

TİM REPORT



YALOVA



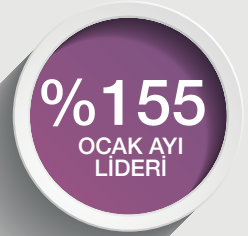
KARS



KASTAMONU



KARABÜK



TOKAT

İHRACATTA 2020 YILINA DAMGA VURAN

MARKA ŞEHİRLER



TARIM VE ORMAN BAKANI
BEKİR PAKDEMİRLİ
İLE ÖZEL RÖPORTAJ



ADNAN BALI
"İHRACATTA HIZLI TALEBE
HAZIRLIKLI OLMALIYIZ"



Yüksek Tavanlı
Çalışma Alanları

Tüm Katlardan
Caddeye Tır Girişi

Akıllı Bina
Teknolojisi

Çok amaçlı depo, üretim ve ofis alanları **34 PORTALL'DA HEPSİ BİR ARADA!**

24 saat çalışılabilen, 100 bin m²lik
kapalı depo, ofis ve üretim alanı bulunan
34 Portall'in çok amaçlı kiralama alanlarını kaçırmayın!

kiralama@ozakgyo.com

0212 602 10 10 - 0530 954 34 01

www.ozakgyo.com

ÔZAKGYO

Hayata Değer Katar

[f](#) [t](#) [i](#) /ozakGYO / ozakgyo.com

İhracatınızı TRADEATLAS .com İle Arttırın

✓ YENİ MÜŞTERİLER ✓ YENİ PAZARLAR ✓ YENİ TİCARİ FIRSATLAR

80%

TİCARET
BAKANLIĞI
GERİ ÖDEMELİ
ÜYELİK FIRSATI!

DÜNYA'NIN EN BÜYÜK İTHALATÇI & İHRACATÇI VERİTABANI:

✓ 230 ÜLKE ✓ 14 MİLYON İTHALATÇI ✓ 10 MİLYON İHRACATÇI ✓ 1 MİLYAR SEVKİYAT VERİSİ



İÇİNDEKİLER

6 **BAŞKAN'DAN**
Sınavı başarılı
yürüttüğümüz bir
dönem oldu

10 **TİM'DEN HABERLER**
TİM'den ABD'ye 'Milli
Üretim Seferberliği'
kapsamında 100 bin maske

20 **RÖPORTAJ**
Tarım ve Orman Bakanı
Bekir Pakdemirli

26 **ALT SEKTÖR**
Türkiye, sağlık turizminde
çığır açıyor

36 **SEKTÖR**
Türkiye'nin küresel markası
tekstil, pandemide başarılı
bir sınav verdi

40 **İŞ'TE KADIN**
Dress Best Uniforms CEO'su
Rana Tülin Yazıcı

52 **TURQUALITY**
İnoksan Yönetim Kurulu
Başkanı Vehbi Varlık

60 **MARKA ŞEHİR**
İhracatta dolu dizgin koşan
kentler

84 **MOLA**
Turizmin yeni rotası;
"Kampçılık ve
Karavancılık"

TİMREPORT

SAHİBİ:

TİM adına Başkan İsmail GÜLLE

YAYIN KURULU:

Mehmet Fatih BİLİCİ
Enise Didem ELMAS
Senem SANAL SEZERER

YÖNETİM YERİ:

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



YAYINA HAZIRLIK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ

Murat ERDOĞAN

BAŞ EDITÖR

Peri ERBUL

EDITÖR

Zeynep TÜTÜNCÜ GÜNGÖR

GÖRSEL YÖNETMENLER

Ercan YAVUZ, Erkan ALTINDAĞ,
Yılmaz MERMER

MUHABİR

Gizem İRİS

FOTOĞRAF EDITÖRÜ

Ergün ÇOLAKOĞLU

REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ

İlknur ULUSOY, Angel ZAMAN, Nisa ÖZTÜRK

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI

YUNUS APT. NO: 45 KAT: 3

NIŞANTAŞI - ŞİŞLİ / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

BASKI

ÖZLEM MATBAA

www.ozlemmatbaa.com.tr

Acibadem Health Point

FIRST POINT FOR YOUR HEALTH

Acibadem Health Point is the first access point which organizes all your medical needs by a single center in Turkey. Establishing a bridge in accessing Turkey and qualified healthcare services through its service points at **31 locations in 19 countries** across the world, Acibadem Health Point is now at your service at Istanbul Airport and Sabiha Gökçen Airport.

REGISTER NOW!

Call Us
+90 216 544 46 64
Visit WebSite
acibademhealthpoint.com



Download
Mobile App

ACIBADEM
HEALTH POINT



İsmail GÜLLE
TİM Başkanı

Sınavı başarılı yürüttüğümüz bir dönem oldu

“Dünya ticaretindeki hareketlenme, tedarikte yeni rota arayışları, piyasadaki izlenimlerimiz, günlük ihracat rakamlarında geldiğimiz nokta, bize hedefimize daha erken ulaşabileceğimizin cesaretini veriyor.”

Uluslararası kuruluşlar ve ekonomistler, ülke ekonomilerine dair öngörülerini açıklarken Türkiye'ye has bir özelliği şu ana kadar hesaba katmayı hep atladılar ve her seferinde şaşkırtmaya devam ettiler. Hesaba katılmayan şey, ülkemizin sahip olduğu Milli Birlik Ruhu'ydu.

Oysa ünlü iktisatçı John Maynard Keynes, bir ekonomistin biraz tarihçi, biraz siyasetçi biraz da filozof olması gerektiğini söyler. Özel olanı genel açıdan değerlendirip hem soyuta hem de somuta dokunması gerektiğine dikkat çeker. Keynes bir ekonomistin, şimdiki zamanı, geçmişin ışığında ve gelecek amaçlar için incelemesi gerektiğini söyler.

İşte ekonomistler ve kuruluşlar tarafından Türkiye, bu bakış açısıyla değerlendirebilseydi, Türkiye ekonomisinin tahminlerin ötesinde bir performans ortaya koyabileceğini

öngörebilirlerdi.

Bunu tüm dünyanın hazırlıksız yakalandığı pandemi sürecinde de test ettik. Krizlere alışkın bir ülke olarak, olağanüstü durumlarda hızlı reaksiyon alabilme yeteneği geliştirdik ve ihracatçılar olarak bu yeteneğimizi pandemi süresince de iyi değerlendirdik. Salgına rağmen dünya için üretmeye devam ettik. Güvenli bir liman olduğumuzu bir kez daha gösterdik. Haziran ayı ihracat verileri, mart-mayıs döneminde attığımız hızlı adımlar ve yaptığımız çalışmaların bir göstergesiydi. Bu başarının arkasında devletimizin son 20 yıldır yerleşme politikasıyla oluşturduğu üretim gücümüzün de büyük katkısı var.

140 ÜLKEYE TIBBİ MALZEME VE MASKE DESTEĞİ YAPTIK

Mayıstaki toparlanma sonrası haziran ayındaki yaklaşık yüzde 16'lık artışı, Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) bu yıl için ciddi küçülme beklediği bir ortamda yakaladık. Bildiğiniz gibi DTÖ en iyimser senaryoda dahi dünya ticaretinde yüzde 13'lük bir daralma öngörüyor ve daralmanın yüzde 40'a ulaşması da ihtimal dahilinde. Bu ortamda

Yılbaşından bu yana tıbbi malzeme alanında daha önce yapmadığımız 650 milyon dolarlık ihracat yaptık. Bu sektöre yönelik üretim ve ihracat yapan firma sayımız arttı ve bu kalemdeki ihracatımızı milyar dolara çıkarabiliriz.

Avrupa Birliği (AB) liderleri, Brüksel’de yapılan zirvenin ardından **750 Milyar Euro** değerindeki “**Koronavirüs Onarım Fonu**” üzerinde anlaştı. Belirlenen fon koronavirüs salgınından en fazla etkilenen AB üyesi ülkelere kredi ve hibe olarak dağıtılacak.

%
8,9

Merkez Bankası, yıl sonu TÜFE tahminini yüzde 7,4’ten yüzde 8,9’a; 2021 yıl sonu TÜFE tahmini ise yüzde 5,4’ten yüzde 6,2’ye yükseltti.

■ Otomotiv endüstrisi, koronavirüs salgını nedeniyle küresel olarak talep düşüşü yaşanması sonucu zor bir dönemden geçiyor. 2020’nin ilk altı ayında **Avrupa Otomobil Üreticileri Birliği (ACEA)** verilerine göre Avrupa’da yeni araç talebinde yüzde 38,1 oranında düşüş yaşandı. Birlik, **Avrupa Birliği (AB)** ve ulusal hükümetlere teşvik çağrısında bulundu.

■ **Türk Eximbank;** Irak’ta inşa edilecek **Enerji Santrali Projeleri** için Türkiye’den gerçekleştirilecek mal ve hizmet ihracatına yönelik olarak, tarihinde ilk kez yabancı bir ihracat kuruluşu olan İngiltere İhracat Kredi Kuruluşu’na **79,2 milyon dolarlık** garanti desteği sağladı.



Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), temmuz dönemi sektörel güven endeks verilerini açıkladı. Bir önceki aya göre hizmet sektöründe yüzde 20,2, perakende ticaret sektöründe yüzde 9,6, inşaat sektöründe ise yüzde 11,6 artış görüldü.

■ **Merkez Bankası’nın** haziran ayı resmi rezerv varlıkları, bir önceki aya göre yüzde 5 gerileyerek **86,3 milyar dolar** oldu. Bu dönemde alt kalemler itibarıyla, döviz varlıkları bir önceki aya göre yüzde 13,2 azalarak **45,8 milyar dolar**, altın cinsinden rezerv varlıkları ise yüzde 6,5 artarak **39,1 milyar dolar** oldu.

■ **Avrupa Merkez Bankası (ECB)**, Avrupalı bankalara kâr payı ödemelerini ve hisse geri satın almalarını 2021 yılına kadar durdurmaları çağrısında bulundu.



■ Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, haziran ayında **859** belgeyle teşvik tarihinde bir rekorunu kırdıklarını, **15,6 milyar liralık** yatırım ve **23** binin üzerinde ilave istihdam beklediklerini söyledi.

■ İşten çıkarma yasağının **30 Haziran 2021**, kısa çalışma ödeneğinin ise **31 Aralık 2020** tarihine kadar uzatılması konusunda Cumhurbaşkanı’na yetki veren; koronavirüs salgını sürecinde kısa çalışma ve ücretsiz izin uygulayarak yeniden faaliyete geçen iş yerlerine normalleşme desteği verilmesini öngören mini istihdam paketi Cumhurbaşkanı tarafından onaylandı.

Kırsal Kalkınma Destekleri kapsamında, **Tarıma Dayalı Ekonomik Yatırımlar ve Kırsal Ekonomik Altyapı Yatırımlarının Desteklenmesine İlişkin Karar** yayınlandı.

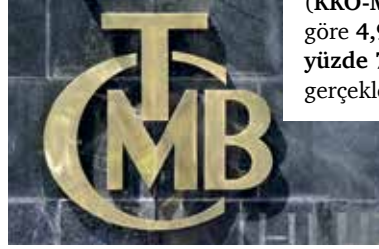
Karar kapsamında tarıma dayalı ekonomik yatırımlar ile kırsal ekonomik altyapı yatırımlarına, proje tutarının **yüzde 50’** sine kadar hibe desteği verilecek.

IMF, Güney Afrika'nın salgınla mücadelesine yardım için **4,3 milyar dolarlık** krediye onay verdi. Ayrıca zor durumda olan işletmeler ve hane halklarına yardımcı olmak için uluslararası finans kurumlarından yaklaşık **7 milyar dolar** borç almayı planlıyor.

■ **Fransa**, COVID-19 salgınıyla mücadele kapsamında aralarında Türkiye'nin de olduğu **16 ülkeden** gelecek yolculara havalimanlarında COVID-19 testini zorunlu kıldı.

■ **ABD Merkez Bankası (Fed)**, COVID-19 salgınının ekonomik etkilerine karşı hayata geçirdiği ve **30 Eylül**'de sona ermesi planlanan kredi programlarının süresini **31 Aralık**'a kadar uzattığını duyurdu.

%70,7



TCMB'den yapılan açıklamada; "**Mevsimsel etkilerden arındırılmış** kapasite kullanım oranı (KKO-MA), bir önceki aya göre **4,9 puan** artarak **yüzde 70,7** seviyesinde gerçekleşmiştir" denildi.

ABD'nin Las Vegas kentinde düzenlenen dünyanın en büyük teknoloji fuarı **CES'in (Consumer Technology Association)** 2021 yılında fiziksel ortamda yapılmayacağı, sadece dijital ortamda gerçekleşeceği bildirildi.

320

MİLYAR DOLAR

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) koronavirüs krizinin, yılın ilk beş ayında turizm sektöründe yarattığı zararı **320 milyar dolar** olarak açıkladı.

■ **Merkez Bankası** yıl sonu **TÜFE** tahminini **yüzde 7,4'ten yüzde 8,9'a** yükseltti. Merkez ayrıca 2021 yıl sonu **TÜFE** tahminini **yüzde 5,4'ten yüzde 6,2'ye** yükseltti.

■ **Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan**, alınan güçlü önlemler sayesinde pandemiden en az etkilenen ülkeler arasında giren Türkiye'nin, **OECD** ile **G20** ülkeleri arasında en hızlı büyüyen ülke konumunda olduğunu açıkladı.

■ **İtalya Başbakanı Giuseppe Conte**, hükümet içinde COVID-19 salgını sebebiyle **ocak** ayında ilan ettikleri olağanüstü halin **ekim** sonuna kadar uzatılması eğiliminde olduklarını açıkladı.

ABD'de, COVID-19 vakalarındaki artış nedeniyle "**kırmızı bölge**" ilan edilen ve **sayıları 21'e** çıkan eyaletlerden salgınla mücadele kapsamında **kısıtlamaları artırmaları** istendi.





TİM'den ABD'ye 'Milli Üretim Seferberliği' kapsamında 100 bin maske

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) çatısı altında yer alan 61 ihracatçı birliğiyle birlikte başlattığı "Milli Üretim Seferberliği" kapsamında üretilen 100 bin maske, ABD'nin Maryland eyaletine gönderildi.

60'İ AŞKIN ÜLKEYE 10 BİNDEN FAZLA HİJYEN SETİ DESTEĞİ

Şu ana kadar ABD dışında Çin, Avusturya, İspanya ve Kamerun'a tıbbi malzeme desteğinde bulduklarını söyleyen Başkan İsmail Güllü, "Bunun yanı sıra, Meclisimiz bünyesinde faaliyet gösteren Türkiye Tanıtım Grubu'muzun hayata geçirdiği "#GoodnessFromTürkiye" projesi ile hedef pazarlarımızdaki büyük alıcılara, ticari dernek temsilcilerine, basın mensuplarına özel tasarım hijyen kitleri göndererek dayanışma ruhunu canlandırmayı hedefledik. Hazırlanan 10 bini aşkın kiti, 60'ı aşkın ülkedeki büyük alıcılara, ticari dernek temsilcilerine, basın mensupları ve dünyaca ünlü sosyal medya fenomenlerine Türk ürünlerinin farkındalığına yönelik vurgu yapılan, virüsle mücadelede iş birliği ve destek mesajlarımızı içeren bir mektupla ulaştırdık" açıklamasını yaptı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ihracatçı birlikleriyle yürüttüğü "Milli Üretim seferberliği" kapsamında Uluslararası boyuttaki yardım ve desteklerine devam ediyor. "Bugüne kadar ihracatımız için ürettik. Şimdi sağlığımız için üretiyoruz" sloganıyla başlatılan seferberlik şapkası altında üretilen 100 bin maske ABD'nin Maryland eyaletinde yetkililere teslim edildi. Türkiye Cumhuriyeti Washington Büyükelçisi Serdar Kılıç, TİM adına 74 kutu maskenin temsilen, Maryland Eyalet Bakanı John Wobensmith'e 3 kutu maskeyi törenle teslim etti.

"LOJİSTİK MERKEZLERİMİZLE HEDEFE HIZLI ULAŞACAĞIZ"

TİM Başkanı İsmail Güllü, ABD'ye verdikleri tıbbi malzeme desteği sözünü tutmanın gururunu yaşadıklarını dile getirerek, "Bugün ABD önemli ticaret partnerlerimizden birisi olarak öne çıkmaktadır. 2019 yılında ABD ülkemizin en çok ihracat gerçekleştirdiği beşinci ülke oldu. Bilhassa, COVID-19 küresel virüs salgınıyla mücadelede Türkiye-ABD ilişkilerinin güçlü iş birliğine dayalı yönü bir kez daha kendini kanıtlamıştır. Bu,

iki ülke halkı için de oldukça kıymetli bir husus. İki ülke arasında ticaret hacminde gözlenen artış sevindirici olsa da, Türkiye ve ABD'nin toplam ticaret hacimlerini düşündüğümüzde karşılıklı hedeflerimizin ne olması gerektiğinin de farkındayız. Sayın Büyükelçimizin de bildikleri üzere, ABD ile ikili ticarete 100 milyar dolar hedefini TİM olarak stratejik bir hedef olarak görüyoruz. Bu hedefe ulaşma noktasında Türkiye lojistik merkezleri projemiz de büyük bir rol üstlenecektir. İngiltere, Dubai, ABD, Doğu ve Batı Afrika'da lojistik merkezlerini hızla açarak çalışmalarımıza devam ediyoruz" açıklamasını yaptı.

Güllü, sözlerine şöyle devam etti, "Salgının olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi bakımından uluslararası iş birliğinin geliştirilmesi büyük önem arz ediyor. Türkiye, dünyanın dört bir köşesine gerçekleştirdiği tıbbi malzeme desteğiyle önemli bir tedarikçi ve yüce gönüllü bir millet olduğunu göstermiştir. ABD'nin 165 farklı şehrine ise şu an itibarıyla 1000'e yakın hijyen kiti sevk etmiş durumdayız. Karşılıklı iş birliğiyle inşallah bu salgını hep beraber yeneceğiz."

TİM, Türkiye'yi Avrupa'da ikinci kez temsil ediyor

2019 yılında Avrupa Girişimciliği Teşvik Ödülleri (EEPA) kapsamında “TİM-TEB Girişim Evleri” projesiyle özel ödüle layık görülen Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), bu yıl da EEPA Teşvik ödülleri kapsamında “İnovaTİM Liselerde Yapay Zeka, İnovasyon ve Girişimcilik” projesiyle “Ulusal Şampiyon” seçilerek, Türkiye'yi Avrupa Komisyonu'nda temsil etmeye hak kazandı.

TİM'in “İnovaTİM Liselerde Yapay Zeka, İnovasyon ve Girişimcilik” projesi, Avrupa Komisyonu tarafından KOSGEB koordinatörlüğünde yürütülen Avrupa Girişimciliği Teşvik Ödülleri (EEPA) kapsamında “Ulusal Şampiyon” ilan edildi. Türkiye'nin en genç ve inovatif ailesi olan ve dünya çapında başarılar

kazanmış projeleri/takımları destekleyen proje, inovasyon ve girişimcilik alanlarında en önemli uluslararası platformlardan biri olan 2020 EEPA'da Türkiye'yi temsil etme hakkını elde etti.

Üst üste gelen uluslararası başarıların devam etmesi için TİM İnovasyon Komitesi'nin çalışmaları ile projelerinin ve yeni girişimlerinin hız kesmeden devam edeceğini vurgulayan TİM Başkanı İsmail Gülle, başta AB ülkelerinin politika yapımcıları ve kanaat önderleri olmak üzere girişimcilik ekosisteminin önemli paydaşlarının yer aldığı EEPA ödülleri Türkiye'nin bayrağını gururla dalgalandırdıklarını söyledi.

“TİM, EEPA ÖDÜLLERİNDE BAYRAĞIMIZI GURURLA DALGALANDIRDI”

Geçen yıl da İnovasyon ve Girişimcilik Akademisi çatısı altında yürütülen “TİM-TEB Girişim Evleri” projesi, “SME Assembly 2019” etkinlikleri kapsamında düzenlenen “Avrupa Girişimciliği Teşvik Ödül Töreni”nde, 29 farklı ülkenin, 290 ulusal irtibat noktasından katılan projeler arasından özel ödüle layık görülmüştü.

Türkiye'nin başarıyla temsil edilmesi hedefi doğrultusunda çalışmalar yürüten TİM, bu kapsamda; Mart 2019'dan bu yana Türkiye'nin 32 farklı ilindeki



toplam 207 lisede 9 bin 824 öğrenciye, İnovaTİM öğretmenleri tarafından Endüstri 4.0, IoT, inovasyon, bilgi çağı ekonomisi, girişimcilik, ihracat ve yapay zeka konu başlıklarında 10 hafta süren eğitimler verildi. Üniversite hayatı ve eğitim bölümleri hakkında mentorluk yapıldı. Eğitimlerin ardından 2020 yılı itibarıyla verilecek robotik eğitimlerinde görüntü işleme başlığının içeriğinde kullanılmak üzere; renklere göre ileri-geri hareket etme, nesnelere ayırt ederek tanımlama ve engelle karşılaştığında durarak yön değiştirme görevlerini gerçekleştiren bir robot geliştirildi. Öğrenciler aldıkları eğitimler sonucunda takım oluşturup proje geliştirerek ulusal/uluslararası yarışmalarda hem okullarını hem de Türkiye'yi temsil etti. Erzurum Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencileri Erzurum genelinde düzenlenen robotik yarışmasında ikinci olurken, İnovaTİM lise proje takımı Sneaky Snakes, Türkiye Bosphorus Regional yarışmasını birinci bitirerek Türkiye şampiyonu oldu, dünya şampiyonasına katılarak en iyi otonom görev yapan robot ve en iyi mentor ödülleri kazandı. Sneaky Snakes takımı ayrıca bölgesel yarışmada 26 ödülünden değerli 3 ödülü temsil eden “Blue Banner” bayraklarından ikisini kazandı.

Altı kategoride gerçekleştirilecek olan EEPA'da bu yıl “Girişimcilik yeteneklerine yatırım yapmak: Girişimcilik becerilerinin ve mesleki, teknik ve yönetsel becerilerin geliştirilmesine yönelik uygulamalar” kategorisi ile başvuru yapıldı.

TİM'den 15 Temmuz anma töreni



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü dolayısıyla Dış Ticaret Kompleksi'nde anma töreni gerçekleştirdi. Törene TİM Başkanı İsmail Gülle, TİM yönetim kurulu üyeleri, birlik başkanları ve delegeleri, üzerinde şehitlerin fotoğraflarının bulunduğu yaka kartı, kırmızı tişört ve ellerinde Türk bayraklarıyla katıldı. Törende şehitlerin anısına 251 güvercin uçuruldu. "Milletimizin hainlere attığı tokadın devamını ihracat ailesi olarak biz de rekorlarla getirdik" diyen TİM Başkanı İsmail Gülle, ekonomik anlamda birçok başarıya şahit olduklarının altını çizdi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) düzenlediği 15 Temmuz anma töreninde, hain darbe girişiminin dördüncü yıldönümüne ilişkin açıklamalarda bulunan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, "Milletimizin hainlere attığı tokadın devamını ihracat ailesi olarak bizler de rekorlarla getirdik" dedi. "Bu millet nasıl ki, bir an için bile geri dönmeyi düşünmediyse, ihracatçılar olarak biz de yorulmadan

mücadelemizi sürdürüyoruz. Türkiye, üstesinden geldiği birçok badireyle gücüne güç katmış birlik ve beraberliğiyle, milli hedeflerine kutlu yürüyüşünü sürdürmüştür" diyen Gülle, Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen anma töreninde yaptığı açıklamada, şehitlerin adını TİM'de yaşattıklarını ve şehitlerin her birini kalplerinde taşıdıklarını vurguladı. Törende İstiklal Marşı ve saygı duruşunun ardından demokrasi şehidi 251 vatandaşın



anasına 251 güvercin uçuruldu. Ayrıca Dış Ticaret Kompleksi'nde Şehitlerin fotoğraflarının yer aldığı "15 Temmuz Şehitlere Saygı Köşesi" oluşturuldu.

"ÜRETİM DURMADI, ÇARKLAR DÖNMeye DEVAM ETTİ!"

Türkiye'nin 15 Temmuz'dan önceki Türkiye olmadığına dikkat çeken Gülle, "Ülkemiz bu hain teşebbüsün ardından gerek siyasi gerek askeri gerekse ekonomik anlamda hızlı bir şekilde atılımlarına devam etmiştir. Bunun sonucu olarak da ekonomik anlamda birçok başarıya şahit olduk. Üretim durmadı, çarklar dönmeye devam etti. İhracatçılar olarak bizler, bu ülke insanına umut olmak için üretmeye ve ihracata durmaksızın devam edeceğiz." dedi. Katma değerli milli teknolojilere ağırlık verilerek, özellikle yerli savunma sanayi projeleriyle ülkenin net ithalatçı konumundan ihracatçı ülke konumuna geldiğini kaydeden TİM Başkanı Gülle, TİM olarak kendilerinin de bu uyanış bilinciyle verdikleri emeklerin haklı gururunu rekorlarla yaşadıklarını ifade etti.

"DEVLETİN İHRACATÇILARDAN BEKLENTİLERİNİ GÖREV KABUL EDİYORUZ"

Devletin ve Millet'in ihracatçılardan beklediği ne varsa görev olarak kabul edip yol aldıklarını ve bu yolda yürümeye devam edeceklerini vurgulayan Gülle, "16 Temmuz'da gerçekleştirdiğimiz ticaret heyeti hainlere verdiğimiz en güzel cevap oldu" dedi. Gülle, Türkiye'nin kalkışma sonrası kalkınmasına engel olan ve ayağına zincir vuran yapıdan kurtulduğunu kaydetti.



İhracatçılar Nijerya'nın ithalat payını artırmaya hazırlanıyor

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), COVID-19 sürecinde ihracatçılar için devreye aldığı eylem planları kapsamında Sanal Ticaret Heyeti Programlarına, 13-17 Temmuz tarihleri arasında gerçekleştirilen Nijerya ile devam etti.



bazda mineral yakıt ve yağ ihracatı 92 katına çıkarken, oyuncak ihracatı 21 katına, tarım makineleri ihracatı 3 katına çıkmış, cam ürünleri ihracatı yüzde 127 artış sağlamıştır. Türkiye ile Nijerya arasında 1,8 milyar dolarlık ticaret hacmi bulunuyor.”

“YILIN İLK 6 AYINDA 15 SEKTÖRDE İHRACAT ARTIŞI”

Küresel salgının etkilerine rağmen Nijerya'ya gerçekleştirilen ihracatta yılın ilk altı ayında tam 15 sektörde artış kaydedildi. Bu sektörler içinde ihracatını önceki yıla göre yaklaşık 5 kat artıran savunma ve havacılık, 2,5 kat artıran su ürünleri ve hayvansal mamuller ile yüzde 77 artıran çimento, cam seramik, sektörleri öne çıkıyor. Türkiye ve Nijerya'nın karşılıklı ticaretindeki gelişme önemli olsa da Nijerya'nın ülkemizden ithalatının, toplam ithalatı içindeki payı hala yüzde 1'in altında. TİM Başkanı İsmail Gülle İhracatçıların yeni hedefinin Nijerya'da hızla artan talebi karşılayarak bu oranı yüzde 1'in üzerine çıkarmak olduğuna işaret etti.

Çimento, demir-çelik, demir ve demir dışı ürünler, cam, seramik, toprak ürünleri, enerji sektörleri başta olmak üzere birçok sektörün temsilcilerinin katıldığı Nijerya Sanal Ticaret Heyeti Programı kapsamında, 15 Türk firma yaklaşık 90 Nijeryalı firma ile çevrimiçi ortamda bir araya gelerek 152 görüşme gerçekleştirdi.

1,8 MİLYAR DOLARLIK TİCARET HACMİ

Sanal Ticaret Heyeti Programlarını değerlendiren TİM Başkanı İsmail Gülle, Nijerya'nın 206 milyonu aşkın nüfusuyla dünyanın en kalabalık 7'nci ülkesi konumunda olduğunu belirterek iki ülkenin ticari ilişkileri hakkında bilgi aktardı. Gülle, 2019 yılında Nijerya'nın 47,4 milyar dolarlık ithalatla, Afrika'da en çok ithalat gerçekleştiren 4'üncü ülke olduğunu belirterek, şunları kaydetti: “Geçtiğimiz yıl, Nijerya Türkiye'den 442 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirdi. 2001 yılından bu yana Nijerya'nın ülkemizden ithalatının neredeyse 20 katına çıktığını görüyoruz. 2019 yılında Nijerya'ya birçok mal grubunda ihracatta büyük artış yaşandı. Türkiye'nin Nijerya'ya 2019 yılında bir önceki yıla göre yıllık

SANAYİ, TARIM VE SAĞLIK SEKTÖRLERİNDE YATIRIM FIRSATI

Nijerya Abuja Büyükelçisi Ahmet Melih Ulueren ise konuşmasında Nijerya'da iki alanda önemli fırsatlar olduğuna dikkat çekerek, Nijerya'nın salgın nedeniyle en önemli ihraç kalemi olan petrolün fiyatının düşmesinden dolayı ekonomisinde çeşitlendirmeye gitmesi gerektiğini belirterek Sanayi başta olmak üzere, özellikle tarım alanında yatırım yapmayı düşündüklerini kaydetti. Ulueren, “Ayrıca, salgın ile birlikte sağlık sektörlerinin iyi düzeyde olmadığını gördükler” diyerek sağlık alanındaki girişimlerde olumlu geri dönüşler alınacağına inandığını söyledi.

TİM, Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ile 13-15 Mayıs'ta Özbekistan, 27-29 Mayıs'ta Kenya, 15-25 Haziran'da Hindistan'ın ardından 13-17 Temmuz tarihleri arasında Nijerya Sanal Ticaret Heyeti programını düzenledi.

TİM, dijitalle taşıdığı fuar ve toplantılara Pakistan ile devam etti

TİM ve Ticaret Bakanlığı'nın birlikte gerçekleştirdikleri Pakistan Sanal Heyet Programı Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Türkiye'nin İslamabad Büyükelçisi İhsan Mustafa Yurdakul ile TİM Başkanı İsmail Gülle'nin katılımıyla başladı. Programın açılışında konuşan Gülle, "Pakistan'da son yıllarda hızlanan talep artışı, ihracatçı firmalarımız için bu pazarda önemli fırsatlar olduğunu gösteriyor" dedi.

Makine, çelik, iklimlendirme, otomotiv ve yedek parça, çimento cam seramik, demir-demir dışı ürünler, elektrik elektronik ve medikal sektörünün temsilcilerinden oluşan bir alım grubuyla gerçekleşen Pakistan sanal ticaret heyeti buluşmasında konuşan Gülle, ilk "sanal ticaret heyetlerinin", "sanal fuarların" ve "sanal ödül töreninin" öncüsü olduklarını dile getirerek, sanal ticaret heyetlerinden Özbekistan, Kenya, Hindistan ve Nijerya programlarını başarıyla tamamladıklarını dile getirdi.

"HAZİRAN'DA PAKİSTAN'A, 14 SEKTÖRÜMÜZÜN İHRACATI ARTTI"

İsmail Gülle konuşmasında şunları kaydetti: "Haziran ayında Pakistan'a, tam 14 sektörümüzün ihracatında artış gerçekleşti. Bu sektörler arasında, önceki yılın aynı ayına göre ihracatını yüzde 224 artıran deri ve deri mamulleri, yüzde 81 artıran hazır giyim ve konfeksiyon ve yüzde 79 artıran elektrik-elektronik sektörleri öne çıkmaktadır" diyerek şunları ekledi: "Türkiye'nin 2019'da Pakistan'a ihracatı; 2018 yılına göre yüzde 8 artışla 550 milyon dolar olarak gerçekleşti. 2019'da Pakistan'dan ithalatımız ise 2018 yılına göre yüzde 11 düşüşle 306 milyon dolar olarak gerçekleşti. 244 milyon dolarlık dış ticaret fazlası ile Pakistan, dış ticaret fazlası verdiğimiz ülkeler arasında yer alıyor. 2019'da Türkiye'nin ülke ithalatındaki payı ise yüzde 0,8 olarak gerçekleşti. Pakistan'da son yıllarda hızlanan talep artışı, ihracatçı firmalarımız için bu pazarda önemli fırsatlar olduğunu gösteriyor. Kültürel, siyasi, askeri ve dış politika ilişkileri oldukça iyi olan bu iki dost ülkeye, ticari anlamda da daha güzel şeyler söylemek yakıştır."

Geçtiğimiz yıl Pakistan'a özellikle tarımsal ürünler, hayvansal mamuller ve madencilik mal gruplarının ihracatında büyük artış yaşandığını belirten Gülle, iklimlendirme,



makine ve otomotiv gibi diğer birçok sektörde de yüksek büyüme oranlarının yakalanmasının öncelikli beklentileri olduğunu dile getirerek, iki ülke arasındaki ticaretin gelişmesi için serbest ticaret anlaşması ile vize serbestisinin önemine dikkati çekti.

"TİCARET HACMİMİZ İKİ ÜLKENİN POTANSİYELİNİ YANSITMIYOR"

Türkiye'nin İslamabad Büyükelçisi İhsan Mustafa Yurdakul ise mevcut Türkiye-Pakistan ticaret hacminin iki ülkenin potansiyelini yansıtmadığını söyledi. Ticari ilişkilerin ileriye taşınmasının mümkün olduğunu dile getiren Yurdakul, "Her iki ülkenin ilgili makamları da bunun bilincinde. Ticaretin geliştirilmesi için gerekli altyapı hazırlıklarını yapıyoruz. Bu yılki rakamlar pandemi dolayısıyla bir miktar düşük seyrete de yılın ikinci yarısında büyük bir toparlanma yaşanacağını düşünüyorum." ifadelerini kullandı. Yurdakul, pandeminin Pakistan'da son 3 haftadır kontrol altına alınma eğilimine girdiğini belirterek, Türk Hava Yolları'nın (THY) Pakistan'ın 3 şehrine karşılıklı seferleri sürdürmesinin memnuniyet verici olduğu dile getirdi.

PAKİSTAN DIŞ TİCARET HACMI

2018 yılında

80

MİLYAR DOLAR

2019 yılında

74

MİLYAR DOLAR

“Doğru Merkez Bankacılığı doğru iletişimle başlar..”

PROF. DR. EMRE ALKİN

Daha açıklanmadan önce Merkez Bankası'nın kararının ne olacağını tahmin etmiştik. Bu şartlar altında faizleri sabit tutmak en doğru davranış olacaktır. Böylelikle Merkez Bankası piyasadaki gelişmelere karşı duyarlı olmadığını bir kere daha kanıtlamış oldu.

Aslına bakılırsa Merkez Bankası'nın mevcut yönetiminin daha önceki yönetimlere göre piyasaları daha rahat okuduğunu, siyaseti ve diplomasiyi daha yakından gözlediğini ve sosyal gelişmeleri de daha doğru takip ettiğini söyleyebilirim.

Merkez Bankacılığı hiçbir zaman bilgisayar ekranından yapılacak bir iş değil. Çünkü alınan kararların piyasaların, toplumun ve siyasetin üzerinde olumlu etki bırakması gerekiyor ki karşılığı olsun. Bu şekilde yaklaşılmalı kararların kalıcı etkisi olmaz, verilen çabaların piyasaların dalgaları arasında kaybolması kaçınılmaz olur.

Diğer taraftan Merkez Bankalarının söylediği her sözün doğru çıkması da gerekir. Bu sebeple “piyasadan büyük hiçbir kurum ya da kişi yoktur” sözünü kabul edip, kurlar ve faizler ile ilgili kendini bağlayan söylemlerde bulunmaması gerekir. “Dolar/TL 1.92'den yukarı gitmez” diyen Merkez Bankası Başkanını bugün kimse hatırlamıyor ama TCMB'nin yaşadığı itibar erozyonunu herkes hatırlıyor.



Para Politikası Kurulu toplantılarının basın metinleri de çok önemlidir. Bundan önceki Başkan Çetinkaya ‘ya Türkiye’nin kıymetli ekonomistlerinin de hazır bulunduğu bir öğlen yemeğinde şu tavsiyede bulunmuştum:

- Kulağa hoş gelmeyecek kelime icatlarına gitmeden her başkan kendine göre bir üslup yaratmalı ve bunu metinlere yansıtmalı, eski metinlerden “kes-yapıştır” usulüyle devam etmemeli
- Asla ve asla siyaseti, piyasaları ve yatırımcıları memnun etmek için realiteden uzaklaşmamalı
- Yabancı dilden kötü şekilde tercüme edilen, “aşağı yönlü riskler” vs gibi yuduruk ibareler kullanılmamalı, metinler

herkesin anlayabileceği netlikte ama Merkez Bankacılığına yakışan derinlikte olmalı

“ŞU ANA KADAR İDARE ETTİK, ARTIK YÖNETMELİYİZ.”

Bugün de aynı maddelere dikkat çekiyorum. Merkez Bankasının son basın açıklamasına göz atarken, “neden faizi indirmedim” ile “neden faizi yükseltmedim” şeklinde yaklaşımlara rastladım. Basın açıklaması metni dengeli yazılmış olsa da, enflasyon-talep-büyüme-faiz ile ilgili yaklaşımların çelişmekte olduğunu gördüm. En azından okuyucular için.

ANLADIĞIM KADARIYLA MERKEZ BANKASI ŞUNU DİYOR:

“Enflasyon düşebilir, çünkü önümüzdeki altı ay talep zayıf seyredecek gibi duruyor, bu sebeple faizi yükseltmedim. Ekonomik aktivite mayıs ayından beri yükselişte, büyümede problem görmediğim için faizi düşürmedim.”

Bankaların döviz pozisyonlarını hedge etmek için VİOP'a yönlendirildiği, swap için altın varlıklarının devreye girdiği, BİST'te yabancıların sürekli satış yaptığı, CDS Primlerinin bir türlü 500'den aşağıya düşmediği koşullarda Merkez Bankası'na çok daha büyük görevler düşüyor. En başta, herkesin anlayabileceği lisandan konuşmayı başarması gerekiyor diye düşünüyorum.

Merkez Bankası aldığı faiz kararıyla “Enflasyon düşebilir, çünkü önümüzdeki altı ay talep zayıf seyredecek gibi duruyor, bu sebeple faizi yükseltmedim. Ekonomik aktivite mayıs ayından beri yükselişte, büyümede problem görmediğim için faizi düşürmedim” diyor.

İhracatçının yeni yol arkadaşı Maximiles TİM İhracatçı Kart

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



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



Devreden KDV konusunun çözümü finansman ihtiyacını giderebilir

CEM YILMAZ, MSC BAŞ DENETÇİ, SMMM

Şirketlerin COVID-19'dan dolayı finansman ihtiyacı daha da artarak devam etmekte olup ülkemizde ciddi bir finansman yükü doğuran devreden KDV konusunu çözmek önemli bir ihtiyacı giderecektir.

Devreden KDV'nin tanımına baktığımızda, işletmelerde bir dönemde indirilemeyen ve gelecek döneme devredilen katma değer vergisinin takip edildiği hesap olarak tanımlanabilir. Hesaplanan KDV'den, ödenen KDV indirildikten sonra kalan pozitif fark, satıcının Hazine adına tahsil ettiği ve Hazineye ödemesi gereken bir borç mahiyetindedir. Yani ara aşamadaki mükellefler, vergi tahsil dairesi gibi bir işlev üstleniyorlar. İşte bu nedenle indirim mekanizması KDV'nin en temel unsuru.

Güncel duruma baktığımızda Devreden KDV stokunun yaklaşık 250 milyar TL'yi aştığı görülmekte olup ciddi bir finansman sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Normal şartlarda hesaplanan KDV'nin, ödenen (yüklenilen) KDV'den fazla olması beklenir. Ancak yatırım, üretim sürecinin uzunluğu veya stok devir hızının düşük olması ya da zararına satış gibi durumlarda hesaplanan KDV, yüklenilen KDV'den düşük olabiliyor. İstisna ve oran indirimleri nedeniyle KDV tahsilatından mahrum kalan hallerde de yüklenilen KDV'ler,



hesaplanan KDV'lerden fazla olabiliyor. Bu durumda indirilemeyen KDV, sonraki dönemlerde indirim konusu yapılmak üzere devrediyor.

Ülkelere göre devreden KDV uygulaması mevzuatı

Diğer ülkelerde Devreden KDV uygulamasına baktığımızda örneğin; İngiltere'de devreden KDV,

ilgili dönemin beyannamesinin verilmesini takip eden 30 gün içerisinde mükellefe iade ediliyor. Arjantin, Avustralya, Hırvatistan, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Fransa, Almanya, Macaristan, İrlanda, İtalya, Luxemburg, Portekiz ve İngiltere, indirilecek KDV'nin hesaplanan KDV'den bir yıl içinde sürekli fazla olması halinde, diğer vergilerden mahsup ve/veya iade yapıyor. Arnavutluk, Avusturya, Belçika, Kanada, Finlandiya ve Norveç daha kısa sürelerde iade yapıyor. Demek ki bu ülkeler Hazine'yi mükellefin alacağı ile finanse ettirmiyor.

Ülkemizdeki iade uygulaması, özellikle imalatçılar bakımından hazırlanması çok zaman alan, karmaşık bir hesaplama mekanizması içeren yüklenim KDV listeleri hazırlanmasını gerektirmektedir. Büyük ölçekli imalatçılar, ihracat kayıtlı teslim (tecil-terkin) uygulamasını grup şirketleri aracılığıyla kullanarak yüklenim KDV listesine gerek kalmadan iade alabilirken, imalatçı-ihracatçı KOBİ'ler bu imkândan mahrum kalmaktadır.

Aşağıda madde madde saydığımız yolları kullanarak devreden KDV sorununun en azından bir kısmı çözülebilirse yaşadığımız kriz ortamında Şirketlerimize nefes alıracak yatırıma ve istihdama da olumlu etkileri olacaktır.

ŞİRKETLERE NEFES ALDIRACAK DEVREDEN KDV SORUNLARINI ÇÖZME YOLLARI;

KDV iadesine yol açan istisna ve indirimli orana tabi işlemler, iadeye yol açmayacak veya en az yol açacak şekilde ve ihracatı teşvik etmeye öncelik vererek yeniden belirlenmelidir.

İşlem bazında yüklenim KDV esaslı iadesi uygulaması yerine AB ülkelerinde olduğu gibi işletme bazında devir KDV'nin iadesine geçilmelidir.

Grup şirketleri için tek (konsolide) KDV beyannamesi uygulamasına geçilerek devir KDV stoku eritilebilir.

İsteyen mükelleflere devreden KDV'nin kısmen veya tamamen gider yazılması imkânı verilebilir.

Devreden KDV, bazı vergi borçlarının ödenmesinde kullanılabilir.

Devreden KDV'nin bankalarca teminat olarak kabul edilmesi sağlanabilir.

Dijital
İş Ortağım



Tier 3
Hizmet
Seviyesi



Özel
Müşteri
Danışmanı



Yeşil Enerji
Tüketimi

İşiniz
kesintisiz
ilerlesin diye

**Vodafone Veri Merkezi
hizmetinizde.**

Yeşil Enerji Tüketimi, Tier 3 Hizmet Seviyesi, Kesintisiz Veri Güvenliği ve 7/24 Özel Müşteri Danışmanı hizmeti Vodafone Veri Merkezi'nde!

Detaylı bilgi:

vodafone.com.tr/VodafoneBusiness

Hazır mısınız?

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



**vodafone
business**

Tarım ve Orman Bakanı **Bekir Pakdemirli:**

“Tarım-Turizm-Tarım etkileşiminin güçleneceği bir dönem olacak”

Yeni yüzyılda gıdayı yönetenin dünyayı yönettiği bir dönem olacağını vurgulayan Bakan Pakdemirli, Tarım-Turizm-Tarım (TA-TU-TA) etkileşiminin güçleneceği bir dönem olacağını belirterek “Geçen yıl 50 milyonu bulan, bu yıl pandemi nedeniyle azalan turist sayısının daha da artacağını öngörüyoruz. Dolayısıyla tarımın başladığı, medeniyetlerin şekillendiği bu topraklarda yeni fırsatlar, yeni baharlar bulunuyor” diyor.

COVİD-19 salgını, yaşamın en temel gereksinimlerinden biri olan tarımsal üretimin oynadığı rolü ortaya koydu. Tarımın stratejik değerinin arttığı bu dönemde; 4 saatlik bir uçuş ile dünya nüfusunun yüzde 40'ına ulaşma imkânı olan, 1,9 trilyon dolarlık bir tarımsal ticaret hacmine sahip bölgenin merkezinde yer alan Türkiye için yol haritasının belirlendiğini kaydeden Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli, yeni dönemde Bakanlığın tarım politikalarını, pandemi sonrası ‘Yeni Tarım’ olarak adlandırılan döneme dair ayrıntıları TİMREPORT okurları için anlattı.

Bakanlığınız yeni normal olarak adlandırılan salgın sonrası için nasıl bir strateji geliştiriyor? Yeni dönemde tarım sanayisine yönelim artar mı?

Yeni tip koronavirüs salgınıyla birlikte tarım ve gıdanın ülkeler için önemi ve stratejik değeri bir kez daha ortaya çıkmış oldu. Karşı karşıya kaldığımız bu zorlu süreçte çoğu ülke gıdaya erişim konusunda sıkıntılar yaşarken ülke olarak aldığımız önlemlerle tarımsal üretim ve gıda tedarik zincirinde hiçbir sıkıntı yaşamadık.

Tarımsal dış ticarete net ihracatçı konumumuzu daha da güçlendirme yolunda emin adımlarla çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Kasım 2019’da gerçekleştirdiğimiz 3. Tarım ve Orman Şuramızın 60 maddelik Sonuç Bildirgesi çerçevesinde oluşturduğumuz 38 maddelik eylem planını uygulamaya koyduk.

Bu eylem planı kapsamında yapmış olduğumuz çalışmalar COVID-19 pandemi sürecinde aldığımız tedbirlere rehber oluşturarak hızlı ve etkili kararlar

almamızı sağladı. Bu sayede hep birlikte şahit olduğumuz üzere ülkemiz tarım ve gıda sektörü çiftçisi, yatırımcısı, işletmecisi ile pandemi döneminde çok başarılı bir sınav vermiştir.

Pandemi döneminde yürüttüğümüz çalışmalar ve aldığımız tedbirlerin yanında; pandemi sonrası dönemde de tarımın geleceği ile ilgili gerekli çalışmalarımızı yaparak yeni stratejilerimizi oluşturduk.

Tarımın stratejik değerinin arttığı bu dönemde; 4 saatlik bir uçuş ile dünya nüfusunun yüzde 40'ına ulaşma imkânı olan, 1,9 trilyon dolarlık bir tarımsal ticaret hacmine sahip bölgenin merkezinde yer alan ülkemiz için yol haritamızı belirledik.

Tabi ki yeni dönemde gıdanın artan stratejik değeri tarımsal sanayiye tüm bileşenleri ile öne çıkarmıştır. Özellikle tüketim taleplerinde sağlık öncelikli işlenmiş nitelikli gıdalar, yeni akıllı tarım teknolojileri, e-ticaret, yapay zekâ, dijitalleşme gibi güçlenen alanlarda ülke tarımımız adına yoğun bir çaba içerisindeyiz.

Bu anlamda yakın zamanda sözleşmeli üretimi teşvik etmek ve pazarlamayla ilgili sorunlara çözüm üretmek amacıyla üreticilerimizi ve sanayicilerimizi bir araya getirdiğimiz Dijital Tarım Platformunu hayata geçirdik.

Pandemi döneminde tarımsal üretimimizin kesintiye uğramaması için ise yazlık ekiliş programı başlattık. Bu kapsamda, mümkün olan tüm işlenebilir arazilerimizde ülkemiz için stratejik öneme sahip olan ürünlerde kolle artışı sağlayabilmek, aynı zamanda üreticilerimizi bu dönemde arazilerinde





üretimine yönlendirebilmek amacıyla tarım takviminin elverişli olduğu 21 ilimizde yüzde 75 hibe tohum dağıtımını yaptık. Uygulamayla yaklaşık 13 bin çiftçimize 6.100 ton buğday, arpa, mercimek, kuru fasulye, mısır, ayçiçeği, çeltik tohumu dağıtıldı. Böylece 350 bin dekar alanda tohum ile toprağı buluşturmuş olduk.

Aynı zamanda tarım takvimine elverişli illerimizde yem bitkisi ekilişlerinin yapılmasını temin ettik. Bu uygulamaların yanında 81 ilimizde sertifikalı tohum desteklerimiz de devam ediyor.

Ayrıca, hazine arazilerinde örnek ekilişler yapılarak bu alanların bitkisel üretime kazandırılması için de çalışmalarımız sürüyor.

Yazlık ekiliş programı ile yürütülen ve üreticimiz tarafından yoğun ilgi gören programın günlük ekiliş programı olarak ülke genelinde uygulanması doğrultusunda çalışmalara da başladık.

Yılın ilk yarısında yurt dışında en büyük talep tarım ürünlerine oldu. İç talep ile birlikte yılın ilk yarısında üretim ve

2020 sonu üretim beklentisi

	Artış oranı	üretim miktarı
Dane Mısır	%8,3	6,5 milyon ton
Arpa	%8,7	8,2 milyon ton
Kuru Fasulye	%10,7	249 bin ton
Kırmızı Mercimek	%12,9	350 bin ton
Patates	%4,4	5,2 milyon ton
Kuru soğan	%6,8	2,35 milyon ton

hasılda nasıl bir tabloya sahibiz?

Bakanlık olarak uyguladığımız politikalar sayesinde bitkisel üretim miktarında son yıllarda bir artış söz konusu. 2002 yılında 98 milyon ton olan bitkisel üretim miktarı yüzde 19,5 artış ile 2019 yılında 117 milyon tona ulaştı. Bitkisel üretim değeri ise 196 milyar lira oldu. Sertifikalı tohum üretimi de 1 milyon 134 bin tona yükseldi.

Bitkisel üretimimizin bu yıl geçen yıla göre yüzde 5,2 artış ile 123,4 milyon tona ulaşmasını bekliyoruz.

Bu kapsamda, tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerde yüzde 7,3 artış ile 68,5 milyon ton, sebze ve meyvelerde yüzde 0,8 artış ile 31,3 milyon ton, meyveler, içecek ve baharat bitkilerinde yüzde 5,3 artış ile 23,5 milyon ton üretim gerçekleşeceği tahmin ediliyor.

Diğer taraftan ülkemiz, buğday iç tüketimini tamamen yerli üretimden karşılıyor. 2019 yılında 19 milyon ton olan buğday üretimimizin bu yıl %7,9 artış ile 20,5 milyon tona ulaşmasını bekliyoruz.

Türkiye'nin özellikle rekabet avantajına sahip olduğu ürünler neler ve yeni ürünler için pazar oluşması mümkün mü?

Ülkemizde 23,1 milyon hektar tarım alanı işleniyor. Tarımsal üretimimiz her geçen gün artmaya devam ediyor. Ürettiğimiz ürünlerle 83 milyona ulaşan nüfusumuzu besledikten sonra üstüne de 18 milyar dolarlık tarım ve gıda maddesi ihracatı gerçekleştiriyoruz. Tarımsal hasıla açısından Avrupa'nın önde gelen ülkelerinden biri konumundayız.

Birçok tarım ürününün üretiminde ise dünya liderliğimiz devam ediyor. Bu çerçevede, ülkemiz fındık, kiraz, incir, kayısı ve ayva üretiminde dünyada birinci; haşhaş, kavun, karpuz ve mercimek üretiminde ikinci; antepfıstığı, kestane, vişne, hıyar ve ceviz üretiminde ise üçüncü sırada yer alıyor. Ülkemiz, yaş ve kurutulmuş sebze ve meyve, su ürünleri, işlenmiş tarım ürünleri, un, zeytinyağı, bal, yumurta ve süt ürünleri başta olmak üzere birçok tarım ve gıda ürününde ihracat avantajına sahip bulunuyor.

"FINDIK, İNCİR, KURU ÜZÜM VE AYVA İHRACATINDA DÜNYA LİDERİYİZ"

Örneğin buğday unu ihracatında dünyada birinci, makarna ihracatında da ikinciyiz.

Meyve üretiminde dünyada 5'inci, sebze üretiminde ise 4'üncü sıradayız. Fındık, kuru kayısı, incir, kuru üzüm ve ayva ihracatında da dünyada lider konumdayız.

Pandemi sürecinde tedarik zincirinde meydana gelen sorunlar ve dış ticaret kısıtlamaları gibi nedenlerle uluslararası tarım ürünleri ticareti zayıflamış, değişen ticaret uygulamaları neticesinde ülkemizin sözü edilen ürünlerin ihracatında artış sağlaması mümkün duruma gelmiştir.

“DIŞ TİCARETTEN DE DAHA FAZLA PAY ALABİLECEK AVANTAJLARA SAHİBİZ”

Türkiye coğrafi konumu ve iklim yapısı itibariyle 12 binden fazla bitkiye ev sahipliği yapıyor ve biyoçeşitlilik açısından zengin bir ülkemiz. Biyolojik zenginliğimizi ekonomik zenginliğe dönüştürebiliriz.

Coğrafi olarak dünyanın tam merkezinde olmamız ve geçmişten bu yana ticaret yollarının üzerinde yer almamız büyük bir avantajdır.

Bu nedenle, daha fazla üretebilir ve ürettiğimiz ürünleri yüksek katma değerlerle ihraç edebiliriz. Ayrıca, konumuz itibariyle Ukrayna'nın ayçiçeğini de Rusya'nın mısırını da Kazakistan'ın buğdayını da Türk Cumhuriyetleri'nin baklagillerini de dünyaya pazarlayabiliriz. Bunun için ülkemizin alt yapısı yeterlidir. Böylece, güçlü bir tarım ülkesi olmamızın yanında dış ticarettten de daha fazla pay alabiliriz.

Tarım sektöründe firmaların ihracata yönelim oranı ne düzeyde? Bakanlığımızın üreticileri ihracata yönlendirmek adına çalışmaları var mı? Tarım sektöründe üretici firmaların aynı zamanda ihracat yapma olanakları istenen düzeyde değildir. Üreticilerin büyük bir kısmı, ürettiği ürünü ihracatçı firmalara tedarik ediyor ve ürünler bu şekilde ihraç ediliyor.

“TARIMDA KÜRESEL MARKA GELİŞTİRME ÇALIŞMASINI BAŞLATTIK”

Bakanlığımız, üreticilerimizin ihracat yapma olanaklarını geliştirme hedefi doğrultusunda kaliteli ve uluslararası piyasalarda talep edilen ürünlerin üretilmesine yönelik projeler yürütüyor. Bu kapsamda “Küresel Marka Geliştirme”

Pandemi süreciyle birlikte raf ömrü uzun ürünlere talep giderek artıyor. Bu nedenle ülkemizin bu alanda yüksek olan kapasitesini rahatlıkla bir avantaja çevirebiliriz.

çalışmalarını başlattık ve böylelikle ihraç edilen tarım ve gıda ürünlerinin artırılmasını amaçlıyoruz.

İhracatın artırılması amacıyla dünya ticaretini ürün bazlı olarak analiz ediyor ve belirlenen ürünlere yönelik hedef ve rakip ülkeleri tespit ediyoruz. Önümüzdeki süreçte bu analizler sektörle paylaşılacak ve pratikte karşılık bulunması için gerekli çalışmalar yürütülecektir.

Pandemi sürecinde öne çıkan Dijital Tarım Pazarı ile Bakanlığımız neyi hedefliyor? Sadece iç talebe yönelik satış kanalı mı olacak? Sisteme talep ne düzeyde, rakamsal verileri alabilir miyiz?

3. Tarım Şurası Kararlarının sonuç bildirgesinde yer alan maddelerden biri de tarımsal girdi ve finansman ihtiyacını karşılayan sözleşmeli bitkisel ve hayvansal üretim modellerinin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması konusuydu ilgilidi.

Bu çerçevede, yıl genelinde üretimde sürekliliği sağlamak, yılın belli aylarında arz daralmasına bağlı olarak ürün fiyatlarındaki dalgalanmayı en aza indirmek, üreticinin ürününe pazar bulmasını kolaylaştırmak, toptancı, sanayici, market zincirlerinin istediği kalite ve miktarda ürünü temin etmesini sağlamak amacıyla Dijital Tarım Pazarı portalını hayata geçirdik.

Portalda üretici ve alıcıyı buluşturuyoruz. Böylece üretici ve alıcı, pazar taleplerine uygun ürünü piyasaya arz edecek, tüketici de istediği ürünü istediği dönemde, iyi kaliteye ve fiyata temin edebilecek.

Sistem iki fazdan oluşuyor. İlk aşamada bitkisel ürünler sisteme dahil edildi. İkinci aşamada ise hayvansal ürünler ile finans, sigortacılık ve lojistik kuruluşları sisteme entegre edilecek. Sistem kapsamında şu anda yurtiçi düzeyde alım satım ve sözleşmeli üretim gerçekleştiriliyor, ilerleyen günlerde ihracata yönelik

18

MİLYAR DOLAR

Tarım ve gıda maddesi ihracatı

1,9

TRİLYON DOLAR

4 saatlik uçuş ile ulaşılan tarımsal ticaret hacmi

Türkiye'ye tarım, gıda, içecek, avcılık, ormancılık ve balıkçılık konularında son 17 yılda gelen uluslararası doğrudan yatırımlar toplamı 10 milyar dolara yaklaşmıştır.

100
MİLYON TL

Dijital Tarım Pazarı işlem hacmi

10
MİLYAR DOLAR

Sektöre 17 yılda gelen uluslararası doğrudan yatırımlar toplamı

bileşenler de sisteme dahil edilmiş olacak.

Uygulamayla sözleşmeli üretim ve planlama ile gıda arz güvenliği güçlenirken, üreticilere finansman kolaylığı da sağlanacak.

Sisteme şu ana kadar 30 binin üzerinde alıcı ve satıcı kayıt yaptırdı. Sistem üzerinden yapılan tarım ürünleri ticaretinden elde edilen ciro ise 100 milyon lirayı aşmış durumda.

Yabancı yatırımcıların Türkiye'de tarım sektöründe yatırıma bakışı nasıl? Sektörde yatırımları hızlandırmak için yeni destekleriniz olacak mı?

Bilindiği gibi son yüzyılda, sanayileşme, kentleşme, ticaret, Ar-Ge ve buna bağlı diğer faktörlerin etkisi ile tarım sektörü ile ilgili anlayış giderek değişiyor. Dün, üretim odaklı olan tarım, bugün pazar ve tüketici tercihi odaklı olarak yapılıyor. Dolayısıyla, yerel ve bölgesel pazarlar için yapılan tarım, artık ulusal ve küresel pazarlar için üretiliyor. Özellikle kentleşme ve refah artışına bağlı olarak tüketici tercihleri hızla değişmekle beraber bu değişim sorunları belki biraz artırsa da geniş fırsatları da beraberinde getiriyor. Bu yıl yaşadığımız pandemi süreci tarımın stratejik değerini net olarak ortaya koyarken, tarımın doğru bir yatırım alanı olduğunu da hepimize bir kez daha göstermiştir.

Sık sık ifade ettiğim gibi yeni yüzyılda gıdayı yönetenin dünyayı yönettiği bir dönem olacak.

Dünya nüfusunun 2050 yılında 10 milyara, ülkemiz nüfusunun ise 100 milyona ulaşması bekleniyor. Geçen yıl 50 milyonu bulan, bu yıl pandemi nedeniyle azalan turist sayısının daha da artacağını öngörüyoruz. Dolayısıyla tarımın başladığı, medeniyetlerin şekillendiği bu topraklarda yeni fırsatlar, yeni baharlar bulunuyor.

Doğru ve planlı yatırımlar sayesinde hem tarımsal üretim artacak hem de tarım-sanayi entegrasyonu daha güçlü hale gelecektir. Böylece, yatırımın kazanca

dönüşme hızı ve miktarındaki büyüme, ülkemizin kalkınmasına da doğrudan yansıtacaktır.

Yaşadığımız Pandemi süreci; tarım-gıda alanında korumacı ve kendine yeterliliği öncelleyen politikaları yeniden ülkelerin gündemine taşıdı. Bizim Pandemi Sonrası 'Yeni Tarım' olarak adlandırdığımız bu dönemde; e-ticaret ivme kazanacak, tarımsal teknoloji, yapay zekâ, dijitalleşme, geri dönüşüme dayalı yeni üretim ekosistemleri öne çıkacak. Pandemi süreci yeni dönemde çoklu ve alternatif pazar arayışlarını artıracaktır ve bu da Türkiye için küresel tedarik zincirinden daha fazla pay alabilmesine fırsat sunacaktır. Turizmde doğaya, tarıma doğru yönelen Eko-turizm gibi yaklaşımlar öne çıkacaktır. Tarım-Turizm-Tarım (TA-TU-TA) etkileşiminin güçleneceği bir dönem olacak.

Yeni dönemde tarım sektörünün gelişme alanı; yapay zekâ, tarımsal teknolojiler ve dijitalleşmeyi içeren tarım 4.0 sürecidir. Tarım 4,0 olarak isimlendirdiğimiz bu süreç bizlere üretimde; zamandan ve işgücünden kazanım, girdi optimizasyonu, saha şartlarının kapsamlı ve doğru analizi ve daha az çevre kirliliği gibi avantajlarla beraber daha düşük maliyetle kaliteli ve verimli ürün elde edilmesini sağlayacaktır.

Bu nedenle tarımda öne çıkmak bu teknolojiyi üretmekle mümkün olacaktır. Tarım sektörünün geleceğini, geleceğin tarımını oluşturmak için çizdiğimiz vizyonda bu teknoloji bizim en temel unsurumuzdur.

Ülkemiz bulunduğu ticari bölgede taze sebze ve meyve üretiminde lider ve belirleyici bir konumdadır.

Türkiye, Avrupa'nın en büyük meyve-sebze üreticilerinden biri olup bu ürünleri sadece taze olarak değil, işleyerek kurutulmuş ve dondurulmuş şekilde pazara sunmamız hem raf ömrünü hem de katma değerini artıracaktır.

Taze elmanın kilosu sezonunda markette 4-5 lira arasında değişirken kurutulmuş elmanın kilosu 100 liranın üzerindedir.

Pandemi süreciyle birlikte raf ömrü uzun ürünlere talepte giderek artıyor. Bu nedenle ülkemizin bu alanda yüksek olan kapasitesini rahatlıkla bir avantaja çevirebiliriz.

Bu sektöre yapılacak yatırımın geri dönüşü de inanın bana çok kısa sürede olacak.

Türkiye tarım sektörü bugüne kadar, çiftçisi ile üreticisi ile sanayicisi ile ihracatçısı ve yatırımcıları ile; doğal kaynaklar bakımından kendisinden daha fazla imkana sahip ülkelerin üzerinde bir tarımsal hasıla ortaya koymaktadır.

Birçok ülkede tarım ve gıda sektöründe rafların boşalması, stokların bitmesi, işçi sorunları, üretimin azalması, fiyat artışları gibi sorunlar yaşandı.

Ülkemizde ise bütüncül bir yaklaşımla, fakat üretimin tüm dinamiklerini en küçük ayrıntısı ile dikkate alarak yaptığımız planlamalar, hızlı müdahaleler ve etkin tedbirlerle, bu süreçte milletimiz en ufak bir gıda endişesi yaşamadı.

Tabi ki hedefimiz gayemiz bunlarla sınırlı değildir.

Elde edilen üretimin nerede ne şekilde değerlendirileceğinin de bilinmesi gerekmektedir. Gelişmiş ülkeler üretim ekonomisini çoktan aşmışlar ve işletme ekonomisine geçmişlerdir. Artık sadece ürünü üretmek ve en üst düzeye çıkarmak önemli değil, önemli olan bunların ne şekilde değerlendirileceğidir. Bu nedenle ülkemizde tarımsal üretimin artırılması ve ürün kalitelerinin iyileştirilmesi için, tarımsal sanayinin geliştirilmesi, modern tesislerin kurulması ve tarımın sanayi ile bütünleştirilmesi gerekmektedir.

Ülkemiz genç nüfusu ve eşsiz konumuyla dinamik ve umut vadeden bir pazar olması nedeni ile uluslararası şirketlerin tercih ettiği yatırım noktasındadır.

Aynı zamanda birçok şirket ise ülkemizi üs bölgesi olarak tercih etmiş ve diğer ülkelerdeki faaliyetlerini buradan kontrol etmektedirler.

Ülkemiz yatırımların önünde oluşabilecek engelleri kaldırmak amacıyla gerekli tüm adımları atmakta, yabancı yatırımcılara vatandaşlarımızla eşit haklar, eşit fırsatlar ve eşit destekler sunmaktadır.

Türkiye’de tarım alanında yatırım yapacak yabancı yatırımcılar Ulusal Vergi Sistemine kayıtlı olmaları halinde, yani ülkemizde bir şirket kurmaları veya var olan bir şirkete ortak olmaları durumunda, Bakanlığımız ve diğer kamu kurum



ve kuruluşlarının sağladığı destek ve teşviklerden faydalanabilmektedir.

Açıklanan son verilere göre; Türkiye’ye tarım, gıda, içecek, avcılık, ormancılık ve balıkçılık konularında gelen uluslararası doğrudan yatırımlar, 2019 yılında 270 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir ve bu da toplam yabancı yatırımların yüzde 4,8’ine denk gelmektedir.

Türkiye’ye tarım, gıda, içecek, avcılık, ormancılık ve balıkçılık konularında son 17 yılda gelen uluslararası doğrudan yatırımlar toplamı 10 milyar dolara yaklaşmıştır.

Pandemi süreci ve sonrasında bu yatırımların artacağı bekleniyor.

TARIMA YÖNELİK VERİLEN DESTEKLER

Bakanlık olarak, tarım sektörü yatırımcılarına kırsal kalkınma destekleri, alan bazlı destekler, fark-prim ödemeleri, hayvancılık destekleri, telafi edici destekler, diğer tarımsal amaçlı destekler ve TARSİM devlet prim destekleri başlıkları altında birçok destekleme yapıyoruz. Ayrıca, yatırımlar için faiz indirimli krediler de kullanılmaktadır.

Tarım sektöründe yatırım yapacak yatırımcılar, Bakanlığımızın sağladığı desteklerin yanında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının yürüttüğü teşvik sisteminden de faydalanabiliyor. Yatırımcılara yine, arazi temini,

vergi muafiyeti, KDV istisnası, KDV iadesi, sigorta primi desteği, faiz desteği gibi birçok alanda muafiyet ve destekler de sağlanıyor. Bu kapsamda bölgelere göre oranları ve destek çeşitleri değişmekle birlikte; entegre hayvancılık yatırımları, gıda ürünleri ve içecek imalatı, su ürünleri yetiştiriciliği, soğuk hava deposu hizmetleri, lisanslı depoculuk ve seracılık alanındaki yatırımlara destek veriliyor. Tarımsal üretime yönelik bakanlığımızca desteklerin yanında Ticaret Bakanlığınca tarım ürünlerinin ihracatına yönelik desteklemeler de sağlanıyor.



Türkiye, sağlık turizminded çığır açıyor

Sağlık alt yapısı, sahip olduğu kaynaklar ve coğrafi konumu sayesinde özellikle yakın coğrafyanın sağlık turizminded rotası haline gelen Türkiye, pandemi sonrası oluşacak yeni pazara hazırlanıyor. Türkiye'nin öncelikli hedefi kişi başına düşen sağlık gelirini dünya ortalamasının üstüne çıkarmak sonraki hedef ise daha çok turist ile pazar payını artırmak.

Türkiye, son 10 yıl içinde sağlık turizminin merkez ülkesi haline geldi. Termal turizm, medikal SPA, yaşlı ve engelli turizminin de dahil olduğu hizmet alanı ziyaretçi sayısı ile ülkemizin sağlık konusundaki etkinliğini gözler önüne seriyor. Birbiri ardına açılan şehir hastaneleri ve pandemi hastaneleri ise Türkiye'nin sağlık vizyonunu dünyaya yansıtması bakımından önemli bir sektörel donanım ortaya koyuyor.

Sağlık turizminded dünya beşincisi olan Türkiye'de sağlık turizmi, gün geçtikçe gelişme ivmesini artırıyor. Sağlık Bakanlığı'nın verilerine göre uluslararası hasta sayısı bakımından sırasıyla ilk 5 ülke; ABD, Almanya, Tayland, Hindistan ve Türkiye olarak belirtildi.

Türkiye'de 48 adet JCI (Junior Chamber International) tarafından akredite edilmiş, uluslararası standartlarda hizmet veren sağlık kuruluşu bulunuyor. Özel hastanelerin yanı sıra üniversite ve kamu hastanelerinde de sağlık turizmi alt

yapısını güçlendirmek için çeşitli çalışmalar yapılıyor. Şehir hastanelerinin inşaatının da bu çerçevede başlatıldığı biliniyor. Türkiye, sağlık turizmi konusunda yükselen yıldız olarak konumlandığından, Sağlık Bakanlığı da Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı bünyesinde, medikal turizm, termal turizm (SPA-Wellness) ve ileri yaş-engelli turizmi alanlarında birimler oluşturuyor.

“ULAŞIM AVANTAJI TÜRKİYE'Yİ CAZİP KILIYOR”

Türkiye'nin sağlık turizminded atağa kalkmasında coğrafi konumunun da payı büyük. 4 saatlik uçuş mesafesinde yaklaşık 1 milyar insana ve 57 ülkeye hitap eden önemli bir coğrafi konuma sahip olması Türkiye'yi daha avantajlı hale getiriyor. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) verilerine göre, 2019 yılında sağlık amaçlı gelen ziyaretçi sayısı yüzde 27,4 oranında artmış.

Bunun yanı sıra yalnızca estetik amaçlı tıp uygulamaları için değil, daha çok riskli hastalıkların tedavisi için

de Türkiye tercih ediliyor. Kök hücre, organ, ilik nakli, kanser tedavileri, robotik cerrahi, nükleer tıp gibi kritik sayılabilecek tedaviler bu kapsamda gerçekleştiriliyor.

“NORMALLEŞME SÜRECİNDE SAĞLIK TURİZMİ NASIL İŞLİYOR?”

Pandemi süreciyle birlikte sağlık turizmi de durağan bir dönem yaşadı. Normalleşme süreciyle ise Sağlık Bakanlığı, 20 Mayıs'tan itibaren 31 ülkeden gelecek hastaların kabul edileceğini açıkladı. Bu kapsamda alınan bir dizi tedbir uygulamasıyla, Irak, Libya, Azerbaycan, Gürcistan, Türkmenistan, Özbekistan, Kazakistan, Yunanistan, Ukrayna, Rusya, Cibuti, Cezayir, Kosova, Makedonya, Arnavutluk, Bosna Hersek, Romanya, Sırbistan, Bulgaristan, Moldova, Somali, Kuveyt, Katar, Bahreyn, Umman, Almanya, İngiltere, Hollanda, Pakistan, Kırgızistan, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nden ziyaretçiler gelebiliyor.

Ortopedi ve travmatoloji, genel cerrahi, çocuk cerrahisi, üroloji, göz hastalıkları, kardiyoloji, kalp ve damar cerrahisi, cerrahi onkoloji, jinekolojik onkoloji cerrahisi, tıbbi onkoloji, radyasyon onkolojisi, beyin ve sinir cerrahisi, hematoloji, yoğun bakım ile üremeye yardımcı tedavi uygulamaları, organ nakli ve kemik iliği nakli alanlarında hizmet almak isteyen hastalar bu süreçte kabul ediliyor.

“İLERİ YAŞ VE ENGELLİ TURİZMİ YÜKSEK POTANSİYEL TAŞIYOR”

İleri yaş turizmi, Türkiye'nin mevcut kaynakları göz önüne alındığında birçok fırsatı bir arada sunuyor. 2050 yılına kadar dünya nüfusunun yüzde 20'sini 65 yaş ve üstü bireylerin oluşturacağını düşündüğümüzde, bu dalın sağlık turizminin ana damarlarından biri olacağını söyleyebiliriz. Yurt dışında doğal kaynakların azlığı, sağlık merkezlerinin yetersizliği gibi olumsuz yönler daha şimdiden birçok 65 yaş üstünü Türkiye'ye çekiyor. Özellikle termal kaynaklara ilgi gösteren bu gruba daha fazla hitap edebilmek için yatırım ve tesislerin artırılması öngörülüyor.

2018 yılı verilerine göre, 55 milyar dolar olan küresel medikal pazardan 1 milyar doların az üstünde pay alan Türkiye'nin üç yıl içinde payını hedeflediği 10 milyar dolara çıkarma şansı var mı?

Bir diğer önemli başlık olarak da Dünya Sağlık Örgütü'nün verilerine göre, dünya nüfusunun yüzde 15'inin bir çeşit engelli konumunda yaşıyor olmasını gösterebiliriz. Bu oran toplum içindeki nüfusla birlikte düşünüldüğünde sağlıkta bir de engelli turizmi kavramının doğması kaçınılmaz hale geliyor. Erişilebilir alt yapı, erişilebilir ulaşım ve hizmet ile Türkiye'nin engelli turizmde önünün açıldığı ziyaretçi sayılarıyla doğrulanıyor.

“DOĞAL KAYNAKLAR SAĞLIK TURİZMİNİN MERKEZİ”

Türkiye'nin sahip olduğu doğal kaynaklar, sağlık turizminin alternatif bir alana kaymasına ve böylece daha fazla turist çekmesine olanak sağlıyor. Termal turizm, bir doktor gözetiminde olmak kaydıyla, fizik tedavi, masaj, hidroterapi, egzersiz, diyet gibi teknikleri içeren kompleks bir sağlık uygulaması anlamına geliyor. Ülkemizin sağlık turizmi stratejisi içinde termal turizm geniş yer buluyor. Ayrıca buna ilişkin birçok hedef belirleniyor. Bunlar arasında Türkiye'nin Avrupa'da termal turizm konusunda ilk durak olması, jeotermal kaynaklı alanların belirlenerek fiziki planlarının tamamlanmasının ardından yatırımcılara tahsisi, basamaklanmış bir şekilde tüm kaynakların değerlendirilmesi gibi çözümler yer alıyor.

“SAĞLIK TURİZMİNDE HEDEF: 1,5 MİLYON TURİST”

Her geçen gün büyüyen sektörde 2023 hedeflerine ulaşmak için çalışmalar hız kesmeden sürüyor. Dünyada sağlık turizmi harcamalarının 50 milyar dolar civarında olduğu tahmin ediliyor. Türkiye'nin şu an için küresel pazardan aldığı pay 1 milyar dolar civarında fakat 2023 hedefi oldukça iddialı: 10 milyar dolar sağlık turizmi geliri, ve 1,5 milyon da turist. 2023

364.138

KİŞİ

2019'un ilk yarısında ülkeye gelen sağlık turisti sayısı



6,500
DOLAR

2019 yılı kişi başına sağlık turizmi
harcaması (Dünya)

2,000
DOLAR

2019 yılı kişi başına sağlık turizmi
harcaması (Türkiye)

hedeflerine ulaşmak için ayrıntılı bir stratejik plan izleniyor. Bunlar yurtdışı tanıtım faaliyetlerinin artırılması, sağlık vizesi uygulamasının kolaylaştırılması ve yaygınlaştırılması, termal turizm işletme sayılarının artırılması, şehir hastaneleri başta olmak üzere kamu hastaneleri için tanıtım ve aracılık modeli oluşturulması ve uygulanması, yabancı devlet kurumları ve sigorta şirketleri ile anlaşmalar yapılması, hasta şikâyet ve memnuniyetinin incelenebileceği bir bilişim alt yapısı oluşturulması gibi hedefler içeriyor.

“2019’UN İLK YARISINDA 364 BİN KİŞİ GELDİ”

2018 yılında sağlık turizmi kapsamında 551 bin 748 hastaya hizmet verildi. Yine aynı yıl içinde ülkemizi ziyaret eden ilk üç ülke ise Azerbaycan, Irak ve Almanya olarak sıralandı. Bununla beraber yurt dışından gelen hastaların en çok tercih ettiği iller İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Erzurum ve Yalova oldu. Elde edilen sağlık turizmi geliri 2018 yılında 1 milyar 110 bin 843 dolar olarak

kaydedilmişti. 2019’un ilk yarısında ise sağlık ve tıbbi nedenlerle 364 bin yabancı Türkiye’ye geldi. Gelen sağlık turisti sayılarına bakıldığında, İngilizlerin sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre %123 artarak 30 bin 460 kişiye ulaşırken, İtalyanlarda %300, İsveçlilerde %100, Fransızlarda %50 ve Almanlarda %32 artış görüldüğü kaydedildi.

TÜRKİYE’NİN SAĞLIK HİZMETİ UCUZ

Sağlık turizmine odaklanan sadece Türkiye değil. 2 Mart’ta, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) bünyesinde sağlık turizm alanında bir forum düzenlendi. Forumda sağlık turizmi pazarının 2021’e kadar 125 milyar dolara ulaşacağı konuşuldu. Dünya genelinde 2019 yılında kişi başına sağlık turizm harcaması 6 bin 500 dolardı. Oysa Türkiye’ye sağlık turizmi için gelen turistler 2 bin dolar harcıyor.

Pandemi, küresel sağlık turizminde yeni bir sayfa açacağı ve dengeleri değiştireceği benziyor. Türkiye, yeni dönemde kendini avantajlı olanlardan görüyor.

**Saloodo! Şimdi
Türkiye'de!**

saloodo!
realtime logistics

Dijital taşımacılık platformu
30,000 gönderici & 12,000 nakliyecisi
Türkiye'yi, Avrupa'ya baęlıyor



Ücretsiz kayıt olun!
saloodo.com.tr

Türkiye İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali:

Hızlı talep ve sipariş hacimlerine hazırlıklı olmalıyız

Ülke ihracatının son 20 yılda hızlı bir biçimde arttığı ve ihracatın milli gelir içindeki payının yükseldiğinin altını çizen Türkiye İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali, Banka olarak Türkiye'nin ihracattaki konumunu güçlendirecek desteği vermeyi sürdüreceklerini belirterek, "Türkiye'nin önümüzdeki dönemde birçok mal ve hizmetin tedariki için önemli bir aday olarak sahneye çıkabileceğine inanıyoruz" diyor.



Türkiye İş Bankası, ihracatçıların finansmana erişimi noktasında Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile haziran ayında iş birliği protokolü imzaladı. Protokolün zamanlamasının, yılın ikinci yarısında ülkemizin olumlu bir ihracat performansı gösterebileceği beklentisi açısından çok yerinde olduğunu söyleyen Adnan Bali, protokolün detaylarını ve ihracattaki öngörülerini TİMReport dergimize anlattı.

“Bütün dünyayı ekonomik ve sosyal açıdan derinden etkileyen pandemi sürecinde şimdiye kadar bu boyutta hiç tecrübe etmediğimiz başka zorlukları da yönetmek durumunda kaldık” diyor Adnan Bali ve pandeminin, küreselleşmenin boyutunu, ülkelerin birbirine ne derece bağlı olduğunu da net şekilde ortaya koyduğunun altını çiziyor.

Pandeminin yarattığı olumsuzlukların giderilmesi, sosyal ve ticari hayatın, ekonomik faaliyetlerin yeniden normal düzenine dönmesi için ilgili kamu otoritelerince gerekli adımlar atıldığını hatırlatan Bali, böyle zamanlarda, ölçeği itibarıyla ekonomiler üzerinde etkili olan kurumların daha fazla sorumluluk üstlenmesi gerektiğini belirterek İş Bankası'nın da bu misyona sahip olma nedenini şöyle açıklıyor: “Kurtuluş Savaşı'ndan sonra, siyasi bağımsızlığı perçinlemek üzere iktisadi bağımsızlığın bir sembolü olarak Gazi Mustafa Kemal Atatürk tarafından kurulan, bu tarihsel sorumluluğunun ve öncü rolünün gereği olarak hep ülke ekonomisini destekleyen, en zor zamanlarda bile bu ülkenin doğrusuna tavır sergileyen İş Bankası'na ise daha fazla sorumluluk düştüğüne inanıyorum. Her kritik dönemde rol almaktan bütün taahhüdümüzü, imkânlarımızı, kaynaklarımızı Türkiye için tahsis etmeye, maharetimizi, birikimimizi bu yönde kullanmaya devam ediyoruz. İçinden geçtiğimiz pandemi döneminde de kuşkusuz ekonomik sıkıntıların aşılması, sanayicilerimizden esnafımıza, ihracatçılarımızdan tüccarlarımıza, KOBİ'lerimizden çiftçilerimize ve hane halkına kadar tüm kesimlerin yaşadığı

İş birliğimiz çerçevesinde, olabildiğince fazla sayıda ihracatçımıza ulaşabilmek amacıyla her firma özelinde azami 150 bin USD/EURO veya 1 milyon TL tutarında kredi kullanıyoruz.

sorunların üstesinden gelmelerinde kuruluş misyonumuzun gereğini yerine getiriyoruz. Ülkemiz ekonomisinin büyümesinde kritik bir role sahip olan ihracatın, ekonomimizin zor dönemlerden çıkmasında da büyük önem taşıdığı bilincinde bir banka olarak, bu alana özel bir konsantrasyon ile eğiliyoruz.”

Salgının istihdama, üretime, ticarete ve ödeme sistemlerine etkilerini azaltmak ve ekonomik aktivitenin devamlılığını sağlamak amacıyla birçok aksiyonu hayata geçirdiklerini söyleyen Adnan Bali, yapılan çalışmalarını şöyle anlatıyor: “Öncelikle sürecin en başında, çok hızlı bir şekilde, kamu bankalarıyla eş zamanlı olarak ekonomiyeye destek paketimizi devreye aldık. Normalleşme sürecinde de müşterilerimizin yeni döneme uyumu ve ortaya çıkacak ihtiyaç ve beklentilerin karşılanmasına yönelik olarak “El Birliği ile Devam Destek Paketi” açıkladık. Bu paketle esnafımıza, küçük işletmelerimize ve KOBİ'lerimize işe dönüş ve yeniden açılış süreçlerinde destek olduk, olmaya da devam ediyoruz. Elbette paketin önemli odaklarından birini de ihracatçılarımız oluşturuyor.”

“GÜÇLÜ TÜRKİYE HEDEFİ İÇİN TİM İLE GÜÇLERİMİZİ BİRLEŞTİRDİK”

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile haziran ayı sonunda imzalanan iş birliği protokolünün detaylarıyla ilgili de bilgi veren Bali, uluslararası pazarlarda güçlü bir Türkiye yaratmak hedefiyle tüm ihracatçıları temsil eden en önemli çatı kuruluş TİM ile güç birliğine gittiklerini belirterek şöyle devam ediyor: “Protokolün zamanlamasının, yılın ikinci yarısında ülkemizin olumlu bir ihracat performansı gösterebileceği beklentisi açısından çok yerinde olduğunu düşünüyoruz. TİM ile

500

MİLYON DOLAR

TİM üyeleri için sunulan nakdi kredi paketi



İhracatçılarımıza

150 BİN
USD/EURO

veya

1 MİLYON
TL

tutarında kredi kullanıyoruz

imzaladığımız protokolle, ihracatın finansmanı için her ihtiyaca uygun vade ve ödeme seçenekleri sunuyoruz. Protokol kapsamında, ihracatçılarımızı desteklemek için faiz oranlarımızı mümkün olan en düşük seviyede tuttuk. İhracat döviz kredilerinde uyguladığımız düşük faiz oranları, sadece ihracatçılarımız için değil ekonomideki tüm kesimler için de kritik önem taşıyor.”

KADIN GİRİŞİMCİLERE ÖZEL FAİZ ORANLARI

Kredilendirme bir sektör ayrımına gitmediklerinin altını çizen Bali, 61 ihracatçı birliği ve 95 bin ihracatçıyı kapsayan bir protokol olduğunu belirterek, “TİM üyelerine Türk Lirası ve döviz olmak üzere toplam 500 milyon dolarlık bir nakdi kredi paketi sunuyoruz. İş birliğimiz çerçevesinde, olabildiğince daha fazla sayıda ihracatçımıza ulaşabilmek amacıyla her firma özelinde azami 150 bin USD/EURO veya 1 milyon TL tutarında kredi kullanıyoruz. Avantajlı faiz oranlarımızı sektör ayrımı olmaksızın tüm ihracatçı müşterilerimize sunuyoruz. Kadın girişimcilerimiz ise özel faiz oranlarından yararlanabiliyor. Protokol sayesinde TİM üyeleri, fiziki

veya sanal fuar katılımlarında avantajlı koşullarda kredi kullanabiliyor.

TEMİNAT MEKTUPLARINA CAZİP KOMİSYON ORANI

İhracat kredisi kullanan TİM üyesi ihracatçı müşterilerimiz, ayrıca Anadolu Sigorta’dan emtia taşıma sigortası ürününden indirimli olarak yararlanabiliyor. “Gümrükler Genel Müdürlüğü” ve “Eximbank” a hitaben düzenlenecek elektronik teminat mektubu ürünümüzde cazip komisyon oranı uyguluyoruz.

Eximbank ile imzaladığımız “Kadın Girişimcilere ve Genç Girişimcilere Yönelik Eximbank Kaynaklı İhracat Destek Kredisi” protokolleri kapsamında da kredi kullanılmaya devam ediyoruz.

İHRACAT HACMİ ÜZERİNDEN MAXİPPUAN!

Türkiye İhracatçılar Meclisi üyesi ihracatçılarımızın kullanımına sunduğumuz “Maximiles TİM İhracatçı Kart” ve “Maximiles TİM İhracatçı Kart Premium”u, TİM ile gerçekleştirdiğimiz iş birliğini daha da pekiştirecek ürünler olarak görüyoruz. TL/EUR/USD hesap özeti seçeneğini içeren kartlarımız ile ihracatçılarımız, yaptıkları alışverişlerden hem MaxiMil hem de MaxiPuan kazanacaklar. Ayrıca bankamız aracılığıyla gerçekleştirecekleri aylık ihracat hacmi üzerinden ilave MaxiPuan kazanacaklar ve bu puanları MaxiMil olarak da kullanabilecekler. İhracatçılarımıza özel çıkardığımız bu kartlarımızı, otel rezervasyonundan vize işlemlerine kadar onların hayatını kolaylaştıracak birçok önemli ve fark yaratacak ayrıcalığı içerecek şekilde tasarladık.”

İHRACATIN MİLLİ GELİR İÇİNDEKİ PAYI ARTIYOR

İhracatın ülke ekonomisinde oynadığı role de vurgu yapan Adnan Bali, ülkemizin ihracat hacminin, 2000’li yılların başından bu yana hızlı bir biçimde arttığını ve ihracatın milli gelir içindeki payının yükseldiğini belirterek, “Son yıllarda da güçlü ihracat performansımız devam ediyor. 2016 yıl

sonunda 149 milyar USD olan ihracat hacmimiz, 2019 sonunda 180 milyar USD'nin üzerine çıktı” diyor. 2020 yılında ise bütün dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgınıyla birlikte beklenmedik koşulların ortaya çıkmasına dikkat çeken Bali, şöyle devam ediyor: “Dünya ticareti, özellikle Mart ve Nisan aylarında birçok mal ve hizmet için neredeyse durma noktasına geldi. Düşen talep ve tedarik zincirinde yaşanan aksaklıkların yanında lojistik dahi başlı başına bir sorun teşkil etti. Bunun sonucunda, Türkiye'nin ihracatı Nisan ve Mayıs aylarında yıllık bazda yüzde 40'ın üzerinde geriledi. 2020 yılının ilk beş aylık dönemi itibarıyla da bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yaklaşık yüzde 20 düşmüş oldu. Bu dönemde salgından olumsuz yönde etkilenen ihracatçı sektörlerin başında, en büyük ticaret ortağımız olan Avrupa Birliği ülkeleri kaynaklı talep düşüşü nedeniyle otomotiv, makine ve hazır giyim geldi. İlaç ve eczacılık ürünleri, kimyasal maddeler ve tarım sektörleri ise ihracatını artırma imkânı buldu. Haziranda ise öncü verilere göre ihracat 13,5 milyar dolar seviyesine yükselerek salgın öncesi seviyelerine yaklaştı. Bu performansta Mart ve Nisan aylarındaki olağanüstü koşullara bağlı olarak ertelenen siparişlerin de önemli bir etkisi söz konusu. Haziran'da İngiltere ve Almanya gibi önemli ticaret ortağımız olan ülkelere yönelik ihracatta güçlü artışlar kaydedildi. Söz konusu veriler salgına karşı alınan kısıtlayıcı önlemlerde normalleşme adımlarının atılmaya başlanmasının ihracat performansına da olumlu yansıdığını gösteriyor.”

“HIZLI TALEP VE SİPARİŞ HACİMLERİNE HAZIRLIKLILIKLI OLMALIYIZ”

Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı olan Avrupa Birliği ülkelerinde yaşanan derin kriz ortamı, ihracatçılarımız için şimdilik bir dezavantaj gibi görünse de bölgede alınan güçlü tedbirler hızlı bir toparlanmanın da söz konusu olabileceği sinyali veriyor. Ülkelerin ihracat performansları, ihracata konu ürünlerin

Bu tür olağandışı talep daralmalarına bağlı dönemleri ertelenmiş taleplerin hızla devreye girmesi şeklinde yüksek performans dönemleri izlediği için, ülke olarak bu senaryolara hazırlıklı olmak durumundayız.

niteliğine göre farklı derecelerde etkileniyor, buna göre ülkeler bazında alınan aksiyonlar da farklılık gösteriyor. Bu sonuçların ihracatçılarımızın geleceğe dönük stratejilerine de ışık tutacağını düşünüyorum. Türk Lirası'nın mevcut rekabetçi seviyeleri de bu dönemde özellikle ithal ara girdi yoğunluğu düşük ürünlerin ihracat performansı açısından destekleyici bir unsur olacaktır. Bu tür olağandışı talep daralmalarına bağlı dönemleri ertelenmiş taleplerin hızla devreye girmesi şeklinde yüksek performans dönemleri izlediği için, ülke olarak bu senaryolara hazırlıklı olmak durumundayız. Bizim çalışmalarımız da bu senaryolarda ortaya çıkabilecek hızlı talep ve sipariş hacimlerine hazırlıklı olma adımlarıdır.”

“İKİNCİ YARIDA İHRACAT PERFORMANSI GÜÇLENECEK”

“Önümüzdeki süreçte, salgının gidişatına dair belirsizlikler, dış talebin kırılğan bir görünüm sunmaya bir süre daha devam edebileceği riskini beraberinde getirirse de biz

“DAĞITIK DEFTER TEKNOLOJİSİ İLE KOLAY BİR DÖNEMİ BAŞLATIYORUZ”

“Ülkemizde teknolojik yenilikleri müşterilerimizin hizmetine sunmada hep ilklerin bankası olduk” diyen Adnan Bali, geçtiğimiz Mayıs ayında, blockchain teknolojisiyle ilk pilot dış ticaret finansman işlemini gerçekleştiren ve bu teknolojiyi kullanarak ödeme garantisi veren ilk Türk bankası olarak bu özelliklerini pekiştirdiklerini söylüyor. Bu yenilikle birlikte, uluslararası ticarete güvenlik, hız ve operasyonel verimliliği artıracaklarını ifade eden Bali, yeni uygulamalarına ilişkin şunları söylüyor: “Dünyanın en geniş blockchain ağına sahip R3 - Blockchain Birliği'ne üye olan ilk Türk Bankası olarak, dış ticaret finansmanında verilerin eşleşmesine dayalı, güvenilir ve daha kolay bir dönemi başlatıyoruz. Kullandığımız Dağıtık Defter Teknolojisi (DLT) sayesinde dış ticaret firmaları, alım-atım işlemlerine dair verileri defalarca girmeden, işlemlerini güvenli, şeffaf ve korunaklı bir şekilde gerçekleştirebilecekler.”

“Orta vadeli bir perspektifle baktığımızda ülkelerin daha yakın coğrafyalarla çalışma ve daha butik imalatlara odaklanabileceğini, Türkiye’nin de bu konjonktürden faydalanma potansiyelinin yüksek olduğunu, bu süreci ihracatını artırmak, ürün ve bölge açısından çeşitlendirmek için bir fırsat olarak kullanabileceğini düşünüyoruz.”

“GELECEK NESİLE İYİ BİR HİKAYE BIRAKACAĞIMIZA İNANIYORUM”

İhracat ve ihracatçılara destek kapsamında aldıkları inisiyatiflerin, açıkladıkları paketlerin aslında işin teknik kısmını oluşturduğunu dile getiren Adnan Bali, süreçte ortaya konan yaklaşımın niyetinin önemli olduğunu belirterek şu değerlendirmede bulunuyor: “Hepimiz bu ülkeden kazanan, bu ülkeye kazandıracak olan değişik işlerin sahipleri olarak pandemi nedeniyle zorlaşan küresel rekabet koşullarını, öngörülemez olayları ve riskleri düşündüğümüzde hem kısa dönemli cari riskleri yönetmek hem de orta, uzun vadeli bir perspektifle hareket etmek durumundayız. Türkiye’nin, tüm dünyanın üstesinden gelmeye çalıştığı pandemiyin olumsuz etkilerini tüm ekonomik aktörlerin gayreti ile aşacağına, gelecek kuşaklara bu konuda yazılmış iyi bir hikaye bırakacağına inanıyorum. Biz de “Türkiye’nin Bankası” olmanın getirdiği sorumlulukla, milli tavrını ve duruşunu her zaman tereddütsüzce sergileyen bir kurum olarak, bütün imkânlarımızı, iyi niyetli ve samimi bir yaklaşımla memleketimizin ve milletimizin hizmetine kararlılıkla sunmaya; ekonomimizin tüm bileşenlerine destek vermeye devam edeceğiz.”

yılın ikinci yarısıyla birlikte ihracat performansımızın koşullar paralelinde güçleneceğini öngörüyoruz” diyen Adnan Bali, yılın ikinci yarısına dair olumlu beklentilerini şu sözleriyle destekliyor: “COVID-19 salgını sonrasındaki normalleşme sürecinde orta vadeli bir perspektifle baktığımızda ülkelerin daha yakın coğrafyalarla çalışmaya ve daha butik imalatlara odaklanabileceğini; ülkemizin coğrafi konumu itibarıyla küresel ticaret hacminin önemli bölümünü teşkil eden bir pazara kısa uçuş mesafeleriyle ulaşılabilirliğini; genç ve dinamik nüfus yapımızı dikkate aldığımızda, Türkiye’nin de bu konjonktürden faydalanma potansiyelinin yüksek olduğunu; bu süreci ihracatını artırmak, ürün ve bölge açısından çeşitlendirmek için bir fırsat olarak kullanabileceğini düşünüyoruz.”

“İHRACATÇILARIMIZ ESNEK BİR YAPIYA SAHİP”

Ülkelerin belli ölçüde içlerine kapandığı bu dönemde güvenilir bir tedarikçi konumunda olan Türkiye’de, mevcut endüstriyel altyapısı ve yeterli iş gücü kapasitesi ile ihracatın yüzde 60’ının küçük ve orta ölçekli işletmeler tarafından gerçekleştirildiğine dikkat çeken Bali, “Bu nedenle ülkemiz yeni pazarlar bulma ve üretim süreçlerini yönetme konusunda hali hazırda esnek bir yapıya sahip. Bütün bu avantajları ve güçlü yanları göz önünde bulundurduğumuzda, Türkiye’nin önümüzdeki dönemde birçok mal ve hizmetin tedariki için önemli bir aday olarak sahneye çıkabileceğine inanıyoruz. Büyümeye olan katkısını

da dikkate aldığımızda, İş Bankası olarak biz de Türkiye’nin ihracattaki konumunu güçlendirecek desteği vermeyi sürdüreceğiz” yorumunu yapıyor.

İHRACATIN DESTEKLENMESİ BANKANIN KURULUŞ MİSYONUNDA VAR

İş Bankası olarak ihracata yönelik desteklerinin aslında Bankanın kuruluş felsefesinde olduğunu hatırlatan Adnan Bali, bankanın kuruluş sürecine ilişkin şunları söylüyor: “Kurduğumuz yıl olan 1924’ten bu yana ülkemizin iktisadi kalkınmasına katkı sağlamak üzere sanayicilere, üreticilere, çiftçilere, esnafa, müteşebbise nasıl destek olduysak, ilk yıllarımızdan itibaren ihracatçılarımızın yanında olmayı da görev bildik. Nitekim ihracatçılara desteğimiz 1920’li, 1930’lu yıllara kadar uzanıyor. 1926 yılında “milli mahsulat ve mamulatımızı” Avrupa’ya tanıtmak için gerekli bağlantı ve satışların yapılmasını sağlayacak bir gemi projesi tasarlanmış ve Karadeniz adlı gemi 86 gün süren bir sefere başlayarak Barcelona’dan St. Petersburg’a kadar 15 limanı ziyaret etmiş. Bu seyyar sergide İş Bankası’nın bir şubesi açılmış ve ihracata katkı sağlamak üzere sergide sahibi bulunmayan malların vekaleten satılması, imkanlar ölçüsünde para değiştirilmesi gibi hizmetler vermiş. 1930’lu yılların başında da Hamburg, İskenderiye, Trieste ve Marsilya gibi o dönemin ihracat merkezlerinde şube açma ihtiyacının gündeme gelmesinin ardından, 1932 yılında, kuruluşundan sadece 8 yıl gibi kısa bir süre içerisinde geniş bir vizyon ile hareket ederek İskenderiye ve Hamburg şubelerimizi Türk ihracatçısının desteklenmesi için faaliyete geçiren bir bankayız.

Günümüzde ise 121 farklı ülkede yerleşik banka ile kurmuş olduğumuz geniş muhabirlik ağıımız kapsamında müşterilerimize zengin dış ticaret ürün ve hizmetleri sunuyor ve Türkiye ile 200’ün üzerinde farklı ülke arasında yapılan dış ticaret işlemlerine aracılık ediyoruz.”

DÜNYA MUTFAKLARININ TERCİHİ İNOKSAN

MUTFAKTA
40
yıl

- INTERCONTINENTAL DUBAI MARINA BAY
- JUMEIRAH BILGAH BEACH HOTEL
- RADISSON BLUE HOTEL ST. PETERSBURG
- SHERATON JUMEIRAH BEACH DUBAI
- SOFİTEL BAHRAIN ZALLAQ THALASSA SEA & SPA
- GOLDEN TULIP SHARMA RESORT
- AKIRIFUSHI RESORT BY ATMOSPHERE HOTELS & RESORTS MALDIVES
- AMARI DOHA
- ELITE CRYSTAL HOTEL BAHRAIN
- BLUE BAY HOTEL GREECE
- BAKÜ HILTON
- DAMRO MARINO SANDS HOTEL SRI LANKA
- HILTON CORNICHE ABU DHABI
- IALYSSOS BAY HOTEL RHODES
- THOUSAND NIGHTS HOTEL JORDAN
- IRENE PALACE RHODES
- İSTA AHMEDABAD
- MAALU MAALU RESORT & SPA
- MARRIOTT JAIPUR
- PANORAMA HOTEL BAHRAIN
- PARK REGIS KRIS KIN HOTEL DUBAI
- AMISH MARKET - NEW YORK 9TH AVE.
- RADISSON SAS TİFLİS - GÜRCİSTAN
- RADISSON SAS KENYA
- ENKA HOLDING YATIRIMLARI / JAPAN
- FACEBOOK SINGAPORE OFFICE
- GAMA - GAZPROM BİLİM TEKNİK MERKEZİ / MOSKOVA
- HAWASA UNIVERSITY
- MERIT ROYAL CASINO
- T.C. DENİZ KUVVETLERİ KOMUTANLIĞI / ALBANIA
- U.S.A. EMBASSY - COLOMBO
- JUNGLE AQUA PARK
- YAKIN DOĞU UNIVERSITY
- AKTI IMPERIAL RHODES - GREECE
- LAKE NAIVASHA RESORT - KENYA
- ASTANA KAZAKİSTAN HAVALİMANI



TURQUALITY



Çağrı Merkezi
0850 290 44 00

www.inoksan.com

[inoksan](#) [inoksanmutfak](#) [incompany/inoksan](#)

İNOKSAN

Türkiye'nin küresel markası tekstil, pandemide başarılı bir sınav verdi



Türkiye'nin en önemli ihracat ve istihdam sektöründen biri olan tekstil ve ham maddeleri sektörü, Koronavirüs salgını ile mücadelede önemli bir sınav verdi. Yıllık 10 milyar dolara yakın ihracat hacmi olan sektörün, üretimi ve ihracatı, salgın nedeniyle düşsede, maske ve koruyucu malzemeye duyulan ihtiyaçta oynadığı stratejik rol ile dikkat çekti. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, "Bu olağanüstü süreçte ülkemiz, koruyucu donanım ürünleri ham maddesinde dışa bağımlı olmamasının sağladığı avantajla, kendi ihtiyaçlarını karşılamanın yanında dünyaya da umut oldu ve bu kapsamda 70'ten fazla ülkeye yardımda bulundu" diyor.

Çin'de başlayarak dünyanın birçok ülkesine yayılan yeni tip pandemi nedeniyle başta maske olmak üzere çeşitli koruyucu giysi ve tıbbi ürünlere yönelik talepte artış gerçekleşmiş, fiyatlarda yaşanan hareketlilik, ardından koruyucu maske ve kıyafet için kullanılacak kumaş temininde sıkıntı yaşanabileceği ihtimaline karşı bu ürünlerin ihracatında yasaklamaya gidilmişti. Ancak kısa süre içerisinde Ticaret Bakanlığı'nın çok kullanımlık maske ihracatını serbest bırakmasıyla sektörde büyük



bir memnuniyet durumu hâkim oldu. Korucu maske ve kıyafet tarzı ürünlerin üretiminde kullanılan “nonwaven” kumaşının ihracatı izne bağlandı İhracatta Devlet Malzeme Ofisi'ne bağlı zorunluluğu getirilerek, maskede bir adet hibe karşılığında bir adet ihraç izni, tulumda ise bir adet hibe karşılığında üç adet ihraç izni şeklinde bir uygulamaya geçildi. Sektörün bileşenlerinin konuyla ilgili TİMREPORT'a yaptıkları değerlendirmelerdeki ortak görüş; Avrupa Kıtası'nın en büyük tekstil üreticisi Türkiye'nin elindeki güçlü alt yapıyı kullanması ve rakipleri pazara girmeden satışlarını gerçekleştirmesi yönünde birleşiyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, Türkiye'nin ciddi bir tıbbi malzeme ve maske üreticisi ve ihracatçısı konumuna geldiğini belirterek, “Yılbaşından bu yana Türkiye tıbbi malzeme alanında daha önce yapmadığı 650 milyon dolarlık ihracat yaptı. Bunu milyar dolara çıkarabiliriz” diyor.

“KORUYUCU DONANIM ÜRETİCİ FİRMA SAYISI 400'ÜN ÜZERİNDE”



İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, Dünya Sağlık Örgütü tarafından

salgın ilan edilmesi sebebiyle kişisel koruyucu donanım ürünlerine olan talebin iç piyasada ve dünyada normal seyrinin çok üzerine çıktığını söyledi. Bugün COVID-19 için henüz etkili bir tedavinin bulunmamasının kişisel koruyucu donanım ürünlerine olan ihtiyacın devam etmesine neden olduğuna dikkat çeken Öksüz sözlerini şöyle sürdürdü; “Bu dönemde özellikle maske üretiminde kullanılan meltblown kumaşlar, Türkiye'nin üretimde güçlü olduğu, özellikli bir kumaş türüdür. Maske üreticisi firmalarımızın ihtiyaç duyabileceği ham maddeye ilişkin ülkemizin ithalat bağımlılığı bulunmamakla birlikte ihtiyacın ötesinde üretim gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla

maske üretiminde kullanılan kumaşlarda herhangi bir ham madde sıkıntısı yaşanmamaktadır. Bu süreç bizlere yerli üretimin ne kadar önemli olduğunu bir kez daha göstermiştir.

Bu kapsamda tüm dünyada en stratejik ürünlerden biri haline gelen kişisel koruyucu donanım ürünleri ve bunun ham maddesini üreten firmalarımız, Türkiye İhracatçılar Meclisimizin öncülüğünde iç piyasanın taleplerini karşılamaya yönelik hızla kapasite artışına gittiler. Kişisel koruyucu donanım ürünü üreticisi firma sayımız hızla 400'ün üzerine çıktı. Bu olağanüstü süreçte ülkemiz, koruyucu donanım ürünleri ham maddesinde dışa bağımlı olmamasının sağladığı avantajla, kendi ihtiyaçlarını karşılamının yanında dünyaya da umut oldu ve bu kapsamda 70'ten fazla ülkeye yardımda bulundu.”

“HAM MADDEYE İHTİYAÇ DUYMUYORUZ!”

Bununla birlikte tek kullanımlık maske ve koruyucu elbise ihracatında belirlenen hibe sayılarının sektörlerin rekabetçiliğini olumsuz etkilediğini dile getiren İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, “Bu çerçevede Türkiye İhracatçılar Meclisimizin öncülüğünde Bakanlıklarımız ile gerçekleştirdiğimiz girişimler netice vererek hibe sayıları güncellendi. Hali hazırda firmalarımız daha rekabetçi fiyatlarla ihracat gerçekleştirebiliyor. Ancak sektörlerimizin ihracatta daha proaktif rol alabilmesi için ihracatta hibe şartının yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir. Zira sektörlerimiz, ihtiyaç halinde hızla kapasite artışına gidebileceğini, hammaddeye ihtiyaç duyulmadığını yaşadığımız süreçte gözler önüne sermiştir” dedi.

Sektörün salgın sürecinde tek kullanımlık medikal maskelerde kapasite artışına gittiği gibi aynı zamanda çok kullanımlık bez maskeler için de yoğun Ar-Ge çalışmaları gerçekleştirdiğine işaret eden Ahmet Öksüz, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, TSE, TÜBİTAK, İhracatçılar Birliği ve diğer paydaşlarının iş birliği ile yıkanabilir bez maske standartlarını belirlediklerini vurguladı.



5

MİLYAR DOLAR

Yıllık medikal tekstil ihracat potansiyeli

4,1

MİLYAR DOLAR

2020 ilk altı ayda tekstil ve ham maddeleri ihracatı



Haziran ayındaki tekstil ve ham maddeleri ihracatındaki artış oranı



2020 ilk altı ayda teknik tekstil ihracatındaki artış oranı

“MASKE KUMAŞI ‘NONWOVEN’ ÜRETİCİSİ OLAN DÜNYADA 5’NCİ ÜLKEYİZ”



Maskede günlük 5 milyon üretim kapasitesinin 50 milyonlara gelmiş durumda olduğunu kaydeden Sağlık Endüstrisi

Çalışanları Sendikası SEİS Başkan Yardımcısı Levent Mete Özgürbüz, “Maske kumaşı ‘nonwoven’ üreticisi olan dünyada 5’inci ülkeyiz. 2003 yılından 2020 yılına gelinen noktada Türkiye’nin 14 milyon dolar ihracatı bugün 600 milyon dolara yükseldi. İlaç, tıbbi cihaz ve sağlık hizmet sunucularıyla birlikte biz ülkemizi pazar konusunda daha iyi bir yere getirmek istiyoruz. Bu bilgi birikimini, insan kaynağını, yazılımı ve üretimi dünyaya ihraç ediyor olmamız lazım. Regülasyonlara adapte olup ihracatta çok şey yapabiliriz” dedi.

ÇOK KULLANIMLIK MASKE ÜRETİM STANDARTLARINI BELİRLEYEN ÜÇÜNCÜ ÜLKEYİZ!

Belirlenen standartların dünya standartlarına uygun ve kapsayıcı nitelikte olacak şekilde oluşturulduğunu belirten Ahmet Öksüz, Birlik olarak süreçte oynadıkları rol ile ilgili şu bilgileri paylaştı: “Belirlediğimiz standartlarda salgına karşı korumada kullanılan hijyenik bez maskelerin özellikleri, üretimi, temizleme, tasarımı, yıkama, kurutma ve bağlantısının nasıl olması gerektiği tespit edildi. Bez maskenin performansı filtrasyon verimliliği, solunabilirlik ve mikrobiyal yük göstergeleriyle hesaplandı. Avrupa Standardizasyon Komitesinin yayınladığı rapordaki standartlar ile bizim belirlediklerimiz karşılaştırıldığında tam bir uyumun söz konusu olduğu gözlemlenmektedir. Tüm insanlığın önemli bir sınavdan geçtiği salgın döneminde ülkemiz Fransa ve İspanya’nın ardından dokuma, örme, triko ve dokunmamış mensucatlardan mamul çok kullanımlık maske üretim standartlarını belirleyen üçüncü ülke oldu. Ülkemiz ihracatına en büyük katma değeri sağlayan sektörlerden biri olarak standartların belirlenmesindeki sürecin bir parçası olmaktan büyük gurur duyuyoruz. Bununla birlikte çok kullanımlık maske ihracatındaki yasak nedeniyle firmalarımız yurt dışından gelen siparişleri ihracata çeviremiyor ve müşterilerini kaybetme riskiyle karşı karşıya kalıyordu.

“ÜRETİM KAPASİTESİNİN %5’İ İLE AYLIK 500 MİLYON MASKE ÜRETİMİ!”

Bu çerçevede çok kullanımlık bez maskelerin üretim standartlarıyla birlikte ihracatına izin verilmesinde de bakanlıklarımızla çalışmalar gerçekleştirdik. Sadece dokuma ve örme kumaş üretim kapasitemizin yüzde 5’i gibi küçük bir bölümünü çok kullanımlık maske kumaşı üretimine ayırdığımızda, aylık 500 milyon adedin üzerinde bir üretim yakalayabileceğimizi ve Türkiye’nin yıllık çok kullanımlık maske – medikal tekstil ihracat potansiyelinin 5 milyar doların üzerinde olduğunu tespit

ederek konuyu Ticaret Bakanlığımıza ilettik. Bu çerçevede Bakanlığımız hızla aksiyon alarak çok kullanımlık bez maske ihracatındaki yasak kararının kaldırılmasında öncü rol oynadı.

Sektörlerimiz kişisel koruyucu donanım ürünlerinde dünyanın en önemli tedarikçi ülkelerinden biri olabilecek potansiyele sahip. Burada belirlenen standartlara uygun üretim ve ihracat gerçekleştirilmesi ülkemizin prestiji açısından çok önemli. Dolayısıyla üretilen kişisel koruyucu donanım ürünlerinin iyi bir denetim sisteminden geçirilerek satışa sunulmasının elzem olduğuna inanıyoruz.”

ANTİBAKTERİYEL/ANTİVİRAL İPLİK, KUMAŞ VE EKİPMAN ÜRETİYORUZ!



Pandemi döneminde maske bezi ve koruyucu kıyafet ürünlerinde Türkiye’nin hammadde rezervi, bunların temini

ve dünya standartlarına uygunluğu, bölge ihracatçıların durumu hakkında değerlendirmelerini aldığımızda sektörün bir başka önemli ismi Uludağ İhracatçı Birlikleri ÜİB Başkanı Pınar Taşdelen oldu. Bu yılın tüm dünyada ve her alanda geniş çaplı etkilerinin yaşandığı pandemi nedeniyle maskelerin ve kişisel koruyucu malzemelerin günlük yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası haline geldiğine dikkat çeken ÜİB Başkanı Pınar Taşdelen, toplum sağlığının korunmasında önemli bir rol üstlenen maske konusunda; cerrahi maskelerin ardından fonksiyonel tekstillerden üretilen çok kullanımlı maskelerin de gündeme oturduğunu vurguladı. Analistler tarafından yapılan değerlendirmeye göre, küresel yılanabilir ve tekrar kullanılabilir maske pazarının, yüzde 8’lik istikrarlı bir yıllık bileşik büyüme oranı ile 2020-2030 döneminde en az 4 milyar doların üzerinde bir toplam pazar değerine ulaşmasının öngörüldüğünün altını çizen Taşdelen, yeniliğe açık ve hızlı hareket edebilme yeteneğine sahip olan Türk tekstil sektörünün pandemi sürecinde gösterdiği başarılı performansın, söz

konusu pazarda ülkemizi avantajlı konuma getireceğini belirterek şunları söyledi, “ Çünkü, çoklu kullanıma uygun, yıkanabilir tekstilden üretilen maske ihracatının serbest bırakılması ve standartlarının belirlenmiş olmasıyla sektörümüz ayrı bir ihracat hamlesi içine girdi. Günümüzün yeni gereksinimlerine göre Ar-Ge çalışmalarımız da hızla devreye girdi. Firmalarımız bilinen bakteri, mantar ve virüslere karşı etkili, üstün yıkama dayanımına sahip antimikrobiyal /antiviral iplik, kumaş ve koruyucu ekipman üretimi gerçekleştiriyor. Bu süreçte Ar-Ge merkezlerinin çalışmalarını hızlandıran firmalarımız, önceliği virüsten korunma ve halk sağlığı konusundaki tekstil çözümlerine ayırdı.

Örnek olarak; geliştirilen antimikrobiyal / antiviral iplikler, tekstil ürünlerinin güvenle kullanılabilir olmasını sağlarken, insan sağlığına zarar vermiyor. Bakteri ve virüslere karşı ISO 18184 standardına göre yüzde 99,9 oranında etki gösterebiliyor. İçeriği ile mikro organizmaların dış kısımları ile etkileşime giriyor, virüsün üreme sürecini bozuyor. Bu sayede bakteri ve virüslerin gelişmesini ve çoğalmasını engelliyor.”

“GLOBAL ŞARTLAR ETKİN YÖNETİLİRSE BU DÖNEMDEN GÜÇLÜ ÇIKARIZ!”

Maske, önlük ve bone gibi tıbbi koruyucu ekipmanlar başta olmak üzere; alez, perde, cihaz kaplamaları gibi hastane tekstillerinde kullanılabilen koruyucu ve yüksek teknoloji tekstil ürünleri (kumaşlar ve iplikler) aynı zamanda kadın, erkek ve çocuk günlük giyim ürünlerinde, iş kıyafetlerinde, robot kılıflarında, paketleme tekstillerinde, havlu, bornoz, neversim, perde gibi mekân tekstilleri gibi pek çok alanda da kullanılabilirliğini vurgulayan ÜİB Başkanı Pınar Taşdelen, “ Dünyada bu sene son derece hareketli ve değişken şartları yaşıyoruz. Bütün parametreleri iyi değerlendirerek global şartları etkin yönetebilirsek sektör olarak güçlü şekilde bu zorlu dönemden çıkabileceğimizi düşünüyorum. Çünkü, 2020 yılının ilk yarısında Türkiye, tüm dünyada

pandemiyle mücadele eden 100’den fazla ülkeden yardım talebi aldı ve bunların neredeyse tamamına insani yardım yapabilen lider ülkelerden biri oldu. Ülkemiz tekstil ve konfeksiyon sektörümüz de tüm ürün gamlarında üretim ve ihracat gücünü yine sergilemiş oldu. Ürettiğimiz tüm maske vb. koruyucu ekipman AB standartlarına sahip ve tüm dünyada tereddütsüz tercih edilen ürünler. Önümüzdeki dönemde yüksek teknoloji koruyucu ürünlere talep sürekli olarak artacak görünüyor. Türkiye şu anda Avrupa kıtasının en büyük tekstil üreticisi. Orta vadede COVID problemini az hasarla atlattık ve orta, uzun vadede özellikle ABD, AB, BDT ve Orta Doğu’dan ve diğer ülkelerden gelecek taleplerle bölgemizin ticarete en güçlü aktörü olmaya devam edeceğiz.” Şeklinde konuşarak sözlerine son verdi.



Kurum imajına özel üniforma tasarladı, ihracatta 57 ülkeye ulaştı



Dress Best Uniforms CEO'su
Rana Tülin Yazıcı

25 yıl önce kurduğu şirket ile üniforma üretimine başlayan Rana Tülin Yazıcı, üniformaları kurumların değerlerine göre özelleştirerek fark yaratmayı başarıyor. Bu farklılık Dress Best Uniforms'u ihracat odaklı üretime yönlendiriyor.

Türkiye'nin dört bir yanında faaliyetini sürdüren, iş hayatına farklı bir bakış açısı getiren, üreten ve ürettikçe kazanan, kazandıkça ekonomiye ve toplumun her kesimine olumlu faydalar sağlayan, toplumsal yaşamda güçlüklerle karşı direnerek ve kararlılıkla yollarına devam eden birçok kadın girişimci kendi başarı hikayelerini yazdı. İş'te bu kadınlar arasında öne çıkan bir isim; Rana Tülin Yazıcı. Profesyonel iş hayatına inşaat ve makine dış ticareti yapan aile şirketinde üst düzey yönetici olarak başlayan Yazıcı, 25 yıl önce kendi şirketini kurarak, bugün dünyanın dört bir yanına özel tasarım üniforma ihraç ediyor.

1995 yılında yakın bir arkadaşının teşvikiyle üniforma tasarımına ilgi duymaya başladığını söyleyen Yazıcı, yaptığı fizibilite çalışmalarıyla beraber Paris'e Balenciaga firmasına görüşmeye gidiyor. Ardından Balenciaga'ya ait Carven-Claude de Tourtour ve Balenciaga üniforma markalarının temsilciliklerini alarak üniforma işine başlıyor ve Dress Best Uniforms'un temellerini atıyor. Rana Tülin Yazıcı, markanın doğuşu ve büyüme yolculuğunu şöyle anlatıyor, "Fransa'da aldığım 1,5 aylık eğitimin ardından İstanbul'da şirketimi kurarak, ekibimle birlikte oteller için üniforma hazırlamaya başladık. 1996 yılında yapılan Habitat Konferansı için 25 günde 2 bin 500 üniforma ürettik. Ardından koleksiyon, konsept yaratma, kurumsal kimlik kazandırma konusuna ve özellikle otellere ağırlık veren bir yol haritası çizdik. Hastane çalışanları için hazırladığımız özel koleksiyon ile bu alanda bir ilki gerçekleştirdik. Dubai'de otel ve hastane üniformaları tasarlayıp üreterek Ortadoğu pazarına adım attık."

"BİZİM İŞİMİZDE DETAY ÇOK ÖNEMLİDİR"

Marka olarak şirketlerin kurumsal değerleri ve özelliklerine göre personel üniformaları tasarladıklarını anlatan başarılı iş kadını Rana Tülin Yazıcı, özgün ve kaliteli tasarım çizgisiyle üretilen üniformaların kurumların imajı açısından büyük önem taşıdığını belirterek şöyle devam ediyor:

"Dress Best Uniforms"un ürettiği tasarımlarla, Türkiye, Orta Doğu, Afrika, Avrupa ve Türki Cumhuriyetleri olmak üzere geniş bir coğrafyada uluslararası otel zincirlerinin, havayollarının, hastanelerin ve kurumsal şirketlerin personelleri giydiriliyor.

"Üniforma, oteller, yolcu gemileri, hastaneler, hava yolları, yer hizmetleri, güvenlik firmaları, askeriye, inşaat sektöründen, sanayi ve fabrika çalışanlarına kadar geniş bir pazarda öncelikli ve sürekli olarak tedarik edilmesi gereken bir ihtiyaç. Fason üretim yapan bir tekstilciyi düşünürseniz, bir gömlek üretime girer ve binlerce adet gömlek aynı tarzda üretilir. Ancak bizim işimizde detay çok önemlidir. Üniformayı giyecek olan elemanların kendilerini rahat hissetmeleri, kendi içlerindeki hiyerarşinin vurgulanması gibi pek çok detay vardır. Bu durumda bant üretimi yapmanıza izin vermez"

Merkezi İstanbul'da olan firma yurt dışında şube ve temsilciliklerle etkinliğini artırıyor. Amsterdam'da bir şubesi, Dubai ve Suudi Arabistan'da satış temsilcileri olan Dress Best Uniforms'un ABD Miami'de iştiraki olan bir şirketi bulunuyor. "Avrupa'dan Türki Cumhuriyetleri'ne, Orta Doğu'dan Afrika'ya yaklaşık 57 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz" diyor Yılmaz ve zincir markalarla çalıştıklarını şu sözleriyle anlatıyor: "Uluslararası otel operatörleri ile tedarikçi anlaşmalarına imza attık. Marriott International, Starwood, Accor, FRHI ve Emaar'ın tercih ettikleri üniforma markası olarak, Carlson Rezidor ile exclusive üniforma kataloğu hazırladık ve tek tedarikçi olarak anlaşma yaptık. Bunların dışında Radisson, Four Seasons, Six Sences, Kempinski ve Hilton grubu gibi otelcilik sektörünün önde gelen en büyük markalarının gerek yeni açılış, gerek mevcut projelerinin de üniforma programlarını yönetiyoruz. Birleşik Arap Emirlikleri ve Suudi Arabistan'daki temsilciliklerimiz ile markamız, gelişmekte olan bu pazarlarda daha da bilinir ve bulunur hale geldi."



%95

Toplam üretimde ihracatın payı

57 ülke

Üniforma ihracatı yapılan ülke sayısı

Kadın ortaklardan oluşan Dress Best Uniforms'un kadın çalışan sayısı erkek çalışanlara göre daha fazla.



Havayolu sektöründe de geliştirecek geniş bir satış yelpazesine sahip olduklarını belirten Yazıcı, "Markamızın havayolu üniformalarına girişi ilk olarak Hüseyin Çağlayan ile Kıbrıs Havayolları projesi anlaşmasıyla başladı. Atatürk Havalimanı'nın kıyafetleri, Çelebi Yer Hizmetleri derken, bugün Fly Nas, Fly Dubai, Ethiopian Airlines, Uzbekistan Airway, Saudi Gulf, Nas Jet, Sky Prime gibi farklı havayollarının üniformalarını tasarlayıp üreten firmamız konusunda lider konumuna geldi."

"HEPİMİZDE DAHA İYİ NELER SUNABİLİRİZ DÜŞÜNCESİ HÂKİM"

Türkiye'de alışılmışın dışında kurumsallaşmaya büyük önem verdiklerinin altını çizen Rana Tülin Yazıcı, sektörde kendilerini farklı kılan unsurları şöyle sıraladı: "Dress Best Uniforms kadın ortaklardan oluşan bir şirket. Kurum içinde kadın çalışan sayımız erkek çalışanlarımıza göre daha fazladır. Bunda tekstil sektöründe olmamızın da etkisi büyük. 2006 yılından bu yana profesyonel bir yönetim kadrosuyla çalışıyoruz.

Yeni ürünler, yeni modeller, yeni koleksiyon ve kumaşlar üzerinde titizlikle çalışıp kaliteli servis veriyoruz. Müşterilerimizin yönlendirilme beklentilerine karşılık, hepimizde daha iyi neler sunabiliriz düşüncesi hâkim. Güçlü bir ekip çalışması prensibine sahip, yetişmiş sağlam bir alt kadromuz var. Hizmet anlayışımızı, tasarım, üretim ve kalite anlayışımızla paralel yürütüyoruz. Şu anda ciromuzun yüzde 95'i ihracat kaynaklı. Her yıl dolar bazında yüzde 20 oranında büyüme öngörüyoruz. Gerek yurt dışı pazarlarda öncü markalarla çalışmış olmanın verdiği deneyim, gerekse geniş bir coğrafyada sadece tasarım ve üretim değil, aynı zamanda satış sonrası hizmetlerimizle de müşterimize projenin başından sonuna kadar

yanlarında olduğumuzu hissettirmemiz, bizi başarıya taşıyan unsurların başında geliyor."

"PANDEMİ SÜRECİNDE YENİ PAZAR ARAMA ÇALIŞMALARIMIZI DURDURMADIK"

Pandemi sürecinde ilk iş olarak 6 bin metrekarelik alana sahip işyerinde çalışma ortamının hızlı şekilde hijyen kurallarına ve standartlara uygun hale getirildiğini ifade eden Yazıcı, personelin toplu taşıma kullanmaması adına özel araçlar temin edilerek evlerine servis konulduğunu söylüyor. Personel için özel koruyucu tulumlar tasarlanarak ve sosyal mesafe düzenini sağlayarak üretime devam ettiklerinin altını çizen Yılmaz, müşterilerinden gelen talepleri ve siparişleri aynı hızda cevapladıklarına dikkat çekerek şunları aktardı: "Bu zorlu dönemde kadromuzda herhangi bir küçülmeye gidilmedi. Aynı zamanda tüm dünyada dijitalleşmenin önemini anlayarak, şirket içi eğitimlere ağırlık verdik, ekip olarak geleceğe yönelik pazarlama çalışmaları gerçekleştirdik. Farklı ürün çalışmaları ile ürün çeşitlendirilmesi üzerine çalışmalar yaptık. Yaptığımız Ar-Ge çalışmalarını hızlandırarak, bu dönemden en az hasarla çıkabilmek adına tedbirlerimizi sağlamlaştırdık. Tüm pazarlama ekibimiz müşterilerimizle birebir temasa geçti. Özellikle salgından ne şekilde etkilendiklerini tespit ettik ve imzalanmış projelerin plan ve programlarına anlık temaslara kurduk ve müşterilerin taleplerine uygun yol aldık. Tahsilat konusunda ise finansman departmanımızla birlikte termin raporlarını değerlendirerek önümüzü görebilecek şekilde bir yol haritası oluşturduk. Elbette ki, bu süreçte ABD, Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'da yeni pazar araştırmalarımıza devam ettik. Bu araştırmalar sonucunda da pandemi dönemi ve sonrasında ulaşacağımız ülke ve müşteri hedeflerimizi belirledik. Umuyorum ki, çalışmalarımız zaman içinde hem markamıza hem de ülkemize döviz girdisi olarak geri dönecek."

"Şu anda ciromuzun yüzde 95'i ihracat kaynaklı. Her yıl dolar bazında yüzde 20 oranında büyüme öngörüyoruz."



DOLU DOLU KRONE TECRÜBESİ

Çok işlevli ve taşıma kapasitesi
yüksek Profi Liner,
Tire / İzmir fabrikamızda
sizleri bekliyor.



■ Telefon: +90 216 304 36 36
■ www.krone.com.tr
■ info@krone.com.tr

Koronavirüs Onarım Fonu hedef pazarların normalleşmesini hızlandıracak (mı?)

Pandemide tepe noktasını geride bırakan birçok ülke, salgına karşı aldığı tedbirler ışığında adım adım kısıtlamaları gevşetmeye başladı. Haziran ayında başlayan normalleşme süreciyle birlikte ekonomi verileri de iyileşmeye başladı. Avrupa Birliği komisyonu, onayladığı 750 milyar Euro'luk fon ile iyileşmeyi hızlandırmak niyetinde fakat eskiye dönüş için en az iki yıla ihtiyaç olduğu belirtiliyor. Türkiye'nin hedef pazarlarına yönelik beklentileri, Dış Ekonomi İlişkiler Kurulu iş konseyi başkanlarına sorduk.

Ekonomi, geleceğe duyulan güven üzerine kurulu bir yapıdır ve COVID-19 salgınının kış aylarında dünya genelinde yeniden artacağına dair beklentiler, geleceğe olan güveni zedeliyor. Bu da küresel ticareti durgunlaştırıyor. Bu nedenle ticareti canlandırmak için özel sektöre yönelik dünya genelinde mart ayından buyana destekler veriliyor. Son destek paketi zorlu bir pazarlık sonucu Avrupa Birliği'nden geldi.

Avrupa Birliği liderleri, dört gün süren görüşmelerin ardından 21 Temmuz'da 750 milyar Euro'luk "Koronavirüs Kurtarma Fonu" üzerinde anlaşarak Avrupa'nın geleceği noktasında önemli bir karar aldılar. Bu nedenle alınan karar sonrası Fransa Cumhurbaşkanı Macron, anlaşmayı "Avrupa için tarihi bir gün" diye nitelerken, Belçika Başbakanı Sophie Wilmes de, "AB geleceği için daha önce hiç bu kadar yatırım yapmamıştı" açıklamasını yaptı.

Son yirmi yılın en uzun zirvesinde varılan anlaşmaya göre; onaylanan 750 milyon Euro'luk fonun 390 milyar Euro'su hibe, 360 milyar Euro'su ise kredi olarak koronavirüs salgınından büyük zarar gören Güney Avrupa ülkelerinin desteklenmesi amacıyla kullanılacak.

Bu fon, sadece normalleşme sürecinin başladığı Avrupa Birliği ülkeleri için değil, kıtanın Türkiye'nin en büyük ihracat pazarı olması nedeniyle pandemi nedeniyle satışları düşen ihracatçılar için de can simidi olabilir.



"TÜRK İHRACATÇISI GREEN DEAL'İ RADARINA ALMALI"

AB Komisyonu'nun 'koronavirüs

onarım fonu'nu değerlendiren Ekonomist Prof. Dr. Kerem

Alkin, Avrupa Birliği ülkelerinin cesaretlendirmesine yönelik atılan her adımın Türkiye'nin ihracatına olumlu yansıtacağını belirterek "750 milyar Euro'nun her ne kadar 360 milyarı belirli faiz oranlarıyla kredi olarak kullanılacaksa da mutlaka bizim ihracatımıza olumlu etkileri olacaktır" diyor.

Amerika ile Çin arasında devam eden ticaret savaşlarının da farklı bir boyuta ulaştığını hatırlatan Prof. Dr. Alkin, bunun da ihracata olumlu yansımalarını Eylül itibarıyla görmeye başlayacağımızı belirtiyor. Alkin, gelişmeler Türk ihracatçının lehine olsa da dikkat edilmesi gerektiğinin altını çizerek şunları söylüyor: "Avrupa'ya artık yeni ürünlerle gitmeliyiz. Aynı ürünler ile pazar payımızı büyütmemizi beklemek hayal olur, sadece Çin'den aldığımız küçük pay ile yetiniriz. Avrupa Birliği'nin kendi aralarında ticareti oldukça yüksek ve genellikle yüksek katma değerli teknoloji ürün transferi yapıyorlar. Orta ve düşük katma değerli ürünlerin tedarikinde Türkiye'ye ihtiyaçları var. 2022 yılı çok önemli. Türkiye'nin AB'nin Green Deal (Avrupa Yeşil Düzen Planı) adımlarını yakında takip etmesi lazım. Türkiye'nin ihracatının yüzde 50'sinin AB'ye olduğunu dikkate aldığımızda ve 2021 yılı sonuna kadar geçiş şart koşulduğundan, Türkiye olarak ıskalayabileceğimiz bir konu değil. Tüm üretim süreçlerinin Avrupa Yeşil Düzen Planı'na göre hazırlaması gerekiyor."

"ALMANYA'NIN NORMALLEŞME SÜRECİ İHRACATI ARTIRDI"

Türkiye'nin 2019 yılında 15 milyar dolarla en fazla ihracatı gerçekleştirdiği ülke olan Almanya'da normalleşme süreci kapsamında ilk olarak Mayıs ayında kafe ve restoran tarzı işletmeler açıldı. 200 binin üstünde vaka sayısının tespit edildiği ve salgından dolayı 9 binden fazla kişinin hayatını kaybettiği

750
MİLYAR EURO

AB'nin onayladığı destek miktarı

30,8
MİLYAR DOLAR

İlk altı ayda AB'ye yapılan ihracat

Alman hükümeti, haziran ayında ülkenin en büyük havayolları şirketi Lufthansa'ya iflastan kurtarmak için toplam 9 milyar Euro hacmindeki kurtarma paketini onayladı. Almanya'da işletmelerin yüzde 40 likidite darboğazında.

Almanya'da günlük yeni vaka sayıları 100 seviyelerine kadar inse de genel ortalama 200 ile 400 arasında değişiyor. Salgın ülkede kontrol altına alınmış olsa da uzmanlar duruma ekonomik açıdan bakıldığında pandeminin izlerinin silinmesinin epey vakit alacağını söylüyor. Almanya Ekonomi Bakanlığı'ndan haziran ayında yapılan açıklamada, Alman sanayi üretiminde geçen Nisan ayında bir önceki aya oranla yüzde 25,8 daha az sipariş alındığı kaydedildi. Söz konusu rakam bu alanda istatistiklerin tutulmaya başlandığı 1991 yılından bu yana en büyük düşüşe tekabül ediyor.

Almanya'nın İmalat Sektörü Satın Alma Yöneticileri Endeksi (PMI) 45'ten Temmuz'da yüzde 50'ye yükseldi.

Federal Alman Sanayicileri Birliği (BDI) Başkanı Dieter Kempf,

“Ekonomideki yavaş yukarı trend coşku sebebi olamaz” diyerek ekonominin en erken 2022'de kriz öncesi seviyelere dönmelerini beklediklerinin altını çiziyor.

Almanya Ticaret ve Sanayi Odası (DİHK) Başkanı Eric Schweitzer de sıkıntının 2021 yılına kadar sürebileceği endişesini taşıdıklarını belirterek nedenlerini şöyle anlatıyor: “Yılın ikinci çeyreği bir felaketti. Bizim yaptığımız araştırmalara göre işletmelerin yarısı ancak 2021 yılında veya daha sonrasında kendilerini toparlayabileceğine inanıyor. Gayri safi milli hasılanın bu yılın sonunda yüzde 10 daralacağını tahmin ediyoruz. İş yerlerinin kaybı konusunda ciddi güvensizlik yaşıyor. Bizim yaptığımız araştırmaya göre işletmelerin yüzde 40 likidite darboğazında. Şirketlerin yarısı sermaye kaybına uğradı. Şirketlerin yüzde 10'u iflas baskısı altında. Sonbaharda kitlesel iflamlardan endişe ediyoruz.”

Alman hükümeti, geçtiğimiz ay ülkenin en büyük havayolları şirketi Lufthansa'ya iflastan kurtarmak için toplam 9 milyar Euro hacmindeki kurtarma paketini onaylanmıştı.

Türkiye-ABD İş Konseyi (TAİK) Başkanı MEHMET ALİ YALÇINDAĞ



ABD, ÇİN'E ŞÜPHELİ YAKLAŞIYOR

“Bilindiği gibi ABD, salgının görece daha geç yayıldığı bir ülke. Şu an her ne kadar enfekte insan sayısının en fazla olduğu ülke de olsa, hayatın normalleşmeye başladığını söyleyebiliriz. Birçok ticari işletme, maske takılması koşuluyla operasyonlarını sürdürmeye devam ediyor. Normalleşme ile birlikte ABD yönetiminin “ticaret savaşları” olarak adlandırılan sürece dönüş yaptığını görüyoruz. Tabii, bu anlaşılabilir bir şey. Bir yandan ABD'li birçok firma tedarik zincirlerinde Çin'e bağımlı iken, Çin'in koronavirüs sürecinde uluslararası toplumu doğru şekilde bilgilendirmediği iddiaları var. Bu sadece toplum sağlığı

açısından değil, aynı zamanda ABD ekonomisini de olumsuz etkileyen bir durum.

Özel olarak ikili ilişkilere bakmak gerekirse; 2020 yılının ilk beş ayında ABD'ye yaptığımız ihracatımız 3,4 milyar dolar düzeyindeyken, ithalatımızın 4,9 milyar dolar seviyesinde gerçekleştiğini görüyoruz. Geçtiğimiz yılın aynı dönemiyle kıyaslırsak, ihracatımız aynı kalırken ithalatımızın yaklaşık 500 milyon dolar arttığını söyleyebiliriz. Velhasıl gerek pandeminin zirve yaptığı gerekse de normalleşme sürecinde iki ülke ticari ilişkilerinde bir gerilemenin yaşanmadığını, aksine küçük bir artışla yeni bir momentum yakalandığını söyleyebiliriz.

ALMANYA'YA İHRACAT HAZİRANDA ARTTI

Almanya'daki normalleşme adımları, Türkiye'nin ihracatına da olumlu yansdı. Haziranda Almanya'ya ihracat, bir önceki aya göre yüzde 40, 2019 yılının haziran ayına göre ise yüzde 15 arttı.

“ABD YENİ VAKA SAYILARINDA EN ÇOK SIÇRAMA GÖRÜLEN ÜLKE”

COVID-19 salgınının merkezi haline gelen ABD'de salgına karşı mücadelede önlemlerin gevşetilmesinin ardından, birçok eyaletin yeni vaka sayılarında rekor seviyede yükselme kaydedildi. Texas, Florida ve Arizona başta olmak üzere 20'den fazla eyalette

karantina yasaklarının kalkması üzerine COVID-19 vakalarında ve ölümlerde ciddi artış tespit edildi. Bir günde 72 binden fazla yeni vakanın tespit edildiği ABD’de vaka sayısı 20 Temmuz itibarıyla 4 milyonu aştı. Salgınunun etkisiyle mart ve nisanda düşüş gösteren ancak normalleşmenin başlamasıyla mayıs ve haziran aylarında toparlanma sinyali veren tüketici güven endeksi, yeni vakalara bağlı olarak temmuzda 4,9 puan azalarak 73,2 seviyesine geriledi.

ABD’de devam eden salgın tehdidinde rağmen, Türkiye’nin 2020 yılının ilk yarısında ülkeye yapılan ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre çok etkilenmedi. Haziran ayında ise ABD’ye yapılan ihracat bir önceki yılın haziran ayına göre yüzde 50, mayıs ayına göre ise yüzde 44 arttı.

SALGIN, FRANSA BAŞBAKANINI KOLTUĞUNDAN ETTİ

Avrupa’da salgından en çok etkilenen ülkelerden Fransa, 11 Mayıs itibarıyla COVID-19 tedbirlerini gevşetmeye başlamıştı.

Ülkede ilkökul ve ortaokul öğrencilerinin de okula gitmesi zorunlu oldu. Daha önce öğrenciler isteğe bağlı olarak okula gidiyordu. Öte yandan 10 kişiyi geçmeyecek şekilde toplu sporlar artık yapılırken, stadyumlara seyirci alınması konusunda çıkarılan yasak 11 Temmuz’dan itibaren kademeli olarak kaldırıldı. Salgından dolayı 30 bin kişinin hayatını kaybettiği ülkede, günlük yeni vaka sayıları oldukça azaldı. Bazı günler yeni vakalar olmazken, bazı günler 500’e kadar çıkabiliyor.

Tüm bunların yanı sıra toplumsal ve ekonomik krizlerle başa çıkılmayan ülkede, COVID-19 nedeniyle de 1975’ten bu yana en büyük ekonomi durgunluğa girilmesi Başbakan Eduard Philippe’nin istifasını getirdi. Ülke politikasındaki

bu iniş çıkışların ekonominin olumsuz etkilenmesine yol açacağı kaçınılmaz.

Bu nedenle 750 milyar Euro’luk kurtarma fonunun AB Komisyonu’nda onaylanması için en büyük mücadeleyi veren isim Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron oldu. Macron, anlaşmayı, Avrupa için tarihi bir gün olarak tanımladı.

Ülkenin ekonomi endekslerini yorumlayan Fransa Maliye Bakanı Bruno Le Maire, verilerin tatmin edici olmakla beraber 2020 yılında yüzde 11 daralma beklentisinin devam ettiğini belirtti. Fransa ekonomisinin 2021 yılında ise yüzde 8 büyüyeceğini tahmin eden Le Maire, normal seviyelere 2022’de ulaşılacağını vurguladı.

%50

ABD’ye hazıranda ihracat artış oranı

3,8

MİLYAR DOLAR

ABD’ye ilk altı ayda yapılan ihracat

DEİK/Türkiye-Fransa İş Konseyi Başkanı
ÇAĞATAY ÖZDOĞRU



PANDEMİ İLE MÜCADELEMİZ REFERANS KAYNAĞI OLACAK

Türkiye’nin sağlık, dış ticaret ve dış politika alanları başta olmak üzere pandemi sürecini başarılı bir şekilde yönetmesi, pandemi sonrası dönem için de önemli bir referans kaynağı olacaktır. Ülkelerin sınırlarını kapattığı, uluslararası ticaretin durma noktasına geldiği bir dönemde, Türkiye’nin bu hastalıkla başarılı bir şekilde mücadele ederken, ekonomisini tamamen durdurmadan üretmeye, ihracata ve ticaretin çarklarını döndürmeye devam etmesi, ayrıca dış ülkelere yardımda dünyanın önde gelen ülkelerinden birisi olması bizler için gurur kaynağı olmuştur. Yeni normalin düzenine alıştığımız bu günlerde gerekli istihdam önlemlerinin alınması, özellikle üretime daha da destek olunması, turizm endüstrisinin desteklenmesi ve piyasaların güvenini kazanmak çok önemli. Türkiye bu süreçte birlikte, uluslararası tedarik

zincirinde önemli bir yer edinme konusunda yeterliliğini kanıtladı ve yeni düzende özellikle Avrupa başta olmak üzere içinde bulunduğu bölgenin üretim üssü olma konusunda çok ciddi adımlar attı. Ayrıca ülkemizin ilk “unicorn”unun böylesine zor bir dönemde çıkmış olması da özellikle internet ve yüksek teknoloji şirketlerimizin önünün çok açık olduğunu gösterdi. Ülke olarak bu tip başarı hikâyelerinin devamını getirmeli ve yabancı yatırımcının ülkemize olan ilgisini çok iyi bir şekilde değerlendirmeliyiz. Uluslararası dengelerin değiştiği bu dönemde, küresel dijitalleşme sürecini (özellikle müşteri deneyimi, veri analizi, e-ihracat, e-ticaret) ve yeni akım trendleri takip etmenin önemini ayrıca vurgulamak isterim. Tekrar etmekten yorulmadan unutmamalıyız ki her kriz kendi içinde birçok fırsat barındırır.

DEİK Türkiye-İngiltere İş Konseyi Başkanı
OSMAN OKYAY



20 MİLYAR DOLAR TİCARET HACMİ POTANSİYELİ VAR

İngiltere toplam vaka sayısı açısından Avrupa'da pandemiden en fazla etkilenen ülkeler arasında yer alıyor. İlk dönemde çok yüksek seviyede seyreden vaka sayıları, devam eden süreçte hayata geçirilen önlemlerle kontrol altına alındı. Normalleşme sürecine giren ülkede şu anda kapalı alanlarda ve kalabalık bölgelerde maske kullanma zorunluluğu bulunuyor. Restoranlar ve müzeler tekrar açılırken, okullar da kademeli olarak eğitime başladı. Bununla birlikte, uluslararası seyahatin başlaması ve geçtiğimiz haftalarda Türkiye'nin de güvenli ülkeler listesine alınması yaşanan olumlu gelişmeler arasında yer alıyor. Ticari açıdan değerlendirildiğinde, ilk etapta pandeminin olumsuz etkilerinin ihracat rakamlarımıza yansdığına söyleyebiliriz. Öte yandan,

normalleşme süreci ile birlikte çok hızlı bir toparlanma sürecine girdik. Örneğin, İngiltere bir milyar dolar ihracat ile haziran ayında en çok ihracat yaptığımız üç ülkeden biri oldu. Bir önceki aya göre %80,82 seviyesinde bir ihracat artışı ile yaşadığımız olumsuz etkinin çok üstüne çıkan bir toparlanma oldu. Öyle ki, haziran ayı ihracatımız bir önceki yılın aynı dönemine göre %42 daha fazla. Ocak-Haziran dönemini değerlendirdiğimizde, bir önceki yılın altı ayını yakalayabilmiş değiliz; ancak, önümüzdeki süreçte bu farkın kapanacağını öngörüyoruz. Brexit sonrası ilişkilerimiz açısından, Ticaret Bakanlığımızın öncülüğünde İngiltere ile devam eden STA görüşmelerinin olumlu sonuçlanmasıyla da gelecek yıllarda 20 milyar dolar ticaret hacmine ulaşabileceğimizi düşünüyorum.

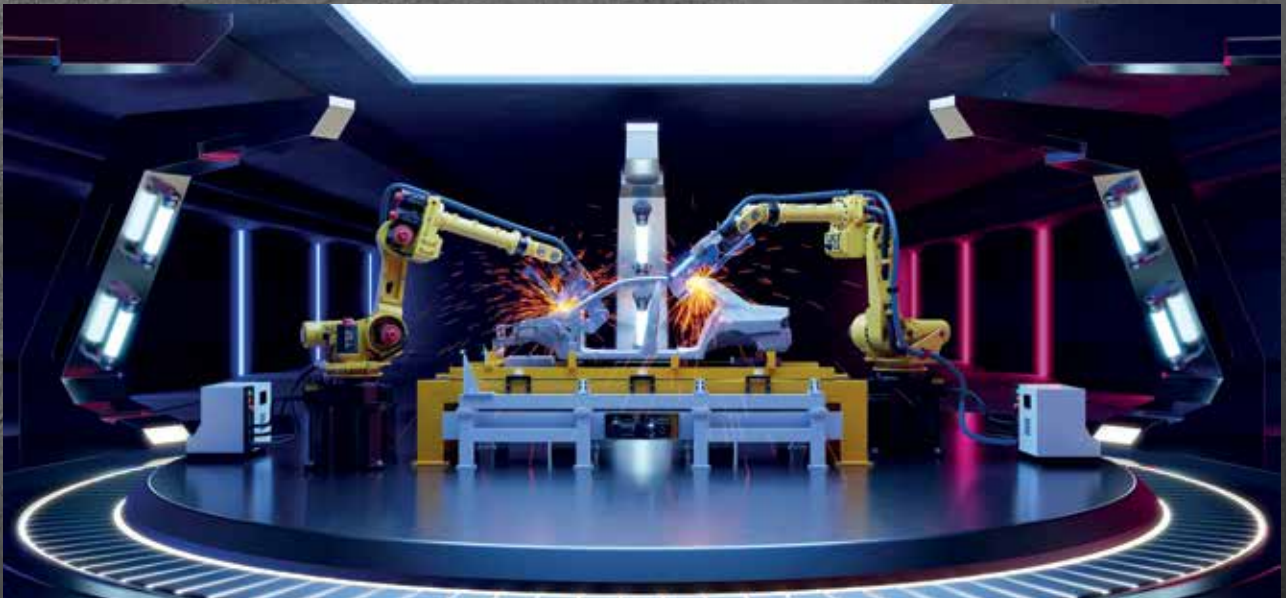
FRANSA'YA İHRACAT GERİLEDİ

Fransa ekonomisinin içinde bulunduğu durum, Türkiye'nin ihracatından da okunuyor. Bir önceki aya göre haziranda ihracat yüzde 40 artmış olsa da 2019 yılının haziran ayının hala gerisinde. İlk altı ay ihracatı baz alındığında ise bir önceki yıla göre yüzde 25 küçülme söz konusu.

“İNGİLTERE'DE TEDBİRLERDEKİ KARARSIZLIK, ELEŞTİRİ OKLARINA NEDEN OLDU”

Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülkelerde üst sıralarda yer alan ve 35 binleri bulan can kaybı ile Avrupa'nın en ağır bilançosunun yaşandığı İngiltere, uyguladığı kısıtlamalarla salgının hızını yavaşlattı ancak ekonomik açıdan durgunluğun eşğine geldi. Sağlık ve ekonomi ikileminde kalınması ve pandemi ile mücadelede yönünü belirlemede zorlanması hükümetin birçok cepheden eleştiriye maruz kalmasına yol açtı.

Brexit ile zor bir süreç yaşayan ülke ekonomisi salgın ile de sarsıldı. Ülke ekonomisinin mart, nisan, mayıs aylarını kapsayan üç aylık dönemde





yüzde 19,1 daraldığı açıklandı.

İngiltere Maliye Bakanı Sunak, ekonominin yeniden canlandırılması amacıyla temmuz ayında 30 milyar sterlinlik bir paket açıkladı. Hükümetin peş peşe açıkladığı paketler, İngiltere'nin borcunu artırdı. BBC'de yer alan bir habere göre; İngiliz Hükümeti, mali yılın ilk çeyreğinde 127.9 milyar pound (Yaklaşık 1.1 trilyon TL) borçlanarak rekor kırdı.

İKİ ÜLKE TİCARİ İLİŞKİLERİ İYİ GİDİYOR

Türkiye'nin en çok ticaret yaptığı 6. ülke konumundaki Birleşik Krallık ile Brexit sonrası ticaretin geliştirilmesi için olumlu ilerlemenin olduğu bizzat İngiltere Ticaret Bakanı tarafından duyuruldu. Yılın ilk yarısında İngiltere'ye ihracatımız bir önceki yılın gerisinde kalsa da haziran ayı ihracatında bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 30 bir artış oldu.

HOLLANDA TEDARİKÇİ AĞINI ŞEKİLLENDİRMEK İSTEYEBİLİR

Hollanda'da korona virüs vakalarında düşüş yaşanmasının ardından 11 Mayıs itibarıyla tedbirler gevşetilmeye başlandı. Ülkede 1 Temmuz'dan itibaren başlayan normalleşmede 3'üncü aşamaya geçildi. Temel kurallar ile birlikte 1,5 metre sosyal mesafe ve hijyen kurallarına uyma şartında bir değişiklik yapılmadı. Bu aşamadan itibaren kapalı alanda rezervasyon ve sağlık kontrol testi yapılması şartı ile sınırsız kişi içeride bulunabilecek, şartlara uyulmadığı takdirde bu sayı 100 kişi ile sınırlı kalacak.

DEİK Türkiye - Hollanda İş Konseyi Başkanı
MURAT ÖZYEGİN



HOLLANDA'NIN NÜFUSU DÜŞÜK AMA DIŞ TİCARET POTANSİYELİ YÜKSEK

Türkiye'nin toplam ihracatı içinde yüzde 3'ün üzerinde bir yere sahip olan Hollanda'nın, dış ticaret açısından sahip olduğu en önemli özellik Avrupa'da en fazla re-export gerçekleştiren ülke olması. Hollandalı firmalar yurtdışından aldıkları malların büyük bölümünü, hiçbir işleme tabi tutmadan başka ülkelere satıyor ve re-export adı verilen bu yöntemle toplam ihracatının yarından fazlasını gerçekleştiriyor.

Fakat ekonomisinde dış ticaretin büyük önemi olan Hollanda, pandemi sürecinde yeni bir deneyimle karşı karşıya kaldı. Birçok gelişmiş ülkede olduğu gibi, Hollandalı firmaların çalışmaları da küresel tedarik zinciri içinde tek ülkeye, yani Çin'e bağımlılığı nedeniyle sektöre uğradı. Avrupa pazarını iyi tanıyan, iş ortaklarıyla kalıcı ve güvenilir ilişkiler kuran Türkiye gibi tedarikçilerin önemi, bu dönemde daha iyi anlaşıldı.

Biz yüksek teknoloji üreten kapasitemizin yanı sıra, Hollanda ile ticari ilişkilerde Uzak Asya'ya göre ciddi bir coğrafi avantaja sahibiz. Hollanda nüfusu düşük ama dış ticaretimiz için potansiyeli yüksek bir ülke. Doğru adımlarla bu süreci kısa zamanda lehimize çevirebiliriz.

"SORUMLU PARTNER OLARAK DAHA ÇOK TALEP GÖRECEĞİZ"

COVID-19'a bağlı ölüm vakalarının neredeyse sıfırlandığı Hollanda'nın, eğer pandemide ikinci bir dalga olmazsa, bundan sonraki süreçte ekonomisi hızlı bir toparlama eğiliminde olacaktır. Küresel ticaretin yeniden canlanmasıyla birlikte, Hollandalı firmaların kendilerini garanti altına almak üzere, tedarikçi ülkeleri çeşitlendirme eğilimi daha da artacaktır.

En önemli ihracat kaleminizin otomotiv olduğu Hollanda'ya, COVID-19 sonrası süreçte bu ürün grubundaki satışlarımızın yeniden yükseliş trendine gireceğini düşünüyorum. Özellikle büyük rekabet gücüne sahip olduğumuz tekstil alanındaki iş birliğimizin de giderek artacağı kanaatindeyim. Tedarik zincirlerinin yeniden yapılacağı yeni dönemde, iş ortaklarına karşı sorumlu partnerlik eden ülkelere duyulan ihtiyaçla beraber; sadece bu sektörlerde değil, birçok alanda Türk ürünlerine olan talebin artacağına inanıyorum.

Hollanda gibi hizmet sektörü gelişmiş bir ekonomide dijitalleşmeye yönelik de ciddi iş fırsatları var. Türk yatırımcılara, yazılım geliştirme ve tech şirketlerine de bu fırsatları iyi değerlendirmelerini öneriyorum.

Mart ayından buyana kapalı olan Türkiye ile Rusya arasındaki uçuşlar 1 Ağustos itibarıyla başlıyor.

Açık alanda düzenlenen bir etkinlikte rezervasyon ve sağlık kontrol testi şartı olmadan 250 kişi bir araya gelebilecek, bu sayının üzerinde ise aynı şartlar geçerli olacak.

Yurt dışından aldıklarını tekrar dışarı satması ve toplam ihracatının yarısını gerçekleştirilmesiyle bilinen Hollanda ekonomisi de zor günler geçirenlerden. Ülkede 29 haftada iflas eden şirket sayısı 2 bini aştı.

Türkiye'nin ilk altı ayda ve normalleşmenin başladığı haziran ayında ülkeye yaptığı ihracat bir önceki yılın aynı dönemine göre düştü. İlk yarıda ihracattaki düşüş oranı yüzde 9 oldu.

RUSYA, YENİ VAKALARI DÜŞÜREMİYOR

COVID-19'un yayılma hızı bakımından dikkat çeken ülkelerden bir diğeri yine en fazla ihracat yaptığımız ülkeler listesinde yer alan Rusya oldu. Salgın nedeniyle 13 binden fazla kişinin hayatını kaybettiği ülkede, günlük yeni vaka sayısı da oldukça yüksek. Her gün 5 binden fazla yeni vaka tespit ediliyor ve toplam vaka sayısı 15,5 milyonu aştı.

Pandemi sürecinde AB içindeki büyüyen çatlağın yanı sıra Rusya'yla ilişkiler konusunda AB ülkeleri çoktandır iki bloğa ayrılmıştı. Dolayısıyla ilişkilerin daha iyiye gitmesi yönünde Rusya'nın İtalya'ya, hatta ABD'ye "Rusya'dan sevgilerle" projesi çerçevesinde gönderdiği yardımların etkisi olacağı muhakkak. Ayrıca AB ülkeleri ekonomilerini düzeltmek için 145 milyonluk bir pazara tekrar dönmek isteyeceklerdir. Nitekim AB yetkilileri Rusya'ya uygulanan yaptırımların kaldırılması gerektiğini şimdiden dile getirmeye başladılar. Rusya'nın AB'deki en büyük karşıtı İngiltere'nin AB'den resmî olarak ayrılması ve geçiş sürecinin başlamış olması da Rusya ile AB arasındaki münasebetleri olumlu etkileyecektir.

Hizmet ihracatı başta olmak üzere Türkiye'nin en önemli ticaret partnerlerinden Rusya'ya yılın ilk altı ayındaki ihracat, pandemiye rağmen yüzde 2,7 arttı. Haziran ayında ise ihracat bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 36, bir önceki aya göre ise yüzde 66 arttı. Mart ayından buyana kapalı olan uçuşlar ise 1 Ağustos itibarıyla başlıyor.

Deik / Türkiye-Rusya İş Konseyi Başkanı
MİTHAT YENİGÜN



RUSYA İLE TİCARİ İLİŞKİLERİMİZDE HIZLI YÜKSELİŞ BEKLİYORUZ

Bu yıl için diğer ülkelerle olduğu gibi Rusya ile de ticari ve ekonomik ilişkilerimizde hızlı yükseliş beklenirken, COVID-19 nedeniyle zorunlu yavaşlama dönemine girmiş olduk. TÜİK'in yayınladığı 2019 ve 2020 verilerine baktığımızda, 2019 yılında Rusya'ya ihracatımız 4,15 milyar dolar, ithalatımız ise 23,12 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiş olup, 2019 yılı toplam ticaretimiz 27 milyar doları rakamını aşmıştır. 2020 yılının ilk beş ay döneminde ise, önceki yılın aynı dönemine kıyasla ihracatımız 1,57 milyardan 1,55 milyar dolara, ithalatımız ise 2019'da 9,21 milyar iken 2020 yılının aynı döneminde 7,55 milyar dolara düşmüştür. Yine de bunlar nispeten iyi rakamlar, zira tahminlere göre pandeminin Rusya ekonomisine etkisi henüz tam olarak ortaya çıkmamıştır. İşsizlik rakamlarının geçici olarak 2,5 milyondan 8 milyona yükselebileceği belirtilen Rusya'da, tahıl haricindeki temel ihtiyaç ürünlerinde, ithalata bağımlı üretim yapısı nedeniyle tüketici fiyatlarında kayda değer artış olacağı tahmin edilmektedir. Açık kaynaklardaki verilere göre, ithalatta

karşılaşılan güçlükler nedeniyle halihazırda perakende sebze meyve fiyatlarında artış oranı kimi bölgelerde yüzde 50'yi aşmıştır.

Bu bağlamda, önümüzdeki dönem bu durumun ikili ticaretimize olumsuz etkilerini minimize etmek adına, Rusya ile ticari ve ekonomik ilişkilerde güçlü olduğumuz sektörleri öne çıkarmayı başarırsak, avantaj elde etmiş olacağımızı düşünüyorum. COVID-19 salgını sonrasında tüketici tercihlerinde yapısal ve uzun vadeli değişiklikler söz konusu olabileceği, gıda harcamalarının hane halkı toplam harcamalarındaki payı yüzde 50'lere yaklaşmış ve özellikle e-ticarete yönelimin hız kazanmış olduğu, konut tercihlerinde müstakil ve bahçeli evlerin ön plana çıkacağı gibi faktörleri göz önünde bulundurmalıyız. Özellikle belirli ülke menşeli ürünlere yönelik talepte beklenen düşüş dikkate alındığında orta ve uzun vadede aralarında meyve-sebze mamulleri, tarımsal makinalar, tıbbi mobilyalar ve mutfak eşyalarının da bulunduğu muhtelif ürünlerde ihracat fırsatlarının artacağı tahmin edebiliriz.

Lezzetimiz
doğadan...



FSSC 22000
GIDA
GÜVENCESİ

ISO 9001:2015
KALİTE
YÖNETİMİ

HELAL
GIDA
SERTİFİKASI

1954'den
BERİ

www.akova.com

İnoksan Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi Varlık:

Dünya Mutfaklarında Biz Varız!

Cirosunun yüzde 2'sini Ar-Ge'ye harcayan İnoksan, geliştirmeye devam ettiği yeni ürün gamıyla, yüzde 40 olan toplam cirodaki ihracat payını yüzde 60'a çıkarmayı hedefliyor. İnoksan Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi Varlık, Turquality programının verdiği güçle, dünya mutfaklarına Türkiye imzasını atmaya devam edeceklerini söylüyor.



sektöründe Türkiye'nin adını üst sıralara taşıyan 40 yıllık geçmişe sahip İnoksan markasını ve sektörü Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi Varlık ile konuştuk...

Sektörde 40. yılını dolduran İnoksan, dünya çapında sektörün önemli markaları arasında yer alıyor. Toplam cirosunun yüzde 40'ını ihracattan elde eden, 25 bin metrekare kapalı alanda üretim yapan, 7 binin üzerinde ürün çeşidiyle profesyonel mutfakların tercihi olan İnoksan'ın 40. yılda öncelikli hedefi, markalaşma ve ürün geliştirme süreçleri ile yaklaşık sekiz yıldır dahil olduğu Turquality programı çerçevesinde ihracat oranını yükseltmek.

İHRACATIN GÜCÜNE GÜÇ KATANLARI TEBRİK EDİYORUM!

Türkiye'de ihracatı güçlendiren şirketlerin önemini vurgulayan İnoksan Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi Varlık: "TÜİK verilerine göre Türkiye'nin ihracatı, geçen yıl bir önceki yıla göre yüzde 2,1 artarak 171 milyar 531 milyon dolara yükseldi, ithalat ise yüzde 9,1 azalarak 202 milyar 705 milyon dolara geriledi. Dış ticaret açığı yüzde 43,5 azalarak 31 milyar 174 milyon dolara olarak gerçekleşti. Türkiye İstatistik Kurumu ile Ticaret Bakanlığı iş birliğiyle oluşturulan 2019 yılına ilişkin geçici dış ticaret verilerine göre; ihracatın ithalatı karşılama oranı 2018 yılında 75,3 iken geçen yıl sonu itibarıyla yüzde 84,6'ya çıktı. Bu noktada Türkiye'mize her geçen gün değer katan, ihracat rakamlarımızı yükselten bizim gibi sektör oyuncularını, ihracata Ar-Ge ile yatırım yapan şirketlerin hepsini gönülden tebrik ediyorum ve başarılarının devamını diliyorum. 40 yıldır tüm dünyaya profesyonel mutfaklar kuran şirketimiz İnoksan bugün yüzde 40'ını ihracattan

7

BİN

Ürün çeşidi sayısı

%40

Toplam cirodaki ihracat payı

Endüstriyel mutfak sektörü, Ar-Ge ve teknolojiye yapılan yatırımlarla ihracatta önemini her geçen gün artırıyor. Dünyada 200 milyar dolar pazar büyüklüğü olan endüstriyel mutfak cihazları sektöründen Türkiye, yüzde 2,5 oranında pay alıyor. Turizm sektörüne büyük katkılar sunan Türk endüstriyel mutfak sektörünün ihracatı, tüm donanımlar dikkate alındığında yaklaşık 4,5 milyar dolar olarak gösteriliyor. Sektör, züccaciye ürün grubu dahil olmak üzere yıllık 1,3 milyar dolar ithalat yapıyor. Endüstriyel mutfak

elde ediyor. Bu rakamları artırmak adına her gün var gücümüzle çalışıyor, sektöre ve Türkiye'ye katma değer sağlayacak işlere imza atmaya gayret ediyoruz. 2020 yılından itibaren ihracat ciromuzu artırarak üretimden satışların en az yüzde 60'ını ihracattan elde etmek istiyoruz" diyor.

“DÜNYA MUTFAKLARINA TÜRKİYE İMZASI”

Proje kanalında ağırlığını Afrika'nın gelişen ülkeleri olan Kenya, Etiyopya ve Nijerya'da yoğunlaştırmakla birlikte Mısır, Irak, Azerbaycan, Gürcistan, Özbekistan pazarlarında da güzel projeler hayata geçiren İnoksan'ın Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi Varlık, son dönemde yurt dışında tamamlanan başarılı projelerinden şöyle söz ediyor: “Çok güçlü referanslarımızla dünyanın birçok ülkesinin mutfaklarında varız. Mercedes Benz Moskova Fabrika Mutfağı, Intercontinental Colombo, Four Points Sheraton Kosova, One Africa Place Kenya, Albatros Group of Hotels Mısır, Ark Hotel Juffair Bahrain, Glee Hotel Kenya, Tekfen Ministry of Taxes Bakü, Merit Hotel KKTC. Özbekistan'da son dönemde gerçekleştirdiğimiz Taşkent Hilton projesinden de bahsetmeliyim. Toplamda 2,5 milyon euroluk; ana mutfak, açık büfeler, çamaşırhane ve soğuk odaların komple yapıldığı projeyi yaklaşık dört ay gibi kısa bir sürede ciddi bir emekle teslim ettik.

PANDEMİ İLE ABD DAHA ÖNEMLİ BİR PAZAR HALİNE GELDİ

Dünyanın diğer büyük bir gücü olan Çin Halk Cumhuriyeti'nde de ürünlerimizi satabilmek için gerekli Çin Standartlarını (CQC) belge çalışmaları sonuçlandırdık. Bunun yanında beş yıldır aktif olarak ABD'de fuarlara katıyoruz. ABD mutfak cihazları ithalatının yüzde 70'ini Çin'den yapmaktadır. Koronavirüsün de etkisiyle ABD bizim için daha da önemli bir pazar haline dönüştü. Önemsediğimiz bir diğer pazar olan İngiltere'de tüm Birleşik Krallık ve İrlanda için tek dağıtıcılık sözleşmesi imzaladık. İlerleyen süreçte partnerimiz ile yapılacak fuar, tanıtım vs. gibi pazarlama faaliyetleri ile satışlarımızın artan ivme ile gelişmesini bekliyoruz.”

“2020 yılından itibaren ihracat ciromuzu artırarak üretimden satışların en az yüzde 60'ını ihracattan elde etmek istiyoruz.”



CİRONUN %2'Sİ AR-GE'YE

İnoksan cirosunun yüzde 2'sini Ar-Ge çalışmalarına ayırıyor ve “sektöre değer katan” işler ortaya koymaya gayret ediyor. Inosmart fırın ailesi ve bulaşık yıkama makinelerinde sektörün öncelikli tercihi olmaya başladık. Pandemi döneminde de ürün gamını geliştirmeye devam ettik. İnoksan Ar-Ge Merkezi sürekli gelişen teknolojik alt yapısı ve nitelikli işgücüsüyle büyüyor. 35'in üzerinde özgün endüstriyel ürün tasarımı tescilimiz bulunuyor. Öte yandan Türkiye'de ilk yerli kombi fırını üreten şirket biziz.”

200

MİLYON DOLAR

Türkiye'den 2020'de yapılacak ihracat hedefi

“BİR TRAVMA YAŞADIK, BU SEBEPLE HERKESE GÖREV DÜŞÜYOR!”

Pandemi süreciyle ilgili değerlendirmelerde bulunan Vehbi Varlık, şu değerlendirmelerde bulunuyor: “Yapılabilecek tek şey koronavirüsü bizden önce yaşayan ve başarı sağlayan ülkeleri takip etmek. Ülke olarak virüse karşı hızlı bir refleks alındı. Sabredeceğiz ve bununla kalmayıp destek de vermemiz gerekiyor. Herkes üzerine düşeni yapmalı. Sanayici, iş insanı, turizmci, gastronomi sektöründen herkesin geleceğe bakarak zamanı iyi değerlendirmesi lazım.

Salgının ilk dönemi olan mart ayı

sonunda birçok işletme, zorunlu şartlar nedeniyle kapandı. Ardından yurt dışındaki firmalar malzeme tedarik konusunda sıkıntı yarattılar, üretim aksaklıkları da buna eklendi. Dolayısıyla her sektörde sipariş ertelemeleri yaşandı ve tedarik zinciri kırıldı. Bir yol alınacak ama uyum kolay olmayacak. Bir travma yaşadık, bunu atlatmak kolay olmayacak bu sebeple herkese görev düşüyor. Önce liderlere ve iş verenlere. Bu endişeyi, tedirginliği, güvensizliği korkuyu üstümüzden atmamız lazım. Güven içinde geleceğe bakmamız, güven vermemiz gerek.”



İthalata ek vergi, ihracatçıya can suyu olacak mı?

Türk ekonomisinin Koronavirüs salgınının olumsuz etkilerine karşı korunabilmesi için Nisan- Mayıs ayları içinde yaklaşık 5 bin ithal ürüne ek gümrük vergisi getirildi. En son Resmî Gazete' de yayımlanan kararla 800'den fazla ürün için gümrük vergileri artırıldı. Salgının etkilerine karşı yerli üreticiyi desteklemek amacıyla alınan karara göre ilave gümrük vergileri 30 Eylül'e kadar yüzde 30'a varan oranlarda, 1 Ekim'den itibaren de 10 puana kadar daha düşük oranlarda uygulanacak. Daha önce de 18 Nisan, 21 Nisan ve 11 Mayıs gibi çeşitli tarihlerde yayımlanan kararnamelerle de çok sayıda ürüne ek gümrük vergisi getirilmişti.

Koronavirüs salgını dünya ekonomilerini sarsarken, Türkiye'de Nisan- Mayıs aylarında üç kez yayımlanan Cumhurbaşkanlığı kararıyla, binlerce ithal ürüne ek vergi getirildi. Yüzde 10 ila yüzde 30 arasında değişen ek vergi kararları, ihracatçıları sevindirdi. Aralarında elektronik ev eşyaları, buzdolabı, derin dondurucular, bulaşık makineleri, çamaşır makineleri, tekstil-deri ürünleri, mücevherler, müzik aletleri, oyun aletleri, kayaklar ve spor malzemeleri, zirai aletler ve makinelerin

de yer aldığı çeşitli ithal ürüne 30 Eylül'e kadar yüzde 30'a varan oranlarda ilave gümrük vergisi uygulanacak.

Türkiye ağırlıklı olarak Avrupa ülkeleri ile Çin'den ham madde ve yatırım malı ithalatı yapması ve hali hazırda Gümrük Birliği'nin bir parçası olan Türkiye'nin, 20 ülkeyle imzaladığı serbest ticaret anlaşması nedeniyle bu ek gümrük vergisi artışlarının etkisinin sınırlı olması bekleniyor. Ticaret Bakanlığı verilerine göre 2019 sonu itibarıyla sadece ithalat yapan firma

sayısı 81 bin civarındayken, hem ihracat hem ithalat yapan firma sayısı da 35 bin 695 olarak kayıt edilmiş.

İlave gümrük vergisini olumlu karşılayan yerli üretim yapan sanayiciler ve ihracatçılar, karardan memnun olduklarını dile getirerek, dünya pazarlarında "made in Türkiye" döneminin başladığının altını çiziyor. Bazı akademisyenler ise konuya daha temkinli yaklaşarak uzun vadede bunun ekonomiye zarar verebileceğini ileri sürüyor.



TAHSİN ÖZTİRYAKI
İstanbul Demir ve
Demir Dışı Metaller
İhracatçıları Birliği
İDDMİB Başkanı

“İHRACATÇILAR İÇİN DOĞRU ADIM”

“Türkiye’nin üretebildiği ürünlerin ayrıca ithal edilmesinin gümrük vergisi ile kısıtlanması sanayi ve ihracatçı açısından doğru bir adım. Bazı ham maddelere ek gümrük vergisi gelmişti, çeşitli ürün gruplarına da gelmiş olması yerinde bir karar oldu. Ocak ve pişirme cihazları, su filtreleri, turbo kompresörleri, metalden eşyalar, bakır örme halatlar, bakır teller, el aletleri, endüstriyel kilitler ve beyaz eşya özelinde halihazırda yerli üretim yapıp dünyanın dört bir yanına ihraç eden sanayimiz ve sektörlerimiz var. Bu karar, ihracatçımızın iç pazarda da güçlenmesine vesile olacaktır. İDDMİB olarak doğru bir adım olarak değerlendiriyoruz.”

Bu karar, ihracatçımızın iç pazarda da güçlenmesine vesile olacaktır.



MUSTAFA ŞENOCAK
İstanbul Deri ve
Deri Mamulleri
İhracatçıları Birliği
İDMİB Başkanı

“KARARLA, DÜŞÜK FİYATLI ÜRÜNLERİN ÜLKEYE GİRİŞİNİN ÖNÜNE GEÇİLDİ!”

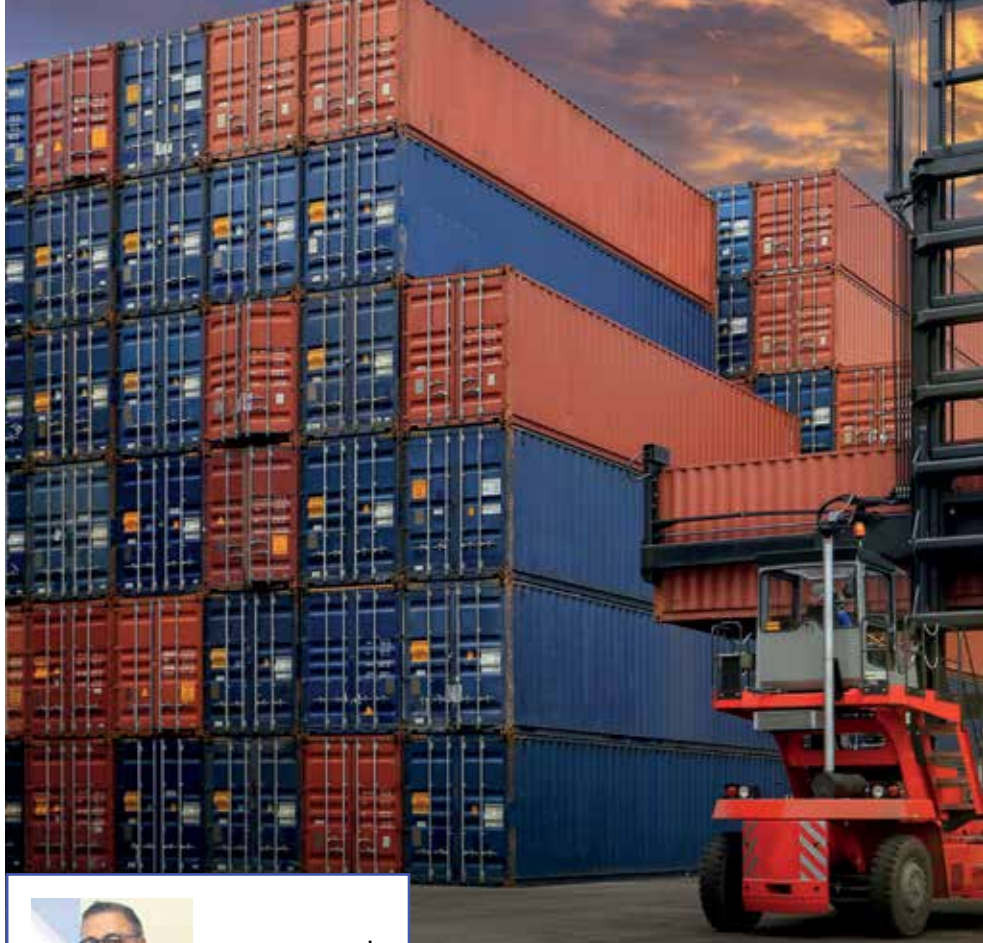
“Pandemiden dolayı dünya ticaretinde ciddi bir duraksama söz konusu. Her ülkenin elinde stok mallar kalmış durumda. Bu kararı sektör olarak olumlu karşılıyoruz. Maliyetinin altında, sezonu geçen çok düşük fiyatlı ürünlerin ülkemize getirilmesinin önüne geçilmiş oldu. Devletimizin aldığı bu karar ile Uzak Doğu’dan ülkemize gelme eğiliminde olan çok düşük fiyatlı sezonu geçmiş ürünlerin ülkemize gönderilmesine engel olunmuş oldu. Öncelikle içeride biriken üreticilerimizin ihracata gönderemediği stoklar var. Bunların tüketilmesi lazım. Karar ile aynı zamanda diğer ülkelerin stoklarına pazar olmamızın önüne geçilmiş oldu. Bahse konu İlave Gümrük Vergisi oranları, aramızda anlaşma bulunmayan ülkelerin tamamına uygulanacak. Ülkemiz ile yapılan anlaşmalar gereğince; Avrupa

Birliği (AB) üyesi ülkeler, EFTA Üyesi Ülkeler (İzlanda, Lihtenştayn, Norveç, İsviçre) ya da aramızda STA bulunan Güney Kore, Sili gibi ülkelerde uygulanmayacaktır. Bununla birlikte, belirlenecek olan İlave Gümrük Vergisi oranı yüzde 50’yi aşamayacağından, halihazırda bazı ayakkabı ürünlerinde uygulanan yüzde 50’lik oranda değişiklik olmamıştır. Diğer ayakkabılarda uygulanan yüzde 25’lik ve 30’luk vergiler ise ek ilave gümrük vergisi ise yüzde 5 oranında artmıştır. Uygulanan ek ilave gümrük vergilerine rağmen ayakkabı ithalatımız ilk iki ayda hem miktar hem değer olarak artmış durumda. Çin’den yüzde 41’lik artışla 51 milyon dolarlık, Vietnam’dan yüzde 25’lik artışla 36 milyon dolarlık, İtalya’dan yüzde 21’lik artışla 18 milyon dolarlık bir ayakkabı ithalatı gerçekleştirilmiş.”

Bu karar ile Uzak Doğu’dan ülkemize gelme eğiliminde olan çok düşük fiyatlı sezonu geçmiş ürünler ülkemize giremeyecek.

210,3 MİLYON DOLAR

Türkiye'nin 2019 yılında gerçekleştirdiği ithalat



ERKAN UÇAR
Dış Malzemeleri
Sanayici ve İş
Adamları Derneği
DİŞSİAD Başkanı

“ÇİN ARTIK TEK TEDARİKÇİ OLMAYACAK!”

“Karar yerli üretim ve ihracatı hedef belirlemiş sektörler için büyük bir fırsat niteliğinde. İki yıl sonrasında 1 milyar dolar büyüklüğe ulaşmayı hedefleyen, yüzde 40 yerlilik oranını da aynı şekilde odak noktasına koyan sektörümüzün bu fırsatı çok iyi değerlendireceğini düşünüyorum. Çin, salgın sonrasında dünyanın tek tedarikçisi olmayacak. Şimdi ve bundan sonrası için dünya pazarlarında daha fazla ‘Made in Türkiye’ dönemi başlayacak.”

Karar, yerli üretim ve ihracatı hedefi belirlemiş sektörler için büyük bir fırsat niteliğinde.



**ÇETİN
TECDELİOĞLU**
Hırdavat Sanayici ve
İş adamları Derneği
HİSİAD Başkanı

“BİR SÜREDİR ÇALIŞMA YAPIYORDUK”

“Alınan kararı yerli üreticinin fırsata çevirmesi gerekiyor. Bugüne kadar ithal edilen ürünlerin bundan böyle yerli üretilebilmesi için bir fırsat doğmuştur. Bunu iyi değerlendirmemiz lazım. Şu an tüketimle ilgili azalan talepleri ürün çeşitliliğimizle artırmalıyız.

Bize düşen görev daha fazla yerli üretim. Hırdavat sektörü özelinde bununla ilgili bir süredir çalışmalar yapıyorduk. Neleri, neden ithal ediyoruz? Bu konuyu ciddi manada masaya yatırmamız gerekiyor. Bunlar üzerinde yerli üretilebileceklerinin miktarını çıkarıp yerli üretimde atağa kalkmamız lazım.”

Bugüne kadar ithal edilen ürünlerin, yerli üretilebilmesi için bir fırsat doğdu.



GÖKHAN TURHAN
Armatür Derneği
Başkanı

“ŞİMDİ KATMA DEĞERİ YÜKSEK İHRACAT ZAMANI!”

“Bazı ürün grupları için ilave gümrük vergisinin getirilmesi yerli üreticimiz açısından olumlu bir gelişme oldu. Daha fazla yerli üretim, daha fazla ihracat için çalışmalarımızı aralıksız sürdürüyoruz. İlave vergi getirilen ürünler ülkemizde dünya standartlarında üretilip dünya pazarlarına ihraç ediliyor. Şimdi katma değeri yüksek ihracat zamanı. Bu karar, Ar-Ge’ye yatırım yapan ve odak noktasında yerli üretim ve ihracat olan sanayicimiz için kritik öneme sahip. Bu fırsatı çok iyi değerlendirmeliyiz.”

Bu karar, Ar-Ge’ye yatırım yapan ve odak noktasında yerli üretim ve ihracat olan sanayicimiz için kritik öneme sahip.



98,9
MİLYON DOLAR

Türkiye'nin 2020 yılının ilk altı ayında gerçekleştirdiği ithalat



PROF. DR. ÖNER GÜNÇAVDI
İstanbul Teknik Üniversitesi İşletme Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi

“UZUN VADEDE EKONOMİYE ZARAR VERİR!”

“Koronavirüs salgını ile birlikte pek çok ülkede devlete ek gelir yaratmak amacıyla gümrük duvarları yükseltilir. Türkiye'nin dış ticareti dünyaya bütünleşmiş durumdayken, sanki büyüme modelini değiştiriyormuşsunuz gibi bir dil ve uygulama ekonomiye uzun vadede zarar verir. 2013 öncesinde Türk Lirası da değerli olduğu için, ithalat yapmak tüm kesimlerin işine geldi. Şimdi ortaya bir sanayi politikası koymadan, iş dünyasına ithalat yapma, demek anlamını yitiriyor. “

2013 öncesinde Türk Lirası da değerli olduğu için, ithalat yapmak tüm kesimlerin işine geldi.



CAHİT KÖKSAL
Çağlas Otomotiv Genel Müdürü

“EK VERGİ UYGULAMASINDA DOĞRU KALEM SEÇİMİ ÜRETİCİYE CAN VERECEK!”

“Alüminyum alaşım jant üretimi yapan bir fabrikayız. After market olarak adlandırılan yenileme pazarına ürünler yapıyoruz. İç pazarın yanı sıra yüzde 35 ihracatımız da var. Tamamen Avrupa odaklı çalışıyoruz. Başta alüminyum olmak üzere üretimde kullanılan malzemenin yüzde 75'ini ithal olarak temin ediyoruz. İthalata getirilen ek vergiler kapsamında, gümrük vergilerinin arttırılması bizi hem olumlu hem de olumsuz etkiledi. Bir yandan ithal jant girişi azaldığı için iç pazarda talep arttı. Bu anlamda 30 personel daha işe alarak 110 kişi olduk. Ayrıca yaklaşık 500 bin USD tutarında yeni makina-teçhizat alımları yaparak kapasitemizi hızlı bir şekilde yüzde 25 oranında arttırdık. Bu durum birim maliyetlerimizi azaltarak ihracatta rekabet üstünlüğüne sahip olmamızı

sağladı. Çin'in hâkim olduğu Avrupa ve Rusya, pazarımızda kısa bir süre içinde yüzde 30 sipariş artışı kaydettik. Hedefimiz bu tempoyu koruyarak yılsonuna kadar yüzde 50 ihracat payına ulaşmak. Ancak bunun gerçekleşmesi için ek gümrük vergilerinin süresinin uzatılması önem arz ediyor. Aksi takdirde bizim gibi istihdam ve yatırım artırımına giden fabrikalar zor günler yaşamaya başlayacaktır. Öte yandan girdi maliyetlerimizdeki artış iç pazar fiyatlarımızın yükselmesine yol açtı. Üretimde kullandığımız kritik ürünlerde yüzde 50'ye varan fiyat artışlarıyla karşılaştık. Maalesef bu artışı müşteriye aynı oranda yansıtamıyoruz. Netice itibarıyla gümrük vergilerinin arttırılması, eğer kalem seçimi doğru yapılırsa, üreticiye can verecek bir uygulamadır.

Gümrük vergilerinin arttırılması, eğer kalem seçimi doğru yapılırsa, üreticiye can verecek bir uygulamadır.

Thread in Motion Strateji ve Finans Müdürü Haluk Nişli Potansiyelimizi yeni bir Türk unicorn olmak için kullanmaya çalışıyoruz

Thread in Motion, son projesi olan SKADI ile çalışanlar ve makineler arasındaki ilişkiyi dijitalleştirerek, pandemi döneminde şirketlere büyük bir kolaylık sağladı. Çalışanlar arasındaki sosyal mesafeyi korumak için ortaya çıkan SKADI; iş kazalarını önleyici özellikleriyle iş sağlığı ve güvenliği amacıyla kullanılabilir bir cihaz olarak konumlandı.



Thread in Motion, Kadir Demircioğlu ve Rahim Öner tarafından 2016 yılında kurulmuş bir giyilebilir teknoloji platformu. Kurulduğu günden bugüne şirketlere; otomotiv, üretim, lojistik, depo yönetimi gibi alanlarda operasyonel verimliliği artırıcı çözümler sunuyor. “Vizyonumuzu hayata geçirmek için ilk ve en kuvvetli ürünümüz akıllı eldiven oldu” diyen Haluk Nişli, pandemi döneminde hayata

geçirdikleri SKADI'nin akıllı eldivenin yanı sıra, normal hayata geçişi kolaylaştıran ve çalışanlar arasındaki sosyal mesafeyi korumak amacıyla ortaya çıkan bir fikir olduğunu belirtiyor.

TİMREPORT olarak, birçok şirketin işini kolaylaştıran SKADI'nin detaylarını, 2019 yılında şirkete küçük ortak olarak dahil olan Thread in Motion'un Strateji ve Finans Müdürü Haluk Nişli ile konuştuk.

Yaptığınız çalışmalar özellikle de üretim ve lojistik tesisler için ürettiğiniz SKADI hakkında bilgi verebilir misiniz? Çalışanlara ve şirketlere ne gibi kolaylıklar sağlıyorsunuz?

Otomotiv, üretim, lojistik, depo yönetimi gibi alanlarda operasyonel verimliliği artırıcı çözümler sunan Thread in Motion, bir giyilebilir teknoloji platformu. Şirket; IoT destekli giyilebilir teknoloji ürünleri ile bir yandan çalışanlar ve makineler arasındaki ilişkiyi dijitalleştirirken, diğer yandan sunduğu yazılım platformuyla müşterilerine detaylı operasyon analizi imkanı sağlıyor.

Vizyonumuzu hayata geçirmek için ilk ve en kuvvetli ürünümüz ise 'akıllı eldiven' oldu. SKADI; akıllı eldivenin yanı sıra, pandemi sürecinde normal hayata geçişi kolaylaştırmak ve çalışanlar arasındaki sosyal mesafeyi korumak amacıyla ortaya çıkan bir fikir olarak gelişti. Bu ana fikre ek olarak iş kazalarının önlenmesinde, firma giriş çıkışlarında temassız geçiş sistemi kurulmasında ve acil durumlarda çalışanları anlık bildirim mekanizması ile uyarma gibi konularda gösterdiği başarı, iş sağlığı ve güvenliği amacıyla kullanılabilir bir cihaz olarak

konumlandırılmasını sağladı.

SKADI, çalışanların birbirlerinin sosyal mesafe sınırını ihlal ettiği noktalarda geriye dönük kayıtlar tutulmasını sağlıyor. Olası bir pozitif vaka durumunda da kolaylıkla fiyasyon çalışması yaparak, tehdit altında olan çalışanları uyarabiliyor. Düşük güç tüketimi prensibiyle çalışması, SKADI bilekliği şarj etmeye ihtiyaç duymadan 12 aya kadar kullanabilme olanağı sunuyor.

SKADI, COVID-19 haricinde iş sağlığı ve güvenliği için geliştirildi diyorsunuz. Bunu biraz daha açar mısınız?

Son zamanlarda tüm çalışma alanlarında iş sağlığı ve güvenliği konusu çok daha fazla dikkat çekmeye başladı. Bu sebeple SKADI'nin pandemi sonrası da kullanılmaya devam edilebilir bir ürün haline gelmesinin bir yolu da iş sağlığı ve güvenliği alanında güvenilir bir cihaz olmasını sağlamaktır. SKADI'nin çalışma prensibi; TIM-TAG adı verilen alıcının, forkliftler ve iş makineleri üzerine yerleştirilmesiyle SKADI bilekliği kullanan çalışanlar, makinelere 2 metre mesafeden daha yakın olduğunda anlık olarak uyarılıyor ve böylece iş yeri kazalarının önüne geçilebiliyor.

İngiltere ve Amerika'da ofisleriniz var. Türkiye'den ve yurt dışından aldığınız yatırımlardan bahsedebilir misiniz? Yaptığınız iş birlikleri projenize nasıl bir katkı sağladı? Projelerinizde size danışmanlık ve finansörlük eden kurum veya kişiler var mı?

Thread in Motion, ölçeklenme aşamasındaki her scaleup gibi yatırımlarla büyüyen, yatırımcıları ile karşılıklı oluşturduğu güven mekanizması ile değerine değer katmaya çalışan bir şirket.

Şimdiye kadar StartersHub, Vinci BV, Reisoğlu İplik gibi çok değerli yatırımcılarımız oldu. İşimizi globale taşıma, faydalı iş birlikleri kurma ve kazanan iş modelini tespit etme konularında yatırımcılarımızın ciddi katkıları oldu. Yolumuza; yatırımcılarımız dışında birçok iş ortağımızdan aynı katkılar alarak, herkesi dinleyerek ve dinlediklerimizi uygulayarak devam ediyoruz.

Globalleşme yolunda en çok zorlandığınız konular ne oldu? Dışarıya açılmak isteyenlere neler tavsiye edersiniz?

Yeni bir pazara girmeden önce stratejiyi iyi belirlemek, pazarın taleplerini iyi bilmek ve doğru çözüm ortakları bulmak önceliklerimiz arasında yer alıyor. Merkezinde donanım olan bir şirket olduğumuzdan fiziki imkansızlıklar ve satış döngüsünün uzunluğu, olumsuz etkilendiğimiz ve bizi en zorlayan konular oluyor. Haliyle bu olumsuz etkileri saptamak ve bertaraf etmek için alternatif planlar geliştirmek gerekiyor. Kendi planlarımızı yaparken mutlaka bu işi bizden önce yapmış -başarılı olmuş ya da olmamış- insanların tecrübelerini dinliyoruz. Ezcümle, bu işin doğrusunu ve yanlışını yolda görüyor olmak doğal fakat doğru iş modeli ve doğru ortaklıklar, üzerine düşülmesi gereken en önemli konular arasında yer alıyor.

TİM-TEB Girişim Evi projesinin sunduğu imkânlardan ve Ar-Ge çalışmalarınız hakkında bilgi verir misiniz?

TİM-TEB Girişim Evi projesi ile birlikteliğimiz eskiye dayanıyor ve bu birliktelikten uzun süredir faydalanıyoruz. Girişim Evi'nin bizlerle tanıştığı birçok endüstri profesyonelinin görüşlerinden faydalandık ve düzenlediği birçok etkinliğe katıldık. Bu etkinlikler, hedefli bir networking yapmamızı, işimizin hem saha hem yatırımcı tarafındaki karşılığını görmemizi ve global tarafta bize destek olacak kişilerle tanışmamızı sağladı. Bu konuda Girişim Evi'nin bizlere sağladığı destekler için bir kez daha teşekkür etmek isteriz.

Her ne kadar kendimizi sadece bir Ar-Ge şirketi olarak görmüyor ve potansiyelimizi yeni bir Türk Unicorn olmak için kullanmaya çalışıyor olsak da Ar-Ge konusundaki maddi ve zamansal yatırımlarımızı hiç aksatmıyoruz. Öyle ki, değer önerimizin kalbinde hızlı ve başarılı ürünler geliştirmek yatıyor. Bugüne kadar neredeyse her sene rakiplerimizden önce yeni bir ürün geliştiriyoruz. Bu yüzden ivmeyi koruyacak Ar-Ge çalışmalarımız her zaman önceliğimiz olacak.



SKADI, çalışanların birbirlerinin sosyal mesafe sınırını ihlal ettiği noktalarda geriye dönük kayıtlar tutulmasını sağlıyor. Olası bir pozitif vaka durumunda da kolaylıkla fiyasyon çalışması yaparak, tehdit altında olan çalışanları uyarabiliyor. Düşük güç tüketimi prensibiyle çalışması, SKADI bilekliği şarj etmeye ihtiyaç duymadan 12 aya kadar kullanabilme olanağı sunuyor.



İhracatta dolu dizgin koşan kentler



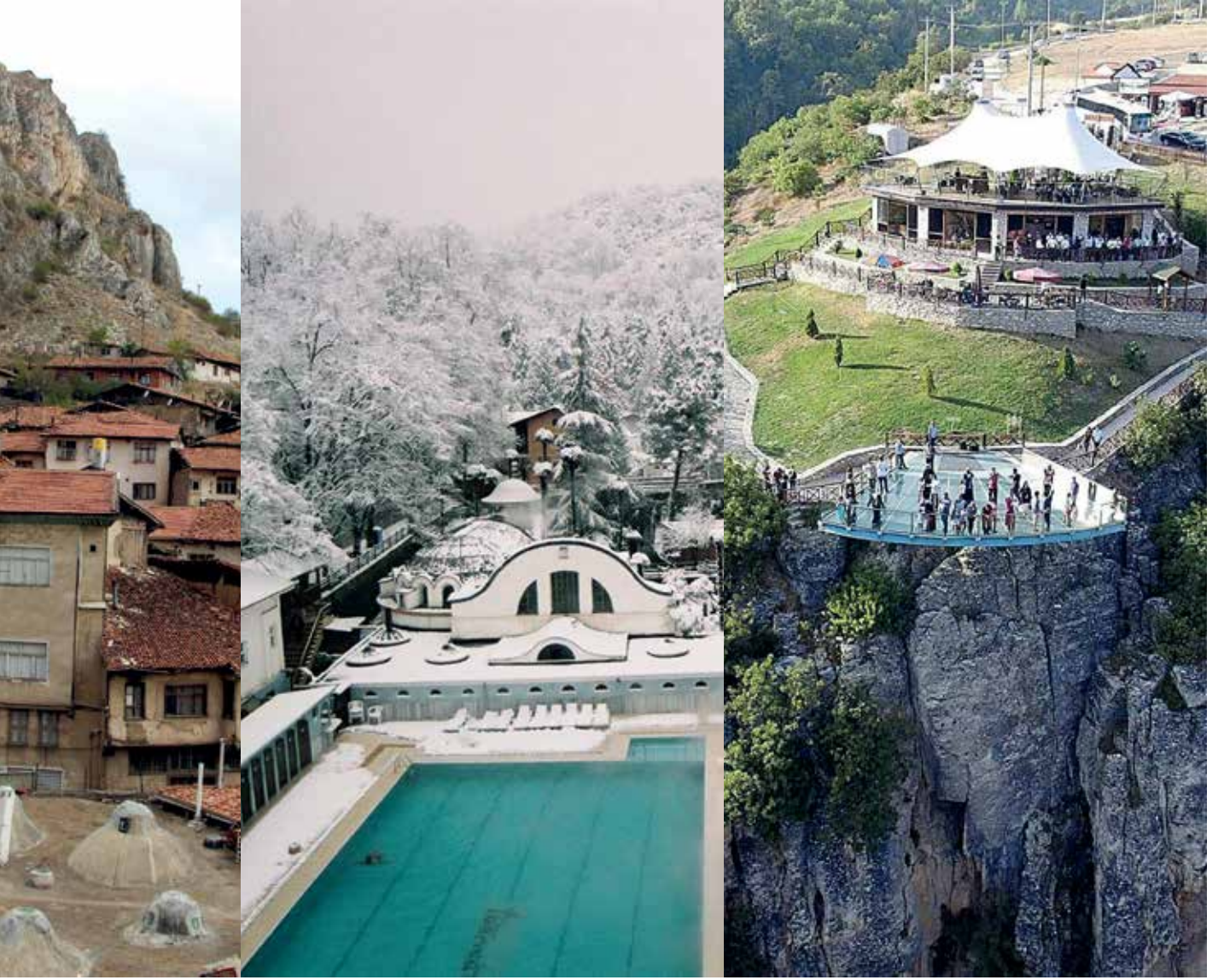
Kastamonu

**%631
HAZİRAN**

Kars

**%799
HAZİRAN**

Türkiye ihracatında hemen her yıl yakaladıkları olumlu grafikte bölge ve ülke ekonomisine girdi sağlayan ve ilk sıralarda yer alan kentlere önceki sayımızda yer vermiştik. Bu sayımızda da 2020 yılı ilk yarısında önceki yıla oranla ay bazında bakıldığında ihracatta dikkat çekici artışların yaşandığı kentlerimizi mercek altına aldık.



Tokat

**%155
OCAK**

Yalova

**%981
MAYIS**

Karabük

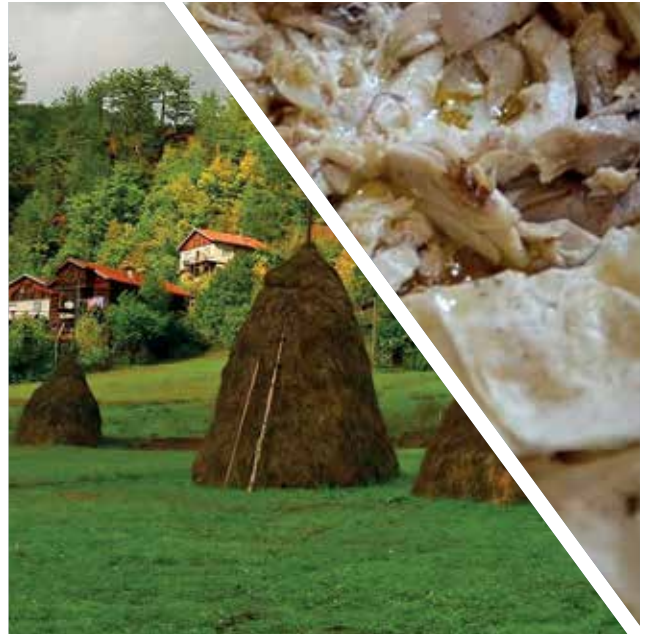
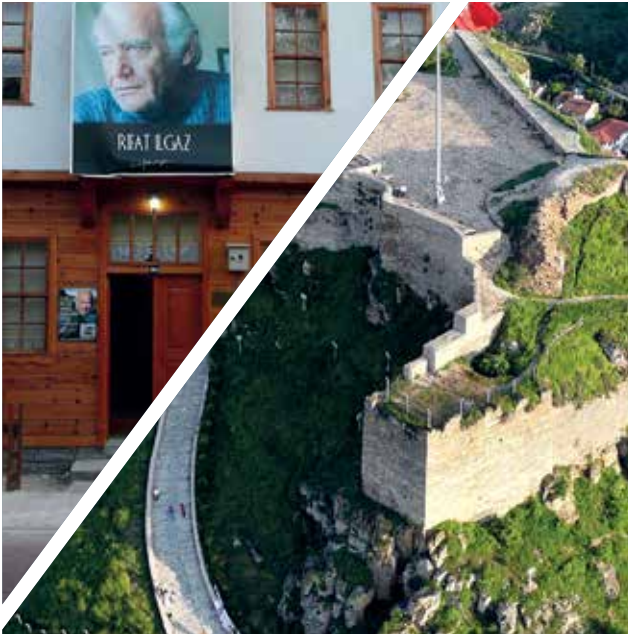
**%110
OCAK**



Karadeniz'in ihracatta yükselen yıldızı:

Kastamonu

Kastamonu, tarımın yanına sanayi üretimini de ekleyerek Türkiye'nin gözde şehirlerinden biri haline geldi. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre 2019 yılında rekor artışla ihracat gelirini 95 milyon dolara çıkaran Kastamonu, pandemiye rağmen yılın ilk yarısında da yükseliş performansını sürdürdü. Yılın ilk yarısında 148 milyon dolar ihracat yaparak dikkatleri üzerine çekti.



Kastamonu, doğal güzellikleri, sahip olduğu tarihi mirası ve inanç merkezleriyle Karadeniz'in saklı hazinesi konumunda...

Tarih boyunca Kaşkalar, Hititler, Paflagonyalılar, Romalılar gibi birçok medeniyete ev sahipliği yapan Kastamonu bugün birikimiyle ekonomik yönden her geçen gün daha da gelişiyor. Geçen yıl ihracatta bir sıçrama yapan Kastamonu, ihracat performansını yılın ilk yarısında da artırarak sürdürdü. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) verilerine göre; bir önceki yılın ilk altı ayına göre şehrin ihracatı üç kattan daha fazla arttı. Bir önceki yıl 44 milyon dolar olan ilk yarı ihracatı, bu yıl 148 milyon dolara ulaştı. 2019 yılında toplam ihracatın 95 milyon dolar olduğunu hatırlatırsak, büyümenin boyutu daha çok dikkat çekecektir.

EKONOMİDE TARIMIN PAYI BÜYÜK

Kastamonu ekonomisi geniş ölçüde tarıma dayanıyor. Kastamonu'da gayri safi hasılanın % 40'ı tarımdan elde ediliyor. Buna karşın ilde sanayinin son yıllarda sıçrama yaptığı da bir gerçek. Kastamonu ayrıca Türkiye'nin orman bakımından en zengin bölgelerinden biri olduğundan ormancılığın da kalkınmada etkisi oldukça fazla.

Kastamonu'da 300 bin tona yakın meyve üretimi gerçekleşiyor. Başta üzüm, ardından elma, erik, zeytin ve fındık yetişen ürünler arasında yer alıyor. Buğday, arpa, mısır, pirinç, nohut, şeker pancarı, patates, kenevir ve sarımsak da yine bu bereketli toprakların verdiği ürünler arasında sayılıyor.

Şehirde hayvancılığın da ileri seviyede gelişmiş olduğunu söylemek yanlış olmaz. Sığır, manda, koyun, tiftik keçisi, kıl keçisi besleniyor. Arıcılık da oldukça gelişmiş olarak yapılıyor. Tiftik keçisinde ise Ankara ve Konya'dan sonra Kastamonu geliyor.

Doğal güzellikleriyle adını duyuran Kastamonu'da geçim kaynaklarından biri de elbette ormancılık... İsfendiyar ve Ilgaz Dağları ile yaylaları da kapsayan geniş ormanlar kentin adeta nefes alma noktalarını oluşturuyor. Orman ve

Kastamonu, 2019 yılından beri ihracatta hızlı büyüme sergiliyor. 2020 yılının ilk altı ayındaki ihracatı yüzde 300'ü aştı.

fundalık sahası yaklaşık 880 bin hektar olarak belirtiliyor. Ilgaz Dağları Milli Parkı ise ortalama 1090 hektarlık alana kurulu şekilde konumlanıyor.

KASTAMONU OSB ENDÜSTRİNİN MERKEZİ

Kastamonu Organize Sanayi Bölgesi Kastamonu-İnebolu yolu 18. kilometrede Gelindağ mevkiinde 122,5 hektarlık alanda konumlanıyor. Alt yapı inşaatına 1997 yılında başlanan organize sanayi bölgesine ulaşım kara yolu ve hava yolu ile sağlanıyor. Bölge dahilinde toplam 36 sanayi parseli bulunuyor. Bunlardan 28'i üretim aşamasında yer alıyor. Çeşitli faaliyetlerdeki bu firmalarda toplam bin 278 kişi istihdam ediliyor.

TEKSTİLDE YATIRIMLAR

KASTAMONU'YA KAYIYOR

Hazır giyim ihracatında büyük bir gelişme kaydeden Kastamonu, yatırımcıların da dikkatini çekiyor. Özellikle İstanbul'dan diğer bölgelere geçmeye başlayan tekstil yatırımlarının adresi çoğunlukla Kastamonu oluyor. Kastamonu ulaşım imkanları, doğal kaynakları, ham maddeye yakınlık, teşvik olanakları, yatırım fırsatları, kalifiye iş gücü potansiyeli ve yüksek yaşam kalitesi gibi avantajlarla her geçen gün girişimcilerin gözdesi haline geliyor.

Şubat ayında 2020 yılı yatırım programının da yürürlüğe girdiği Kastamonu'da, yüzlerce çiftçiye program kapsamında ulaşıyor. Burada 125 milyon TL'lik bütçeden en yüksek payı Kastamonu alıyor. Projenin amacına uygun olarak daha fazla çiftçiye ulaşmak ve bütçeyi en iyi şekilde değerlendirmek için altyapı projelerine ağırlık verilerek bu projelerin İl Özel İdaresi, belediyeler, birlikler ve kooperatifler ile imzalanacak protokoller kapsamında gerçekleştirilmesi planlanıyor.

KARADENİZ'İN ÇOK YÖNLÜ ŞEHİRİ

Kastamonu yukarıda da belirttiğimiz gibi oldukça derin bir tarihsel mirasa sahip. Bunun sonucu olarak müzeler, tarihi noktalar ve inanç merkezleriyle şekillenen turizmin de ekonomiye katkısı yadsınamayacak kadar çok. Kastamonu Kalesi, Arkeoloji Müzesi, Saat Kulesi, Liva Paşa Konağı Etnografya Müzesi, Pompoiopolis Antik Kenti, Evkaya Mezarları, Nasrullah Camii, İsmail Bey Külliyesi, Kent Tarihi Müzesi, Yakupağa Külliyesi ve Hepkebirler Camii gibi lokasyonlar turistlerin oldukça ilgisini çeken yapılar.

Kastamonu ilinin doğal güzellikleri de dillere destan. Bunlardan Ilgaz Kayak Merkezi, Kastamonu için yeni bir istihdam alanı açmış durumda. Kısa sürede kış turizminin gözdelelerinden biri haline gelen merkezde, Aralık-Mart ayları arası oldukça yoğun geçiyor. Bunun yanı sıra Ilgaz Dağları Milli Parkı ve Küre Dağları Milli Parkı da yine doğal güzellikleriyle göz kamaştırırken, kamp turizmi için uygun bir alan olarak tanımlanıyor.

En yüksek ihracat artışı

Kars'ta

Ekonomisi büyük oranda tarım ve hayvancılığa bağlı olan Kars, son yıllarda turizmin ve turizme bağlı hizmet ve perakende sektörünün geliştiği bir il konumunda. 2019'da %134 ile ihracatını oransal olarak en çok artıran Kars, 2020'de de aynı performansını korudu. Türkiye İhracatçılar Meclisi verilerine göre şehirde ilk 6 ayda 583 bin dolar dış satım yapıldı.

Tarım sektörü özelinde hayvancılığa dayalı bir ekonomik yapıya sahip olan Kars ilinde mevcut sanayi yapısı da hammaddesini önemli oranda tarım sektöründen temin ediyor. Hayvansal ürünleri işleyen sanayi ise son yıllarda ciddi bir ilerleme kaydetti. Pandemi sürecinde artan sağlıklı gıda ihtiyacı birçok coğrafi işaretli ürüne sahip Kars'ın yükselişine destek oldu.

Geçtiğimiz yıl %134'lük rekorla ihracatını oransal bazda en çok artıran il ünvanını alan Kars, pandemi sonrası normalleşme sürecinde de liderliğe oynuyor. TİM verilerine göre Kars, normalleşme sürecinin başladığı haziran ayında bir önceki yıla kıyasla ihracatını %798,9 oranında arttırarak zirveye ortak oldu.



"TÜRKİYE GRAVYER PEYNİRİ TALEBİNİ KARŞILIYOR"

Kars ilinin önde gelen ticari ürünlerinde ilk üç sırada Kars balı, kaşar peyniri ve ülkede oldukça rağbet gören ve üretiminin tamamını üstlendiği gravyer peyniri geliyor.

Coğrafi yapıya bağlı olarak iki parçalı özellik gösteren bir bitkisel üretime sahip kentin toprak yapısı ve yükseltinin çok olması, kuzey bölgelerinde ağırlıklı tahıl ürünlerinin yetiştirilmesi için kullanılmasına neden olurken, güney bölgelerindeki toprak yapısı, alçak rakım ve sulama imkanları da bağ-bahçe tarımına olanak sağlıyor. Kars'ın ülke genelinde hayvancılık alanında en önemli il konumunda olmasını sağlayan özelliği ise geniş mera ve otlak alanlarına sahip olması. Bundan dolayı 2017 istihdam rakamlarına bakıldığında yarıdan fazlasının tarım sektöründe çalışanlar olduğunu görebiliyoruz.

Sektörler toplamına bakıldığında ise hizmet sektörünün Kars ekonomisinde %55 ile en büyük paya sahip olduğunu gözlemleyebiliriz.

"DEV İHRACAT TRENİNİN ÇIKIŞ YOLU KARS"

Kars Lojistik Merkezi, Aktaş sınır kapısı ve Bakü-Tiflis-Kars demiryolu projeleriyle Çin ve Avrupa ticaret yolundaki kültür ve ticaret merkezi olma özelliğini yeniden kazanan Kars, Kuzeydoğu Anadolu'nun yeni ekonomik çekim merkezi haline geldi. Çıkış noktası Kars olan 940 metre uzunluğundaki Bakü-Tiflis-Kars ihracat treni, şu an 2 bin 500 ton kapasiteyle bütün ticaret dünyasının hizmetine açık. Trenin Ticaret ve Ulaştırma Bakanlığı'nın koordinasyonuyla günlük 6 bin ton kapasiteye ulaştırılması hedefleniyor. Kars'tan hareket ederek 9 günlük yolculuk sonrası Özbekistan'a ulaşan ihracat treni koronavirüs sebebiyle birçok ülke ihtiyaçlarına çözüm getiriyor.

"DOĞU EKSPRESİ" KARS TURİZMİNE CANLILIK GETİRDİ"

Ankara'dan Kırıkkale, Kayseri, Sivas, Erzincan ve Erzurum güzergahını izleyen Doğu Ekspresi treni, yaklaşık 24 saatlik yolculuğun ardından yolcularını Kars'a ulaştırıyor.

Ankara ile Kars arasındaki seferlerde Doğu Ekspresi ile şehri ziyaret eden yurtiçinden ve yurtdışından turistler UNESCO dünya kültür mirasları arasında yer alan Ani harabeleri ve Sarıkamış gibi tarihe adını yazdırmış yerleri ziyaret ederek, Kars'a özgü lezzetleri tadarak hem kentin turizmini canlandırıyor, hem de kentin ekonomisine katkıda bulunuyorlar.



2020'nin istikrarlı ihracatçısı;

Tokat

Bölgesindeki Samsun, Çorum ve Amasya'ya nazaran daha az ihracat hacmine sahip Tokat, 2020 yılı itibarıyla ihracatta atağa kalktı. Yılın dört ayında en fazla ihracatını artıran ilk 10 il arasına girmeyi başardı.

Ş u sıralar kiraz ihracatıyla gündemde olan Tokat, yılın ilk altı ayında gerçekleştirdiği ihracat performansı ile dikkatleri üzerine çeken kent oldu. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verileri; Tokat'ın, 2020 yılının Ocak ayında ihracatını en çok artıran şehir olduğunu gösteriyor. 2019 yılında 18,1 milyon dolar ihracata imza atan kentin yılın ilk ayındaki yüzde 155'lik artış performansı dikkat çekiciydi. Sanayi, tarım ve hayvancılık sektörlerinin ekonomide önemli rol oynadığı Tokat'ın ihracat başarısı, şubat, nisan ve haziran aylarında da devam etti. Kent, yılın ilk dört ayı, ihracatını en çok artıran ilk 10 kent arasına girmeyi başardı.

Tokat, toprak yapısı ve sulanabilir arazileriyle tarım alanında gelişmiş ürün çeşidi ve zengin bitki örtüsüne sahip bir il olarak öne çıkıyor. Gıda sanayi başta olmak üzere, taş ve toprağa dayalı sanayi, orman ürünleri sanayisi ve son yıllarda tekstil dokuma ve konfeksiyon sektörü, Tokat ekonomisinin bel kemiğini oluşturmaya başladı. Tokat, gıda sektöründe ülke genelinde 8. sırada yer alıyor. Şeker pancarı, tütün, yaş sebze ve meyve ile diğer endüstriyel tarım ürünleri, buğday ve diğer tahıl ürünleri, kent ekonomisine can veren ürün grupları arasında. Tokat'ta 5 bin dekar alanda yılda 9 bin ton civarında kiraz rekoltesi oluyor. Üretilen kirazların yüzde 60'ı da ihraç ediliyor. Her geçen yıl kiraz ihracatının yapıldığı ülke sayısı da artıyor. Rusya, Ukrayna, Gürcistan, Almanya, Hollanda ve İtalya'nın ardından Suudi Arabistan, Katar ve Ürdün'e de ihracatın başladığı belirtiliyor.



ŞİRKET KURULUMU ARTIYOR

Türkiye'nin ilk şeker fabrikalarından olan TURHAL şeker fabrikasının 1930'lu yıllarda kurulmasıyla birlikte, ilk sanayi kuruluşu ile tanışan Tokat, 2000'li yıllara kadar sanayide bir ilerleme kaydedemedi. Tarıma dayalı imalat sanayisinin gelişimi ve Erbaa, Niksar ve Turhal/Zile ilçelerinde kurulan Organize Sanayi Bölgeleri ile bölgenin sanayi üretimi artmaya başladı. Tokat Sanayi ve Ticaret Odası'nın verilerine göre; Tokat'ta kamu ve özel sektöre ait 227 adet sanayi kuruluşu bulunuyor ve bu tesislerde yaklaşık 10 bin kişi istihdam ediliyor.

DÜNYANIN 8. HARİKASI, TOKAT'TA!

Kültür ve yaya turizminin artmasıyla Tokat'ın turizmde de gelişim gözleniyor. Kentin en popüler turistik yeri ise Dünyanın 8. Harikası olarak nitelendirilen Pazar Balıca Mağarası. Sulusaray ve Reşadiye sıcak su kaplıcaları ile termal turizm, Reşadiye, Almus ve Niksar ilçelerinde de yaya turizmi yaygınlaşarak daha çok ziyaretçi çekmeye devam ediyor. El sanatları ile ilgili olarak geçmişte pilot bölge seçilen Tokat'ta halıcılık, trikotaj, sim-sırma, Siirt battaniyeciliği ve yazmacılık yörenin sahip olduğu kültürel değerler arasında yer alıyor.

Sanayi Şehri

Karabük'ten

yüksek ihracat performansı

Küçük bir yerleşim yeri iken hızlı bir şekilde sanayileşme ve eş zamanlı olarak kentleşme süreci geçiren Karabük nüfusu, 1937 yılında Demir-Çelik fabrikasının kurulmasıyla doğru orantılı artmış. Sanayileşme ile birlikte çalışma hayatı da Demir-Çelik Tesisleri ve yan kuruluşları ekseninde gelişen Karabük, 2019 yılındaki toplam ihracat geliri 271 milyon dolar iken, 2020 yılının ilk 6 ayında gerçekleştirdiği 139,4 milyon dolarlık ihracat rakamıyla göz dolduruyor.



Endüstrileşme döneminin ilk adımlarını yansıttasının yanı sıra Karabük, ilçeleriyle birlikte, tarihi değerleri ve doğal güzellikleriyle Türkiye’de ve tüm dünyada kendine özgü bir şehir olma özelliğini koruyor. Türkiye tarihinde sanayileşmeyi temsil eden ilk şehir olmasıyla birlikte Cumhuriyetin ilanından sonra kurulan Türkiye’nin ilk şehri olarak biliniyor. Şehir planı fabrikanın kurulmasıyla birlikte çizilen ve Cumhuriyet’in tek planlı şehri olan Karabük, kısa zamanda sosyal ve kültürel açılardan modern bir kent halini aldı.

Safranbolu, ilçeler içinde en farklı konuma sahip. İlçe uzun senelere dayanan köklü tarihi geçmişiyle turizm konusunda önemli bir merkez olarak göz doldurduğu gibi demir-çelik sanayi nedeniyle; işçi ve işçi emekçilerinin yerleşim alanı tercihinde ilk sırayı aldı.

Hizmet sektörünün önemli gelişme kaydedildiği Safranbolu, geleneksel evleri, demirci ve semerciler çarşısı, hamamları ile bir dönem sadrazamların ağırlandığı ilçe, Karabük’ün sosyal ihtiyaçlarını da karşılamakta.

Kent, yerleşim açısından iki ayrı bölgede konuşlanmış. Bunlardan ilki kentin ilk geliştiği ve bugün şehir merkezini oluşturan kısmıdır. Eski yapıların bulunduğu bu bölgede düzenli bir yerleşim yoktur. Diğer bölge ise Demir-Çelik Fabrikasına ait konut alanlarında düzenli bir yapılaşma ile oluşan kooperatiflerin olduğu kısım.

“57 MİLYON HEKTARLIK TARIM ALANI”

Karabük ekonomisinde tarım ve orman ürünleri önemli paya sahip. Kentin %22,4’ü tarım, %65,5’i ise orman alanlarından oluşmakta. Sulanabilir alanın 89 bin 976 hektarlık alanında kuru tarım yapılıyor, 2 bin 579 hektarında sulu tarım yapılıyor.

Karabük’ün tarım alanlarınının 35 bin 237 hektarı nadasa bırakılırken, 57 bin 237 hektarlık bölümü de ekilmekte. Geniş ormanlık alana sahip Karabük’te buna karşın orman ürünleri imalatı sanayisi gelişmemiş durumda.

“SANAYİ ÜRETİMİ İHRACAT RAKAMLARINA YANSIYOR”

Karabük’te, Demir-Çelik sektörüne paralel olarak sanayi gelişme gösterdi. İl ekonomisinin tüm sektörleri için büyük önem arz eden Demir Çelik Fabrikaları kuruluşundan itibaren yüksek istihdam rakamlarına ulaştı. Kentteki sanayi üretimi iç piyasanın yanı sıra ihracat rakamlarına da yansımakta.

“2019 İHRACATINDA LOKOMOTİF ÜRÜN; ÇELİK”

Geçen yılı başarılı bir performansla kapatan Karabük toplamda 271,3 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. En yüksek hacim 244,5 milyon dolarla çelik alanında görüldü. Çeliği 11 milyon dolarlık dış satımla makine takip ederken, üçüncü sırada 7,3 milyon dolarla hazır giyim ve konfeksiyon yer aldı. 2019 ihracatında oransal bazda en yüksek artış ise ormanlık alanların fazlalığı sebebiyle mobilya, kağıt ve orman ürünlerinde yaşandı. 2019 yılında bu sektörde % 314’lük artış takip edildi. 2020 yılında da pandemi etkisiyle hacimler azalsa da üretim devam etti. Kentte ilk 6 ayda toplamda 139,4 milyon dolarlık ürün gönderildi.



“KENEVİR ÜRETİMİNDE UYGUN ŞARTLARA SAHİP”

İt genelinde yoğun olarak meyve-sebze ürünleri, yem bitkileri, tahıl ve baklagillerinin ekilirken, son yıllarda kenevir üretimine ağırlık verilmiş. Ekimi ve hasadının kolay olmasının yanı sıra toprağın ve fiziki şartların uygun oluşundan dolayı çiftçiler kenevir üretimini tercih etmekte.

2020 Aylık Bazda İhracat (milyon dolar)

Ocak	29.834,17
Şubat	19.839,46
Mart	24.719,76
Nisan	25.038,29
Mayıs	16.323,61
Haziran	23.660,33

kaynak:
<https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari>
Haziran 2020 yıllık ihracat

Yalova'da

İhracatın yükselen yıldızı; GEMİ ve YAT

Lokasyonu itibarıyla stratejik bir konuma sahip Yalova, bölgedeki hedef pazarlara yakınlığıyla yatırımcıların odağında. Artan OSB sayısı ve tersanelerle Yalova, Türkiye İhracatçılar Meclisi verilerine göre 2019 yılı aralık ayını %522,3'lük rekor artışla kapattı. Pandemiye rağmen dış satımda frene basmayan şehir ilk 6 ayda 190,6 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. İhracatta aslan payını tersaneler alırken, sırasıyla deri mamülleri, kimya ve yaş meyve-sebze ihracata katkı sağlayan sektörler arasında yer buldu



Oransal bazda en çok artış görülen sektörler

1 Ocak-30 Haziran

	2019	2020	Değer
Tekstil ve Hammaddeleri	110,83	272,04	145,46%
Yaş Meyve ve Sebze	96,77	230,23	137,91%
Deri ve Deri Mamulleri	16,77	33,92	102,27%

EN ÇOK İHRACAT YAPILAN SEKTÖRLER

1 Ocak-30 Haziran

	2019	2020	Değer
Gemi ve Yat	166.575,57	166.732,16	0,09%
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	5.918,85	8.068,95	36,33%
Madencilik Ürünleri	3.101,96	4.754,19	53,26%

Kaynak: <https://tim.org.tr/ihracat-rakamlari-haziran-sektorel-bazda-iller>

Istanbul, Bursa ve Kocaeli gibi büyükşehirlerle yakınlığıyla bilinen Yalova, 2019 yılını rekor ihracat artışı ile kapattı. Yüksek performansına 2020'de de devam eden Yalova yeni yıla 56,4 milyon dolarlık ihracatla giriş yaptı. Şehirde ihracat kısıtlama tedbirlerinin yoğun olarak uygulandığı ve bu sebeple dış ticaretin azaldığı Nisan'da 3 milyon 350 bin dolar seviyesine gerilese de, Mayıs'ta yeniden yükselişe geçerek 41 milyon 745 bin dolara çıktı. Bu başarıda ise gemi inşa sanayinin faaliyet gösteren tersanelerin imzası var.

Kentte ilk 6 ayda toplamda 190,6 milyon dolar ihracat gerçekleştirildi. Yapılan ihracatta lider tersanelerin etkisiyle gemi-yat alanı olurken, sırasıyla kimya, deri ve mamulleri ile yaş meyve-sebze ihracata katkı sağladı.

Sektör bazında bakıldığında ilk 6 ayda oransal olarak çok artış tekstil, yaş meyve-sebze ve deri ürünleri alanında yaşandı. 1 Ocak - 30 Haziran döneminde tekstil %145, yaş meyve-sebze %137 ve deri ürünleri ise %102 yükseldi.

Söz konusu dönemde sektörlerin ihracat oranı incelendiğinde liderliğe 166,7 milyon dolar ile gemi ve yat oturuyor. Kimyevi Maddeler 8 milyon dolarla ikinci Madencilik Ürünleri ise 4,7 milyon dolarla üçüncü sırada yer alıyor.

“SON TEKNOLOJİYLE DONATILAN GEMİLER DÜNYAYA DAĞILIYOR”

Türkiye'de gemi inşasının %45'i Yalova'dan geçiyor. Kentte bulunan 12 tersane yılda 55-60 gemi ve tekne inşa ederken, 750-800 gemiye bakım-onarım hizmeti veriyor. Tersanelerin çalışmalarında hibrit, elektrikli sevk ile uzaktan kumanda sistemleri gibi teknolojik sistemler kullanılıyor. Gemiler Norveç, İzlanda, İngiltere, Fransa, Danimarka, Kanada, İrlanda, Rusya gibi ülkeler için inşa edilip gönderiliyor.

“Dünyanın ilk uzaktan kumandalı römorkörü”, “Dünyanın en büyük balık fabrika gemisi” veya “Türkiye'de inşa edilen en büyük yüzer havuz” şeklinde anılan gemilerin yapıldığı, Türkiye'de

Topraklarının büyük bir kısmı tarım alanında verimliliğe sahip olan Yalova'nın en önemli ürünü Kivi. Türkiye'deki üretimin %60'ını gerçekleştiren kentin depolama avantajına sahip olmasından dolayı da başta İstanbul ve Kocaeli olmak üzere birçok ilin kivi ihtiyacına karşılık verilebilmekte.

ilk kez kruvaziyer yapılan tersanelere sahip Yalova'da bazı tersanelerin yeni gemi inşa defterleri 2022 yılında kadar rezerve edilmiş durumda.

YALOVA İHRACATINA OSB DESTEĞİ

Yalova'da yatırım süreçlerine başlanan OSB projeleri meyvelerini vermeye başlıyor. Kentte 7 organize sanayi bölgesi faaliyet gösteriyor. Yapılaşma ve kamulaştırma süreçleri devam eden ve inşalarına start verilen OSB'lerle istihdamın 70 bini geçmesi bekleniyor.

Yeni açılacak organize sanayi bölgelerinden biri olan Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na tescil ve ilan edilen Yalova İMES Makine İhtisas OSB, kuruluş işlemlerini resmi olarak tamamladı. 4,70 milyon metrekarelik alanda 300 fabrika ile yaklaşık 20 bin kişiye istihdam olanağı yaratması planlanan Yalova İMES Makine OSB'de katma değeri yüksek ürünlerin imalatı yapılacak.

AÇILMASI PLANLANAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİ:

- ✓ Yalova Avrasya Giyim İhtisas OSB
- ✓ Yalova Gemi Yan Sanayi İhtisas OSB
- ✓ Yalova Kompozit ve Kimya İhtisas OSB
- ✓ Yalova Kalıp İmalatı İhtisas OSB
- ✓ Taşıt Araçları Yan Sanayi İhtisas OSB
- ✓ Yalova Çiçekçilik Tarıma Dayalı İhtisas OSB

2020 Aylık Bazda İhracat (milyon dolar)

Ocak	56.408,46
Şubat	63.195,52
Mart	21.669,76
Nisan	3.350,81
Mayıs	41.745,75
Haziran	4.261,24

Kaynak:
<https://tim.org.tr/ihracat-rakamlari>
İller bazında rakamlar Haziran 2020

“TÜRKİYE'NİN AYAK ARALIĞI EN GENİŞ PORTAL VİNCİ YALOVA'DA”

Gemi imalat sanayinde yatay üretim hattında kullanılan Türkiye'nin ayak aralığı en geniş portal vinci Yalova tersanesinde bulunuyor. Gemilerin tasarım süreci dahil can bulduğu Yalova tersanelerinde kişiye özel terzi usulü anahtar teslim projelere imza atılıyor. %80 oranında insan gücüne dayalı üretim modeli uygulanan tersanelerde makineler çelik kesim hattında kullanılıyor.

E-ticaret hızı, firmaları lojistik yatırıma yönlendiriyor

Koronavirüs salgınıyla birlikte insanlar alışverişlerini internet üzerinden yapmaya yöneldi. Ancak kargo şirketlerinin taleplere hazırlıksız yakalanması ve şikayetlerin artması, e-ticaret ile satış gerçekleştiren şirketlere daha fazla müşteri mağduriyeti ve kaybını yaşamamak adına yeni bir yol izlenmesi konusunda harekete geçme sinyalleri verdi. E-ticaretin dünya genelinde artmasıyla birlikte pazardaki oyuncuların talebe yanıt verememesi üzerine şirketler çözüm olarak kendi dağıtım kanallarını oluşturmaya başladılar.

“KARGO ŞİRKETLERİ GELEN TALEP KARŞISINDA YETERSİZ KALDI”

E-ticaret, COVID-19 salgın döneminde dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de ciddi artış gösterdi. COVID-19 salgın döneminde Türkiye’nin e-ticaret kanallarından devam eden ticaretinin ciddi bir artış gösterdiğini açıklayan Dünya’nın önde gelen araştırma şirketlerinden olan Nielsen, verileri kamuoyuyla paylaştı. Açıklanan verilere göre dönemsel bazda bu yılki e-ticaret aktivitesi geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla ortalama %159 artış gösterdi. Verilere göre dünya genelindeki son 3 yılda yüzde 73 artış göstererek 3,5 trilyon dolara ulaşan e-ticaret pazar hacminin, 2021 yılı sonunda 5 trilyon dolara ulaşacağı öngörülmüyordu fakat koronavirüs nedeni ile bu hedefe bu yılın sonunda ulaşılması bekleniyor. Beklenmedik büyüme siparişlerin teslimatında büyük sıkıntı yarattı ve yaratmaya da devam ediyor.

Kargo taşımacılığı yapan firmaların bu yoğunluğa hazır olmayan alt yapıları ve eleman azlığının yoğun talebe cevap verememesi, ürün teslimatlarında sıkıntı yaşayan şirketleri farklı bir çözüm arayışına yöneltti. Birçok şirket kendi lojistik sürecini başlatırken, kimi şirketler de önümüzdeki dönem planlarına lojistik yatırımlarını almaya başladı. Türkiye’de kendi kargo şirketini kurma çalışmalarına 2016’da ilk başlayan markalardan olan hepsiburada.com, o yıllarda dağıtım ve kargo şirketlerinin e-ticaretin hızına yetişemedikleri için 100 bin metrekaresel bir depoya yatırım yaparak, kendi dağıtım şirketi hepsiexpress’i kurmuştu.



LC WAİKİKİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI VAHAP KÜÇÜK:
“ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEM TAKVİMİNE LOJİSTİK YATIRIMI ALDI.”
Dağıtım şirketlerinin var olan alt yapı

eksikliği pandemi sürecinde internet satışlarının hız kazanmasıyla daha çok konuşulur oldu. Haziran ayında gerçekleştirilen CEO Club etkinliğinde konuşma yapan Lc Waikiki Yönetim Kurulu Başkanı Vahap Küçük, ürün teslimatlarında kargo firmalarıyla yaşadıkları sorunlara değindi ve “Korona virüs döneminde kargolar ile ilgili güven ve hız ile ilgili sorunlar yaşandı. Bu sorunların devam etmesi halinde lojistik ile ilgili bir yatırım yapabiliriz”

açıklamasını yaparak Türkiye’nin dağıtım ağındaki eksik yapılanmayı kamuoyu ile paylaştı.

SİNOZ YÖNETİM KURULU BAŞKANI YASİN ÇÖREKÇİ: “SİNOZ KOZMETİK, LOJİSTİĞE ÇOK İDDIALI GİRİYOR”



E-ticaret alanında öne çıkan bir marka olan yerli kozmetik markası Sinoz, son zamanlarda yaşanan korona virüs salgınına hassas yaklaşımı gözeterek, önce hijyenik paketleme sistemlerini makineler aracılığıyla gerçekleştirdi. Sinoz, e-ticarete olan talebin artmasıyla kendi kargo şirketinin temellerini attı. Haziran ayı itibarı ile devam eden İstanbul içi pilot uygulamalarında etkili ve hızlı teslimatlar



sağlayan Sinoz, tüm Türkiye için alt yapı çalışmalarına başlamış. Sinoz Yönetim Kurulu Başkanı Yasin Çörekci, kurumsal kargo şirketi yatırımına neden ihtiyaç duyulduğu ve şirketi kurma çalışmalarını şöyle aktardı:

“E-ticaret alanında faaliyet gösteren şirketlerin olmazsa olmaz iş birliği, en çok kargo şirketleri ile gerçekleşiyor. Pandemi süreci ile artan e-ticaret faaliyetlerine mevcut üçüncü parti kargo şirketleri yetişmekte zorlanabiliyordu. Bizler de önce pilot uygulama olarak İstanbul’da başladığımız gönderimleri, alt yapı çalışmalarımızı da tamamlayarak tüm Türkiye’ye yönelik gerçekleştireceğiz. Sürecin tüm e-ticaret şirketleri için gerekliliğini içinde bulunduğumuz

dönemde bir kez daha gördük ve yatırımı hızlandırdık. Hızlı ve hijyenik paketleme ağıımızı hali hazırda kurmuştuk, şimdi de teslimatta aktif rol üstlenerek müşteri aidiyetliğimizi geliştireceğimize inanıyoruz. İç yapılanmamızı genişleterek yeni yatırım ile tüm operasyon süreçlerini titizlikle yürüteceğimize eminiz. Kendi kargo şirketimizle e-ticaret alanındaki aktif rolümüzü de güçlendireceğimize inanıyorum. Hâlihazırda tüm İstanbul’da aynı gün teslimat yapıyoruz. Aynı zamanda Ankara, Bursa, Antalya, Samsun, Trabzon, Kayseri ve Gaziantep’in merkez ilçelerinde aynı gün teslimatlara başladık. Bir ay içinde bu sayıyı 20 şehir, iki yıl içinde ise 81 şehre yayarak web sitemizden aldığımız siparişleri

%159
Dönemsel e-ticaret artışı

5
TRİLYON DOLAR
2021 Global e-ticaret hedefi



Türkiye'nin neresinde olursa olsun iki saatte teslim etmeyi hedefliyoruz.

Çalışmaya başladığımız her ilde Sinoz'a bağlı kargo temsilcileri ve depolarımız olacak. Bu çok yeni bir model Türkiye'de örneği bulunmuyor. Bu şekilde isteyen herkesi istihdama ve markamız çatısı altına katacağız."

"HIZLI TESLİMAT DOLAYISIYLA MEMNUNİYET ARTTI"

Teslimat kapsamında yatırımın olumlu yansımalarına değinen Çörekçi, "Aynı gün teslimat gerçekleştiriyoruz. İstanbul'da gönderilen ürünlerde 3. parti kurumlara bağlı sorunlar sıfır noktasına ulaştı. Bunda uygulamaları başlattığımız illerdeki cep depolarımızın ve aynı gün teslimat yapabiliyor olmanın payı yadsınamaz. Kargo ve teslimat başlıklı tüm sıkıntılar rafa kalktı. Artık gerek İstanbul gerek diğer uygulama başlattığımız illerde hızlı teslimat ve dolayısıyla memnuniyet arttı" diyor.

"BUTİK GİRİŞİMCİLERE DE DESTEK VERMEYE HAZIRIZ"

Yurt dışında Hollanda'da tüm Avrupa operasyonlarını yürüten bir şirketleri bulunduğunu kaydeden Çörekçi, "Buradan tüm Avrupa'ya 24 saatte teslimat gerçekleştiriyoruz. Türkiye'de operasyonel süreçler daha etkili ve kapsamlı alt yapı çalışmaları gerektirdiği için aynı gün teslimat seçeneği ülkemizde uygulanıyor. Kargo şirketimiz kurum içi çalışmalarına devam ederken, bir yandan da dileyen, e-ticaret ile uğraşan, 15-20 ürünü bulunan butik girişimcilere kargo gönderileri hususunda destek vermeye her zaman hazırız" yorumunu yapıyor.

BMD BAŞKANI SİNAN ÖNCEL: ŞİRKETLER AÇISINDAN LOJİSTİK GİRİŞİMİ KAÇINILMAZ OLACAK



Birleşmiş Markalar Derneği BMD Başkanı Sinan Öncel ise teslimat konusunda çok fazla sıkıntı yaşandığını ve

bünyelerinde bulunan 400'den fazla marka içerisinde altyapısı uygun olan markaların kendi kargo şirketlerine yatırım yapma seçeneğini değerlendirebileceklerini söyledi. Öncel, "Hepimiz aynı şeyi

düşünüyoruz. Şehrin merkezindeyiz. Müşteri Osmanbey'den e-sipariş veriyor, biz kargo şirketini bekliyoruz. Biz yakın yerleri kendimiz dağıtıyoruz. Mevcut lojistik altyapısı, e-ticaretin söz konusu büyümesine müsait değil. Bu yüzden, şirketler açısından lojistik girişimi kaçınılmaz olacaktır. Bunu yapmaya mecburuz, bu çok önemli" diyerek ilerleyen günlerde kendi kargo şirketleri için yatırıma başlayacak firmaların çalışmalarını göreceğimize dikkat çekti.

LOJİSTİK DERNEĞİ BAŞKANI PROF. DR. MEHMET TANYAŞ: HAKSIZ REKABETİ ÖNLEMENE YÖNELİK YENİ DÜZENLEMELERE İHTİYAÇ VAR



Konuyla ilgili olarak lojistik sektörünün önemli alt taşıyıcı alanı kargo taşımacılığına yönelik artan ve e-ticaret

uygulamalarının artmasına paralel olarak kargo-kurye taşımacılığına da ihtiyacın yükselmeye devam edeceğinin altını çizen Lojistik Derneği Başkanı Prof. Dr. Mehmet Tanyaş, şunları anlattı, "Mevcut büyüme hızları ile e-ticarete hizmet üretme noktasında, kargo şirketlerinde köklü dönüşümler ve yeni çözümler beklenmektedir. Kara cuma ve salgın gibi olaylar talebi, kısa sürede büyük miktarda arttığı için mevcut kapasitenin çok üzerine çıktığında önemli gecikmeler ve aksamalar olabilmektedir. Diğer taraftan normal dönemlerde de yaşanan sorunlar ve yüksek maliyet nedeniyle bazı ticaret firmaları kendi kargo dağıtımlarını kendi kaynakları ile yapmayı tercih etmektedir. Ancak bu durum daha da artarsa hem araç sayısı artışına bağlı olarak kent içi trafik daha da çekilmez hale gelecek hem de araç dolulukları azalacağı için verimlilik düşecek ve maliyetler artacaktır. Ayrıca bazı şirketlerin bu hizmeti yetki belgesiz yaptığı da bilinmektedir. Bu da haksız rekabet oluşturmaktadır. Diğer taraftan posta tekeli de serbest piyasa ekonomisini benimsemiş ülkemiz için uygun bir yaklaşım değildir. Sonuç olarak verimliliği artırmaya ve kaliteyi yükseltmeye, haksız rekabeti önlemeye yönelik yeni sistem ve düzenlemelere gereksinim vardır."





Türkiye'den gönderilere talep 5 kat arttı

E-ticaret firma ölçeğine bakmadan adil bir rekabet ortamı sunuyor. Online reklamlar ve dijital pazarlama, firmaları ve ürünleri öne çıkaran özellikler olsa da doğru bir stratejiyle yüksek hacimlerde satış yapmak mümkün. Özellikle 'Çin'den gönderilir' ibareli ürünlere taleplerin azaldığı bir dönemde Türkiye'nin öne çıkma şansı var. Bugün binlerce Türk girişimci siparişlerini 150'nin üzerinde ülkeye göndererek satışlarını üçe katlamış durumda. Bunun nasıl artırılacağını uzmanlarına sorduk.

E-ticaretteki büyüme sayesinde, sınırlı sermayeyle bile bir işletme kurmak çok kolaylaştı.



Tüketicilerin online alışverişe giderek daha çok güvenmeleriyle birlikte, 2040 yılına kadar alımların

yüzde 95'inin online olacağı tahmin ediliyor. Dünya genelinde 2018 yılı toplam perakende e-ticaret satışı 2,8 trilyon dolar oldu. Bu rakamın 2020 sonunda 4,9 trilyon dolara, 2021'de ise 6,5 trilyon dolara yükselmesi tahmin ediliyor. Türkiye'nin büyüyen pazardan daha fazla pay alabilmesi için destek paketleri artırılıyor. Pandemi sürecinde "Çin'den gönderilir" ibareli ürünlere taleplerin azaldığının altını çizen Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği Başkanı Emre Ekmekçi, bunun Türkiye için bir fırsat olabileceğini belirterek, "Koronavirüs, Türkiye'nin e-ihracatına ise pozitif şekilde yansdı ve Türkiye'den gönderilenlere talep beş kat arttı. COVID-19 salgını kontrol altına alınca durum daha normalleşecektir. E-ticaret işi disiplinli olmayı ve anlık-günlük takip etmeyi gerektiriyor. Böyle yapıldığı müddetçe firmalar başarılı olur" diyor.

"DÖVİZ KURU AVANTAJI İLE KAYDA DEĞER GELİRLER ELDE EDİLEBİLİR"



"E-ihracat ya da sınır ötesi e-ticaret hem sektörler hem firmalar hem de tüketiciler için fırsatlar barındırıyor"

diyen World E-Commerce Başkanı Ömer Nart da şu değerlendirmede bulunuyor: "Dünya genelinde e-ticarete, online alışverişe ve dijital sistemlere bir yöneliş var. Özellikle üretimin lokomotif KOBİ'lerin dijitalleşmeye ağırlık verdiğini gözlemliyoruz. Üretim, pazarlama ve satış stratejilerinde dijitalleşmeye öncelik veren ve pandemi öncesi dijital dönüşümünü tamamlayan KOBİ'lerin artık risk yönetimine odaklandığını görüyoruz. Bu da demek oluyor ki KOBİ'ler pandemiden gereken dersleri aldı. Yeni normal dönemde KOBİ'ler

başta olmak üzere her ölçekteki firmaların e-ihracata ciddi bir yönelim sergileyeceğini öngörüyoruz. Çünkü özellikle Avrupa ülkelerinin Çin'e dönük olan rotası artık Türkiye'ye çevrilmiş durumda. Stratejik konum ve lojistik avantajları sebebiyle Türk firmaları e-ihracatla önemli bir atılım yapabilir. Döviz kuru avantajı ile de kayda değer gelirler elde edebilirler.

Peki, e-ihracat firmaları pandemi gibi kriz dönemlerinde veya yeni normal dönemde neler yapmalıdır? Öncelikle tedarik zincirlerini ve lojistik imkanlarını, talebi artan ürünlere göre ayarlamaları gerekiyor. Kriz senaryoları ve risk yönetimine göre yeni bir e-ihracat stratejisi belirlemeleri, satış hedeflerine ulaşmaları için önemli bir adım olacaktır. Geleneksel ihracatta olduğu gibi farklı ve öngörülemez olasılıklar hesaplanarak, daha kapsayıcı bir kriz senaryosu kurgulanmalıdır. Kritik süreçlerde zayıf noktalarını belirleyerek, riskin makul bir şekilde dağıtılması için önlemler almalıdırlar.

Pandemide e-ihracat kanallarında aksamalar yaşandı. Tedarik zincirleri devre dışı kaldı; lojistik süreçler durdu. Birkaç aylık duraksama döneminin ardından e-ihracat kanalları tekrar açıldı. Yeni normal dönemde e-ihracat daha fazla konuşuluyor. E-ihracat, 2019 yılında yaklaşık yüzde 40 oranında büyümüştü. Bu artış ivmesinin 2020'de artarak devam edeceği; önümüzdeki yıllarda öngörülenin üzerinde seyredeceği tahmin ediliyor. Bu sebeple e-ihracatta yeni iş modelleri ile müşteri odaklı bir rekabet ortamına girdik diyebiliriz.

E-ihracatta tüketicilerin tercihleri özellikle son 4 aylık dönemde değişti. Ev ürünleri, medikal ürünler, spor giyim, spor aksesuarları ve kişisel bakım ürünlerine talep artışı oldu. Ürün olarak eldiven, ekme makinesi, öksürük ve soğuk algınlığı ürünleri ile paketli gıdalar gibi ürünlere talep artışı gözleniyor. E-ihracatta genel olarak moda, temizlik, teknoloji, eğlence, oyun ve yapı marketler yükselen sektörlerin başında geliyor. Bununla

2040 yılına kadar satın alımların %95'inin online olacağına dair öngörüler var.

**4,9
TRİLYON DOLAR**

**Perakende e-ticaret satış hacmi
(2020 beklentisi)**

**136
MİLYAR TL**

Türkiye'nin 2019 yılı e-ticaret hacmi



birlikte son aylarda bavul, evrak çantası, kamera, mayo ve gelinlik gibi ürünlere taleplerin de hızla düştüğünü görüyoruz. Pazarlama stratejilerini talep artışı olan ürünlere göre geliştiren ve efektif bir şekilde uygulayan firmalar, e-ihracat rekabetinde avantaj elde edecektir.

Türkiye pandemi sürecinde efektif bir yönetim sergiledi. Güvenlikten stratejik ürünlerin teminine, arz zincirinden lojistik sistemlere kadar birçok alanda başarı gösterdi. Bu başarının e-ihracatta Türkiye'yi daha fazla öne çıkaracağını söyleyebiliriz. Türk firmaları global ticarete Çin'in yerini alabilir. Bu sebeple üretim, dijital dönüşüm ve tedarik konularında hızlı hareket eden firmalar küresel ticarete rol alabilir. Yeni normal dönemde B2B ve B2C online pazaryerleri, sosyal ticaret platformları ve C2C iş modelleri daha fazla ilgi görecektir. Sınır ötesi e-ticaret, yeni normal dönemde perakendecilerin toparlanmasında önemli bir rol oynayacaktır."

"FİRMALAR DESTEK ALARAK, DAHA VERİMLİ HALE GELEBİLİRLER"



KOBİ'lere ve büyük üreticilere e-ihracatın faydalarından yararlanırmak amacıyla kurulan

E-Ihracat Türkiye Platformu Başkanı Mert Tancığ, e-ihracatın yarattığı fırsatları şöyle değerlendirdi: "E-ihracat şirketlere sınır ötesi e

ticaret yolları açmaktadır. Günümüzde internet ticaretinin artık fiziksel ticareti geçtiğini biliyoruz. Firmaların yeni ürünlerini tanıtmaları ve yurt dışında satması için şirketler için büyük bir fırsat diyebiliriz. Türkiye'de firma bazında e-ticaret yapanların sayısı yüzlerce fakat bireysel olarak binleri aştığına inanıyorum.

Firmalar destek almadan e-ihracatta istediği verimi maalesef alamıyor. Çünkü Türkiye'de bu anlamda yetişmiş personelin azlığı ve firmaların Türkiye'de e-ticaret için doğru elemanı belirleyemeyip zarar ediyorken, E- ihracatta böyle bir çalışan alma potansiyeli çok zayıf. Bu yüzden, e- ihracat departmanı kurarken firmaların bizim gibi bu işi meslek edinmiş iş insanlarından, yolun başında danışmanlık alması onların verimli şekilde ticaret yapabilmelerini sağlayacaktır.

Firmaların büyük kapasiteli olması halinde Turquality teşvikleri var. Büyük firma değilseniz marka veya fuar destekleri mevcut. Araştırılırsa devletin birçok destek paketi de var. Devlet aslında e-ihracat yapmamız için birçok destek açmış durumda. Bu desteklerden yararlanabilmek için devletin kaynaklarını iyi araştırmak ve istenilen belgeleri eksiksiz tamamlamak gerekiyor. Örnek vermek gerekirse rapor teşvikleri var.

Üretilen her ürünü e-ihracat yolu ile satabilirsiniz. www.alibaba.com'da ciddi bir panjur ve elektrikli araç satışları var. Son dönemde pandemiyle birlikte e ticarete inanılmaz bir talep artışı oldu. İnsanlar markete gitmeden bütün alışverişini temizliğinden gıdasına kadar e-ticaret sitelerinde yapmaya başladı.

KOBİ'ler de devlet destekleriyle bu işi kolaylıkla yapabilir. Hatta bizim platformumuza üye olursa biz de onlara bazı hizmetlerimizi destek amaçlı ücretsiz olarak yapabiliriz.

Türkiye'nin e-ihracatı, toplam ihracat içinde yüzde 1'lere yaklaşmak üzere, bu arada Yunanistan, inanılır gibi değil ama yüzde 12'yi resmi rakamlarda geçtiler."



TİM APP ile İHRACAT CEBİNİZDE

- İster Yapay Zeka ile 7/24, İster Alo TİM ve WhatsApp Üzerinden Yetkili Uzmanlarımızla Anında İletişim
- Yurtdışı Fuar Destekleri Hesaplama Modülü
- İhracat Radarı İle Hedef Ülke ve Hedef Ürün Sorgulama
- GTİP Kodu Sorgulama ve Öğrenme
- Online Üyelik Sorgulama ve Belge Alma
- Yeşil Pasaport Sorgulama
- Heyet ve Etkinlikler Hakkında Anlık Bilgi Akışı
- İhracat ve Yatırımla İlgili Devlet Destekleri Hakkında Bilgi
- İhracatçı Birliklerine Ulaşım
- Güncel Haber ve Duyurulara Kolay Erişim
- Hedef Ülke ve Hedef Pazarlara İlişkin Detaylı Araştırma ve Raporlar




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




www.tim.org.tr

 iOS & Android

 [turkihracat](https://twitter.com/turkihracat)

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

 [Türkiye İhracatçılar Meclisi](https://www.linkedin.com/company/turkiye-ihracatcilarmeclisi)

 [trihracatcilarmeclisi](https://www.facebook.com/trihracatcilarmeclisi)

Çelik İhracatçılarından ABD'deki ek vergiye itiraz!

ABD Başkanı Trump'ın Türkiye'den çelik ithalatına yönelik ek vergi uygulamasının Amerikan Uluslararası Ticaret Mahkemesi tarafından anayasaya aykırı olduğu kararının ardından açıklama yapan Çelik İhracatçıları Birliği Başkanı Adnan Aslan, "Trump'ın yüzde 25 oranındaki keyfi ek vergisinden ötürü ihracatçımız zarara uğradı. Zararın karşılanmasını talep edeceğiz." dedi.



ABD Başkanı Trump'ın 2018 yılı Ağustos ayında, yetkisini kullanarak Türkiye'den çelik ithalatındaki vergi oranını yüzde 50'ye çıkarmasıyla ilgili açıklamasına ABD Uluslararası Ticaret Mahkemesi Türkiye lehine karar aldı. Trump'ın Türkiye'den çelik ithalatına yönelik ek vergi uygulamasının anayasaya aykırı olduğuna karar veren mahkemenin açıklamasının ardından değerlendirmeye yapan Çelik İhracatçıları Birliği Başkanı Adnan Aslan; "Trump'ın arkasında hiçbir gerekçesi olmadan, sadece Türkiye'ye uyguladığı yüzde 25 ek vergi çelik ihracatçısını zarara uğrattı. ABD Başkanı mahkeme kararından önce bize uyguladığı ek vergiyi kaldırdı ancak bu haksız karar gecedan gündüze denecek bir zaman

diliminde alındı. İhracatçımız bu karara gemilerde ve limanlarda yakalanmıştı. İki yıldır bu dava ile uğraşıyorduk ve hak sonunda yerini buldu. Dava temyize gitmezse doğan zararımızın iadesini ABD gümrüklerinden talep edeceğiz. Temyiz yolu olursa aynı başvurumuzu üst mahkemelere de taşıyacağız. Aynı mücadeleyi AB ile de sürdürüyoruz" dedi.

Aslan açıklamasında, 2017'de Türkiye'den toplam çelik ihracatının yüzde 15'inin ABD'ye gerçekleştirildiğini, bu oranın bugün yüzde 3 seviyelerinde seyrettiğini, aynı şekilde AB ülkelerine 2018'de 8,5 milyon ton çelik ihracatı gerçekleştirilirken, bugün bu rakamın 5 milyon ton seviyelerine indiğinin altını çizdi.

Karadenizli İhracatçı, yüzünü Gürcistan'a döndü

Doğu Karadeniz Bölgesi İhracatçıları Birliği DKİB verilerine göre, bölgeden Gürcistan'a yapılan ihracat, 2020 yılının ilk 6 ayında yüzde 18 artarak 51 milyon 426 bin 266 Dolar olarak gerçekleşti. Trabzon, Rize, Artvin, Gümüşhane, Giresun ve Ordu'nun yer aldığı DKİB Yönetim Kurulu Başkan yardımcısı Ahmet Hamdi Gürdoğan, Artvin ilinin 25 milyon 856 bin 024 dolarla ilk sırada olduğunun altını çizdi.



Doğu Karadeniz Bölgesi illerinden Gürcistan'a en fazla ihracat gerçekleştiren illerde, ikinci sırada 11 milyon 795 bin 166 dolar ile toplam ihracatın yüzde 23'lük kısmını gerçekleştiren Rize ili yer alırken, üçüncü sırada da 11 milyon 136 bin 264 dolar ile toplam ihracatın yüzde 22'lik kısmını gerçekleştiren

Trabzon ili yer alıyor. DKİB Başkan Yardımcısı Ahmet Hamdi GÜRDOĞAN, bölgenin hemen sınır komşusu olması hasebiyle önemli yakın pazarlarımızdan olan Gürcistan'a, 2020 yılının ilk yarısında yapılan ihracatta yüzde 18 oranında artış yaşanmasının sevindirici olduğunu belirtti ve şunları ekledi; "Ancak hemen sınır komşumuz olan Gürcistan'a Türkiye genelinden yapılan ihracat içinde, Bölge ihracatımızın payı yüzde 10 gibi düşük düzeyde olması düşündürücüdür. Bölge iş insanları olarak bu durumun üzerinde öncelikli bir şekilde çalışarak bölge payımızı en az yüzde 50 düzeyine

çekmemiz gerekiyor."

Türkiye'nin, pandemi sürecinde birçok ülke için küresel tedarik merkezi olduğunu belirten Gürdoğan, komşu ülkelerin çok uzak ülkelerden tedarik ettikleri ürünleri çok kısa sürede Doğu Karadeniz'den temin etme imkanları bulunduğunu vurguladı. Sarp Sınır Kapısı'ndaki yoğunluğa dikkati çeken Gürdoğan, Muratlı Sınır Kapısı'nın açılması için girişimde bulunacaklarını bildirdi. Gürdoğan, pandemi nedeniyle Gürcistan'a girişlerde uygulanan kısıtlamalara karşı ihracatçıların virüs taşımadıklarını gösterir test sonuçlarıyla serbestçe bu ülkeye girebilmeleri yönündeki çabalarını da sürdüreceklerini kaydetti.

Taze meyve ve sebze ihracatçılarından pandemi döneminde ihracat rekoru geldi

Türkiye'nin taze meyve ve sebze ihracatı, 2020'nin ilk altı ayında yüzde 38'lik artışla 1,1 milyar dolara ulaştı.

Türkiye, 2020 yılının ilk altı aylık döneminde, taze meyve ve sebze ihracatında yüzde 38'lik artışla 1,1 milyar dolara ulaşırken, meyve ve sebze mamulleri ihracatı ise yüzde 8'lik gelişimle 778 milyon dolara çıktı.

Yaş meyve ve sebze sektörü, pandemi döneminde üretiminin devam etmesinde ve ihracat rekorları kırmasında en büyük desteklerden birini kamu bürokratlarından gördü. Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Hayrettin Uçak, sokağa çıkma kısıtlamasının uygulandığı pandemi döneminde yaş meyve ve sebze ile meyve ve sebze mamullerinin üretimine destek veren Kemalpaşa ve Selçuk'taki kamu bürokratlarına teşekkür ziyaretinde bulundu. Başkan Uçak, Kemalpaşa Kaymakamı Kemal Kızılkaya,

Selçuk Kaymakamı Ekrem İnci ve Selçuk Tarım ve Orman İlçe Müdürü Mustafa Acargil'e teşekkür plaketi takdim etti.

Pandeminin tüm yoğunluğuyla yaşandığı 2020 yılının ilk yarısında Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği'nin taze meyve ve sebze ihracatının yüzde 45'lik artışla 137 milyon dolara çıktığı bilgisini veren Hayrettin Uçak, meyve ve sebze mamulleri ihracatının ise 296 milyon dolara ulaştığını söyledi. Uçak, 2020 yılının ilk yarısında Türkiye'ye 433 milyon dolar döviz kazandırdıklarını, 2020 yılı sonu için belirledikleri 1 milyar dolar ihracat hedefine ise emin adımlarla ilerlediklerini belirtirken, bu başarıda üretici ve ihracatçılar kadar katkı sahibi bir diğer kesimin de kamu bürokratları olduğunu dile getirdi.



İİB'in 2020'nin ilk yarısındaki ihracatı 3 milyar doların üzerinde

İstanbul İhracatçı Birlikleri, 2020'nin ilk yarısında 3 milyar 600 milyon tutarında ihracat gerçekleştirdi ve Genel Sekreterlikler bazında ihracatını en fazla arttıran üçüncü birlik oldu.

İstanbul ihracatçıları, tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgınına rağmen ihracat artışını yılın ilk yarısında da sürdürdü. İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB), 2020'nin ilk yarısında geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla ihracatını yüzde 1,2 oranında artırarak, bünyesinde bulunan yedi ihracatçı birliği ile toplamda 3 milyar 600 milyon tutarında ihracat gerçekleştirdi. İİB, Genel Sekreterlikler bazında ihracatını en fazla arttıran üçüncü birlik oldu. İlk yarıda 188 ülke pazarına ürün satan İstanbul ihracatçılarının ülke ihracatındaki payı 5,2 oldu.

İstanbul İhracatçı Birlikleri, yılın ilk yarısında değer bazında en fazla ihracatı 270 milyon dolar ile Irak'a gerçekleştirdi. Irak'a en fazla kümes hayvanları, hayvansal mamuller, mobilya, kağıt ve orman ürünleri satıldı. İİB, Irak'ın ardından değer bazında

en fazla Almanya, ABD, İtalya ve Birleşik Krallık'a ihracat yaptı. İİB tarafından yapılan ihracatta Almanya'ya fındık ve mamulleri, hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri; ABD'ye hububat, bakliyat, yağlı tohumlar, mobilya, kağıt ürünleri; İtalya'ya fındık ve mamulleri, gemi ve yat; Birleşik Krallık'a ise mobilya, kağıt ve orman ürünleri ile hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ön plana çıktı.

İİB Koordinatör Başkanı Muhsin Çakıcı, "Salgın döneminde bütün dünya pazarlarında gıdaya olan talebin arttığını gördük. Bu da bizlere tarımın ve üretimin ne kadar önemli olduğunu bir kez daha hatırlattı. Türkiye, bu zor dönemi başarı ile atlattı. Bundan sonra katma değeri yüksek ürünler sunarak, dünya pazarlarındaki yerimizi daha da kuvvetlendirmemiz gerekiyor" dedi.



Doğu Karadeniz'den Gürcistan'a ihracat yılın ilk yarısında arttı

Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ahmet Hamdi Gürdoğan, bölgemizin sınır komşusu olması sebebiyle önemli yakın pazarlarımızdan olan Gürcistan'a yılın ilk yarısında yapılan ihracatımızın yüzde 18 oranında artış göstermesinin sevindirici olduğunu belirtti.

Doğu Karadeniz Bölgesi illerinden 2020'nin ilk altı ayında Gürcistana'a yapılan ihracat yüzde 18 oranında arttı. Trabzon, Rize, Artvin, Gümüşhane, Giresun ve Ordu illerinden yılın ilk altı ayında Gürcistan'a 51 milyon doların üzerinde ihracat gerçekleştirildi. Gürcistan'a en fazla ihracatı 25,856 milyon dolar ile toplam ihracatın yüzde 50'lik kısmını gerçekleştiren Artvin yer alıyor.

Bölgemizin sınır komşusu olması sebebiyle önemli yakın pazarlarımızdan olan Gürcistan'a yılın ilk yarısında yapılan ihracatımızda yüzde 18 oranında artış yaşanmasının sevindirici olduğunu belirten Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ahmet Hamdi

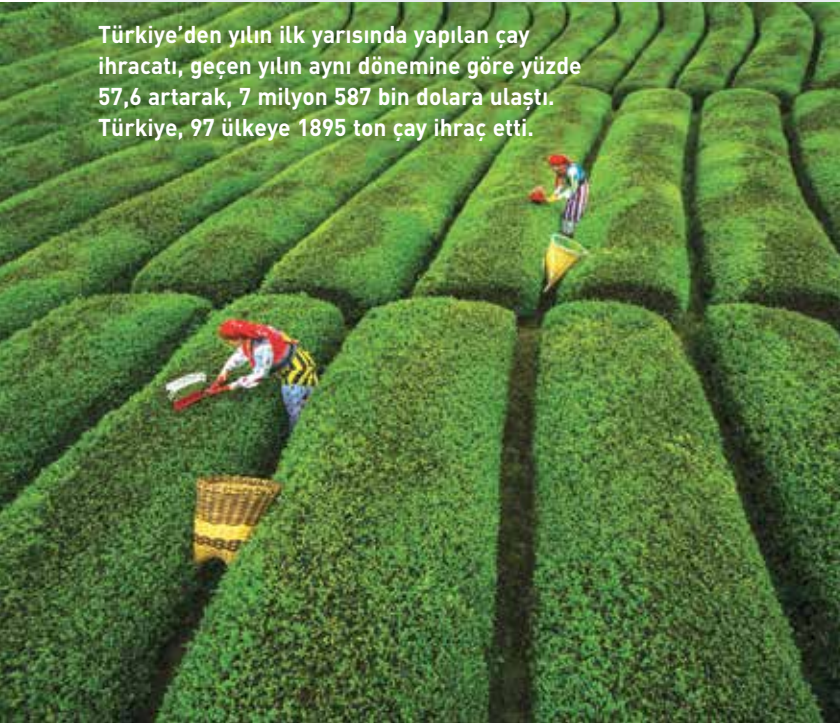


Gürdoğan, "Dünya genelinde yaşanan COVID-19 salgının yol açtığı puslu ortamda ülkemiz,

birçok ülke açısından küresel tedarik merkezi işlevi görme noktasına geldi. Özellikle sınır komşumuz olan ülkeler, çok uzak mesafelerdeki ülkelere tedarik ettikleri ürünleri, bir gün gibi çok kısa sürede bölgemizden temin etme imkanı buldular. Ülkemizden ürün tedarik eden alıcılar hem ekonomik hem de arz güvenliği açısından kendilerine büyük faydalar sağlayacağını biliyorlar. Bu sebeple önümüzdeki süreçte bölgemizden Gürcistan'a yönelik ihracatımızın artırılması için konuyu Gürcistan'daki iş adamı dostlarımıza çok iyi bir şekilde anlatmamız gerekiyor" ifadelerini kullandı.

Türk çayı yılın ilk yarısında 7,5 Milyon dolar kazandı

Türkiye'den yılın ilk yarısında yapılan çay ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 57,6 artarak, 7 milyon 587 bin dolara ulaştı. Türkiye, 97 ülkeye 1895 ton çay ihraç etti.



Türkiye'den yılın ilk yarısında yapılan çay ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 57,6 artarak, 7 milyon 587 bin dolara ulaştı. Yılın ilk yarısında Türkiye, 97 ülkeye 1895 ton çay ihraç etti. Türkiye'den bu dönemde yapılan çay ihracatında ilk sırada, 2 milyon 486 bin dolarla Belçika yer aldı. Belçika'ya 596 ton çay ihraç edildi. Belçika'yı, 993 bin dolarla Almanya ve 653 bin dolarla Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti takip etti.

Doğu Karadeniz İhracatçı Birlikleri Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Çay Sektör Komitesi Başkanı Şaban Turgut, çay ihracatının giderek arttığını dile getirdi. Ülkemizden ihraç edilen çayın yüzde 55'inin tek başına Rize ili tarafından ihraç edildiğini ve ihraç edilen çayın da ağırlıklı olarak ÇAYKUR tarafından üretilen çay olduğunu da belirten Turgut, "Türk çayı ihracatı, yılın ilk yarısını rekor artışla kapattı. İlerleyen günlerde söz konusu ihracat potansiyelimizin daha da artacağına inanıyoruz. Bu yöndeki beklentimiz yüksek" ifadelerini kullandı.

BAİB bölge mermerini yeni UR-GE projesiyle dünyaya tanıtıyor

Batı Akdeniz bölgesinin önemli sektörleri arasında yer alan mermer sektörü ile birlikte ilintili alt sektörleri de kapsayacak yeni UR-GE projesi 'Batı Akdeniz Mermer Kümesi-2', Ticaret Bakanlığı'nın onayı ile faaliyetlerine başladı.

Hayata geçirdiği UR-GE Projeleri ile ihracatçıların mevcut pazarlardaki hakimiyetlerini güçlendirirken aynı zamanda yeni ülke pazarlarına açılmalarına da olanak sağlayan Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği, yeni projeler hayata geçirmeye devam ediyor. Bu kapsamda Batı Akdeniz bölgesinin önemli sektörleri arasında yer alan mermer sektörü ile birlikte ilintili alt sektörleri de kapsayacak yeni UR-GE projesi 'Batı Akdeniz Mermer Kümesi-2', Ticaret Bakanlığı'nın onayı ile faaliyetlerine başladı.

Proje kapsamında ilk olarak ihtiyaç analizi faaliyeti gerçekleştirilerek katılımcı firmaların önümüzdeki 3 yıl için izleyeceği yol haritası belirlenecek. İhtiyaç analizini kapsayan eğitim, danışmanlık ve tanıtım faaliyetleriyle projenin ivme kazanması bekleniyor. Projeden elde edilen kazanımların fiiliyata döküleceği yurt dışı pazarlama ve alım heyeti faaliyetleri ile birlikte firmaların somut kazanımlar elde etmesi umuluyor.



UİB haziran ayında 2 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi

UİB, haziran ayında gerçekleştirdiği 2 milyar 125 milyon dolarlık ihracat ile Türkiye'nin Genel Sekreterlik bazında en fazla ihracat gerçekleştiren ikinci birliği oldu.

Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB), haziran ayında gerçekleştirdiği 2 milyar 125 milyon dolarlık ihracat ile Türkiye'nin Genel Sekreterlik bazında en fazla ihracat gerçekleştiren ikinci birliği oldu. UİB'in, ocak-haziran dönemindeki ihracat tutarı ise 11 milyar dolar olarak gerçekleşti. Açıklanan rakamlara göre Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB), Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) ve Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (UHKİB) en çok ihracat gerçekleştiren ilk üç sektör oldu.

Haziran ayında 1 milyar 765 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren OİB'in, ocak-haziran dönemindeki performansı 9,5 milyar dolar oldu. UTİB, haziran ayında 79 milyon dolarlık ihracata imza attı ve ocak-



haziran dönemindeki ihracatı ise 443,5 milyon dolar seviyelerinde gerçekleşti. Haziran ayında 68 milyon dolar ihracat gerçekleştiren UHKİB'in ise ocak-haziran dönemindeki ihracatı 302,1 milyon oldu.

YK Flowers'ın 2021 ihracat hedefi 4 milyon USD

2020 yılı içinde İhracat yaptığı ülkelere Birleşik Arap Emirlikleri'ni de ekleyen firma, COVID-19 pandemisi nedeniyle yaklaşık 4 ay uluslararası ticaretin durmasına rağmen ilk hedefi olan 2019 rakamını yakalayıp sonrasında üzerine çıkmayı planlıyor. 2021 yılı planlamasında ise Romanya, Bulgaristan ve Yunanistan'a ihracata başlamayı planlayan YK Flowers'ın 2021 ihracat hedefi 4 milyon USD.



Geniş bir ürün yelpazesine sahip firma, yoğun olarak; aromatik bitkiler, aloe vera, anthurium, kaktüs çeşitleri, sukulent çeşitleri, süs biberi, mum çiçeği, kalanchoe, bambu türleri, orkide, menekşe türleri gibi iç ve dış mekan bitkilerinin üretimini yapmakta. Başta perakende devi IKEA olmak üzere zincir marketlere ürün temin eden YK FLOWERS, ürün kalitesini korumak ve artırmak için; üreticilere ve çevreye saygılı, insana önem veren kaliteli ürün üretimini teşvik etmeyi amaçlayarak, bu konuda eğitimler veriyor, sosyal sorumluluk projeleri üretiyor ve çalışanlar için uygun çalışma ortamlarının oluşmasını sağlıyor. Firmanın hedefi tüketiciye ulaşana kadar bitkilerin en sağlıklı şekilde kalmasını sağlamak.

“BİTKİLERİN DÜNYASINDA KÜRESEL BİR TÜRK MARKASI OLMAK İÇİN YOLA ÇIKTIK”

Yatırımlarını, hem üretim sahasını hem de ofis binalarını firmanın çevreye ve insan odaklı kaliteli ürün ortaya koyma amacına uygun olarak tasarladıklarını belirten YK FLOWERS kurucu ortaklarından Osman YANIK; “kurduğumuz günden itibaren üretim kalitemizi en üst seviyede tutarak, uluslararası standartlarda hizmet vermek amacı ile IWAY kriterlerini tamamladık. ISO 9001, ISO 28001 belgeleri aldık ve son olarak uluslararası arenada en saygın belge olan MPS belgesini almak için sürece başladık. YK FLOWERS olarak amacımız, sürekliliğini sağladığımız Ar-Ge gücümüzle, güven ve saygı karakteristiğini işinin temeline yerleştirmiş açık fikirli ve liyakatli çalışanlarıyla değişen ekonomik koşullara, teknolojik gelişmelere ve stratejik yapılanmalara uyum sağlayarak bitkileri Dünya'nın her ülkesinden tedarik edebilen ve Dünya'nın her ülkesine gönderebilen küresel bir Türk markası olmuştur.” dedi.

Kuruluşunun ilk yılında Suudi Arabistan ve Bahreyn'e ürün göndermeye başlayan YK FLOWERS, toplamda 1 Milyon USD'lik ihracat gerçekleştirdi. 2020 yılı içinde İhracat yaptığı ülkelere Birleşik Arap Emirlikleri'ni de ekleyen firma, COVID-19 pandemisi nedeniyle yaklaşık 4 ay uluslararası ticaretin durmasına rağmen ilk hedefi olan 2019 rakamını yakalayıp sonrasında üzerine çıkmayı planlıyor. 2021 yılı planlamasında ise Romanya, Bulgaristan ve Yunanistan'a ihracata başlamayı planlayan YK Flowers'ın 2021 ihracat hedefi 4 milyon USD.



ALO TİM


444 0 846

- Tek tuş ile 7/24 TİM,
- Sorunların çözümü için en hızlı şekilde destek,
- Hedef ülkedeki alıcılara, pazar çeşitliliğine ve mevzuata kolayca erişim,
- İhracat ile ilgili tüm merak edilenler Alo TİM'de.


www.tim.org.tr

 iOS & Android

 turkihracat

 turkiyeihracatcilarmeclisi

 Türkiye İhracatçılar Meclisi

 trihracatcilarmeclisi

Turizmin yeni rotası; “Kampçılık ve karavancılık”

Normalleşme ile içinde bulunulan süreçten çıkarken herkesin kafasındaki soru “güvenli, izole ve sağlıklı bir tatili nasıl yapabiliriz?” oldu. Fişi çekilmiş bir dünyadan uyanıp, tedbiri de elden bırakmadan yapılabilecek tatil seçenekleri tatilcilerin ilgisini çekmeye başladı. Bu anlamda tercihlerde ilk sırayı ise doğa, göl, deniz ve ormanla buluşmanın en güzel araçlarından olan ‘çadır ve karavan’ tatili alıyor.

Tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını ile birlikte yaşam ve tatil tarzları da değişim göstermeye başladı. Hemen her sektörde değişim kaçınılmaz olurken, karavan sektörü ve kampçılık virüsün etkilerinden fayda sağlayan öncelikli sektörlerden oldu. Şimdiye kadar eğlenceli, doğa ile baş başa kalınabilecek bir tatil aracı olarak görülen karavan ve kamp tatili, pandemi ile birlikte virüsten uzak bir konaklama imkânı sağlayan ilk tatil seçeneği olarak öne çıktı. Kamp

malzemeleri satışları 2019 yılına göre 6 kat arttı. Karavan satışlarında ise durum aynı, talep fazla ancak genelde 2.el karavanlar en çok tercih edilenler.

TURSAB Batı Antalya Bölge Temsil Kurumu Başkanı Rıza Perçin, pandeminin ilk günlerinde turizmin bu tarafa kayacağı konusunda açıklama yaptıklarını ifade ederek şunları söyledi, “İnsanların kapalı biner kişilik kalabalık otellerden, private yani özel olan, kendini rahat ve güvende hissedebileceği, ailesi ile dışarıdan bağımsız bir şekilde kendini koruyup

tatil yapabileceği yönünde eğilim göstereceğini söylemiştik. Nitekim de öyle oldu. Karavan veya kamp alanları ile ilgili olarak şu an için turizm teşviği yok. Batı Antalya bölgesi, Kaş, Kalkan, Fethiye'nin belli bölgelerine kadar bütün villalar dolu, Kurban Bayramı'nda da yine çok fazla doluluk mevcut. Bunun sebeplerinden bir tanesi kesinlikle insanların kendilerini izole etmek istemesi ve pandeminin etkilerinden dolayı çıkan refleksler. Bunun yanı sıra bildiğim kadarı ile bu yıl, Saklıkent, Olimpos, Adrasan, Demre, Kaş gibi bazı bölgelerimizde boş araziler kiralanıp kamp alanlarına çevrildi. Bu arazilerin çadırlara kiraya verildiğini biliyoruz. Bazı işletmelerin karavan siparişleriyle bu bölgelerin bir nevi karavan oteller haline geldiğini biliyorum. Bu konuda çok büyük bir talep söz konusu. Karavan turizmiyle alakalı olarak günümüzde ve önümüzdeki günlerde rezervasyonların dolu olduğu bilgisine sahibiz. İnsanlar artık ülkede bulunan Karavan turizmi konusunda, ürünün az talebin fazla olmasından dolayı ortaya çıkan yüksek fiyat artışları olduğunu dile getiriyorlar. Tatil anlayışında artık "uçığa binip bir otelde konaklamayayım" fikrinden çok "karavan ile kendimi izole ederek bölge bölge dolaşayım" refleksi doğmuştur. O yüzden geldiğimiz durumda Kamp, karavan ve bungalow turizmi çok önemli hale gelmiştir. COVID-19'un

etkilerinin en iyi ihtimalle 1-2 yıl daha süreceğini düşünecek olursak bu süre içerisindeki en büyük turizm hareketlerinden birisi olacağı aşıkardır. Dolayısı ile bu turizm çeşidini daha çok konuşacağız. Bu alandaki işletmelerin dünya standartlarına gelmesi ve takibinin yapılması da önemli."

"KAMP VE KARAVAN GİRİŞİMCİLERİNE DEVLET DESTEĞİ"

Normalleşmeye geçiş döneminde farklı turizm arayışlarına girilmesiyle beraber hem deniz hem de kara için en ideal turizm alternatiflerinden olan karavan ve çadır turizminin yüksek oranda ivme kazanması konusunda görüşünü aldığımız Türkiye Kamp ve Karavan Derneği Başkan Yardımcısı Sabahattin Ergin," Kampçılık ve Karavancılık 2000 yılından itibaren gözde bir tatil şeklini almıştır ve her geçen yıl ivme kazanmaya devam etmektedir. Ancak yaşamakta olduğumuz COVID-19 riski dolayısı ile bulaş riski daha az olan kampçılık ve karavancılığa ilgi gittikçe artmaktadır. Karavan üreticileri, ithalatçıları tam kapasite taleplere yetişmeye çalışıyorlar, karavan kiraya veren şirketler, COVID-19 riskinin olmadığı zamanlarda bile taleplere yetişemezken, içinde bulunduğumuz durumda maalesef gelen talebe yeterince cevap veremiyorlar. Kamp alanlarına baktığımızda ise, standartlara uygun olanlar bir elin

7
MİLYON
aktif gezici



150
MİLYONUN

üstünde kamp tatilcisi

18-35

Kamp tercihinde yaş sınırı



35 YAŞ ÜSTÜ

Karavan tercihinde yaş sınırı

parmaklarını aşmayacak sayıdalar, onlarda bulaş riskini minimum seviyede tutmak çabasıyla yüzde 50 kapasite ile çalıştıkları için yeterli olamamaktadır.” Açıklamasını yaptı. Ergin, dünyanın en güzel doğal güzelliklerine sahip olan Türkiye’nin Kamp ve Karavan turizmi konusunda devlet desteği ve teşvikler sayesinde yeni girişimcilerin önünün açılması gerektiğinin altını çizerek ilerleyen yıllarda Kampçılık ve karavancılığın tatil dendiğinde akla ilk gelen seçeneklerden olacağına dikkat çekti. Sabahattin Ergin, kamp alanları konusunda ilk 5’i şöyle sıraladı

Ülkemizin doğal güzelliklerinin alternatif turizm içinde yer alan kamp ve karavan turizmine talebin artmasına sebep olduğuna işaret eden Sahil Kamp İstanbul’un sahibi Mustafa Özdemir, “Kampçılık aslında Avrupa ülkelerinde özgün ruhların tercihi iken, orta doğuda bir yaşam alanı olarak seçilmiş. Tatilciler, kalıplaşan yaşam standartlarından bir nebze de olsa uzak kalabilmek için, özellikle salgın sürecinde izole ve yakın çevresiyle tatil yapma seçeneklerini öne çıkardı. Kampçılığı tercih edenlerde yaş sınırı

18-35 olurken, 35 yaş üstü tatilciler ise karavan kiralama veya satın almayı tercih ediyorlar. Dünyada kamp veya karavan kullanarak dolaşan ve aktif gezici olarak tabir ettiğimiz 7 milyon insan mevcut. Bunun yanı sıra 150 milyonun üzerinde bir sayıya sahip olan ve tatilini kamp kurarak yapan bir kitle var. Ancak konaklama sağlayacak tesislerin az olmasından dolayı, yurtdışından bu tür tatili tercih eden kitleyi misafir edemediğimiz için bu pazardan ülke olarak kazanım sağlayamamaktayız. Dünyada yeni başlayan bir akım olan lüks kampçılık, glamping ve tinyhouse alternatif turizm yelpazesine eklenmiş



AKTUR CAMPING - DATÇA

Çam ormanı ve denizin buluştuğu dünyanın oksijen deposu cennet köşelerinde biridir. Geçtiğimiz yıllarda Türkiye’nin en güzel koyu ünvanını alarak dünya ölçeğinde bir turizm birimi olduğunu ispatlamıştır. Sırt sırta iki adet nefis koyda ve tertemiz denizinde yüzme zevkinin yanı sıra su sporları yapma imkânı da iki koydan ayrı zamanlarda esen rüzgarlar sayesinde daha elverişli olmaktadır. Eşsiz güzelliğe sahip çam ormanları içerisinde, park edeceğiniz karavanınızda veya kuracağınız çadırınızda, çok rahat ve huzurlu konaklama imkânı vermektedir. Misafirlerin karavan veya çadırına elektrik hizmeti verildiği gibi merkezi yerlerinde de sıcak-soğuk su, duş, tuvalet, mutfak, bulaşık ve çamaşır yıkama imkânı verilmektedir.



ADA CAMPING - AYVALIK

Adalarıyla meşhur Ayvalık’ta 25 adanın en büyüğü olan ve karaya bir köprüyle bağlantısı bulunan Alibey Adası üzerindedir. Sıcak duş ve tuvaletli odalara sahip kamp alanında, Kampçılar için mutfak, çamaşırhane, sıcak duş, buzdolabı piknik alanı, Karavan ve çadırlar için gölgelikler, Çocuk parkı, Spor sahası bulunmaktadır. Ayrıca tekne, gezi ve dalış turlarından yararlanabilmektedir.

ve gelir olarak dünya turizminden pay almaya başlamıştır. Türkiye’de karavan üreticilerinin çoğalması, outdoor ürünlerinin üretim hacimlerini artırması, kurumsal firmaların satış pazarlama ağlarını kurması, gelen talebi karşılayabilmesi, kamp ve doğa turizmi için sevindirici olacaktır.” Dedi.

Pandemi sürecindeki tatil seçeneklerinde organize olmuş kurumsal tatil mekanlarının tercih edilmesinde sıkıntı yaşarken, kamp ve karavan talebinin son aylarda ciddi manada ivme kazandığını vurgulayan Özdemir, “Bu alanda ilgili kurumlarımızın vereceği destekle, ülke ekonomisine yurt dışından döviz girdisi çoğalarak, istihdama da artı değer kazandıracaktır. Eğitim alanında

okullarımızın gezicilik kulüplerinde, Üniversite kulüp çalışmalarında ve çeşitli STK’ların grup talepleri, kamp ve outdoor etkinlik talepleri, pandemi sonrası süreçte tercih edilecek organizasyonların çoğalması kaçınılmazdır. Ülkemizin dört tarafında var olan güzellikler, hem buldukları bölgenin insanına katkı olacak, hem de yurtdışından turist çekerek döviz girişine katkıda bulunacaktır. Bu konuda en büyük destek devlet teşvikleri ve bu sektörde iş yapan acentaların dünya standartlarına uygun işletmeler haline gelmesi ile sağlanacaktır. Temennimiz ülkemiz insanının da doğayla tanışmasına vesile olacak her çalışmanın desteklenmesi.” Diyerek düşüncelerini dile getirdi



ALTIN CAMPING - BURHANİYE

1963 yılında kurulmuş olan Altın Camp ve Park Hotel, Ege denizi kıyısında doğayla iç içe bir tatil cennetidir. İçinde 3 Aile odası bulunan 18 odalı bir küçük otel de bulunmaktadır. Kamp alanında ise 200 Kamping ünitesine hizmet verebilecek gölgeli kamping alanı ve Kiralık hazır kurulmuş ve döşeli çadırlar bulunmaktadır. Turizm Bakanlığı Altın Kampı “Özel Konaklama Tesisi” olarak nitelemiştir. Programlı animasyon yapılmayıp, bireysel, sosyal ve iletişime dayalı aktivite imkanı sağlamaktadır. Ağaçlarla dolu 30 bin metrekarelik parkının içinde yazın en sıcak aylarında bile doğanın sakinliğini ve ağaç gölgelerinin serinliğini tadabilirsiniz.



HİPOCAMP - GÜMÜLDÜR

Hipocamp 60 bin metrekarelik bir çam ormanı içerisinde, mavi bayraklı bir plajın, Ege’nin mavilikleriyle bulunduğu bir noktada kurulu Türkiye ‘nin en büyük ve modern kamp alanlarından biri. Restorant/cafeterya, Mini – market, Resepsiyonda kiralık kasalar ve telefon, temiz ve modern ve sürekli temizlenen tuvalet ve sıcak duşları bulunan kamp özellikle çocuklu aileler için uygun. Değişik milletlerden oluşan kampçı profiline sahip Hipocamp’ta karavanlar için atık deşarj ünitesine de sahip. Yakın çevrede alışveriş, yemek ve ören yerlerine kolay ulaşım imkânı olan kampta 24 saat güvenlik hizmeti de verilmekte.



KAŞ KAMPING - KAŞ

Club Kaş Camping doğal ortamı ve sıcak yüzüyle 1981’den beri faaliyette. Kaş’a yürüme mesafesi kadar yakın aynı zamanda günlük hayatın tüm zorluklarından kilometrelerce uzak hissini yaşatan Kaş Kamping’te ister modern ahşap evlerde ister karavan veya çadırınızda tatilin tadını çıkarabilirsiniz. 7 dönüm alanda, zeytin ağaçlarının gölgesinde, denize sıfır, hayallerinizin ötesinde bir doğa deneyimini Club Kaş Kamping’in belki de gerçek ev sahipleri kediler, kaplumbağalar, su altındaki bir sürü farklı canlı ve arada bir uğrayan sürpriz ziyaretçileriyle paylaşabileceksiniz. Kamp alanında elektrik, ortak mutfak, ortak tuvalet ve duş ile internet imkânı mevcuttur.

TÜRKİYE'NİN 2020 HAZİRAN AYINDAKİ İHRACATI BİR ÖNCEKİ AYA GÖRE %35,13 ARTIŞ İLE 13.469 MİLYAR DOLAR OLDU.

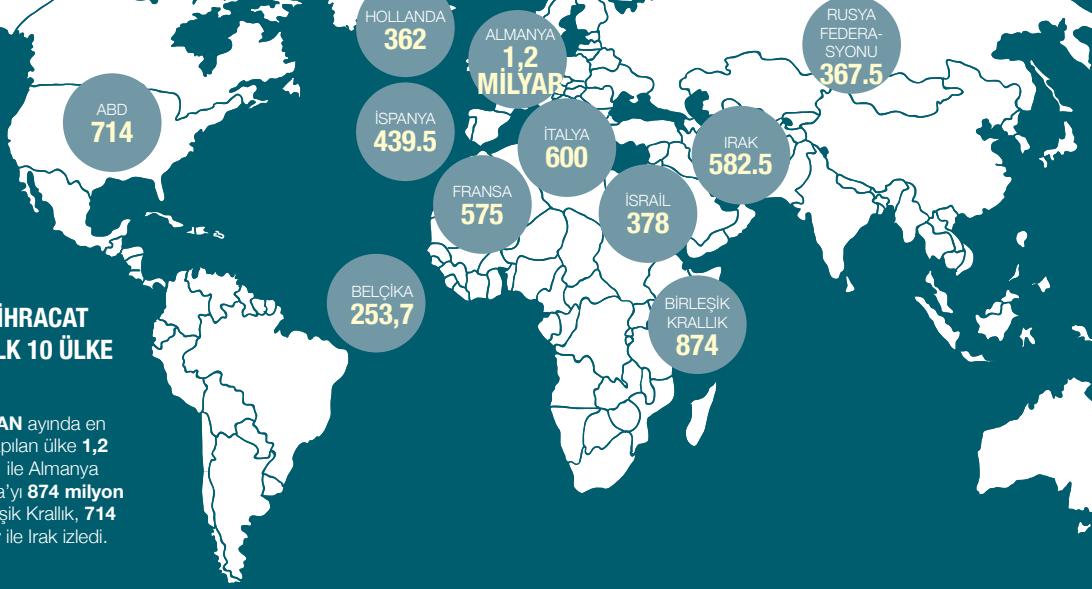
2020 HAZİRAN AYINDA İTHALAT 16,3 MİLYAR DOLAR OLDU.

2020 HAZİRAN AYINDA 1443 ŞİRKET İHRACAT AİLESİNE EKLENDİ.

2020 HAZİRAN AYINDA EN FAZLA İHRACAT ARTIŞI YÜZDE 69,3 İLE FINDIK VE MAMULLERİNDE GERÇEKLEŞTİ.

EN FAZLA İHRACAT YAPILAN İLK 10 ÜLKE (MİLYON \$)

2020 HAZİRAN ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,2 milyar dolar ile Almanya oldu. Almanya'yı 874 milyon dolar ile Birleşik Krallık, 714 milyon dolar ile Irak izledi.

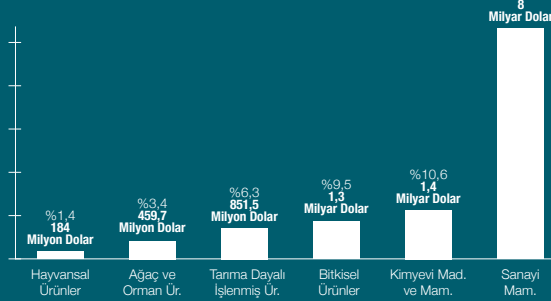


ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2020 HAZİRAN AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

Sanayi: %76
Tarım: %14,3
Maden: %2,3



ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2020 HAZİRAN AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

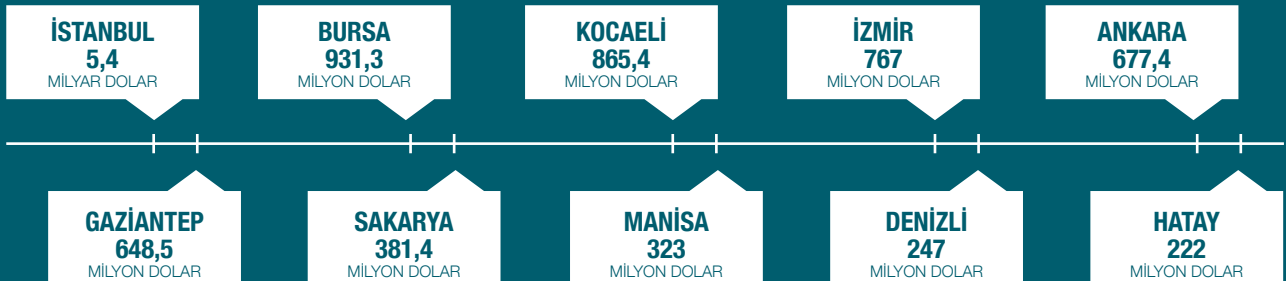


2020 HAZİRAN AYI İHRACATINDA EN DİKKAT ÇEKİCİ ARTIŞI YAPAN İL



BİNGÖL
%1314

İLLERE GÖRE 2020 HAZİRAN AYINDAKİ İHRACAT DAĞILIMI



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

SEKTÖRLER	1 - 30 HAZİRAN				1 OCAK - 31 HAZİRAN			
	2019	2020	Değişim ('20/'19)	Pay(20) (%)	2019	2020	Değişim ('20/'19)	Pay(20) (%)
I. TARIM	1,363,345	1,921,813	41.0	14.3	10,941,603	11,282,129	3.1	15.0
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	847,659	1,277,942	50.8	9.5	7,028,448	7,661,438	9.0	10.2
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	344,698	572,364	66.0	4.2	3,245,155	3,474,022	7.1	4.6
Yaş Meyve ve Sebze	202,409	264,866	30.9	2.0	965,026	1,179,199	22.2	1.6
Meyve Sebze Mamulleri	83,537	113,061	35.3	0.8	722,744	778,237	7.7	1.0
Kuru Meyve ve Mamulleri	63,501	89,548	41.0	0.7	644,038	604,603	-6.1	0.8
Fındık ve Mamulleri	75,849	128,393	69.3	1.0	777,129	1,002,228	29.0	1.3
Zeytin ve Zeytinyağı	15,775	19,060	20.8	0.1	157,423	140,878	-10.5	0.2
Tütün	57,985	84,588	45.9	0.6	453,038	426,265	-5.9	0.6
Süs Bitkileri ve Mam.	3,905	6,061	55.2	0.0	63,894	56,007	-12.3	0.1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	168,265	184,086	9.4	1.4	1,286,044	1,129,080	-12.2	1.5
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	168,265	184,086	9.4	1.4	1,286,044	1,129,080	-12.2	1.5
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	347,421	459,785	32.3	3.4	2,627,110	2,491,612	-5.2	3.3
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	347,421	459,785	32.3	3.4	2,627,110	2,491,612	-5.2	3.3
II. SANAYİ	8,887,936	10,238,725	15.2	76.0	67,941,498	55,884,066	-17.7	74.5
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	730,005	851,558	16.7	6.3	6,035,911	4,811,455	-20.3	6.4
Tekstil ve Hammaddeleri	509,832	554,851	8.8	4.1	4,029,723	3,134,253	-22.2	4.2
Deri ve Deri Mamulleri	87,702	101,532	15.8	0.8	830,992	630,549	-24.1	0.8
Halı	132,472	195,175	47.3	1.4	1,175,197	1,046,653	-10.9	1.4
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,294,013	1,425,451	10.2	10.6	10,012,083	8,624,526	-13.9	11.5
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,294,013	1,425,451	10.2	10.6	10,012,083	8,624,526	-13.9	11.5
C. SANAYİ MAMULLERİ	6,863,918	7,961,716	16.0	59.1	51,893,503	42,448,085	-18.2	56.6
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,085,765	1,357,642	25.0	10.1	8,710,396	6,987,196	-19.8	9.3
Otomotiv Endüstrisi	2,189,207	2,016,001	-7.9	15.0	15,313,931	10,793,834	-29.5	14.4
Gemi ve Yat	55,620	88,349	58.8	0.7	491,269	500,575	1.9	0.7
Elektrik Elektronik	715,403	902,754	26.2	6.7	5,372,319	4,711,725	-12.3	6.3
Makine ve Aksamları	472,097	586,861	24.3	4.4	3,797,057	3,357,249	-11.6	4.5
Demir ve Demir Dışı Metaller	516,676	677,204	31.1	5.0	4,068,779	3,758,062	-7.6	5.0
Çelik	877,984	1,128,844	28.6	8.4	7,167,264	5,974,319	-16.6	8.0
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	235,215	323,137	37.4	2.4	1,735,466	1,718,661	-1.0	2.3
Mücevher	215,410	345,059	60.2	2.6	1,649,897	1,609,644	-2.4	2.1
Savunma ve Havacılık Sanayii	207,582	167,356	-19.4	1.2	1,268,030	922,970	-27.2	1.2
İklimlendirme Sanayii	285,958	360,162	25.9	2.7	2,262,949	2,070,728	-8.5	2.8
Diğer Sanayi Ürünleri	7,001	8,346	19.2	0.1	56,146	43,122	-23.2	0.1
III. MADENCİLİK	317,512	312,700	-1.5	2.3	2,128,263	1,850,474	-13.1	2.5
Madencilik Ürünleri	317,512	312,700	-1.5	2.3	2,128,263	1,850,474	-13.1	2.5
TOPLAM (TİM*)	10,568,793	12,473,238	18.0	92.6	81,011,364	69,016,669	-14.8	92.0
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat	1,065,889	995,775	-6.6	7.4	7,352,811	6,038,073	-17.9	8.0
GENEL İHRACAT TOPLAMI	11,634,682	13,469,013	15.8	100.0	88,364,175	75,054,742	-15.1	100.0

Birlik adresleri



Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

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

Denizli İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

Ankara Yolu 10. Km. 246. Sokak No: 8 Akkale/Denizli
Tel: 0 258 274 66 88 Faks: 0 258 274 72 22 - 62
E-Posta: denib@denib.org.tr
Web Adresi: www.denib.org.tr
Genel Sekreter: Uğur Dayıoğlu

Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

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

Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

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

Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

İstanbul Maden Ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

İstanbul Tekstil Ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Genel Sekreter V.
Senem Sanal Sezener

Genel Sekreter Yrd.
Ayşe Eser Erginoğlu

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



İlk hidrolik hibrit sistemli römorkör



İlk LNG yakıtlı römorkör



İlk uzaktan kumandalı römorkör

Dünyada İlklere

imza atmaya devam ediyoruz...





TURKISH CARGO YÜKSELMEYE DEVAM EDİYOR.

TURKISH CARGO, HAVA KARGO SEKTÖRÜNÜN
EN PRESTİJLİ SERTİFİKALARINDAN IATA CEIV PHARMA, IATA CEIV ANIMALS
VE IATA CEIV FRESH'E SAHİP TEK HAVA KARGO MARKASI OLDU.



TURKISH CARGO

turkishcargo.com.tr