imza atıyor ve en kıymetli ödüllerle ödüllendiriliyorlar. Bu çok gurur verici ve bu konudaki kabiliyetlerimizin önemli bir göstergesi. Bu durum gösteriyor ki dünyada kabul gören seviyede tasarım yapma kabiliyetimiz var ve bakış açımız dünya çapında kabul görüyor. Bunun yanında tasarımlara, kültürümüzden gelen orijinal dokunuşlar yapma imkânına da sahibiz. Kendimizi en güncel şekilde geliştirmeyi, kendi kültürümüze ve bunun yanında dünyanın konuştuğu tasarım diline de hâkim olmayı sürdürdüğümüz sürece dünya çapında

başarılı olmaya devam edeceğimize inanıyorum.

Bir tasarımcı olarak en büyük hayaliniz nedir? Hangi aşama sizin için zirve noktası olur? Ya da böyle bir nokta var mı?

Kariyerim boyunca beyaz eşya, elektronik aletler, medikal cihazlar, otonom robotlar, armatür ürünler ana başlıklarında çeşitli ürünler tasarladım. Bu çeşitli deneyim sürecinin anlamlı ürünlerle artarak devam etmesi temel hedeflerimden. Hayatta sürekli ilerlemek ve gelişmek gerektiğine inanıyorum. Bu yüzden bir zirve noktası olduğunu söyleyemem. Tasarımcılık hayatımı; sağlıklı ve mümkün olduğunca stressiz bir ortamda, her gününden keyif alarak, olabildiğince uzun bir süre sürdürmek temel hayallerimden biri. Bu süreçte mümkün olduğunca fazla canlılığın hayatına ve çevreye değer katmaya devam etmek istiyorum.





SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RÖPORTAJ

Yapay Zeka Tabanlı Atık Yönetimi Platformu Swatchloop

2021 yılında faaliyete geçirdikleri Swatchloop'ta Kurucu Ortak ve CEO pozisyonunda bulunan Dr. Güneş Sayıt, firmalarını, "Tekstil atıklarının daha verimli dönüşümünü gerçekleştiren, geri dönüşüm süreçlerinin izlenebilirliğini ve sürdürülebilirliğini sağlayan yapay zeka tabanlı atık yönetimi platformu" diye tarif ediyor.



Swatchloop'un iş yapış süreçlerinde var oluşunu dayandırdığı temel ilkeler nelerdir?

Swatchloop'u, "Tekstil atıklarının daha verimli dönüşümünü gerçekleştiren, geri dönüşüm süreçlerinin izlenebilirliğini ve sürdürülebilirliğini sağlayan yapay zeka tabanlı atık yönetimi platformu" olarak tanımlıyoruz. Girişimimizi geliştirmek, yaygınlaştırmak ve sektörel ekosistem oluşturmak için 100'den fazla tekstil üreticisi, marka ve geri dönüşüm firması ile görüştük. Bu atığın nasıl oluştuğunu, geri dönüşüm oranının düşük olduğunu ve bunun nedenlerini, atık sürecinin nasıl ilerlediğini ve geri dönüşümdeki sorunları bire bir yaşayarak gördük. Tekstil sektöründeki markalar, üreticiler ile geri dönüşüm firmalarını buluşturan, çeşitli faaliyetler sunan dijital bir platform olan Swatchloop, üretim öncesi atıkların değerlendirilmesini ve geri dönüştürülerek hammadde olarak yeniden kullanımını hedefliyor. Üretim öncesi atığın toplam atık miktarının yüzde 33'lük dilimini kaplıyor. Tekstil ürünlerinin atıklarının büyük bir çoğunluğu yakılıyor ve bu da ciddi anlamda emisyon sorunu yaratıyor. Şu an tekstil sektörü dünyada en kirletici dördüncü sektör olarak yer alıyor. Su kirliliğinin yüzde 20'sini tekstil sektörü yaratıyor. Firmalar tüketim sonrası atıkları life çevirmeye çalışıyor ve genelde çalışmalar bunun üzerine yapılıyor. Üretilen tüm tekstil ürünlerinin yüzde 33'ü satılmadan çöp hâline geliyor. Satışa bile çıkamıyor. Tüketim miktarı ve nüfus arttıkça, üretim öncesi atık da artıyor. En büyük kirlilik sebeplerinden biri maalesef tekstil sektörü, öyle bir sektör ki atıkların sadece yüzde 1'i tekrar ürün olarak değerlendirilebiliyor. Swatchloop ile tüm tekstil atıkların dijitalleştirilmesiyle takip edilmesi ve değerlendirilmesi, gerekiyorsa birleştirilip, paylaşılmasını sağlıyoruz.

Swatchloop çözümlerinin avantajları nelerdir?

Tekstil atıklarını çok kısa sürede dijital dünyaya taşıyan, yapay zeka sayesinde geri dönüşüm süreçlerini optimize eden, bu sayede firmalara zaman ve para kazandırmayı hedefleyen Swatchloop, atık satış kazancını en az dört kat arttırmayı, geri dönüşümde işçilik maliyetini yüzde 60 azaltmayı ve verimliliğin yüzde 40 artmasını sağlıyor. Bu avantajlarının yanında, tedarikçi firmalarda oluşan atık miktarları, tahminlenen ve gerçekleşen verimlilik kontrolü gibi birçok özelliği bir arada sunuyor. Swatchloop, tekstilin atık süreçlerini optimize ederek geri dönüşüm oranlarını arttırmayı, atıkları dijitale taşıyarak geri dönüşümde ve atık yönetiminde izlenebilirliği ve sürdürülebilirliği sağlamayı, 2025 yılına kadar Avrupa Birliği'nin uygulanmasında zorunlu tuttuğu atıkların kaynağında tasnifini sistemimiz sayesinde kullanıcılarına sunan bir ekosistem sağlıyor. "Swatchloop uygulaması ile: liften kumaşa, kumaştan aksesuara, teknik tekstillerden kompozit malzemelere kadar aklınıza gelebilecek tüm tekstil atıkları dijital dünyada yer alıyor ve sektördeki üreticilere ve markalara sürdürülebilir atık yönetimi zinciri kurma ve yönetme imkânı sunuyor. Atık, stok ve ikinci kalite ürünlerinin de yer aldığı uygulamada, sektörel atıkların dijitalleşmesiyle firmalar daha çevreci ve sürdürülebilir süreçlere sahip oluyor.

Swatchloop için sürdürülebilirlik ne anlama geliyor? Markanız özelinde sürdürülebilirlikle neyi amaçlıyorsunuz?

Ekip olarak daha yeşil daha temiz bir dünya için sürdürülebilirliğe gönül veriyoruz. Kendimizi tekstil atıklarına karşı savaşan Don Kişot olarak görüyoruz ve girişimimizin kullanımın yaygınlaşmasıyla sürdürülebilir bir dünyaya katkı sağlamayı hedefliyoruz. Önceliğimiz çevreyi en çok





sürdürülebilirlik röportaj



“KARBON EMİSYONLARI AZALTIMINA AİT VERİLERİ SİSTEM ÜZERİNDEN PAYLAŞACAĞIZ”

Swatchloop uygulaması tekstil sektöründe geliştirilmiş ve sektörde yer alan tüm atıkları dijital taşıyarak izlenebilir kılan bir platform olarak hayata geçirildi. Atık geri dönüşüm verilerinin işlenmesi ile birlikte firmaların karbon emisyonları azaltımına ait verileri sistem üzerinden paylaşacağız. Ayrıca atığın dönüştürülük hammadde olarak tekrar kullanımı sayesinde su ayak izi azaltımına ait verileri de kısa vadede sistemimiz üzerinden paylaşmayı hedefliyoruz. Swatchloop uygulamasının 5 yıl içinde tekstil sektörü özelinden çıkıp bu alanda elde edilen tecrübeler ile diğer sektörlerin atık yönetimlerini de dijital taşımayı şeffaf ve izlenebilir kılmayı hedeflemekteyiz.

kirleten sektörler bazında çalışmalarda bulunmak. Geri Dönüşüm, ileri geri dönüşüm, sürdürülebilirlik kavramları tüm sektörlerin süreçleri içinde olmalı ve kapsayıcı olmalıdır. Bugün birçok endüstride bu alanda ciddi çalışmalar yapıldığını görsek de Green Washing (göz boyama, yanıltma) yapan birçok firma mevcut. Bu konu çevremiz ve dünyamız için ciddi konular olduğunu inanıyoruz bu duyarlılıkla bu konuların popülist yaklaşımlarla reklam aracı olarak kullanılmaması için ayrıca mücadele ediyoruz. Konuyu ciddiye alıp kendileri ile birlikte toplumu değiştirmeye çalışan marka ve firmalarımızı yakından takip ediyor ve kendimize örnek alıyoruz. Özellikle son dönemde çok farklı alanlarda (tarım, gıda, su-enerji, elektronik, vd.) ciddi çalışmalar yapan girişimciler ve startupların olması bu ekosistemin büyümesi adına sevindirici ve umut verici olduğunu düşünüyoruz.

2023 için hedefleriniz nelerdir?

Swatchloop; tekstilin atık süreçlerini optimize ederek geri dönüşüm oranlarını arttırmayı, atıkları dijital taşıyarak geri dönüşümde ve atık yönetiminde izlenebilirliği ve sürdürülebilirliği

sağlamayı, 2025 yılına kadar Avrupa Birliği'nin uygulanmasında zorunlu tuttuğu atıkların kaynağında tasnifini sistem sayesinde kullanıcılara sunmayı hedeflemekteyiz. Gelecek vizyonu olarak, tüketim öncesi atıklar için geliştirilen uygulamadan edinilen bilgilerle birlikte 2024 yılı sonunda tüketim sonrası atıkları da dijital taşıyarak tekstilin sıfır atık platformu olmayı, bu hedeflerle çevreye ve insanlığa fayda sağlamayı amaçlamaktayız. Swatchloop'un Tübitak 1512 Yeşil Büyüme Çağrısı'na kabul edilerek desteklendiğini, Kadem İnovasyonda Kadın 2022 ön kuluçka kategorisi ikincisi olarak 150.000 TL ödülü hak kazandığını, Gelecek Vadeden Girişimler Kadın Girişimci kategorisi birincisi, Techxtile Startup Challenge 2022 Level-up ikincisi olduğunu belirtelim.

Swatchloop ile tekstilin atık süreçlerini izlenebilir ve sürdürülebilir bir hale getiriyoruz. Daha yeşil daha temiz bir dünya için tekstilde sürdürülebilirliğe katkı sağlayabilir ve birlikte atıkları daha verimli bir şekilde geri dönüştürebiliriz. Bu yolda bizimle birlikte yürümek isteyen tekstil markalarını, üreticilerini ve geri dönüşüm firmalarını Swatchloop ekosistemine davet ediyoruz.



Kurucu Ortak ve CEO
DR. GÜNEŞ SAYIT





GİRİŞİM EKOSİSTEMİ



RİM KHAZHİN | EyeCheckup kurucu ve CEO

Yapay Zeka Desteği ile Geri Dönüşü Olmayan Göz Hastalıklarına Erken Önlem

EYECHECKUP

"Retinal fotoğraflar üzerinden çoğu hastalıklar için erken tanı konulması ve geri dönüşü olmayan göz hastalıklarına karşı erken önlem alınması" ana fikriyle bir yazılım gerçekleştiren EyeCheckup'ın kurucusu ve CEO'su Rim Khazhin, yerli yapay zeka ile göz tetkik yazılımını geliştiren ilk firma olmanın gururunu yaşadıklarını söylüyor.

EyeCheckup, hangi fikirle, pazarda hangi boşluğu doldurmak üzere kuruldu?

Dünyada bir göz doktorunun ilgilenmesi gereken göz hastalığına sahip kişi sayısı yıllık 35 binin üzerindedir. Gelişmekte olan ülkelerde bu sayılar çok daha fazladır. Dünyada önlenebilir körlük oranı yüzde 80'dir. Hasta sayısının bu kadar fazla olması hastaların göz doktorlarına ulaşmasını zorlaştırmaktadır ve bundan dolayı önlenebilir körlüğe sahip çoğu hasta erken tanı konulamadığı için görme yetisini kaybetmektedir. EyeCheckup, dünyada bir trend hâline gelen yapay zeka desteği ile bu durumu değiştirmeyi mümkün kılıyor. EyeCheckup, retinal fotoğraflar üzerinden çoğu hastalıklar için erken tanı konulması ve geri dönüşü olmayan göz hastalıklarına karşı erken önlem alınması için, göz doktoruna gitmeden ya da doktora gidildiğinde göz taramasından geçirerek önlem almayı ve ön tanılamayı sağlayan bir yazılımdır. Retina görüntülerinden gözün arka kutbunda (nadir rastlanıp tedavi maliyeti yüksek hastalıklar dâhil)

göz hastalıklarına sahip olan hastalara ön tanı koymayı ve böyle hastaları göz doktoruna referans etmeyi hedefler. Yurt dışında İngiltere, İskoçya gibi ülkelerde yapay zeka tetkiki devlet kurumlarında aktif kullanılmaya başlanmışken yerli yapay zeka ile göz tetkik yazılımını geliştiren ilk firma olmanın gururu içerisindeyiz.

İnsanların EyeCheckup'ı tercih etmelerini sağlayan etkenler sizce neler oluyor? Bu bağlamda farklı ve artı olarak neler sunuyorsunuz?

EyeCheckup'ı tercih etmelerinin arkasında birkaç önemli etken bulunuyor. Öncelikle, analiz sonuçlarının hem raporlaştırılması hem de görselleştirilmesi sayesinde kullanıcılar, kararlarını net ve anlaşılır bir şekilde alabiliyorlar. Ayrıca, analiz sonuçlarının hızlı sunulması sayesinde hastalık veya tedavi seyrinin vizitler arasında takip edilmesi mümkün oluyor. Bu özellik, kullanıcıların tedaviye daha etkin bir şekilde dâhil olmalarını sağlıyor. EyeCheckup'ın sağladığı farklılık ve artılara gelirse, genişleyen hastalık



girişim ekosistemi

yelpazesi büyük bir avantaj sağlıyor. Altı ay gibi kısa sürede yeni hastalık tetkikleri eklememiz, kullanıcıların daha çeşitli sağlık sorunlarının erken teşhisine olanak tanıyor. Aynı zamanda, planlarımız arasında bulunan OCT desteği de gelecekte hastalar için daha kapsamlı bir değer sunacak. Son olarak, klinik çalışmalarla başarı oranı kanıtlanmış yapay zeka modeli, güvenilirlik konusunda önemli bir katkı sağlıyor. Bu sayede kullanıcıların EyeCheckup'a olan güvenini artırıyor ve tercih etmelerinin temel nedenlerinden birini oluşturuyor.

İnovasyon kavramının sizdeki karşılığı nedir?

İnovasyon bizim için temel bir öncelik. EyeCheckup'ı geliştirirken, göz sağlığı teknolojisinde yeni bir dönemi başlatmayı amaçladık. İnovasyon, sadece mevcut çözümleri geliştirmek değil, aynı zamanda tamamen yeni yaklaşımlar ve teknolojiler yaratmak anlamına gelir. Biz, hastaların ve sağlık profesyonellerinin ihtiyaçlarını anlayarak, daha hızlı, daha etkili ve daha erişilebilir bir retina muayene deneyimi sunmak için inovasyonu merkezine koyduk. Göz sağlığı alanında sıra dışı bir dönüşüm yaratma hedefimizde, yenilikçi düşünce ve teknolojiyi birleştiriyoruz.

Ürününüz hakkında detaylı bilgi istesek neler söylersiniz? Yeni olarak ne sunuyorsunuz?

EyeCheckup'ı rakiplerinden ayıran en büyük özelliklerinden biri sürekli geliştirilmesidir. EyeCheckup rakipleri arasında en fazla hastalık tespit eden yazılımdır. Ama sadece tetkik etmiyor aynı zamanda bu kararı neden verdiğini görsel olarak destekliyor. Bu görsel destek sayesinde aynı hastanın farklı viziteleri aynı ekranda karşılaştırılabilir şansını tanıyoruz. Ve yine hem görsel hem de yazılı olarak hastalığın ya da tedavinin gidişatı hakkında hekimlere bilgi veriyor. Dünyada genel göz sağlığı taraması için Yapay Zeka destekli ticari bir yazılım yoktur. Bu açıdan EyeCheckup yeni bir ürün başlığında sınıflandırılabilir. Bu özelliği dolayısıyla bir kıyaslama yapmak nispeten zor olsa da benzer rakiplerinden ayrılan özellikleri şöyle sınıflandırılabilir.

Benzer bütün yazılımlar belirli hastalık üzerine uzmanlaşmakta olup halk sağlığı

Yakın zamanda piyasaya sürmeyi planladığımız bir OCT modülü projemiz var. EyeCheckup'a dahil etmeyi planladığımız retinal hastalıklarla analiz ettiğimiz hastalık sayısını artırmayı planlıyoruz. Böylelikle dünyanın ilk multimodal sistemini oluşturma yolunda emin adımlarla ilerliyoruz.



açısından faydası veya ticari getirisi kısıtlıdır. Diğer göz hastalıklarını tanıma projelerden farklı olarak; belirli bir hastalık üzerine uzmanlaşmak yerine, göz fundus fotoğraflarının incelenerek 18 yaş ve üzeri hastalarda sık görülen ilk 4 retina hastalığını tetkik etmekteyiz.

Ayrıca benzer yazılımlar tek bir marka non-mydratic fundus kamera ile optimize edilmişken EyeCheckup üç farklı non-mydratic marka fundus kamera ile optimize edilmiştir.

2023 sonu hedefleriniz nelerdir? Hem Türkiye pazarı hem de yurt dışı pazarlar için belirlemiş olduğunuz stratejiler nelerdir?

2023 sonu için EyeCheckup'ı daha geniş bir kitleye ulaştırma hedefimiz var. Yerel pazarda şu ana kadar birçok kapsamlı projeye imza atarak yapay zeka ile göz tetkikinin, şehir hastaneleri, eğitim araştırma hastaneleri, özel klinikler gibi kurumlarda, büyük kitleler tarafından kullanılmasını sağladık. Sağlık kuruluşları ve hekimler arasında farkındalığı artırarak, hastaların daha fazla erişim sağlamasını amaçlıyoruz. Ayrıca, yerel sağlık sektörü ile işbirlikleri geliştirerek, EyeCheckup'ı daha yaygın bir şekilde kullanılabilir hale getirmek istiyoruz.

Yurt dışı için stratejimiz, uluslararası sağlık standartlarına uygunluk ve yerel gereksinimlere özelleştirilmiş çözümler sunmak üzerine odaklanıyor. Birleşik Krallık'ta The Department for Business and Trade tarafından yürütülen Global Entrepreneur Programme (GEP)'a ve Cambridge Lifesciences Cluster'ta kabul edildik. Bu programlar sayesinde İngiltere'deki faaliyetlerimizi hızlandıracağımıza inancımız tam. Bu sayede, hem Türkiye'de hem de yurt dışında daha fazla kullanıcının göz sağlığına katkı sağlamayı hedefliyoruz.

TİM-TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Birçok farklı alanda projeleri yakından tanıma fırsatı ve danışmanlık hizmetleri için teşekkür ediyoruz. Önümüzdeki süreçlerde daha aktif çalışmalar yürütmeye devam edeceğimize inanıyoruz.



yeni sektörel düzenlemeler

DIŞ TİCARETTE TEKNİK DÜZENLEMELER YÖNETMELİĞİ YAYINLANDI

Dış Ticarete Teknik Düzenlemeler Yönetmeliği, 16 Ağustos 2023 tarihli Resmî Gazete’de yayınlandı. Yönetmeliğin ana ekseninde amacı, “dış ticarete konu ürünlerin güvenli ve ilgili teknik düzenlemelere uygun olmasını sağlamak” şeklinde açıklandı.



16 AĞUSTOS 2023 tarihli Resmî Gazete’de Dış Ticarete Teknik Düzenlemeler Yönetmeliği yayınlandı. Yönetmelik 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 ilişkin

yapılacak işlemlere dair usul ve esasları belirlenmesi amaçlanmaktadır. Yönetmeliğe göre, ihracata konu tarım ve gıda ürünlerinden gerekli görülenlerin mevzuata uygunluk ve ticari kalite denetimleri Bakanlığın bölge müdürlükleri ürün güvenliği denetimleri müdürlüklerinde görevli ticaret denetmenleri tarafından Bakanlıkça belirlenecek usul ve esaslara göre yürütülecek, ihracatçı veya temsilcisi, mevzuata uygunluk ve ticari kalite denetimine tabi ürünlerin ihracatında, ilgili ürün güvenliği



yeni sektörel düzenlemeler

denetimleri müdürlükleri veya servislerine başvuracak. Denetim, en geç yirmi dört saat içinde depo, antrepo veya işleme yerinden denetlemeye en elverişli olanında, ihracatçı veya temsilcisi de hazır bulunmak suretiyle ilgili mevzuatta belirtilen kriterlere göre yapılabilecek. Denetimle görevlendirilenler, denetleyecekleri ürünlerden dört takımı geçmemek üzere ilgili mevzuatında belirtildiği kadar veya Bakanlıkça belirlenecek miktarlarda numune alabilecekler.

Denetim sonucunda yapılacak işlemlerin, ürün fiziki muayene ve gerekli görülen durumlarda laboratuvar analizleri sonucunda mevzuatına uygun bulunduğu takdirde, ticaret denetmenlerinin gerek görülmesi halinde, ambalajların üzerine denetlendiğini gösteren işaret konulması gerektiği belirtilmekte ve aynı zamanda ambalajların sonradan açılmasını önlemek için gerekli tedbir alınması da gerekmektedir. Denetim sonucunda mevzuatına uygun bulunan ürün için ihracatçısına veya temsilcisine, gümrük idarelerine ibraz edilmek üzere, ürünün ilgili mevzuata uygunluğunu belirten uygunluk belgesi verilecek ve uygunluk belgesi elektronik ortamda ya da kâğıt ortamında düzenlenecek. Uygunluk belgesi ile ürün arasındaki bağlantıyı sağlamak için, ambalajlar üzerindeki parti numarası ve diğer resmî işaretler belgelere yazılması gerekmektedir. Avrupa Birliği piyasasına ihraç edilen bir ürünün, bir üye ülke yetkili kuruluşu tarafından uygunsuz olduğunun tespit edilmesi halinde; ikinci fıkra kapsamında yetkili kuruluş tarafından yürütülen piyasa gözetimi ve denetimi sonuçları esas alınacak. Ancak yetkili

kuruluş tarafından herhangi bir sebeple bu ürünlere ilişkin bir tespit yapılamaması halinde ilgili Avrupa Birliği üyesi ülkenin yetkili kuruluşunun ürüne ilişkin tespiti esas alınacak. Avrupa Birliği üyesi ülkeler dışındaki ülkelere ihraç edilen ürünlerin güvenli olması, tağşişe konu olmaması ve ürüne ilişkin işaretleme, etiketleme veya belgelendirmenin alıcıyı yanıltmayacak şekilde yapılması zorunlu olacak.

İthalatta Bakanlık tarafından yürütülen ürün güvenliği denetimleri, Bakanlığın bölge müdürlükleri ürün güvenliği denetimleri müdürlüklerinde görevli ticaret denetmenleri tarafından Bakanlıkça belirlenecek usul ve esaslara göre yürütülecek. İthalat denetimi işlemlerine; ithalatçı veya temsilcisinin Bakanlığa müracaat etmesi üzerine başlanacak ve denetimlerde gerekli görülmesi halinde, test edilmek üzere, denetim birimi tarafından numune alınabilecek. Denetim neticesinde ithalatı uygun bulunan ürünler için ithalatçı veya temsilcisine elektronik sistem üzerinden TAREKS referans numarası verilecek. TAREKS referans numarasının bulunmaması halinde, söz konusu ürünün ithalatına ilgili gümrük idaresince izin verilmeyecek.

Ayrıca, yönetmelik hükümlerine aykırı hareket edenler, sahte belge kullananlar ve belgelerde tahrifat yapanlar hakkında idari para cezalarının etkili, orantılı ve caydırıcı olacak şekilde uygulanmasının esas olacağı belirtildi. 31/12/2003 tarihli ve 25333 üçüncü mükerrer sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Dış Ticarete Teknik Düzenlemeler ve Standardizasyon Yönetmeliği yürürlükten kaldırıldı.

Avrupa Birliği piyasasına ihraç edilen bir ürünün, bir üye ülke yetkili kuruluşu tarafından uygunsuz olduğunun tespit edilmesi halinde; ikinci fıkra kapsamında yetkili kuruluş tarafından yürütülen piyasa gözetimi ve denetimi sonuçları esas alınacak.



Yeni Sektörel Düzenlemeler

ŞEKERDE 2023-2024 DÖNEMİ KOTALARI BELİRLENDİ

2 Ağustos 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 7450 sayılı 2023/2024 Pazarlama Yılı Şeker Kotalarının Belirlenmesine İlişkin Cumhurbaşkanlığı Kararı ile şeker kotaları belirlendi. Buna göre, pancar şekeri A kotası 2 milyon 837 bin 250 ton, B kotası ise pancar şekeri A kotasının yüzde 5’i olarak 141 bin 863 ton olarak belirlendi.

Nişasta bazlı şeker kotası, ülke toplam A kotasının yüzde 2,5’i olan 72 bin 750 ton olarak uygulanacak.

2023/2024 Pazarlama Yılında nişasta bazlı şeker şirketlerince kendilerine tahsis edilen kotaların en az yüzde 50’si glukoz olarak kullanılacak.

LASTİK, PİL VE BİTKİSEL YAĞLARDA GERİ KAZANIM KATILIM PAYI YÜZDE 100 ARTIRILDI

2 Ağustos 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 7449 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile geri kazanım katılım payı tutarları güncellendi. Karar ile araç ve iş makinesi lastikler, aküler, piller, araç bataryaları, madeni ve bitkisel yağlar,

elektrikli ve elektronik eşyalar, plastik, metal, kompozit cam ve ahşap ambalajlardan alınan geri kazanım katılım payı tutarları yüzde 100 oranında artırıldı. Plastik alışveriş torbaları adet başı 38,5 kuruşa yükseltildi.

DEPREM BÖLGESİNDE ESNAF VE SANATKARLARA KULLANDIRILAN HALKBANK KREDİLERİNİN ÖDEMELERİ 6 AY ERTELENDİ

4 Ağustos 2023 tarihli Resmi Gazete’de yer alan 7470 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile Depremler Nedeniyle Zarar Gören Bazı İllerdeki Esnaf ve Sanatkarların, Türkiye Halk Bankası kredi ödemelerinin 6 ay süre ile ertelendiği bildirildi.

Karara göre, karar kapsamındaki esnaf ve sanatkarlardan yaşanan depremler nedeniyle işleri ve/veya işletmesi zarar görenlerin ve/veya faal bir şekilde esnaflık faaliyetini devam ettiremeyenlerin Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifi kefaletiyle veya doğrudan Halkbank’tan 6 Şubat 2023 tarihi ve öncesi tarihlerde kullandıkları düşük faizli kredilerden doğan borçların faiz tahakkuk ettirilmek suretiyle vade tarihinden/taksit vadesinden/hesap devresinden itibaren altı ay süreyle ertelenecek.

6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen depremler nedeniyle zarar gördüğüne dair ilgili kamu idaresinden resmi belge alan esnaf ve sanatkarlar 6 Ağustos 2023 tarihinden itibaren üç ay içerisinde taleplerinin değerlendirilmesi için Bankaya yazılı olarak müracaat edecekleri, tahakkuk edecek faiz tutarının Hazine ve Maliye Bakanlığınca karşılanacağı ve buna bağlı olarak, kredi itfa tablosu doğrultusunda, kalan tüm taksitler de altı ay öteleneceği bildirildi. Karar kapsamında borçları ertelenmiş olan esnaf ve sanatkarlara, talepleri halinde düşük faizli kredi kullandırılmasına ilişkin ilgili kararlar kapsamında Banka tarafından erteleme süresinde düşük faizli kredi açılabileceği ve söz konusu kararlarda ertelemeye tabi borcu bulunanlara kredi açılmasını engelleyen hükümler uygulanmayacağı ifade edildi.



GELECEK İÇİN DEĞER

Türkiye'nin lider sanayi kuruluşlarından biri olarak, yassı çelik sektöründeki uzmanlığımızla yarının ihtiyaçlarına bugünden çözümler üretiliyor, iş ortaklarımızın gelecek hedeflerine değer katıyoruz.



Yeni Sektörel Düzenlemeler

TÜRKİYE-AZERBAYCAN MADENCİLİK İŞBİRLİĞİ ANTLAŞMASI İMZALANDI

4 Ağustos 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 7466 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ve Azerbaycan Cumhuriyeti Hükümeti arasında madencilik alanında işbirliği antlaşmasının onaylandığı bildirildi. Antlaşma ile Türkiye ve Azerbaycan arasında yapılacak işbirliği faaliyetleri şu şekildedir;

- Maden arama, araştırma ve üretiminde yapılan çalışmaların şeffaflığının ve güvenilirliğinin artırılması; maden yataklarının verimli kullanımı ve korunmasına yönelik dünyada kabul gören en iyi uygulamaların incelenmesi,
- Maden kaynaklarının aranması ve jeolojik araştırmalar (jeolojik prospeksiyon, jeolojik haritalama vb.) konularında ortak çalışmalar ve eğitim programları yoluyla bilgi ve deneyim paylaşımı,
- Jeotermal enerji potansiyelinin verimli ve etkin kullanımı alanında bilimsel, teknik ve deneyim alışverişi,
- Tarafların ilgili bilimsel ve devlet kurumları arasında madencilik sektörünün gelişimine ilişkin bilimsel ve endüstriyel istatistikler dahil olmak üzere teknik, teknolojik, bilimsel ve mevzuatsal bilgi alışverişi,
- Maden arama faaliyetleri sonucunda ortaya çıkarılan cevher özelliklerinin ve miktarının uluslararası kabul görececek bir standarda göre belirlenmesine yönelik çalışmalar,
- Madencilik alanında Tarafların ilgili kurum ve kuruluşlarında görev yapan madencilik uzmanlarına yönelik eğitimlerin düzenlenmesi, uzman değişimi yoluyla deneyimlerin paylaşılması,
- Ara-uç ürün tesis teknolojisinin geliştirilmesine yönelik işbirliğinin tesis edilmesi ve ilgili kurumlar kuruluşlar arasında imzalanacak bir üretim paylaşım anlaşması kapsamında metalik madenlere ilişkin ortak çalışmalar yapılması hedeflenmektedir.

MÜCBİR SEBEP HALİ DEVAM EDEN İLLERDE BAZI ALACAKLARA İLİŞKİN BAŞVURU VE ÖDEME SÜRELERİ UZATILDI

8 Ağustos 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 7440 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılmasına Dair 7440 Sayılı Kanun Genel Tebliği ile mücbir sebep hali kapsamında başvuru ve ödeme süreleri düzenlendi.

Tebliğ ile Adıyaman, Hatay, Kahramanmaraş ve Malatya illeri ile Gaziantep ilinin İslahiye ve Nurdağı ilçelerinde mücbir sebep halinin 30 Kasım 2023 tarihine kadar devam etmesine istinaden, bu kapsamda yapılacak borç erteleme başvurularının 29 Şubat 2024 tarihine kadar yapılması ve ödenecek birinci taksitin 31 Mart 2024 (bu tarihin resmî tatile rastlaması nedeniyle 1 Nisan 2024) tarihine, ikinci taksitin 30 Nisan 2024 tarihine kadar ödeneceği, diğer taksitlerin ise takip eden aylarda ödeneceği belirtildi. Tebliğe göre, bu yerlerdeki mükelleflerin yasa kapsamında matrah ve vergi artırımından yararlanmaları için başvuru süresi 29 Şubat 2024; gelir, kurumlar ve katma değer vergisi ile gelir (stopaj) ve kurumlar (stopaj) vergisi tutarlarını ödeme süresi ise 31 Mart 2024 olarak belirlendi. Bu tutarın talep edilmesi hâlinde ilk taksiti 2024 Mart ayından başlamak üzere aylık dönemler halinde 12 eşit taksitte ödenebileceği bildirildi.

Mükelleflerin, KDV stok beyanına ilişkin beyanname ve eki envanter listesinin verilmesine ilişkin tarih, 29 Şubat 2024 olarak tespit edildi. Yapılacak beyan üzerine tahakkuk edecek tutarlar da aynı süre içinde ödenecek. Öte yandan, Adana, Diyarbakır, Elazığ, İslahiye ve Nurdağı ilçeleri hariç olmak üzere Gaziantep, Kilis, Osmaniye ve Şanlıurfa illeri ile Sivas İli Gürün ilçesinde mücbir sebep hali 31 Temmuz 2023 tarihinde sona erdiğinden, bu yerlerde bulunan dairelere 7440 sayılı Kanun kapsamında yapılacak başvuru ve ödemelerin bazı alacakların yeniden yapılandırılmasına dair 7440 sayılı Kanun Genel Tebliğindeki açıklamalara göre yapılması gerektiği ifade edildi.



İŞ İMKANI SUNAN

Istanbul Üniversitesi & UGM
İşbirliği ile Online Uygulamalı
Gümrük ve Dış Ticaret Uzmanlığı
7. Sertifika Programı Başlıyor.



PROGRAM TARİHİ:
16.09.2023 - 15.10.2023



SON BAŞVURU TARİHİ:
14.09.2023



PROGRAM SÜRESİ:
60 Saat



PROGRAMA İLİŞKİN BİLGİLER VE BAŞVURU

sem.istanbul.edu.tr adresinden program detayları ve katılım koşullarına ilişkin bilgileri öğrenebilir, katılım bilgi formunu doldurarak kayıt işlemlerinizi gerçekleştirebilirsiniz.

İLETİŞİM:

Kayıt ile ilgili sorularınız için:

0212 440 17 36

Eğitim program içeriği ile ilgili sorularınız için:

0534 596 79 89

Mahmutbey Mah. 2655. Sk. No: 1-3 Bağcılar / İSTANBUL
Tel: 44 99 81 Web: www.ugm.com.tr Mail: info@ugm.com.tr



Yeni Sektörel Düzenlemeler

DEPREMDEN ZARAR GÖREN SU ÜRÜNLERİ YETİŞTİRİCİLERİNE DESTEK VERİLECEK

16 Ağustos 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Depremden Zarar Gören Su Ürünleri Yetiştiricilik İşletmelerinin Desteklenmesine İlişkin Tebliğ ile depremde zarar gören su ürünleri yetiştiricilerine destek verileceği bildirildi. Tebliğe göre, depremler nedeniyle afet bölgesi ilan edilen illerde il/ilçe tarım ve orman müdürlüğüne hasar tespiti yapılarak kayıt altına alınmış, üretim tesisleri zarar gören ve 6 Şubat 2023 tarihi veya öncesinde SUBİS’e kayıtlı olup yetiştiricilik belgesine sahip su ürünleri yetiştiricilik işletmelerine, bir defaya mahsus olmak üzere, belirtilen esaslar çerçevesinde destekleme ödemesi yapılacaktır. Bir işletmenin desteklemelerden faydalanabilmesi için Bakanlık il/ilçe müdürlükleri tarafından hasar tespit raporu/tutanağı düzenlenmiş olması gerektiği belirtildi.

Tebliğ ile bir işletmenin desteklemeden faydalanabileceği en fazla miktar, işletmenin su ürünleri yetiştiricilik belgesindeki tesis (proje) kapasitesi (ton/yıl) ve kuluçkahane belgesindeki yavru kapasitesi (adet/yıl) için belirtilen mevcut durumdaki kapasite ile sınırlı olacaktır. Desteklemeden yararlanmak isteyen yetiştiricilerin, yetiştiricilik işletmesinin bulunduğu il/ilçe müdürlüğüne müracaat etmeleri, Tebliğ kapsamında istenen belgeleri teslim etmeleri gerektiği belirtildi. Tebliğ kapsamında haksız yere ödemeye neden olanlar ile haksız yere ödemelerden yararlanmak üzere sahte veya içeriği itibarıyla gerçek dışı belge düzenleyen ve kullanıcılar hakkında gerekli idari işlemler yapılarak, hukuki ve cezai sürecin başlatılacağı bildirildi.

PAMUK ÜRETİMİ KAPSAMINDA PEMBEKURT İLE MÜCADELE YÖNETMELİĞİ YAYINLANDI

24 Ağustos 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Pembekurt ile Mücadele Hakkında Yönetmelik ile pamuk üretimi yapılan yerlerde Pembekurt (*Pectinophora gossypiella* Saund.) zararının önlenmesi amaçlanmaktadır. Yönetmelik, Pembekurt ile mücadele kapsamında çırçır prese fabrikalarının, pamuk üreticilerinin, kütlü pamuk, pamuk küspesi ile tohumluk ve yağlık çiğit üretimi ve ticaretini yapanların, pamuk sap ve artıklarını depolayan, işleyen ve/veya hammadde olarak kullanan kişi ve kuruluşların uymakla yükümlü oldukları hususları kapsamaktadır. Buna göre; pamuk yetiştirilen, işlenen, kullanılan ve ticareti yapılan yerlerde fenni temizlik işlemlerinin yapılması zorunlu olacaktır.

Fenni temizlik işlemlerini yapmakla yükümlü bulunanlar;

- Tarım ve Orman Bakanlığınca kabul edilmiş fenni temizlik usullerinden birini uygulamak ve müdürlüklerin vereceği talimat doğrultusunda faaliyetlerini sürdürmek,
- Pamuk ile ilgili tüm faaliyetleri ve sonrasında uygun fenni temizlik işlemlerini 15 Mart tarihine kadar tamamlamak,
- Çırçır prese fabrikaları ile kütlü pamuk, tohumluk ve yağlık çiğit üretimi ve ticaretini yapanların, pamuk sap ve artıklarını depolayan, işleyen ve/veya hammadde olarak kullanan kişi ve kuruluşların her türlü süprüntü, kalıntı ve artıklarını temizlemek, ayrıca zararının bulaşmasını engelleyecek tüm önlemleri güvenli bir şekilde almak, zorunda olacaktır.

Pamuk işleyen, kullanan ve ticaretini yapan yerler, her yıl faaliyete geçmeden önce bağlı buldukları müdürlükten izin almak ve varsa değişiklikleri bildirmek durumunda olacaktır.

GIDA VE TAKVİYE EDİCİ GIDALARDA SAĞLIK BEYANI KULLANIMINA İLİŞKİN YÖNETMELİKTE DEĞİŞİKLİK YAPILDI

23 Ağustos 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile gıda ve takviye edici gıdalarda kullanılacak sağlık beyanları ve beyan koşullarına uyum için tanımlanan geçiş süreci 3 aydan bir yıla çıkarıldı.

Böylece, Yönetmeliğin yayımından önce üretilmiş ancak piyasaya arz edilmemiş ve önceki yönetmelik doğrultusunda sağlık beyanı kullanılan ürünlerin etiketlerinde söz konusu beyanların kullanımı için tanımlanan süre üç aydan bir yıla çıkarılmış oldu.

Ayrıca, Yönetmeliğe göre, 20 Nisan 2023’te yayımlanan 32169 Sayılı Yönetmelikte yer alan sağlık beyanlarının kullanımına ilişkin geçici 1. maddeye, "Ürünlerde ilgili kılavuz eklerinde yer almayan sağlık beyanları kullanılamaz." ibaresi eklendi.



online bilet satın almak için

Siz değerli iş ortaklarımızı
11-14 Ekim tarihlerinde Tüyap İstanbul Fuar ve
Kongre Merkezi'nde gerçekleşecek **İstanbul
Avrasya Ambalaj 28. Uluslararası Ambalaj
Endüstrisi Fuarı**'nda 5. Salon 521 no'lu
standımıza bekleriz.

ambalajın
CAM ZAMANI







Şimdilik sadece 80 ÷lkeye
ihracat yapıyor ve
hızla büyümeye devam ediyoruz.





KURU İNCİR, KURU ÜZÜM VE KURU KAYISI İHRACATI 1 MİLYAR DOLARI AŞTI

Çekirdeksiz kuru üzüm, kuru kayısı ve kuru inciriden 2022-2023 sezonunun geride kalan diliminde yüzde 5 artışla 1 milyar 103 milyon dolarlık ihracat geliri elde edildi. 2022-2023 sezonu 1 Eylül 2022 tarihinde başlayan çekirdeksiz kuru üzüm ihracatı 110 ülkeye ulaştı ve toplam 426 milyon dolar olarak gerçekleşti. Kuru üzüm ihracatı miktar bazında yüzde 2 artarak 251 bin tona ulaştı. 1 Ağustos 2022-31 Temmuz 2023 tarihleri arasında toplam 80 bin ton kuru kayısı karşılığında yüzde 16'lık ivmeyle 435 milyon dolar döviz geliri elde edildi. 2021-2022 sezonunda 4 bin 641 dolara ihraç edilen kuru kayısı, 2022-2023 döneminde 5 bin 403 dolara alıcı buldu.



Türkiye, 7 Ekim 2022-19 Ağustos 2023 tarihine kadar geçen süreçte toplam 67 bin 713 ton kuru inciri 121 ülkeye ihraç ederek, ihracatını toplam 241 milyon dolara taşıdı. Kuru incir ihracatı miktar bazında yüzde 6 artarken değer bazında yüzde 2 yükseliş gösterdi.

Ege İhracatçı Birlikleri verilerine göre; 19 Ağustos 2023 tarihi itibarıyla kuru incir, kuru üzüm ve kuru kayısının 2021-2022 sezonunda 1 milyar 42 milyon dolar olan ihracatı, 2022-2023 sezonunun aynı döneminde yüzde 5 artışla 1 milyar 103 milyon dolara yükseldi.

İMMİB ENDÜSTRİYEL TASARIM YARIŞMALARI ÖDÜL TÖRENİ GERÇEKLEŞTİRİLDİ



İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB) Genel Sekreterliği tarafından 2022 yılında 18'incisi düzenlenen "İMMİB Endüstriyel Tasarım Yarışmaları" ödül töreni; İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB), İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) ortaklığında, Ticaret Bakanlığı, Türkiye İhracatçıları Meclisi ve Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu desteğiyle Türkiye İhracatçıları Meclisi Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirildi. Endüstriyel tasarımın "marka" yarışması haline gelen, "İMMİB Endüstriyel Tasarım Yarışma-

ları" birbirinden değerli ve inovatif projeleri sektöre kazandırdı. 18'incisi düzenlenen tasarım yarışmasının endüstriyel alanda bir ilk olduğunu dile getiren Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkan Vekili ve İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Çetin Tecdelioğlu, "Yarışma, 18 yıldır sürdürülebilir vaziyette katma değerli, rekabet edici, sürdürülebilir, özgün ve modern ürünleri sunmasıyla bir değer yarattı.

Metal sektörüyle ilgili yaratmış olduğu bu değer, katma değerli ürünler olarak da piyasada satılır durumda. Hayata dönmüş yaklaşık onlarca ürünümüz var. Bu başarı hikâyesini, 2022 yılında İDDMİB olarak yüzde 16 gibi bir artış ve 14,4 milyar dolarlık ihracatla da süslemiş olduk.

İhracatımızı daha fazla artırmak daha fazla katma değerli ürün üretmek, dünya sektörlerinin beklentilerini karşılayabilmek için yapmış olduğumuz çalışmalara devam etmekteyiz." dedi.



“FINDIKTA TRABZON’UN ADI DAHA ÇOK ÖNE ÇIKMALI”

Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği Başkan Vekili Ahmet Hamdi Gürdoğan'ın başkanlığında Trabzon'un önde gelen fındık sanayici ve ihracatçıları Mehmet Cirav, Sebahattin Arslantürk ve Tahsin Büyükaydın'ın katılımıyla “Fındık Sektörü Basın Toplantısı” gerçekleşti. Açılış konuşmasını yapan Başkan Vekili Ahmet Hamdi Gürdoğan, “Sektörün duayenleri ile bulduğumuz bu toplantıda fındığın sorunlarını ve geleceğini konuşacağız. Fındık konusunda Trabzon'un biraz gölgede kaldığını görüyoruz ancak Karadeniz'de fındık ihracatının en fazla yapıldığı il Trabzon olarak öne çıkıyor.” diye konuştu. Açılış konuşmasının ardından söz alan DKİB Fındık ve Mamulleri Sektör Komitesi Başkanı Mehmet Cirav, “750 bin hektarlık alanda üretim yapılmasına rağmen 700 bin ton altında üretim miktarı mevcut. Türkiye ortalaması dekar başına 85 kg. Trabzon'da ise dekar başında 50 kg'ı bile bulamıyoruz. 85 kg verimle dünyanın en verimsiz üretimini yapan ülke konumundayız. Verim bu kadar düşükken üreticinin bu üretim miktarları ve desteklerle

bu işi sürdürmesi mümkün değil. Burada sorun üreticide değil yanlış politikalar uygulayan Tarım Bakanlığı'nda. Defalarca bakanlığa gittik, doğrudan gelir desteği değil üretime destek verilmeli dedik ancak bir sonuç alamadık. Dekar başına verilen destek modelinin değişmesi gerekiyor. Üretim potansiyeli 1,5 milyon ton. Rakiplerimizin maliyeti 1-1,5 dolar bandında. Bizde maliyet Ordu-Trabzon arasında 2 dolar. Fındığa verilen 3 dolarlık fiyatın yüzde 70'i masraflara gidiyor zaten. Devletin verimi artırmak için kalıcı çözüm bulması elzem. 80 lira 100 lira taban fiyatla bu iş çözülmez.” diye konuştu.



KİMYA SEKTÖRÜNDEN TEMMUZ'DA 2,15 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre, Türkiye'nin ihracatı temmuz ayında geçen yıl aynı döneme göre yüzde 8,4 artışla 20,1 milyar dolar oldu. Temmuz ayında en çok ihracat yapan ikinci sektör kimya ise 2,15 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Kimya sektörünün Temmuz ayı ihracat rakamlarını değerlendiren İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı

Adil Pelister, “Temmuz ayında kimya sektörümüz 2,15 milyar dolarlık ihracat ile en çok ihracat yapan ikinci sektör oldu. Geçen yıla kıyasla ihracatımızda yüzde 25'lik gerileme söz konusu. İlk yedi aylık dönemde ise ihracatımız 16,7 milyar dolar oldu.

Küresel talepteki durgunluk devam ediyor. Bu yıl dünya ekonomisi için büyüme oranı geriye çekilerek yüzde 3 olarak revize edildi. Sektörümüzle ilgili emtia ve petrol fiyatları yine geçen yıla göre düşük seyrediyor. Bu gelişmeler elbette sektör ihracatımızı olumsuz etkiliyor. İhracatımızı ve rekabetçiliğimizi etkilen önemli konulardan biri enflasyon ve kur dengesi. Kimya sektörümüz hammadde bakımından yüzde 70 oranında dışa bağımlı durumda. Bu oran plastikler ve mamullerinde yüzde 90'a kadar çıkıyor. Dolayısıyla dövize ihtiyacımız diğer sektörlerle göre daha fazla olabiliyor. Bu açıdan döviz kurunun yükselmesi, reeskont kredilerinde döviz bozurma zorunluluğunun kaldırılması ve finansmana ulaşımında Eximbank'ın sermayesinin artırılması kararlarını ihracatçılar olarak olumlu karşıladık.” dedi.



METAL SANAYİ İHRACAT ENDEKSİ TEMMUZ AYI SONUÇLARI AÇIKLANDI

İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB), sektörün ihracat artış oranları ile bir sonraki ay beklentisinin de yer aldığı "Metal Endeksi"nin Temmuz ayı sonuçlarını açıkladı. Her ayın 8'inde saat 10.30'da düzenli olarak açıklanacak endeksin Temmuz ayı sonuçlarına göre dış ve iç pazarda hissedilir bir yavaşlama olduğuna dair işaretlerin olduğu, ihracat sonuçları ve ihracatçılar ile yapılan anket sonuçlarının yavaşlamayı öne çıkaran ve örtüşen verileri ortaya koyduğu belirtildi.

Endekste yer alan sonuçlara göre; Temmuz ayında yurt dışında sıkı para politikalarının etkisi ile talepte yavaşlamaların daha belirgin hâle geldiği, Temmuz ayında büyük merkez bankalarının hem faiz oranlarını arttırdıkları hem de yeni faiz artışlarının önünü açık bıraktıkları belirtildi.

Sıkılaşmaya bağlı olarak endeks döneminde görülen en hissedilir talep yavaşlamalarından biri ortaya çıktı. Küresel Sanayi PMI verilerinde de temmuz ayında ABD, Euro bölgesi ve Çin'de sanayi PMI'ları daralma aralığında kaldı.



Metal sanayi ihracat miktar endeksinin yılın ikinci yarısına düşüş ile başladığı, Haziran ayında çalışma gün sayısındaki azalma ile düşen miktar endeksinin, Temmuz'da ihracat pazarlarındaki zayıflama ile gerilediği ifade edildi. Temmuz ayında miktar endeksi 134,51 puandan 123,21 puana indi. Talep tarafında zayıflama daha çok hissedilirken, miktar endeksi 2020 yılı aralık ayı seviyesine geri döndü.

KIRAZ İHRACATINDA REKOR



Türkiye'nin üretiminde dünya lideri ve ihracatta güçlü bir oyuncu olduğu kirazda ihracat rekora koşuyor. 2023 yılı 200 milyon dolarlık kiraz ihracatı hedefi geçildi. 2023

sezonunda 4 Ağustos tarihine kadar olan dönemde kiraz ihracatı yüzde 54 artışla 205 milyon dolara ulaştı. Ege İhracatçı Birlikleri verilerine göre; Türkiye, 2023 sezonunda, 4 Ağustos tarihine kadar 75 bin ton karşılığında 205 milyon dolarlık kiraz ihraç etti. Geçen yılın aynı dönemindeki ihracatımız ise 57 bin ton karşılığında 133 milyon dolardı.

Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkan Yardımcısı Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Hayrettin Uçak, "Geçtiğimiz yıla göre çok daha verimli ve bereketli bir kiraz sezonu geçiriyoruz. Geçen yıl 57 bin ton kiraz ihracatı gerçekleştirmiştik, bu sene 75 bin tona ulaştık. 2023 yılında Türk kirazı miktar bazında yüzde 32, değer bazında yüzde 54 ihracat artışı gösterdi. 54 farklı ihraç pazarına ulaştık, 34 ülke ve bölgeye ihracatımızı artırmayı başardık." dedi.



HUBUBAT SEKTÖRÜ EN ÇOK İHRACAT YAPAN DÖRDÜNCÜ SEKTÖR

Hububat ve bakliyatı ihracat ivmesi artarak devam ediyor. Hububat sektörünün Türkiye geneli temmuz ayı ihracatı geçen yılın aynı ayına oranla yaklaşık yüzde 70 artış ve 1 milyar 398 milyon dolarla tarihi rekora imza attı. Hububat bakliyat sektörü temmuz ayında 4 puan yükselerek en çok ihracat gerçekleştiren dördüncü sektör oldu. İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İHBİR) temmuz ayı ihracatı ise yüzde 19,20 artışla 257 milyon dolara yükseldi.

Açıklanan rakamları değerlendiren İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İHBİR) Yönetim Kurulu Başkanı Kazım Taycı, "Fuar faaliyetlerimize, satın alma heyetlerimize sektörel ziyaretlerimize devam etmekteyiz. Sektörde pazar çeşitliliğimizin fazla olması bizim önemli avantajlarımızdan bir tanesi. Şu anda yaklaşık 200 ülkeye aktif

ihracat gerçekleştirmekteyiz. Temmuz ayında ihracatta gerçekleşen yaklaşık yüzde 70'lik artış çalışmalarımızın meyvesini toplamaya başladığımızın en önemli göstergesi. Yıl sonu hedeflerimize ulaşmak için bir elimizde bavalumuz, diğer elimizde üretmekte olduğumuz ürünlerin numuneleriyle dünyanın farklı farklı ülkelerini, karış karış gezmeye devam edeceğiz." dedi.



OTOMOTİVDEN 34 MİLYAR DOLARLIK HEDEF İÇİN SAĞLAM ADIMLAR



Türkiye'nin temmuz ayı ihracatı yüzde 8,4 artışla 20,1 milyar dolar olurken, otomotiv endüstri ise bu ayda Türkiye ihracatından yaklaşık 4 kat fazla büyüyerek yüzde 33,2'lik artışla 2,7 milyar doları aşkın ihracata imza attı. Uludağ Otomotiv Endüstri İhracatçıları Birliği (OİB) verilerine göre, Ocak-Temmuz dönemi otomotiv endüstrisi ihracatı da yüzde 16'lık artış kaydederek 20,1 milyar dolara ulaştı. Temmuz ayına ilişkin

verileri değerlendiren OİB Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik, "Türkiye ihracatında 2006-2021 yılları arasında 16 yıl boyunca kesintisiz ihracat şampiyonu olan Türk otomotiv sektörü olarak, gerek temmuz ayında gerek yılın 7 aylık döneminde elde ettiğimiz başarılı sonuçlarla sektör bazındaki liderliğimizi sürdürüyoruz. Sektörümüz temmuz ayında Türkiye ihracatından yüzde 15,5'lik pay alırken, Ocak-Temmuz döneminde aldığımız pay yüzde 16 oldu. Temmuz ayında en dikkat çekici artışlar otobüs minibüs midibüs, binek otomobiller ve çekiciler ihracatında olurken, ülke bazında Almanya'ya yüzde 29, Fransa'ya yüzde 127, İtalya'ya yüzde 49, Polonya'ya yüzde 90, İspanya'ya yüzde 96'lık ihracat artışları sağladık." dedi.

Tedarik endüstrisi ihracatının Ocak-Temmuz döneminde geçen yıla göre yüzde 11 artarak 8 milyar 242 milyon dolar olduğu bilgisini veren Çelik, sözlerini şöyle sürdürdü: "Endüstrinin tüm otomotiv ihracatından aldığı pay ise yüzde 41,1'e ulaştı. Bu dönemde binek otomobiller ihracatı yüzde 23, otobüs minibüs midibüs ihracatı yüzde 67, çekiciler ihracatı yüzde 62 arttı".



MOSTRA CONVEGNO EXPOCOMFORT 2024 TANITIMI İSTANBUL'DA YAPILDI

İklimlendirme, yapı tesisatı ve yenilenebilir enerji alanlarında dünya çapında bir etkinlik olan Mostra Convegno Expocomfort (MCE) Fuarı'nın 2024 yılı tanıtım toplantısı İtalya Büyükelçiliği'nin himayesinde İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB), İtalyan Ticaret ve Sanayi Odası Derneği ve RX Italy yönetici ve yetkililerin katılımı ile İtalya Başkonsolosluğu'nda yer alan Venedik Sarayı'nda gerçekleştirildi.

Lansman toplantısında konuşma yapan İSİB Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Şanal, fuarın Türk İklimlendirme Sektörü için çok önemli bir yapı taşı olduğunu belirterek şunları söyledi: "Türkiye ve İtalya arasında sektörümüzün 1,2 milyar dolarlık ticaret hacmi iki ülkenin oluşturduğu yıllar içerisinde sağlanan doğru politikaların ve ilişkilerin bir karşılığı. MCE Fuarı, İklimlendirme sektöründe dünyanın en önemli fuarından biri.

Türkiye'nin partner ülke unvanı ile yer aldığı 2022 yılındaki fuarda, Türkiye 136 firma ile en çok yabancı katılım sağlayan ülke oldu. Avrupa Birliği'nin sera



gazı emisyonlarını azaltma, yenilenebilir kaynakların nihai enerji tüketimindeki payı ve enerji verimliliğini artırma konusundaki önümüzdeki beş yıllık hedeflerine hizmet edecek olan MCE Milano 2024 Fuarı'nda da sektörümüzü oluşturan tüm firmalarımız ve paydaşlarımızla güçlü bir şekilde yer alacağız."

TÜRK İHRACATÇILAR BREZİLYA VE ŞİLİ'DEYDİ



Ticaret Bakanlığı koordinasyonu, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği (İTKİB) organizasyonunda 6-12 Ağustos 2023 tarihleri arasında Brezilya (Sao Paulo) ve Şili'yi (Santiago) kapsayan

Genel Nitelikli Ticaret Heyet organizasyonuna imza atıldı. Ticaret Bakanlığı'nın coğrafi olarak uzak ülkelerle her sektör ve alanda karşılıklı ticari ilişkilerimizi köklü şekilde geliştirmeyi amaçlayan "Uzak Ülkeler Stratejisi" kapsamında düzenlenen heyete; Tekstil ve Hammaddeleri, Kimyevi Maddeler ve Ürünleri, Gıda, Hububat ve Bakliyat, Kuru ve Yaş Meyve, Kimyevi Maddeler, Demir ve Demir Dışı Metaller, Elektrik-Elektronik, Madencilik ve Ürünleri, Halı, Ayakkabı ve Mobilya sektörlerinde faaliyet gösteren 25 firmadan 42 Türk ihracatçı firma temsilcisi katılım gösterdi.

Katılımcı firmalar tarafından; heyetin Brezilya ayağında 46 alıcı firmayla 169 iş görüşmesi gerçekleştirirken Şili ayağında ise 60 Şilili firma ile 180'den fazla ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi.



YÜKSEK PERFORMANS
HER KOŞULDA



İHRACAT RAKAMLARI

2023 YILI AĞUSTOS AYI İHRACATI
21,6 MİLYAR DOLAR OLDU.

2022 YILINA GÖRE 2023 AĞUSTOS
AYI İHRACATI YÜZDE 1,6 ARTTI.

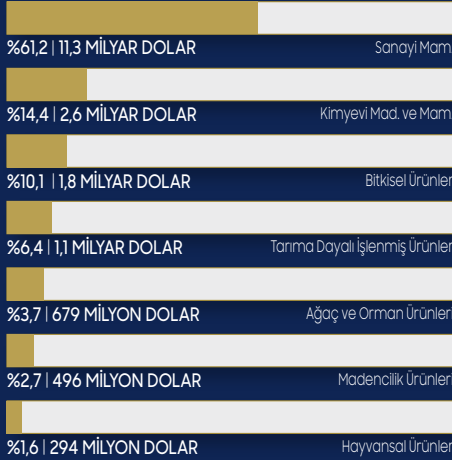
2023 YILI AĞUSTOS AYINDA
25 SEKTÖR İHRACATINI ARTIRDI.

1.472 FİRMA AĞUSTOS AYINDA İLK
KEZ İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ.

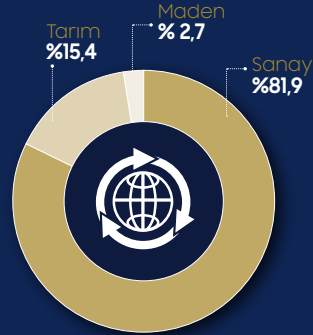


- ALMANYA 1,511 Milyar Dolar
- ABD 1,099 Milyar Dolar
- BİRLEŞİK KRALLIK 980 Milyon Dolar
- İRAK 842 Milyon Dolar
- FRANSA 805 Milyon Dolar
- İTALYA 788 Milyon Dolar
- RUSYA FEDERASYONU 767 Milyon Dolar
- İSPANYA 700 Milyon Dolar
- HOLLANDA 673 Milyon Dolar
- ROMANYA 513 Milyon Dolar

ALT ÜRETİM GRUPLARININ 2023 YILI AĞUSTOS AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

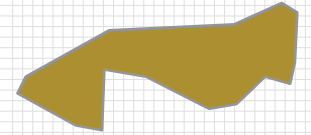


ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2023 YILI AĞUSTOS AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

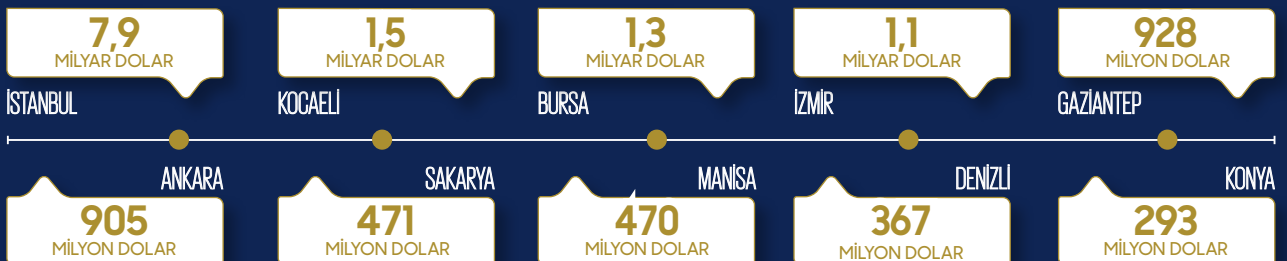


2023 YILI AĞUSTOS AYINDA İL BAZINDA EN DİKKAT ÇEKEN İHRACAT ARTIŞI

YALOVA
%4032,5



İLLERE GÖRE 2023 YILI AĞUSTOS AYI İHRACAT DAĞILIMI



SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1.000 \$

SEKTÖRLER	1-31 AĞUSTOS				1 OCAK - 31 AĞUSTOS			
	2022	2023	DEĞİŞİM (23/22)	PAY (23) (%)	2022	2023	DEĞİŞİM (23/22)	PAY (23) (%)
I. TARIM	2.759.813	2.854.240	3,4	15,4	21.467.355	22.526.820	4,9	15,7
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.705.996	1.880.743	10,2	10,1	13.320.528	14.972.671	12,4	10,4
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	993.088	1.158.613	16,7	6,2	7.218.288	8.019.315	11,1	5,6
Yaş Meyve ve Sebze	154.823	157.799	1,9	0,9	1.765.764	2.050.710	16,1	1,4
Meyve Sebze Mamulleri	235.789	222.874	-5,5	1,2	1.548.647	1.482.002	-4,3	1,0
Kuru Meyve ve Mamulleri	105.840	116.028	9,6	0,6	933.148	941.352	0,9	0,7
Fındık ve Mamulleri	90.782	92.132	1,5	0,5	1.007.774	1.059.597	5,1	0,7
Zeytin ve Zeytinyağı	29.111	42.576	46,3	0,2	245.812	688.774	180,2	0,5
Tütün	88.413	83.292	-5,8	0,4	502.875	631.062	25,5	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	8.151	7.429	-8,9	0,0	98.219	99.859	1,7	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	323.037	294.518	-8,8	1,6	2.691.666	2.288.646	-15,0	1,6
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	323.037	294.518	-8,8	1,6	2.691.666	2.288.646	-15,0	1,6
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	730.780	678.979	-7,1	3,7	5.455.161	5.265.502	-3,5	3,7
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	730.780	678.979	-7,1	3,7	5.455.161	5.265.502	-3,5	3,7
II. SANAYİ	15.249.782	15.204.179	-0,3	81,9	122.905.817	117.499.750	-4,4	81,7
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.249.588	1.185.960	-5,1	6,4	10.003.885	9.317.593	-6,9	6,5
Tekstil ve Hammaddeleri	834.420	782.741	-6,2	4,2	6.946.283	6.287.925	-9,5	4,4
Deri ve Deri Mamulleri	190.885	168.797	-11,6	0,9	1.323.306	1.328.869	0,4	0,9
Hali	224.284	234.421	4,5	1,3	1.734.296	1.700.799	-1,9	1,2
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2.921.051	2.665.454	-8,8	14,4	22.687.734	19.470.715	-14,2	13,5
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.921.051	2.665.454	-8,8	14,4	22.687.734	19.470.715	-14,2	13,5
C. SANAYİ MAMULLERİ	11.079.142	11.352.765	2,5	61,2	90.214.197	88.711.442	-1,7	61,7
Hazır giyim ve Konfeksiyon	1.836.867	1.674.160	-8,9	9,0	14.237.445	13.220.254	-7,1	9,2
Otomotiv Endüstrisi	2.264.567	2.738.980	20,9	14,8	19.563.280	22.801.643	16,6	15,9
Gemi, Yat ve Hizmetleri	77.395	304.431	293,3	1,6	799.748	1.182.254	47,8	0,8
Elektrik ve Elektronik	1.253.656	1.402.246	11,9	7,6	9.614.063	10.592.582	10,2	7,4
Makine ve Aksamları	848.009	976.163	15,1	5,3	6.528.799	7.334.716	12,3	5,1
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.131.632	1.067.448	-5,7	5,8	9.920.800	8.563.126	-13,7	6,0
Çelik	1.804.278	1.351.817	-25,1	7,3	15.229.098	9.685.966	-36,4	6,7
Çimento Camı Seramik ve Toprak Ürünleri	473.866	395.719	-16,5	2,1	3.718.156	3.156.707	-15,1	2,2
Mücevher	500.628	460.344	-8,0	2,5	3.567.764	4.007.906	12,3	2,8
Savunma ve Havacılık Sanayii	333.532	376.127	12,8	2,0	2.583.060	3.410.444	32,0	2,4
İklimlendirme Sanayii	544.492	605.330	11,2	3,3	4.363.579	4.755.844	9,0	3,3
Diğer Sanayi Ürünleri	10.221	0	-100,0	0,0	88.406	0	-100,0	0,0
III. MADENCİLİK	593.090	496.750	-16,2	2,7	4.436.483	3.774.739	-14,9	2,6
Madencilik Ürünleri	593.090	496.750	-16,2	2,7	4.436.483	3.774.739	-14,9	2,6
TOPLAM (TİM*)	18.602.664	18.555.169	-0,3	100,0	148.809.655	143.801.308	-3,4	100,0
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	2.673.166	3.064.075	14,6	14,2	16.692.746	21.105.426	26,4	12,8
GENEL İHRACAT TOPLAMI	21.275.850	21.619.243	1,6	100,0	165.502.401	164.906.734	-0,4	100,0

BİRLİK ADRESLERİ



Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Limonluk Mah. Vali Hüseyin
Aksay Cad. No: 4 Yenışehir/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
Genel Sekreter Yrd.: Osman Erşahan
Genel Sekreter Yrd.: H. Okan Şenel



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.: Uzeyir Işık



Batı Akdeniz İhracatçı 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.: Ümit Sezer



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: Doğuş Tozanlı
Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir
Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay



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



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 Vurdu
Genel Sekreter Yrd.: Coşkun Kıriloğlu
Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı
Genel Sekreter Yrd.: Aydın Yılmaz



Doğu Anadolu İhracatçı 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



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
Genel Sekreter Yrd.: Çağrı Öztürk



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



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



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



Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Ceyhun Atuf Kansu Cad. No: 120 Balgat/Ankara
Tel: 0 312 447 27 40 (5 Hat) Faks: 0 312 446 96 05
E-Posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr
Web Adresi: www.oaib.org.tr
Genel Sekreter: Musa Demir
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.: Birgül Palat

Genel Sekreter Bilal Bedir
Genel Sekreter Yrd. Dr. Kübra Ulutaş
Genel Sekreter Yrd. Yiğit Tufan Eser
Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş
Genel Sekreter Yrd. Funda Özgüleş Yüceer

Dış Ticaret Kompleksi
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3
B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL
444 0 846 (TİM)
tim@tim.org.tr • tim.org.tr



Modern & Güçlü filosu ile,
Römorkörcülük ve Kılavuzluk Hizmetlerinde
45 yıllık Sanmar deneyimi



sanmar.com.tr

Şimdi dünyada ne görseniz;

İSTANBUL'DAN

Nairobi ✈ İstanbul ✈ Tokyo

Dünyada en çok noktaya uçan hava kargo markası
Turkish Cargo ile yılda 2 milyon tondan fazla kargo
SMARTIST'ten dünyaya taşınıyor.



DÜNYANIN
LOJİSTİK
MERKEZİ



TURKISH CARGO
SMARTIST