

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ RESMİ YAYIN ORGANI

TİMREPORT

173 | TEMMUZ 2019



İHRACATIN
GURUR TABLOSU

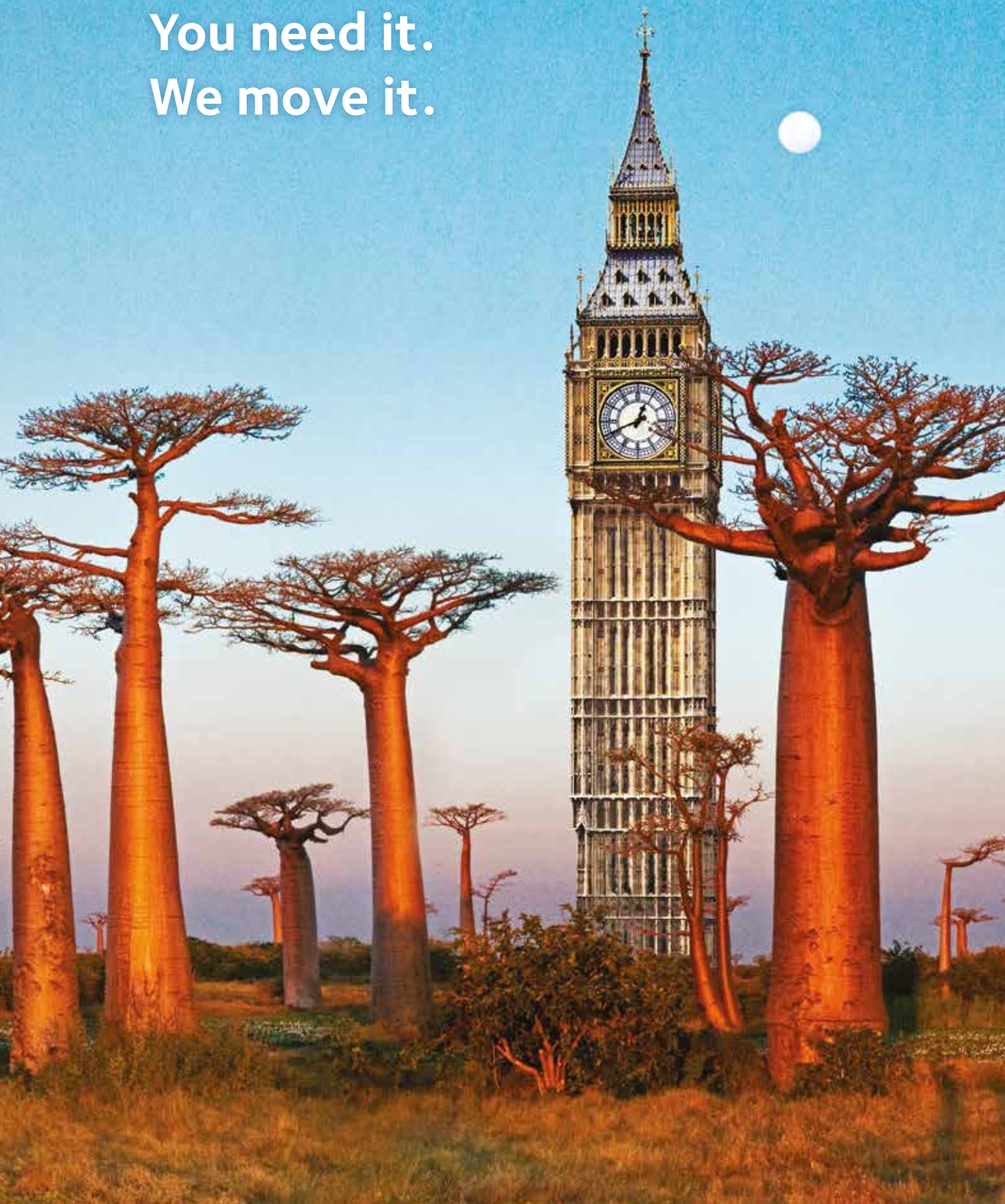
İLK 1000

TÜRKİYE'NİN İLK BİN İHRACATÇI FİRMASI

■ TİM'İN 26'NCI OLAĞAN GENEL KURULU YAPILDI

■ TÜRK MUTFAĞININ DÜNYA TURU

You need it.
We move it.





İş fırsatlarına ulaşarak büyüme ve genişlemenin yolunu açın. Yeni pazarlara, bölgelere, iş segmentlerine, ülkeler, hatta kıtalara, yenilikçi ulaştırma ürünleri ve akıllı lojistik çözümler ile ulaşın.

DSV olarak Dünya genelinde seksenden fazla ülkede, şirketinize yeni ilişkiler kurmak ve müşterilerinizin beklentilerini karşılamak üzere hazırız.

Bilgi için:
www.tr.dsv.com
veya 444 4 378

DSV

Global Transport and Logistics

İÇİNDEKİLER



8 GENEL KURUL

TİCARET DİPLOMASİSİNİN
AMİRAL GEMİSİ: TİM



16 İLK 1000 ÖDÜL

İHRACATIN İLK BİNİ BELLİ OLDU



42 MARKA VE PATENT

MARKANI KORU



50 GASTRONOMİ

TÜRK MUTFAĞININ DÜNYA TURU

22 İHRACAT

Her ay yeni bir rekora devam

24 DÜNYA

Ticaret savaşını durdurabilecek
güç: Nadir Toprak Elementleri

32 RÖPORTAJ

Döviz riski korunmasında
yeterince dikkatli değiliz

38 RÖPORTAJ

Bir Unicorn'umuz bile yok

58 COĞRAFI ÜRÜN

Toros Dağları'nın ikramı
Ereğli Beyaz Kirazı

60 GEZİ ŞEHİR

Beyaz Gecelerde Tekne Turu:
Sankt Petersburg

66 İŞ FORUMU

Irak ile hedef
20 milyar dolar ticaret

88 TTM

Dubai Mobilya TTM açılıyor

90 DÜNYA

Barcelona ve Brexit
kiskacında İspanya

SAHİBİ:
TİM adına Başkan
İsmail Güllü

YAYIN KURULU:
Mehmet Fatih Bilici
Enise Didem Elmas
Mustafa Kamar
Şahin Oktay
Senem Sanal Sezerer

YÖNETİM YERİ:
Sanayi Caddesi Dış Ticaret Kompleksi
Yeni Bosna-İstanbul
T: (212) 454 04 71 F: (212) 454 04 13
www.tim.org.tr

YAYIN TÜRÜ:
Sürekli yerel dergi

YAPIM:


küçük mucizeler
—yayıncılık ve iletişim—

GENEL YAYIN YÖNETMENİ:
Erkan Ersöz
erkanersoz@kucukmucizeler.com

EDİTÖRLER:
Bülent Onur Şahin
bulent@kucukmucizeler.com
Cenk Sarıoğlu
cenk@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM:
Muhammed Akdeniz
muhammed@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAF:
Berkay Yalçınkaya
berkay@kucukmucizeler.com

REKLAM DİREKTÖRÜ:
Özgür Hasçelik
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

ADRES:
Küçük Mucizeler Yayıncılık ve İletişim
Hizmetleri Ltd. Şti. Darülaceze Cad. BİS
İş Merkezi
A Blok No: 31 K: 6 D: 63 Şişli-İstanbul
T: (212) 211 68 53
F: (212) 211 56 54

BASKI VE CİLT:
Karakış Basım
Maltepe Mah. Litros Yolu Cad. 2.
Matbaacılar Sit. No:1B1F
Zeytinburnu/İstanbul

Timreport, TİM üyelerine ücretsiz olarak
dağıtılır. Alıntı yapılması yazılı izne bağlıdır.



ATAKAŞ

ÇELİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Geleceği birlikte üretiyoruz!

Sürdürülebilir bir gelecek için
yatırımlarımıza devam ediyoruz.



ATAKAŞ ÇELİK SAN. VE TİC. A.Ş.

Yenişehir Mah. Şht. Yzb. Ali Öğuz Blv.
No:169 Payas-HATAY

☎ 0 (326) 755 24 04

☎ 0 (530) 445 64 00

☎ 0 (326) 755 75 00

www.atakas.com.tr

MİSYONUMUZ 7/24 İHRACAT, VİZYONUMUZ İHRACAT 4.0



İSMAİL GÜLLE

TİM Başkanı

TİM'in yeni yönetimi olarak görevi devralmamızdan bu yana geçen bir yıllık dönemde, küresel ölçekte yaşanan pek çok zorlu gelişmeye rağmen, bütünüyle ihracatçımıza ve ihracat süreçlerinin iyileştirilmesine odaklandığımız bir çalışma temposu yakaladık. Bu kısa süre içerisinde, 83 bini aşan ihracatçımızın hem desteğini, hem de beklentilerini her daim hissederek, öncelikle "dijitalleşmeye" ağırlık verdiğimiz bir yıl geçirdik. Yeni yönetim olarak ortaya koymuş olduğumuz "İhracat 4.0" vizyonunu, "5G", yani 'Güçlü Türkiye, 'Güçlü Ekonomi', 'Güçlü

dijital ihracat süreçlerini daha da iyileştirerek, '7/24' esasına dayalı, ihracatçımızı mesai saatlerine bağımlı kılan sistemi değiştirmeye odaklanarak, temel hedefimizi "Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye" olarak tanımladık. Cumhuriyetimizin 95'inci yılında, ihracat ekosistemine katkı sağlayacak yeni bir mimarinin de temellerini attık. TİM'i artık ihracat rakamları açıklayan bir kurum olmanın ötesinde, küresel ticaret verilerinin geniş kapsamlı analizini yapan, akademik derinliğe haiz pazar ve ürün araştırmaları hazırlayan, 'TİM Tank' modeliyle ihracatçımıza yol haritası sunan, ihracatımızın küresel algısını güçlendirecek çalışmalar yürüten bir düşünce kuruluşu olmaya dönüştürüyoruz.

KÜRESEL TİCARETTEKİ BİRÇOK ZORLUĞA VE CUMHURİYET TARİHİMİZDE KARŞILAŞTIĞIMIZ EN BÜYÜK FİNANSAL SALDIRIYA RAĞMEN, REKORLAR İLE KAPATTIĞIMIZ 2018 YILININ BAŞARISINI 2019 YILININ İLK BEŞ AYINDA DA SÜRDÜRMEDE BAŞARILI OLDUK. İHRACATÇIMIZIN YAKALADIĞI BU BAŞARIYI KALICI KILMAK ADINA, 2019'U 'SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE YENİLİKÇİLİK YILI' İLAN ETTİK.

İhracat', 'Güçlü İnsan Kaynakları' ve 'Güçlü Altyapı ve İhracat Ekosistemi' olarak tanımladık.

İhracatımızın bugün ve geleceği adına, hem konvansiyonel, hem de

Küresel ticaretteki birçok zorluğa ve Cumhuriyet tarihimizde karşılaştığımız en büyük finansal saldırıya rağmen, rekorlar ile kapattığımız 2018 yılının başarısını 2019 yılının ilk beş ayında da sürdürmede başarılı olduk. İhracatçımızın yakaladığı bu başarıyı kalıcı kılmak adına, 2019'u 'Sürdürülebilirlik ve Yenilik Yılı' ilan ettik. Bu nedenle, yeni web sayfası

TİM'İ ARTIK İHRACAT RAKAMLARI AÇIKLAYAN BİR KURUM OLMANIN ÖTESİNDE, KÜRESEL TİCARET VERİLERİNİN GENİŞ KAPSAMLI ANALİZİNİ YAPAN, AKADEMİK DERİNLİĞE HAİZ PAZAR VE ÜRÜN ARAŞTIRMALARI HAZIRLAYAN , 'TİMTANK' MODELİYLE İHRACATÇIMIZA YOL HARİTASI SUNAN, İHRACATIMIZIN KÜRESEL ALGISINI GÜÇLENDİRECEK ÇALIŞMALAR YÜRÜTEN BİR DÜŞÜNCE KURULUŞU OLMAYA DÖNÜŞTÜRÜYORUZ.

tasarımı ve içeriği, yepyeni TİM akıllı cihaz uygulaması ve ALO TİM (444 0 846) projelerimizi tamamlama aşamasına geldik.

İhracatta "Sürdürülebilirlik ve Yenilik Yılı" ilan ettiğimiz bu sene; bilhassa Ocak ayından itibaren Ticaret Bakanlığımız ve Hazine ve Maliye Bakanlığımızın destekleri ile gerçekleştirdiğimiz reform niteliğindeki yenilikler ile başladı. İhracatımızın "Genel Ticaret Sistemi" altında hesaplanmaya başlanması, "Yolcu Beraberinde İhracatın" yasal düzenlemesinin tamamlanması, "Kâğıtsız İhracat Uygulaması" ve "Transit Araç Programı" sayesinde gümrüklerde dijital dönüşüm sürecinin hız kazanması, ihracatımıza gelecekte de ivme kazandıracak.

İhracatta geleceğin hikâyesini bugünden yazabilmek için, günün gerçeğini tüm saflığı ile idrak ederek, ihtiyaçlarımızı ve avantajlarımızı iyi bilmeliyiz. Bugün hayatımızın her alanına entegre olmaya başlayan dijital dönüşüm ve sebep olduğu yıkıcı inovasyon, üretimden finansa gelişen yapay zeka, nesnelere interneti ve

blokzincir teknolojileri ile bizlere yeni bir geleceğin haberciliğini üstleniyor. Bu durumun iyi idrak edilebilmesi adına bu sene 101 yerli ve yabancı konuşmacı ile 40 bin ziyaretçiyi ağırlayan Türkiye İnovasyon Haftası'nda da katma değerli üretim ve ihracatımızdaki "yüksek teknoloji ürünlerin" payına sürekli vurgular yaptık.

TİM artık Türkiye'de girişimcilik ve inovasyon denildiğinde ilk akla gelen kurumlardan birisi haline geldi. Üniversite-sanayi işbirliği kapsamında yürüttüğümüz iki projeden ilki olan İnovaTİM ailesi 2.950 kişiye ulaşıırken, yedinci dönemine başlamış olduğumuz İnoSuit programımıza başvuran firma sayımız 324'e ulaştı. Girişimciliğin Türkiye'nin tüm bölgelerine yayılabilmesi adına başlattığımız "TİM-TEB Girişim Evleri" projemiz ise, bugüne kadar yetiştirdiği 850'yi aşkın girişimci ile 10 ilimizde faaliyet göstermeye, yeni ürünlere ve fikirlere ev sahipliği yapmaya devam ediyor.

Türkiye ekonomisinin en güçlü sacayaklarından birisi olan ihracatı daha da ileriye taşıma motivasyonu

ve "Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye" hedefi ile üstlendiğimiz bu görevde, hiç şüphesiz ihracatçılarımızın ve hükümetimizin çok ciddi emek ve desteği bulunmakta. Gerçekleştirdiğimiz iki "Delegeler Çalıştayı" ve "TİM Bölge Meclisleri" ihracatçılarımızın sorunlarını birinci ağızdan yetkililere duyurabilmelerinde çok büyük rol oynadı. Bu toplantılar sayesinde yıllardır deri ve otomotiv sektörlerimizce dile getirilen ÖTV ve KDV hususları deyim yerinde ise ışık hızı ile çözüme kavuştu. Yine ihracatçılarımızın KDV iadeleri konusunda çok kritik adımlar atıldı. Haziran ayı başı itibariyle ihracatçılarımızın beyannamelerde sorun yaşadığı 24 no'lu maddede bir düzenlemeye gidildi.

Türkiye'de ihracatın tek ve yegâne adresi olan Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak, sırt sırta vererek oluşturduğumuz bu paha biçilmez birlikteliğimiz ile ülkemizi küresel ticaretin yükselen güç merkezi olmasını perçinleyecek, önümüzdeki dönemlerde de ihracatı ülke ekonomimizin en güçlü sacayağı haline getirmeye devam edeceğiz.



PROF. DR. KEREM ALKİN
TİM Genel Sekreteri

2023'E ODAKLANMIŞ BİR TİM

2 019-2023 dönemi, 'Akıl Çağı' olarak nitelendirilen 21'inci yüzyılın kritik bir dönemi olması hasebiyle, Atlantik ile Asya-Pasifik arasında küresel ekonomi-politiğin yeniden yapılandığı; buna bağlı olarak da, Türkiye ve doğusundaki geniş bir coğrafyanın dünya mal ve hizmet üretimi ile ticaretinde hiç durmaksızın ağırlıklarını arttıracakları bir beş yıl olacak. Türkiye'nin küresel ticarete artan rekabet ve gerginlikleri hem fırsata dönüştürmesi, hem de manevra kabiliyetini yükseltmesi, üretim

likasyonunu hayata geçirerek, TİM'in web sayfasını yeniden dizayn ederek ve ALOTİM çağrı merkezi hizmetine yönelik çalışmaları tamamlanma aşamasına getirerek geçirdi.

İhracatçımıza ve ihracata ilk adım atmak isteyen KOBİ'lerimize, ürünleri için mevcut pazarlardaki yeni fırsatların ve yeni pazarların detaylarını sunmak adına, 'İhracat Pusulası' ile küresel ticaret verilerini her türlü dijital sorgulama becerisi sunarken, ABD'den Rusya'ya, Meksika'dan Çin'e, Latin Amerika'dan Afrika'ya, her ülke ve kıta için hazırladığımız farklı kapsamlardaki raporlarla, bilgi penceresi açtık. İhracat 2019 Raporu ile TİM'in bir yıllık yol haritasını ihracatçımızın ve ekonomi çevrelerinin değerlendirme ve takibine sunarken, RCA 1000 Raporu ile, küresel ticarete en çok konu olan ilk 1000 üründe, Türkiye'nin 285 ihracat ürününün rekabet avantajını belirledik ve bu ürünlerimizi üreten ihracatçılarımız ve ihracatçı adaylarımız için, sayısız ülkedeki fırsatları değerlendirmelerine sunduk.

2018'in ikinci yarısı ile 2019'un ilk yarısını kapsayan bir yıl, Milli Mücadele ve Cumhuriyetimizin kuruluşun ilk adımlarının atıldığı, uygulandığımız, 100 yıl önce atılan adımlardan feyiz aldığımız, hem de Cumhuriyetimizin 100'üncü yılı

İHRACATIMIZI TÜRKİYE'NİN BÜYÜME VE KALKINMA HAMLESİNİN, İSTİHDAM SEFERBERLİĞİNİN VAZGEÇİLMEZ BİR PARÇASI YAPACAK BİR ANLAYIŞLA, 'SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK' İLKELERİNE DAYALI, İDDİALİ BİR GELECEĞE YÖNELMİŞ OLARAK YENİDEN YAPILANDIRIYORUZ. BİR YIL SONRA, GÜÇLÜ BİR LİDERİN İŞARET ETTİĞİ VİZYONLA, TİM GENEL SEKRETERLİK EKİBİNİN TÜM ÜYELERİ OLARAK, DAHA DA İDDİALİ PROJELERE İMZA ATARAK KARŞINIZDA OLMAK DİLEĞİYLE.

ve ihracatta 'dijital dönüşüm'ü etkin kılabilmemizden geçiyor. Bu nedenle, İsmail Gülle başkanlığında, Türkiye İhracatçılar Meclisimiz, geride kalan bir yılı 'Proje ve Dijital Dönüşüm Ofisi'nin kurulmasının yanı sıra, ihracatçımıza 360 derece kapsayıcı bir 'dijital hizmeti' sunabilmek adına, TİM akıllı cihaz ap-

MECLİSİMİZ, GERİDE KALAN BİR YILI 'PROJE VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM OFİSİ'NİN KURULMASININ YANI SIRA, İHRACATÇIMIZA 360 DERECE KAPSAYICI BİR 'DİJİTALİZASYON HİZMETİ' SUNABİLMEK ADINA, TİM AKILLI CİHAZ APLİKASYONUNU HAYATA GEÇİREREK, TİM'İN WEB SAYFASINI YENİDEN DİZAYN EDEREK VE ALO TİM ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETİNE YÖNELİK ÇALIŞMALARINI TAMAMLANMA AŞAMASINA GETİREREK GEÇİRDİ.

olan 2023'e, Türkiye'nin mal ve hizmet ihracatı ailesinin tüm üyeleri olarak rekorlara kilitlendiğimiz bir yıl olarak geçti. Cumhuriyet'in Kurucu Meclisi, Türkiye için Milli Kalkınma Hamlesi'nin yapı taşlarını oluştururken, ihracatı da bu temel yapı taşlarından birisi olarak ilan etmişlerdi. 23 Nisan 1920'den sadece 17 gün sonra, 10 Mayıs 1920'de Meclisimiz şu kararı almıştı: "İhracatın kayıtsız şartsız serbest olması ve Bakanlar Kurulu'ndan başka hiçbir makamın bu serbestiyi bozmaya, sınırlamaya ve kaldırmaya yetkili olamayacağı kararlaştırılmıştır."

Türkiye bu vizyonla, 95 yıldır 'Milli Kalkınma' hamlesini azimle sürdürmektedir. 100 yıl önce, Cumhuriyetimizin kuruluş adımları atılırken, Atatürk'ün ve Milli Mücadele'nin tüm kahramanlarının Türkiye için vazgeçilmez olarak işaret ettiği, liderlik ettiği 'ihracat' perspektifinin, 'ihracat' odaklı vizyonun hakkını ise, son 17 yılda ihracatçılarımız rekorlarıyla taçlandılar. Türkiye, 2000'li yıllarda 30 milyar doları ancak geçebilmiş ihracat hacmini, 2019'da 190 milyar dolara taşıyacak adımları azimle atmaya sürdürüyor.

Türkiye'nin ticaret diplomasininin saha neferleri olan 90 bin mal ve hizmet ihracatçımız, ihracatımızın milli gelire oranını yüzde 25'e taşıdılar.

Dünya ortalamasının yüzde 30, Çin ve Hindistan'ın oranlarının yüzde 20'nin altında olduğu hatırlandığında, 100 yıl önce ilk temelleri atılan 'yeniden dirilişin', hepimiz için övünç kaynağı bir küresel atılıma dönüşmesinin haklı gururunu yaşıyoruz. TİM ve İhracatçı Birliklerimiz liderliğinde, ihracat ailemiz Cumhuriyetimizi 2023'e, 100'üncü yaşına da aynı azim ve kararlılıkla taşımayı sürdürmekteyiz.

TİM'in imkan ve kabiliyetlerini, TİM'in Bölge Meclisleri'nde ihracatçılarımız ve bölgelerimizin kanaat önderleriyle bir araya gelerek, TİM KOBİ İhracat Seferberliği Eğitim Programımız ile; TİM'in İnovasyon ve Girişimcilik Akademisi bünyesinde yürüttüğümüz inovasyon ve girişimcilik alanındaki geniş kapsamlı ve sürdürülebilir çalışmalarımızla; Eximbank, Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği, TOSYÖV, Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği başta olmak üzere, saygın kurumlarımız ve sivil toplum kuruluşlarımızla gerçekleştirdiğimiz ve yürütmeyi sürdüreceğimiz, ihracatımızın küresel becerilerini güçlendirmeye yönelik pek çok teknik bazlı toplantı ve eğitimlerle; e-ihracat alanına yönelik önemli paydaşlarla birlikte yürüttüğümüz çalışmalarla; Coface gibi ihracatın sigortalanmasında rol üstlenen kurumlarımızla ihracatımızın gücüne yönelik

farkındalık toplantılarıyla seferber etmiş durumdayız.

TİM Başkanımız İsmail Güllü'nün liderliğinde, yönetim ve denetim kurulumuz, sektör konseyimiz ve 13 İhracatçı Birliği Genel Sekreterliğimiz ve 61 ihracatçı mal ve hizmet Birlik yönetimlerimizle; Ticaret Bakanımız Ruhsar Pekcan'la birlikte gerçekleştirdiğimiz geniş kapsamlı istişare toplantıları, Cumhurbaşkan Yardımcımız Fuat Oktay ile Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ı ağırladığımız iki delegeler çalıştayımız ile inovasyon, e-ihracat ve İhracat Master Planı'na yönelik ortak akıl toplantılarıyla değerli bir perspektife imza atıldılar.

Başkanımız İsmail Güllü'nün bir yıl önce TİM Genel Kurulu'nda hedeflendirdiği şekilde, TİM'i 'TİMTank' anlayışıyla, ihracatçımızın becerilerini, cesaretini, azmini ara vermeksizin sürececek rekorlara dönüştürecek, ihracatımızı Türkiye'nin büyüme ve kalkınma hamlesinin, istihdam seferberliğinin vazgeçilmez bir parçası yapacak bir anlayışla, 'sürdürülebilirlik' ilkelerine dayalı olarak, iddialı bir geleceğe yönelik olarak yeniden yapılandırıyoruz. Bir yıl sonra, güçlü bir liderin işaret ettiği vizyonla, TİM Genel Sekreterlik ekibinin tüm üyeleri olarak, daha da iddialı projelere imza atarak karşınızda olmak dileğiyle.

TİCARET DİPLOMASİSİNİN AMİRAL GEMİSİ



KENDİNE BAĞLI 61 İHRACATÇI BİRLİĞİ VE BUNLARA KAYITLI ÜLKE GENELİNDE 83 BİNİ AŞKIN İHRACATÇI FİRMANIN TEK ÇATI KURULUŞU OLAN TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ, 26'NCI OLAĞAN GENEL KURULU'NU GERÇEKLEŞTİRDİ. GENEL KURULA CUMHURBAŞKANI RECEP TAYYİP ERDOĞAN DA KATILDI.

1 6 Haziran 2019'da gerçekleşen TİM Olağan Genel Kurulu'na Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın ihracatçılara verdiği binde 1 oranındaki kambiyo vergisinin kaldırılacağı müjdesi damga vurdu. Geçen yıl ihracata 2 milyar lira destek verdiklerini ve bu yıl 3,1 milyar lira kaynak ayırdıklarını belirten Erdoğan şöyle konuştu: "Türk Eximbank'ın sermayesini 3 milyardan 10 milyar liraya çıkardık. Sektöre kredi ve sigorta destekleriyle 44,2 milyar dolar tutarında finansman desteği sağladık. Toplam ihracatımızın yüzde 26'sını finanse ettik."

17 Haziran tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın kararıyla sanayi sicil belgesi sahipleri ve ihracatçı

birlikleri üyelerine yapılan döviz satımlarına muafiyet getirdiklerini söyleyen Cumhurbaşkanı Erdoğan, "Artık ihracatçılarımız döviz alırken binde 1 kambiyo vergisi ödemeyecekler. Döviz spekülasyonlarını önlemek için aldığımız tedbirin ihracatçıları etkilemesinin önüne geçiyoruz" diye konuştu.

Geleceğinize güvenin

Erdoğan, iş insanları, sanayiciler, tüccarlar ve üreticilere seslenerek, "Ülkenize güvenin, devletinize güvenin, geleceğinize güvenin, elinizdeki tüm imkânları yatırıma, üretime, istihdama, ihracata yönelin. Türkiye'yi cari fazla veren ülke noktasına taşımaya çok yaklaştık. Biz sizlere güveniyoruz, sizlerin de bize güvenmesini istiyoruz" dedi. Cumhurbaşkanı Erdoğan, dışarıda



RECEP TAYYİP ERDOĞAN

Cumhurbaşkanı

“Türk Eximbank’ın sermayesini 3 milyardan 10 milyar liraya çıkardık. Geçtiğimiz yıl ihracat için sektörlere 44,2 milyar dolar tutarında finansman desteği sağladık. Toplam ihracatımızın yüzde 26’sını finanse ettik.”

ve içeride, kimi kesimlerin milletin ve iş dünyasının moralini bozmak için elinden geleni yaptığını dile getirerek, “İş dünyası yalan, çarpıtma, art niyet taşıyan bu haberlere itibar ederek ne yatırımını ertelesin, ne de ticaretini durdursun. Hem kendiniz kazanın, hem evlatlarınızın hayallerine katkıda bulunun. Türkiye’yi cari fazla veren ülke noktasına taşımaya çok yaklaştık. Biz sizlere güveniyoruz sizlerin de bize güvenmesini istiyoruz” şeklinde devam etti.

200 milyar doları bir an önce geçmeliyiz

Erdoğan, 83 bin ihracatçıyı aynı çatı altında toplayan TİM’i, ticaret diplomasinin amiral gemisi olarak gördüğünü belirterek, şunları söyledi: “2018’de 1 milyar dolar ve üzerinde ihracat yapan şirket sayısı 10’dan 13’e çıktı. 100 milyon dolar ve üzeri ihracat yapan firma sayısı da 145’ten 171’e yükseldi. İlk bin firmanın çalışan sayısı 704 iken 781’e ulaştı. İhracatta ileriye doğru atılan her adımın on binlerce, yüz binlerce istihdam olarak ülkemize

TÜRKİYE, AVRUPA İLE BÜTÜNLEŞİK VE SERBEST PİYASAYA İNANIYOR

Cumhurbaşkanı Erdoğan, Türkiye’nin, Çin ve Rusya’nın yaptığı gibi örtülü devalüasyonla parasının değerini aşağıda tutma şansı olmadığını kaydederek, “Türkiye, dünya ekonomisiyle özellikle Avrupa ile bütünleşmiş ülkedir. Adımlarımızı serbest piyasa ekonomisi kurallarında yürütmeniz gerekiyor. Uluslararası yatırımların, ihracatın yarısını yaptığımız AB ile siyasi ilişkilerimiz ne kadar dalgalı olursa olsun, ekonomi boyutunu sağlam tutmak zorundayız. Avrupa ülkemize yönelik spekülasyon kur ataklarına sessiz kalmış olsa da, biz dik duruşumuzu bozmayacağız. Avrupa ve gelişmiş ülkelerle ticaretin kurallarına uyacak, hem de yeni pazarlar arayarak ihracatı artıracacağız. Rızkın onda dokuzu ticaret, ticarete başarının onda dokuzu cesarettir” dedi.



RUHSAR PEKCAN

Ticaret Bakanı

"İhracatçılarımız için hazırladığımız çok güzel bir program var. Akıllı İhracat Platformu diyoruz. İhracatçılarımıza sektör, ürün ve ülke bazında potansiyellerini artıracak bir yazılım geliştiriyoruz. Kağıtsız ihracat ve kolay destek gibi birçok alanda otomasyona imza attık."

katkısı sürüyor. 2018 ihracatını 168 milyar dolar olarak kapatmıştık; şimdi hedef büyüttük. Mayıs itibariyle ihracatımız 171,4 milyar dolara çıktı. İhracattaki yükseliş olumlu, ancak yetersiz. Bir an önce 200 milyar dolar sınırını geçmemiz gerekiyor."

Tüm imkanlar yatırıma

Döviz kurundaki yükselişin finans sektörü gibi kimi alanlarda sıkıntıya yol açarken ihracatçı için büyük imkanları beraberinde getirdiğini kaydeden Erdoğan, ithalata dayalı bir ihracatın bugüne kadar bir prensip olarak kabul edildiğinin altını çizdi. Erdoğan şöyle sürdürdü: "İthalatın pahalı hale gelmesi pek çok ürünün içerisinde üretilmesinin ve ihraç yolunun zorlanmasının önünü açtı. Cari açık yıllık 8.6 milyar dolar olarak gerçekleşti. Altın hariç baktığımızda bu rakam 2,6 milyar dolara kadar iniyor. Bu hesaptan altının yanında enerjiyi



İSMAİL GÜLLE

TİM Başkanı

"Bilgi Rekabetinde Türkiye diyorsak, bunun da hakkını vermeliyiz. Sektörlerimiz, 'Yeni İhracat Master Planımız' doğrultusunda teknolojik yenilenmeleri ve dijital altyapıları için bir an önce çalışmaya başlamalılar."



TİM Genel Kurulu'na, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan; Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak; Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan; Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank; Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Mehmet Cahit Turanlı; Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanı Zehra Zümrüt Selçuk; Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy ve İstanbul Valisi Ali Yerlikaya da katıldı.



▲ TİM 26. Olağan Genel Kurulu'na Başkan İsmail Gülle'nin ev sahipliğinde, TİM Sektör Konseyi üyeleri, ihracatçı birliklerinin başkanları, kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşu temsilcileriyle şirket yöneticileri katıldı.

de çıkarınca 36 milyar dolar, son 12 ayda cari fazla ortaya çıkıyor. Doğrudan yatırımlar tüm kampanyalara ve olumsuzluklara rağmen son 12 ayda 13 milyar doları buldu. Turizmde bereketli bir sezonu geride bıraktık. Bu yıl 50 milyon turist hedefini yakalayacağız. 2023 hedefimiz 70 milyon turist ve 70 milyar dolar turizm geliri, artık hayal olmaktan çıktı ve yaklaştığımız bir

gerçeğe dönüştü. Dış finansman ihtiyacını azaltan gelişmeler ihracatçılar için avantaj bu imkanları en iyi şekilde değerlendirin."

Ticaret Bakanlığı'ndan yenilikçi stratejiler

TİM Olağan Genel Kurulu'na katılan Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan da, kürsüden ihracatçılara seslendi. Bakan Pekcan yaptığı konuşmada,



Türkiye'nin küresel ekonomideki bütün olumsuzluklara rağmen 2019'da ihracatını her ay artırmayı sürdürdüğünü kaydetti. İhracatçılara, ülke ekonomisine verdikleri destekten dolayı teşekkür eden Pekcan, bakanlık olarak ihracatçının her zaman yanında olacaklarını söyledi. Ticaret Bakanlığı'nın dünya ekonomilerindeki değişimleri göze alarak yenilikçi stratejiler geliştirdiğini anlatan Pekcan, ihracatçıların karşılaştıkları sorunları bertaraf etmek için, başta TİM olmak üzere tüm sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği halinde çalıştıklarını kaydetti. İhracatın Mayıs ayında yüzde 11,5 artış ile 16,8 milyar dolara ulaştığını, bunun da yeni bir Cumhuriyet tarihi rekoru olduğunu ifade etti.

KOBİ'ler Eximbank'tan daha çok yararlanacak

Pekcan, ihracatın yılın ilk beş ayında yüzde 5,4 artışla 76,6 milyar dolara ulaştığını belirterek, ihracat ailesinin dış ticaret açığımızın ilk beş ayda 25,5 milyar dolar azalmasına hizmet ettiğini vurguladı. Pekcan, net ihracatın Türkiye'nin ekonomik

büyümesine katkısının 2018'in son çeyreğinde yüzde 9,7 arttığını ifade ederek, bu katkının 2019'un ilk çeyreğinde ise yüzde 12,2 puan arttığını söyledi.

Net ihracatın Türkiye ekonomisinin büyümesinde lokomotif haline geldiğini anlatan Pekcan, "Başta TİM ailesi olmak üzere, bundan böyle Türkiye ekonomisinin büyümesine net ihracata pozitif katkısının artarak devam etmesini bekliyoruz. Tüm ihracat ailemizle ve iş dünyamızla omuz omuza çalışmaya devam edeceğiz" diye konuştu. İhracatçı firmaların küresel marka olmaları için Ticaret Bakanlığı tarafından desteklendiğini anımsatan Pekcan, şunları söyledi: "İhracatçılarımıza bu sene 3,1 milyar lira destek sağladık. Ayrıca Eximbank imkanlarını da artırıyoruz. Geçen sene Eximbank 11 bin firmaya ulaştı. Bu sene inşallah 12 bin 500 firmaya ulaşacak ve hedefimiz Eximbank'ta ihracat finansmanından yararlanan KOBİ'lerin oranını yüzde 75'e çıkarmak. Bunun dışında ihracatçılarımızın karşılaştıkları bürokratik engelleri aşmalarına ve işlemlerin en hızlı ve en kolay şekilde yapılabilmesi için Dahilde İşleme Rejimi'ni; vergi-resim harç istisnasını otomasyonla yapmayı ve bundan böyle bütün ihracat desteklerimizi de otomasyonla online olarak yapmak üzere çalışmalarımızı hızlandırmış bulunuyoruz. Tahminen Ekim ayı itibarıyla bu çalışmalar tamamlanmış olacak."

Gülle: "Cumhurbaşkanımızın müjdesi bizi çok mutlu etti"

TİM Başkanı İsmail Gülle, "Sayın Cumhurbaşkanımızın, bugün 85 bin ihracatçımızın bir aydır beklediği bankaların döviz satımlarında binde

İHRACATTA YERİMİZİ DEĞİŞTİRECEĞİZ

TİM Başkanı İsmail Gülle, son on yıllık dönemde ülkelerin ihracat sıralamasında değişiklikler olmasına rağmen, Türkiye'nin sabit bir noktada kaldığını dile getirdi. Gülle şunları kaydetti: "On yıllık dönemde küresel ticaretteki ilk beş ülke sıralamasında önemli değişiklikler oldu. ABD ve Çin'in, Almanya'nın önüne geçtiğini, Fransa'nın ilk beş ülke içerisindeki yerini Hollanda'ya bıraktığını görmekteyiz. On yıl öncesine göre karşılaştığımızda Türkiye'nin yeri ise değişmedi. İlk beş ülke, 2018'de küresel ticaretin yüzde 40'ına hükmediyor. İhracatta önem verdiğimiz husus, ihraç ürünlerimizin teknoloji yoğunluğu... Yüksek teknoloji ürünlerin payının seyri sabit kalırken, orta-yüksek teknoloji ürünlerin toplam ihracatımızdaki payı yüzde 34,2 oldu."





1'lik kambiyo vergisinden muafiyet talebimizi tensip buyurarak verdikleri müjde, tüm ihracatçı ailesini, bizleri çok mutlu etmiştir. Sayın Cumhurbaşkanımız her zaman olduğu gibi, bugün de ihracatçının yanında olduğunu ve her daim önümüzü açtiğini bir kez daha hissettik. Kendisine şükranlarımızı arz ederiz" diyerek görüşlerini dile getirdi.

İhracatta yeni vizyon: Bilgi Rekabetinde Türkiye

İhracatın milli motivasyon ve küresel başarılarına imza atmak anlamına geldiğini vurgulayan Gülle, şöyle devam etti: "Türkiye'nin ticaret diplomasisinin saha neferleri ihracatçılar olarak, mevcut küresel geliş-

melerin ışığında şunu söyleyebiliriz: 'Kaliteli ama ucuz' ürüne dayalı bir ihracat anlayışından, vizyon ve misyonumuzu yeniden yazarak, bilgi rekabetine dayalı yeni bir sürece geçiyoruz. Bundan sonra vizyonumuz 'Bilgi Rekabetinde Türkiye'dir. Bilgi Rekabeti demek, üretmekten vazgeçmek değil, aksine daha yüksek katma değerli üretimi sağlamak için yeniden yapılanmaktır. Ve bilgi Rekabeti, nihayetinde 'Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye' demektir.

Saygıdeğer Cumhurbaşkanım; Size söz verdik: 'Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye' dedik. Bunun için de yüksek katma değer, marka, tasarım, Ar-Ge, inovasyon ve muhasır medeniyetin emrettiği ne varsa, topyekûn uygulamak için var gücümüzle çalışıyoruz."

Dijital dönüşümü öncelik gördüklerini belirten İsmail Gülle, yenilenmiş bir üretim ekosistemine odaklandıklarını söyledi. TİM Başkanı, "Dijital ve teknolojik dönüşümün de yeni nesil devlet desteklerine ihtiyacı olduğu gün gibi aşikardır. Elbette bu dilek ve önerileri devletimize sunarken, bizler de bu destekleri yüksek katma değerli ihracata dönüştürmemiz gerektiğinin farkındayız" diye konuştu.

Geçen yıl göreve gelen yeni TİM Yönetimi, Genel Sekreterlik çalışanlarıyla birlikte bir yıllık faaliyetlerin değerlendirildiği Olağan Genel Kurulu'na tam kadro katıldı.



QNB eFinans dijital dönüşüme yön versin diye

**Vodafone Business ile
güçlerini birleştiriyor**

Detaylı bilgi: vodafone.com.tr/Is-Ortagim

Gelecek heyecan verici.

Hazır mısınız?

 **vodafone
business**

QNB eFinans Genel Müdürü
Okay Yıldırım

Vodafone Türkiye Kurumsal İş Birimi
İcra Kurulu Başkan Yardımcısı
Meltem Bakiler Şahin



İHRACATIN İLK BİNİ BELLİ OLDU

TÜRKİYE'NİN İLK 1000 İHRACATÇISI 2018 ARAŞTIRMASI AÇIKLANDI. İLK 1000 ŞİRKET ÖNCEKİ YILA GÖRE 10,5 MİLYAR ARTIŞLA TOPLAM 102,8 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ. İLK 1000 FİRMA ÜLKE İHRACATININ YÜZDE 61'İNİ KARŞILADI. 155 FİRMA LİSTEYE İLK KEZ GİRDİ.



TİM Olağan Genel Kurulu'nda 2018 yılını rekorlara tamamlayan ihracatta şampiyonlar ligi sıralaması açıklandı. TİM tarafından bu yıl 17'ncisi açıklanan "Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı 2018" araştırmasına göre ilk 1000 şirket önceki yıla göre 10,5 milyar artışla toplam 102,8 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Bu şirketlerin 50 ilde faaliyet gösteriyor olmaları da ihracatın Türkiye geneline yayıldığıнын büyük göstergesi oldu.

61 ihracatçı birliği, 13 genel sekreterlik ile 85 bine yakın ihracatçının tek çatı kuruluşu olan TİM'in her yıl dikkatle takip edilen araştırmanın sonuçlarına göre, İlk 1000'de yer alan şirketlerin toplam ihracattan aldıkları pay yüzde 61,2'ye yükseldi. İlk 500 şirketin ihracattaki payı yüzde 52,6 oldu.

50 ilden bin şirket

Araştırma sonuçlarına göre sektörel değerlendirmede ilk sırada 154 şirketle hazır giyim sektörü, ikinci sırada 106 şirketle

İLK ÜÇ, YERİNİ KORUDU

Otomotiv sektörü zirveyi bırakmadı. Türkiye'nin ihracat lideri Ford Otomotiv oldu. Onu ikinci olarak Toyota, üçüncü olarak ise Tofaş takip etti. Ford Otomotiv 5 milyar 683 milyon dolar, Toyota Türkiye 4 milyar 598 milyon dolar, Tofaş ise 2 milyar 998 milyar dolar ihracat kaydetti.

Bir önceki yıl 6'ncı sırada bulunan Kibar Dış Ticaret, 2 milyar 720 milyon dolarlık ihracatla 4'üncü sıraya yükselirken, önceki yıl 12'nci sırada bulunan TGS Dış Ticaret, 7 sıra birden yükselerek 2 milyar 591 milyon dolarla 5'inci oldu. 6'ncı sırada ise Tüpraş 2 milyar 467 milyon dolarlık ihracatla yerini aldı. Vestel 2 milyar 255 milyon dolarla 7'nci, Arçelik ise 1 milyar 937 milyon dolarla 8'inci sıradaki yerini korurken, 9'uncu sırayı ise 1 milyar 784 milyon dolarla Oyak-Renault elde etti. 10'uncu sırayı ise 1 milyar 544 milyon dolarla önceki yıla göre 1 sıra yükselen Habaş Sınai ve Tıbbi Gazlar A.Ş. aldı.



2018'DE İHRACATTA İLK 10 ŞİRKET	
FİRMA	İHRACAT (\$)
Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.	5.682.762.433
Toyota Otomotiv Türkiye A.Ş.	4.598.412.782
Tofaş Türk Otomobil A.Ş.	2.997.681.305
Kıbar Dış Ticaret A.Ş.	2.719.787.015
TGS Dış Ticaret A.Ş.	2.591.293.127
Türkiye Petrol Rafinerileri A.Ş.	2.466.974.750
Vestel Ticaret A.Ş.	2.254.759.359
Arçelik A.Ş.	1.936.987.240
Oyak-Renault Otomobil A.Ş.	1.784.071.563
Habaş Sınai Gazlar A.Ş.	1.544.049.678



kimyevi maddeler ve mamulleri, üçüncü sırada ise 102 şirketle otomotiv sektörü yer aldı. İlk 1000'de yer alan ihracatçı şirketlerin İstanbul'dan Şırnak'a, Samsun'dan Osmaniye'ye 50 farklı ilde faaliyet gösteriyor olmaları da ihracatın Türkiye sathına yayıldığını kanıtladı. Şirketlerin 440'ı İstanbul merkezli iken, onu 76 şirketle İzmir ve 67 şirketle Kocaeli izledi. Bölgesel dağılımda ise Marmara Bölgesi'nden 600, Ege Bölgesi'nden 146 ve İç Anadolu Bölgesi'nden 83 şirket listeye girmeyi başarırken, 7 coğrafi bölgemizde de ilk 1000 listesine girmeye hak kazanan firmaların olması dikkat çekti.

İstihdam ve katma değerde liderler

İlk 1000 firmanın ortalama çalışan sayısı 2018'de 781 oldu, bu da sadece bu firmaların 800 bine yakın istihdam sağladığına işaret ediyor. Aynı sayı 2016'da ise 704 idi, yani en başarılı ihracatçılar istihdamı da sırtladı. Sadece iki yılda 100 bine yakın çalışan daha fazla istihdam edildi.

Yine, ilk 1000 firma ihraç birim fiyatında ülkemizi ileri taşıdı. İhracatımızın kg fiyatı 2018'de 1,33 dolar iken, ilk 1000 firmamızda bu sayı 1,37 dolar; ilk 500'de 1,40 ve nihayet ilk 10 firmamızda ise 2,76 dolar olarak gerçekleşti.

1 milyar doları geçen 13 şirket

İlk 1000 ihracatçı araştırmasında 1 milyar dolar ve üzeri ihracat yapan şirket sayısı bir önceki yıla kıyasla 10'dan 13'e yükseldi. 100 milyon dolar ve üzeri ihracat yapan şirket sayısı ise 145'ten 171'e çıktı. 2018 yılında listenin en son sırasında

SEKTÖR BİRİNCİLERİ

2018 Genel Sıralaması	Firma Unvanı	Sektör	"2018 Toplam İhracatı (\$)"	"2018 Sektörel İhracatı (\$)"
10	HABAŞ	Çelik	1.544.049.678,32	1.542.510.710,22
21	ŞİŞECAM	Çimento Cam Seramik	713.678.483,81	292.000.589,63
4	KİBAR DIŞ TİC.	Demir ve Demir Dışı Metaller	2.719.787.015,19	648.674.101,56
169	DSD DERİ	Deri ve Deri Mamulleri	100.909.680,12	55.529.699,51
322	POLİN DIŞ TİC.	Diğer Sanayi Ürünleri	56.662.386,12	46.495.312,08
7	VESTEL	Elektrik Elektronik ve Hizmet	2.254.759.359,45	2.193.688.266,10
33	FERRERO	Fındık ve Mamulleri	413.486.501,79	413.486.218,69
109	TERSAN	Gemi ve Yat	141.794.145,14	137.218.763,04
68	ERDEMOĞLU DIŞ TİC.	Halı	208.103.032,37	184.644.497,25
5	TGS DIŞ TİC.	Hazırgiyim ve Konfeksiyon	2.591.293.127,15	862.264.330,93
82	İSTANBUL GIDA	Hububat, Bakliyat, Yağlı Toh.	168.560.804,18	166.931.233,17
40	BOSCH	İklimlendirme Sanayii	327.381.334,52	325.907.651,62
6	TÜPRAŞ	Kimyevi Maddeler ve Mam.	2.466.974.750,88	2.466.875.920,85
164	AYDIN KURUYEMİŞ	Kuru Meyve ve Mam.	105.564.933,33	91.463.284,96
15	ETİ MADEN	Madencilik Ürünleri	945.969.088,12	275.426.277,11
34	TÜRK TRAKTÖR	Makine ve Aksamları	407.247.531,12	360.263.860,13
73	ALTUNKAYA	Meyve Sebze Mam.	200.521.614,68	72.586.764,23
41	HAYAT KİMYA	Mobilya, Kağıt ve Orman Ür.	292.129.408,41	164.871.308,67
17	İSTANBUL ALTIN	Mücevher	835.500.849,89	835.494.942,55
1	FORD OTOMOTİV	Otomotiv Endüstrisi	5.682.762.433,05	5.620.706.213,49
25	TUSAŞ	Savunma ve Havacılık	535.930.183,72	516.647.396,80
78	KLC GIDA	Su Ürünleri ve Hayvansal Mam.	175.105.858,30	169.866.606,58
524	DM YATIRIM	Süs Bitkileri ve Mam.	39.035.472,61	451.107,92
31	AK-PA TEKSTİL	Tekstil ve Hammaddeleri	437.813.538,41	334.484.213,99
70	PHILSA	Tütün	205.785.796,57	198.251.703,58
220	UÇAK KARDEŞLER	Yaş Meyve ve Sebze	79.721.993,35	79.721.864,53
585	NEJAT ATALAN DIŞ TİC.	Zeytin ve Zeytinyağı	35.070.424,80	35.070.424,80

yer alarak Türkiye'nin en çok ihracat yapan bininci firması olan firma 21,6 milyon dolar ihracata imza attı. Bu rakam 2017'de 19,5 milyon dolar, 2016'da ise 18,2 milyon dolardı. İlk 1000 şirketin yüzde 66,3'ü yani üçte ikisinden fazlası üretici ihracatçı şirketlerden oluştu.

155 şirket listeye ilk kez girdi

İlk 1000 ihracatçı arasında yer alan



ÖDÜLLER CUMHURBAŞKANI VE KABİNE ÜYELERİNDEN

Genel Kurul'da İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni de yapılırken, Türkiye ihracatının en büyük ilk on firmaya ödülleri Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan takdim etti. Törende ayrıca 27 farklı ihracatçı sektörden en fazla ihracat yapan firmalar da ödüle layık görüldü. Sektör liderleri ödülleri, Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak; Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan; Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank; Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Mehmet Cahit Turanlı; Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanı Zehra Zümrüt Selçuk; Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy'dan aldılar.

firmalardan 155'i, 2017 yılında İlk 1000 İhracatçı listesinde yer almazken, 2018 yılında listeye giriş yaptı. Listeye en yüksek sıradan giriş yapan firmalar ise Tatmetal Çelik (158'inci), Mitaş Endüstri (175'inci), Gemlik Gübre Sanayi (233'üncü), Corbus Metal (258'inci), Rexport Dış Ticaret(319'uncu), Yenigün İnşaat (326'ıncı), Göymen Gıda (351'inci), Turquoise Yat Sanayi (383'üncü), Yıldızdemir Çelik Sanayi (407'inci) ve Sahra Gıda (419'uncu) olarak sıralandı.

Gülle: "Küresel ticaretten 1,5 kat fazla büyüdük"

TİM Olağan Genel Kurulu'nda düzenlenen 2018 yılı ihracat şampiyonları ödül töreninde konuşan TİM Başkanı İsmail Gülle, "İlk 1000'e giren firmalarımızın 2018 yılında ihracat hacimlerini bir önceki yıla göre yüzde 11, yani küresel ticaretteki artışın 1,5 katının üzerinde bir sıçramayla, 102,8 milyar dolara taşıdılar. Türkiye'miz, ülkemizin dünya arenasındaki yüz akı olan ihracatımızla büyüyor,

ihracatımızla büyüyecek. Bundan sonra vizyonumuz 'Bilgi Rekabetinde Türkiye'dir' dedi. TİM Başkanı İsmail Gülle, geçen sene listede olmayan 155 firmanın, 2018 yılında sergiledikleri ihracat performansları ile ilk 1000 listesine girmeye hak kazandıklarını dile getirdi. 2018 araştırmasında 50 farklı ilden firmamız listeye girme başarısı göstererek, ihracatın Türkiye sathına yayılmasına imza

attığını ifade eden Gülle, "2018 yılının dördüncü çeyreğinde net ihracatın büyümeye katkısı 8,4 puan ile en yüksek rakama ulaştı. 2019'un ilk çeyreğinde ise bu rakamı 9,4 puana taşımayı başardık. Ekonomimizin ihracatla yükselişini perçinledik. Türkiye'miz, ülkemizin dünya arenasındaki yüz akı olan ihracatımızla büyüyor, ihracatımızla büyüyecek" diye konuştu.

EN HIZLI YÜKSELEN İLK 10

2018 Sıralaması	2018 Sıralaması	Sıralama Değişimi	Firma Unvanı
107	855	748	AHLATÇI KUYUMCULUK
140	694	554	NADİR METAL
541	999	458	ÖZERSOYLAR DIŞ TİC.
378	824	446	KRONE TRAILER INTERNATIONAL TİC. LTD
402	816	414	NUH ÇİMENTO SANAYİ A.Ş.
347	756	409	ARAŞTIRMAYA KATILMIYOR
56	463	407	TOSYALI TOYO ÇELİK A.Ş.
594	997	403	MODİUM KONFEKSİYON SAN. VE TİC. A.Ş.
372	774	402	BORUSAN MAKİNA VE GÜÇ SİSTEMLERİ SAN. VE TİC. A.Ş.
132	521	389	ADININ AÇIKLANMASINI İSTEMİYOR

ORANSAL OLARAK EN YÜKSEK ARTAN İLK 10

2018 Genel Sıralaması	2018 Sektörel Sıralaması	2017 Genel Sıralaması	Firma Unvanı	"2017 İhracatı (\$)"	"2018 İhracatı (\$)"	İhracat Değişimi
107	6	855	AHLATÇI KUYUMCULUK	22.693.978	143.664.200	%533,0
56	11	463	TOSYALI TOYO ÇELİK	40.025.515	232.211.280	%480,2
17	1	100	İSTANBUL ALTIN	144.447.900	835.500.850	%478,4
140	8	694	NADİR METAL	28.246.318	115.278.257	%308,1
80	4	400	FNSS DIŞ TİC.	44.700.889	170.880.658	%282,3
132	24	521	AÇIKLANMASINI İSTEMİYOR	35.441.521	118.438.971	%234,2
152	26	497	EKİNCİLER DEMİR ÇELİK	37.050.333	110.506.379	%198,3
5	1	12	TGS DIŞ TİC.	957.951.953	2.591.293.127	%170,5
210	7	535	NUROL MAKİNA	34.865.945	82.208.399	%135,8
378	49	824	KRONE TRAILER	23.494.254	50.312.061	%114,1

HER AY YENİ BİR REKORA DEVAM

GEÇTİĞİMİZ YIL 168 MİLYAR DOLARLA TARİHİ REKOR KIRAN İHRACAT, 2019'DA DA HIZ KESMEDEN REKORLAR KIRMAYA DEVAM EDİYOR. İHRACATIMIZ, MAYIS AYINDA İHRACAT GENEL TİCARET SİSTEMİNE GÖRE YÜZDE 11,5 ARTARAK, 16,8 MİLYAR DOLAR GERÇEKLEŞTİ. BU TÜM ZAMANLARIN EN YÜKSEK AYLIK İHRACAT RAKAMI OLDU.

TİM ve Ticaret Bakanlığı, Mayıs ayı dış ticaret verilerini açıkladı. İhracat, Genel Ticaret Sistemi'ne göre (GTS) geçen yıla kıyasla yüzde 11,5 artarak, 16,8 milyar dolar; Özel Ticaret Sistemi'ne (ÖTS) göre ise yüzde 12,2 artışla 15,9 milyar dolar oldu. Böylece tüm zamanların en yüksek aylık ihracat rakamına Mayıs'ta ulaşıldı. GTS'ye göre, Cumhuriyet tarihinde erişilen bundan önceki en yüksek ihracat 2018 Ekim ayındaki 16,5 milyar 591 milyon dolar olmuştu. Mayıs ayında ise aylık rekor çitası 16 milyar 813 milyon dolara taşındı. Bu Mayıs ayında sadece aylık değil, günlük ihracatta da rekor kırıldı. Tarihte ilk kez, 31 Mayıs 2019 günü 1 milyar 313 milyon dolarlık günlük ihracat rakamına erişildi.

Beş ayda 76,6 milyar dolar ihracat

İlk beş ayda ihracat, GTS'ye göre 76,6 milyar dolar, ÖTS'ye göre ise 72,7 milyar dolara ulaştı. Son 12 aylık ihracat ise GTS'ye göre 181 milyar dolara çıktı. Son açıklanan birinci çeyrek büyüme rakamlarında da ihracatın ekonomiye katkısı açıkça görülüyor. Ekonomi yüzde 2,6 küçülürken, net ihracatın büyümeye katkısı 9,4 puan oldu. Mayıs'ta ihracatın bir numaralı adresi yine Almanya olurken, bu ülkeye ihracatımız 1,5 milyar dolara yaklaştı. Almanya'yı 857 milyon dolarla İtalya, 853 milyon dolarla İngiltere takip etti. Geçen sene 4'üncü sırada olan İspanya 6'ncılığa düşerken, yüzde 30 artışla ihracatımızı 784,2 milyon dolara çıkardığımız ABD, Mayıs ayında en çok ihracat yapılan 4'üncü ülke oldu. BAE ve Suudi Arabistan, sıralamada dörder basamak yükseldi.

81 ilden ihracat yapıldı

Mayıs ayında 81 ilin tamamı ihracat gerçekleştirdi. En az ihracat yapan Bayburt, Tunceli ve Kars gibi iller dahi, Mayıs ayında ihracat yaptı. Değişmeyen lider sektör yine otomotiv oldu. İhracatı bir önceki yıla

göre aynı kalırken, ikinci sıradaki kimyevi maddeler sektörü ihracatını yüzde 33, üçüncü sıradaki hazır giyim ise yüzde 10 artırdı. Mayıs ayında sektörlerde en yüksek artış yüzde 44 ile mücevherde görüldü. Onu yüzde 33,5 ile tütün sektörü izledi. Mayıs'ta ihracatını yüzde 31 artıran savunma ve havacılık sektörü, yılın ilk beş ayında ihracatını en çok artıran sektör olma başarısı gösterdi.

Güçlü artış sanayide

Mayıs ayında ihracat miktar bazında yüzde 34,1 arttı. Tarım ürünleri ihracatı yüzde 3,1 ile sınırlı oranda artarken, sanayide artış yüzde 50'ye yaklaştı. Madencilik ürünlerinde artış oranı yüzde 20'yi aştı. Mayıs'ta 14 milyon tonluk ihracat hacmine ulaşılırken, ilk beş ayda ihracat miktar bazında yüzde 26,6 artışla 62 milyon ton olarak gerçekleşti. Parite etkisi ise yılbaşından bu yana olduğu gibi Mayıs ayında da ihracatı olumsuz etkiledi. Sadece euro/dolar paritesi kaynaklı 437 milyon dolarlık negatif bir parite kaybı yaşandı. Yılbaşından bu yana yaşanan kayıp ise 2,8 milyar dolar. Yani, euro bazında geçen seneye göre aynı ürünleri aynı fiyatlara ihraç etmemize rağmen, dolar bazında ihracatımız euro-dolar kurundan negatif etkileniyor.





YILDIRIM Şirketler Grubu olarak,
Eti Krom ve **Gemlik Gübre**
şirketlerimiz ile bir kez daha
Türkiye'nin ilk 1000 ihracatçı
firması arasında yer almanın
gururunu yaşıyoruz.

Ticaret savaşını durdurabilecek güç:

NADİR TOPRAK ELEMENTLERİ

BİLGİSAYAR, AKILLI TELEFON VE SAVUNMA SANAYİİ İÇİN VAZGEÇİLMEZ ÖNEMDEKİ NADİR TOPRAK ELEMENTLERİ, ABD'NİN ÇİN'E SERT MÜDAHALE ETMESİNİ ZORLAŞTIRIYOR. DÜNYA ÜRETİMİNİN YÜZDE 80'İNİ KARŞILAYAN ÇİN İSE "GEREKİRSE İHRACATI KESERİZ" DİYOR.

Geçen yıldan beri dünya ekonomisine ABD ile Çin arasındaki ticaret savaşının gerilimi damga vuruyor.

Dünyanın en büyük iki ekonomisinin nasıl ticaret yapacağı belirsiz. Bir yanda küreselleşmenin mucidi ABD korunmacılık politikası savunur olurken, diğer yanda "Maocu ve komünist" Çin küreselleşme taraftarı olabiliyor. Ancak Çin, yakın süreçte kullanılmaktan çekinmeyeceğini belirttiği son kozunu gösterdi: Nadir toprak elementleri.

Çin Komünist Partisi'nin resmi yayın organı, nadir toprak elementlerinin ticaret savaşında ABD'ye karşı kullanılabileceğinin sinyalini vermişti ve "Bizi hafife almayın" demişti.

ABD Ticaret Bakanlığı ise Haziran ayında yayımladığı raporda, ülke içindeki nadir toprak elementi üretiminin artırılması ve dışa bağımlılığın azaltılması için acil tedbirler alınması gerektiğini vurguladı.

17 nadir element

Nadir olarak tanımlanan element sayısı 17 adet. Onları nadir yapan ise sahip olunan rezervler değil.

Toprak altında çok küçük rezervlerle bulunduğu için bu elementleri işlemenin maliyeti oldukça yüksek.

Bu elementler, akıllı telefonlar, bilgisayar, elektrikli araçlar, X-Ray cihazları, lazerler, savaş uçakları ve uydular gibi ağırlıklı olarak ileri teknolojiye dayalı ürünlerin vazgeçilmez bir parçası durumunda.

Rezervde Çin dünya devi

Dünyada nadir toprak elementi rezervlerinin yüzde 36'sı 22 milyon ton ile Çin'de bulunuyor.

Onu Brezilya ve Vietnam takip ediyor. ABD'nin ise küresel rezervdeki payı yüzde 1,2 ile sınırlı. Çin'i kıymetli kılan, rezervin çokluğundan ziyade, yüzde 80 ile üretimde açık ara en büyük olması. Öyle ki, ABD'de çıkarılan nadir toprak elementleri bile işlenmek üzere Çin'e gönderiliyor.

ABD, 2018'de yüzde 17 artışla 160 milyon dolarlık işlenmiş nadir toprak elementi ithal etti. Örneğin Patriot füze bataryaları ve F-35 sa-





vaş uçaklarının güdüm sisteminde ve sensörlerinde bu elementlere ihtiyaç var. Apple bu elementleri iPhone'ların kamera ve hoparlörlerinde kullanıyor.

Doğayı mahvediyor

Çin bu alandaki gücünü, birçok sektörde olduğu gibi insan ve çevre sağlığı noktasındaki duyar-sızlığından elde ediyor. Gobi Çölü yakınlarındaki Bautou kentindeki fabrikalarda nadir toprak elementleri işleniyor. Fabrikaların atık suları yakınlardaki göle dökülüyor. Gölün suyu tamamen siyaha dönmüş durumda. Üretim nedeniyle



bölgede radyasyon aşırı yüksek ve kanser vakaları olağanüstü artmış. Buna karşın Çin daha önce de bu elementlerin ihracatını bir koz olarak kullanmıştı. 2010 yılında Çinli bir balıkçı gemisi kaptanının Japonya tarafından gözaltına alınmasıyla, iki ülke ilişkileri gerilmişti. Pekin yönetimi de Japonya'ya na-

TÜRKİYE'DE NTE

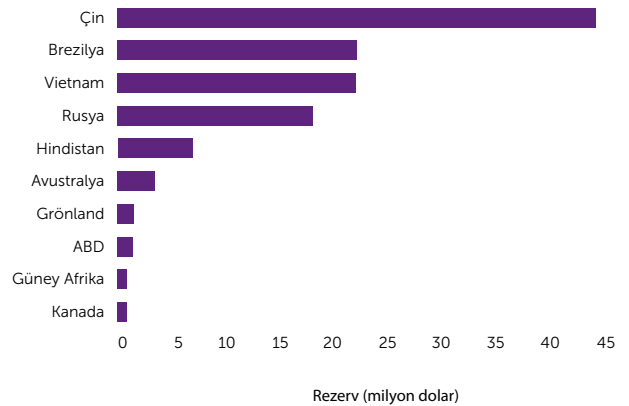
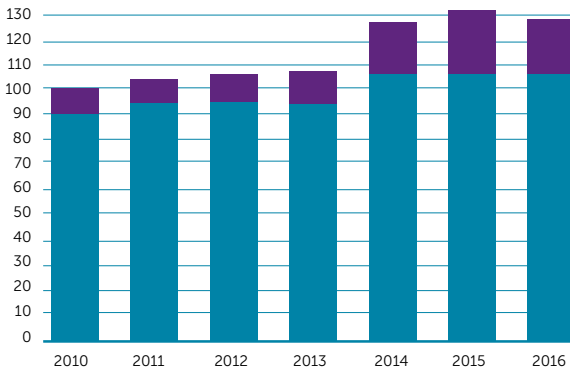
Nadir elementlerin önemli bir bölümünün 2030 yılına kadar tükeneceği tahmin ediliyor. Örneğin, 2006 yılında dünya genelinde 152 ton üretilen galyum talebinin, 2030'da 603 tona çıkacağı öngörülüyor.

Ülkemizde en önemli NTE kaynağı, Kızılcaören-Eskişehir'deki bastnasit-fluorit-barit yatağı olarak biliniyor. 4 milyon ton rezerv olduğu düşünülüyor. Malatya-Kuluncak yöresi de önemli bir kaynak. Yörede bin ton bitolit cevheri var. Ayrıca ülkemizde bulunmuş ve henüz işletilmeyen NTE yatakları mevcut. Uzmanlar, Türkiye'nin bu madenleri ihraç etmemesini, ülke ihtiyaçlarının karşılanmasında kullanılmasını tavsiye ediyor.

dir toprak elementi satışını durdurmuştu. Japonya Çinli gemi kaptanını kısa bir süre içerisinde serbest bırakmak zorunda kalmış ve nadir toprak elementi ihracatı da yeniden başlamıştı. Bu örnek Trump'ın tüm tehditlerine karşın Çin'i ve tüm dünyayı ticaret savaşlarından bir süre daha uzak tutabilir.

ÜLKELERİN NADİR TOPRAK ELEMENTİ REZERVLERİ

■ Çin'in üretimi ■ Toplam üretim



TROY

Türkiye'nin Ödeme Yöntemi

Türkiye'nin markaları dünyaya açılırken
ödeme teknolojileri sektöründe de
TROY'la ilerliyoruz!



troyodeme.com

[f/TROYOdeme](https://www.facebook.com/TROYOdeme)

[t/TROYOdeme](https://twitter.com/TROYOdeme)

[@/troy_odeme](https://www.instagram.com/troy_odeme)

#sagaltkose

TROY, Bankalararası Kart Merkezi tarafından hayata geçirilen Türkiye'nin ilk ve tek yerli ödeme yöntemidir.



PROF. DR. EMRE ALKİN

FED'İN BİLANÇO SIKILAŞTIRMA İŞLEMİNDE VE FAİZ POLİTİKASINDA ESKİSİNE GÖRE DAHA AZ SERT BİR İSTİKAMETE DÖNMESİ, OLUMLU BİR GELİŞME OLARAK GÖRÜLEBİLİR. YİNE DE KISA VADELİ OLUMLU SEYRE KANMADAN, ORTA VADELİ RİSKLERE ODAKLANMALIYIZ DİYE DÜŞÜNÜYORUM.

Neredeyse herkes, ABD ekonomisinin resesyona girme ihtimalinin elle tutulur hale gelmesi sebebiyle, Fed'in para politikasında ciddi bir değişikliğe gideceğini düşünüyordu. Belki bir faiz indirimi kararı çıkmayacaktı, ama yılsonuna kadar bir kez faiz artırma konusunu tamamen rafa kaldıracaktı. Öyle de oldu. Uzmanların tamamına yakını faizlerin bu sefer düşmeyeceğini biliyordu, ama Fed'in vereceği mesajın üslubu çok önemliydi. Toplantı öncesinde Fed'in iki opsiyonu vardı:

- "Gelecekte bazı riskler görüyorum, dolayısıyla para politikasında değişikliğe gidiyorum" diyecekti. Böylece piyasalarda bir ya da iki gün dalgalı bir olumluluk görecektik, ama orta vadede varlıkların yönü aşağıya doğru olacaktı. Dünya gelirinin yüzde 25'ini ve ithalatının da yüzde 33'ünü gerçekleştiren ABD'nin ekonomik açıdan risk taşıması, piyasalar için iyi bir haber olmayacaktı elbette. Bir de ABD'nin dünyadaki borçlarının yüzde 31'ine sahip olduğunu da hatırlarsak, yepyeni bir küresel finansal krize girme ihtimalimiz yükselecekti.

FED KARARINDAN NE UMDUK, NE BULDUK...

- Veya Fed, "Gelecekteki muhtemel bazı riskleri bertaraf etmek için, bugünden hamle yapmayı uygun bulduk" tadında bir açıklama yapacaktı. Böyle bir açıklama kısa ve orta vadede çok büyük bir problem yaratmayacak, ama yatırımcılar ABD ekonomisi ile ilgili rakamlara her seferinden gereğinden fazla anlam yükleyecekti. 19 Haziran'da yapılan açıklama, birinci opsiyonla ikinci opsiyon arasında bir denge kurdu diyebilirim. Buradan hareketle piyasaların hassas bir süreçten geçeceği söyleyebilirim. Trump bir kere daha seçilirse, büyük bir şevkle atadığı Fed Başkanı Powell'i gözden çıkaracağını hepimiz anladık. Ancak kim gelirse gelsin, piyasa mantığından uzaklaşmıyor. Fed'in ilk kadının başkanı olan Yellen'den şikayet edip, Powell'i atayan Trump'ın bu gerçeği görmemesi ilginç.

Faiz aralığının yüzde 2,25 ile yüzde 2,50 arasında kalmasına değil, hepimiz açıklama metnine dikkat kesildik. Açıklamanın içeriğine dikkatli baktığımızda, Fed üyelerinin 8 tanesi "biraz sabır" derken 1 tanesi "faizi indirelim" demiş gözüküyor. Özellikle indirim isteyen üye James Bullard, Trump'ın Fed Başkanı Powell'dan vaz geçmesi ihtimali karşısında, "taze aday" olarak kendini göstermiş diyebilirim.

Açıklama metnine daha da dikkatli baktığımızda endişeli bir ses tonunu fark etmemek mümkün değil. Bizzat Başkan Powell'in basın toplantısında "verileri çok daha dikkatli takip edeceğiz" şeklinde konuşması da dikkat çekiciydi. İş dünyasındaki aktivitenin ve enflasyonun beklendiği kadar güçlü olmadığını, küresel ekonomiyle alakalı endişelerin arttığını altını çizdi. Özellikle çekirdek enflasyonda beklenenden oldukça düşük çıkmasının sebebinin de küresel ekonomideki zayıflığa bağlı diyebilirim.

Faiz kararının ve açıklamaların hemen ardından, doların az da olsa tüm paralar karşısında değer kaybettiğine ve dolar/TL'de 5,80'in altına sarkmalara şahit olduk. Bir sonraki ya da ondan sonraki Fed toplantısında faizin inmesi ihtimali artarken, TCMB'nin Temmuz'da olmasa bile Eylül'deki PPK toplantısında politika faizini indirmesi beklenebilir. Çünkü baz etkisi sebebiyle enflasyonun düşmesi bekleniyor. Yılsonuna doğru enflasyonun yüzde 15'e düşmesi beklenirken, Merkez Bankası'nın cesur bir hamle yapması ihtimal dahilinde diye düşünüyorum.

Ancak gerçek olan şu ki, geçen yılın ilk üç ayıyla bu yılın aynı dönemi karşılaştırıldığında, Çin ve ABD ihracatta yerinde sayarken, AB ve Japonya gerilemiş durumda. Yani düşük faizli para politikasıyla elde edilen bir kazanım yok. Aksine ticaret savaşları sebebiyle verilen büyük kayıplar var. Sonuç olarak, Türkiye gibi gelişen ülkelerin ekonomik istikrar anlamında zor günler yaşarken, Fed'in bilanço sıkılaştırma işleminde ve faiz politikasında eskisine göre daha az sert bir istikamete dönmesi, olumlu bir gelişme olarak görülebilir. Yine de kısa vadeli olumlu seyre kanmadan, orta vadeli risklere odaklanmalıyız diye düşünüyorum.



**SIGORTASI
VAR!**



Dr. CAN FUAT GÜRLESEL

TİCARET SAVAŞLARI ABD İLE ÇİN ARASINDAKİ GÜÇ MÜCADELESİNİN BİR UNSURU OLARAK YAŞANMAKTA VE MUHTEMELEN UZUN SÜRECEK. ABD İLE ÇİN ARASINDA BİR UZLAŞMAYA VARILAMAMIŞ OLMASI VE TAM TERSİNE İLAVE KORUNMA ÖNLEMLERİ ALINMASI İLE DÜNYA MAL TİCARETİ GERİLEMEYE BAŞLADI.

Dünya ekonomisinde 2019 yılının geri kalanında koşullar ihracatın aleyhine oluşmaya başladı. Bu koşullar Türkiye'nin de ihracatını ve ihracatçıları olumsuz etkileyecektir. Koşullar kalıcı olarak mı değişiyor, yoksa kısa süreli bir geçici dönem mi yaşanacak, bu da beklentiler ve öneriler açısından önemli olacaktır.

DÜNYADA KOŞULLAR İHRACATIN ALEYHİNE GELİŞİYOR

2017 ve 2018 yılının ilk yarısında ihracat için çok uygun koşullar oluşmuştu. Dünya ekonomisinde dengeli ve hızlanan büyüme mal talebini artırmaya başlamıştı. Nitekim talep artışı, dünya mal ticaretine olumlu yansıdı. Dünya mal ticareti 2017 ve 2018 yılının ilk yarısında önemli ölçüde artış gösterdi. Finansal koşullardaki sıkılaşıma da Türkiye gibi ülkelere yönelik sıcak para akışlarını sınırladı ve yine Türk Lirası gibi para birimlerinin gereksiz yere değer kazanmasını önledi.

Türkiye olarak ihracatta oluşan bu koşullardan iyi yararlandık ve 2017 ile 2018 yıllarında ihracatımızı önemli ölçüde artırdık. Türk Lirası da ihracatta daha rekabetçi olabileceğimiz seviyelere ulaştı. İhracatçılarımız da bu koşulları iyi değerlendirdi ve iç pazar daralırken, bunu ikame edebilecek dış pazar olanaklarına sahip oldu.

Ancak 2019 yılının ikinci yarısına girerken koşullar giderek ihracatın aleyhine dönmeye başlamış durumda. Öncelikle koşullardaki değişimin nedenlerini iyi analiz etmeliyiz, böylece bozulma kalıcılığı, yoksa kısa süreli mi, daha sağlıklı analizler yapma olanağı olacaktır. Küresel koşullardaki bozulmanın nedenlerinin başında ABD ile Çin arasında başlayan ticaret savaşları bulunuyor. Ticaret savaşları ABD ile Çin arasındaki güç mücadelesinin bir unsuru olarak yaşanmakta ve muhtemelen uzun sürecek. ABD ile Çin arasında bir uzlaşmaya varılamamış olması ve tam tersine ilave korunma önlemleri alınması ile dünya mal ticareti gerilemeye başladı. Mal ticaretindeki yavaşlama dünya ekonomisinde de daha hızlı bir yavaşlamaya yol açmaktadır. Dünya ekonomisinde hızlı yavaşlama ve ticarette küçülme ihracatı oldukça olumsuz etkileyecektir.

Diğer yandan dünya ekonomisindeki

yavaşlama karşısında büyük merkez bankalarının yeniden parasal genişleme politikalarına dönme işaretleri vermesi ve bu konudaki beklentilerin de artması ile finansal koşullar da ihracatçının aleyhine dönmeye başlayacaktır. Nitekim ABD ve AB merkez bankalarının parasal genişleme için verdikleri işaretler gelişen ülkelere sıcak para girişini ve başta Türk Lirası olmak üzere paraların değerlenmesi sonucunu birlikte getirmektedir.

En büyük etki ABD Merkez Bankası'nın faiz indirimi yapacağı beklentisi ile oluşuyor. ABD'de ekonomik göstergeler oldukça güçlü olmakla birlikte küresel yavaşlama ve belirsizlikler nedeniyle resesyon endişesi ortaya çıktı ve resesyona önlemek için ABD'nin faiz indirimlerine gideceği finansal piyasalarda satın alınmaya başlandı. Avrupa Merkez Bankası da benzer işaretleri veriyor ve ondan da yeniden faiz indirimi beklentisi ortaya çıktı. Japonya'daki G-20 zirvesinde ABD ile Çin bir uzlaşmaya varamazlar ise, 2019 yılının ikinci yarısında küresel ölçekte parasal genişleme kaçınılmaz olacaktır.

Ancak parasal genişleme bu sefer ekonomideki yavaşlama için ilaç olmayacaktır. Çünkü küresel ekonomideki yavaşlama finansal krizlerden değil bu kez ticaret duvarlarının örülmesinden kaynaklanıyor. Bu nedenle bu duvarlar yıkılmadan parasal genişleme sadece resesyona girişi geciktirecek ve de yeni finansal balonlar oluşturabilecektir. Türkiye'nin döviz ihtiyacının azami seviyede olduğu ve bunun için de ihracatın önemli araç olduğu bir dönemde oluşan bu koşullar uygun olmayacaktır. Öncelikle mal talebinde yavaşlama ve ticarete küçülme ihracatı olumsuz etkileyecektir. Ardından Türk Lirası'nda sıcak para akışı ile oluşacak olası bir değerlenme de yine ihracatı olumsuz etkileyecektir.

btd

KUMAŞ BİLİMİNİN MODA İLE BULUŞTUĞU NOKTA

Yılların verdiği tecrübe ile hızla değişen moda trendlerini uygun maliyetle tüm dünyaya ulaştırıyoruz.

- Polyester/Viskon
- Polyester/Pamuk
- Polyester/Yün
- Pamuk
- Pamuk/Naylon
- Pamuk/Viskon
- Keten
- Keten/Pamuk

Kumaşlarımızı lycralı ve lycrasız olarak üretebiliyoruz.

Genel Merkez

Hacı Sabancı Organize Sanayi Bölgesi
Atatürk Bulvarı No: 5/B 01350
Yakapınar - Adana / TÜRKİYE
Tel: +90 322 394 46 46 (10 Hat)
Faks: +90 322 394 46 55
E-Mail: btd@btdtextile.com

İstanbul Showroom

Vişnezade Mah. Çavdarci Sokak
Bilici Konak No:3
Maçka / Beşiktaş / İstanbul / TÜRKİYE
Tel: +90 212 343 97 40 (5 hat)
Faks: +90 212 343 97 45
E-Mail: btd@btdtextile.com

www.btdtextile.com

BİLİCİ
HOLDİNG

DÖVİZ KURU RİSKİNİN KORUNMASINDA YETERİNCE DİKKATLİ DEĞİLİZ

DÖVİZ KURLARINDA SEVİYEDEN ZİYADE KURUN İSTİKRARLI BİR YERE OTURMASININ ÇOK DAHA ÖNEMLİ OLDUĞUNU İFADE EDEN EKONOMİST DR. OĞUZ DEMİR, BİZİM GİBİ CARİ AÇIK VEREN ÜLKELER İÇİN BİR DE İÇERDE DÖVİZ TALEBİ OLUŞURSA DURUMUN ZORA GİRDİĞİNİ SÖYLÜYÖR. DEMİR'E GÖRE EKONOMİ VE KURLARI YAKIN VADEDE BELİRLEYECEK EN ÖNEMLİ ŞEY, TÜRKİYE-ABD İLİŞKİLERİ.

Günlük siyasetin kurlara etkisi açısından Türkiye'yi Avrupa ile mukayeseli değerlendirir misiniz?

Geçtiğimiz günlerde Danimarkalı bir arkadaşın Twitter'da paylaştığı bir fotoğraf vardı. Fotoğraf, kendi ülkesinde trend olan konu kısmının boş olduğunu gösteriyordu. Yani ülkede nerede ise gündem oluşmadığı günler var. Bu tüm kurumlarda öngörülebilir bir yaklaşım ve planlardan kaynaklanıyor. Dolayısıyla bu plan uygulandığı sürece de olağanüstü şartlar oluşmuyor. Ancak bizim gibi ülkelerde aynı gün içerisinde siyasi, sosyal, ekonomik onlarca konu gelip gidiyor. Yeri geliyor açıklamaları takip edecek hal kalmıyor. Durum böyle iken de tabii ki tüm bu gelişmeler ekonomi başta olmak üzere oldukça etkili oluyor. Şu son yaşadığımız beş yılı geriye doğru sardığınızda aksiyonsuz tek günümüz olmadı. İster istemez bu kadar değişken bir hal ortaya çıkınca öngörülebilirlik kayboluyor. Öngörü yok, belirsizlik varsa risk, risk varsa da kurda oynaklık var demektir. Bunun unutmamak lazım.

Dolarizasyon açısından aynı mukayeseyi bir daha yapalım ve dolarizasyonun sosyolojik arka planı ile ilgili ne düşünüyorsunuz?

Ben 80 kuşağına ait bir insanım. Dolayısıyla 1990'lardaki krizleri bizzat ailemin üzerindeki etkilerle izlemiş oldum. 2001 krizinde bir üniversite öğrencisi, 2008 küresel finans krizinde de yurt dışında bir doktora öğrencisiydim. Bütün bu süreçlerde insanların en fazla zarar gördüğü husus, satın alma gücü kaybı oldu. Yani enflasyon. Enflasyonu etkileyen de tıpkı bugün yaşadığımız gibi döviz kurlarındaki artış oldu. Bu ülkede benim yaşıma yakın ve üzerindeki herkes için önemli bir travmadır bu krizler ve sonuçları. Bir de olaya şu tarafından da bakalım. Bugün iş gücü sahibi, iş insanı, profesyonel, kamu personeli yani ekonomide tüketici konumunda olan kitle, çoğunlukla 1995 öncesi doğanlar. Bu kitle de tıpkı benim gibi Türkiye'yi derinden sarsan bu döviz krizlerini birebir yaşadılar. Dolayısıyla ortaya çıkan bir türbülânsta, hızla kendilerini koruyacaklarını düşündükleri dövize yöneliyorlar. Bizim gibi zaten cari açık veren ülkeler için bir



DR. OĞUZ DEMİR KİMDİR?

İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İngilizce İktisat bölümünde lisans eğitimi aldı. İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde Uluslararası Ticaret yüksek lisans programını tamamladı. İtalya'da University of Naples Federico II'de Ekonomi ve Finans alanında doktora hazırlık programına devam etti, İstanbul Üniversitesi'nde İktisat doktorasını yaptı. Çeşitli şirketlerin iş geliştirme bölümlerinde yarı zamanlı görev aldı. Avrupa Birliği tarafından finanse edilen üniversite ve STK'larla birçok proje yürüttü. 2010-2013 arasında Bloomberg HT'de yayınlanan "KOBİ Destek Rehberi" başlıklı programı hazırlayıp sundu. Demir, 2013'ten bu yana İstanbul Ticaret Üniversitesi İngilizce İktisat Bölümü öğretim üyesi, aynı üniversitenin Dijital Ekonomi ve Pazarlama Anabilim Dalı başkanlığı görevlerini yürütüyor.

de içerde oluşan döviz talebi maalesef durumu çok daha zora sokuyor.

Döviz karşı koruma sağlayan piyasaların ve enstrümanların Türkiye'de diğer ülkelere kıyasla daha çok geliştiği söylenebilir mi?

Özel sektörümüzün şerbetli olduğuna katılıyorum, ama bunun koruma kısmı olduğunu söyleyemem. Zira son on yılda özellikle Türk iş dünyası düşük faizler nedeniyle yabancı para cinsinden borçlanmayı tercih ederken, yabancı para riskine

karşı koruma konusunda yeterince dikkatli davranmadı. Şu anda en çok sıkıntı yaşadığımız meselelerden biri de bu. Şerbetli olduğumuz kısım ise daha önce de bahsettiğim kriz deneyimi. Biz bir şekilde 90'larda ve 2000'in ilk on yılında yaşadığımız krizlerle baş etme konusunda iş dünyamıza maalesef çok fazla deneyim kazandırdık. Birçok firma, yakınındaki firmaların batışını izledi. Bu süreçlerde ne yapılmaması gerektiği konusunda bir içgüdüsel deneyimi hafızasına kazandı. İhracatçılar ise her krizde TL'deki değer kaybını bir şekilde ülke ekono-



▲ Şimdi bir kez daha görüyoruz ki yaşadığımız bu kritik dönemden kurtulmamız için ihracatın önemi fazla; fakat ithal ara mal ve girdi bağımlılığı ile manevra alanı eskisi kadar geniş değil.

misi ve şirketleri için geçtiğimiz krizlerde avantaja çevirmeye ve krizden çıkış süreçlerine katkı sağlamaya çalıştılar. Özellikle 2001'de oldukça da önemliydi bu başarı. Ancak kriz sonrası dönemde kur avantajının azalması ile ihracatçılar da rekabet güçlerini ithal girdideki maliyet avantajında aradılar. Şimdi bir kez daha görüyoruz ki ihracatın yaşadığımız bu kritik dönemden kurtulmamız için önemi fazla; fakat ithal ara mal ve girdi bağımlılığı ile manevra alanı eskisi kadar geniş değil.

Bir tercih yapmanız gerekse dalgalanma mı yoksa istikrarlı bir yüksek kur mu tercih ederdiniz?

Bir noktadan sonra kurun seviyesinden ziyade istikrarlı bir yere oturtmasının çok daha önemli olduğunu düşünüyorum. Bu istikrar sağlanmadığı sürece üretici fiyatlamayı yapmıyor. Tüketici de karar vermekte zorlanıyor. Dolayısıyla yüksek bir seviyede de kalsa kurda istikrarın çok önemli olduğunu düşünüyorum. Son 3-4 yıldır yaşadığımız temel sorun da bu. Bir piyasanın çalışmasının temel aracı fiyat iken, üreticinin

fiyatlamayı yapamaması durgunluğun da çok daha fazla derinleşmesine neden oldu.

En isabetli ya da güvenilir kur tahminini sizce Türkiye'de hangi kurumlar ya da kesimler yapıyor?

Kur oynaklığında maalesef tek belirleyici ekonomik unsurlar değil. Öyle olsa bir sürü model var. Ancak modelleyemediğimiz belirsizlikler ortaya çıktığında işler karışıyor. Bugün artık neredeyse hiç durmaksızın çalışan bir döviz piyasası var dünyada. Bir ülkedeki kapandığında bir başka ülkedeki açılışı yapıyor. Böylesi bir sürate sahip bir ortamda kur tahmini yapabilmemiz hele hele bizim gibi ülkelerde ne olacağını kestiremediğimiz bir ortamda maalesef mümkün değil. O zaman da piyasanın insafına kalıyor her şey.

Ihracatçıya, mevcut belirsizliği iyi yönetmesi için ne tavsiye edersiniz?

Çok gelişmiş kur opsiyon mekanizmaları var. Kesinlikle ihracatçıların profesyonel destek almalarını tavsiye ederim. Bu tip araçları kullanmanın elbette bir maliyeti var, ama daha önce de belirttim, öngörülebilir bir ortam yaratmak böyle dönemlerde en önemlisi.

Bir risk alın ve yıl sonu döviz parite tahmini yapın lütfen?

Daha önce de söylediğim gibi bu dönemlerde kur tahmini ekonomik temellere uymuyor. Birçok uluslararası ve ulusal ekonomi dışı faktör belirleyici hale geldi. Ancak şunu söyleyelim; Türkiye-ABD ilişkileri, ABD 2020 seçimleri ve Türkiye'nin önümüzdeki dönemde siyasi meselelerden başını kaldırıp kaldıramayacağı, kur açısından belirleyici olacaktır.



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

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





ALİ SAYDAM

Bersay İletişim Grubu YK
Onursal Başkanı

ihracatta farklılık yaratmak, inovasyonu yönetebilmek, verimliliği ve üretimi artırmak; bütün bu unsurlarda dijital dönüşüm kültürünün ne kadar önemli olduğunun altını çizmeyen yok. Peki, bu dijitalleşme sürecinin insan unsuruna etkisi ne? Mesela çocukluğunda oynadığı bilgisayar oyunlarında yenilmeyen, hata yapmayı bilmeyen, yeniden canlanan, sanal bir dünyada yaşayan genç kuşakların, biraz büyüyünce okulda hocalarından, sonra da iş hayatında yöneticilerinden yedikleri ilk fırçada, havlu atıp o ortamdan nasıl uzaklaşmaya çalıştıklarına giderek daha çok tanıklık ediyoruz. Soru şu: İş ortamları gençlerin bu tutumuna göre mi şekillenecek; yoksa onlar mı iş hayatının gereklerine uyum sağlamak zorunda kalacak? Önce internete neredeyse bağımlı yaşayan kuşakların, sanal dünya konusundaki öncelikli ihtiyaç ve tutumlarına bakmakta yarar var. İlginç bir çalışma yayımlandı: Siber güvenlik şirketi Kaspersky Lab tarafından hazırlanan Global Gizlilik Raporu'na göre

DİJİTAL YAŞAM KARA DELİĞE DÖNÜŞMESİN

çalışanların yüzde 90'ı her gün pek çok kez internete giriyormuş. Bu sitelerin hepsi işle ilgili değil tabii; tüketicilerin yaklaşık üçte ikisi (yüzde 64) her gün işyerinden, ilgili olmayan web sitelerine girdiklerini belirtmiş. Özellikle sosyal medya da işin içine girdiğinden beri, iş günlerinde özel ve çalışma yaşamlarını ayrı tutulmasının çok zor olduğu sonucuna varılabilir. Öte yandan raporda, iş ve evdeki dijital yaşantılarımız arasındaki sınırın kaybolması nedeniyle sosyal medya paylaşımlarının veya işyerinde girilen web sitelerinin, kişilerin kariyerlerine geri dönüşü olmayan hasarlara yol açabileceğini söylüyor. İnternet kullanıcıları da bu konunun bazı sorunlara yol açabileceğinin farkında olacak ki; Türkiye'deki tüketicilerin yaklaşık üçte biri (yüzde 35) sosyal medyadaki paylaşımlarını patronlarından gizlemeyi tercih ediyormuş. Yüzde 60'ı paylaşımlarını birlikte çalıştıkları kişilerin de görmesini istemiyor. Çalışanlar, şirketin imajına zarar vermekten veya azalan verim nedeniyle şirketin kendilerine ait sosyal medya hesaplarını takip etmeye başlayıp kariyer kararlarını buna göre verebilmelerinden endişe duyuyormuş. Şirketlerin bu tür politikaları nedeniyle de Türkiye'de kullanıcıların yüzde 35'i, sosyal medya paylaşımlarını patronlarına göstermiyor ve yüzde 43'ü ise bu bilgileri iş arkadaşlarına bile vermiyormuş. Web siteleri konusunda da yine gizlilik ihtiyacı ön planda. Türkiye'de çalışanların yaklaşık beşte biri (yüzde 19) hangi sitelere girdiklerini işverenlerin bilmesine karşı. Daha da ilginç, yüzde 60'lık bir kesim, internette ne yaptıklarını iş arkadaşlarının dahi bilmesini istemiyor. Bu insanların, iş arkadaşlarını "ofiste tembellik yapma olanaklarına bir tehdit" olarak

gördüğü veya "işteki kişilerle daha resmi ve değerli bir ilişkileri olduğu" şeklinde yorumlanıyormuş. Yüzde 25 oranında bir kesim, mesaj ve e-postalarının içeriğini işverenlerine göstermeye karşıymış. Sınırsız imkânlar sunan dijital yaşam, her şeyi bir anda yutan bir kara deliğe dönüşebilir. Bu tuzaklara düşmemek, kariyerlerini sarsmamak için çalışanlara, hatta tüm kullanıcılara önerilen bazı yöntemler var tabii: Karalayıcı, müstehcen, başkasına özel veya hakaret içerikli olabilecek paylaşımlar yapmayın. Şüpheye düştüyünüz paylaşımlar yapmayın. Sosyal medya ve başka kişisel hesaplarınıza, ofiste başkalarının izinsiz erişme riskini ortadan kaldırmak için gerekli yazılımları kullanın. Kişisel cihazlarınızı koruma altına alacak uygulamalardan yararlanın. Teorik olarak, sistem yöneticilerinin internette dolaştığınız yerler hakkında bilgi sahibi olabileceğini aklınızdan çıkarmayın. Sosyal medyada, mesajlarda, e-postalarda veya başka herhangi bir yerde hiçbir iş arkadaşınızı, ortağı, rakibi ya da müşteriyi küçük düşürmeyin, taciz veya tehdit etmeyin ve ayrımcılık yapmayın. Diğer çalışanların, müşterilerin, satıcıların, tedarikçilerin veya şirket ürünlerinin fotoğraflarını yazılı izin almadan paylaşmayın. Teknik yöntemler bir yana, gelelim yazımızın başında da bahsettiğimiz çözüm önerimize... Diyalaktığın temel kuralı burada da devrede: Her şey ziddini içinde taşır. Bireysel, toplumsal ve maddi üretimin gelişmesine büyük katkı getiren yüksek teknoloji ve dijital dönüşüm, aynı anda dengelenemezse, bireysel ve toplumsal hayatın sürdürülebilirliğini tehdit eder hale gelebiliyor. Her yerde olduğu gibi burada da bir tek sihirli sözcük var: Denge...



TİM APP ile İHRACAT CEBİNİZDE



- Duyurular ve Güncel Haberler
- Anlık Döviz Kurları
- Araştırma ve Raporlar
- Heyetler ve Etkinlikler
- İnoSuit, İnovaLİG, İnovaTİM
- TİM-TEB Girişim Evleri
- Devlet Yardımları Rehberi
- Basitleştirilmiş Gümrük Hattı
- İhracatçı Birlikleri
- Dergilerimiz
- İhracat Pusulası



*TİM Aplikasyonunu
App Store ve
Google Play
üzerinden
"Türkiye İhracatçılar
Meclisi" yazarak
indirebilirsiniz.
<http://tim.org.tr/getapp>*

İnofinans Projesi ile umut var belki ama henüz BİR UNICORN'UMUZ BİLE YOK

EKONOMİSTLER PLATFORMU İLE KALKINMA AJANSI'NIN DESTEĞİ VE İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ VE BİLGİYİ TİCARİLEŞTİRME MERKEZİ ORTAKLIĞI İLE HAYATA GEÇİRİLEN İNOFİNANS PROJESİNİ PROJE KOORDİNATÖRÜ EMRE DALKILIÇ'A SORDUK.

internet ve teknoloji girişimleri son on yılda tüm dünyada oldukça popüler hale geldi. Sadece bir telefon uygulaması olan Whatsapp'ın 2014 yılında -kurulduktan sadece 5 yıl sonra- 19 milyar dolara satılması tüm dünyanın gözünün iyice bu alana çevrilmesine neden oldu. Sadece özel sektör değil, devletler de kendi ülkelerinde girişimciliğin geliştirilmesi adına girişimcilere her türlü desteği veriyor. Oxford üniversitesinde yapılan bir araştırmaya göre kurumsal firmaların yıllık istihdama katkısı ortalama bir kişi iken yeni nesil girişimlerin istihdama katkısı yıllık 3 istihdam olarak öne çıkıyor. Aynı rapora göre teknoloji girişimlerinin ekonomiye katkısı ise yıllık 180 milyar pound.

Türkiye'de de internet ve teknoloji girişimleri devletin önemli öncelik

alanlarından biri. 19 yıldır Türkiye ekonomisi için çalışmalarda bulunan Ekonomistler Platformu da Kalkınma Ajansı desteği ve İstanbul Ticaret Üniversitesi ve Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi ortaklığı ile İnofinans Projesini hayata geçirdi. Proje Türkiye'de ilk defa hazırlanan raporlar, ücretsiz eğitimler ve haberlerle Türk internet ve teknoloji girişimcilerinin ana bilgi ve haber kaynağı olma yolunda ilerliyor.

İnofinans Projesi nasıl başladı?

İnofinans Projesi, Ekonomistler Platformu'nun Türkiye'de girişimciliğin gelişmesi amacıyla uzun süren bir hazırlık aşaması sonrası tamamlanıp, Kalkınma Ajansına sunulan bir projesidir. Ekonomistler Platformu olarak daha önce de Türkiye'de istihdamın artırılması, Girişimciliğin

İnofinans ile Türkiye'de dijital projeler, bu projelere yapılan yatırımlar ile dijital girişimcilik pazarı izlenecek.

www.inofinans.ekonomistler.org.tr



geliştirilmesi gibi konularda pek çok proje hayata geçirilmiştir. Örneğin üniversite öğrencilerinin aplikasyon yazmaları ve dünya ile bu konuda yarışabilmeleri amacıyla Mobil Teknoloji Mobil İstihdam Projesi kapsamında Türkiye'nin ilk Apple laboratuvarı Ekonomistler Platformu Derneğinde kurulmuştur. Ekonomistler Platformu'nun bu projeyi başlatmasının amacı, Türkiye'nin geleceğinin girişimcilikte özellikle de internet ve teknoloji girişimciliğinde olacağı inancı nedeniyle başlattığı bir projedir. Amacımız Türkiye'nin 4. Sanayi Devrimi'ni kaçırmaması, artık bilginin, teknolojinin ön planda olduğu bir zamanda Türk girişimcilerin dünya ile yarışabilecek projelerle global anlamda başarılı olmalarına katkı sağlamak.

Projede neler var?

İnofinans projesi temelde Türkiye'de girişimcilerin en çok sorun yaşadığı, finansal destek bulma, Şirket Yönetimi, İnsan Kaynakları Yönetimi, hukuk, finans yönetimi gibi konularda uzaktan eğitim, webinar gibi eğitimlerle onların bu alanda yeteneklerinin gelişimini sağlamak. Ayrıca Girişim ve Yatırım haberleri bölümü ile girişimcilerin yatırım almış girişimleri paylaşarak onlara bir nebze de olsa motivasyon sağlamakaya çalışıyoruz. Melek yatırım dışında dünyada girişimciliği destekleyen Finansal desteklerle ilgili bir rapor hazırladık ve kamuoyuna sunduk, Bunun yanında TÜBİTAK, KOSGEB destekleri, melek yatırımcılar ve melek yatırım ağlarında yaşanan gelişmeleri paylaşarak onların bu desteklere nasıl ulaşabileceğini paylaşıyoruz. Yatırım almış girişimciler, melek yatırımcılarla video röportaj yaparak, hem onların tanı-



tımına katkı sağlamak, hem de yeni girişimcilere örnek olmasını sağlıyoruz. Tüm bunları da inofinans web sitesi aracılığı ile yapıyoruz.

Ne tarz eğitimler var?

Girişimcilerin en çok ihtiyaç duyacağını düşündüğümüz konularda onlara ücretsiz eğitimler veriyoruz. İnternet ve Teknoloji girişimcileri daha çok mühendis ağırlıklı oldukları için ve yaş ortalaması -çoğunlukta- 22-30 yaş arası olduğu için şirket yönetimi, hukuk, finans gibi konularda eksiklikleri oluyor. Biz de bir şirket nasıl yönetilir, bütçeni nasıl kontrol edersin, bir kişiyi işe almanın maliyeti nedir, sözleşme nasıl yapılır, yatırım alırken nelere dikkat etmek gerekir gibi konularda uzmanların videoları ya da eğitimleri ile onlara destek olmaya çalışıyoruz.

Türkiye'de Melek Yatırım Sistemi ne durumda?

Türkiye'de melek yatırım kanunu Bireysel Katılım Yatırımcısı ismiyle 2013 yılında resmi gazetede yayınlanarak kabul edildi. Aradan geçen 6 yılda toplam melek yatırımcı sayısı



EMRE DALKILIÇ

İnofinans Proje Koordinatörü

590 bin nüfuslu Lüksemburg'da ya da Nijerya'da bile 1 milyar dolar değerlemeyi geçmiş bir Unicorn varken Türkiye gibi bir ülkeden Unicorn çıkmaması düşündürücü.

maalesef 463'te kalmış durumda. Bu sayı ABD'de 30 bine yakın, Çin'de 6 bin civarı, 3 Milyon 100 bin nüfusu olan Dubai'de bile 5 bin 700'den fazla. Bu durum Türkiye girişimcilik ekosisteminin önündeki en büyük engellerden biri. Çünkü finansal ayağı gelişmemiş bir girişimcilik sistemi maalesef gelişemez. Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından belirlenen Melek Yatırımcı şartlarına göre, Türkiye'de melek yatırımcı lisanslı alabilmek için, başvuran kişinin müracaat anında menkul ve gayrimenkuller dahil kişisel servetinin 1 milyon TL ve üzerinde olması veya lisans alman önceki iki takvim yılı için, yıllık gayrisafi gelirinin 200 bin TL ve üzeri parası olması gerekmektedir. Diğer yandan, BDDK verilerine göre 2018 itibarıyla Türkiye'de bankada 1 milyon TL ve üzeri parası olan kişi sayısı yaklaşık 200 bin kişi. Gayrimenkulu olanları saymıyorum bile. Biliyorsunuz Türkiye'de ev ya da arsa sahibi olmak, bankaya birikmiş para koymaktan daha önemlidir. Bu da yaklaşık 500 bin kişi ediyor. Yani Türkiye'de melek yatırımcı olma potansiyeli taşıyan kişilerin binde biri bile melek yatırımcı lisansı almış değil. Fakat Hazine ve Maliye Bakanlığı bu konuda oldukça başarılı çalışmalar yürütüyor.

Melek Yatırımcılığın gelişmemesinin nedeni nedir?

İlk olarak Türkiye için yeni bir sistem olması söylenebilir. Biraz önce bahsettiğim gibi kanun 2013 yılında çıktı, daha 6 sene oldu. ABD'de 70'li yıllardan beri var olan bir sistem, o yüzden melek yatırımcılar ABD'de girişimcilerin peşinden koşup biz size yatırım yapalım derken, bizde



▲ Türkiye'de melek yatırımcı olma potansiyeli taşıyan kişilerin binde biri bile melek yatırımcı lisansı almış değil.

girişimciler melek yatırımcıların peşinden koşup bize yatırım yapın derler.

Bir diğer sebep Türkiye'de başarılı exitlerin olmaması. Bir melek yatırımcının amacı, bir girişime yatırım yapıp, birkaç sene sonra da yüzde 100, yüzde 200, yüzde 500 kar edip çıkmaktır. Buna Exit yapmak denir. Fakat Türkiye'de internet ekosisteminin küçük olması, global girişimlerin fazla yer almaması, exitleri zorlaştırıyor.

Son olarak da yine üstteki ile bağlantılı olarak, girişimci sayısının az olması. Çünkü girişimciler kendi girişimini sattıktan sonra, kazandıkları para ile ekosistemden çıkmayıp yine

bu alanda, bu sefer melek yatırımcı olarak kalıyorlar.

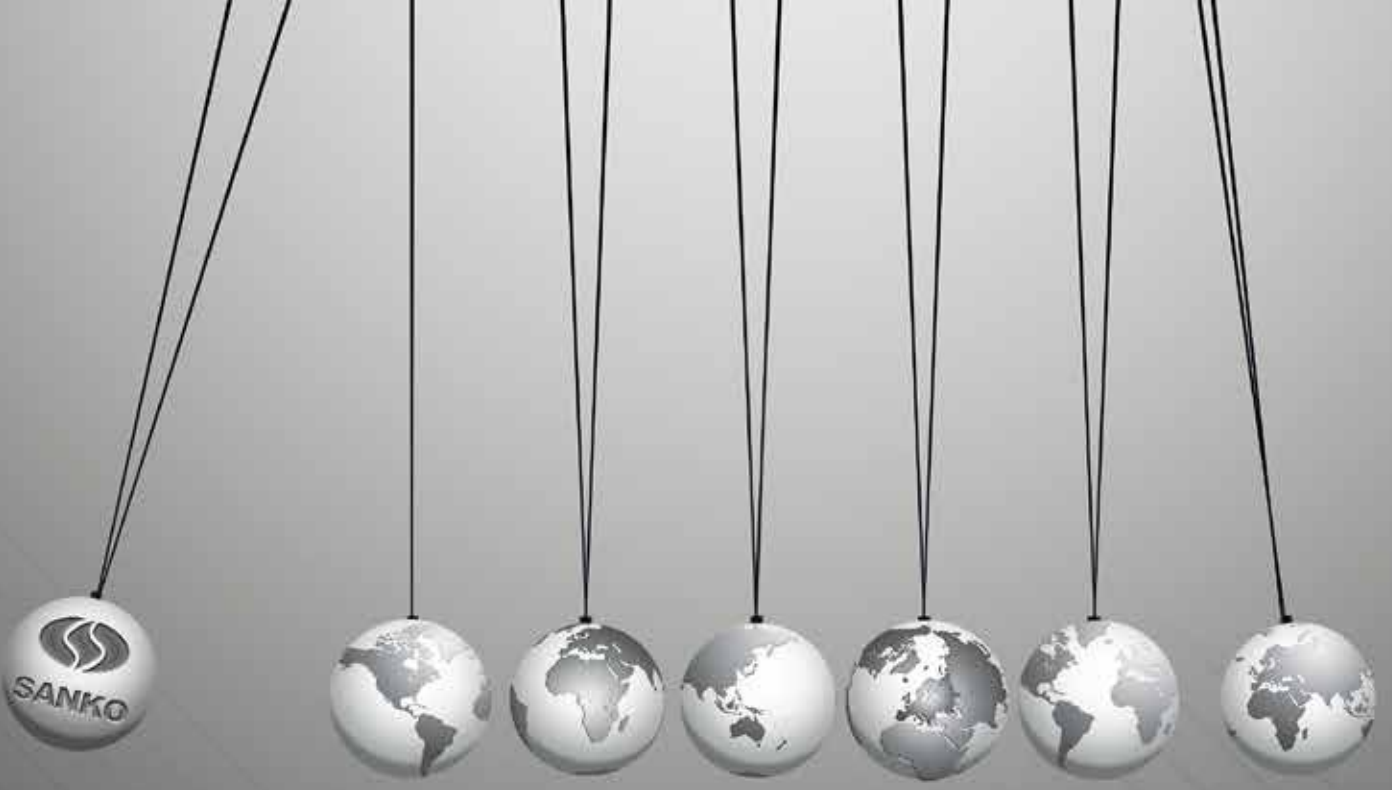
Kâr oranı yüzde 500'leri buluyor mu?

Tabii, ABD'nin en önemli teknoloji ve internet sitelerinden Techcrunch'ın yaptığı bir araştırma var. Ona göre başarılı bir Exit ortalama 7.5X katı kazandırıyor yatırımcısına. Yurt dışında zaten bu yüzden oldukça popülerdir melek yatırımcılık ve yurtdışında da bahsettiğim gibi özellikle ABD'de melek yatırımcılar girişimcilerin peşinden koşar, size yatırım yapalım diye.

İnternet ve Teknoloji Girişimciliği Türkiye'de dünya ile yarışabilecek durumda mı?

Maalesef değil. Örneğin, girişimcilik ekosisteminde "Unicorn" diye bir tabir var. Yatırım almış ve değerlemesi 1 milyar doları geçen girişimlere verilen isim. Türkiye'den maalesef bir milyar dolar değerlemeye çıkmış bir girişim yok. Trendyol söylenir ama daha tam belli değil.

Bunun sebepleri ise Türkiye'den global fikirlerin pek çıkmaması. Türkiye'den çıkıp Avrupa ve ABD'ye açılan girişim sayısı bir elin parmaklarını geçemiyor maalesef. Türkiye'de girişimcilerin vergi yükünün ağır olması ve bürokratik engeller bu alanda girişimcilerin karşılaştığı başka bir sorun. Örneğin bizim girişimcilerle yaptığımız çalıştayda girişimcilerin söylediği sözlerden birisi önemli idi; "Türkiye'de bir holdingin yeni bir A.Ş. kurması ile 25 yaşında parası olmayan bir teknoloji girişimcisinin A.Ş. kurma şartları aynı. Biz teknoloji girişimcilerine şirket kurma aşamalarını biraz daha basitleştirmeleri gerekir demişlerdi.



SİNERJİ YARATIYORUZ

Türkiye'nin önde gelen sanayi kuruluşlarından biriyiz,
bir asrı aşan başarılı geçmişimizle geleceğe güvenle bakmanın
haklı gururunu yaşıyoruz.

Farklı sektörlerde, binlerce çalışanımızla her adımda daha güzel bir
Türkiye hedefi ile ilerliyoruz.

MARKANI KORU



ÖZELLİKLE SON YILLARDA MARKA TAKLİTÇİLİĞİ VE BULUŞ HIRSIZLIĞI HAD SAFHAYA ULAŞTI. FAKAT BUNUN ÖNÜNE GEÇEBİLMEK MÜMKÜN. MARKAYI TESCİL ETTİRMEK VE PATENT BAŞVURUSUNDA BULUNMAK İLK ADIM.



Yoğun çalışma saatlerinin sonunda iyi bir fikir buldunuz. Önce güzel bir logo ile metalaştırdınız, sonrasında stratejilerinizi belirlediniz ve ortaya en sonunda herkesin örnek alacağı ve talep etmek isteyeceği bir marka çıktı. Fizibilite çalışmaları,

ihracatta hedef ülkeleriniz ve diğer tüm basamaklar en sonunda sizi hep hayalini kurduğunuz markanıza kavuşturduğunu varsayalım. Bugün pek çok markanın doğum hikâyesi böyle başlıyor. Harcanan saatler, paralar, umutlar... Peki, sadece bu kadar mı? Ne yazık ki hayır.

Bir sabah kalktığınızda markanızın daha düşük bir kalite ve hizmet anlayışıyla taklit edildiğini görebilirsiniz. Günümüzde, markanızın taklit edilmemesi, devlet güvencesinde olması ve değerini artırması için resmi olarak tanınması ve size ait olması mutlak şart. Bu noktada kar-

şımıza marka tescili kavramı çıkıyor. Tescil, bir ürün ya da markanın isim veya yapılış hakkını satın almaktır. O ürünün isminin, şeklinin veya bu bir yiyecekse tadının dahi başkası tarafından taklit edilmesinin önüne geçer. Markanızı tescil ettirmeniz ayrıca firmanızla ilgili bilgileri kamuoyu ile paylaşmanıza, değerini artırmanıza ve diğer firmalardan farklılaşmanıza da neden olur. Örneğin, baklava Yunanlıların sahip çıkmaya çalıştığı, ancak Türklerin daha önce davranarak uluslararası platformda tescil işlemlerini tamamladığı tescilli bir tatlımızdır.

Buluşlar da koruma altında

Bir buluşa imza attıysanız, bu sefer de patent başvurusu yapmalısınız. Patent, kaba tabirle buluş sahibinin ilgili ürünü üçüncü kişilerin belirli bir süre üretme, kullanma, satma veya ithal etmesini engelleme hakkı olan belgedir. Buluşu yapılan neredeyse her şey patent koruması kapsamına dâhildir. Patentli bir buluş; tıpkı işle ilgili alınıp, satılabilen, kiralanıp, kiraya verilebilen diğer mallar gibi, buluş sahibinin mülkiyeti haline gelir. Patentler alındıkları ülkeler için hak sahipliği doğurur. Türkiye’de alınmış bir patent, sadece Türkiye içinde sahibine hak sağlar. Bu ürünleri başkalarının Türkiye’ye ithal etmesi durumunda, hak sahibine ithali durdurma hakkı da verir.

Marka başvurularında rekor

Ülkemizde marka tescil ve patent başvuruları Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nın bünyesindeki Türk Patent ve Marka Kurumu’na yapılıyor. Diğer taraftan patent ve tescil işlemlerinin başvuru ve takibini özel danışmanlık firmalarıyla yapmakta büyük faydalar bulunuyor.

Rakamlar ülkemizde son yıllarda kişi ve kurumların bu konulara daha çok önem verdiğini gösteriyor. Türkiye’ye, son 8 yılda Avrupa’nın en fazla marka başvurusu yapan ülkesi oldu. Tasarım başvurularında dördüncü, patentte de dünyada 13’üncü sırada yer aldı. Ülkede 2002 yılında bir yılda yapılan patent başvurusu 400’lerdeyken, bugün rakam 7.400’e kadar ulaştı. Başvuruların niteliği de artarken, patent tescil sayısı 38 kat artış

Türkiye son 8 yılda Avrupa’nın en fazla marka başvurusu yapan ülkesi oldu. Tasarım başvurularında 4’üncü, patentte ise dünyada 13’üncü sırada yer alıyor.

gösterdi. Dünya Fikri Mülkiyet Göstergeleri Raporu’nda Türkiye ulusal patent başvurularında 13’üncü sıradayken, hedef ilk 10’a girmek.

Danışmanlık önemli

Marka tescili ve patent başvurularında doğru adımları izlemeniz, hayati bir önem taşıyor. Yapacağınız bir yanlışlık başvurunun olumsuz sonuçlanmasına neden olabilir. Ülkemizde çeşitli kuruluşlar patent vekilliği ve marka danışmanlığı yapıyor.

SIEMENS BİRİNCİ, HUAWEI İKİNCİ

Avrupa Patent Ofisi tarafından her yıl hazırlanan raporun 2018 sonuçları yakın zamanda açıklandı. Dünya genelinde patent başvuruları, 2018’de önceki yıla kıyasla yüzde 4,6 arttı. Aralarında Türkiye’nin de bulunduğu 50 ülkenin yer aldığı EPO 2018 raporuna göre, 2017’de dünya genelinde yapılan patent başvuru sayısı 166.594 iken, geçen yıl sayı 174.317’ye yükseldi. ABD, yüzde 25 ile en çok artışın yaşandığı ülke. Onu sırasıyla Japonya yüzde 13, Çin yüzde 5 ve Güney Kore yüzde 4 ile takip etti. Raporun en ilgi çekici verilerinden biri de “En çok patent başvurusu yapan markalar” kategorisi oldu. Verilere göre Siemens 2.493 patent başvurusuyla ilk sırada yer aldı. 2.485 başvuru ile Huawei ikinci, 2.449 başvuruyla Samsung üçüncü, 2.376 başvuruyla LG dördüncü oldu.



ORHAN ERİMAN
Markiz Patent Genel Müdürü

Bunlardan biri Markiz Patent. 26 yıldır marka, patent ve endüstriyel tasarım tescil işlemleri konusunda yurt içi ve yurt dışında danışmanlık hizmeti veren Markiz Patent'in kurucusu ve Genel Müdürü Orhan Eriman, şöyle aktarıyor: "Firmaların ürün ve hizmetlerinin rakiplerinden ayrılabilmesi için, tüketici rahat seçim yapabilmeli. Bu, farklı isim ve işaret, yani markaları oluşturmaya yol açar. Firma, markasını pazarda

Türkiye'de patent başvurularında sanayileşmenin yoğun olduğu iller ön sıralarda. Bu kapsamda sırasıyla İstanbul, Ankara, Bursa, İzmir, Kocaeli, Manisa ve Konya var.

tüketicilere arz etmek ve kabul gö-rerek tutundurmaya çalışır. Diğer taraftan bu rüzgârdan haksızca, gayri insani, ahlaki ve hukuki şekilde yararlanmaya çalışanlar olabilir. Yani taklit edilebilir. İşte bu nedenle, kanuni hakların kullanılabilmesi ve taklitle mücadele için, başarılarına ortak olmaya çalışanlara karşı tescil şart. Tıpkı bir gayrimenkul satın



HASAN DEMİRKIRAN
Türk Patent ve Marka Vekili

alırken tapusunu alırcasına, tıpkı dünyaya gelen bir çocuğumuzu nüfusa kayıt ettirircesine, markaları da Türk Patent Kurumu'nda kayıt etmek, tescil ettirmek lazım. Marka haklarının korunmasında ülkesellik prensibi ilkesi olduğundan dolayı, markaların ayrıca diğer ülkelerde de tescil edilmesi gerek. Uluslararası piyasalara açılmadan önce markanın tescil durumunun yurtdışında da araştırılması şart. Kendi markası ile

ihracat yapan firmalar, markalarının ön araştırması ve tescilini yaptırmalıdır."

Tescil tek başına yetmez

Orhan Eriman, markaların tescil ettirilmesinin onların taklit edilemeyeceği anlamına gelmediğini söyleyerek şu uyarılarda bulunuyor: "Marka haklarını koruma tescil

edilmeyle başlar. Daha sonra, varsa taklitle mutlaka mücadele edilmeli. Markaların tescil edilmesi onların taklit edilemeyeceği anlamına gelmez. Markaların tescil edilmesinden sonra yurt içi ve yurt dışında izlenmesi şart. Marka sahibinin bunu kullanıyor ve kanıtlayabiliyor olması oldukça önemli."

Patent rekabet aracıdır

Türk Patent ve Marka Vekili Hasan Demirkıran da, ülkemizde ortalama patent başvuru sayısının yıllık 18 bin adet civarı olduğunu kaydediyor. Demirkıran, sanayi ve iş çevrelerinin patenti nasıl bir rekabet aracı haline getirebileceklerini şöyle anlatıyor: "Patent, gerçek anlamı ile rekabet üstünlüğü elde etmek için üretilir. Bir firma bir proje üzerinde çalışıyor ve buna patent alıyorsa, bunu rakiplerini saf dışı etmek için kullanır. Ancak Türkiye'de ilginçtir ki, patent bunun için alınmıyor. İstisnalar vardır, ancak çoğu kişi ya da kurumlar sadece göstermelik olarak patent alır ve nasıl etkin kullanacağını bilmez. Böyle olunca da onu bir masraf kapısı olarak görür. Bunun en iyi ispatı, Türkiye'deki Ar-Ge merkezlerinin aldığı patentlere bakılması ile net olarak görülür. Oysa yapılması gereken, patenti rekabet aracı olarak kullanmak. Bunun en iyi yolu, pazarın teknolojik durumunu iyi analiz etmek, rakiplerin gücünü iyi anlamak, rakiplerin eğilmediği alanlarda veya kendisinin başarılı olabileceği alanlarda sistematik inovasyon yapıp, sonuçta patent elde etmektir. Patent ya rakiplerine saldırmak için, ya gelen saldırılardan korunmak için veya itibar, marka gücü ve ikili anlaşmalarda elini güçlendirmek için kullanılabilir. Bunun tadını alan biri, bu gücü elinden bırakmak istemez."

DÜNYANIN PARLAYAN YILDIZI

4 KITA
40 ÜLKE

TERZİ
İŞİ
ÜRETİM

GENİŞ
ÜRÜN
YELPAZESİ

GÜÇLÜ
DAĞITIM
AĞI

YAYGIN
SATIŞ SONRASI
HİZMETLERİ

Isuzu'nun Asya kıtası dışında bulunan tesisleri içinde,
IMM sertifikasına sahip tek fabrikası.

TÜRKİYE'NİN
İHRACAT
ŞAMPİYONU

ANADOLU
ISUZU



SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR GELECEK İÇİN

DESTEK PATENT YÖNETİM KURULU BAŞKANI KEMAL YAMANKARADENİZ'E GÖRE TÜRKİYE'NİN İSTIKRARLI ŞEKİLDE BÜYÜMESİNİ SÜRDÜRMEŞİ İÇİN, FİKRİ VE SİNAİ HAKLAR ALANINDAKİ PERFORMANSIN ARTMASI HAYATİ BİR DEĞERE SAHİP.

1 983 yılında sınai haklar alanında hizmet vermek amacıyla Bursa'da kurulan Destek Patent, 1990'lı yıllarda genel merkezini İstanbul'a taşıdı. Şirket, kurulduğu günden bugüne; marka, patent, tasarım ve telif hakları başta olmak üzere entelektüel varlık bilincinin yerleşip yaygınlaşması, bu değerlerin nitelikli bir hizmet anlayışıyla korunması ve ticari değere dönüştürülmesi için çalışıyor. Ulusal ve uluslararası alanda 210 bin "Marka", 43 binin üzerinde "Patent/Faydalı Model", 310 bine yakın ise "Tasarım"a danışmanlık ve vekillik yapıldı. Destek Patent Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Yamankaradeniz, "Bursa'da başladığımız serüvenimize şu an üç ülkede yer alan 15 şubemiz ve 250'yi aşan alanında uzman personelimiz ile devam ediyoruz" diyor.

5 kıtada 200 ülkeye tescil hizmetleri

Bir ülkenin ekonomisinin büyümesindeki en önemli göstergelerden birisinin o ülkenin Fikri ve Sınai Haklar alanındaki yatırımları olduğunu vurgulayan Yamankaradeniz, "Bu alanda markalaşma, patentleme, faydalı model ve benzer konularda yapılan her türlü çalışma ülke ekonomisine ve istihdamına büyük katkı sağlamaktadır. Ekonomideki gelişmenin önemli unsurlarından bir diğeri olan katma değerli ürün yaratmak için de lokomotifimiz yine



KEMAL YAMANKARADENİZ
Destek Patent Yönetim Kurulu Başkanı

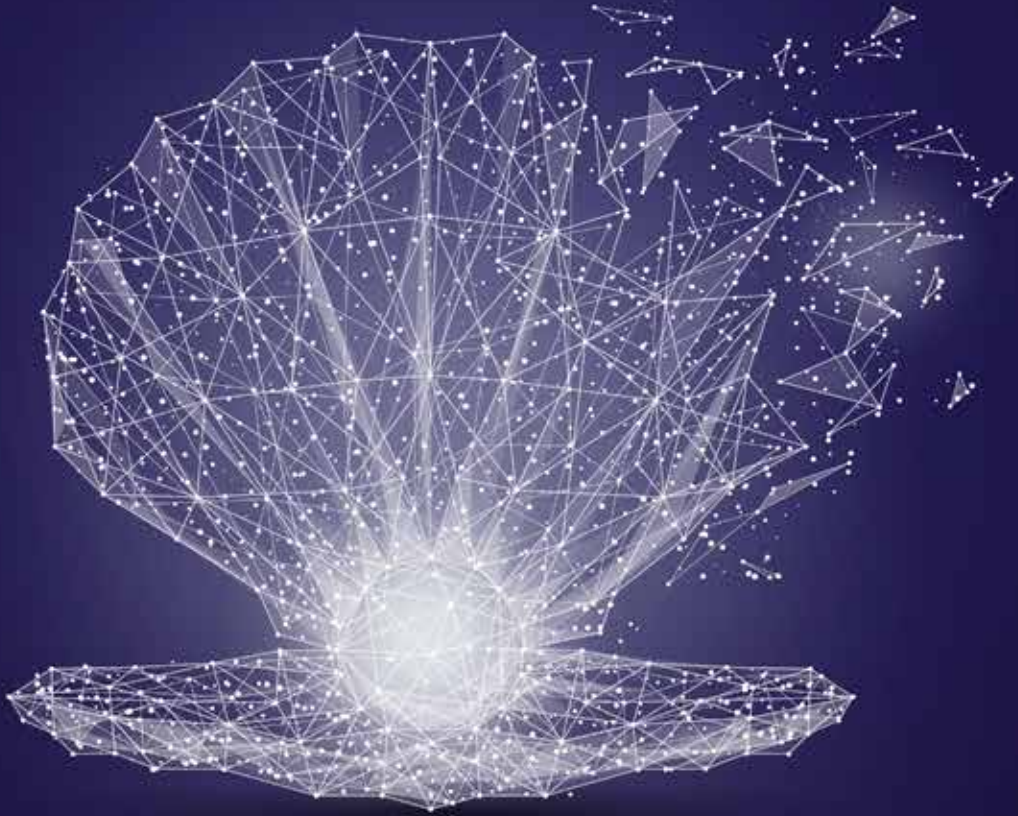
Fikri Sınai Haklar alanındaki girişimlerimiz olacaktır" dedi. "Dünyanın önde gelen ekonomileri arasında yer almak ve Türkiye'nin istikrarlı şekilde büyümesini sürdürmesi için, fikri ve sınai haklar alanındaki performansımızı daha iyi seviyelere taşımamız hayatidir" diyen Kemal Yamankaradeniz, açıklamalarına şöyle devam ediyor: "Destek Patent olarak, 36 yıl içinde kurup geliştirdiğimiz ekosistemimiz sayesinde tüm bu çalışmalara destek veriyor, firmaları, tüketicileri, akademisyenleri ve öğrencileri bu alanda bilinçlendirip güçlendirmeye çalışıyoruz. Bugün 5 kıtada 200 ülkeye tescil hizmetleri sunuyoruz. Biz de kurum olarak bulunduğumuz sektörün

en iyi ihracatçısı konumumuzu her geçen gün bir basamak daha yukarı taşıyoruz."

"Fikrine Sahip Çık"

Başarılı firmanın bu amaçlarla hayata geçirdiği projelerden biri "Fikrine Sahip Çık". Proje kapsamında öğrenci, KOBİ ve girişimci olmak üzere Türkiye genelinde toplam 100 bin kişiye ulaşılacak. Kemal Yamankaradeniz, "Projemiz sayesinde sosyal sorumluluk anlayışı odağına eğitimi yerleştirerek, Fikri ve Sınai Haklar bilincini daha da yaygınlaştırmayı, patent okuryazarlığını artırmayı ve böylelikle Türkiye'yi küresel ölçekli bir marka olarak konumlandırmayı hedefliyoruz" diyor.

Markanızı, buluşunuzu, tasarımınızı
36 yıldır koruyoruz.



DESTEK
Hep yanınızda!

destekphone: 444 43 44 www.destekpatent.com.tr

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

BAŞARININ YOLU YENİLİK KATMAK

PATENT VEKİLİ İLKER DEMİR'E GÖRE FİRMALAR PAZARIN İHTİYACINI VE TEKNİK ALANI BELİRLEYEREK AR-GE ÇALIŞMASI YAPMAYA ÇALIŞMALILAR. BU DA İNOVASYON VE TEKNOLOJİYE YATIRIM YAPMANIN YANI SIRA, ULUSLARARASI ÇALIŞAN VE TECRÜBESİ OLAN PATENT VEKİLLERİ İLE ŞEKİLLENİR .

Türk Patent ve Marka Kurumu'nun istatistiğine göre geçen yıl toplam 18.504 patent başvurusu gerçekleşti. Marka başvurularında ise 120.008 ile ciddi bir başvuru sayısı söz konusu. Avrupa ülkelerine kıyasla en çok marka başvurusu alan ülkelerden biri Türkiye. Fakat Demiron İnovasyon Teknoloji Yönetimi A.Ş.'nin kurucusu ve aynı zamanda Patent Vekili olan Yüksek Endüstri Mühendisi İlker Demir'e göre sayıların azlığı ya da çokluğu değil, katılan değer önemli.

Yerelden küresele

Özellikle sınai mülkiyet hakları olan, patent ve faydalı model, marka, tasarım ve coğrafi işaretlerin korunmalarında ulusal ve uluslararası danışmanlık veren Demiron İnovasyon Teknoloji Yönetimi A.Ş., bir patent ve hukuk firması. Şirketlerin, üniversitelerin veya bireysel buluşçuların Ar-Ge çalışmaları sonucu ortaya çıkan patent, marka veya tasarım başvurularının hazırlanması ve başvuru süreçlerinin yönetilmesinin ötesinde, onlara bu sınai haklarını daha iyi yönetmelerini sağlayacak inovasyon, teknoloji ve patent yönetimini de içine alan kapsamlı bir danışmanlık hizmeti sunuluyor. İlker Demir, "Danışanlarımızı sadece yerel değil, küresel düşünerek fikir aşamasından tescile kadar ulusal ve uluslararası olarak desteklediğimiz gibi, daha sonra meydana gelebilecek hukuki ihtilaflarda da yanlarında oluyoruz" diyor.



Değerli marka sayısı az

Avrupa'daki ülkelere göre çok sayıda marka başvurusu yapılmasına rağmen, değerli marka sayısının Türkiye'de yok denecek kadar az olduğunu vurgulayan Demir, firmalara önerilerde bulunuyor: "İnovasyon ve teknoloji çalışmaları yapmalılar. Ar-Ge ekibinin patent hakkındaki eğitimlerine önem vermeliler. Yurtdışından gördükleri bir ürünün kenarından köşesinden değişiklik yapıp patent veya faydalı model almaya çalışmaktan ziyade, pazarın ihtiyacını tespit ederek kendilerini geliştirmeye çalışmalılar. Bunun içinde elbette buldukları teknik alanın dünya üzerindeki gelişmelerini yakından takip edip, tekniğin bilinen durumunu tespit etmeliler. İhracatı düşünüyorlarsa, uluslararası çalışan



ve tecrübesi olan patent vekillerini tercih etmeliler."

Stratejiniz olmalı

Uzun veya kısa vadede firmaların stratejilerini mutlaka belirlemesi gerektiğini söyleyen İlker Demir'e göre, doğru başvuru yolunu belirlemek ancak böyle mümkün. Demir, "Yani olanı bulmamak kadar, gerekli olanı bulmak, geliştirmek de önemli. Bu da pazarı ve müşteriyi doğru anlamaktan geçer. Sadece patentim olsun diye hareket etmekten daha çok, doğru patent stratejisini belirlemek gerekir" diyor.

Demiron İnovasyon Teknoloji Yönetimi A.Ş.,
Teknik ve Hukuk alanındaki yetkinliği ile Fikri ve Sınai Mülkiyet
alanındaki yenilikçi fikirlerinizin **yurtiçinde ve yurtdışında** korunmasını
sağlamak üzere Bursa'da kurulmuş olan **dinamik ve yetkin** bir
danışmanlık firmasıdır.

Bunun ötesinde amacımız **"İnovasyon, Teknoloji ve Patent Yönetimi"**
konularındaki çalışmalarımızla sizlerin **doğru ürünü,**
doğru zamanda pazara sunmanıza destek olmaktır.

Patent ve Faydalı Model ✓

Marka ✓

Tasarım ✓

Coğrafi İşaret ✓

Hukuk ✓

İnovasyon ve Teknoloji Yönetimi ✓

Patent Yönetimi ✓

Bariş Mah. Defne Sk. Defne Apt.
No:10 K:4 D:8 Nilüfer / BURSA
Tel: 0 224 451 16 67
e-mail: demiron@demironip.com

www.demironip.com

Türk mutfağının

HİÇ UMMADIĞINIZ
BİR ÜLKEDE
KARŞINIZA BİR
TÜRK RESTORANI
ÇIKABİLİR. YURT
DIŞINDAKİ TÜRK
RESTORANLARI,
BİR NEVİ GÖNÜLLÜ
TURİZM ELÇİLİĞİ
YAPIYORLAR VE BİZE
ÖZGÜ LEZZETLERİ
DÜNYAYA
TAŞIYORLAR.

DÜNYA TURU

Almanya'da afiyetle kebab yiyen bir Alman'a denk gelebilirsiniz. Bu durum, ülkede Türk nüfusu çokluğundan dolayı sizi şaşırtmayabilir. Fakat rotanızı Amerika, Fransa hatta İran'a bile çevirseniz yine Türk mutfağından bir lezzet mutlaka karşınıza çıkacaktır. Yurt dışında sayıları her geçen gün artan Türk restoranları, hem mutfağımızı hem de kültürümüzü başarıyla tanıtıyor, bir nevi gönüllü turizm elçisi görevini üstleniyorlar.

Suudi Arabistan'dan Rusya'ya, Azerbaycan'dan İtalya'nın köylerine kadar çok sayıda Türk restoranı, markasını dünyaya açmanın gururu içerisinde. Geçen yıl dolar kurunda yaşanan dalgalanmalara rağmen, yurt dışına açılmaktan korkmayan Türk restoranları, franchise sistemi ile şube açarken kuruluş maliyetinden kira desteğine kadar birçok farklı konuda hibe desteği alıyor.

Dubai'den New York'a Nusr-Et



Bunlardan biri, 2010 yılında kapılarını açan ve kısa zamanda tüm dünyayı etkisi altına alan mekân, Nusr-Et Steak House. Sosyal medyayı en iyi kullanan markalardan biri olan

restoranın Dubai, Abu Dabi, Doha, Miami, New York ve Mykonos'da şubeleri var. Et pişirme ve tuzlama şekli nedeniyle bir internet fenomeni haline gelen mekânın sahibi Nusr-Et Gökçe, "10 yıl önce, ayda 400 dolar maaşla çalışan bir insandım. Bugün şirketimin marka değeri 1,5 milyar dolar olarak hesaplanıyor. İnşallah, 3 milyar doları geçeceğim" diyor. Avrupa'nın hatta dünyanın en iyisi olacağını vurgulayan Gökçe'nin liderliğindeki Nusr-Et'in bu yılki hedefinde Las Vegas ve Los Angeles'ta da restoran açmak var.

Simit Sarayı, rotayı Afrika'ya çevirdi



Dünyanın dört kıtasında faaliyet gösteren Simit Sarayı, bulunduğu coğrafyalarda büyürken, yeni ülkelerde de mağaza açmaya devam ediyor. Kısa süre önce Cezayir'de toplam 50 nokta için anlaşma sağlayan Simit Sarayı, Tunus ve Fas'ta da 30 şube açarak lezzetlerini Kuzey Afrika pazarına yayma kararı aldı. Simit Sarayı Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Kavukcu, konuyla ilgili yaptığı açıklamada "2018'i hedeflediğimiz ötesinde, markamız açısından olumlu bir yıl olarak tamamladık. Son iki yılda 8 yeni ülkeye; BAE, Sırbistan, Ürdün, Lüb-

nan, Slovenya, Bahreyn, Cezayir ve Irak pazarlarına girerek zincirimiz yeni halkalar ekledik. Bazen şirketimiz kapsamında bazen de master franchise ortaklıklarıyla büyümeye devam ediyoruz" diye konuşuyor.

Türk pidesi Azerbaycan'da



Türkiye'nin en yaygın pide zinciri olan HD Holding imzalı Pidem markası, Mayıs ayında ilk yurt dışı restoranını Azerbaycan'da açtı. Franchise Müdürü Erol Işık, "Sadece Türkiye'de değil, yüzde 100 yerli sermayeli bir Türk şirketi olarak, yurt dışında da geleneksel mutfağımızın temsilcisi olma yolunda önemli adımlar attık. Holding markamız Pidem ile geçtiğimiz Mayıs ayında ilk yurt dışı restoranımızı Azerbaycan'da açtık. Bu heyecanla Türk mutfağının geleneksel lezzetlerinin dünya çapındaki lider temsilcisi olmayı hedefliyoruz" diyor. HD Holding olarak kısa vadeli planlar ve dış etkenler yerine; uzun vadede kendilerini nasıl geliştirebileceklerine ve nasıl daha iyi hizmet sunabileceklerine ilişkin çalışmalar gerçekleştirdiklerini söyleyen Işık;

"Türkiye genelinde 250'den fazla restoranımız ve güçlü bir dağıtım ağıımız var. Üretimden restorandaki servis sürecine kadar, her aşamayı denetliyoruz. Dolayısıyla satın alma gücü, ürün kalitesi ve misafir memnuniyeti sağlamada önemli kaynaklara sahibiz. Tüm bu özelliklerimiz de ürün kalitemizi ve uygun fiyat politikamızı devam ettirebilmemizi sağlıyor" şeklinde aktarıyor.

Balkanlar'a döner açılımı



Türk dönerinin önemli bir markası haline gelen ve bugün 14 ülkeye ihracat yapan Bereket Döner ise gözünü Balkanlar'a çeviren firmalardan biri. Suudi Arabistan'ın Taif şehrinde bir şubeye hizmet veren Bereket Döner, gelecek beş yıllık dönemde tüm Ortadoğu'da Bereket Döner Restoran ve Bereket Döner Durak'lar açmayı planlıyor. Bereket Döner CEO'su Muhammet Nezif Emek, Afrika, Orta Asya, Türkiye Cumhuriyetler, Kuzey Kıbrıs, Makedonya ve Avrupa ülkeleri için görüşmelerinin devam ettiğini belirtiyor. Balkanlar'a açılmak için görüşmeler başlattıklarını belirten Emek, "2019 yılı sonuna kadar bu bölgede de yapmış olduğumuz fizibilite çalışmalarını sonlandırıp Bereket Döner Avrupa'nın ilk imzasını atmış olmayı hedefliyoruz. Yeni bir ülke ve pazar olan Umman için sözleşmemizi imzaladık; Muskat'ta ülkenin ilk Bereket Döner restoranının duyurusunu yapacağız" diyor.

Tavuk Dünyası, Rusya'ya odaklandı



Tavuk Dünyası ise, Rusya'da "Gagawa" markasıyla büyüyen firmalarımızdan biri. Firmanın Rusya'da Kazan, Nizhniy Novgorod ve Moskova'da toplam 11 restoranı bulunuyor. Hedef, bu yıl içerisinde Rusya'da 15'ten fazla yeni restoranı hizmete sokmak. Rusya pazarına ek olarak ise Körfez Bölgesi'nde de yeni yatırımlar yapılması planlanıyor. Avrupa'da ise Almanya, İspanya ve İngiltere merkezli. Tavuk Dünyası CEO'su Volkan Mumcu, "Amerika pazarı da bizi heyecanlandıran pazarlar arasında yer alıyor" diyerek, gelecekte okyanus ötesine de açılacaklarının işaretini veriyor.

Türk köftesini yurt dışına taşıdı

Türk köftesini dünyaya tanıtan 1920 Sultanahmet Köfteçisi'nin, hepimizin bildiği ismi ile Tarihi Sultanahmet Köfteçisi de yurt dışında atağa kalkarak şubeleşmeye giden restoranlarımızdan biri oldu. 2013 yılında ilk yurt dışı restoranını Azerbaycan'da açan tarihi restoranın, bugün Almanya, İngiltere ve Kuzey Kıbrıs'ta şubeleri var. Başarılı Türk markasına talep-

ler ise oldukça fazla. Önümüzdeki dönemlerde ABD, Almanya, Hollanda ve Fransa'da da Sultanahmet Köfteçisi'nin şubelerine rastlayabilirsiniz.



10 ülke çiğ köfte yiyor

Almanya, Hollanda, İsviçre, Belçika, Macaristan, Avusturya, Fransa ve İngiltere'de hizmet veren Çiğköfem markası da yurt dışında Türk damak tadını tanıtan firmalarımızdan bir diğeri. 10 ülkede, 300'den fazla şubesi ile faaliyette bulunan şirket, Türkiye'nin yurt dışında en fazla çiğ köfte bayiliği üzerine şubesi olan gıda markası. Çiğköfem, bu başarısından dolayı 2017 yılında UFRAD Derneği tarafından yurtdışı açılım ödülüne layık görüldü. Önümüzdeki dönemlerde Balkanlar'da ve Azerbaycan'da yatırım yapılması planlanıyor.



GELECEĞİ
BİRLİKTE
ŐEKİLLENDİRELİM



GELECEĞİ LİDERLİKLE ŐEKİLLENDİRİYORUZ



GüvenilirliĐi, esnekliĐi ve yenilikçiliĐi ilke edindik.
Yarattığımız bu değerler üzerinde yükselerek
Türkiye yassı alüminyum sektörünün üretim ve ihracat lideriyiz.

Bu başarıda rol alan tüm iş ortaklarımıza ve
çalışanlarımıza sonsuz teşekkür ederiz.

DENİZLİ'DEN DÜNYAYA BİR BAŞARI ÖYKÜSÜ

60'DAN FAZLA ÜLKE DENİZLİ MERKEZLİ ÇALIŞKAN TARIM'IN TIBBİ AROMATİK BİTKİLERİNİ, YAĞLI TOHUMLARINI VE DOĞAL MANTARLARINI KULLANIYOR. ŞEHRİN SAHİP OLDUĞU DEĞERLERİ YILLAR ÖNCESİNDE KEŞFEDEN VE YATIRIMLARINI BU YÖNE KAYDIRAN FİRMANIN GENEL MÜDÜRÜ SÜREYYA ÇALIŞKAN, "FARKLI BİR İHRACAT KAPISI ARALADIK VE ÜLKEMİZ EKONOMİSİNE KATKIDA BULUNMAKTAN GURUR DUYUYORUZ" DİYOR.

Denizli, doğal tarım ürünleri, şifalı bitki ve baharat açısından ülkemizin en zengin şehirlerinden biri. Özellikle kekikte bir kaldıraç görevi gören şehrin, Türkiye kekik üretimindeki payı yüzde 95 civarında. Ticari hayatına 1968 yılında başlayan, 1994 yılında kayıtlı bir şirket olarak devam eden Denizli merkezli Çalışkan Tarım, bölgenin sahip olduğu bu değerleri teknoloji ve Ar-Ge faaliyetleri ile harmanlayarak 60'dan fazla ülkeye ihraç etmenin gururunu yaşıyor. Bugün ürünlerinin yüzde 90'ına yakını yurt dışına pazarlayan firma, aylık bin tonun üzerinde bir üretim kapasitesine sahip. Geçtiğimiz yılın ihracat rakamı ise 13 milyon dolar. En önemli pazarları ise Avrupa ve Uzakdoğu ülkeleri. Küçük bir işletme olarak başladığı bu yolda, Türkiye'nin önde gelen mantar,

baharat ve baharat yağları üreticilerinden biri olmayı başaran Çalışkan Tarım'ın ana kalem ürünleri ise tıbbi aromatik bitkiler, yağlı tohumlar ve doğal mantarlar. Firmanın Genel Müdürü Süreyya Çalışkan, dünya mutfaklarını süsleyen ürünlerini ve başarılarının sırrını anlattı.

"Farklı bir ihracat kapısı araladık"

Aromatik bitki yağlarını Uzakdoğu'ya ihraç eden firmanın baharat grubunun içerisinde; defne yaprağı, kekik, adaçayı, biberiye, nane, sumak ve yağlı tohumlar var. Defne yaprağı, kekik vb. aromatik bitki yağlarının özellikle sağlık amaçlı kullanıldığını söyleyen Süreyya Çalışkan, "Yabani mantarlar grubundan ise; kuzugöbeği, bolet (porçini), sarkız, borazan ve kanlıca mantarları da önemli ihraç

MANTARLA BAŞLADI, BAHARATLA YOLU AÇTI

Çalışkan Tarım'ın kuruldukları yıllarda ilk faaliyeti taze ve kuru doğal mantar (kuzu göbeği mantarı), kapari ve defne yaprağı üretimi ve ihracatı olmuş. Bölgedeki doğal tarım ürünlerinin farklılık ve bolluk avantajını fark eden şirket, ürün portföyünü şifalı bitki ve baharat ile diğer doğal mantar ürünlerine doğru genişletmiş. Günümüzde uluslararası gıda güvenliği yönetmeliklerine uygun kendi üretim tesislerinde baharat, tohum, esansiyel yağ ve mantar üretimi gerçekleştiren Çalışkan Tarım, aynı zamanda güvey otu, kekik, biberiye, adaçayı, anason, kimyon tohumu ve rezene tohumu da üretiyor. Markalaşmaya bilhassa önem veren firmanın iki yeni markası 'Mush' ve 'Forest' ise geçtiğimiz yıl üst segment market zincirlerindeki raflarda yerini aldı.



talara taşımak. Bu sayede ülkemiz ekonomisine ve istihdamına artan katma değer sunacağımızı biliyoruz. Üzerimize düşen sorumluluklarımızı yerine getirmeye çalışıyoruz" diyor.

Fuarlarla ihracat gelişti

Ar-Ge ve teknolojiye önem veren firmanın, kendi laboratuvarı ve özel bir Ar-Ge ekibi var. Bu laboratuvarlarda uzman personel ve mühendislerle birlikte çeşitli bitki ve baharattan aromatik yağlar üretiliyor ve sürekli dünyadaki trendler takip ediliyor. Firmanın başarısının sırrı ise Süreyya Çalışkan'ın da ifadesi ile isminde gizli: Çok çalışmak. Şöyle diyor: "Ancak çok çalışarak başarılı olabilirsiniz. Tabii ki yenilikleri de takip etmek zorundasınız. Kalite ve müşteri memnuniyeti de öncelikleriniz arasında olmalı." Geçmişten gelen güçlerini ise hiçbir zaman unutmadıklarının altını çizen isim, sözlerine şöyle devam ediyor: "Bu gücümüzü değişen ve gelişen teknolojiyle her zaman bir adım daha öteye taşımaya çalışıyoruz. Ancak; bu değişim sürecinde çalışkan olma zihniyetimizden asla taviz vermiyoruz. Ayrıca, dünyadaki trendleri son derece yakından takip ediyoruz. İyi bir ekibimiz var. Her yıl dünyanın önde gelen fuarlarında yerimizi alıyoruz. Böylelikle ürünlerimizi dünyanın farklı noktalarındaki alıcıların beğenisine sunuyoruz." Çalışkan Tarım'la çalışmaya başlayan hiçbir müşterinin kendilerini bırakmadığını çünkü her şeyden önce karşılıklı güven kur-



SÜREYYA ÇALIŞKAN
Çalışkan Tarım Genel Müdürü

ürünlerimiz arasında yer alıyor" diyor. Farklı bir ihracat kapısı aradıklarını ve bunun gururunu yaşadıklarını söyleyen Çalışkan, "Günümüzde üretim, istihdam ve ihracat çok önemli. Biz de Çalışkan Tarım olarak katma değeri yüksek bu ürünlerin ihracatını gerçekleştiriyor olmaktan mutluyuz. Farklı bir ihracat kapısı aradık. Dünyada ihracat yapmadığımız kıta

yok. Bu yıl Kuzey Amerika ve Rusya satışlarımızı daha yukarılara çıkarmak istiyoruz. Avrupa Birliği ülkeleri en çok ihracat yaptığımız ülkeler ve buraya olan ihracatımız her geçen gün artıyor. Kuzey Afrika ve Orta Afrika ülkeleri de potföyümüzde. Diğer taraftan markalaşmanın da bilincindeyiz. Önümüzdeki süreçte amacımız, markamızı daha üst nok-





manın ilk ilkeleri olduğunu belirten Süreyya Çalışkan, "Düşük kalite ve çok ucuz olan, sadece agresif satışa dayalı bir üretim modelimiz hiç bir zaman olmadı. Sürekli üretim şartlarımızı ve kalitemizi yukarı taşıdık ve böylece müşteri portföyümüz gelişti" diyor.

▼ Çalışkan Tarım, 30 farklı ilde ve 250'nin üzerinde bayi ve tedarikçileriyle, taze veya kurutulmuş ürünlerini dünyanın dört bir yanına ihraç ediyor. Firmanın Denizli ve Mersin'de toplam dört üretim tesisi var.

Gıda güvenliğinden taviz yok

Gıda güvenliği firmanın ilk önceliği olurken, bütün ürünler titizlikle kontrol ediliyor. Süreyya Çalışkan gıda güvenliğinden asla taviz vermediklerini şöyle anlatıyor: "Bugün firmamız, ham madde alımından son yükleme noktasına kadar tüm aşamalarda ISO 22000 standartlarında üretim yapıyor. Satın alınan her ürün titizlikle kontrol ediliyor. Üretim ve depolamanın gıda güvenliği esaslarında yapılmasına son derece özen gösteriyoruz. Ürünlerimizin üretiminde gıda hijyeni en önemli kriterimiz. Tüm bunlar ISO 22000'e göre titizlikle uygulanıp kayıt altına alınıyor."

GİRİŞİMCİLERE ALTIN DEĞERİNDE ÖNERİLER

Süreyya Çalışkan, başarılı olmak isteyen girişimcilere önerilerde bulundu: "Her alanda olduğu gibi çalışmak ve uğraşmak olmazsa olmaz. Genç girişimcilerimizin hem sektörlerini hem de iş dünyasını ve dünyayı yakından takip etmesi şart. Sektörleri hakkındaki yayınları takip etmelerini, fuarlara mutlaka gitmelerini, diğer ülkelere giderek vizyonlarını geliştirmelerini tavsiye ederim. Elbette yeni üretim, satış, nakliye, teknoloji gibi gelişmelerden haberdar olmaları gerek. Ekonomik dalgalanmalara ve döviz değişikliklerine karşı da pozisyon alacak finansal bilgi ve uyanıklığın olması gerekir çünkü ülkemizde bu dalgalanmalar zaman zaman yaşanıyor. Daha önce düşünülmemeyi ve yapılmayanı yapmak başarılı olmanın sırlarından biri ama bunun her zaman işe yarayacağını garantiye alamazsınız. İyi bir fizibilite ve enine boyuna pazar araştırması şart."



▲ Baharat ve Şifalı Bitki Üretim Tesisleri, Denizli



▲ Mantar Üretim Tesisleri, Denizli



▲ Yağlı Tohumlar İşleme Tesisi, Denizli



▲ Defne Yaprakları Üretim Tesisleri, Denizli



SEVAL KABLO

since 1980



Aydınlık bir dünya için,
80'den fazla ülkeye enerjiyi biz sağlıyoruz.



FORTUNE
500



CABLES FOR WHOLE WORLD
DÜNYA İÇİN ÜRETİYORUZ

www.sevalkablo.com



İşlendikten sonra ihrac edilen beyaz kiraz, kek, pasta ve meyve suyu sanayinde kullanılıyor. Beyaz kirazın reçeli de Ereğli'nin meşhur ürünlerinden biri. İlçede beyaz kiraz alımı yapan iki farklı İtalyan şirketinin tesisleri mevcut. Geçen yıl Temmuz ayında "Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı" olarak tescile kavuşan Ereğli Beyaz Kirazı, sinir sistemine katkıları, uykusuzluk ve kilo kontrolü gibi farklı konularda insan sağlığına fayda sağlıyor.

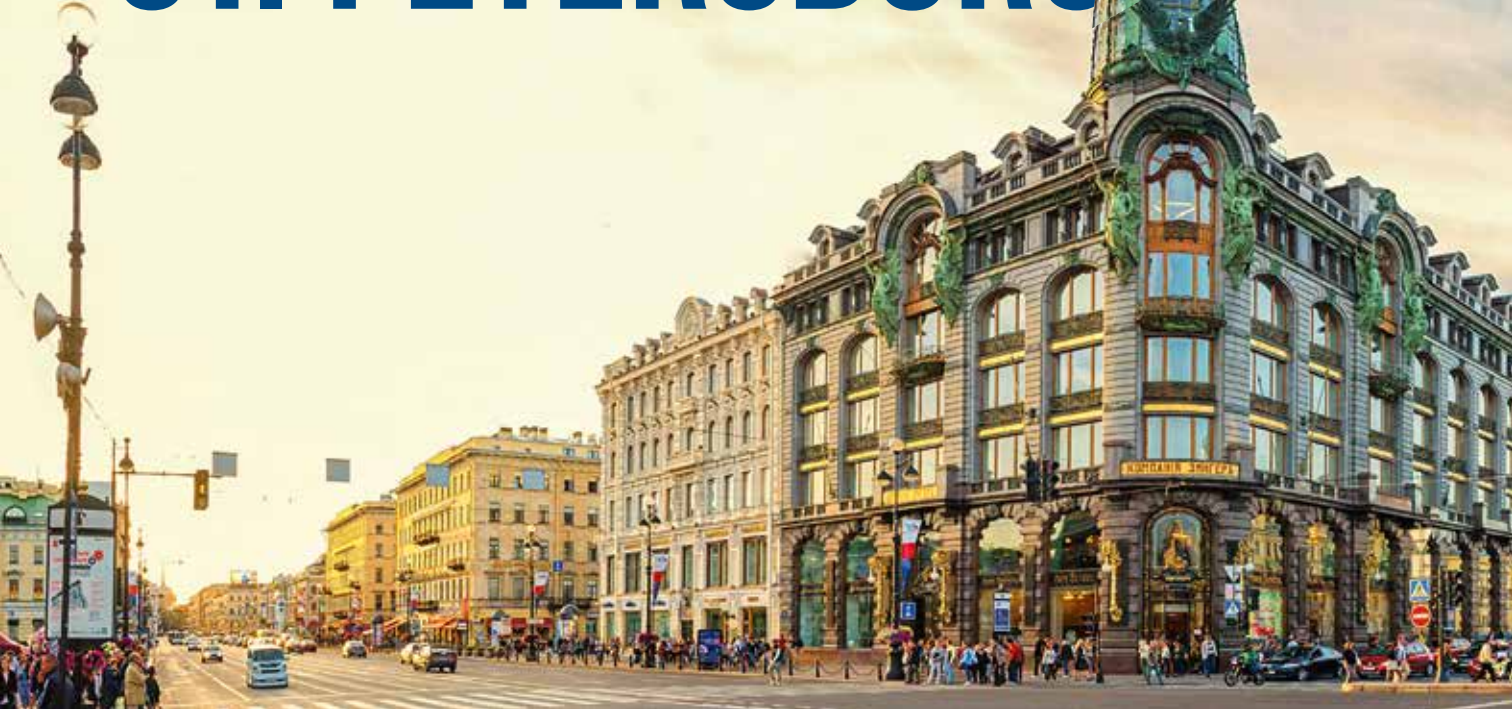
Toros Dağları'nın ikramı **EREĞLİ** **BEYAZ KİRAZI**

Tarihi Bizans dönemine uzanan Konya'nın Ereğli ilçesi, İç Anadolu Bölgesi'nin güneydoğusunda, Toros Dağları'nın eteklerinde kurulmuş Türkiye'nin en büyük ilçelerinden biri. 150 bini aşan nüfusu ve ekonomik potansiyeli bakımından 30 civarında ilden daha büyük bir yerleşim durumunda. İlçenin en önemli geçim kaynaklarından biri ise, adıyla özdeşleşen Ereğli Beyaz Kirazi. Türkiye'de beyaz kiraz üretiminin yüzde 90'ı Ereğli'de yapılıyor. Ülkemiz dünyadaki en büyük beş kiraz üretici-

si arasında bulunuyor.

Ereğli'nin yıllık beyaz kiraz üretim miktarı, iklim faktörleri göz önüne alındığında yaklaşık 10 bin ton civarında. Bunun 6 ila 7 bin tonu İtalya başta olmak üzere, Avrupa ülkelerine sapı ve çekirdeği ayıklandıktan sonra salamura olarak ihraç ediliyor. İlçeye yıllık 3-4 milyon dolar gelir beyaz kirazdan geliyor. İlçenin rakımının yüksek olması, nemin nispeten düşük ve üretimde kullanılan suların kaynak suyu olması, onu farklı kılan nedenler arasında.

BEYAZ GECELERDE TEKNE TURU: ST. PETERSBURG



RUS ÇARI PETRO'NUN BÜYÜK AVRUPA HAYALİ İLE BATAKLIKTA KURULDU ST. PETERSBURG. BUGÜN ŞEHİR, BEYAZ GECELERİ, GENİŞ YOLLARI, KÜLTÜR VE SANAT ALANINDA VERDİĞİ ESERLERİ, MÜZELERİ VE NEOKLASİK MİMARİ YAPISI İLE RUSYA'NIN KÜLTÜR MERKEZİ.

Avrupa'nın dördüncü, Rusya'nın ise Moskova'dan sonra ikinci büyük şehri, St. Petersburg. 1703 yılında Rus Çarı Petro tarafından kuruldu ve günümüzde 5 milyondan fazla nüfusu ile "Kuzey'in Venedik'i" olarak ifade ediliyor. UNESCO Dünya Mirası içerisine giren Neva Nehri ve 42 ada üzerine konumlanmış olan 55 kanal ve 500'e yakın köprüsü ile Venedik'le boy ölçüşebilir mi bilinmez, fakat St. Petersburg'un sahip olduğu de-

ğerlerle mutlaka görülmesi gereken şehirlerin başında geldiği kesin. Rus Hükümeti de 400 yıllık bu mirası korumak ve ileriye taşımak için yoğun bir uğraş içerisinde. Rusya'da Petro, 'Büyük Petro' olarak ifade edilirken, bizim tarihimizde verdiği radikal kararlardan dolayı 'Deli Petro' olarak geçiyor. Baltık Denizi'nin kıyısında bataklık üzerine kurulurken, Çar Petro'nun şehrin kuruluşu sırasında hiçbir masraftan kaçınmamış. Kentin mimari yapısı için İtalyan mimarlarla anlaşmış.

Beyaz Geceler için son ay

Gogol, Dostoyevski, Turgenyev gibi ünlü yazarların romanlarına konu olan St. Petersburg'da görülecek pek çok yer var. Fakat yine de özel bir zaman aralığı verebilmek mümkün. Bu döneme 'Beyaz Geceler' adı veriliyor ve Haziran başından Temmuz ayının sonuna kadar yaşanıyor. Güneş neredeyse hiç batmıyor ve gecenin ortasında bile hava aydınlık oluyor. Beyaz Geceler, 25 Mayıs tarihinde başlıyor ve 16 Temmuz'a kadar sürüyor. 22 Haziran'da gündüz uzunluğu

BUNLARI YAPMADAN DÖNMİYİN!

- Tekneyle kanal turu yapın.
- Sanat etkinlikleri ve 306 müzesi ile adeta bir kültür şehri olan St. Petersburg'da Mariinsky Tiyatrosu'nda bir gösteri izlemeden dönmeyin.
- Dostoyevski'nin 1878'ten ölümüne dek yaşadığı ve Karamazof Kardeşler'i yazdığı ev Dostoyevski Müzesi olarak hizmet veriyor.
- Palace Bridge'de havai fişek gösterilerini izleyin.
- Rus edebiyatının ünlü temsilcisi Puşkin de Petersburg'da yaşamış edebiyatçılarından biri. Müze haline getirilen evinde yazarla ilgili pek çok özel eşya mevcut.
- Sevdiklerinize götürebileceğiniz en klasik hediye, Rusya'nın sembolü matruşka bebekler olacaktır.



19 saati buluyor. Bu tarihte havai fişek gösterileri gibi çeşitli etkinlikler düzenleniyor. Kışın ise bunun tersi bir durum söz konusu. Aralık ayında gündüz uzunluğu 6 saate kadar düşüyor. Bu da şehri görmek isteyenler için bir hüsrana neden olabiliyor. Bu yüzden St. Petersburg'u

ziyaret ederseniz, tatilinizi yaz dönemlerine getirmeye özen göstermelisiniz.



Şehrin kalbine hoş geldiniz

St. Petersburg'un en geniş bulvarı 14 kilometre boyunca uzanan Moskovsky Caddesi. Şehrin kalbi ise ana cadde Nevsky'de atıyor. 4,5 kilometrelik bu yol, bizdeki İstiklal Caddesi'ni andırıyor. Yol boyunca alışveriş yapabileceğiniz çok sayıda mağaza ve kafe var. Cadde üzerindeki Puşkin'in uğrak mekanına da mutlaka uğramalısınız. Burası, edebiyatçılar kafesi olarak da biliniyor. Kanallar üzerine kurulan yapısı nedeniyle şehirde 300'den fazla köprü var. Bunların arasında en önemlisi ise Palace Bridge. 1912-1916 yılları arasında yapılan köprü, gemilerin Neva Nehri'ni geçebilmesi için 45 derecelik açıyla açılıp kapanabiliyor. Köprü'nün



Hermitage Sarayı

yüksekliği ise etrafındaki başta Peter ve Paul Katedrali ile Kış Sarayı olmak üzere tarihi yapıların görüntülerini engellemek için belli seviyede tutulmuş. Yüksekliği 260 metre.

Guinness Kitabı'na giren müze

Dünyanın en büyük sanat galerinden biri olarak kabul edilen Hermitage Müzesi de St. Petersburg'da bulunuyor. Guinness Rekorlar Kitabı'na giren Hermitage Sarayı, beş binadan oluşuyor. 1752-1764 yılları arasında şehrin kurucusu Çar Büyük Petro'nun kızı Elizabeth tarafından İtalyan mimar Bartolomeo Rastrelli'ye yaptırılmış ve kışlık ikametgâh olarak kullanılmış. Müzede 15 bin tablo, 12 bin heykel ve 1 milyona yakın da para koleksiyonu bulunuyor.

Çar Petro'nun yazlığı

St. Petersburg'da mutlaka görülmesi gereken bir başka nokta ise Çar Petro'nun 1700'lü yılların başında yaptırdığı yazlık saray; Peterhof. 607 hektarlık arazi içine konumlanan sarayda, havuzlar, heykeller, çardaklar ve çeşmeler yer alıyor. İsveçlilere karşı kazandığı zaferin ardından Versay Sarayı'na benzer bir yapı inşa etmek isteyen Petro, inşaatta beş binden fazla işçiyi çalıştırmış. Yazlık

sarayın simgesi Samson Çeşmesi olarak biliniyor. Rivayete göre Samson çok güçlü bir adam. Gücünü kimseye söylemediği uzun saçından alıyor. Bir gün bu sırrını sevgilisi Dila'ya anlatıyor. Dila da bu hikâyeyi, halkıyla paylaşıyor. Sonrasında Samson, saçı kesilerek öldürülüyor. Samson'un heykelinde ağzı açılan bir aslan var. Bu aslan Petro'nun zafer kazandığı İsveç'in simgesi, Samson da Rusya'nın simgesi olarak kabul ediliyor.

Sanatla iç içe bir metro

St. Petersburg kentinin metrosu muhteşem sanat eserleriyle dolu. Her istasyonu bir saray gibi süslenmiş. 1955 yılında açılışı yapılan metronun, şimdi günlük yolcu sayısı 3,4 milyona ulaşmış durumda. Sovyet dizaynı, dekorasyonu ve sanat

çalışmalarıyla dünyadaki en şık ve gösterişli metrolardan biri olarak ifade ediliyor. Metro yetkilileri kentin sembollerinden biri haline gelen bu metronun istasyonlarında geçtiğimiz yıl farklı bir projeye imza attı. 'St. Petersburg Metrosu'nun Estetiği' isimli proje kapsamında sosyal medyada St. Petersburg metro istasyonlarında çekilen etkileyici görüntüler paylaşıldı. Projeye ünlü Petersburglu müzisyen, sanatçı, yazar, ressam ve sporcular da katıldı.

Ne yemeli?

St. Petersburg'a gelmişken Rus Çorbası olarak adlandırılan Borsch'u mutlaka tatmanızı öneririz. Soğuk ya da sıcak servis edilebilen ve et, tavuk, pancar, patates, havuç ile lahanadan oluşan bu çorbanın doğru ve lezzetli yapımı Ruslar için çok önemli. Çorbadan sonra bizdeki mantıya benzeyen, fakat farklı soslarla servis edilen Plemenı yemeğini tadabilirsiniz. Krema, domates ve mantar sosu ile mayonez ve sirke ile servis ediliyor.



Borsch Çorbası



Palace Bridge

Türkiye'nin global yedek parça markası

Tüm Dünyaya Parça Parça Yayıldık

Ağır vasıta yedek parça endüstrisinin en hızlı büyüyen markalarından Sampa, TİM İlk 1000 İhracatçı Firma sıralamasında 195. sırada! İhracat cirosunu geçen yıldan bu yana %9,3 artıran Turquality üyesi Sampa, dünyanın 100'den fazla ülkesine gerçekleştirdiği katma değerli ihracatla büyümeye devam ediyor.



**ADVANCED
PARTS**

SAMPA 25
years

EN KADIN DOSTU ŞİRKETLER

CAPİTAL DERGİSİ'NİN PWC TÜRKİYE İŞ BİRLİĞİYLE YAPTIĞI 'KADIN DOSTU ŞİRKETLER' ARAŞTIRMASI SONUÇLANDI. FARKLI KATEGORİLERDEKİ ÖDÜLLERDE, ŞİRKET BAZINDA GRATIS VE LC WAIKIKI ÖNE ÇIKARKEN, GRUP BAZINDA KOÇ, SABANCI VE FİBA BİRİNCİLİĞİ ALDI.

Bu yıl beşinci kez verilen 'Capital Dergisi Kadın Dostu Şirketler' ödülü sahiplerini buldu. PwC Türkiye iş birliğiyle gerçekleştirilen ödül töreninde toplam 8 kategoride 40 ödül dağıtıldı. Bünyelerinde yer alan kadın çalışan/yönetici sayısına ve oranına göre ödül alan şirketlerle gruplar yaptıkları konuşmalarda kadınların çalışma hayatında yer almasında gösterdikleri çabayı anlattı. Capital Dergisi'nin hazırladığı 'Kadın Dostu 100 Şirket' araştırmasının açılış konuşmasında söz alan Capital ve Ekonomist Dergileri Yayın Direktörü Rauf Ateş, "Amacımız, bir yandan farklılık yaratırken, diğer yandan da kadın çalışan ve kadın yönetici sayısı ile oranlarındaki değişimi gözlemlemektir. Her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen bu araştırma, iş dünyasındaki eğilimleri ortaya koyuyor, fark yaratan şirketlerin kendilerini göstermesini de sağlıyor. Bu açıdan önemli diye düşünüyoruz" dedi.

Teknolojide çalışanların sadece yüzde 10'u kadın

PwC Experience Center'da düzenlenen ödül töreninde konuşan Teknolojide Kadın Derneği /WTech Yönetim Kurulu Üyesi Dilek Duman, teknoloji alanında çalışanların sadece yüzde 9,91'inin kadın olduğunu belirterek, burs verdikleri öğrenci sayısının artırılmasını hedefledik-

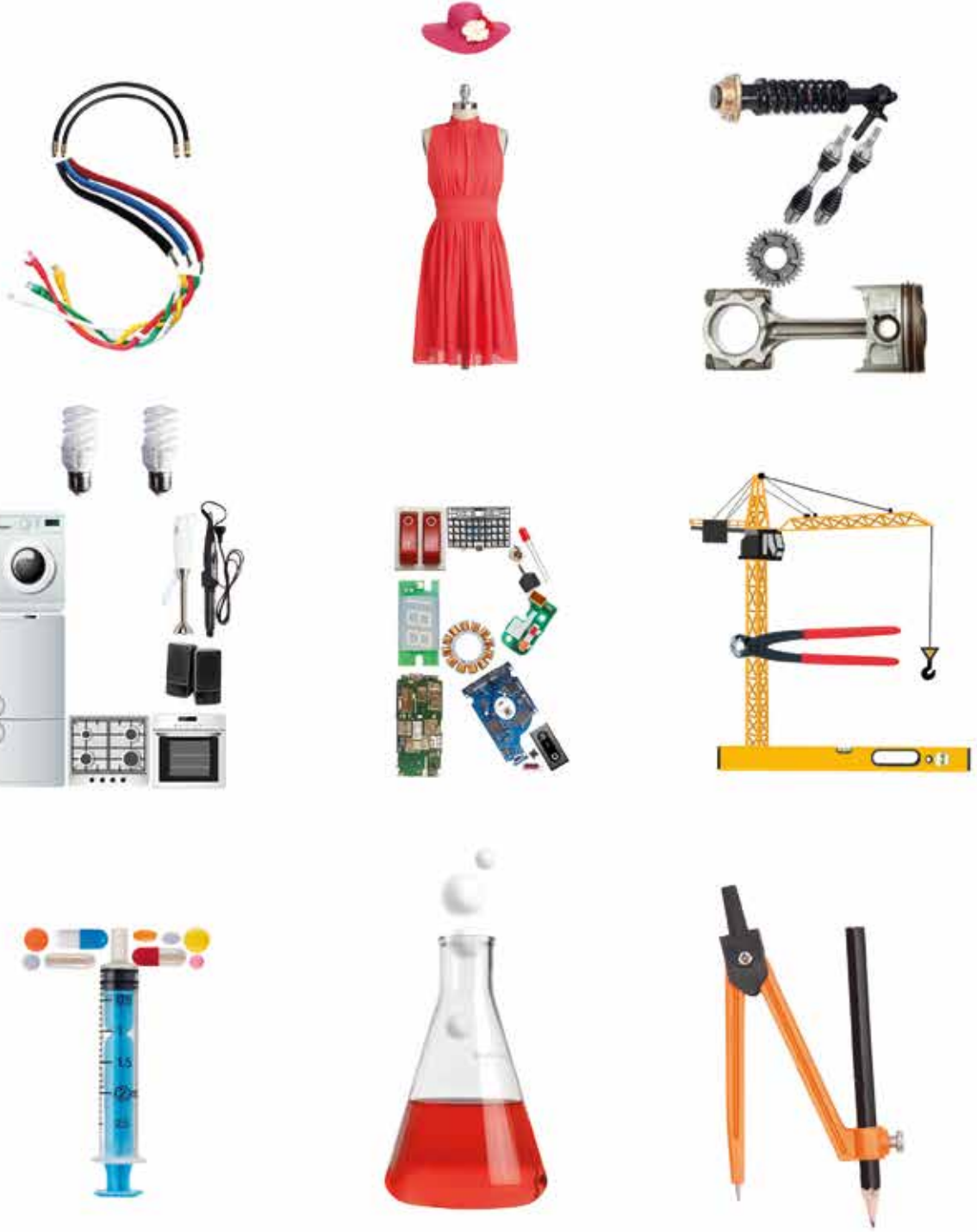


lerini söyledi. Duman, üniversitede öğrencilere verilen eğitimin yeterli olmadığını ekleyerek, bu konuda

özellikle kadın öğrencilere ücretsiz eğitimler üzerinde yoğunlaştıklarını ifade etti.

KATEGORİ BİRİNCİLERİ

Kadın Çalışan Oranı En Yüksek Olan Şirket:	Gratis
Kadın Çalışan Sayısı En Fazla Olan Şirket:	LC Waikiki
Kadın Yönetici Oranı En Yüksek Olan Şirket:	Gratis
Kadın Yönetici Sayısı En Fazla Olan Şirket:	LC Waikiki
Kadın Çalışan Oranı En Yüksek Olan Grup:	Fiba Grup
Kadın Çalışan Sayısı En Fazla Olan Grup:	Koç Topluluğu
Kadın Yönetici Oranı En Yüksek Olan Grup:	Fiba Grup
Kadın Yönetici Sayısı En Fazla Olan Grup:	Sabancı Topluluğu



Biz taşıyalım.

Üretimi ticarete dönüştürüyor, ürünlerinizi yenilikçi çözümlerle kara, hava, demir ve denizyollarını kullanarak dünyanın dört bir yanına ulaştırıyoruz.

MARS LOGISTICS GROUP



MARS LOGISTICS



IRAK İLE HEDEF 20 MİLYAR DOLAR TİCARET

GEÇEN YIL 7,3 MİLYAR DOLARLA, EN FAZLA İHRACAT YAPTIĞIMIZ 6'NCI ÜLKE OLAN İRAK İLE İLİŞKİLERİ DAHA DA GELİŞTİRMEK İÇİN ÇALIŞMALAR ARTIYOR. TİCARET BAKANI RUHSAR PEKCAN VE TİM BAŞKANI İSMAİL GÜLLE'NİN KATILIMIYLA ERBİL'DE TÜRKİYE-İRAK İŞ FORUMU DÜZENLENDİ.

Orak geleneksel olarak Türkiye'nin en önemli ihracat noktalarından biri. Ülkeye geçen yıl 7,3 milyar dolar ihracat yapılırken, toplam ihracatımızdan aldığı pay yüzde 4,5 olarak gerçekleşti. Bu potansiyeli yüksek pazarda ihracatçının alanını geniş-

letmek isteyen Ticaret Bakanlığı ve TİM, çalışmalarını yoğunlaştırdı. 20 Haziran 2019'da Erbil kentinde düzenlenen Türkiye-İrak İş Forumu'na üst düzey katılım gerçekleşti. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, forumun iki ülke arasındaki ikili ticari ilişkilerin geliştirilmesi için her sevi-

yede ortaya konulan kararlı iradenin somut bir göstergesi olduğunu ifade etti. Irak Cumhurbaşkanı Berhem Salih ile Başbakan Adil Abdulmehdi'nin Türkiye'yi ziyaretlerinin ilişkilerin gelişmesinde önemli rol oynadığına işaret eden Pekcan, Irak Ticaret Bakanı Muhammed Haşim el-Ani ile de ikili

ticareti geliştirmek amacıyla yakın iş birliği içinde olduklarını aktardı.

Irak en çok Türkiye'den alım yapıyor

Pekcan, iki ülkenin Cumhurbaşkanları tarafından 20 milyar dolarlık ticaret hacmine ulaşılması hedefinin ortaya konulduğunu vurguladı. Pekcan, şöyle konuştu: "Ticaretin önündeki tüm zorlukları kaldırıp, Türkiye ve Irak arasındaki ticareti, müteahhitlik ve yatırım ilişkilerini tarihin en parlak dönemine taşımamız gerekiyor. Irak'ın en çok ithalat yaptığı ülke Türkiye. 2019'un ilk beş ayında, Irak'a ihracatımız bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 8,4, Irak'tan ithalatımız ise yüzde 29,6 arttı. Bu rakamlar karşılıklı ticari ilişkilerimizin artmasına verdiğimiz önemin göstergesidir."

Irak Cumhurbaşkanı Salih ile Başbakan Abdulmehdi ile gerçekleştirdikleri görüşmelerde ilave vergiler, yasak kapsamındaki ürünleri ele aldıklarını, iş adamlarının karşılaştıkları zorlukları ilettiklerini aktaran Pekcan, aynı zamanda Sağlık Bakanlığı, Petrol Bakanlığı ve Elektrik Bakanlığındaki makine alımlarında sadece ABD, AB ve Japonya ürünlerinin kabul edilmesi şartının değiştirilmesini talep ettiklerini anlattı.

Irak'ın yanında olmaya devam edeceğiz

Irak'ın yeniden kalkınma ve imar sürecine girdiğine dikkati çeken Pekcan, şunları kaydetti: "Devletimiz, Irak'ın geçmişteki zor günlerinde olduğu gibi her zaman yanında olmaya devam edecektir. Irak'ın yeniden imarına yönelik güçlü desteğimizin bir göstergesi olarak, 25 Nisan'da Bağdat'ta Türkiye Müteahhitler Birliği ve Irak Müteahhitler Federasyonu iş birliğiyle Irak'ın Yeniden İmarı Forumu'nu gerçekleştirdik.

Benzer bir forumun İstanbul'da da yapılmasını öngörüyoruz. Irak'ın üretim kabiliyetinin artması noktasında Türkiye, Irak için her türlü desteği vermeye hazırdır." Pekcan, THY'nin Bağdat, Basra, Nəcəf, Erbil, Süleymaniye olmak üzere Irak'ta beş noktaya uçtuğunu, dört Türk bankasının da Irak'ta faaliyet gösterdiğini dile getirdi. Pekcan, transit geçişlere izin verilmesi ve iki ülke arasında yeni gümrük kapılarının açılmasının artan ticaret hacmine ve Irak'ın kalkınmasına hizmet edeceğini söyledi.

Ürün çeşitliliği artmalı

TİM Başkanı İsmail Güllü ise, yılın ilk çeyreğinde Irak ile ticaret hacminin 3 milyar dolara ulaştığını belirterek, "İnşallah bu yıl 12 milyar doları aşacak, 2020'de ise 20 milyar dolara daha da yaklaşacağız" dedi. İş dünyası olarak karşılıklı ticaret hacminin artırılması için sahada büyük çaba gösterdiklerini ifade eden Güllü, Türkiye'nin geçen yıl 168 milyar dolarlık ihracatla dünyada 31'inci, Irak'ın da 100 milyar dolarlık ihracatla 37'nci sırada yer aldığını anımsatarak, iki ülkenin ticarete ağırlığı dikkate alındığında ticari potansiyelin de yüksek olduğunu belirtti.

Ticari ilişkileri zenginleştirmek adına daha fazla iş birliğine ihtiyaç olduğunu vurgulayan Güllü şunları kaydetti: "Ticarete konu ürün çeşitliliğimizi artırmamız gerekiyor. Irak'ın ülkemize ihracatında hacmin önemli bir bölümünün altın ve petrol ürünleri olduğunu görüyoruz; ancak Irak'ın dünyaya ihraç ettiği bazı gıda ürünlerinde ve kimyasallarda, Türkiye pazarındaki varlığı son derece sınırlı. Türkiye'nin tüm dünyaya ihraç ettiği ve Irak'ın Çin, Hindistan, ABD, Kore gibi ülkelerden ithal ettiği, ancak ülkemizden ithalatı sınırlı birçok ürün söz konusu. İki ülkenin iş dünyasının temsilcileri olarak, ticaretimizi daha ileri taşıyabilmek için, kazan-kazan stratejisi doğrultusunda, çalışma grupları oluşturarak bu ürünlere yönelik yeni bir yol haritası oluşturabiliriz." Komşuluk, sınırdaşlık ve güçlü tarihi bağlar göz önünde bulundurulduğunda, Irak'ın Türkiye'den mal almayı tercih etmesinin önem taşıdığına dikkati çeken Güllü, "İraklı kardeşlerimize ve Iraklı firmalara, ürettiğimiz en kaliteli ürünleri, en uygun fiyatlarda tedarik ediyoruz, etmeyi de sürdüreceğiz. Irak'ın kalkınmasına ve ticari ikliminin gelişmesine de katkıda bulunmaya hazırız" diye konuştu.



TAKİP ETMEYEN FAKAT TAKİP EDİLEN

KARANFİL GROUP, GEÇEN YIL PİYASADA YAŞANAN DARALMA VE OLUMSUZLUKLARA RAĞMEN TİM İLK 1000 İHRACATÇISI 2018 ARAŞTIRMASI'NDA EN YÜKSEK ARTIŞ GÖSTEREN ŞİRKETLERDEN BİRİ OLDU. İHRACATINI YÜZDE 85,4 ORANINDA ARTIRAN FİRMA, LİBYA PAZARINDA BÜYÜK BAŞARI GÖSTERDİ.

Başta lojistik olmak üzere, tekstil, gıda, eğitim, hukuk, madencilik ve sağlık gibi 16 farklı sektörde faaliyet gösteren Karanfil Group'un temelleri 1995 yılında İstanbul'da atıldı. Beşten fazla şirketi ve 100'den fazla çalışanı ile Karanfil Group, bugün ülkemizin değerli markalarından biri. İhracatının yüzde 85'ini Libya'ya gerçekleştiren firmanın, Tripoli, Bingazi, Musrata, Bayda, Zliten, Tobruk ve Zultun şehirlerinde şubeleri var. Karanfil Group, TİM tarafından bu yıl 17'ncisi açıklanan Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı 2018 Araştırması'nda da en yüksek artış gösteren şirket sıralamasında 20'nci, en hızlı yükselen şirket sıralamasında ise 11'inci sırada yer aldı. Aile şirketi olan Karanfil Group'un kuruluşundan beri başında olan Yönetim Kurulu Başkanı Murtaza Karanfil, "2017 yılında ihracatımız 24 milyon 266 bin dolar iken, 2018'de bu rakamı 44 milyon 994 bin dolara çıkardık. İhracatımızdaki artışı yüzdeye vurduğumuz zaman yüzde 85,4'lük bir artış söz konusu. Bu yıl içerisinde de aynı istikrarı göstereceğimizin garantisini verebiliyoruz. 2018'deki dolar kurundaki yükselişlerin ve dış etkenlerin Türkiye ekonomisine olan etkisi ile konkordato ilan eden firmaların sayısında artışa da bakacak olursak, Karanfil Group'un 2018 yıl sonu elde etmiş olduğu rakamlar 2019 ve gelecek yıllar için umut vericidir. Bu da benim ve ekibimin en büyük ilham kaynağıdır" diye görüşlerini aktarıyor.



MURTAZA KARANFİL
Yönetim Kurulu Başkanı

Hedef, sürdürülebilir büyüme

İhracatta lider firmalardan biri olduklarını ve net bir vizyon ile ilerlediklerini vurgulayan Murtaza Karanfil, Karanfil Group'un başarısının arkasında yatan nedenleri iman, zorluklarla mücadele etmenin iradesi ve azimli çalışma olarak ifade ediyor. Çocuklarımıza ve gençlerimize daha iyi bir gelecek bırakmak amacıyla olduklarını ise özellikle belirtiyor. Hızlı büyümede, karar verme yeteneklerinin de

etkili olduğunu belirten Murtaza Karanfil; "Alın terinin boşa çıkmaması; ülkemizin tüm bireylerinin katılımı ile yolumuzda ilerlerken, gelecek günlerin güzel gelişmelere açık olduğunun imanı içerisindeyiz" diyor. Karanfil, stratejilerini ise şöyle açıklıyor: "Takip etmeyen, fakat takip edilen bir kurum olmak. Büyük ölçekli ve kaliteli projeler geliştirmek. Güçlü ve sağlam bir karlılık, öngörülebilir bir kazanç ve yüksek nakit akışı sağlama."

Yeni oluşum, dinamik ekip

Karanfil Group, 2016 yılında yeni bir oluşum içerisine girmiş. İşini özveri ve güven dayanışması içerisinde yapan bir ekip ile yola çıktıklarını ifade eden Murtaza Karanfil, "Ülkemiz ekonomisine geniş katkı sağlarken, sürdürülebilir büyümemizi devam ettiriyoruz. Faaliyet alanlarımızdaki küresel liderler arasında yer alma idealindeyiz. Başarılarımızın devamını sağlayacak çalışmalarımız için Ar-Ge ve altyapının geliştirilmesi ile ilgili hazırlıklarımız tüm hızıyla devam etmektedir" diyor.



KARANFİL GROUP

DÜNYA BİZİMLE YAKIN

World Close *With Us!*

الدنيا اقرب معنا



CLOVE



poligon34



sas

TÖTEM

Karanfil Group Dış Ticaret ve Uluslararası Taşımacılık Ltd. Şti. Gençtürk Cad. No:49 Laleli/Fatih/İSTANBUL
info@karanfilgroup.com | www.karanfilgroup.com | +90 532 651 66 09 / Viber / Whatsapp | F/ karanfilgroup

FİRMALAR TURQUALITY'DEN MUTLAKA YARARLANMALI

İHRACATÇI FİRMALARIN MUTLAKA TURQUALITY PROGRAMI'NDAN YARARLANMASI GEREKTİĞİNİ SÖYLEYEN DR. SALİM ÇAM, PROGRAMIN KAZANIMLARINI ANLATTI.

Progroun Uluslararası Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Salim Çam, Türkiye'nin ilk 1000 İhracatçı Araştırması'na giren ve Türkiye ekonomisine katkıda bulunan firmaları kutladı ve mutlaka TURQUALITY Programı'ndan faydalanmaları gerektiğini söyledi.

Çam, "TURQUALITY programının firmalara kazandırdığı en büyük fayda; kendi stratejik, fonksiyonel ve operasyonel süreçlerini dünyada marka olmuş firmaların yönetim ve operasyonel süreçlerinin seviyesine getirmek suretiyle daha sürdürülebilir bir büyüme ve birim başına daha karlı ihracat yapma imkânı sağlamasıdır" dedi. TURQUALITY'nin Türk markalarının, stratejik, fonksiyonel ve operasyonel süreçlerini uluslararası süreçler haline getirmesi ile bir iş modeli olarak karşımıza çıktığını vurgulayan Çam, "Bu iş modelinin sürdürülebilir olması markaların rekabet etmesini sağlamaktadır" diyerek açıklamalarına devam etti.

Ürün ihracatı yapan markalar için koşullar

Dr. Salim Çam, ürün ihracatı yapan markaların TURQUALITY için ön koşulunu maddeler halinde şu şekilde sıralıyor:

- Müracaat eden markanın Türkiye'de tescilinin yapılmış olması

- Yurt dışında da ibraz edeceği iş planında belirtilecek hedef pazarlarının en az birinde aynı markanın tescil edilmiş olması
- Son 3 yıl ihracat yapma zorunluluğu ve ihracat ortalamasının en az 3 milyon dolar tutarında olması
- Mükemmel iş modeli

Hizmet ihracatı yapan markalar için koşullar

- Müracaat eden markanın Türkiye'de tescilinin yapılmış olması
- Yurt dışında da ibraz edeceği iş planında belirtilecek hedef pazarlarının en az birinde aynı markanın tescil edilmiş olması
- Mükemmel iş modeli



DR. SALİM ÇAM
Progroup Uluslararası Danışmanlık YK Başkanı

TURQUALITY DESTEKLERİ:

- İstihdam Giderleri (Ürün ve Hizmet İhracatı)
- Sertifikasyon Giderleri (Ürün ve Hizmet İhracatı)
- Yazılım ve Bilişim Giderleri (Ürün ve Hizmet İhracatı)
- Depo Hizmetleri Giderleri (Ürün İhracatı)
- Gelişim Yol Haritası (Ürün ve Hizmet İhracatı)
- Tanıtım, Reklam ve Pazarlama Giderleri (Ürün ve Hizmet İhracatı)
- Hedef Pazarlara Yönelik Danışmanlık Giderleri (Ürün İhracatı)
- Pazar Araştırması Çalışması ve Raporlama Giderleri (Ürün ve Hizmet İhracatı)
- Mağaza ve Franchise Kira ve Kurulum Giderleri (Ürün ve Hizmet İhracatı)
- Kurulum, Dekarasyon, Konsept Mimari Giderleri (Ürün İhracatı)
- Ofis, Depo, Showroom Kira ve Kurulum Giderleri (Ürün İhracatı)
- Yönetim Danışmanlık Giderleri (Ürün ve Hizmet İhracatı)
- Tasarım Giderleri (Ürün ve Hizmet İhracatı)
- Uluslararası Hukuk Danışmanlık Giderleri (Ürün ve Hizmet İhracatı)
- Marka, Patent, Faydalı Model ve Endüstriyel Tasarım Tescil Giderleri (Ürün İhracatı)
- Ürün, Hizmetve Marka Tescili ve Korunması ile ilgili Giderler (Hizmet İhracatı)
- Ön Tanı Merkezi, Klinik, Eğitim Merkezi Kira ve Kurulum Giderleri (Hizmet İhracatı)
- Satış Sonrası Servis, Reyon, Raf, Dekarasyonlu Köşe Kira ve Kurulum Giderleri (Ürün ve Hizmet İhracatı)

TURQUALITY®

Teşekkürler TÜRKİYE...

Progroup Uluslararası Danışmanlığa Ödül Yağıyor...

* 2018 Yılı TURQUALITY YÖNETİM DANIŞMANLIK ÖDÜLÜ

** 2019 Yılı YÖNETİM SİSTEMLERİ DANIŞMANLIĞI ÖDÜLÜ



STRONG MEDYA TÜRKİYE MA®KA ÖDÜLLERİ 2019

Milli Markaları Dünyaya Açıyoruz

Dr. Salim ÇAM
PROGROUP
Uluslararası Danışmanlık
Yönetim Kurulu Başkanı

0 212 356 29 60
info@progroup.com.tr
www.progroup.com.tr



* Ekovitrin Ekonomi dergisinin yapmış olduğu araştırma sonuçlarına göre Progroup Uluslararası Danışmanlık TURQUALITY YÖNETİM DANIŞMANLIK ÖDÜLÜNE layık görülmüştür.
** Strong Medya tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre Progroup Uluslararası Danışmanlık YÖNETİM SİSTEMLERİ DANIŞMANLIĞI ÖDÜLÜNE layık görülmüştür.

ANADOLU'DAN ÇIKTI, DÜNYAYA YAYILDI

1950'Lİ YILLARDA ÇORUM'DA FAALİYETLERİNE BAŞLAYAN ALAPALA MAKİNE, BUGÜN ÜRETİMİNİN YÜZDE 95'İNİ DÜNYAYA PAZARLIYOR. FİRMANIN CEO'SU GÖRKEM ALAPALA, "ANADOLU'DAN ÇIKIP YURT DIŞINDA ÖNEMLİ BİR YERE SAHİP OLAN BİR MARKA YARATTIK" DİYOR.

Endüstriyel tahıl işleme teknolojileri alanında dünyanın önde gelen firmalarından biri, Alapala Makine. 1954 yılında Çorum'da faaliyetlerine başladı. 4 kıtada 100'den fazla ülkede, 600'den fazla projelendirme, inşaat ve teknolojik çözümler dâhil anahtar teslim çalışmalar gerçekleştiriyor. 2018 yılında 38 milyon dolar ihracat rakamına imza atan şirketin hedef pazarları ise ABD, Rusya, Almanya, Çad, Gana ve Togo. Başarılı firma üretiminin yüzde 95'ini dünyaya pazarlıyor. Alapala Makine'nin CEO'su Görkem Alapala, "34 yıldır ihracat yapan bir kurum olarak Türkiye'yi 2023 hedeflerine ulaştıracak en önemli unsurun markalı ihracat olduğuna inanıyoruz. İhracatta elde ettiğimiz başarı her yıl katlanarak artıyor. 'Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı' arasında yer alıyoruz. Almanya, Fransa, İtalya ve ABD gibi gelişmiş sanayi ülkeleri dâhil pek çok ülkede buğday ve mısır unu değirmenlerinin yanı sıra dünya çapında makarna ve bisküvi üreticilerinin değirmen makinalarında da öncelikli tercih edilen markayız. Anadolu'dan çıkıp yurt dışında önemli bir yere sahip olan bir marka yarattık. Küresel pazardaki inovasyon ve tasarım ile fark yaratarak yerimizi her yıl daha da sağlamlaştırarak ilerliyoruz." diyor.

Teknoloji ve Ar-Ge'ye yatırım şart

Firmanın başarısının arkasında ya-



GÖRKEM ALAPALA
Alapala Makine'nin CEO'su

tan en önemli unsurlar teknoloji ve Ar-Ge'ye yapılan yatırımlar. Görkem Alapala, teknolojinin hayatımızın olmazsa olmaz bir parçası olduğunu söylüyor ve ekliyor: "Teknolojiye yatırım yapmayan ve zamanın gerisinde kalan hiçbir şirket uzun ömürlü olmayacaktır. İlk yıllardan itibaren düzenli olarak teknoloji yatırımlarımızı gerçekleştiriyoruz. Yeni ürünler, teknolojiler geliştirmek, yeni patentlerle sektörde rekabet yaratmak oldukça önemli." Bu amaçla pilot tesis açma

kararı aldıklarını söyleyen Alapala açıklamalarına şöyle devam ediyor: "Devlet desteğiyle hayata geçirdiğimiz pilot tesisi en verimli seviyeye taşımak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bütçesinden Ar-Ge'ye en fazla pay ayıran 'İlk 250 Ar-Ge Şirketi' listesinde yer almaktayız."

Hedef, akıllı ve karanlık fabrikalar

Alapala Makine'nin önümüzdeki yıllara ilişkin hedefleri içerisinde makina ve değirmen prosesinde kullanılan ekipmanları Endüstri 4,0'a uyumlu hale getirerek akıllı ve karanlık fabrikalar kurmak var. 2017'den beri devam eden ve yaklaşık 3 milyon TL bütçeli olan Ar-Ge tesis projesi ise devam ediyor. Görkem Alapala, "Bu tesisle birlikte Ar-Ge merkezimizde geliştirdiğimiz hem makinaların hem de entegre tüm sistemin optimizasyon çalışmalarını saha şartlarında yapmayı ve daha hızlı bir şekilde pazara sunmayı hedefliyoruz. Bu ve benzeri çalışmalar Alapala'yı ve Türkiye'yi sektörel açıdan dünyada öne çıkaracaktır" diyor. Firma aynı zamanda sosyal sorumluluk projelerine de ağırlık veriyor. Afrika'da "Spina Bifida" hastalığının minimize edebilmek için gerekli organizasyonlara verilen destekler bunlardan biri. Görkem Alapala, "Çalıştığımız ülkelerde kaliteli beslenmenin önemine dikkat çeken farkındalık sağlayan sosyal sorumluluk projelerine destek veriyoruz" diyor.

Genlerimizde tutku var.

Gıda; insanlığın geçmişı, bugünü ve geleceği.

4 kıtada kurduğumuz 600'ü aşkın değirmenle, dünya gıda işletme kalitesini iyileştiren teknolojimizle her geçen gün kendimizi geliştirmeye devam ediyoruz.

Bu nedenle işimize tutkuyla sarılıyoruz.

HEDEF: TÜRK MARKALARININ DÜNYADA SÖZ SAHİBİ OLMASI

TÜRKİYE'DEKİ İHRACATÇILARIN BİR ARAYA GELDİĞİ BİR İNTERNET SİTESİ VAR ARTIK. YENİEXPO.COM'DA HEDEF, TÜRK MARKALARININ DÜNYADA DAHA ÇOK SÖZ SAHİBİ OLMALARINI SAĞLAMAK. MARKALARIN, SEKTÖRLERİN VE ÜRÜNLERİN A'DAN Z'YE TANITIMININ YAPILDIĞI PLATFORM, TÜRKİYE'NİN ALİBABA'SI...

Türkiye'nin üreticileri ve tedarikçilerinin online pazarlama yoluyla, yeni ihracat pazarlarına ulaşmalarına yardımcı olmak amacıyla Mayıs 2018'de YeniExpo.com kuruldu. Hedef, Türk markalarının dünyada daha çok söz sahibi olmalarını sağlamak. Sadece ülkemizdeki firmaların üye olmasına olanak tanıyan internet portalında her firmaya özel bir sayfa bulunuyor ve markalar, sektörler ile ürünler A'dan Z'ye tanıtılıyor. Diğer taraftan platformun en güzel yanlarından biri de, Türkiye'deki firmaların aynı zamanda dünya genelindeki işletme rehberlerinde de yerlerini alıyor olmaları. Böylelikle dünya çapında ünlü firmaların listelerinde de kendilerine yer bulmuş oluyorlar. Yabancı alıcılar tarafında ise Türkiye'de üretilen ürünler için YeniExpo'yu arıyor ve doğrudan ihracatçılarla bağlantı kurup pazarlık yapabiliyorlar. Portal, ihracat satışlarından komisyon almıyor. Sadece profesyonel anlamda üye olmak için yıllık ücret talep ediyor. Ayrıca 10 adet ya da daha az ürünü olan şirketler için, bir süreliğine ücretsiz üyelik sunuluyor.

Türkiye'nin Alibaba'sı

Firmanın CEO'su Jamal Sadoun, "Ali-



JAMAL SADOUN
YeniExpo.com CEO'su

baba veya Global Sources gibi platformlar olmadan Çin şirketleri ve üreticilerinin nerede olacağını düşünün. Aynı şey Türkiye'de de geçerli. İhracatçılar, reklam güçlerini pekiştirmek ve tanıtımlarında birleştirmek için YeniExpo ve benzeri Türk platformlarının dijital gücüne ihtiyaç duyuyorlar" diyor. İnternet ortamında Türkiye'deki ürünlerin tanıtımını yapan az sayıda kaynak olduğu için, yabancı alıcıların bunlara ulaşmakta güçlük çektiğini söyleyen Sadoun, günümüzün iş dünyasında ve dış ticaretinde internetin önemine dikkat çekti ve şöyle dedi: "İnternet; bilgi paylaşmak ve ihtiyaç

duyduğunuz verileri bulmak için hayati öneme sahip bir araç. Özellikle ihracat yapan firmalar bu aracı mutlaka kullanmak ve kendilerini tanıtarak yabancı alıcıların dikkatini çekmek zorundalar."

Son teknoloji kullanılıyor

YeniExpo'nun kurucularının Türkiye'deki üreticilerin, ürünlerini, markalarını, bilgilerini ve değerlerini uluslararası pazarlara sunmak için bir platforma ihtiyaç duyulduğunu fark etmeleri ile internet portalının kurulduğunu söyleyen CEO Jamal Sadoun, "Herhangi bir şirketin bugünün dijital ortamında hayatta kalabilmesi için internette var olması ve şirketlerini ve ürünlerini çevrimiçi olarak tanıtmaya ve reklam vermeye devam etmesi kesinlikle gereklidir. YeniExpo, web sitesinde listelenen ürünleri ve şirketleri tanıtmak için en son çevrimiçi teknolojiden yararlanmaktadır. Google ve Yahoo gibi arama motorlarının yeni müşterilere ulaşmada hayati bir rol oynadığını biliyoruz. Bu nedenle, YeniExpo'daki tüm sayfalar, arama sonuçlarında en üst düzeyde görünmesi için arama motorları için optimize edilmiştir. Tüm Türk ihracatçıları, üreticileri ve toptancılarını YeniExpo.com'a katılmaya ve ürünlerini sergilemeye davet ediyoruz" dedi.

ÇEYREK ASIRLIK YERLİ YAZILIMLA HER YIL 65 MİLYON YOLCUYU UÇURAN TEKNOLOJİ

Anadolu'nun en eski ve köklü
uygarlığından aldığımız güç ile
25 YILDIR DÜNYAYI UÇURUYORUZ



Havayollarının tüm operasyonel
ihtiyaçlarını tek bir noktadan
karşılatabiliyoruz.

17 ülke
Türk yazılımı
ile havalanıyor



Havayolu & Seyahat Yazılım Çözümleri
hititcs.com

Turkey
Discover
the potential

HEM İŞİNDE, HEM EĞİTİMDE ÖDÜLLÜ

MARS, SEKTÖRE VE EKONOMİYE KATKILARININ YANI SIRA SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİNDE DE ADINDAN SÖZ ETTİRİYOR. FİRMA EN SON BİNE YAKIN ÇOCUĞA TRAFİK BİLİNCİNİ, UYGULAMALI BİR EĞİTİMLE AŞILADI.

1 989'dan bu yana kara, hava, deniz, demiryolu, intermodal taşımacılığı, gümrükleme, sigorta ve lojistik hizmetleri veren bir şirket, Mars Logistics. Uluslararası Taşımacılık Depolama Dağıtım, Mars Hava ve Deniz Kargo, Mars Sigorta ve Mars Logistics S.A.R.L ise firmanın çatısı altında toplanan grup şirketleri. Her biri alanında başarılı çalışmalara imza atan bu şirketler, sektör tarafından da ödüllendiriliyor. Örneğin hava kargo sektörünü ve Türkiye'de faaliyet gösteren birçok acenteyi bir araya getiren "Turkish Cargo Acente Ödül Töreni" UTİKAD'ın ve İstanbul Havalimanı'nın üst düzey yöneticilerinin katılımı ile İstanbul'da gerçekleşti. Törende, Mars Hava ve Deniz Kargo, Turkish Cargo ile en çok taşıma yapan beş acente arasında yer alarak ödül aldı. Törene katılan Mars Hava ve Deniz Kargo CEO'su Selmin Kahraman, "Havayolu taşımacılığı Mars Hava ve Deniz Kargo olarak üzerinde titizlikle durduğumuz bir işkolu. Bu alanda sahip olduğumuz



SELMİN KAHRAMAN
Mars Hava ve Deniz Kargo CEO'su

geniş iş hacmi doğrultusunda, Turkish Cargo ile en çok taşıma yapan şirketler arasında yer almaktan mutluluk duyuyoruz" dedi.

Etik değerleriyle de ödül aldı

Mars Logistics, Etik Değerler Merkezi Derneği (EDMER) tarafından, ETİKA 2018 Türkiye Etik Ödülleri'nde de ödüle layık görüldü. Derneğin şirketlerin toplum önünde itibarının ve etik ko-



ÖZGÜR DONDURMACI
İç Denetim, Risk Yön. ve Uyum Dir.

nusundaki duyarlılıklarını artırılması amacıyla bu yıl 7'ncisini düzenlediği organizasyonda, Mars Logistics adına ödülü İç Denetim, Risk Yönetimi ve Uyum Direktörü Özgür Dondurmacı aldı.

Akıllı tır Bursa'da

Firma aynı zamanda sosyal sorumluluk projelerine de yatırım yapıyor. Her yıl trafik haftasında akıllı tırıyla çocuklar için yola çıkan Mars Logistics'in bu yılki durağı Bursa oldu. Bursa İl Millî Eğitim Müdürlüğü'nün desteğiyle yürütülen projeye hafta boyunca bine yakın çocuğa ulaşıldı. Bursa'nın ilçe ve köylerinde bulunan 10 ilkokulu ziyaret eden olan Mars Logistics gönüllüleri; trafik işaretleri, trafikle ilgili bilgi, proje ve ekipmanların yer aldığı akıllı tırda; ilköğretim çağındaki çocukların trafik bilinç seviyelerinin artırılması için çeşitli eğitimler verdi.



Safya

•AYÇİÇEK YAĞI•



Saf Lezzet
Aşkıyla



**Dünya lezzetlerinin
Safya ile doğal bir ilişkisi var!**

Türkiye'nin safi ayçiçek yağı olarak
60 ülkeye ihracat yapıyoruz, dünya mutfaklarının
tadına tat katıyoruz.

ABD'DEN JAPONYA'YA BİR TÜRK MARKASI

TİM İLK 1000 İHRACATÇI ARAŞTIRMASI'NDA YER ALAN BAŞARILI FİRMALARDAN AVES, BUGÜN ABD'DEN JAPONYA'YA GENİŞ BİR İHRACAT AĞINA SAHİP. FİRMANIN SAFYA MARKASI İLE 60'DAN FAZLA ÜLKEYE İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİLİYOR.

2009 yılından beri yağlı tohumlar ve bitkisel yağların ticareti üzerine yoğunlaşan Aves Enerji Yağ ve Gıda San. A.Ş. Türkiye ham ayçiçek yağı ithalatında yer alan öncü firmalardan biri. Aves, 2013 yılında Mersin'de sektörünün en büyük yatırımına imza atarak Türkiye'nin en yüksek kırma kapasiteli yağlı tohum işleme ve biyodizel tesisini faaliyete geçirdi. 120 dönüm arazi üzerine kurulu yıllık 1 milyon ton üretim kapasiteli tesiste yağlı tohumların işlenmesi, bitkisel yağların üretimi, küspe ve biyodizel alanlarında faaliyet gösteriliyor. Firmanın Genel Müdürü Onat Angı, "Tesisimizde soya fasulyesi, Ayçekirdeği, mısır, kanola, aspir, keten, ketencik ve çığıt gibi yüksek protein içeriğine sahip yağlı tohumlar en son teknoloji ile işlenmekte elde edilen ham yağların yurt içi ve yurt dışında ticareti yapılmaktadır" diyor. 2013 yılının son çeyreğinden itibaren paketli ürün satışlarına başlayan Aves, Safya saf ayçiçek yağı markası ile sektöre giriş yaptı. Daha sonraki yıllarda ise iç piyasada Sarı Darı mısır yağı ve



ONAT ANGI
Aves Genel Müdürü

Mersina pamuk yağı, ihracatta ise Ayzen Ayçiçek ve Ayzen mısır yağı markaları ile ürün portföyünü genişletti. Angı, "Her damak zevkine ve ihtiyaca uygun ürünler üreterek dünden bugüne tüketicilerimizin yanında olmaya çalışmaktayız" diyor.

Katma değer yaratılıyor

Amerika Birleşik Devletleri'nden Japonya'ya geniş bir ihracat ağına sahip olan başarılı firma 2018 yılında yaklaşık 37 milyon dolar ihracat

gerçekleştirdi. Aves, Safya markası ile 60'ı aşkın ülkeye ihracat yaparak her geçen gün ihracat pazarını çeşitlendirmeye devam ediyor. Onat Angı, "Kurulduğumuz günden bugüne kalite ve güven konusunda taviz vermeden oluşturduğumuz yüksek ticaret hacmi ile bu yıl da Türkiye'nin seçkin ekonomi listelerinde yer almayı başardık. Safya markası ile yakaladığımız bu başarı markamızın 20'yi aşkın ülkede tescillenmiş olması ve bugün Amerika'da bir hafta bile Safya'yı görebilecek olmamız globalleşmeyi hedefleyen bir firma olarak tabii ki büyük bir gurur ve motivasyon kaynağı" diyor. Aves, toplumsal sorumluluk misyonuyla, istihdam, büyüme ve katma değer yaratarak ekonomik fayda yaratmanın yanı sıra, toplumsal ve çevresel konularda da öncü. "Yapılan Ar-Ge faaliyetleri ile katma değeri yüksek yan ürünler elde ederek enerji verimliliğini arttırmayı amaçlamakta, atık yağlardan biyodizel üretimi ile de ülke ekonomisine değer katmakla beraber doğayı da korumayı amaçlamaktayız" diyor Onat Angı.



Üreticiler, ihracatçılar, toptancılar ve ihracatçı olmak isteyen tüm firmalar

YeniExpo'ya kayıt olabilir, ürünlerinizi web sitemizden dünyaya ulaştırabilirsiniz.



Tarım ve Gıda



Giyim Tekstil ve Aksesuarları



Oto ve Taşımacılık



Çantalar & Aksesuar



Güzellik



Elektrik ve Telekom



Elektronik Aletler Güvenlik



Mobilya



Oyuncaklar ve Spor Malzemeleri



Ev, Işıklar & İnşaat



Makine, Endüstriyel Parça ve Aletler



Tıbbi



Metalurji ve Kimyasallar



Paketleme, Reklamcılık ve Ofis



Kauçuk ve Plastik



Türk Seyahat ve Turizm

TERZİ İŞÇİLİĞİNDE ARAÇ ÜRETİMİ

GEÇEN SENE BİNE YAKIN ARAÇ İHRAÇ EDEN ANADOLU ISUZU, 2023 YILINA KADAR İHRACATINI İKİ KATINA ÇIKARMAYI HEDEFLERKEN, ÖZELLİKLE AVRUPA PAZARINDA BÜYÜMESİNİ HIZLA SÜRDÜRÜYOR.

Otobüs, midibüs, kamyon ve pick-up üretimi gerçekleştiren Anadolu Isuzu, 2015'te başlayan değişim süreciyle birlikte ihracatta büyük bir ilerleme kaydetti. Euro cinsinden 2015'te 29 milyon, 2016'da 56 milyon, 2017'de 67 milyon, 2018 ise 93 milyon euro ihracat geliri elde etti. 2023 yılına kadar ihracatını iki katına çıkarmayı hedefleyen Anadolu Isuzu, geçtiğimiz yıl yaptığı atılımlarla kendi markası AOS'u da yarattı ve onunla İngiltere, İrlanda, Rusya ve Güney Amerika gibi bölgelerde aktif rol oynamaya başladı. 2018 yılında yurt dışında 964 adet araç satışı

gerçekleştiren Anadolu Isuzu, 30'dan fazla ülkedeki distribütör yapılanmasını 2022 yılında 60'a yakın ülkeye genişleterek güçlü bir küresel otobüs markası olmak istiyor. Anadolu Isuzu, 2019 yılının ilk çeyreğinde rekor araç ihracatı ile tüm zamanların en iyi performansına ulaştı.

"2019 rekor kırdığımız bir yıl olacak"

Anadolu Isuzu Genel Müdürü Tuğrul Arıkan ise, "Tüm ülkeye yayılmış başarılı teşkilatımızla iç pazarda güçlü bir varlığımız söz konusu. Buna paralel olarak ihracat pazarlarındaki başarımızı da her sene artırıyoruz. Tüm fonksiyonlarımızın desteği ile terzi işçiliğinde araçlar üretiyor, her ülkenin kendi ihtiyacına göre farklı spesifikasyonlarda araç yapıyoruz. Bizi kuvvetli kılan ve başta Avrupa olmak üzere yurt dışındaki birçok müşterimizin bizi tercih etmesindeki temel sebep budur" diyor. Bu senenin Anadolu Isuzu tarihinde rekorlara koşulacak bir yıl olacağını söyleyen Arıkan, "Sadece araçlarımızı değil, satış sonrası hizmetlerimizi, yedek parça imkânlarını ve hangi ülkede olursa olsun Isuzu hizmetini de kusursuz hale getirmek için çabalıyoruz. Türkiye'nin üretim gücünü ve Ar-Ge yeteneğini tüm dünyada göstermek bizleri çok mutlu ediyor" şeklinde aktarıyor.

"Hedeflerimize ulaştık"

2019 yılının başlangıcında da ihracatta başarılı bir grafik sergilediklerini belirten Anadolu Isuzu İhracat Direktörü Hakan Kefoğlu, "Bundan 4-5 yıl önce aldığımız stratejik kararımız doğrultusunda Anadolu Isuzu ihracat operasyonunu istikrarlı bir şekilde büyüttük ve planımızın da ötesinde hedeflerimize ulaştık. Önümüzdeki dönem için ise daha da iddialı bir iş planımız var. 2019 yılı için bir önceki yıldan daha fazla ciro hedefimiz var ve buna tahminimizden kısa bir sürede ulaşacağımıza inanıyorum" diye konuşuyor.



TUĞRUL ARIKAN
Anadolu Isuzu Genel Müdürü



HAKAN KEFOĞLU
Anadolu Isuzu İhracat Direktörü

MARKİZ PATENT



MARKİZ PATENT, sinai haklar olarak adlandırılan marka, patent ve endüstriyel tasarım tescil işlemleri konusunda gerekli işlemlerin doğru, hızlı ve ekonomik bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlamak amacıyla kurulan, gerek yurtiçi gerekse yurtdışında hizmet veren bir danışmanlık firmasıdır.

25 yıllık tecrübeyle yurtiçinde kendi uzman kadrosu ve teknolojik altyapısı ile hizmet veren Markiz Patent, yurtdışındaki işlemler için de yurtdışındaki patent vekili partnerleri ile koordineli olarak çalışmaktadır.



- Marka
- Patent
- Endüstriyel Tasarım

MARKİZ PATENT LİMİTED ŞİRKETİ

Nispetiye Mah. Nisbediye Cad. No:6 Kat:2 Levent İş Merkezi Etiler -Beşiktaş-İstanbul

Tel: 0212 347 62 55(Pbx) Faks: 0212 347 64 10

www.markizpatent.com.tr

OTOBÜS İHRACATI YÜZDE 39 ARTTI

Türkiye'nin 2006 yılından beri ihracatta lider endüstrisi otomotiv, uluslararası piyasalardaki çalkantılarla, bu yıl nispeten sektörler arasında daha yavaş ilerliyor. Türkiye otomotiv sektörünün ihracatı mayısta yüzde 0,2 düşüşle 2,7 milyar dolar gerçekleşti. Sektörün ilk beş aylık ihracat ortalaması ise 2,6 milyar dolara ulaştı.

Mayıs ayında en büyük pazarımız AB ülkelerine ihracat yüzde 6 düştü, ama buna karşılık, alternatif pazarlarda yüzde 55'e varan oranlarda çift haneli artışlar kaydedildi. En büyük pazar Almanya'ya ihracat artışa geçerken, ABD'ye yüzde 80 gibi oldukça iyi bir artış sergilendi. Yılın ilk beş ayında, sektörün euro/dolar paritesi kaynaklı ihracat kaybı 800 milyon dolara ulaştı. Mayıs ayında, sektör ihracatından yüzde 36 pay alan binek otomobillerde ihracat yüzde 5 azalarak 997 milyon dolar oldu. Tedarik sanayi ihracatı yüzde 5,5

artarak 1 milyar doları aştı. Ancak, otobüs-minibüs ihracatı yüzde 39 artarak 206 milyon dolara çıktı.

Tedarik sanayii güçleniyor

Tedarik endüstrisinde en fazla ihracat yapılan ülke Almanya'ya yüzde 8 azalırken, ikinci en büyük

pazar Fransa'ya yüzde 14, Birleşik Krallık'a yüzde 26, ABD'ye yüzde 17, Rusya'ya yüzde 28, Polonya'ya yüzde 18, Fas ve Cezayir'e yüzde 10 artış oldu. Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlarda Almanya'ya yüzde 51, ABD'ye yüzde 82 artış yaşandı.





• **ROYAL** •
LIMOUSINE & LUXURY SERVICES

İhtiyacınız olan her yerdeyiz

Royal Limousine & Luxury Services,

2005 yılından bu yana lüks araç kiralama sektöründe hizmet vermeye başlayan firmamız,

İstanbul'un en seçkin limuzin hizmeti veren firmaları arasındaki yerini almıştır.

Görevlerini **güven, hizmet, konfor ve profesyonelliğin öncelikli olduğu** yüksek kaliteli bir hizmet olarak görüyor. **Royal Limousine Service iş gezileri, VIP hizmetleri, transferler, etkinlik ziyaretleri, şehir turları, düğün ve gezi turları** gibi bir çok alanda hizmet vermektedir.



Kaptan Paşa Mah. Darulaceze Cad. No:31 A Blok Kat 6 Daire 61 Bilaş İş Merkezi Şişli/İstanbul
+90 (212) 220 01 61 / +90 (532) 473 42 61 / info@royallimousine.com.tr

www.royallimousine.com.tr

5 AYDA 47,5 MİLYON DOLARLIK İHRACAT

TÜRKİYE'NİN YASSI ÇELİK AÇIĞINI KAPATMAK AMACI İLE KURULAN YILDIZ DEMİR ÇELİK, CARI AÇIĞI KAPATMA GAYRETİNİN YANI SIRA BİR YIL İÇİNDE İHRACATTA DA ÖNEMLİ BİR BAŞARIYA İMZA ATTI. FİRMA, TİM TARAFINDAN AÇIKLANAN "EN ÇOK İHRACAT YAPAN 1000 ŞİRKET" LİSTESİNE 407'NCİ SIRADAN GİRİŞ YAPTI.

Orman ürünleri, gübre-kimya, liman işletmeciliği, deniz taşımacılığının ardından demir çelik sektörüne yatırım kararı alan Yıldızlar Yatırım Holding, Mart 2018 tarihinde son yıllarda Türkiye'de hayata geçirilen en önemli yatırımlardan birine imza atarak Yıldız Demir Çelik'i Türk sanayisinin hizmetine sundu. Bu yatırımla birlikte Türkiye'de özellikle beyaz eşya ve otomotiv sanayinin ihtiyaç duyduğu ve ithal etmek zorunda kaldığı kaliteli yassı sac ihtiyacını karşılamaya odaklanan Yıldız Demir Çelik, Türkiye'nin bu alandaki dışa bağımlılığını azaltmak amacıyla yola koyuldu. Otomotiv, beyaz eşya gibi sektörlerin kalite çitasının çok yukarıda olduğunu belirten Yıldız Demir Çelik Satış ve Pazarlama Direktörü Emrah Kendüzler, "Bu sektörlerde servis vermek, demir çelik sektöründe işin en üst noktası diye tarif edilebilir. Bu noktada Yıldız Demir Çelik olarak ülkemizin en çok ihtiyaç duyduğu bir ürünü pazara sunmaktan mutluluk duyacağız" dedi. İlk faz yatırımının ardından Kocaeli Alikahya Organize Sanayi Bölgesi'ndeki fabrikasında 1,5 milyon ton kapasiteli soğuk haddeleme hattı yatırımını da tamamladıklarını belirten Emrah Kendüzler, "Yıldız Demir Çelik'in birinci faz yatırımını tamamladık, şu anda ikinci faz yatırımımız sürüyor, hedefimiz



en kısa zamanda üretime başlamak" şeklinde konuştu.

Üretimin yüzde 40'ı ihracata

Yıldız Demir Çelik her ne kadar Türkiye iç pazarının ihtiyacını karşılamak misyonu ile hareket etse de ihracatta da önemli başarılar imza attı. Kendüzler, "Mart 2018'de üretime başladık hemen ardından da Ağustos 2018'de ilk ihracatımızı gerçekleştirdik. Yıl sonunda ihracat rakamımız 47 milyon 500 bin dolara ulaştı ve Türkiye'nin en çok ihracat yapan 1000 şirketi listesine 407'nci

sıradan giriş yaptık. Bu durum, demir çelik sektörü açısından önemli bir başarıdır" dedi. 2019 yılında da ihracatta önemli hedefleri olduğunu açıklayan Kendüzler, açıklamalarına şöyle devam etti: "Şirket olarak bu yıl üretim kapasitemizin yüzde 40'ını ihracata yönlendirmeyi planladık. Hedef pazarlar olarak da Avrupa ülkeleri, Kanada, Orta Doğu ve Afrika pazarlarını belirledik. Özellikle beyaz eşya, sandviç panel, genel imalat sanayi ve varil üretimi yapan şirketlere olan satışlarımızı artıracacağız."

TÜRKİYE'NİN ÇELİĞİ DÜNYAYA AÇILDI



Üretimimizin daha ilk 5 ayında
Türkiye'nin 1000 İhracatçı Firması arasında
407. sırayı almayı başardık.

Şimdi sıra daha büyük hedeflerde,
Türk çeliğini tüm dünyada Yıldız gibi parlatmakta!



**YILDIZ
DEMİR ÇELİK**



EGE DİJİTAL DÖNÜŞÜME HAZIR

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, yeni hizmete sundukları dört dijital uygulamayı tanıttı. Jak Eskinazi, "İhracat 4.0'ı hayata geçirme konusunda kararlıyız. Dijital dönüşüm hamlelerimiz bundan sonraki süreçte de devam edecek. Günümüzün en güvenilir ve en hızlı veri şifreleme altyapısı olan blockchain ile üyelerimize daha güvenli, hızlı ve kağıtsız hizmet vere-

bilmek adına çalışmalarımızı devam ettirerek dış ticarete "İhracat 4.0" dönemini başlatacağız" dedi. EİB mobil uygulamasının iki yılda 4 binin üzerinde kullanıcı sayısına ulaştığını paylaşan Eskinazi, "Yeni devreye aldığımız dijital uygulamalardan "EİBKolay" sitemiz üzerinden her üyemiz kendi ihracat rakamlarını, ülke-mal grubu bazında kırılımını, incelemede bulunan devlet yardımları dahil tüm dosyalarının ve

başvurularının durumunu öğrenebilecekler" diye konuştu.

Konteyner takip hizmeti

Eskinazi, ikinci hizmetin eğitim faaliyetlerinin kolaylaştırılması için oluşturulan EİB Kampüs isimli web sitesi olduğunu belirterek, "Katılımcılarımız kaydoldukları eğitim ve seminer için e-posta ile kendilerine ulaşan karekod aracılığı ile etkinlik günü salona giriş yapabilecekler. Etkinlik sonrasında e-imzalı katılım sertifikalarını alabilecekler, ders notları, eğitim sunumlarına ulaşabilecekler" şeklinde konuştu. Üçüncü dijital açılımın; deniz yoluyla ihracat gerçekleştiren ihracatçılar için, rota bazlı taşıma süresi hesaplama ve taşıma halindeki konteynerlerini takip etmeye yarayan bir hizmet olduğunu anlatan Eskinazi, "Bu sayede üyelerimiz kendileri için en uygun sürede ve ücrette taşımayı yapacak nakliyeciyi şirkete karar verirken; aynı zamanda konteynerinin kat ettiği her mesafeden e-posta yoluyla bilgi sahibi olacak" dedi. Jak Eskinazi, devreye aldıkları son hizmetin ise, dış ticaretle ilgili her konuda pratik bilgilerin yer aldığı "EİB blog" olduğunu sözlerine ekledi.



Karadeniz ihracatının dörtte biri Trabzon'dan

Bu yılın ilk dört ayında Karadeniz Bölgesi'ndeki 18 ilin toplam ihracatı, 1,4 milyar dolar oldu. Trabzon, 367,9 milyon dolarla bölge ihracatının yüzde 26'sını gerçekleştirdi. Bu süreçte, Trabzon'dan 120 ülkeye ihracat yapılırken bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 7 artış yaşandı. Trabzon'u ihracatını yüzde 18 artırarak 233 milyona taşıyan Samsun takip etti. Yüzde 48,5 gibi yüksek bir artışla 191,8 milyon dolar ihracat yapılan Zonguldak üçüncü sırada yer aldı.

Tarla balıkçılığında potansiyel yüksek

Türkiye'de kurulması planlanan alanlarda ilk Adana Karataş Tarıma Dayalı İhtisas Organize Sanayi Bölgesi'nin tanıtımı ve yetiştirilecek potansiyel ürün



çeşitleri ile ilgili görüş alışverişinde bulunmak üzere Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği (ASHİB) bir çalıştay düzenledi. ASHİB Başkan Vekili Ali Can Yamanyılmaz, geçen yıl balık ve su ürünleri sektörü olarak 84 ülkeye yaklaşık 1 milyar dolar gibi rekor seviyede ihracat gerçekleştirdiklerini kaydetti. Kurulacak Tarım OSB'de 143 firmanın 60 bin ton su ürünleri üretimini, yıllık 2,5 milyar lira katma değer ve en az 2 bin kişiye istihdam sağlamanın hedeflendiğine vurgu yapan Yamanyılmaz, "Karides, levrek, çipura, sazan, yayın, kefal, yılan balığı, trança gibi su ürünlerinin üretilmesi planlanıyor" dedi.

DÜNYA BAKLIYAT KONGRESİ BREZİLYA'DA YAPILDI

1999'dan bu yana her sene dünyanın farklı bir şehrinde düzenlenen ve sektörün en büyük etkinliği olan Dünya Bakliyat Kongresi, bu yıl Brezilya'nın Rio de Janeiro kentinde 10-13 Haziran tarihlerinde düzenlendi. Yoğun katılımın olduğu Kongre, dünyanın birçok yerinden sektör paydaşlarını buluşturdu.

Akdeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, Ticaret Bakanlığı koordinatörlüğünde yürütülen URGE projesinde yer alan firmalardan, toplam 17 şirketin 21 temsilcisiyle katıldı. Aynı zamanda Dünya Bakliyat Konfederasyonu (GPC) Başkanı olan AKİB Başkanı Hüseyin Arslan'ın açılış konuşmasıyla start alan ve dört gün süren Kongre'de, bakliyat ürünlerinin dünya piyasasındaki genel görünümü ele alındı.



MAKİNE HALISI, TASARIMLA DAHA DA GÜÇLÜ OLACAK

Türkiye halı sektörü, dünyadaki halı ihracatının yüzde 14'ünü, makine halısı ihracatının yüzde 39'unu ve suni sentetik liflerden makine halısı ihracatının yüzde 67'sini gerçekleştiriyor. Sektör en güçlü olduğu Gaziantep, tasarımla gücünü artırıyor. Güneydoğu Anadolu İhracatçıları Birliği tarafından düzenlenen, "Tasarlayın Dokuyalım VI. Makine Halısı Tasarım Yarışması" kapsamında başvurular tamamlandı. Gelen 130 başvurunun 126'sı kabul edildi. İlk jüri değerlendirmesi sonucu 20 asil ve 5 yedek yarışmacı belirlendi. Yarışmanın galipleri 27 Eylül'de düzenlenecek törenle ödülleri alacak.

Mobilya sektörüne ihracatta yeni soluk: DUBAİ MOBİLYA TTM AÇILIYOR

DÜNYANIN DÖRT BİR YANINDA TÜRK İHRACATÇISININ ORGANİZE BİR ŞEKİLDE ALICILARLA BULUŞMASINI SAĞLAYAN TÜRKİYE TİCARET MERKEZLERİ (TTM), SEKTÖREL HEDEFLEMELERLE YENİ PAZARLARA AÇILMAYI SÜRDÜRÜYOR. 50 FİRMANIN YER ALACAĞI DUBAİ MOBİLYA TTM'NİN İNŞAATINA BAŞLANDI.

TİM bünyesinde kurulan Türkiye Ticaret Merkezleri (TTM), ihracatçılar için yeni lokasyon ve sektörel açılımlara devam ediyor. TTM'lerde yer alan firmalar, en uygun noktalarda ofis, depo ve showroom imka-

nı yakalarken, birçok etkinlikle yeni alıcılarla tanışıyor ve danışmanlık hizmetlerinden yararlanıyor.

Kayseri mobilyacıları Dubai'de

TTM'lerin yöneticisi TİMA.Ş., yak-

laşık bir yıldan bu yana Kayseri Organize Sanayi bölgesi (KOSB) ile iş birliği kuruluşu olarak çalışıyordu. Lokasyon arayışı süren başta Kayserili ihracatçı firmalar olmak üzere, Türkiye'nin her yerinden mobilya ve onu destekleyici sektörlerden gelen



katılımcı şirketler, yeni kurulacak olan devasa "Mobilya Türkiye Ticaret Merkezi"nde yer almak için gün sayıyorlar.

Mobilya TTM, Dubai Al Quoz sanayi bölgesinde 14 bin 115 metrekarelik alana kurulacak. Hem mobilya sektörüne, hem de ülke ihracatına büyük katkı saylayacağı düşünülen TTM içerisinde, modüler grup, mobilya yan ürünleri, çelik kapı, ev tekstili, halı ve aydınlatma gibi sektörler bir araya gelecek. Dubai Mobilya TTM'de 50'ye yakın firma yer alıyor. 20 Haziran 2019 tarihinde kira sözleşmesi imzalanan lokasyonda, açılış için proje ve inşaat çalışmaları başlatıldı.

Devasa bir alan

Projeye uygun olduğu düşünülen Al Quoz sanayi bölgesindeki Al Quoz Logistic Park S01-401 ve S01-501 numaralı binalar TMM için kiralandı. 14 bin metrekareden büyük alan için lokasyon olarak seçilen yer Dubai'nin en işlek anayollarından birinin üzerinde bulunuyor. Sanayinin kalbinin attığı organize bölgede, mobilya ve onu tamamlayan sek-



törlerden gelen firmalar için ürün ve hizmetlerini sergileyerek, ihracatlarını artırbilecekleri önemli bir merkez olacağı öngörülüyor. Merkez, konum itibari ile büyük projelerin yapıldığı alanlara yakınlığı

ile de dikkat çekiyor. Kurulacak olan TTM ile direkt ve dolaylı olarak perakende, toptan satış, re-export satış kanallarına hareket getirerek mobilya ve tamamlayıcı yan sektörlerinin ihracatının artırılması planlanıyor.

Dubai Mobilya TTM Projesi için iş birliği kuruluşu olarak yer alan Kayseri Organize Sanayi Bölgesi, Türkiye'nin mobilya üretim işyeri sayısı açısından 4'üncü büyük, işletme istihdam oranı açısından 2'nci büyük bölgesi durumunda.



BARCELONA VE BREXIT KISKACINDA

İSPANYA

BREXIT'TEN EN ÇOK ETKİLENECEK ALTI ÜLKEDEN BİRİ OLAN VE BİR SÜREDİR AYRILIKÇI HAREKETLERLE MÜCADELE EDEN İSPANYA'DA, NİSAN'DAKİ SEÇİMİN ARDINDAN HALA HÜKÜMET KURULMUŞ DEĞİL. BAŞBAKAN SANCHEZ YA AYRILIKÇI KATALANLARLA YA DA ÖZERKLİĞİ BİLE GERİ ALMAK İSTEYEN SAĞCILARLA KOALİSYONA GİTMEK ZORUNDA. HER DURUMDA ÜLKEYİ ZORLU BİR EKONOMİK TABLO BEKLİYOR.



Avrupa ülkelerinin siyasi yelpazesinde bir süredir gözle görünür bir değişim yaşanıyor. 2000'li yıllarda başlayan, ancak özellikle 2010 yılından sonra daha da belirginleşen bu değişimde, ülkelere göre cumhuriyetçi, muhafazakâr ya da Hıristiyan demokrat olarak adlandırılan merkez sağ partiler ile sosyal demokrat ve merkez sol partiler erirken, neredeyse her ülkede aşırı sağın; bazı

ülkelerde ise ayrılıkçıların güçlendiğine şahit oluyoruz. Bu değişimin en iyi gözlemlendiği ülkelerin başında ise İspanya yer alıyor.

İspanya'da Nisan ayının sonunda yapılan erken genel seçimlerde sandıktan kelimenin gerçek anlamıyla "belirsizlik" çıktı. Öyle ki, bu yazının hazırlandığı Haziran'ın son günlerinde ülkede henüz bir hükümet kurulabilmiş değildi. Bu yazıyı okuduğunuz günlerde de hüküme-

tin kurulmuş olma ihtimali oldukça düşük.

Sosyal demokratlar yeniden Öncelikle şunu belirtmekte fayda var: Ülkede son dört yılda 3'üncü kez yapılan seçimlerin sonuçlarında, ne sol, ne de sağ blok gelecek dört yılda ülkeyi yönetecek çoğunluğu yakalayamadı. 350 sandalyeli mecliste halen azınlık hükümeti olarak iktidarı elinde bulunduran sosyal

İSPANYA EKONOMİSİ (2018)

GSYİH

1.426 milyar dolar

İHRACAT

334,5 milyar dolar

İTHALAT

368,6 milyar dolar

KİŞİ BAŞINA GELİR

41.093 dolar

BÜYÜME

%2,5

ENFLASYON

%1,7



demokrat PSOE 123 milletvekiline sahip olarak, 11 yıl aradan sonra yeniden ilk parti oldu. 2016 yılında 85 olan milletvekili sayısını da yüzde 45'ten fazla artıran PSOE, kendisini seçimin galibi ilan etti.

Meclisteki diğer dağılım ise şöyle oluştu: Sağ görüşlü Halk Partisi'nin (PP) 66, liberal sağ Vatandaşlar partisinin 57, sol görüşlü Unidas Podemos ve Katalonya'daki kolu En Comu Podem'in 42, aşırı sağ Vox'un 24 milletvekili bulunuyor. Kalan 38 sandalyenin 22'si Katalan, 6'sı Bask, 10'u da irili ufaklı diğer bölgesel partilere ait. Bu tablodan iktidara en yakın gözükten PSOE'nin Unidas Podemos ve Compromis (Podemos'un Valensiya'daki kolu) ile oluşturduğu Sol Blok'un sandalye sayısı 165'te kalıyor.

Aşırılar ve ayrılıkçılar yükselişte

İspanya'daki genel seçimlerden önce çıkan diğer bir sonuç ise ülkede sağ blokun lideri olan ve 2016 yılındaki genel seçimlerde 137 milletvekili çıkaran Halk Partisi'nin (PP) tarihi bir düşüş yaşayarak 66 milletvekilinde kalması oldu. PP'den kopan oyların adresi, ilk kez genel seçimlere giren aşırı sağcı Vox partisiydi. İslam ve



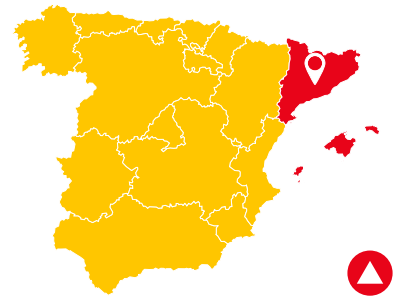
göçmen karşıtı siyaset yapan Vox partisi 24 milletvekili çıkarmayı başardı.

Aşırı sağcı Vox gibi bu seçimin galibi sayılabilecek bir diğer parti de bağımsızlık yanlısı Katalanların partisi ERC'ydi. Vox gibi o da ilk kez katıldığı İspanya genel seçimlerinde Katalonya'da en fazla oyu alarak bölgenin en büyük siyasi partisi haline geldi.

Katalanları ikna çabaları

Başbakan ve PSOE lideri Pedro Sanchez'in hükümet kurmak için önünde iki alternatif bulunuyor. Bunlardan ilki sol blok olarak adlan-

dırılan, PSOE, Unidas Podemos ve Compromis'in; bağımsızlık yanlısı siyaset yapan Katalonya Cumhuriyetçi Solu (ERC) Partisini ikna etmesi olarak öne çıkıyor. Böyle bir anlaşmada 181 milletvekiline sahip olacak Sanchez, 350 sandalyeli mecliste çoğunluğu elde edebiliyor. Ancak ERC'nin bağımsızlık talebiyle bağlantılı referandum isteminden vazgeçmemesi, PSOE lideri Sanchez'in de "Sosyalist hükümet döneminde asla bir Katalonya Cumhuriyeti ve referandum olmayacak" demesi, iki siyasi parti arasındaki olası anlaşmayı zorlaştırıyor. Sanchez için ikinci olasılık ise geç-



Katalonya'da düzenlenen bağımsızlık referandumunu ve sonrasında yaşanan siyasi krizin ekonomik maliyetinin 2017 yılında yaklaşık 1 milyar euro olduğu açıklandı. 2018 yılı için de en az aynı tutarda bir kaybın söz konusunu olduğunu söylemek mümkün.

mişte desteğini aldığı Liberal Vatandaşlar Partisi'ni ikna ederek, bir PSOE-C's (toplamda 180 milletvekili) koalisyon hükümeti kurmak. Ancak bu alternatifte de Vatandaşlar'ın lideri Albert Rivera'nın seçim öncesinde seçmenlerine vaat ettiği "Asla Sanchez'li bir PSOE ile anlaşmayacağım" sözü en büyük engeli oluşturuyor. Sanchez'in nasıl bir tercih yapacağını önümüzdeki birkaç haftalık dönemde göreceğiz. Ancak her durumda hükümeti zorlu bir ekonomik tablonun beklediğini söylemek gerekli.

Kriz geri mi dönüyor?

Aslında 2008'de dünya ekonomisi ile birlikte krize giren ve krizden en fazla etkilenen Avrupa ülkelerinden biri olan İspanya, 2009'da yüzde 3,6, 2011'de yüzde 1, 2012'de yüzde 2,9 ve son olarak 2013'te yüzde 1,7 oranında küçülerek en kötüyü yaşadıkdan sonra krizin yaralarını sarmaya başlamıştı. Krizden çıkış yılı olan 2014 yılındaki yüzde 1,4'lük oranı saymazsak, her yıl yüzde 3'ün üzerinde bir oranla büyüyen İspanya, son olarak 2018'de yüzde 2,5 büyümeye kaydetti. Ancak, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü OECD, İspanya'nın bu yıl ve 2020 için bü-



PEDRO SÁNCHEZ
İspanya Başbakanı

yüme tahminlerini sırasıyla yüzde 2,2 ve yüzde 1,9 olarak açıkladı. Tahminlerdeki bu ciddi gerilemenin temelinde iki önemli etken yer alıyor. Bunlardan ilki, zaten bir süredir ülkenin siyasi konjonktüründeki en önemli belirsizlik kaynağı olan Katalonya sorunu. Siyasetin gölgesinde çok fazla konuşulmasa da Katalonya'daki ayrılıkçı hareketlerin ekonomiye yansımaları oldukça büyük boyutlara ulaşmış durumda. İspanya hükümeti daha 2017 yılında ülke ekonomisinin bağımsızlık yanlısı girişimlerinden olumsuz etki-

lenmeye başladığını açıklamış, IMF de bu açıklamayı teyit ederek gelişmelerin İspanya ekonomisi için belirsizlik endişesi doğurduğunu vurgulamıştı. İspanya Ekonomi Bakanı Luis de Guindos, 2018 yılı başında yaptığı açıklamada Katalonya'da düzenlenen bağımsızlık referandumu ve sonrasında yaşanan siyasi krizin ekonomik maliyetinin 2017 yılında yaklaşık 1 milyar euro olduğunu açıkladı. 2018 yılı için de en az aynı tutarda bir kaybın söz konusu olduğunu söylemek mümkün. Referandumun ardından yaşanan siyasi kriz ve belirsizlik nedeniyle yaklaşık 3 bin 100 şirket merkezlerini Katalonya'dan başka bölgelere taşıırken sadece ülkenin değil dünyanın en fazla turist ağırlayan kentlerinden biri olan Barselona'ya yönelik rezervasyonlar da yüzde 30 oranında azaldı.

Brexit önemli bir tehdit

Öte yandan İspanya ekonomisinin üzerinde Demokles'in Kılıcı gibi salınan bir başka büyük tehdit ise İngiltere'nin AB'den çıkışı anlamına gelen Brexit. Oliver Wyman da-

İSPANYA'NIN DIŞ TİCARETİ (milyar \$)

YIL	İHRACAT	İTHALAT	HACİM	DENGE
2011	298,2	362,8	661,0	-64,6
2012	286,0	325,8	611,8	-39,8
2013	311,0	332,3	643,3	-21,3
2014	318,6	351,0	669,6	-32,4
2015	278,1	305,3	583,4	-27,2
2016	290,0	311,0	601,0	-21,0
2017	319,7	351,9	671,6	-32,2
2018	345,1	388,1	733,2	-43,0

İSPANYA İTHALATINDA BAŞLICA ÜRÜNLER (2018, milyar \$)

ÜRÜNLER	İTHALAT	PAY	DEĞİŞİM
OTOMOBİL	22,2	%5,7	%10,2
OTOMOTİV PARÇALARI	17,7	%4,6	%2,4
İLAÇLAR	10,5	%2,7	%7,3
PETROL VE DOĞALGAZ	9,2	%2,4	%15,3
MİNERAL YAĞLAR	8,7	%2,2	%10,4
TELEFONLAR	6,3	%1,6	%17,6
BİLGİ İŞLEM CİHAZLARI	4,2	%1,1	%4,4
SERUM, AŞI VB.	4,0	%1,0	%20,2

12 HEDEF ÜLKEDEN BİRİ TÜRKİYE

2002-2018 yılları arasında, İspanya'dan ülkemize gelen yatırım miktarı 9 milyar 304 milyon dolar oldu. Aynı dönemde Türkiye'den İspanya'ya yapılan doğrudan yatırım tutarı ise 185 milyon dolarda kaldı. İspanyol firmaların Türkiye'deki doğrudan yatırımları 2017 yılında 1,46 milyar dolar, 2018 yılında 233 milyon dolar oldu. İspanya Hükümeti'nin 2017 yılında belirlediği "Uluslararasılaşma Stratejisi" kapsamında yurt dışında faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelerin sayısını artırmayı hedefliyor. Bu kapsamda belirlenen 12 ülke arasında Türkiye de yer alıyor. Türkiye için tarım, demiryolu, eczacılık, enerji, otomotiv ve makine hedef sektörler olarak belirlendi.

nişmanlık şirketinin müşterilerine yönelik olarak hazırladığı bir raporda İspanya; Brexit'ten en fazla etkilenecek altı Avrupa ülkesinden biri olarak gösteriliyor. Rapora göre İspanyol sanayi firmalarının 4'üncü büyük müşterisi olan İngiliz firmalarına yapılan ihracatlarda anlaşmasız Brexit durumunda otomotiv sektöründe yüzde 10, alkollü içkilerde ise yüzde 8 oranında gümrük vergisi masrafı ortaya çıkacak. Ayrıca şu ana kadar gerekli olmayan ihracat sertifikaları-

nın hazırlanması de zaman kaybına neden olacak. Böylece İspanyol firmaların Brexit kaynaklı ekstra maliyetleri 2,6 milyar euro'ya ulaşacak. Diğer taraftan, İspanya Göç İdaresi de Brexit'in İngiltere'de yaşayan 130 bin İspanyol vatandaşını etkileyeceğini açıkladı. Çalışmak için bu ülkede bulunan ve önemli bir döviz girdisi sağlayan İspanyol vatandaşlarının anlaşmasız bir Brexit sonrasında konumunun ne olacağı belirsiz. İngiliz hükümeti AB pasaportu taşıyan bu kişilere zaman tanıyacağını söylese de durum Brexit'in nasıl gerçekleşeceğine göre belirginleşecek.

Gizli tehlike gelir adaletsizliği

Konjonktürel sorunların yanı sıra, İspanya'nın yapısal sorunları da önemli bir problem olarak hala duruyor. İşsizlik oranı her ne kadar kriz dönemine göre gerilemiş olsa da indiği yer yüzde 15,6 gibi çok yüksek bir oran. IMF bu oranın 2019 ve 2020'de de fazla değişmeyeceğini öngörüyor (2019'da yüzde 14,7; 2020'de yüzde 14,3). İstihdam ile

İSPANYA İHRACATINDA BAŞLICA ÜRÜNLER (2018, milyar \$)

ÜRÜNLER	İHRACAT	PAY	DEĞİŞİM
OTOMOBİL	35,5	%10,3	%3,1
MİNERAL YAĞLAR	16,4	%4,8	%26,3
OTOMOTİV PARÇALARI	11,7	%3,4	%6,9
İLAÇLAR	8,5	%2,5	%9,9
KAMYONET	6,5	%1,9	%8,5
DOMUZ ETİ	4,0	%1,2	%1,7
TURUNÇGİLLER	3,7	%1,1	%-0,4
ZEYTİNYAĞI	3,6	%1,0	%-13,8
ŞARAP	3,5	%1,0	%6,8
KADIN GİYİM	3,5	%1,0	%11,1
HELİKOPTER, UÇAK	3,4	%1,0	%-6,6



İlgili bir başka yapısal sorun birçok insanın iş aramaktan vazgeçmesi anlamına gelen potansiyel işgücüne kıyasla düşük aktif nüfus düzeyi. Ekonomik olmasının yanı sıra sosyal bir sorun olarak öne çıkan işsizlik ile birlikte İspanya; Avrupa Birliği içinde gelir adaletsizliğinin de çok yüksek olduğu ülkelerin başında yer alıyor. İspanya İstatistik Ofisi verilerine göre, nüfusun yüzde 21,6'sı yıllık 8 bin 500 Euro olarak belirlenen yoksulluk sınırının altında yaşamak durumunda.

Aslında hiçbir sorun birbirinden bağımsız değil. Geçmişte Bask Bölgesindeki ayrılıkçı hareketlerin gerekçesi, bölgenin ülke zenginliklerinden en düşük payı alıyor olmasıydı. Bugün Katalan ayrılıkçılarının çok fazla dillendirilmeyen gerekçesi ise ülke ekonomisine yaptıkları katkının çok altında bir pay almaları. İspanya'yı önümüzdeki birkaç yıl oldukça hareketli bir dönemin beklediğine kuşku yok. Bu dönemde ülkeyi kimin yöneteceği ise hala belirsiz.

TÜRKİYE – İSPANYA TİCARETİ (milyon \$)

YIL	İHRACAT	İTHALAT	HACİM	DENGE
2010	3.536	4.840	8.376	-1.304
2011	3.918	6.196	10.114	-2.279
2012	3.717	6.108	9.825	-2.391
2013	4.334	6.418	10.752	-2.084
2014	4.750	6.120	10.870	-1.370
2015	4.742	5.589	10.331	-846
2016	4.988	5.679	10.668	-691
2017	6.302	6.373	12.675	-71
2018	7.712	5.492	13.204	2.220
2019*	2.803	1.345	4.148	1.458

* (Ocak-Nisan) Kaynak: TÜİK

İKİLİ TİCARETTE DENGE LEHİMİZE DÖNDÜ

İspanya'nın tekstil ve konfeksiyon ithalatında Çin'in ardından ikinci tedarikçi olarak yer alan Türkiye, bu ülkenin AB ülkeleri dışındaki en büyük 4. ihracat pazarı konumunda bulunuyor. 2017 yılına kadar hacim olarak 10 milyar dolar seviyesinde seyreden ikili ticarete hep eksi veren tarafta yer alan Türkiye, ilk kez 2018'de hem de 2 milyar doları aşan bir fazla verdi. Öte yandan 2018'de İspanya dış ticaretindeki ilk 20 ülke arasında ihracatının en fazla azaldığı, ithalatının ise en fazla arttığı ülke Türkiye oldu. 2018 yılında İspanya'ya ihracatımız 7,7 milyar Euro, bu ülkeden ithalatımız ise 5,5 milyar Euro olarak gerçekleşirken, dış ticaret fazlamız da 2,2 milyar Euro ile rekor kırdı. İspanya'ya ihracatımızdaki artış trendi bu yıl da aynı seyrini sürdürüyor. 2018'in ilk dört ayında 2,6 milyar dolar olan ihracatımız bu yılın aynı döneminde 2,8 milyara ulaşırken, yine geçen yılın ilk dört aylık döneminde 2,2 milyar dolar ithalatımız ise 1,3 milyar dolara geriledi. Böylece sadece ilk dört aydaki dış ticaret fazlamız 1,5 milyar dolara ulaştı.



GENEL SEKRETER:
DR. KEREM ALKİN

GENEL SEKRETER YRD.:
ERKAN KAPLAN

GENEL SEKRETER YRD. V.:
İBRAHİM ÖZÇELİK

GENEL SEKRETER YRD. V.:
SENEM SANAL SEZERER

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ ÇOBAN
ÇEŞME MEVKİİ SANAYİ CAD. B-BLOK
K:9 YENİBOSNA / İSTANBUL
TEL: 0 212 454 04 90 - 91
FAKS: 0 212 454 04 13 / 454 04 83
tim@tim.org.tr
www.tim.org.tr

AKİB AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

LİMONLUK MAH. VALİ HÜSEYİN
AKSOY CAD. NO: 4 YENİŞEHİR/MERSİN
TEL: 0 324 325 37 37 FAKS: 0 324 325 41 42
E-POSTA: akib@akib.org.tr
WEB ADRESİ: www.akib.org.tr
GEN. SEK. V: ÜMİT SARI
GEN. SEK. YRD: CANAN AKTAN ERDOĞMUŞ

BAİB BATI AKDENİZ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ASPENDOS BULVARI NO:221 07200/ANTALYA
TEL: 0 242 311 80 00 FAKS: 0 242 311 79 00
E-POSTA: baib@baib.gov.tr
WEB ADRESİ: www.baib.gov.tr
GENEL SEKRETER V.: GÜLİZ AKEL ÇETİNKAYA

denib DENİZLİ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ANKARA YOLU 10. KM. 246. SOKAK NO: 8 AKKALE/DENİZLİ
TEL: 0 258 274 66 88 FAKS: 0 258 274 72 22 - 62
E-POSTA: denib@denib.org.tr
WEB ADRESİ: www.denib.org.tr
GENEL SEKRETER: UĞUR DAYIOĞLU

DAİB DOĞU ANADOLU İHRACATÇILAR BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

CUMHURİYET CAD. EREN İŞ MERKEZİ 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 ADRESİ: www.daib.org.tr
GENEL SEKRETER: MURAT KARAPINAR
GENEL SEKRETER YRD: Melih LEYLİOĞLU

DKİB DOĞU KARADENİZ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

PAZARKAPI MAH. SAHİL CAD. NO: 95, TRABZON
TEL: 0 462 326 16 01
FAKS: 0 462 326 94 01 - 02
E-POSTA: dkib@dkib.org.tr
WEB ADRESİ: www.dkib.org.tr
GENEL SEKRETER: İDRİS ÇEVİK

eib EGE İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ATATÜRK CAD. NO:382 ALSANCAK/İZMİR
TEL: 0 232 488 60 00
FAKS: 0 232 488 61 00
E-POSTA: eib@egebirlik.org.tr
WEB ADRESİ: www.egebirlik.org.tr
GENEL SEKRETER: İ. CUMHUR İŞBİRAKMAZ
GENEL SEKRETER YRD: KEMAL COŞKUN
GENEL SEKRETER YRD: ÇİĞDEM ÖNSAL
GENEL SEKRETER YRD: SERAP ÜNAL

GAİB GÜNEYDOĞU ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

GAZİMUHTARPAŞA BULVARI MÜCAHİTLER MAH. 52012
NO'LU SK. NO: 6 27090 ŞEHİTKAMİL GAZİANTEP
TEL: 0 342 211 05 00 FAKS: 0 342 221 05 09-10
E-POSTA: gaibevrak@gaib.org.tr
WEB ADRESİ: www.gaib.org.tr
GENEL SEKRETER VEKİLİ: MİKAIL İRTEGÜN
GENEL SEKRETER YRD: AYDIN KUTLU

İİB İSTANBUL İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ C-BLOK ÇOBAN ÇEŞME MEVKİİ
SANAYİ CAD. YENİBOSNA-BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL
TEL: 0 212 454 05 00 FAKS: 0 212 454 05 01 - 02
E-POSTA: iib@iib.org.tr
WEB ADRESİ: www.iib.org.tr
GENEL SEKRETER: İZZET SELÇUK ŞAĞBAN
GENEL SEKRETER YRD: DOĞUŞ TOZANLI

İMMİB İSTANBUL MADEN VE METAL İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ A-BLOK ÇOBAN ÇEŞME MEVKİİ
SANAYİ CADESİ
YENİBOSNA-BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL
TEL: 0 212 454 00 00 FAKS: 0 212 454 00 01
E-POSTA: immib@immib.org.tr
WEB ADRESİ: www.immib.org.tr
GENEL SEKRETER: ARMAĞAN VURDU
GENEL SEKRETER YRD: COŞKUN KIRLIOĞLU
GENEL SEKRETER YRD: FATİH ÖZER
GENEL SEKRETER YRD: MUHARREM KAYILI

İTKİB İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ B-BLOK
ÇOBAN ÇEŞME MEVKİİ SANAYİ CAD.
YENİBOSNA-BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL
TEL: 0 212 454 02 00 FAKS: 0 212 454 02 01
E-POSTA: info@itkib.org.tr
WEB ADRESİ: www.itkib.org.tr
GENEL SEKRETER V.: MUSTAFA BEKTAŞ
GENEL SEKRETER YARD. V.: ÖZLEM GÜNEŞ

KİB KARADENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ATATÜRK BULVARI NO:19/E 28200 GİRESUN
TEL: 0 454 216 24 26 FAKS: 0 454 216 48 42
E-POSTA: kib@kib.org.tr
WEB ADRESİ: www.kib.org
GENEL SEKRETER T.: BÜLENT CEBECİ

OAİB ORTA ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

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 ADRESİ: www.oaib.org.tr
GENEL SEKRETER: ÖZKAN AYDIN
GENEL SEKRETER YRD: ESRA ARPINAR
GENEL SEKRETER YRD: FATİH YUMUŞ

UIB ULUDAĞ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 2. GELİŞİM SAHAŞI
KAHVERENGİ CAD. NO: 11
16140 NİLÜFER/BURSA
TEL: 0 224 219 10 00
FAKS: 0 224 219 10 90
E-POSTA: uludag@uib.org.tr
WEB ADRESİ: www.uib.org.tr
GENEL SEKRETER: MÜMİN KARACAKAYALILAR
GENEL SEKRETER YRD. V. BİRGÜL POLAT

TURKISH CARGO, OPERASYONLARINA HIZ KESMEDEN DEVAM EDİYOR.

Turkish Cargo, Atatürk Havalimanı ve İstanbul Havalimanı'ndan gerçekleştirmekte olduğu hizmetlerine aynı kalite ve özenle devam ediyor. "On-time performance" olarak adlandırılan, planlanan varış/kalkış saatlerinde 2018 yılı ilk çeyreğine göre çok daha iyi bir seviyeye ulaşan Turkish Cargo, WACD (World Air Cargo Data) listesinde 7. sıradaki yerini korudu ve 2019 ilk çeyreğinde tonajını yüzde 11,6 oranında artırdı. Turkish Cargo tüm fazlar tamamlandığında toplam alanı 300 bin m² olan kargo terminalinde yıllık 4 milyon ton kargo elleçleme kapasitesine sahip olacak. Kargo uçağı seferleri üzerinden gerçekleştirdiğı operasyonlarını da Atatürk Havalimanı'nda bulunan mevcut kargo terminalinden icra etmeye devam edecek.



**TURKISH
CARGO**

turkishcargo.com