

TİMREPORT

**TİM, TÜRKİYE LOJİSTİK
PORTALI İLE İHRACATI
HIZLANDIRACAK**



**STEVEN YOUNG
BOSCH TÜRKİYE VE
ORTA DOĞU BAŞKANI**

Almanya, ABD ve
Çin'den sonra
Türkiye'de üretilecek

**TİM "İHRACAT 2021
RAPORU"NU AÇIKLADI**



Fransa Taşımalarınız DFDS ile Güvende

Sadece 76 saatlik seyahat süresi, kötü hava koşullarında bile güvenilir taşıma konforu ve her hafta 3 gidiş-dönüş sefer imkanı ile Yalova-Sete rotasında hizmetinizdeyiz.



AİT

OLDUĞUMUZ TOPRAKLAR İÇİN ÇALIŞIYORUZ. KARA, HAVA, DENİZ YA DA INTERMODAL TAŞIMACILIK ALTERNATİFLERİYLE

DÜNYAYI DOLAŞIYORUZ. HİZMET KALİTEMİZ VE ÇÖZÜM DDAKKI YAKLAŞIMIMIZLA

MARKALARA DEĞER KATIYORUZ. BİZE ULAŞIN, HEDEFLERİNİZİ PAVLAŞIN. "BİZ HER ZAMAN BİR YOL BULURUZ." ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN. İSTER NAIROBİ, İSTER SANTIAGO, İSTERSE ZAGREB

GALATA
TAŞIMACILIK VE TİCARİET A.Ş.

+90 850 755 0 458

galpi.com.tr

**Great
Place
To
Work.**



İÇİNDEKİLER

6 **BAŞKAN'DAN**
Gençler ve yeni projelerle
geleceğe hazırlanıyoruz



12 **TİM'DEN HABERLER**
Büyümede ihracat
başrol oynayacak

28 **KAPAK KONUSU**
2021 Raporu ihracatçıya
pusula olacak



36 **SANAYİCİ**
Steven Young
Bosch Türkiye ve
Orta Doğu Başkanı

40 **SEKTÖR DOSYASI**
Maden ihracatçıları
2021'den umutlu

48 **İŞ'TE KADIN**
Sevda Kayhan Yılmaz
Kayahan Hidrolik Yönetim
Kurulu Başkanı

52 **ANALİZ**
İhracatta 'ikinci kuşak'

56 **BAŞARI HİKAYESİ**
İsmet Abaloğlu
Abaloğlu Holding Yönetim
Kurulu Başkan Yardımcısı

64 **MARKA ŞEHİR**
İhracatın batı kanadı
Tekirdağ

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

ŞEF EDITÖR
Peri ERBUL

EDITÖR
Simge SOYEL

GÖRSEL YÖNETMEN
Erkan ALTINDAĞ

MUHABİR
Gizem İRİS

FOTOĞRAF EDITÖRÜ
Ergün ÇOLAKOĞLU

REKLAM MÜDÜRÜ
İlknur ULUSOY

REKLAM SORUMLUSU
Sırma SAMAY YABANCI

İLETİŞİM
RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI
YUNUS APT. NO: 45 KAT: 3
NİŞANTAŞI - ŞİŞLİ / İSTANBUL
+90 212 236 00 50
www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

BASKI
ÖZGÜN OFSET

Dünyaya açıldığınızda da **Anadolubank yanınızda!**

İşiniz dünyanın neresinde olursa olsun,
tüm ithalat ve ihracat adımlarınızda
uzman kadrosuyla **Anadolubank sizinle birlikte.**

Detaylar için sizi şubelerimize bekliyoruz.

Mersis No: 00680113300300024



anadolubank.com.tr



0850 222 55 50



Şube

Bir



iştirakidir



İsmail GÜLLE
TİM Başkanı

Gençler ve yeni projelerle geleceğe hazırlanıyoruz

Son altı ayda yaptığımız ihracat 100 milyar doları aşarken yılın ilk çeyreğinde yakalanan ihracat performansı, senenin kalanında da yeni rekorlara imza atacağımızın haberini veriyor.

Değerli dostlar,

İhracat odağında ilk üç aylık öncü göstergeler, yılın kalan dönemi için de mesaj niteliği taşıyor. Son altı ayda yapılan ihracatımız 100 milyar doları aştı. Tüm dünyada pandeminin yeni dalgalarının yaşanmaması halinde bu yıl için belirlediğimiz hedefin de üzerinde bir ihracat rekoruna imza atabiliriz. Avrupa başta olmak üzere kısıtlamaların uzatıldığı veya artırıldığı mart ayı ihracatındaki artış, hep vurguladığımız gibi Türkiye'nin artık tedarikte güvenli bir liman olduğunun göstergesi oldu.

2020 yılına dönüp baktığımızda gerek ihracat ailemiz gerekse dünya için ilklerle dolu, zorlu bir yıl olduğunu görüyoruz. Pandemi yılı; ekonomiyi, ticareti ve iş yapma biçimlerini doğrudan etkileyen bir yıl olarak tarihe geçti. Türkiye, G-20 ülkeleri arasında böylesine zorlu bir yılı, ekonomik büyüme ile kapatan iki ülkeden biri oldu. Bunun en büyük itici gücü ise tüm zorluklara rağmen üretimi ve ihracatı hiçbir zaman durdurmamamızdır. Çünkü tedarik zincirlerinde yaşanan sıkıntılar neticesinde ithalatçı ülkeler, tedarikte tek kaynağa bağımlılığın olumsuzluklarını tecrübe etti ve yeni arayışa girdi. Dünya artık tek bir bölgeden, tek bir fabrikadan çıkan ürünlere bağımlı olamayacağına farkında. Tedarik krizinin zirve

yaptığı anlarda, ülkemiz alternatif bir güvenilir tedarikçi olarak öne çıktı.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 'Milli Ekonomi, Güçlü Türkiye' sloganıyla mart ayında açıkladığı yeni reform paketinde önemine vurgu yaptığı 'İstikrar ve Güven'in, Türk ihracatçısını tanımlayan sıfatlar olduğunu söyleyebilirim. Küresel pazarda oluşan bu güveni doğru kullanabilmek ve geçen yıl ihracatımızda yakaladığımız ivmeyi sürdürülebilir kılmak adına ciddi çalışmalar yapmaya ve projeler üretmeye devam ediyoruz. Geleneksel hale gelen ve 29 Mart tarihinde kamuoyu ile paylaştığımız İhracat 2021 Raporumuz, geleceğe ışık tutarak ihracatçımıza bir fener olarak istikrarın sürdürülebilir olmasını sağlayacak.

Cumhurbaşkanımızın reform paketi ile ilgili "Çalışmamızın özünde ekonomiyi yatırım, üretim, istihdam ve ihracat temelinde büyüme amacı bulunuyor." açıklamalarını dikkate aldığımızda raporun, belirlenen hedeflere büyük değer katacağına inanıyorum. Raporun hazırlığında 'Küresel Tedarik Zincirindeki Dönüşüm Süreci'ni odağımıza alarak ülkemizin hedeflerini de göz ardı etmedik. Cumhurbaşkanımızın açıklamalarından ihracatçı ailemiz ile aynı hedef ve hayale sahip olduklarını görebiliyoruz.

Beta'da **TİM** demek;

EğiTİM

Her yeni teknolojiyi öğrenip kullanarak veya üreterek katma değer oluşturmak demektir.

ÜreTİM

Şartlar ne olursa olsun üretmekten vazgeçmemek, istihdam sağlamak demektir.

İleTİM

Tüm dünyaya yalnızca elektriği değil kendi değerlerini de taşımak demektir.

YöneTİM

Bir şirketten daha çok, özverili bir takımın kendi kendini yönetmesi ve gelişmekten asla vazgeçmemesi demektir.

DeneTİM

Hatasız ürün üretmeyi kendine görev edinmek kadar iddialı, bunu başarabilmek için de son derece dikkatli olmak demektir.

 **Beta® demek;**

Tüm dünyada
Türk Enerjisi demektir.



12,5

MİLYON TL

■ Doğu Otomotiv, Şekerpınar'daki merkezinde elektrik ihtiyacını karşılamak için **12,5 milyon TL yatırımla solar enerji sistemi kuruyor.** Proje kapsamında Doğu Otomotiv Lojistik Merkezi'ne 11 bin 500 adet solar panel yerleştirilerek şirketin **yıllık enerji ihtiyacının yüzde 62'sinin** karşılanması hedefleniyor.

■ Türkiye'nin **çekici dış ihracatı**, 2021 yılı Ocak-Şubat döneminde geçen yılın aynı dönemine göre **yüzde 143 artışla 133 milyon 261 bin dolara yükseldi.**



Türk savunma sanayisinin zırhlı kara aracı üreticilerinden Katmerciler, askeri araçların katkısıyla ihracat performansını artırdı. Hızır 4x4 Taktik Tekerlekli Zırhlı Araç'ı 2019'da Türk Silahlı Kuvvetleri envanterine katan ve **ilk ihracatını aynı yıl Afrika'ya gerçekleştiren şirket**, 2020'de **ihracatını yüzde 127 artırdı.**

Merkez Bankası (TCMB) Para Politikası Kurulu (PPK), geçen aralık ayından sonra mart ayında sürpriz bir hamle ile faizi beklentilerin üstünde artırdı. **TCMB PPK**, politika faizini "önden yüklemeli ve güçlü bir ilave parasal sıkılaştırma" vurgusuyla **yüzde 17'den yüzde 19'a yükseltti.**

■ Ürettiği bariyer ve güvenlik sistemleri ile 60 ülkeye ihracat gerçekleştiren Arma Kontrol, 2021 yılı üretim hedefleri doğrultusunda İstanbul Beylikdüzü'nde **yeni fabrika kurdu.** Şirket, **5 milyon TL'lik yatırımla** hayata geçirdiği fabrika ile **üretim kapasitesini yüzde 60 artıracak.**

■ Gübretaş Genel Müdürü İbrahim Yumaklı, Hatay'ın İskenderun ilçesinde bulunan **Türkiye'nin ilk kimyevi gübre fabrikasının** 2023 yılından itibaren Türk çiftçisi için **yeniden üretime başlayacağını bildirdi.**

■ İtalya'da Mario Draghi liderliğindeki **hükümet**, yeni tip koronavirüs (Covid-19) salgınının ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerine karşı **32 milyar Euro** tutarında yeni bir ekonomik yardım paketi açıkladı.

Türkiye imalat sektörünün ana ihracat pazarlarındaki faaliyet koşullarını ölçen İstanbul Sanayi Odası (İSO) **Türkiye İmalat Sektörü İhracat İklimi Endeksi**, şubatta yeniden eşik değer 50,0'nin üzerine çıkarak **51,5 düzeyinde gerçekleşti.** İhracat pazarlarındaki talep koşullarında ılımlı seyir sayesinde geçen yılın eylül ayından bu yana **en güçlü iyileşme** sergilendi.

■ Türkiye'den Çin'e süt ürünleri ihracatı izni alabilen 54 firma arasında yer alan Muratbey Peynircilik, bu ülkeye **ilk ihracatını başarıyla gerçekleştirdi.**

■ Almanya Federal İstatistik Ofisi (Destatis) verilerine göre ülkede **İthalat Fiyat Endeksi**, şubatta geçen yılın aynı dönemine göre **yüzde 1,4**, bir önceki aya göre de **yüzde 1,7** yükseldi.

■ Avrupa Merkez Bankası (ECB) Başkan Yardımcısı Luis de Guindos, Euro Bölgesi ekonomisinin **2021 yılının ilk yarısında daralma** beklediğini söyledi.

GÜNEŞ İŞİNİZE GELECEK!

Firmanızın enerji maliyetlerini azaltmanız ve rekabet gücüne güç katmanız için güneşin enerjisini iş yerinize getiriyoruz. Sınırsız, düşük maliyetli, çevre dostu... Güneş enerji santrali sahibi olmak için avantajlı leasing fırsatları ile %100'e varan finansman imkanından yararlanabilir, kendini 4-5 yıl içerisinde amorti edebilen bu değerli yatırımın sahibi olabilirsiniz.



**Göktekin
Enerji**

Türkiye'nin sonsuz enerjisi



goktekinenerji.com

Küresel elektronik devi Samsung ile yaptığı iş birliğinin ardından dikkatleri üzerine çeken Sunny, **ihracat atağına kalktı**. Yurt içinde son üç yılda pazar payını yüzde 16'ya çıkararak şirket, Avrupa'da markalı büyümeye odaklandı.

■ **Yerli bilgisayar markası** Aidata, altı aylık bir Ar-Ge sürecinin ardından geliştirdiği oyun bilgisayarı markası Warp'ü pazara sundu. Aiada, Türk oyun pazarının ihtiyaçlarına cevap vermek üzere tasarladığı Warp ile **bölge ülkelere ihracat yapmayı hedefliyor**.

■ Yerli çağrı merkezi bulutu AloTech, Call Center Studio markasıyla **yurt dışına açıldı**. Son 6 ayda ABD, Kenya, İngiltere, Pakistan, Cezayir, Nijerya, Rusya ve Almanya'da da hizmet vermeye başlayan şirket destek verdiği **ülke sayısını 18'e çıkardı**.

■ Türkşeker'in Burdur ve Yozgat Şeker Fabrikaları, **2020-2021 döneminde** şeker üretiminde rekor kırdı. Böylece Yozgat Şeker Fabrikası fabrika tarihinin, Burdur Şeker Fabrikası ise **son 20 yılın en uzun soluklu üretim dönemini geçirdi**.

■ Teknoloji alanında geliştirdiği ürünleri salgın döneminde DOF Healthcare markasıyla pazara sunan DOF Robotics, salgın döneminde güncellediği 2020 hedeflerini gerçekleştirirken ihracatta ise **toplam ticaret hacminin yüzde 95'ine** karşılık gelen bir oranı yakaladı.

Sanmar, Pakistan Denizcilik Bakanlığı ile 4 adet ASD römorkör ve 2 kılavuz botunun inşası için sözleşme imzaladı. Projenin toplam değeri 33,46 milyon dolar.

%3,5

■ Goldman Sachs daha önce **yüzde 5,5** olarak açıkladığı Türkiye'ye ilişkin 2021 büyüme beklentisini **yüzde 3,5'e** çekti.

■ Türkiye'nin 2021 yılı Şubat ayı yaş meyve sebze ihracatının geçen yılın aynı ayına göre yüzde 23 artarak **250 milyon dolara** çıktı.

■ **Türk otomotiv endüstrisi**, 7 milyar dolarlık ithalatı ve 500 bin adetlik iç pazar büyüklüğü ile Afrika kıtasının en büyük otomotiv pazarı olan **Güney Afrika'yı mercek altına aldı**.

■ **TÜİK, Sanayi Üretim Endeksi'nin ocak ayı verisini açıkladı**. Buna göre sanayi üretimi geçen ocak ayında bir önceki aya göre yüzde 1; bir önceki yılın aynı ayına göre ise **yüzde 11,4 artış** kaydetti.

TUSAŞ'ın uzay alanındaki iştiraki GSATCOM şirketinin Arjantin'e Yüksek Çıkış Gücüne Sahip HTS Haberleşme Uydusu teknolojileri ihraç edeceğini bildiren Savunma Sanayi Başkanı Prof. Dr. İsmail Demir, projenin Türkiye'nin uzay alanındaki ilk ihracatı olacağını açıkladı.

ERTELEDİĞİN TATİLİ BU SENE ERKEN REZERVASYON İLE YAKALA!

Lüksün Wome Halini Keşfetmen İçin Tatil,
Doğa, Deniz ve Huzur **Seni Bekliyor.**



Nisan Ayına
Özel
Avantajlı
Fiyatlar



wome
DELUXE

Koşulsuz
İptal Hakkı



Kredi Kartı
ile Ödeme



444 8 330 | wome.com.tr | +90 542 452 95 95 | [f](#) [t](#) [i](#) | [womedeluxe](http://womedeluxe.com)

Cumhurbaşkanı Erdoğan reform paketini açıkladı

Büyümede ihracat başrol oynayacak

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, değişiklikler ve yenilikler ön gören reform paketini açıkladı. Pakette, Türk ihracatçısının salgın sonrası döneme çok daha güçlü, küresel bir aktör olarak girmesini sağlayacak başlıklar var.



üretim ile ihracatta yeni rekorlar kıran yerli ve milli bir ekonomi hedefliyoruz.” dedi.

Erdoğan, bu yol haritasını kurumlar ve tüm paydaşlarla hep birlikte hayata geçireceklerini söylerken Türkiye'yi dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri haline getirmek için hedeflere mutlaka ulaşılabileceğinin altını çizdi.

HEDEF: İTHAL GİRDİSİNİ AZALTMAK

“Çalışmamızın özünde ekonomiyi yatırım, üretim, istihdam ve ihracat temelinde büyütme amacı bulunuyor.” diyen Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan; üretimde verimlilik artışı sağlayarak potansiyel büyümeyi artırma hedefinde olduklarını vurguladı: “Reel ekonomiyi daha da güçlendirerek, ithal girdi kullanımını azaltmış, katma değerli üretimle ihracatta yeni rekorlar kıran yerli ve milli bir ekonomi hedefliyoruz.”

ÇÖZÜM ÜRETİM VE SANAYİDE

Cari açıkla mücadele kapsamında üç temel politika izlenecek. Bunun formülü ise yapısal cari açığa odaklanmaktan geçiyor. Pakette yer alan açıklamalara göre ikinci strateji ise ihracatı tabana yaymak. Sonraki hedef olarak da sanayide yeşil dönüşümü teşvik konusu belirlendi. “İhracatımızın kilogram başına değeri düşük. Yapısal cari açıkla mücadele işte bu yüzden önemli!” vurgusu yapan Erdoğan; çözümün üretim ve sanayide olduğunu söyledi.

İKİ BAŞKANLIK KURULUYOR

Sanayide kapasite artışı sağlayacak ve rekabet gücünü bir üst basamağa taşıyacak hamleler için adım atıldı. Buna göre ekonomi paketi kapsamında iki yeni bakanlığın kurulacağı açıklandı. Kredi

İhracatın temel noktalardan biri olarak gösterildiği ekonomiye ilişkin reform paketi için Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan “Ekonomiyi yatırım üretim temelinde büyütme amacı taşıyor.” dedi. Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlenen Ekonomi Reformları Tanıtım Toplantısı'nda açıklamada bulunan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan; “Verimlilik artışı sağlayarak potansiyel büyümemizi artıracamız. Ekonomimizi daha da güçlendirerek ithal girdi kullanımını azaltmış katma değerli

“Katma değerli üretim ile ihracatta yeni rekorlar kıran yerli ve milli bir ekonomi hedefliyoruz.”

Garanti Fonu teminatıyla 5'inci ve 6'ncı bölgelerde yapılacak imalata dayalı ithal ikamesini sağlayan ve ihracatı önceleyen yatırımlara uzun vadeli cazip kredi destekleri verilecek. İmalat sanayinin, küresel değer zincirlerine daha güçlü bir şekilde entegre etmek üzere hedef ülkeler özelinde destek programları uygulamaya koyuldu. Yenilikçi ve güçlü bir sağlık endüstrisinin geliştirilmesi amacıyla Cumhurbaşkanlığı'na bağlı Sağlık Endüstrileri Başkanlığı kurulacak. İlaçtan aşıya, medikal cihazlardan biyoteknolojik ürünlere kadar pek çok stratejik malzemenin yurt içi imkanlarla rekabetçi bir şekilde geliştirilmesi ve üretilmesi çalışmaları bu başkanlığın sorumluluğunda yürütülecek.

Ekonomide rekabet gücü kazanma, doğru veriye ulaşma, veriyi analiz etme ve en uygun çözümleri geliştirme konusunda da yine yazılım teknolojilerine ihtiyaç duyuluyor. Ülkemizin bu alandaki kabiliyetlerini geliştirmek, genç istihdamını teşvik etmek ve küresel rekabet gücü kazanmak için Cumhurbaşkanlığı himayesinde bir de Yazılım ve Donanım Endüstrileri Başkanlığı kurulacak.

EKONOMİ PAKETİNDE ÖNE ÇIKAN DİĞER BAŞLIKLAR

- **Elektrik enerjisi depolama** tesislerinin kurulmasına yönelik yasal alt yapı tamamlanıyor.
- **Doğalgaz** piyasası yeniden yapılandırılıyor, bu alan rekabetçi bir temelde geliştiriliyor.
- **Madencilik**, petrol ve doğalgaz arama ve üretiminde yatırım ortamı iyileştiriliyor, yatırım güvencesi artırılıyor.
- **İhraç ürünlerinin** daha hızlı ve daha düşük maliyetle pazarlara erişimi için yurt dışında lojistik merkezleri kuruluyor.
- **Yeni nesil ihtisas serbest bölgelerini** faaliyete geçirerek, yüksek teknoloji mal ve hizmet üretiminde kümelenme teşvik ediliyor.
- **EXIMBANK** ihtiyaçlar ve uluslararası uygulamalar dikkate alarak yeniden yapılandırılıyor.
- **Kredi Garanti Fonu** katma değeri yüksek üretimi ve nitelikli istihdamı uygun maliyetli selektif kredilerle destekleyecek şekilde geliştiriliyor.

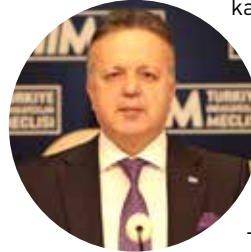
Kredi Garanti Fonu teminatıyla 5'inci ve 6'ncı bölgelerde yapılacak imalata dayalı ithal ikamesini sağlayan ve ihracatı önceleyen yatırımlara uzun vadeli cazip kredi destekleri verilecek.

- **Sorunlu kredilere** yönelik Girişim Sermayesi Fonları'nın kurulması amacıyla mevzuat altyapısı oluşturuluyor.
- **Varlık yönetim şirketlerinin** rekabetçi ve kurumsal bir yapıda faaliyet gösterebilmeleri için bu şirketlere uygulanan damga, harç ve kaynak kullanımını destekleme fonu kesintisi istisnasını süresiz hale getiriliyor.
- **Perakende** de haksız ticaret uygulamalarının ortadan kaldırılması amacıyla AB mevzuatına uygun yeni düzenlemeler yapılıyor.
- **Ticaret sicili** hizmetlerinde dijitalleşme geliştirerek şirket kuruluşlarının süratle tamamlanabilmesi ve şirketlerin hızlı karar alabilmesi sağlanıyor.

"200 MİLYAR DOLAR İHRACAT HAYAL DEĞİL"

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle ise paketin oluşturulan hedeflere büyük katkı sağlayacağına inandığını açıkladı.

TİM Başkanı Gülle'nin konuyla ilgili değerlendirmesinde ise şunları kaydetti: "Cumhurbaşkanımızın, ihracata ve alın teri döken ihracatçıya desteklerinin, önceden olduğu gibi bundan sonra da durmaksızın devam etmesinden büyük memnuniyet duyuyoruz. Ülkemiz geleneksel ürünler üreten ve ihraç eden diğer gelişmekte olan ülkelere pozitif yönde ayrışıyor. 2020 yılını hedefimizin üzerinde 169,5 milyar dolarla kapattık. Pandemiye rağmen yakalanan bu başarı, 2021 yılının başında da devam ediyor. Ocak ve şubat aylarında, aylık ihracat rekorunu kırdık. Şubat ayında gerçekleştirilen 16 milyar 12 milyon dolarlık ihracat, bu seneye dair beklentilerimizde ne



kadar haklı olduğumuzu ortaya koydu. Bu seneki hedefimiz olan 184 milyar doları geçeceğimize inancımız tam ve artık görüyoruz ki 200 milyar dolar Türk ihracatı için hayal değil. Tüm bu başarılarda, ihracatçı ailemizin pandemi şartlarına hızlı adaptasyonu büyük rol oynadı. Pandemi sürecinin başından beri hem yurt içi tedariki aksatmamak hem de ihracatı sürdürebilmek adına fabrikalarımızı kapatmadan, hep birlikte seferber olduk ve üretime aralıksız devam ettik. Bugün, o dönem gerçekleştirdiğimiz çalışmalarımızın meyvelerini topluyoruz. Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın liderliğinde ve ilgili tüm kurumlarımızın çabalarıyla küresel toparlanma döneminde Türkiye'nin hedeflerine hızla ulaşması için desteğe devam edeceğiz."

"Geleceğin ihracatçılarını yetiştireceğiz"

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Milli Eğitim Bakanlığı ve Ticaret Bakanlığı ihracatçı firmalarda dış ticaret alanında nitelikli ve yetişmiş çalışan ihtiyacının giderilmesi amacıyla önemli bir iş birliğine imza attı.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ülke ekonomisine katkı sağlayacak nitelikli iş gücü ihtiyacını karşılamak için gençlere eğitim desteğine devam ediyor. Bu kapsamda Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü ile Türkiye İhracatçılar Meclisi arasında 'Dış Ticaret Meslek Liseleri Tanıtım ve Alt Protokolü' imzalandı. İmzalanan protokol kapsamında mezun olan öğrencilere ihracatçı firmalarda istihdam, burs, eğitim ve staj gibi birçok destek sağlanacak.

İHRACATÇILARIMIZIN EN ÖNEMLİ İHTİYACI NİTELİKLİ İŞ GÜCÜ

'Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye' hedefine giden yolda, ihracatçı firmaların en önemli ihtiyacının nitelikli iş gücü olduğuna dikkat çeken Gülle şunları kaydetti: "Bu nitelikli iş gücünü oluşturmak adına, mesleki eğitim faaliyetleri kritik öneme sahip. Dış ticaret alanında kariyer yapmak isteyen pırıl pırıl birçok gencimiz var. İşte bu gençleri hem hayata hem de ihracat ailesine kazandırmayı hedefliyoruz."

PROTOKOL KAPSAMINDAKİ OKULLAR

	BİRLİK	İL	OKUL
1	AKİB	Mersin	Zeytinlibahçe Dış Ticaret Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
2	EİB	İzmir	İzmir Dış Ticaret Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
3	GAİB	Gaziantep	GAHİB Halıcılık ve Dış Ticaret Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
4	İİB	İstanbul	Esenyurt Sander Dış Ticaret Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
5	İTKİB	İstanbul	Küçükçekmece Zehra Mustafa Dalgıç Dış Ticaret Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
6	İMMİB	İstanbul	Üsküdar Dış Ticaret Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

VANA VE YANGIN KORUNUM SİSTEMLERİNDE MİLLİ VE YERLİ ÜRETİM 1965'TEN BERİ...

Duyar Vana'nın 1965 yılında küçük bir atölyede başladığı yolculuğu bugün 5 kıtadan 75 farklı ülkede devam ediyor. Dökümden başlayarak üretimin her aşamasını kendi tesislerimizde gerçekleştirdiğimiz HVAC ve Yangın Ürünlerinde milli ve yerli üretici olmanın ve tüm dünyada ülkemizi temsil etmenin haklı gururunu yaşıyoruz.



[in](#) [f](#) [@](#) [t](#) /DuyarVana
DuyarVana.com.tr



Since 1965

İhracatçı kadınlardan Afrika'ya sanal çıkarma

TİM Kadın Konseyi, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nde; Afrika'ya kadın ihracatçılara özel sanal ticaret heyeti düzenledi. Programa Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın eşi Emine Erdoğan da yazılı bir mesaj göndererek katıldı.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), kadın ihracatçı sayısını artırmak ve ihracat alanında daha etkin olmalarını sağlamak hedefiyle çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor. Bu kapsamda Covid-19 sürecinde daralan uluslararası ticaretin etkilerini azaltmak için T.C. Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ve TİM organizasyonu ile 8-15 Mart tarihleri arasında ihracatçı kadınlara yönelik Güney Afrika, Nijerya, Kenya ve Tanzanya'yı kapsayan Afrika Sanal Genel Ticaret Heyeti düzenledi.

RUHSAR PEKCAN: "KADIN YÖNETİCİ SAYIMIZ 244 BİNE YÜKSELDİ"

Afrika'ya kadın ihracatçılara özel sanal ticaret heyetinde konuşmasına tüm kadınların 8

Mart Dünya Kadınlar Günü'nü kutlayarak başlayan Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan; "Ülkemizde son 15 yılda kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 23'lerden yüzde 34 seviyelerine ulaşmış, işveren kadın sayımız 49 binden 129 bine, kendi nam ve hesabına çalışan kadın sayımız ise 490 binden 800 bine, yönetici sayımız 126 binden 244 bine yükselmiştir. Bugüne kadar farklı mal ve hizmet sektörlerimizle ilgili 19 sanal fuar, 154 binin üzerinde katılımıyla tamamlandı. Afrika stratejimizi başlattığımız 2003 yılında kıta ile yaklaşık 5,4 milyar dolar olan ticaret hacmimiz 5 kat artarak 25 milyar 300 milyon dolar seviyesine ulaştı." dedi.

"HEDEFİMİZ KADINLARLA ERKEKLERİN İHRACATA EŞİT KATILDIĞI TÜRKİYE"

Konuşmasında kadınların son yıllarda daha aktif rol aldığına dikkat çeken TİM Başkanı İsmail Gülle; TİM Kadın Konseyi'nin yaptığı çalışmaları aktardı. Afrika'nın en büyük 10 tedarikçileri arasında Türkiye'nin de olduğuna vurgu yapan Gülle; "Türkiye, Afrika'ya 2020 yılında 15 milyar 246 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Afrika'nın ihracatımızdaki payı ise yüzde 9 oldu. Ardı ardına ihracatta rekorlara imza attığımız bu dönemde hedefimiz bu yıl, kıtaya 20 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirmek." şeklinde konuştu.

EMİNE ERDOĞAN'DAN TİM KADIN KONSEYİ'NE TEBRİK MESAJI



Düzenlenen sanal ticaret heyetine mesaj ile katılan Emine Erdoğan; "Kıymetli Türkiye İhracatçılar Meclisi Ailesi, hangi coğrafyada olursa olsun kadınların kalkındırılması, tüm dünyayı olumlu yönde etkileyecek bir güce sahiptir. Farklı toplumların kadınlarının ortak meseleleri, kardeşlik temeli üzerine kurulan iş birlikleriyle çok daha rahat çözülebilir. Afrika kıtası, ülkemizde ve gönüllerimizde çok özel bir yere sahiptir. O nedenle Afrikalı kadınları destekleyen, aramızdaki diyalogu ve iş birliğini güçlendiren girişimler takdire

şayandır. Kadın ihracatçıların, Afrika Sanal Ticaret Heyeti'nin son derece hayırlı işlere vesile olacağına inanıyorum. 2005 yılında ülkemizin başlattığı Afrika Açılımı nice güzel meyve verdi. Bunlardan birisi de Afrikalı kadınların, el emeklerinin değerlendirilebileceği adil bir pazar olan Afrika El Sanatları Pazarı ve Kültür Evi'dir. Ankara'da faaliyet gösteren merkez, Afrikalı kadınların el emeklerine saygının bir ifadesidir. Afrika Sanal Ticaret Heyeti'nin de bu çalışmaya aktif katılımını bekliyorum, gayretlerinizin daim olmasını diliyorum." ifadelerini kullandı.

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



TİM ve İTÜ uydular için yerli güneş paneli geliştirecek

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) arasında Türkiye'nin 'Milli Uzay Programı' hedeflerine katkı sağlayacak iş birliği protokolü imzalandı. Protokolle İTÜ Uzay Sistemleri Tasarım ve Test Laboratuvarı bünyesinde İnovaTİM koordinasyonu ile yürütülecek 'Nano, Mikro, Küp Uydularda Çok Fonksiyonlu Güneş Paneli Ar-Ge Projesi' hayata geçecek.



dedi.

SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME VE İHRACAT

Törende konuşma yapan TİM Başkanı İsmail Güllü; "Sürdürülebilir büyüme ve ihracatın yolu; katma değerli ihracat, Ar-Ge ve inovasyondan geçiyor. Üniversite-sanayi iş birliği de bu açıdan çok önemli. Üniversitelerdeki bilimsel kaynakların sanayiye aktarılması ekonomik değere dönüşmesini sağlamalıdır." dedi.

İmzalanan protokolle ilgili olarak şu bilgileri paylaştı: "İTÜ Uzay Sistemleri Tasarım ve Test Laboratuvarı bünyesinde, İnovaTİM koordinasyonu ile yürütülecek, 'Nano, Mikro, Küp Uydularda Çok Fonksiyonlu Güneş Paneli Ar-Ge Projesi'ni başlatıyoruz. Türkiye'nin en genç, en inovatif ailesi İnovaTİM'in, böylesine önemli bir projenin paydaşı olmasından ayrıca gurur duyuyoruz. Projemizle Nano, Mikro ve Küp Uydular'da kullanılan güneş panellerinin ekonomik üretim teknikleri ve geliştirme süreçleri üzerine kabiliyet kazanılmasını amaçlıyoruz. Projenin 2023 yılında amacına ulaşmasıyla birlikte düşük maliyetle ve yenilikçi teknikler ile geliştirilen güneş panellerinin ihracat seviyesine gelmesini öngörüyoruz. Önümüzdeki dönemde bu panellerin kilogram başı ihracat değerimize de olumlu katkı sağlayacağına inanıyoruz." dedi.

İNOVATİM ETKİ ALANI YÜKSEK ÖNEMLİ PROJELER GERÇEKLEŞTİRİYOR

150 farklı üniversiteden binlerce üniversite öğrencisinin yer aldığı İnovaTİM'in gurur kaynağı olduğunu ve etki alanı yüksek önemli projeler gerçekleştirdiğine vurgu yapan Güllü; "İnovaTİM Proje Takımları uluslararası yarışmalara katılarak ülkemizi başarıyla temsil ediyor. Liselerde Yapay Zeka ve İnovasyon Eğitimleri Projesi ile 10 bini aşkın liseli öğrenciye inovasyon, IoT ve yapay zeka üzerine eğitimler veriyor." dedi.

TİM Başkanı İsmail Güllü ve İTÜ Rektörü Prof. Dr. İsmail Koyuncu'nun katılımıyla TİM'in Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen imza töreninde; NASA'da çalışmalarını sürdüren Astrofizikçi Dr. Umut Yıldız, uzay teknolojilerinin gençler için önemini çevrimiçi katılımlar anlattı. Prof. Dr. Alim Rüstem Aslan da projenin sunumunu gerçekleştirdi. İmza törenine İnovaTİM'li öğrenciler de katıldı.

100 İNOVATİM'Lİ ÖĞRENCİ PROJEDE

Projeye 100 İnovaTİM'li öğrenci iki yıl boyunca proje süreçlerine dahil olarak know-how elde edecek. Projenin 2023 yılında amacına ulaşmasıyla birlikte düşük maliyetle ve yenilikçi teknikler ile güneş panellerinin geliştirilmesi ve ihracat seviyesine gelmesi öngörülmüyor. TİM Başkanı İsmail Güllü; "İTÜ iş birliğiyle hayata geçireceğimiz projemizle 2023 yılında, Milli Uzay Programımıza katkı sağlamayı hedefliyoruz."

YOUR ONE STOP SUPPLIER FOR PACKAGING

180.000 Tonnes Yearly Production Capacity
2.000 Employees
Exporting to Over **80** countries



İstikrarla büyüyerek
ulusal ve uluslararası alanda
ülkemizin gururu olmayı başardık....

Çünkü birlikte çok çalıştık!

Our Products
Ürünlerimiz

Flexible Packaging
Products
Flexible Ambalaj

Garbage Bags
Çöp Torbası

Carrier Bags
Taşıma Poşetleri

Sacks
Torbalar

Shrink Film
Shrink Film

Packaging Films
Ambalaj Filmleri

Stretch Film
Stretch Film

Stretch Hoods
Stretch Palet Örtüsü

Shrink Hoods
Shrink Palet Örtüsü

Industrial Films
Endüstriyel Ürünler

Agriculture &
Horticulture Films
Zirai Ürünler

Disposable Products
Tek Kullanımlık
Ürünler

TİM'den Hindistan'a sanal çıkarma

Türkiye İhracatçılar Meclisi, Covid-19'un ihracattaki etkilerini azaltmak hedefiyle oluşturduğu Sanal Ticaret Heyeti programlarına 15-26 Mart tarihleri arasında Hindistan ile devam etti.

Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda TİM organizasyonu ile düzenlenen Hindistan Sanal Ticaret Heyeti programının açılışını Ticaret Bakan Yardımcısı

Gonca Yılmaz Batur, Türkiye'nin Yeni Delhi Büyükelçisi Şakir Özkan Torunlar, TİM Başkanı İsmail Gülle gerçekleştirdi.

İKİ ÜLKE ARASINDA DIŞ TİCARET HACMI 5,7 MİLYAR DOLAR

Programın açılışında konuşan TİM Başkanı İsmail Gülle, Türkiye'nin 2025'te dünyanın en büyük beşinci, 2030'da ise dünyanın en büyük üçüncü ekonomisi olması beklenen Hindistan'a kayıtsız kalamayacağını ifade



etti. Gülle; "Türkiye-Hindistan Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması 2010'lu yılların başında gündeme geldi ve ortak çalışma grubuyla

girişimler başladı. Anlaşmanın nihayete erdirilip hayata geçirilmesinin ikili ticari ilişkilerde güçlü bir etki yapacağına inanıyoruz. Hindistan'daki iş fırsatlarını, en iyi şekilde değerlendirmek istiyoruz. 2020 yılında Türkiye-Hindistan dış ticaret hacmi 5,7 milyar dolar seviyesini yakaladı. Bu yılın ocak-şubat döneminde Hindistan'a ihracatımız, geçen senenin aynı dönemine göre yüzde 9 artarak 173,4 milyon dolar olarak gerçekleşti." dedi.

5,7

MİLYAR DOLAR

2020 yılında Türkiye-Hindistan dış ticaret hacmi

%9

Hindistan'a yönelik ihracat artışı

Türkiye'den dünyaya 5 milyar dolarlık medikal ihracat

Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği organizasyonunda düzenlenen 'Medikal Tekstil ve Kişisel Koruyucu Ekipman Sektörü Sanal Ticaret Heyeti' programında Türkiye'nin tıbbi ürün ihracatındaki başarısına dikkat çekildi.



Ticaret Bakanlığı koordinasyonundaki programın açılışını Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, Türkiye'nin Viyana Büyükelçisi Ozan Ceyhun, TİM Başkanı İsmail Gülle ve Güneydoğu Anadolu İhracatçı

Birlikleri (GAİB) Koordinatör Başkanı Ahmet Fikret Kileci katıldı.

TIBBİ ÜRÜN İHRACATI KATLANDI

TİM Başkanı İsmail Gülle konuşmasında sağlık ürünlerine artan talebe dikkat çekti: "2020 yılında dezenfektan ihracatımız yüzde 2115 artışla

243 milyon dolara, solunum cihazı ihracatımız yüzde bin 195 artışla 48 milyon dolara, cerrahi eldiven ihracatımız ise yüzde 1164 artışla 53 milyon dolara ulaştı. 2020'de medikal ürünlerde Almanya'ya 495 milyon dolar (yüzde 207), Fransa'ya 138 milyon dolar (yüzde 160), Avusturya'ya ise 41 milyon dolar (yüzde 195) olarak gerçekleşti."

GAZİANTEP ÖNE ÇIKTI

GAİB Koordinatör Başkanı Ahmet Fikret Kileci, "Medikalde kullanılan teknik tekstil ürünü dokunmamış kumaşların neredeyse yüzde 90'ı Gaziantep ve çevresinde üretiliyor. 2020 yılında Türkiye'nin maske-tulum-önlük ihracatının 141 milyon 916 bin dolarlık kısmı GAİB üyeleri tarafından yapıldı." şeklinde konuştu.

Dünya'nın çeliğini üretiyoruz.

Yüzlerce farklı kültürde yaşama değer,
Türk ekonomisine güç katıyoruz.

Yıldız Demir Çelik olarak 2019 yılında yaptığımız ihracat ile sektöründe en çok büyüme gösteren ilk üç firmadan biri olmanın gururunu ve onurunu yaşıyoruz.



YILDIZ
DEMİR ÇELİK



YILDIZLAR
YATIRIM
HOLDİNG

Bulgaristan ve Romanya'ya ihracat ve Türk yatırımları artıyor

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, Bulgaristan ve Romanya'ya yönelik gerçekleştirilen Sanal Ticaret Heyeti programında yaptığı konuşmada iki ülkedeki Türk sermayeli şirketlerin yatırımlarına ve bu ülkelere olan ihracat artışına dikkat çekti.



Bulgaristan ve Romanya'ya yönelik katılımcı firmalara yeni iş birlikleri ve satışlar için fırsatlar doğuracak; ihracat rakamlarını iki ülkede artıracak Sanal Ticaret Heyeti programı düzenledi.

Bölgedeki soydaşların iki ülkeyle ilişkilerde köprü vazifesi gördüğünü vurgulayan TİM Başkanı İsmail Gülle; "Ülkemiz iş insanlarının Bulgaristan'da, 65 büyük yatırımı mevcut. 3 bini aşkın Türk sermayeli şirket, ülkede faaliyet gösteriyor.

Romanya'da ise 18 bine yakın Türk sermayeli firma bulunuyor. Bulgaristan'a ihracatımız 2020 yılında yüzde 49 artışla 2,6 milyar dolara ulaştı. Romanya'ya ise 2020'de 3,9 milyar dolara yükseldi." dedi.

"İKİ ÜLKEYE İHRACATIMIZ DA ÖNEMLİ ARTIŞLAR VAR"

Romanya ve Bulgaristan'a yapılan ihracatın son yıllarda arttığına dikkat çeken Gülle şunları söyledi: "Bulgaristan'a ihracatımızda 2020'de 321 milyon dolarla tekstil, kimyevi madde ve demir ve demir dışı metaller sektörleri başı çekiyor. Romanya'ya yapılan ihracatta ise 696 milyon dolarla otomotiv, sonrasında ise çelik ve kimyevi maddeler sektörlerinin ilk üç sırada yer alıyor."

TİM-TEB kadın teknoloji girişimcilerini buluşturdu

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Türk Ekonomi Bankası (TEB) ortaklığında Türkiye'nin girişimcilik, teknoloji ve ihracat alanlarında gelişimine katkı vermek amacıyla 2015 yılında hayata geçirilen TİM-TEB Girişim Evleri teknoloji odaklı girişimcilere dünyaya açılma fırsatı sunuyor.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Türk Ekonomi Bankası (TEB) ortaklığında 'TİM-TEB Girişim Evi Kadın Teknoloji Girişimcileri Buluşması' düzenlendi. TİM Başkanı İsmail Gülle, 2015 yılından bu yana 150'yi aşkın kadın girişimciyi, TİM-TEB Girişim Evi bünyesinde

desteklediklerini belirterek; "Destek verdiğimiz kadın girişimcilerimiz, bini aşkın kişiye istihdam sağladı. 2019 yılında, desteklediğimiz kadın girişimcilerimiz 12 milyon dolarlık ihracata imza atarak bayrağımızı dünyanın dört bir köşesinde dalgalandırdılar." dedi.

"SÜRDÜREBİLİR BİR KALKINMA ANCAK KADINLARIMIZLA MÜMKÜN"

Gülle, sözlerini şöyle sürdürdü: "Biz, 'Güçlü Kadın, Güçlü İhracat, Güçlü Türkiye' diyerek sürdürülebilir bir kalkınmanın ancak ve ancak kadınlarımızla mümkün olduğunun bilincindeyiz. TİM Kadın Konseyimiz, çok kısa bir süre içerisinde TİM Women Export Talks'lardan, fiziki ve sanal ticaret heyetlerine, İhracatta Sıfır Atık Projesi'nden, TİM Kadın Sürdürülebilirlik Raporu'na kadar pek çok önemli projede önemli bir sorumluluk üstlendiler."

Pandemiye rağmen rekor kırdılar

Ticaret Bakanlığı, ağustos ayı dış ticaret rakamlarını açıkladı. İhracat, ağustosta geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 5,74 azalarak 12 milyar 463 milyon dolar oldu. İthalat ise aynı dönemde yüzde 20,64 artarak 18 milyar 776 milyon dolar olarak gerçekleşti. Ağustosta küresel piyasalarda ons fiyatı 2.000 dolara geçen altının ithalatı dört kat arttı. 4 milyar 82 milyon dolarlık ithalat gerçekleşti. İthalattaki artışın büyük kısmı da buradan kaynaklandı. İthalat, altın kalemi hariç tutulduğunda yıllık bazda yüzde 0,3 daraldı, ihracatın

ithalatı karşılama oranı da yüzde 82,9'a çıktı. İthalattaki artışın büyük kısmı da buradan kaynaklandı. İthalat, altın kalemi hariç tutulduğunda yıllık bazda yüzde 0,3 daraldı, ihracatın karşılama oranı da yüzde 82,9'a çıktı. Dış ticaret açığı da ağustosta 6,3 milyar dolar olarak belirlendi. Pandemi döneminin tüm olumsuzluklarına rağmen yas meyve-sebze, cimento-çam, savunma ve havacılık, mobilya, kağıt-orman, hububat ve meyvesebze mamülleri gibi bazı önemli sektörler en iyi 8 aylık performansını gösterdi.

İlk yarıda 573 milyon dolarlık maske ve koruyucu giysi ihraç edildi

Türkiye, tüm dünyada salgının damga vurduğu 2020'nin ilk yarısında 573 milyon dolarlık tıbbi ve kumaş maske ile koruyucu giysi ihracatı gerçekleştirdi. Zorlu süreçte ülke ekonomisi için stratejik önemini bir kez daha kanıtlayan Türk hazır giyim endüstrisi, hem yurt içindeki ihtiyacı karşıladı hem de salgınla mücadele eden onlarca ülkenin imdadına yetişti. Türk hazır giyim

endüstrisinin talebi karşılamak için üretim banlarında hızla gerekli değişimi yaptığını aktaran Gültepe, "Bıçak gibi kesilen siparişler nedeniyle firmalarımız insan ve mayısta kapasitelerini en aza düşürdü. Bazı firmalarımız geçici olarak üretimlerini durdurdu. İşte tam bu süreçte artan maske ve koruyucu giysi talebini karşılayarak hem salgınla mücadeleye katkı sunmak hem de istihdam için için

birçok firmamız bu alana yöneldi. Bu tesislerimizde öncelikle ülkemizin ihtiyacını karşıladık. Sektörün erken davranmasına rağmen bürokratik nedenlerle kumaş maske ihracatına geç başladığımızı aktaran Gültepe, "Eğer daha hızlı hareket edebilsейdik bugün dünyada çok daha fazla insana maske ulaştırabilir, 6 aylık ihracatta 1 milyar doları yakalayabilirdik." ifadesini kullandı.

İhracat hedefine adım adım

Yılın ilk 11 ayında Türkiye 151 milyar 704 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Kasım ayında ise 16 milyar 88 milyon dolarlık ihracat yapıldı. Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle, "Yeni Ekonomi Programı 2020 ihracat hedefimiz olan 165,9 milyar dolara emin adımlarla yürümeye devam ediyoruz" dedi.

Türkiye'nin kasım ayı ihracatı pandemi ve takvim etkisiyle geçen yılın aynı aynaya

kıyasla yüzde 0,95 azalarak 16 milyar 88 milyon dolar, ithalat ise yüzde 16,07 artışla 21 milyar 158 milyon dolar oldu. Twitter hesabından kasım ayı ihracat rakamlarına ilişkin değerlendirmede bulunan Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, "Kasım'da dış ticaret hacimimiz yüzde 8,05 artarak 37 milyar 246 milyon dolar olarak gerçekleşirken, ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 76,0, altın hariç karşılama oranı ise yüzde 86,3 olmuştur" dedi.

Yaş meyve sebze ihracatı mart ayında da hız kesmeden devam ediyor.

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yürütme Kurulu Başkanı Nejat Sin, 2020 Mart ayında Türkiye'nin yaş meyve sebze ihracatının geçen yılın aynı aynaya göre yüzde 25 artışla 179 milyon doları ulaştığını, Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin ise bu dönemde yüzde 16 artış yakalayıp, 83 milyon dolarlık dış

satım gerçekleştirdiğini açıkladı. Yaş meyve sebze sektörünün milyonlarca insanın geçim kaynağı olduğunu ve milli ekonomiyeye net döviz girdisi sağlayan sektörler arasında ilk sıralarda yer aldığını vurgulayan Başkan Sin, koronavirüs salgınınun uluslararası alanda yaratmış olduğu etkiye rağmen Ekonomik İstikrar

Kalkınma Tehdit Paketi ve Temasız İhracat Modeli gibi çözümler sayesinde yaş meyve sebze ihracatını kesintiye uğramadan devam ettirdiklerini söyledi. Mart ayında en çok ihraç edilen ürünlerin 52,53 milyon dolar ile domates, 29,46 milyon dolar ile limon ve 18,94 milyon dolar ile biber olduğu bilgisini verdi.

Biz bu yıl "umutları" taşıyoruz.

*Bu içerik 2021 Lima Lojistik mottosundan ilham alınarak oluşturulmuştur.



Fiyat istikrarı, Türk lirasının değeri ve ihracat

DR. CAN FUAT GÜRLESEL

Sürdürülebilir bir ihracat, ihracatta rekabetçi olabilmek ve ihracat artışı için fiyat istikrarı ve buna bağlı olarak yine öngörülebilir bir para birimi yani Türk lirası gerekli şartlardır. Fiyat istikrarı ve para biriminin öngörülebilir olmadığı durumlarda ihracat sürdürülebilir ve kârlı olmaktan çıkmaktadır. Fiyat istikrarı sadece ihracat için değil, aynı zamanda makro ekonomik ve finansal istikrar için de gerekli şarttır.

İhracat için fiyat istikrarının gerekli şart olmasının dört ana nedeni bulunmaktadır. İlk olarak enflasyonun yarattığı maliyet artışları ile ihracatçı firmaların rekabet gücü olumsuz etkilemektedir. İkinci olarak enflasyon para biriminin nominal ve reel değerinde dalgalanmalara yol açmakta ve ihracatı ve/veya ihracattaki kârlılığı sınırlamaktadır. Üçüncü olarak ise ihracatçı firmaların enflasyon ortamlarında Ar-Ge, patent, tasarım, yüksek katma değerli üretim gibi rekabet avantajı sağlayacak faaliyetlere yeterince kaynak ve zaman ayıramamaktadırlar. Firmalar sürekli döviz kurlarındaki dalgalanmalar ile uğraşmakta, büyük kayıplara verebilmekte zaman zaman da kazançlar sağlayabilmektedirler. Dördüncü olarak ise ihracatçıları işleri ile ilgili fiziki yatırımları yerine kendilerini enflasyondan koruyacak diğer yatırımlara yönelmektedir.

Türkiye ihracat için gerekli fiyat istikrarı koşullarını en uygun olarak 2002-2008 yılları arasında yaratmıştır. Güçlü ekonomiye geçiş programı ve ardından gelen reform uygulamaları enflasyonu hızla düşürmüştü ve kalıcı fiyat istikrarına yaklaşılmıştır. Bu dönemde Türkiye'nin ihracatı, 2002 yılında 36,1 milyar dolar iken sadece altı yıl sonra 2008 yılında 132 milyar dolara yükselmiştir. Uzun yıllar sonra gelen fiyat istikrarı ile yatırımlar sonucu Türkiye'nin ihracat profili de hızla değişmiş ve çeşitlenmiştir. Aynı dönemde Türk lirası da yüzde 18 değerlenmiştir. İhracat artışı buna rağmen gerçekleşmiştir. Firmalar düşük enflasyon döneminde verimlilik ve etkinliğe önem vererek yüksek enflasyonun altına gizlenen işletme yüklerinden büyük ölçüde kurtulmuştur.



2009 ve 2010 yıllarında fiyat istikrarı küresel krizden olumsuz etkilenmiştir. 2011 yılından 2017 yılına kadar ise enflasyonda bir katılışma oluşmuştur. Enflasyonda katılık gerekli yapısal reformların yapılmaması nedeniyle ortaya çıkmıştır. Sadece para politikası tek başına fiyat istikrarı için yeterli olmaktan çıkmıştır. Ayrıca 2015 yılından itibaren enflasyon hedeflemesi terk edilmiş ve fiyat istikrarı hedefine finansal istikrar ve büyüme hedefleri de eklenince enflasyonla mücadelede hedef şaşırmıştır. Türk lirasındaki değer kaybı da 2015 yılı ilk aylarında başlamıştır.

2017 yılı başından itibaren ise enflasyonla mücadelede radikal politika değişiklikleri olmuştur. İlk olarak hızlı kredi büyümesi ve iç tüketim artışı ile sağlanan büyümeye öncelik verilmeye başlanmıştır. İkinci olarak ise enflasyon nedeni olarak arz eksikliği görülmüş, üretim artışı öne çıkarılmış ve bu amaçla genişletici kredi ve düşük faiz oranları uygulanmıştır. Bu radikal politika değişiklikleri enflasyonda artışa yol açmış ve Türk lirasındaki değer kaybı da hızlanmıştır. Enflasyon beklentileri ve fiyatlama davranışları bozulmuş özellikle üretici fiyatlarında yüksek artışlar oluşmuştur. 2018 yılı ikinci yarısındaki finansal şoklar ile de beslenen enflasyon önemli ölçüde yükselmiş ve Türk lirası değer kaybetmiştir. Hemen ardından uygulamaya konulan ekonomide dengelenme politikaları sonuçlarını vermeye başlarken bu kez 2019 yılı temmuz ayında

Merkez Bankası Başkanı değişimi ile negatif faiz temelli bir para politikası benimsenmiştir. Negatif faiz politikası ekonomide enflasyon ve cari açığa hızlı bir artışa yol açarken, Türk lirasında değer kaybı hızlanmıştır. Türk lirasının değerini korumak için Merkez Bankası döviz rezervleri satış yönünde kullanılmış ve Merkez Bankası net döviz rezervleri negatife dönmüştür. 2020 yılı Kasım ayında finansal kırılganlıklar önemli ölçüde artınca yeniden Merkez Bankası Başkanı değişmiş ve sıkı para politikasına geçilerek olası bir döviz krizi engellenmiştir.

T.C. Merkez Bankası sıkı para politikasına fiyat istikrarı için geçmiş bulunmakla birlikte kısa vadede ilk öncelik Türk lirasındaki değer kaybını engellemek ve Türkiye'ye yönelik sıcak para girişini yeniden başlatarak ödemeler dengesi krizinden kaçınmak olmuştur. Bu süreçte yerli ve yabancı yatırımcıların gereğinden fazla yaratıkları iyimserlik ile Türk lirası 2021 yılının ilk iki ayında bu kez önemli ölçüde değerlenmiştir. Ancak küresel enflasyon endişelerinin ortaya çıkışı ve dışarıda faizlerde yaşanan artışlar sonrası T.C. Merkez Bankası faiz oranlarını yüzde 19,0'a yükseltmiştir. Bu kararın bir gün sonrasında ise Merkez Bankası Başkanı yine görevden alınmıştır. Bu karara tepki olarak Türk lirası da bir gün içinde yüzde 17'ye yakın oranda değer kaybetmiştir.

Son 20 ay içinde dört Merkez Bankası Başkanı değişimi ve sürekli farklı politikalara geçiş ile güven ortamı tamamen kaybolmuştur. Türk lirasındaki bu değer kaybı ile geçen yılın kasım ayında yaşamaktan son anda kurtulduğumuz finansal kırılganlıkların olasılıkları yükselmiştir. Yeni Merkez Bankası'nın bir faiz indirimi kırılganlıkları daha da artıracaktır.

Para politikasında yaşanan bu istikrarsızlık, güven bunalımı ve Türk lirasındaki değer kaybı ile ihracatta artış ve istikrar beklemek de haksızlık olacaktır. Kurların artışı ihracatı kısa vadede destekliyormuş gibi görünebilir ancak orta vadede kur artışlarının yaratacağı başta maliyet artışları olmak üzere tüm koşullar ihracatı ve ihracatçıyı olumsuz etkileyecektir.

DÜNYA BOR LİDERİ
ETİ MADEN

86 YILDIR TÜRKİYE'NİN GÜCÜNE GÜÇ KATIYOR

%73'üne sahip olduğu dünya bor rezervleriyle yaşam için geleceği tasarlıyor,
geçmişinden aldığı güçle Türkiye'nin doğal gücünü dünyaya ulaştırıyor.



Gelecek Borda, **Bor Eti Maden'de!**

 **ETİMADEN**
for life

“Dış ticaret sistemine dokunmayan reform olmaz...”

PROF. DR. EMRE ALKIN

Karmaşık bir gümrükleme sistemi üzerinde devam etmekte olan dış ticaretimizde 185 belgeyle gerçekleştirilen ithalat işlemleri, büyük ölçüde elektronik düzeyde devam etse de azımsanmayacak kısmı birçok bakanlıktan alınan fiziki belgelerle yürüyor.

Bunun üzerine hem ihracat hem de ithalat işlemlerinde farklı limanlarda konteyner başına ortalama en az 500 dolar civarında hiçbir kanun ya da mevzuata dayanmayan ücretleri de ekleyelim. Daha mal gümrüğe girmeden ücretlendirmenin yapıldığı ve mal bekledikçe ücretin arttığı bozuk bir piyasadan bahsediyorum. Bu uygulamaların tamamı kanuna aykırıdır.

Aynen tarım kesimindeki başı bozukluktan herkesin haberdar olduğu gibi gümrüklerde olan bitenden de herkes haberdar. Ancak ‘Buraları özel şirketler yönetiyor’ diyerek idare, bu başı bozukluğa karışmamayı yeğliyor. Toplam 9 milyon konteynere yakın bir büyüklükten bahsediyorum. Dış ticaretin üzerine fazladan 6 milyar dolardan ekstra maliyet ekleniyor bu şekilde. Korkunç bir rakam bu.

Ekonomik Reform Paketi açıklanırken heyecanla bu konuda bir adım bekledim. “İthalat üzerindeki işe yaramayan yüksek vergileri düşüyoruz ve gümrüklerdeki maliyet artıran unsurları bertaraf etmek için harekete geçiyoruz.” cümlesi gerçek bir reform olurdu mesela. Fakat böyle bir cümle kurulmadı.

Esasında, dış ticaretle ilgilenenler, gümrüklerde malın beklemesinden korktukları için haksızca alınan



ücretlere karşı çıkamıyorlar. “Mali kurtardık” diyerek maliyete katlanıyorlar ve elbette kaçınılmaz olarak bu maliyeti doğrudan fiyata yansıtıyorlar. Sonra ülkede enflasyonun neden arttığını bulmaya çalışıyoruz. Gerçekten trajikomik bir durum.

Türkiye maalesef gümrük uygulamalarında Yunanistan ve Bulgaristan’ın en az 10 sıra gerisinde bulunuyor. Halbuki genel iş yapma kolaylığında iki basamak yükselmiş durumdayken. Açıkçası gümrük uygulamaları Türkiye’yi zor duruma sokan bir halde, desem yanlış olmaz.

“BAŞIBOZUKLUKTAN KİM SEBEPLENİYOR?”

Gümrük Kanunu’nda olmayan ama farklı adlarla çıkan ‘Ordino’ ya da ‘Yük Teslim Evraki’ gibi uydurma evraklarla özel şirketlerin ithalatçılardan para almasına ne demeli? Aslında birçok görev Ticaret Bakanlığı’nın tanımı

dahilinde ama sanıyorum gümrüklerde son zamanlarda ortaya çıkan icatlardan da pek haberdar değiller. “Kaldırdık bunu” demekle yürümüyor işler... Kanunda belirtildiği gibi ‘Konşimento ile mal teslimi’ yapılması gerekirken farklı isimlerle istenen evraklar neticesinde ödenen paralar sebebiyle mağduriyet büyüdükçe büyüyor.

Tüm bunların neticesinde bahsettiğim gibi firmaların cebinden yok yere fazladan 6 milyar dolar çıkmakta. Bu da vatandaşa enflasyon olarak yansımakta. Şimdi işleyişe bir daha bakalım:

Türkiye’de üretilmeyen malların bile ithalatına konan ek vergiler, tarife dışı engellerin üzerine bir de gümrüklerde uygulanan haksız ücretlendirmeler sebebiyle ham madde, ara malı, yatırım malı ve her türlü mal yüksek maliyetlerle Türkiye’ye girmekte. Bu haliyle Türkiye’nin dış ticaret sistemi hem saldırgan hem de zararlıdır. Peki bu durum kimin işine yaramaktadır? Bu durumdan kimler dolaylı ya da doğrudan sebeplenmektedir? İç piyasaya aramalı verdiği için bu duruma sesini çıkarmayan ‘şişman’ şirketler, gün gelip bu durumun kendilerini de yok edeceğini görmüyorlar mı? İhracata da uygulanan bu mezalim sebebiyle dış rekabette zayıfladığımız ortada değil mi?

Bu soruların cevabını inanın merak ediyorum. Ancak Dış Ticaret İşlemleri’nde belgelerden sürelere, faaliyetlerden güvenliğe kadar bir Cumhurbaşkanlığı Genelgesi’ne ihtiyaç olduğu ortada. Son çare bu sanırım.

Türkiye maalesef gümrük uygulamalarında Yunanistan ve Bulgaristan’ın en az 10 sıra gerisinde bulunuyor.

NAKİT LİMİTLERİNİZİ KULLANMADAN KEFALET SENEDİNİZİ ALIN!



QUICK KEFALET SİGORTASI

Bugüne kadar binlerce iş insanı teminat mektubu yerine Quick Kefalet Senedi aldı. Banka kredi limitlerini düşürmeden işlerini ileriye taşıdı. Quick'ten iş dünyasını rahatlatan çözümler devam ediyor. Sizi de bekleriz.

www.quicksigorta.com/kefalet-senedi



CEPTEN



NETTEN



ACENTEDEN



www.quicksigorta.com

QUICK
SİGORTA



2021 RAPORU İHRACATÇIYA PUSULA OLACAK

Yüksek katma değerli ihracat ve markalaşma hedefinde yol gösterici rol oynaması hedeflenen 'İhracat 2021 Raporu'nun basın lansmanında konuşan TİM Başkanı İsmail Gülle, küresel tedarik zincirlerindeki dönüşüm sürecinde, Türkiye'nin pozisyonunu detaylarıyla analiz ettiklerini belirterek, "Ülkemiz küresel tedarik yapılarındaki değişimden en çok yararlanabilecek ülkeler arasında yer almaktadır. Önümüzdeki 15 yıl içerisinde, ihracatımızın büyük ivmeyle artacağını bekliyoruz." dedi.

RU BASIN AÇIKLAMASI



Küresel ihracatın 2030'da 29,2 trilyon dolar, 2035 yılında ise 37,66 trilyon dolar olması öngörülüyor.

Türkiye, küresel tedarik yapılarındaki değişimden en çok yararlanabilecek ülkeler arasında yer alıyor.

2035'te otomotiv endüstrisi ihracatta liderliğini sürdürecektir, savunma sanayii ise ihracatı en çok artıran sektör olacak.



Diş Ticaret Fazlası Veren Türkiye hedefiyle çalışmalarını tüm hızıyla sürdüren Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracatçı için yeni yol haritası ve yeni vizyon niteliğindeki çalışması 'İhracat 2021 Raporu'nu kamuoyu ile paylaştı. Bu yılla birlikte üçüncüsü yayınlanan; ihracat beklenti ve öngörülerin detaylarıyla yer aldığı rapor, özellikle pandemi sonrası için ihracatçıya rehber niteliği taşıyor.

TİM, geçtiğimiz yıl yayımladığı 'İhracat 2020' raporunda, 2019 yılını değerlendirirken söz konusu seneyi 'Zorlu küresel ekonomik politik tablo' olarak nitelerken, 2020 yılının teması 'Küresel Tedarik Zincirindeki Değişim' olarak belirlendi. Türkiye'nin geldiği noktanın ve hedeflerin paylaşıldığı raporun satırbaşlarında önemli bilgiler yer alıyor.

"RAPOR, İHRACATÇIMIZA PUSULA OLACAK"

TİM Başkanı İsmail Gülle, lansmanda

yaptığı konuşmasında raporu, 'İhracat ailesinin bir pusulası olacak' şeklinde açıkladı. Raporu yayımlamaktaki asıl amacın dünya ticaretinde değişimin ve dönüşümün bu denli hızlı olduğu bir dönemde, ihracatçıların dünden ve bugünden kopmadan, geleceğe emin adımlarla yürümesini sağlamak olduğunu söyledi. İsmail Gülle; "Her geçen gün daha yüksek ihracat hedeflerine yürüyor, rekorlarda çitımızı yükseltiyoruz. Bu başarıları sürdürülebilir kılmak, gelişmeleri doğru okumak, oluşan fırsatları değerlendirmek zorundayız. Raporumuzda yer alan, sektörel ve hedef pazar bazlı, orta ve uzun vadeli projeksiyonlarımızla ihracatçıların sektörlerinde potansiyeli yüksek pazarlara yönelmelerini hedefliyoruz. Raporumuzda, Türkiye'nin küresel tedarik zincirlerindeki dönüşüm sürecinde durumunu analiz ettik. Ülkemiz küresel tedarik yapılarındaki değişimden en çok yararlanabilecek ülkeler arasında," dedi.

TÜRKİYE İHRACAT ÖNGÖRÜLERİ ÖNEM TEŞKİL EDİYOR

Türkiye'nin 2010-2019 dönemi birleşik yıllık büyüme oranından (compound annual growth rate, CAGR) faydalanılarak hazırlanan raporda, Türkiye'ye dair öngörüler büyük önem taşıyor. Tahminlere göre Türkiye, 2021 yılında 30'uncu en büyük ihracatçı ülke olacak; 2030 yılında 29'uncu sıraya, 2035'te ise 28'inci sıraya yükselecek. İhracattaki performans artışıyla dış ticaret açığı da azalacak.

Küresel talep noktasında, 2025-2035 yılında ilk üç sırada yer alması beklenen sektörler sırasıyla 'Kimyevi Maddeler ve Mamulleri', 'Elektrik-Elektronik' ve 'Otomotiv'. Mevcut ihracat büyüme eğilimine göre en çok ihracat 2025 yılında 38,8 milyar dolar, 2030 yılında 52,1 milyar dolar ve 2035 yılında da 69,9 milyar dolar ile 'Otomotiv' endüstrisi sektöründe gerçekleşecek. 2035 yılında ikinci sırada yer alması beklenen 'Kimyevi Maddeler ve Mamulleri' sektöründe ihracat 2025 yılında 25,2 milyar dolar, 2030 yılında 32,6 milyar dolar ve 2035 yılında da 42,2 milyar dolar olacak. Bu iki sektörü 2025 yılında 19,4 milyar dolar, 2030 yılında 21,6 milyar dolar ve 2035 yılında da 24 milyar dolar ihracat gerçekleştirilmesi beklenen 'Hazırgiyim ve Konfeksiyon' sektörü takip edecek.

TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI İLE HIZLI ÇÖZÜM

Rapor lansmanında ihracatçıya büyük kolaylık sağlaması hedeflenen lojistik portalı müjdesi verildi. "Çok yakında Türkiye Lojistik Portalımızı faaliyete geçireceğiz," diyen TİM Başkanı İsmail Gülle portalla ilgili şu bilgileri verdi: "Bu portalı, ihracatçılarımızın dünyaya açılan kapısı haline getireceğiz. Türkiye Lojistik Portalı ile ihracat hacmimiz artarken, lojistik noktasında önemli avantajlar elde edeceğiz. Portal, lojistik firmalarıyla ihracatçılarımız arasında bir köprü vazifesi görecek. Ürünlerimiz, dünyanın dört bir köşesine artık daha hızlı, daha ucuz ve daha güvenli bir şekilde ulaşacak."

SAVUNMA VE HAVACILIK SANAYİİ SIÇRAMA YAPACAK

2035'te, ihracat artışının en yüksek olacağı sektör, yüzde 425'le 'Savunma ve Havacılık Sanayii' olmasına muhtemel gözüyle bakılıyor. Bu sektörü yüzde 297 artışla 'Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller', yüzde 179 artışla 'Makine ve Aksamları', yüzde 164 artışla 'Halı' ve yüzde 156 artışla 'Mücevher' sektörü takip edecek.

Küresel talepte ilk on sektör, hem 2025 hem de 2035 yıllarında aynı olacak. 2025'te 9'uncu sırada yer alacak 'Tekstil ve Ham Maddeleri' sektörü, 2035 yılında 12'nci sıraya gerileyecek. 2025 yılında 11'inci sırada yer alacak 'Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri' sektörü, 2035 yılında onuncu sıraya yükselecek. 'Çelik sektörü' 2025 yılında dördüncü sırada yer alırken 2035 yılında altıncı sıraya gerileyecek. Elektrik Elektronik sektörü de 2025 yılında beşinci sırada iken 2035 yılında sekizinci sıraya düşecek. 2025 yılında dördüncü sırada yer alan 'Makine ve Aksamları' sektörü, 2035 yılında yerini 'Mücevher' sektörüne bırakacak. Aynı şekilde 'Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri ile Madencilik Ürünleri' sektörleri de yer değiştirecek. Bir başka yer değiştirme 'Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri' ile 'Savunma ve Havacılık Sanayii' sektörleri arasında görülecek.

KÜRESEL İHRACAT PROJEKSİYONU

İhracat büyüme eğilimine göre küresel ihracatın 2030 yılında 29,2 trilyon dolar, 2035 yılında ise 37,66 trilyon dolar olması öngörülüyor. Çin'in 2030 yılında 5,03 trilyon dolar olması beklenen küresel ihracatının 2035 yılında 7,42 trilyon dolara yükselmesi ve en büyük ihracatçı ülke olarak sıralamada zirvede yer alması bekleniyor.

ABD'nin 2030 yılında en çok ihracat yapan ikinci ülke olarak 2,5 trilyon dolarlık ihracat yapması beklenirken, 2035 yılında ise ihracatının 3,2 trilyon dolara yükseleceği tahmin ediliyor. Bu da ABD'nin dış ticaret açığının daha da artacağını göstermesinin yanında, yeni ticaret savaşlarının başlamasına neden olabilecek bir gelişme olarak da öne çıkıyor. Günümüzde en fazla ihracat yapan üçüncü ülke olan Almanya'nın 2025 ve 2030 yıllarında da üçüncü sıradaki

yerini koruyacağı, 2035 yılında ise yerini Vietnam'a bırakacağı öngörülüyor.

VIETNAM, ALMANYA'YI GEÇEBİLİR

Almanya'nın ihracatının 2030 yılında 1,97 trilyon dolar 2035 yılında da 2,3 trilyon olması yine öngörüler arasında. Almanya'yı ihracat sıralamasında 2035 yılında geçeceği beklenen Vietnam'ın ise 2025 yılında

493,2 milyar dolar, 2030 yılında 1,07 trilyon dolar ve 2035 yılında da 2,34 trilyon dolarlık ihracat yapması bekleniyor.

KÜRESEL TEDARİK YAPILARINDA DEĞİŞİM VE İHRACATÇI ÜLKELERİN KONUMLARI

Küresel tedarik yapılarında değişim farklı sektörler için farklı etkiler yaratıyor. Bu çerçevede sektörlerde üretim ve ihracat alanında rekabet gücü yüksek ülkelerin



RAPOR, DÖRT ANABAŞLIKTAKİ OLUŞTURULDU

Dört ana başlıktaki raporda odak tema 'Küresel Tedarik Zincirindeki Değişim' olarak belirlendi. Rapor; 'Küresel Ekonomi ve Türkiye Ekonomisi: 2020 Performansı ve 2021 Beklentileri, Küresel Ticarete Orta ve Uzun Vadeli Trendler: Türkiye İçin Fırsatlar ve Riskler, Odak: Küresel Tedarik Zincirilerindeki Dönüşüm Süreci ve TİM 2021 Ajandası'nı içeriyor.

Toplam 23 sektör, 2020 yılında 1 milyar dolarlık ihracat rakamını aşma başarısını gösterdi. 2020 yılının tamamında toplam 226 ülke ve bölgeye ihracat gerçekleştirildi. En çok ihracat yapılan ilk 10 ülkenin payı yüzde 48,9 oldu.

fırsatlarının daha yüksek olacağı tahmin ediliyor. Küresel tedarik yapılarındaki değişimden yararlanabilecek çok sayıda potansiyel ülke var. Ancak ülkeler rekabet güçleri yüksek olan sektörlerle ağırlık verecek. Bu çerçevede küresel tedarik yapılarında değişimden yararlanabilecek ülkeler üç grupta toplandı. İlk grupta ileri teknoloji ve inovasyon yoğunluklu imalat sanayi üretimi yapan ülkeler bulunuyor. İkinci grupta orta yüksek teknoloji yoğunluklu imalat sanayi üretimi yapan ülkeler yer alıyor. Türkiye bu grup içinde konumlanmış durumda. Bu grup içindeki sektörleri 'Otomotiv', 'Makine ve Aksamları', 'Elektrikli Teçhizatlar' gibi orta yüksek teknoloji yoğunluklu sektörler oluşturuyor. Üçüncü gruptaki ülkeler ise daha çok düşük üretim maliyetlerine dayalı üretim ve ihracat yapan ülkeler.

KÜRESEL TEDARİK YAPILARINDA DEĞİŞİM VE TÜRKİYE'NİN POTANSİYELİ
Türkiye, küresel tedarik yapılarındaki değişimden en çok yararlanabilecek ülkeler içinde yer alıyor. Nitekim Türkiye'nin üretim ve ihracatta alt yapıya ve rekabet avantajlarına sahip olduğu çok

sayıda sektörde tedarik değişimlerinin yüksek olması bekleniyor. Ülkemiz küresel tedarik zincirleri değişiminde çok yüksek potansiyele sahip sektörlerden 'Hazırgiyim', 'Ayakkabı ve Deri' sektörlerinde önemli bir üretici ve rekabet gücü de yüksek.

Türkiye küresel tedarik zincirleri değişiminde yüksek potansiyele sahip sektörlerden 'Tekstil ve Mobilya' sektörlerinde öne çıkıyor. Aynı zamanda 'Gemi ve Yat' sektörü de önemli bir üretim alt yapısına sahip.

Türkiye'nin küresel tedarik zincirleri değişiminde orta potansiyele sahip sektörler arasında 'Elektrikli Teçhizatlar', 'Kauçuk ve Plastikler' ile 'Metal Eşya' sanayileri var. 'Havacılık ve Uzay' sanayi alanında da hızlı gelişme gösterdiği biliniyor.

Türkiye küresel tedarik zincirleri değişiminde düşük potansiyele sahip sektörler arasında ise 'Makine ve Aksamları', 'Otomotiv' ile 'Cam, Seramik ve Çimento' sanayileri yer alıyor. Tarım ürünlerinde Türkiye alternatif bir tedarikçi olmakla birlikte kendine yeterliliği ile ön plana çıkıyor.

TÜRKİYE TEDARİKTE AVRUPA İÇİN EN ÖNEMLİ POTANSİYEL ÜLKE

Türkiye'nin küresel tedarik zincirinde dönüşüm sürecinde güçlü yönleri; sanayi üretiminde ürün ve sektör çeşitliliği ile gelişmiş yan sanayiye sahip olması. Esnek ve hızlı üretim yapısı, yüksek ürün standartları ve standartlarda AB ile uyumu, güçlü lojistik firmalara ve hizmetlere sahip olması, yüksek liman ve taşımacılık kapasitesi (kara-deniz, demir, hava yolları) ile gelişmiş ihracat finansman olanaklarının bulunmasıdır. Türkiye'nin küresel tedarik zincirinde dönüşüm sürecinde fırsatları; tedarik güvenliği eğilimi kapsamında potansiyel ülke olarak öne çıkması, emisyon sınırlamaları kapsamında gelişen yakından tedarik eğilimi içinde Avrupa pazarına yakınlık avantajı, bölgeselleşme eğilimi içinde Avrupa için en güçlü potansiyel tedarikçi olması, AB pazarı için gümrük birliği ile sağlanan vergi avantajı ile yüksek navlun fiyatları karşısında yakından tedarikte Avrupa için en önemli potansiyel ülke olmasıdır.

TÜRKİYE'NİN GÜÇLÜ YÖNLERİ

Raporda Türkiye'nin güçlü yönleri; sanayi üretiminde ürün ve sektör çeşitliliği, gelişmiş yan sanayi, esnek ve hızlı üretim yapısı, ürün standartlarında AB ile uyumu, güçlü lojistik hizmetler, yüksek liman ve taşımacılık kapasitesi, (kara, deniz, demir ve hava yolları), gelişmiş ihracat finansman olanakları olarak sıralandı.

Tedarik güvenliği eğiliminde potansiyel ülke, emisyon sınırlamaları kapsamında gelişen yakından tedarik eğilimi içinde yakınlık avantajı, bölgeselleşme eğilimi içinde Avrupa için en güçlü potansiyel tedarikçi, AB pazarı için Gümrük Birliği ile sağlanan vergi avantajı, yüksek navlun fiyatları karşısında yakından tedarikte Avrupa için en önemli potansiyel olması ise Türkiye'nin fırsatları olarak sıralandı. Türkiye'nin 2021 yılında karşılaşılabilecek küresel gündem kaynaklı olası risk ve fırsatlar iş ve siyaset dünyasının yol haritasının belirlenmesinde faydalı olması bekleniyor.



Lila Group, 2021'e İki Büyük Yatırımla Başladı

Türkiye'nin önde gelen sanayi şirketlerinden Lila Group; tekstil, enerji, hızlı tüketim ve kâğıt üretimi olmak üzere dört alanda faaliyet gösteriyor. Şirket, kâğıt grubunda 450 milyon TL'lik yeni üretim tesisi ile tekstil grubundaki 55 milyon TL'lik boyahane tesisi yatırımında sona geldi.

Lila Group yeni tesis yatırımları ile Türkiye'nin 1/3'ünü tek başına karşılayabilecek konuma geldi. Son tesis yatırımı da 2020 yılının Temmuz ayında başlatılan ve 2021'in ikinci yarısında faaliyete geçmesi planlanan yeni kâğıt üretim tesisinin yatırım bedeli 450 milyon TL.

Lila Group aynı zamanda tekstil iş alanında da yatırımı hızlandırdı. 2020 Aralık ayında başlatılan boyahane tesisinin yenilenerek modernize edilmesi için 55 milyon TL değerinde yatırım yaptı. Firma bu yatırımların ardından ihracattaki payını artırarak, Türkiye'nin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmayı hedefliyor.

“TÜRKİYE’NİN EN BÜYÜK 100 SANAYİ KURULUŞU ARASINA GİRECEĞİZ”

Yaşanan COVID-19 salgını tüm dünyanın temizlik kâğıdı yani hijyen ihtiyacını artırdı. Başta Türkiye olmak üzere 80’den fazla ülkenin hijyen ihtiyacını karşılayan Lila Group CEO’su Alp Öğücü hedefleri hakkında bilgi verdi: “Şimdiye kadar ihracat yapmadığımız Almanya, İsviçre, Avustralya gibi ülkelerin hijyen ihtiyacını karşılamaya başladık. 80’i aşan ülke sayısına 25-30 ülke daha eklemeyi hedefliyoruz. 2019 rakamlarına göre ‘TİM İlk 1000 Firma’ listesinde ilk 200 içinde yer aldık. 2021 için hedefimiz 40-50 basamak yükselmek ve ilk 150 içinde yer almak. Orta vadeli hedefimizde Türkiye’nin en büyük 100 sanayi kuruluşu arasına girmek var.”

“ÇORLU’DAN DÜNYANIN 3’TE 1’İNE İHRACAT YAPIYORUZ”

Lila Group bugün üretimin yüzde 65’ini ihraç ediyor, yüzde 35’ini yurt içi pazarda tüketicilerle buluşturuyor. Sektör ihracatındaki payı ise yüzde 34 seviyesinde. “Ham



madde açısından tamamen dışa bağımlı olduğumuz sektörümüzde ihracatımızın ithalatımızdan fazla olması bizim için gurur kaynağı.” diyen Lila Group CEO’su Alp Öğücü ihracat yaptıkları ülkeler hakkında bilgi verdi: “İngiltere, İrlanda, Yunanistan, Bulgaristan, Romanya; Ukrayna komşu ülkelerimizden Gürcistan, Azerbaycan, Irak; Orta Doğu’dan İsrail, Filistin, Lübnan, Ürdün ihracat yaptığımız ülkeler arasında yer alıyor. Yüzde 100 yerli sermaye ile kurulmuş olan Lila Group olarak Çorlu Ergene’deki fabrikamızda ürettiğimiz ürünleri İngiltere’den Fas’a, Yunanistan’dan Seyşeller’e ve Litvanya’dan Filistin’e kadar ulaştırıyoruz. Bunun yanı sıra Abhazya, Kongo ve Kaliningrad gibi ilk duyulduğunda haritada nerede olduğu zor bulunabilen ülkeleri de kapsayan geniş bir coğrafyaya, beş kıtada 80’in üzerinde ülkeye ihracat yapıyoruz. Yani dünyanın 3’te 1’ine yaptığımız ihracatla Çorlu’da üretiyor, dünya devletleriyle rekabet ediyoruz.”



Kolay İhracat Platformu 2.0 ihracatçılara rehber olacak

Kolay İhracat Platformu 2.0 Tanıtım Toplantısı'nda konuşan Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, platformun geliştirilerek yenilendiğini belirterek, “Ülkemizdeki ihracat altyapısının dijitalleşme ekseninde gelişmesine büyük önem ve hassasiyet gösteriyoruz.” dedi.



Kolay İhracat Platformu 2.0 Tanıtım Toplantısı 26 Mart tarihinde Cumhurbaşkanlığı Dolmabahçe Çalışma Ofisi'nde düzenlendi. Güncellenen yapısı ile girişimcilerin hizmetine sunulan platform, Türkiye'nin ihracat vizyonuna katkı sağlamak için hazırlandı. KOBİ, kooperatif ve girişimcilerin ihtiyaç duydukları her bilgiye tek bir platformdan ve en güncel haliyle ulaşmasında kolaylık sağlayacak sistemle ihracat hedeflerinin desteklenmesi amaçlanıyor.

Türkiye'nin ihracat vizyonuna yeni bir soluk getiren Kolay İhracat Platformu 2.0, ihracatçıların veriye ulaşmasına hız katacak. 'Kapsamı, niteliği, hedef kitle ve etki alanı ayrıca içinde barındırdığı teknoloji itibarıyla 'En heyecan verici proje' olarak Kolay İhracat Platformu 2.0'ı lanse eden T.C. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan; “Cumhurbaşkanımızın ekonomi alanında atılacak adımlara yönelik ilan ettiği Ekonomi Reformlarına paralel olarak ihracatçı ve ihracat hedefi olan girişimcilerimizin hizmetine sunduğumuz Kolay İhracat Platformumuz bu anlamda

çok kıymetli. Ülkemiz ihracatının tabana yayılmasında; Türkiye'nin yatırım, istihdam, üretim ve ihracat temelindeki büyümesine ivme kazandıracığına yürekten inanıyorum.” şeklinde konuştu.

KAMU KAYNAKLI EN GELİŞMİŞ İHRACAT DESTEK PLATFORMU

Kolay İhracat Platformu 28 Ağustos 2020 tarihinde hizmet vermeye başladı. Bugüne kadar platform 107 binin üzerinde anonim ve 14 bin kayıtlı kullanıcıya ulaşarak ihracatçıların bir numaralı bilgi kaynağı haline geldi. Platform içerisindeki 'Akıllı İhracat Robotu' aracıyla 25 binden fazla sorgu gerçekleşti. Kolay İhracat Platformu ile ilgili olarak “Dünya Ekonomik Forumu 4. Sanayi Devriminde Ticaret başlıklı raporda, yapay zeka alanında en iyi uygulamalardan biri olarak gösteriliyor.” diyen Pekcan şu şekilde devam etti: “Bu uygulama küresel çapta kamu kaynaklı hazırlanan en gelişmiş ihracat destek platformu olma özelliğini taşıyor. Bakanlık olarak, standartları oldukça yükseğe taşıdığımızı ve bu alanda dünya çapında bir ilki gerçekleştirdiğimizi

söylemeliyim. Ancak biz bu başarılarla yetinmiyoruz; kendimizle yarışa devam ediyoruz, edeceğiz. Sunabileceğimiz en güçlü desteği sağlayarak girişimcilerimizin önünü açmak için çalışmalarımızı kesintisiz sürdürüyoruz. Gerek teknolojik altyapısı gerekse kullanıcı dostu içerikleriyle Kolay İhracat Platformu 2.0'ı çok daha öteye taşıyan yeni modüller oluşturduk. Yeni eklediğimiz modüller ile birlikte sunulan danışmanlık hizmetinin kapsamını ve değerini en üst düzeye çıkarmış bulunuyoruz.”

“DÜNYADAKİ BENZER ÖRNEKLERİ GERİDE BIRAKTI”

Kolay İhracat Platformu 2.0, en gelişmiş ve en yenilikçi analiz yöntemlerini içinde barındıran bir platform olarak kurgulandı. İlk versiyonunda devreye alınan modüllerle birlikte platformun teknolojik altyapısı, kapsamı ve veri yönetimi tasarımı; dünyadaki benzer örnekleri geride bıraktı. Platformun içeriği ile ilgili bilgi veren Ruhsar Pekcan; “Makine öğrenmesi algoritmaları ile hedef pazar önerisi yapan Akıllı İhracat Robotu, 190’ın üzerinde ülke ve 5 bin 400 ürün özelinde gümrük vergilerinden rakip analizlerine kadar ihracata yönelik detaylı bilgilerin yer aldığı 1 milyondan fazla ‘Pazara Giriş Haritası’na sahip. Bu ülkelerle ilgili ticarete ihtiyaç duyulacak stratejik pazara giriş kriterleri ve ticaret müşavirlerimizden güncel gelişmeler başta olmak üzere hemen her bilgiyi sunan ülke sayfaları, 17 sektörümüz için detaylı ve güncel sektör bilgileri ile ihracat kokpiti, mevzuat sayfası, etkinlik takvimi gibi daha birçok özelliği barındırıyor. Kolay İhracat Platformu 2.0 ile içerik bakımından adeta yeni bir platform daha ortaya koyuyoruz.” dedi.

“ÇOK GENİŞ BİR EĞİTİM MODÜLÜ HAZIRLADIK”

“İhracatçılarımıza sadece pazar tavsiyesi vermekle kalmıyor; doğrudan iletişim kurabilecekleri 18 milyon alıcı bilgisini kendilerine sunuyoruz.” diyen Bakan Ruhsar Pekcan; “Çok geniş bir eğitim modülü hazırladık. Burada farklı ihracat olgunluğuna sahip firmalarımız için 100’ün üzerinde eğitim videosu var. İhracata dair hiçbir bilgisi olmayan bireylerin dahi

“Kolay İhracat Platformu 2.0, en gelişmiş ve en yenilikçi analiz yöntemlerini içinde barındıran bir platform olarak kurgulandı. İlk versiyonunda devreye alınan modüllerle birlikte platformun teknolojik altyapısı, kapsamı ve veri yönetimi tasarımı; dünyadaki benzer örnekleri geride bıraktı.”

ihracat yapmasını sağlayacak rehberimiz ile firmalarımızın yabancı dil engelini de aşmalarına yardımcı olmak ve yazışma usullerinde profesyonellik kazanmalarını sağlamak üzere İngilizce yazışma şablonları bulunuyor. Kolay İhracat Platformu ve Türkiye Tanıtım Grubu’na ait AskTurkiye arasında gerçekleştirdiğimiz tasarım ve veri entegrasyonu ile firmalarımız, platformda oluşturacakları firma ve ürün vitrinleriyle AskTurkiye’yi ziyaret eden yabancı ithalatçılar ile buluşabilecek. Yine platformda yapay zeka destekli Kolay İhracat Platformu Dijital Asistanımız firmalarımızın sorularına 7/24 cevap verecek. Platforma eklediğimiz en kapsamlı modüllerimizden bir diğeri ise makine öğrenmesi algoritmalarını kullanarak ihracatçılarımızın mevcut ürünlerine özel alternatif ürün önerileri yapan ‘Alternatif Ürün Öneri Robotumuz’dur.” şeklinde konuştu.

“100’ÜN ÜZERİNDE EĞİTİM VİDEOSU VAR”

Bakan Pekcan konuşmasını şu şekilde noktaladı: “Küçük İşletmeler için sosyal medya yönetiminden kişisel marka yaratmaya, dijital pazarlama stratejisinden gümrüklerimizdeki dijital uygulamalara kadar platformda 100’ün üzerinde eğitim videosu yer alıyor. Platformdaki dersleri ‘Temel Dış Ticaret’, ‘Dış Ticaret Uygulamaları’, ‘Girişimcilik’, ‘Temel Dijital Yetkinlikler’ ve ‘E-Ticaret’ başlıkları altında topladık. Kullanıcılarımız, her ders grubuna ait ayrı ayrı sertifika alabiliyorlar. Bu rehberi hazırlarken kendimize ‘İhracatı hiç bilmeyen girişimcilerimizin bu rehberi kullanarak ihracata başlayabilmesi’ hedefini koyduk. İhracat herkes için çok kolay, diyerek hazırladığımız kullanıcı dostu adım adım ihracat rehberimizle ihracat süreçlerinin baştan sona her aşaması hakkında bilgi sahibi olacaksınız.”

Bosch Türkiye ve Orta Doğu Başkanı Steven Young Bosch Türkiye'nin yatırım odağında Ar-Ge, yapay zeka ve start-up alanındaki çalışmalar var



Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 1,5'ini tek başına göğüsleyen Bosch Türkiye'nin en tepesinde, Türkiye ve Orta Doğu Başkanı Steven Young var. Geniş bir coğrafyada 40'tan fazla ülkeye ihracat gerçekleştiren Bosch Türkiye; bu sene Endüstri 4.0, Ar-Ge, yapay zeka ve start-up alanındaki çalışmalara odaklandı. Yıl sonunda yüksek basınçlı pompaların seri üretimine başlayacaklarını müjdeleyen Steven Young ile Bosch Türkiye'nin 2021 yılı yatırım ve hedeflerini konuştuk.

Türkiye’de ‘Yaşam için teknoloji’ mottosuyla 100 yıldan uzun bir süredir değer üreten Bosch Türkiye; yapay zeka ve nesnelerin internetinin (IoT) birleşimi olan AIoT alanında önde gelen bir şirket olmayı hedefliyor. Firma yalnızca son üç yılda 3,2 milyar TL yatırıma imza attı. Pandemiye rağmen 2021’de de yatırımlarına vites küçültmeden devam ediyor. Bosch Türkiye 500 milyon TL ek yatırımla bu yıl içinde devreye almayı planladığı hat sayesinde, benzinli bir motorun hem yüksek basınçlı pompa ve gövdesi ile valfini hem de enjektörünü Bursa’da üretilir hale getirecek.

Pandemi gölgesinde geçen 2020 yılı Bosch Türkiye için nasıl geçti?

Bugünkü nesiller olarak daha önce bir benzerini yaşamadığımız pandemi sürecinde; iş yapış modellerimiz, gelecek hedeflerimiz hatta kişisel olarak hayata bakış açımız bile değişti. Bosch Türkiye olarak salgın döneminde şöyle bir stratejimiz oldu: “İş devamlılığını sosyal sorumluluk bilinciyle sağlamak.” Bosch, salgının baş gösterdiği ilk günden itibaren mümkün olan her yerde, bir asrı aşan uzmanlığıyla pandemiye kontrol altına almaya yardımcı olmak için çalıştı. Öncelikli olarak sağlık krizlerini çözmeye odaklandık. Sonra ekonomik çıktımızı yönetmek için çalıştık. Son olarak da ‘yeni normal’ ve gelecek planlarımız için hazırlandık. Stratejik yaklaşımımız, şirket olarak formda kalmamıza yardımcı oldu.

2020’ye ilişkin planlarımıza göre otomotiv sektöründeki küresel faaliyetin yavaşlamasını öngörmüştük. Bunun üzerine pandeminin olumsuz etkileri de eklendi. Ancak tüm yumurtaları aynı sepete koymadığımız için otomotiv ilk donanımdaki daralmayı diğer sektörler aracılığıyla telafi etmeye çalıştık ve başarılı olduğumuzu söyleyebiliriz. Küresel çapta da koronavirüs krizinin etkilerine ve üretimindeki düşüşe rağmen olumlu bir sonuç elde ettik. Henüz kesinleşmeyen finansal sonuçlara göre grubumuzun toplam satışları 71,6 milyar Euro olarak gerçekleşti.

Türkiye’de ise pandeminin başgöstermesiyle birlikte ‘Önce insanımız’ yaklaşımıyla hızlı ve etkili aksiyonlar aldık. Bir gecede uzaktan çalışma modeline geçtik. Zaten son beş yıldır ayda dört gün evden çalıştığımız için bu yeni çalışma düzenine altyapımız ve çalışma kültürümüz hazır, dı,

Bosch Türkiye’nin Bursa fabrikasında, 500 milyon TL’lik ek yatırımla hat kurma çalışmaları devam ediyor. Devreye alınacak hat sayesinde benzinli motorlar için yeni nesil yüksek basınç pompaları üretilecek.

alışmakta zorluk çekmedik. Fabrikalarımızda global seviyede hijyen şartlarını sağlayarak üretime kontrollü olarak devam ettik. Bu süreçte çalışanlarımız ve müşterilerimizle iletişimi hiç kesmedik. Şeffaf, doğru ve hızlı bilgi akışına her zamankinden daha fazla önem verdik.

Hem iş dünyası hem de Bosch Grubu açısından 2021 özelinde neler söylemek istersiniz?

Pek çok yükselen piyasa ve gelişmekte olan ekonominin Covid-19 ve getirdiği sorunlarla mücadelesi, 2021 ve sonrasında da devam edecek gibi görünüyor. Tüm zorluklara karşı Bosch Grubu olarak bu yıldan itibaren küresel ekonominin yavaş bir şekilde toparlanmasını bekliyoruz. Bu süreçte amacımız, bizim için önemli olan sektörlerde daha güçlü bir şekilde büyümeyi sağlamak ve potansiyel alanlardaki fırsatları takip etmek olacak. Türkiye’de ise bu yıl odaklanacağımız konular; Endüstri 4.0, Ar-Ge, yapay zeka ve start-up alanındaki çalışmalar olacak. Yılın son aylarında ise yüksek basınçlı pompa seri üretimine başlamayı planlıyoruz.

Bursa’da 1990 yılından bu yana Ar-Ge faaliyetleri yürütüyoruz. İlk yıllarda Bosch Global içindeki birçok önemli geliştirme projesine katkı sağlarken, günümüzde geliştirme sorumluluğu da alıyoruz. Bursa’daki Dizel Sistemler ve Benzinli Sistemler Ar-Ge Merkezlerimiz, Almanya’dan sonra alanındaki en büyük Ar-Ge merkezi konumunda bulunuyor.

Bununla birlikte Bursa’daki fabrikalarımızda yapay zeka projelerine son üç yıldır hız verdik. Devreye giren birçok projemiz var. Örneğin enjektör meme püskürme deliklerinde yuvarlama işlemi yapan 25 hidroerozyon makinesi, geçtiğimiz yıl mart ayından bu yana yapay zeka kullanarak üretim yapıyor. En güzel tarafı, bu projeleri Bursa’daki mühendis arkadaşlarımızın devreye alması. Arkadaşlarımızı, grubumuzun Almanya’daki yapay zeka merkezine gönderiyoruz, orada

71,6
MİLYAR EURO

Henüz kesinleşmeyen finansal sonuçlara göre grubun toplam satışları

3,2
MİLYAR TL

Son üç yılda Türkiye’de yapılan toplam yatırım



edindikleri bilgi ve deneyimleriyle Türkiye'deki çalışmalarımıza katkıda bulunuyorlar.

Öte yandan kurum içi yenilikçi fikirleri harekete geçirmek ve bunları ekosistemimize katmak da bizim için çok önemli. Bu amaçla grup bünyesinde sekiz yıl önce kurulan 'grow' adlı start-up platformunu ülkemizde de hayata geçirdik. Türkiye'de kurum içi girişimcilik çalışmaları yapan dört ekipten ikisi, Almanya'da grow yönetimine sunulan 9 proje arasına girme başarısını gösterdi. Bu projelerden biri kuluçka aşamasına geldi ve grup, bu projeye yatırım yapmaya karar verdi. Şu anda Life Guard adlı ekibimiz, yüksekte çalışan herkesin güvenliğini sağlamak amacıyla geliştirdikleri Akıllı Kanca (Smart Hook) projesi üzerindeki çalışmalarını sürdürüyor. İlk ürünlerin bu yıl içinde iç pazara sunulacak konuma gelmesini bekliyoruz.

Tüm bu gelişmeler ışığında; yüz yılı aşkın süredir faaliyet gösterdiğimiz Türkiye'de, yaklaşık 16 bin 700 çalışanımızla artarak devam eden enerji motivasyonumuzla üretmeye ve inovasyona 2021 yılında da devam ediyoruz.

Bosch'un Türkiye'de, 'Mobilite Çözümleri', 'Enerji ve Bina Teknolojileri', 'Sanayi Teknolojileri' ile 'Dayanıklı Tüketim Malları' alanlarında faaliyet gösteren iş alanları bulunuyor. Grubun önümüzdeki süreçte yatırım hedeflerinde neler var? Yatırımlarımızın odak noktasında üretim

faaliyetleri bulunuyor. Halen Bursa Fabrikamızda, benzinli motorlar için geliştirilen yeni nesil yüksek basınç pompalarını üretmek için hat kurma çalışmalarımız devam ediyor. 500 milyon TL ek yatırımla bu yıl içinde devreye almayı planladığımız hat sayesinde, benzinli bir motorun hem yüksek basınçlı pompa ve gövdesi, valfi hem de enjektörü Bursa'da üretilir hale gelecek.

Enjektör ve özel makine imalatından sonra ilk defa yepyeni bir ürün gamını Bursa'da üretmeye başlayacağız. 2023 sonunda toplam 6 hatta üretim gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Bu ürünlerin üretilmesinde hassas ayar ve ölçüm sistemleri, ileri teknoloji lazer kaynak sistemleri, akıllı kamera sistemleri ve özellikle Endüstri 4.0 çözümleri kullanılıyor. Sadece Almanya, ABD ve Çin'de yapılan bu üretimin Türkiye'ye verilmiş olması, Bursa'daki fabrikamızın global üretim ağındaki yetkinliğini gösteriyor.

Dijitalleşmenin doğduğu ülke Almanya ile önemli temaslarınız bulunuyor. Bu çerçevede dijitalleşme sürecine dair aldığınız aksiyonlar nelerdir?

Almanya son yıllarda uyguladığı entegre bir stratejiyle dijitalleşme konusunda öne çıkan ülkelerden biri. Ayrıca Endüstri 4.0'daki gelişmelere ABD ve Japonya ile birlikte öncülük eden üç ülke arasında yer alıyor. Bu alanlarda oyunun kuralları yeniden yazılırken Bosch da öncü bir rol oynuyor. Grubumuz,

son birkaç yılda, bir sanayi işletmesinden önde gelen global 'Nesnelerin İnterneti-IoT' şirketine dönüştü. Şimdiyse özellikle yapay zeka ve nesnelerin internetinin (IoT) birleşimi olan AIoT alanında önde gelen bir şirket olmayı hedefliyoruz. Sürdürülebilir mobilite, nesnelerin interneti ve yapay zeka gibi geleceğin önemli alanlarına yatırım yaparak, inovasyon liderliğimizi daha da genişletiyoruz.

Dijitalleşme alanında ikili bir stratejimiz söz konusu: Hem kendi fabrikalarımızda dijital dönüşüm projelerini hayata geçiriyor hem de iş birliği yaptığımız müşterilerimize danışmanlık desteği veriyor ve çözüm sunuyoruz. 130 yıllık üretim geçmişiyse bu alanda güçlü kaslara sahip bir şirket olarak üretimdeki dijital dönüşüm tecrübemizi, Türk sanayinin de hizmetine sunuyoruz. Yerel firmaları dünya arenasına çıkarmak için küresel know-how'ımızı transfer ediyoruz. 2016 yılından bu yana 'Otomotiv', 'Beyaz Eşya' ve 'Çelik' sanayisi başta olmak üzere farklı sektörlerden 100'ün üzerinde şirketle dijital dönüşüm anlamında temasımız oldu.

Bildiğimiz kadarıyla 1995 yılında Türkiye'ye geldiniz ve ailenizle burada yaşamaya devam ediyorsunuz. Türkiye'de sanayi sektörü ile uğraşmak size göre nasıl bir duygu?

Türkiye'de sanayi, büyümenin lokomotif sektörlerinden biri ve gelecek adına önemli potansiyel taşıyor. Sanayici tarafında ise mevcut altyapıyı geliştirmek üzere dijital gelişmelerden yararlanmak için büyük bir istek olduğunu gözlemliyorum. Bu, beni çok mutlu ediyor. Bir yandan dünyadaki en son gelişmeleri ve grubumuzun uzun yıllara dayanan bilgi birikimini Türkiye'ye taşırken, diğer yandan yerel sanayiciyle yan yana olmak ve bazı konularda onlardan birçok şey öğrenmek beni heyecanlandırıyor.

Ülke ekonomisine de büyük katkılar sağlayan Bosch Türkiye'nin başarısının sırrı nedir?

Bosch Türkiye'nin başarısının ardında 'yaşam için teknoloji' geliştirmeye kendini adanmış çalışma arkadaşlarımız olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim. Bizim ekibimizdeki herkes alanında işinin uzmanıdır ve her zaman daha iyisini yapmak için bir arayış halindedir. Ben de arkadaşlarıma yetkinliklerini kullanabilecekleri, kendilerini geliştirebilecekleri bir ortam sağlamaya gayret

"Endüstri 4.0 çözümleri içeren yeni bir ürün gamını Bursa'da üretmeye başlayacağız. Almanya, ABD ve Çin'de yapılan bu üretimin Türkiye'ye verilmiş olması, Bursa'daki fabrikamızın global üretim ağındaki etkinliğini gösteriyor."

ediyorum. Başarı kriterlerimizden birinin çalışanlarımıza verdiğimiz inisiyatif olduğunu düşünüyorum. Çalışanlarımız, işlerinin asıl sahibinin kendileri olduğunu bilirler; bu duygu da doğal olarak motivasyonu getirir.

Genç yetenekler de şirketimizin başarısında çok önemli pay sahibi. Bosch Türkiye, genç yeteneklere dünyada kendilerini kanıtlayabilecekleri fırsatlar sunuyor. Örneğin şirketimizde çalışan bir mühendis, iki yıl sonra dünyanın her yerinde çalışabilir konuma geliyor. Benim de şirketimizin geleceğini güvenceye almak için gelecek nesilleri yetiştirmek ve onlara koçluk yapmak gibi bir misyon olduğuna inanıyorum. Her fırsatta şirket içinde ve dışında gençlerle birlikte olmaya öncelik veriyorum. Ayrıca yetenek yönetimini uzun vadeli ve stratejik bir süreç olarak ele alıyoruz. Bu nedenle üniversite ilişkileri ve öğrenci programlarımızdan başlayarak kariyer, liderlik gelişimi ve çalışan bağlılığı aktivitelerimizle destekliyoruz.

Sonra biz Bosch Türkiye'yi bir şirket olarak hiçbir zaman görmeyiz. Tüm çalışanlarımızla büyük bir aile olduğumuzu düşünürüz. Yakın iletişim sağlamak en önem verdiğim konulardan biridir. Bunun da şirket başarımızın ardında yatan unsurlardan biri olduğuna inanıyorum.

Son olarak güncel rakamlarla Bosch Türkiye'nin büyüklüğünden kısaca bahseder misiniz?

Bosch olarak Türkiye'de 100 yılı aşan bir varlığa sahibiz. Son üç yılda Türkiye'de yaptığımız toplam yatırım tutarı 3,2 milyar TL oldu ve bunun 1,540 milyar TL'lik kısmı yani yarısı, 2019 yılında gerçekleşti. 2019 yılındaki ciromuz da bir önceki yıla oranla yüzde 11 artışla 21,5 milyar TL'ye ulaştı. 2019 yıl sonu itibarıyla çalışan sayımız 16 bin 700 oldu. Geniş bir coğrafyada 40'tan fazla ülkeye ihracat yapıyor ve Türkiye'nin toplam ihracatının yaklaşık yüzde 1,5'ini gerçekleştiriyoruz.

Maden ihracatçıları 2021'den umutlu

Ham madde tedariki gibi pek çok sektör açısından önemli bir değeri olan maden sektörü, 2020 yılında pandemiye rağmen yakaladığı başarıyı 2021'de de sürdürüyor. Yılın ilk iki ayında ihracatını artıran söz konusu sektör, şubat ayında en büyük ihracat artışına imza attı.

Türkiye 2020 yılında 169,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirerek, hedeflenen ihracat değerinin üzerine çıkmasının ardından, 2021 yılına rekorlarla başladı. Ocak ayında ihracatını geçtiğimiz yılın aynı ayına kıyasla yüzde 2,5 artırarak 15,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren Türkiye, şubat ayında performansını daha da yükselterek yeni bir rekora imza attı. Şubat ayında genel ihracat, geçtiğimiz yılın aynı ayına kıyasla yüzde 9,6 artarak tüm zamanların en yüksek rakamı olan 16 milyar 12 milyon dolar seviyesine ulaştı. İhracatçıların 2021 yılının ilk iki ayında gösterdiği bu üstün başarı sayesinde dış ticaret açığında da yüzde 15,3 oranında azalma görüldü. 22 sektörün ihracatını artırdığı şubat ayında, en büyük artışı yaşayan sektör ise ‘Maden’ oldu. Geçtiğimiz yılın aynı ayına göre ihracatını yüzde 47,2 oranında artıran sektör, şubat ayında 415,5 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi.

Elinde bulunan kaynakların kullanım alanlarını her geçen gün genişleterek bu doğrultuda ihracatını da artırmayı başaran maden sektörü, Türk ekonomisine yaklaşık 40 milyon değerinde katma değer sağlıyor. Türkiye, dünya maden çeşitliliği sıralamasında 10’uncu sırada yer alıyor. Ülke, 80 türde madene, 650 farklı desende mermere ve 150 farklı çeşitlikte doğal taşta sahip.

PANDEMİ CİDDİ BİR DURAKSAMA YAŞATTI

Pandeminin sektörler üzerinde yarattığı olumsuz etki maden sektöründe de fazlasıyla hissedildi. Virüsün, sektör ihracatının yüzde 30’unu oluşturan Çin kaynaklı olması ve Çin’in kapılarını dünyaya kapatması maden ticaretinde ciddi bir düşüş yaşanmasına sebep oldu. Yalnızca Çin değil, bu süreçte Güney Amerika madenler çalışmalarına ara verirken Afrika ülkelerindeki madenler ise kapasitelerinin yüzde 50’si ile çalıştı.

2020’nin ilk yarısında yaşanan sert düşüşün ardından Türkiye maden sektörü, haziran ayı itibarıyla toparlanmaya başladı. Yılın ikinci yarısında gösterdiği yüksek performans ile ilk yarıdaki duraksamaya rağmen yılı 190 ülkeye ihracat gerçekleştirerek kapattı.

TİM Sektörler Konseyi Maden Sektörü Başkanı Rüstem Çetinkaya: “2021 yılında yaşanan ihracat artışının yılın ikinci yarısında da devam edeceğine inanıyorum.”

ALT SEKTÖRLERİN BAŞARIYA KATKISI BÜYÜK

Dünyada 90 çeşit madenin üretimi yapılıyorken bu sayı Türkiye’de 60’ı buluyor. Birçok endüstrinin ilk tedarikçisi konumundaki sektörü, küresel ekonominin temel taşlarından biri yapan ise alt sektörlerinin başarısı.

Türkiye metalik madenler, jeotermal kaynaklar ve linyit enerji ham maddeleri bakımından oldukça zengin. Özellikle de dünya rezervlerinin yüzde 72’sine sahip olmasıyla bor açısından fazlasıyla şanslı olan Türkiye; trona, kaya tuzu, sodyum sülfat, perlit, ponza, feldspat, bentonit, barit, manyezit, alçı taşı, stronsiyum tuzları, zeolit, sepiyolit, ponza taşı, mermer, doğal taşlar ve kuvars gibi endüstriyel ham maddeler bakımından önemli kaynaklara sahip. Endüstriyel minarellerde dünya rezervlerinin yüzde 2,5’ine sahip Türkiye; küresel perlit rezervinin yüzde 8,7’si, barit rezervinin yüzde 7’si, sodyum sülfat rezervinin yüzde 0,29’u, cıva rezervinin yüzde 1,59’u, diatomit rezervinin yüzde 2,21’i, linyit rezervinin yüzde 1,52’si, antimuan rezervinin yüzde 2,26’si, manyezit rezervinin yüzde 1,47’si, gümüş rezervinin yüzde 1,44’ü, bakır rezervinin yüzde 0,37’si, krom rezervinin yüzde 0,40’ı ve altın rezervinin yüzde 0,42’sini elinde bulunduruyor.

DOĞAL TAŞ SEKTÖRÜ İHRACATIYLA DİKKAT ÇEKİYOR

Türkiye’nin dünyada adını duyurduğu önemli ihracat kanallarından biri olan doğal taş, ihracatını her geçen yıl artırıyor. Sektör, salgının başında ihracat pazarlarında yaşadığı sıkıntılar nedeniyle zor bir süreç geçirse de sanal ticaret heyetleri noktasındaki aktif çalışmaları ile hızlı toparlandı.

Çin pazarındaki sıkıntılar sebebiyle 2020 yılında yüzde 7’lik düşüş yaşayan doğal taş ihracatı, işlenmiş doğal taş ihracatındaki artışla kendine geldi. 184 ülkeye ihracat yapan işlenmiş doğal taş sektörünün

2020’de ihracatı 1 milyarı geçti. Doğal taşta dünyadaki en büyük dört ihracatçıdan biri olan Türkiye’nin yeni dönem hedefi ise sektörün pazar payını artırmak.

YENİ REFORM PAKETİ MADEN SEKTÖRÜNÜ YAPILANDIRACAK

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından açıklanan Yeni Reform Paketi ile salgın sonrası dönemin ekonomik yapılanmasına uygun, sürdürülebilir, güçlü ve kaliteli büyüme hedefleniyor. Madencilik, petrol ve doğalgaz arama ve üretiminde yatırım ortamının iyileştirilmesi ve güvencenin artırılması noktasında önemli detaylar içeren paket, ihracat odaklı çalışan maden sektörünün yeni dönem hedeflerine umut oldu. Türkiye’nin milli enerji ve milli madencilik politikası kapsamında attığı adımlar ve yatırım güvencelerinin artırılması ihracatçıları cesaretlendirdiği gibi sektörün yakaladığı başarıyı daha da yukarılara taşımasını sağlayacak.

“İHRACAT ARTIŞI 2021’İN İKİNCİ YARISINDA DA DEVAM EDECEK”

Pandeminin maden sektörünün ana ihracat pazarı olan Çin’i çok hızlı etkilediğini ve bu süreçte sektörün birçok belirsizlikle boğuştuğunu ifade eden

TİM Sektörler Konseyi Maden Sektörü Başkanı Rüstem Çetinkaya; “2020 yılının ilk çeyreğinde tsunaminin ilk dalgası, tüm sektörlerden önce bizim sektörümüzü vurdu. İlk etapta bazı maden ocakları vardiya azaltırken, devam eden süreçte üretimine ara veren ocaklar da oldu. Söz konusu durum nedeniyle nakit sıkışıklığı ve finansman zorlukları yaşandı. Ruhsat harçları ve orman bedelleri ile ilgili ödemelerin ertelemeleri, darboğazı aşma noktasında can suyu oldu. ‘Yeni normal’in başlangıcı olan yılın ikinci yarısında ise sektörümüz tekrar atağa kalktı. Özellikle doğal taş sektörü, süregelen seyahat kısıtlamaları nedeniyle fotoğraf

4,27

MİLYAR DOLAR

Sektörün 2020 ihracatı

% 2,73

Sektörün genel ihracattaki payı



TİM SEKTÖRLER KONSEYİ
MADEN SEKTÖRÜ BAŞKANI
RÜSTEM ÇETİNKAYA



TÜRK TURİZMİNİN 50 YILLIK KÖKLÜ OTEL MARKASI
BARUT HOTELS, SİZİ AYRICALIKLARLA DOLU DÜNYASINI
KEŞFETMEYE DAVET EDİYOR!



444 96 00
baruthotels.com



İMİB Yönetim Kurulu Başkanı Aydın Dinçer: “Yılın ilk iki aylık dönemde sektör ihracatımızın 2019 yılına göre yüzde 28 artış gösterdiğini söyleyebiliriz.”

ve video ile müşterilerine uzaktan erişim sağlayarak ihracata devam etti. İhracatçı birliklerimizin organize ettiği sanal ticaret heyetleri, bu süreçte sektörün yaralarını sarmasına en büyük katkıyı sağlayanlardan oldu.” dedi.

Sektörün 2021 yılının ilk aylarında yakaladığı başarıdan da bahsederek Çetinkaya; “Maden sektörünün bu yılın ilk iki ayda gösterdiği ihracat performansını değerlendirirken, 2020 yılına ait baz etkisini göz ardı etmemek gerekiyor. Ocak-şubat ayları, sektör için negatif ve durgun geçmişti. Biz artışın temel sebeplerinden biri olarak bu durumu esas alıyoruz. Diğer bir sebep ise metalik madenlerdeki arz talep dengesinin talep yönünde çok hızlı artması ve değişen birim fiyatları. Bu yansımalar ve değerde yaşanan ivmelenme, ilk iki ayın ihracat artışına ciddi bir katkı yapmış durumda. Sürecin sonunda, 2021 yılında yaşanan bu artış hızının ikinci yarıda da devam edeceğine ve sektörümüzün 2019 yılı rakamlarını da geçeceğine yürekten inanıyorum.” şeklinde konuştu.

**“BÜYÜME TAHMİNLERİ
MADEN İÇİN POZİTİF
YÖNDE SEYREDİYOR”**
Tüm pazarlara yayılan



İMİB BAŞKANI
AYDIN DİNÇER

pandemi nedeniyle 2020 yılının ilk dört ayında ihracatta ciddi düşüş yaşadıklarını söyleyen İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Aydın Dinçer; “Salgın, sadece sınırları kapatıp ticareti ağırlaştırmadı; ekonomide yavaşlamaya neden olarak, arz-talep dengesini bozdu. Ham madde ve enerji gibi iki önemli rolü ile her şeyin temelindeki sektörümüz ise olumsuz süreci çok daha yoğun yaşadı. Üyelerimizle süreci yakın bir şekilde yürütürken, yaşanan daralmanın sektörümüze etkisini şubat ayı itibarıyla Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı başta olmak üzere ilgili bütün yapılarla paylaştık. Çözüm önerileri geliştirip sunduk ve taleplerimiz karşılık buldu. Yeni normale süratle hazırlanan sektörlerden biri olarak temassız ticaret için dijital çözümler devreye aldık. Ülke ziyaretlerini sanal ticaret heyetleri olarak organize ettik, webinar ve e-b2b görüşmeleri düzenledik. Artan talepler nedeniyle yaşadığımız ihracat kayıplarını ise haziran ayı ile birlikte telafi etmeye başladık.” dedi.

Sektör olarak ihracatta önemli bir performansa imza attıklarının altını çizen Dinçer, 2021 büyüme tahminlerinin pozitif yönde seyretmesinin sektörü olumlu etkilediğini söylüyor. İhracat performansının 2020 değil, 2019 yılının aynı dönemine göre değerlendirilmesi gerektiğini ifade eden Dinçer; “İlk iki aylık dönemde sektör ihracatımızın 2019 yılına göre yüzde 28 artış

MADEN ALT SEKTÖRLERİ OCAK-ARALIK İHRACAT DEĞERLERİ

	Ocak-Aralık (\$)		
	2019	2020	Değer (%)
Granit ham, kabaca yontulmuş veya blok	3.775.315,11	4.432.719,43	%17,4
Madencilik ürünleri	677.311,57	447.800,81	-%33,9
Maden dışı ürünler	319.479.218,33	314.319.850,51	-%1,6
Metal cevherler	1.212.848.467,46	1.374.794.873,19	%13,4
Doğal mineral maddeler	906.089.779,39	832.173.518,16	-%8,2
Mineral yakıtlar	8.375.751,79	14.452.812,54	%72,6
Yontulmaya ve inşaata elverişli doğal taşlar	1.858.960.269,20	1.731.769.822,92	-%6,8

Kaynak: TİM

Arkim



İnovasyon ödüllü **Arkim**, Gıda koruyucuları ve takviyeleri pazarında büyüyen ürün portföyü ile ihracat alanını genişletiyor.

Singapur, ABD, Almanya, İngiltere, İtalya, Fransa ve İspanya'dan sonra 2021'de İsveç ve Polonya'yada da ürünlerimizle e-ticaret platformlarında yer alıyoruz.

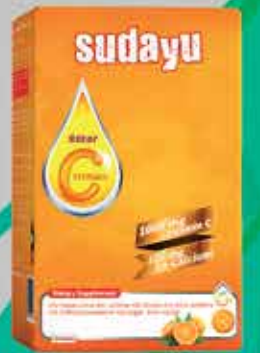
ARKİM, Sudayu ve ArCa_1100 markaları ile doğal kalsiyum kaynaklarından, Sodyum Benzoat, Potasyum Sorbat ve Natamisin gibi kimyasal koruyuculara alternatif dakikada ortalama 10 bin bakteriye etki eden doğal bir gıda koruyucusu üretmektedir. Arkim portföyüne; unlu mamüllerde hamur yapısı ve raf ömrü iyileştiren hammadde, mide dostu C vitamini ve meyve kararmasını engelleyen hammaddeyi de eklemiştir.

ARKİM, İTUNOVA TTO desteği ile İstanbul Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nde Ar-Ge çalışmalarını yürütmüş ve ticarileşmiştir. Ürünler ABD, Türkiye ve Japonya patent tescilli olup WIPO tarafından 2018 yılında En İyi Akademik Patent Ödülü almıştır. İnovalig 2019'da İnovasyon Sonuçları Kategorisi'nde Türkiye 2.ligine layık görülmüştür.

Bugüne kadar ortalama 36 milyon kg gıda'nın israf olmasını önledik.

Arkim Kimyevi Maddeler Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi
Üniversite Mahallesi İstanbul Teknokent No:309
Avcılar İstanbul +902126916020
www.arkim.org info@arkim.org

Arkim LLC
c/o Sente Foundry LLC
222 W Merchandise Mart Plaza, Suite 570
Chicago, IL. 60654
www.arkim.co info@arkim.co



Biz Hayatı Koruyoruz ❤️

EMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mevlüt Kaya: “Türk doğal taş sektörünün 2020’deki başarıma arzusu, 2021’e umutla bakmamızı sağlıyor.”

gösterdiğini söyleyebiliriz. Özellikle son zamanlarda yaşanan teknolojik gelişmeler sonucu ihtiyaç duyulan maden çeşitlerinin ülkemizde de üretiminin yapılmasıyla küresel pazarda rekabet gücümüzün artarak, ekonomimizin güç kazanacağını düşünüyorum. Ayrıca değinmek istediğim bir husus ise küresel çapta yaşanan konteyner bulma sorunu ve navlun fiyatlarındaki artış. Bu durumun devam etmesinin ihracatımıza olumsuz etkisinin olabileceğini göz ardı etmemeliyiz. İhracatımızın artması için üretimin de artması gerekiyor. Dünyada maden çeşitliliği açısından ilk sıralardaki ülkemiz, bu konuda avantajlı olsa da potansiyelini tam anlamıyla kullanamıyor. Son yıllarda arama ve işletme ruhsatları dahil olmak üzere toplam maden ruhsatlarında ciddi düşüşler yaşanması, Türkiye’de madencilik yatırımlarının giderek azaldığını gösteriyor. Maden arama faaliyetleri gerçekleştirilmezse ilerleyen yıllarda madenlerimizi işletemez duruma gelebiliriz.” dedi.

“CİDDİ BİR ÇIKIŞ YAKALAYACAĞIMIZA İNANIYORUM”

İhracatının yüzde 40'lara varan kısmını Çin'e yapması dolayısıyla maden sektörünün, pandemiden ilk ve en çok etkilenen sektör olduğunu belirten Ege Maden İhracatçıları Birliği (EMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mevlüt Kaya, yüzde 40'luk ihracatın bir anda 0'a inmesiyle inanılmaz bir sarsılma yaşadıklarını ve bu süreci Eximbank ile Ticaret Bakanlığı'nın katkılarıyla atlatabildiklerini söylüyor. Mevlüt Kaya; “Pandemi nedeniyle fuarlar, sektörel ticaret heyetleri ve seyahatler iptal olduğundan doğal taş ihracatçıları, taşlarının dokularını ve tasarım detaylarını müşterilerine sunma

imkanı bulamıyordu. Ancak sektörümüzün pandemi döneminde dijitalleşmeye hızlı uyum sağlaması başarıyı getirdi. Bu dönemde fiziksel organizasyon yapamadığımız için etkinliklerimizi online platformlar üzerinden gerçekleştirdik. Ur-Ge doğal taş kümelerimizde yer alan firmalarımıza gerçekleştirdiğimiz dijital eğitimlerin yanı sıra Vietnam'a yönelik sanal sektörel doğal taş ticaret heyetini ve Orta Doğu ülkeleri sanal ticaret heyeti organizasyonlarımızı gerçekleştirdik. Önümüzdeki dönemde Ticaret Bakanlığı'nın desteğiyle sanal ticaret heyeti organizasyonlarımızı sürdüreceğiz, bu konudaki çalışmalarımız devam ediyor.” dedi.

İşlenmiş ürün ihracatındaki artışın, 2020 yılını az hasarla atlattıklarını ve 2021'e iyi bir başlangıç yapmalarını sağladığını vurgulayan Kaya, işlenmiş doğal taş ihracatındaki artışın da altını çiziyor. Kaya; “Bu durumu ‘inanılmaz bir başarı’ olarak tanımlıyorum çünkü Türk doğal taş sektörünün 2020’deki başarıma arzusu, 2021’e umutla bakmamızı sağlıyor. Bu noktada işlenmiş ürün üretimini teşvik etmek amacıyla da 2020 yılında ilk kez gerçekleştirdiğimiz ve 400’e yakın başvuru aldığımız Amorfo Doğal Taş Proje Tasarım Yarışması’ndan da bahsetmek istiyorum. Çünkü ham madde ya da yarı mamul yerine, doğal taş ham maddesine tasarım, estetik dokunuş ve yenilikçi teknolojilerle sağlanacak katma değerli üretimler, ihracat hacimimizi



EMİB BAŞKANI
MEVLÜT KAYA

çok daha yüksek seviyelere çıkaracak. 2021 yılında da düzenleyeceğimiz yarışmanın tanıtımlarına geçtiğimiz günlerde başladık. Ülkemizin en önemli öz kaynaklarından biri olan madenleri, ‘Sürdürülebilir Madencilik’ mottosuyla ekonomiye kazandırırken, 2 milyon insanın maden

sektörü ile geçimini sağlamasına katkıda bulunuyoruz. ‘İnadına üretim, inadına ihracat’ mottosuyla 2021 yılında yine dijital pazarlamaya yoğunlaşarak, doğal taş ihracatında 2 milyar dolar ihracat hedefimize ulaşacağımıza inanıyorum.” şeklinde konuştu.

AHLATCI HOLDING

6 SEKTÖRDE 34 ŞİRKETİMİZ İLE

GELECEĞİ BUGÜNDEN İNŞA EDİYORUZ!

ALTIN



ENERJİ



OTOMOTİV



SAĞLIK



GAYRİMENKUL



FİNANS

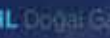


AHLATCI
HOLDING

AHLATCI
HOLDING

Milenyum
HOLDING

ahlatci
HOLDING



Kayahan Hidrolik Yönetim Kurulu Başkanı **Sevda Kayhan Yılmaz**

“Makine sektörü kalkınırsa ülke kalkınır”

Konya’da 2 metre iç çap ve 23 metre boya kadar hidrolik silindir üreten Kayahan Hidrolik’in en başında Sevda Kayhan Yılmaz var. Çocukluğundan bu yana makine sanayinin içinde yetişen ve bu sektörü oldukça önemseyen Sevda Kayhan Yılmaz; yalnızca iş yaşamında değil, çeşitli dernek ve birliklerde de önemli görevleri üstleniyor.



Kayhan Hidrolik firmasının Yönetim Kurulu Başkanlığı ve Genel Müdürlüğünü yapan Sevda Kayhan Yılmaz; 'makine sektörünün en başarılı iş kadınları' arasında yer alıyor. Konya'dan üretilen Türkiye'nin de ihracatına uzun yıllardır katkı sağlayan başarılı iş kadını aynı zamanda STK'larda da yoğun mesai harcıyor. Önceki dönemlerde MAİB Yönetim Kurulu Üyeliği ve Saymanlığı, MTG Yönetim Kurulu Üyeliği ve Saymanlığı, MİB Başkanlığı ve Konya Sanayi Odası Meclis Başkanlığı yapan Sevda Kayhan Yılmaz; MAİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılığı görevinin yanı sıra TOBB Makine İmalatçıları Sektör Meclisi Üyeliği, Konya Sanayi Odası Yönetim Kurulu Üyeliği, AKDER Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılığı görevlerini sürdürüyor. Gelişmiş ekonomilerde makine sektörünün güçlü olduğuna dikkat çeken Sevda Kayhan Yılmaz ile iş yaşamından ihracata; makine sektöründen pandemi sürecine kadar geniş kapsamlı bir söyleşi gerçekleştirdik.

İş hayatına nasıl başladınız?

Konya'da 1965 yılında doğdum. Konya Maarif Koleji'ni tamamladıktan sonra ODTÜ İşletme Bölümü'nü bitirdim. Okulu bitince master mı yapayım, akademik olarak mı ilerleyeyim derken babam "Senin gibi yabancı dil bilen birisine ihtiyacım var, gelmen lazım." dedi. Böylelikle kendimi iş hayatının içerisinde buldum. Bu profesyonel anlamda olanıydı halbuki ben çekirdekten yetiştim.

Çekirdekten derken...

İlk paramı, döküm kumunun içindeki ergimiş madeni mıknatısla toplayıp, babama satarak kazandım. Sonra matkapla rovelverde çalıştım, montaj yaptım. Yani liseyi bitirene dek aslında yaptığım vasıfsız işçilikti. Üniversiteden sonra büroya geçtim, hemen hemen her bölümde çalıştım: Teknik resim çizdim, maliyet muhasebesi yaptım, ithalat/ihracat işlemlerini öğrendim.

Başka bir firmada çalışmayı hiç düşündünüz mü?

O günleri hatırlıyorum da ODTÜ'yü bitirmişim. Ben mezun olduğumda ailede başka üniversite mezunu yoktu. Fakat ben yine de en düşük maaşla işe başladım. Tabii insan ilk anda demoralize olmuyor

"Dünyada makine sektörünün payı çok büyüktür çünkü üretimin temelidir. Türkiye'de de makine ve aksamalarının önemi anlaşılıyor. Zira en fazla ihracat gerçekleştiren üç sektörden biriyiz."

değil. Arkadaşlarımı hatırlıyorum; benim aldığım maaşın yaklaşık 3, 4 kat fazlasını alıyorlardı. Gerçekçi olmak lazım... O zamanlar Ankara, İstanbul gibi kentler daha ODTÜ mezunlarına doymamıştı. Ben de büyükşehirlerde kurumsal bir firmaya gidebilirdim. Özel sektörde, böyle bir ücretle zaten başlamazdım. Ama kendime hep "Sabret kızım. Paraya da takılma. Burası senin işin." dedim. O günleri aştım. Yapabildikçe kendinize yer açıyor, bulunduğunuz yere kattığınız değer doğrultusunda zaten büyüyüp gidiyorsunuz.

Babamın kızı olmasaydım bu noktada olur muydum, açıkçası bilmiyorum. Netice itibarıyla Mehmet Kayhan'ın yatırımlarına sahip çıkılması gerekiyordu, ben de bunu görev bildim. Elbette sonradan ben de bu işi çok sevdim, kendimi adamaya çalıştım o başka...

İhracata yönelmeniz nasıl gerçekleşti?

Çalışmaya başlamamın ilk senesinde 'ihracat yapmanın gerekliliği'ni anlayıp bunu gerçekleştirmeye çalıştım. Çünkü benim gözümde ihracat dışında her şey boş. Devleti ya da Türkiye Cumhuriyeti'ni bir insan olarak düşünün; iç ticaret, bir cebinizden alıp öbür cebinize koymaktır. Sizi ne zenginleştirir ne fakirleştirir. Zenginleşmek için ancak iç tüketimin artması gerekir. Orada da kaynaklarınızı üretime ne derece döndürdüğünüz önemli. Ben de dedim ki; ihracat yapayım da hem Türkiye'ye hem bize girdi olsun. Bir buçuk yıl çalıştım sonuç sıfır. Hiç ihracat yapamadım. Ama o süreçte şunu gördüm; ihracata giden yol kaliteden geçiyor. Bir ürünü ihraç ederken onun kalitesinden emin olmam, kaliteyi de kontrol altında tutmam gerekir. Ama bu da hemen olmuyor. Bizde kurulu bir düzen vardı. Maaşım geliyordu. Buna rağmen zorlandım. Sıfırdan başlayan için çok zor. İki, üç sene belki hiç iş alamayabilirsiniz.

Avrupa'ya satmayı hedefledim çünkü dil olarak daha kolaydı. Avrupa'ya satmak için onların kalitesine ulaşmak lazım. Bunun için



de kaliteye yatırım yapmak gerekti. Birkaç yıl da kalite yatırımları konusunda çalıştık. Sonra ihracata başladık. İhracata başlarken bizim ürünümüzden ihracat 1993'te 100 bin doların altındaydı. Biz başladık, ihracatı 10 kat artırdık. Çünkü bir anda çok ciddi bir müşteriyle karşılaştık.

Kayahan Hidrolik'te hangi boyutta silindirler üretiliyor?

Kayahan Hidrolik'te hidrolik silindir üretiliyor. Silindirlerimizin özelliği ağır tip olan endüstriyel silindirler olması, mobil hidrolikte yokuz diyebilirim. Ağır olarak demir çelik sektörü, baraj kapakları, köprü kaldırma silindirleri, büyük pres hidroforming silindirleri gibi 2 metre iç çap, 23 metre boya kadar hidrolik silindirin üretimini gerçekleştiriyoruz.

Günümüzde kadın çalışan sayısı giderek artıyor. Ve bu sayının artmasında sizin gibi isimlerin etkisi çok büyük. Bu başarıyı yakalamak, bir yandan bununla da mücadele etmek zor olmadı mı? Kadın ve erkekler arasında iş hayatında size göre ne gibi farklılıklar var?

Sanayi sektöründe kadın olmanın hiçbir rahatsızlığını hissetmedim. Zaman zaman yadırgayanlar oldu, onlara gerekli cevabı verdim. Bunun bir zorluğu yok. İşveren olmak zaten zor. Kadın işveren olmanın,

erkek işveren olmaktan hiçbir farkı yok. Aynı sıkıntıları çekiyorsunuz.

Ancak bence kadınlar zaten iş hayatında doğuştan gelen bir avantaja sahip. Bir kere bir şeyin az olanı daha fark edilir olur. Biz, erkeklere oranla makine sektöründe çok azız. Ben inanıyorum ki benim yaptığım görevleri yapacak benden çok daha birikimli arkadaşları var. Fakat onlar erkek, ben kadın olmanın avantajını kullanıyorum.

Kadınlar yapıları itibarıyla daha dayanıklı. Fiziki güçleri belki erkeklerin daha fazla ama psikolojik güç kadınlarda daha yüksek. Kadınların risk algıları daha gelişmiş. Bu nedenle riski önceden fark edip daha tedbirli gidebiliyorlar. Kadınlara çalışmak da çok keyifli. Kadınların başka bir özelliği ise aynı anda pek çok şeyi düşünme meyzetidir. Bunun haricinde kadınları iş konusunda daha sadık buluyorum, bağlılıkları daha yüksek. Mesela bizim şirketimizin orta ve üst kademesinin yüzde 66'si kadın.

Pandemi süreci için neler düşünüyorsunuz, sizce sanayide moralier nasıl?

Normal şartlarda bir yöneticinin rüşünü ispat etmek için iş hayatında üç kriz geçirmesi lazım derler. Biz ise ülke olarak sadece beş yılda üç kriz gördük. Dolayısıyla biz bunların öncesinde de hep "Bize bu krizlerin katkıları nelerdir?" tarafına baktık. Olumlu olumsuz her gelişmeden bir şey deneyimledik. Bu nedenle pandemi de gelip geçecektir. Pek çok şirket buna da adapte oldu, aksiyon aldı. Biz de öyle yaptık. Verimlilikte önemli bir artış sağlandı. Moraliniz bakış açınıza bağlı; analitik verilere bağlı kalarak çevrenizi değerlendiriyorsanız moraliniz bozulmaz çünkü çıkış yolu da önünüzdedir.

Makine sektörünün ülkemizde geldiği noktayı değerlendirir misiniz?

Makine sektörünü çok önemsiyorum. Dünya ticaretinde de, ülkemizde de makine sektörü ticaret hacmi bakımından ikinci sıradadır. Yani Türkiye'nin ithalatında birinci kalem enerji, ikinci kalem makine ithalatıdır. O nedenle bizim potansiyel müşterilerimiz de aslında hem Türkiye'de hem de dünyada var. Dünyada da makine sektörünün payı çok büyüktür çünkü üretimin temelidir. Biz 2019 yılında yaklaşık 18 milyar dolar ihracat yapmıştık. Tabii ki 2020 yılında o maalesef

bir parça düştü. Toplam ihracatımızdan yüzde 10,5 pay almak arzusundayız. Hatta serbest bölgeleri de dahil ederseniz Türkiye olarak yaklaşık 20 milyar ihracatımızın olduğunu söyleyebiliriz. Üretimimiz 100 milyarın üzerinde. En fazla ihracat gerçekleştiren üç sektörden biriyiz.

Bunlar aslında bizim emekleme dönemlerimiz, bu süreçte imza attığımız bu işlerden ben çok gurur duyuyorum. Önümüzün çok açık olduğuna inanıyorum. Özellikle son dönemdeki akıllı makineler özelinde düşünecek olursak yazılımla çok ciddi bir dirsek temasımız var. Endüstri 4.0'da farklı sektörlerin birbiriyle diyalogu, teması güçleniyor. Yazılım sektörünün kendi yapısından sonra teknolojiye en çok sahip olan ve bunu kullanan sektör makinedir.

Pandeminin istihdamda nasıl bir yansımaları oldu?

Yapılan anketlerde makine sektöründe herhangi bir istihdam kaybının olduğu gözüküyor. Biz pandemi sürecinde eleman çıkartmadan devam ettik. Bunun sebebi aslında son derece basit: Bizler de işler konusunda zayıfladık ama bizim elemanımız çok kıymetli. Muhakkak her insan, her çalışan, her sektör önemli ama yerine koymak, o deneyimi tekrar bulabilmek çok zor. Biz elemanlarımızı hiçbir zaman bırakmıyoruz. Makine sektörü öyle önemli ki biz kalkındığımız zaman ülke kalkınacak. Zaten gelişmiş ekonomilere bakarsanız hep makine sektörünün güçlü olduğunu görürsünüz.

Sevda Hanım, Kayahan Hidrolik haricinde, makine ve aksamaları sektörü çatısında pek çok kuruluşta aktif olduğunuzu biliyoruz. Biraz bahseder misiniz?

Sektöre hizmet etmek için Adnan Dalgakıran'ın davetini kabul ederek Makine İhracatçılar Birliği'nde görev almaya başladım. 2006 yılından bu yana makine sektörünün içerisindeyim. Makine İhracatçılar Birliği'nde Yönetim Kurulu Üyesi yaptım, şu anda Başkan Yardımcısıyım. Bunun yanı sıra Makine İmalatçılar Birliği'nin Başkanlık görevini iki dönem önce üstlendim. Şu anda Akışkan Gücü Derneği'nde (AKDER) Başkan Yardımcısıyım. MAKFED'te Denetim Kurulu Üyesiyim. Aynı zamanda Konya Sanayi

"Analitik verilere bağlı kalarak çevrenizi değerlendiriyorsanız olumsuz tablolar moralinizi bozmaz çünkü çıkış yolu önünüzdür. Sektör olarak olumlu, olumsuz her gelişmeden bir şey deneyimledik."

Odası Meclis Başkanlığı yaptım, şu anda da Yönetim Kurulu Üyesiyim. Sektöre hizmete devam etmeye çalışıyorum.

Pandemi sürecinin gelmesi muhtemel yeni dalgaları için sektör sizce hazır mı?

Hiçbir gün kararip kalmaz, muhakkak her gecenin sabahı var. Bazen benim de moralim bozuluyor; üzülüyorum. Babam her zaman "Tavşan uyuduğu kadar koşar." der. Şimdi nefes alıyoruz ama sonrasında nefes almaya vaktimiz olmayacak. O günlere erişmek için bazı desteklere de ihtiyacımız oluyor. Mart-Temmuz arasındaki dönemde devletimizin çok güzel destekleri oldu. Ancak şu aşamada, durumlarda sertleşme olursa kredi desteği firmalar için çok daha zor olacak. Hem teminat konusunda problem yaşayabilirler hem de limit konusunda da sorun olabilir. Aslında hibe gerekli ama devletimize de çok yük olmak istemiyoruz. Hibe öncelikli olmak kaydıyla artık daha uzun vadeli, 3-5 yıl gibi krediler olması gerekiyor. Çünkü bu dönemde herkes çok ciddi sarsıntı geçirdi. Şirketlerin bilançolarında sorun var. Bu bilançoların düzelmesi için 2016 ve 2018'deki kasa, stok konusunda aflarla düzenlemeler getirilmesi gerektiğine inanıyorum. Muhakkak devlet yetkilileri sayıları takip ediyordur. Bu noktada istihdam desteklerinin uzatılması söz konusu olabilir. Pandeminin bittiği zaman konuşulacak konu çevre olacak. Bu nedenle devletin yenilenebilir enerji konusunda bugünden hazırlık yapması gerektiği kanısındayım.

"İLK İHRACATIMIZ ABD'YE OLDU"

Kayahan Hidrolik ilk kez 1993 senesinde ihracat gerçekleştirdi. Bu deneyimle ilgili olarak Sevda Kayhan Yılmaz şunları söyledi: "İlk ihracat yaptığımız sene Türkiye'nin bizim GTIP'imizdeki ihracatı 93 bin dolardı. Bizim ilk ihracatımız ABD'ye yönelik olmuştu ve 27 bin 500 dolardı. İkinci sene Türkiye'nin ihracatı 1 milyon dolara yaklaştı ve aradaki farkı biz yapmıştık. Çünkü bir anda çok ciddi bir müşteriyle karşılaştık. O müşteri de hala müşterimiz!"

Ekonomi tarihinin vazgeçilmez gücünü günümüzde aile şirketleri oluşturuyor. Bu oran Türkiye’de yüzde 95’lere kadar uzanıyor. Bu bakımdan ciddi bir ivmeye sahip olan Türkiye ile Hindistan, Latin Amerika ve Uzak/Orta Doğu’nun da bu rakamlarda olduğu biliniyor. En büyük ekonomiler arasında yer alan İngiltere ve Kuzey Amerika’da ise bu oran yüzde 75 civarında. Genelinin KOBİ düzeyinde olduğu bu aile şirketlerinde ikinci kuşaklar rekabeti ise ‘ihracat’ ile artırıyor.

AİLE ŞİRKETLERİNİN DÜNYADAKİ DURUMU

Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü’nün (OECD) istatistiklerine göre ekonomileri endüstriye dayalı ülkelerde anonim şirketlerin yaklaşık yüzde 7,5’i aileler tarafından kontrol ediliyor. Bu rakamı desteklemenin de ötesine geçen Fortune 500’de yer alan şirketlerinin tam 165’i ise aile şirketi. Dünyanın ikinci büyük global ekonomisi olarak kabul edilen Avrupa Birliği’nde (AB), 17 milyondan fazla aile şirketi, 100 milyondan fazla istihdam sağlıyor ve şirketlerin yüzde 65’ten fazlasını temsil ediyor. İngiltere’nin en büyük 8 bin şirketinin ise yüzde 76’sı aile şirketi...

İKİNCİ NESLİN SORUMLULUĞU DAHA FAZLA

Aile şirketlerinin gelecek dönem vizyonunda ikinci kuşağa çok iş düşüyor. Ernst&Young’un yaptığı ‘Aile İşletmeleri Endeksi’nde ulaşılan veriler, bu noktada oldukça dikkat çekici. Dünyanın en büyük 500 aile şirketine yönelik gerçekleştirilen aile şirketlerinin gelecek dönem vizyonu araştırması, firmalar için önemli bilgilere kapı açıyor. Söz konusu şirketlerin ortalama faaliyet süreleri 80 yıl ve ortalama ciroları yaklaşık 15 milyar dolar civarında. Dünyanın en büyük 500 aile şirketinin yönetimlerinde yer alan yeni nesil aile üyelerinin sorumluluk alma oranları ise pek tabii artış gösteriyor. Bununla beraber yönetim kurullarında profesyonel yöneticilerin de ağırlığının arttığı görülüyor. Bir başka değişle aile şirketleri önümüzdeki dönemin getirdiği belirsizlikleri yönetirken aile sermayesine ve birikimine güvenmekle birlikte profesyonelleşme ile gelen deneyim ve uzmanlaşmaya da önem veriyor. Ve bu

Türkiye’nin en yüksek ihracat hacmine sahip ilk 100 şirketin 58’i aile şirketi. Bu şirketler Türkiye’nin toplam ihracatının yüzde 28’ini gerçekleştiriyor.

noktada ihracat kilit rol üstleniyor.

TÜRKİYE BU EKOSİSTEMİN NERESİNDE?

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de aile şirketleri sürdürülebilir ekonomik büyümenin temel yapı taşıdır. Zira Türkiye’de faaliyet gösteren şirketlerin yüzde 95’inin aile şirketi olduğu biliniyor. Bu oranın büyük bir kısmını ise KOBİ ölçeğindeki firmalar oluşturuyor. Ve aile şirketleri toplam istihdamın yüzde 78’ini sağlıyor.

Türkiye’nin en yüksek ihracat hacmine sahip ilk 100 şirketin 58’i aile şirketi. Bu şirketler Türkiye’nin toplam ihracatının yüzde 28’ini gerçekleştiriyor. Türkiye’de faaliyet gösteren şirketlerin yüzde 99’unun KOBİ’ler olduğu düşünüldüğünde aile şirketlerinin ekonomideki rolü daha da önem kazanıyor. Türkiye’de KOBİ’ler toplam istihdamın yüzde 74’ünü oluştururken, toplam cironun da yüzde 66’lık kısmına sahipler.

TÜRKİYE’NİN DEV HOLDİNGLERİNİN ‘YENİ’LİKÇİ KUŞAKLARI

Aile şirketlerinin devamlığı, Türkiye ekonomisi açısından büyük önem taşıyor. İstihdamın ve ekonominin çok büyük payı bu şirketlere düşüyor.

TÜİK ve İstanbul Ticaret Odası verilerine göre Türkiye’de aile şirketlerinin ortalama ömrü 25 yıl. Bu aile şirketlerinin sadece yüzde 30’u ikinci kuşağa, yüzde 12’si üçüncü kuşağa geçebiliyor. Dördüncü kuşağa geçebilenlerin oranı ise yüzde 3’te kalıyor. İkinci kuşağa devreden şirketlerde ise sürdürülebilirlik konusunda problemler yaşıyor. PwC Aile Şirketleri Araştırması’na göre aile şirketlerinin en başta gelen sorunlarından biri, kurucunun ortaya koymuş olduğu hedefleri, ondan sonra gelen neslin takip edememesi ve iyi aktaramaması. Firmalar bu geçiş sürecini en az zararlı atlatabilmek ve vizyonlarını sağlamlaştırmak adına ‘Aile Anayasası’ hazırlıyor. Aile Anayasası, aile şirketleri

% 58

TİM İhracatçı Araştırması sonuçlarına göre en yüksek ihracat hacmine sahip olan ilk 100 şirketin 58’i aile şirketlerinden oluşuyor.

38

MİLYAR DOLAR

İlk 100 şirket içerisinde yer alan 58 aile şirketinin toplam ihracat büyüklüğü 38 milyar doları aşiyor.



% 28

Türkiye özel sektör toplam ihracatının yüzde 28'ini ilk 100 içerisinde konumlanan 58 aile şirketi oluşturuyor.

% 56

Türkiye özel sektör toplam ihracat büyüklüğünün yüzde 56'sını KOBİ'ler oluşturuyor.

kurumsallaşırken şirket yönetiminde aile ilişkilerinin kurumsallaşması, görev yetki ve sorumlulukların net olmasını ve şirket yönetiminin bir sonraki nesle aktarılırken izlenecek yolun belirli olmasını sağlıyor. Anayasaya bağlı kalan şirketlerde ise ikinci kuşağın görev ve sorumlulukları netlik kazanıyor ancak bu sefer de doğru strateji ile şirketin sürdürülebilir büyümesini stabil kılması gerekiyor.

FLORMAR: İFLASTAN DÖNDÜ, İHRACATA ATILDI

Flormar'ın öyküsü, çoğunlukla aile şirketlerinde sıkıntı yaratan 'Bir sonraki nesle devirde' başarılı örneklerden biri. Markanın 1972 yılında temellerini atan Sami Şenbay, büyük bir borçla henüz 20'li yaşlarında olan iki oğluna işi devretme kararı alıyor. Babalarının "Benden bu kadar artık iş sizin" diyerek emanet ettiği şirketi kardeşler Cem ve Alp Şenbay önce iflastan kurtarıyor. Sonra büyük yatırımlar yapıp dünyaya açıyor.

Flormar, yaptığı büyüme atılımlarıyla 2000 yılında hem Türkiye'de hem ihracat

pazarlarında rekor satış adetlerine ulaştı. Büyük yatırımlar yapıp dünyaya açıldı. Tüm yatırımcıların gözünün Flormar'a çevrildiği bir dönemde stratejik ortaklıkta ısrar ederek dünya kişisel bakım devlerinden Groupe Rocher'nin dikkatini çekti. 13 ay süren zorlu virajların ardından 2012'de Fransız Groupe Rocher, Flormar'ın yüzde 51,1 hissesini satın aldı. Sonra her 5 yılda yüzde 25 hisse daha Fransızlara geçmek üzere bir anlaşma imzalandı. Şu anda ikinci kuşak yönetim sayesinde önemli bir büyüme yakalayan Flormar 110 ülkede faaliyet gösteriyor. 65 ülkede 850 mağazası bulunuyor. Bu 850 mağazanın 180'i ise Türkiye'de.

AKFEN HOLDİNG: "BİZİM GÖREVİMİZ ONLARIN YAPTIĞINI BÜYÜTMEK DEĞİL, KORUMAK"

İlk şirketini 1976 yılında kuran Akfen, 1999 yılında holding statüsüne kavuştu. Türkiye'nin birçok altyapı projelerinde yatırımcı sıfatıyla ülkenin önde gelen holdinglerinden biri halini aldı. Akfen'in faaliyet alanları; inşaat, liman yönetimi, deniz taşımacılığı, su dağıtımı ve atık su ve

katı atık hizmetleri, madencilik, enerji ve gayrimenkul gibi endüstri dallarını kapsıyor.



Akfen Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hamdi Akın'ın kızı, ikinci kuşak Pelin Akın Özalp ise Holding'in Yönetim Kurulu Üyeliği görevini üstleniyor. Pelin Akın Özalp, iki jenerasyon arasındaki farkları ise şu şekilde anlatıyor: "Şirketin sürdürülebilirliği çok önemli. Büyütmek için ilk önce sürdürülebilirliği sağlamak gerekiyor.

Bu nedenle bizim görevimiz onların yaptığını büyütmek değil, korumak. Bir önceki jenerasyon para kazanmaya, yeniden yaratmaya odaklanmış. Onların endişesi yarını kurtarmak olmuş; yani ayakta kalmak... Bizimkisi ise bunu sürdürülebilir kılmak." diyor.

ULUSOY UN: "ANADOLU'NUN EN BÜYÜK 15. ŞİRKETİ OLDUK"



İhracat departmanında başladığı çalışma hayatını Ulusoy Un Yönetim Kurulu Başkanı olarak sürdüren, ailenin ikinci kuşak temsilcisi Eren Günhan Ulusoy; dış satımda Türkiye'nin 1000 firması arasında yer aldıklarını genlerine yerleşen büyümeyi 2021'de de sürdüreceklerini belirtiyor.

Fahrettin Ulusoy tarafından 1969 yılında kurulan Ulusoy Gıda, 1989 yılında faaliyetlerine hububat ve bakliyatın mamul un, irmik, makarna ve bisküvi gibi her türlü gıda maddesinin imalatını, ticaretini, ithalat ve ihracatını yapmak üzere Ulusoy Un adı altında devam etti. 1995 yılında komşu ve çevre ülkelerde başlanılan un ihracatı her yıl artan bir trend ile devam etti. Eren Günhan Ulusoy, ihracat ataklarını şu şekilde anlattı: "İhracat yaptığımız beş kıta 72 farklı ülke kapasitesiyle Ulusoy Un, aranan bir marka haline geldi. Bu başarımızın ödülü olarak yıllardır Türkiye'nin un ihracatına önemli ölçüde katkı sağlıyoruz. Senelerdir Türkiye'nin en çok ihracat yapan 1000 firması arasında yer alıyoruz. 'Anadolu'nun

Türkiye'de faaliyet gösteren şirketlerin yüzde 99'unun KOBİ olduğu düşünüldüğünde aile şirketlerinin ekonomideki rolü daha da önem kazanıyor.

En Büyük 500 Şirketi' araştırmasının bu yılki sonuçlarına göre Ulusoy Un, Anadolu'nun en büyük 15. şirketi oldu. 2019 yılını 3 milyar 52 milyon lira konsolide ciroyla kapattık. Listeye göre ciroların arttığı ihracatın düştüğü bir dönemde 2019 yılı rakamlarına göre ihracatını en çok arttıran şirketler sıralamasında Ulusoy Un, 2018 yılında 22 milyon 178 bin dolar olan ihracatını 2019 yılında yüzde 149,2'lik artışla 55 milyon 258 bin dolara yükseltip 2'nci sıraya yerleşti. İhracat atılımımızla büyümemizi sürdüreceğiz."

SENSO KOZMETİK: İHRACATLA ATAĞA GEÇTİ

Türkiye'nin en yüksek tonajlı kolonya fabrikasında üretim yapan Senso Kozmetik Yönetim Kurulu Başkanı, ünlü iş insanı Nadir Yorgun'un çocukları Gözde Yorgun ve Görkem Yorgun, babalarının izinden gidiyor.

Marmara Kolonyası'nı 50 yıldır üreten Senso Kozmetik'in ikinci kuşak temsilcileri Gözde Yorgun ve Görkem Yorgun'un sokak grafiti sanatından ilham alarak erkek kozmetik sektörüne kazandırdığı ve 52 ülkeye ihraç ettiği Marmara Barber, pandemi döneminde çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor. Senso Kozmetik Yönetim Kurulu Üyesi Görkem Yorgun, bugüne kadar 5 milyon dolarlık satışı yapılan Marmara Barber markasını yıl sonuna kadar dünyanın 60 ülkesine ihraç etmeyi hedeflediklerini söyledi. Senso Kozmetik Yönetim Kurulu Üyesi Görkem Yorgun: "Yüzde 100 yerli Türk markası olarak üç yıllık süreçte dünyanın birçok ülkesine ihracat yaptık. Bu dönemde en büyük talebi Amerika ve Avrupa ülkelerinden aldık. Pandemi döneminde hız kesmeden çalışmalarımıza devam ettik. Yeni ürün çalışmaları için Ar-Ge ekibimiz planlamalar yapıyor. Dünyanın birçok ülkesinde trendleri takip eden erkeklerin, bizim ürettiğimiz Türk markasını tercih ediyor olmasından gurur duyuyoruz." dedi.



Abaloğlu Holding Yönetim Kurulu
Başkan Yardımcısı İsmet Abaloğlu

“Dünyada üretimin pusulası değişti”

Yaşanan pandemi süreci, dünyadaki üretim alışkanlıklarının hızla değişmesine sebep oluyor. Sanayicilik ve girişimcilik ruhunu 55 yıldır ilk günkü heyecanıyla sürdüren Abaloğlu Holding’in Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İsmet Abaloğlu ile görüştük. Sosyal sorumluluk anlamında imza attığı işlerden bugün üretimde geline nokta ve kazandığı başarıları konuştuk.



Abaloğlu Holding, ilk kez 1941 yılında merhum Cafer Sadık Abaloğlu’nun ticaret hayatına başlamasıyla ilk adımlarını atıyor. Denizli’de pek çok alanda ilklere imza atan Abaloğlu ailesi akaryakıt, otomotiv ve lastik bayiliklerine de giriyor. 1944 yılında Karabacak Un Fabrikası’nı satın alıyor. 1951’de pamuk sektörü, 1975’te kağıt sektörü derken bugün yedi ayrı alanda (hizmet, teknoloji, maden, tarım, kağıt, enerji, tekstil) faaliyet gösteriyor. Türkiye’nin geleceğine ve toplumsal gelişimine destek

olma hedefiyle yatırımlarını sürdüren Abaloğlu Holding; doğa, çevre, eğitim, kültür gibi alanlarda pek çok sosyal sorumluluk projesine attığı imzayla da tanınıyor.

İsmet Bey, kısaca kendinizden bahsedermisiniz? Siz çok küçük yaşta çalışma hayatına başladınız. Kendi deyiminizle ‘İş mutfağında öğrendiniz.’ Bu süreci anlatırmısınız?

Denizli’de 1952 yılında doğdum. Lise öğrenimimi 1968 yılında İzmir Özel Türk

Koleji'nde, yükseköğrenimimi ise 1973 yılında İzmir İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi'nde tamamladım. İş hayatına eğitimimin devam ettiği 1966 yılında babam ve ağabeyim ile birlikte çırçır fabrikasında başladım.

Çırçır fabrikası ağabeyimle beni iş hayatına hazırlayan önemli bir okul oldu. Lise-1'den itibaren okul tatillerinde çalışıyordum. Ağabeyim de, ben de üniversiteyi sınav dönemlerinde giderek bir anlamda dışarıdan okuyarak bitirdik. Babam hiçbir iş tecrübemiz olmadığı halde başından itibaren bize çok güvendi, kasayı masayı teslim etti, bizi kontrol etme gereği duymadı, tam yetki ve sorumluluk verdi, bizi cepheye sürdü. Böylece pazarlık etmeyi, hatalarımızdan ders almayı, işi öğrenmemizi, bu şekilde kendimize güvenimizin artmasını da sağladı. Ortaklık, yatırım gibi hayati kararları birlikte aldık. Bütün bahsettiklerim bizim işi sevmemize, dört elle sarılmamıza olanak sağladı.

Pandemi süreci, kurumunuza bağlı şirketleri nasıl etkiledi? Bu süreçten etkilenen firmalar için nasıl bir strateji önerirsiniz?

Ülkemizde de, dünyamızda da daha evvel deneyimlemediğimiz bir süreçten geçiyoruz. Gözle görülmeyecek kadar küçük olan bir virüs insanları eve kapattı. Tüm dünyanın ve ülkemizin ekonomisini de çok kötü etkiledi. Çok sayıda insan işsiz kaldı, dengeler bozuldu, insanların öncelikleri de değişti. Bugüne kadar böyle bir tecrübe yaşamadığımız için bundan sonraki etkilerinin neler olacağını ön görmekte zorlanıyoruz. Salgının uzun süre devam etmemesini diliyor, ümit ediyorum.

Abaloğlu Holding olarak sürecin en başında tüm grup şirketlerimizin üst düzey yöneticilerinin katılımıyla bir Kriz Yönetim Komitesi kurduk. Kriz sürecini salgın koşullarına uygun şekilde güncelledik. Çalışma arkadaşlarımıza pandemi hakkında bilgilendirici ve farkındalık oluşturuca eğitimler düzenledik. Henüz durum ciddileşmeden çalışma arkadaşlarımızı korumak amacıyla zamanında ve önemli tedbirler aldık ve uyguladık. Şirketlerimiz içerisinde farkındalığı artırmak, yeni normale adaptasyonu sağlamak için her bir şirketimizde uygulanan tedbirleri ve tecrübeleri diğer şirketlerimizle paylaştık.

Artan vakalarla birlikte kontrollerimizi

ve önlemlerimizi genişlettik. Vardiya düzenlerimizi değiştirdik, çalışma modelimizi revize ettik ve uzaktan çalışma uygulamasına geçiş yaptık. Bu dönemde grup şirketlerimizden birinde vaka sayısı arttı. O nedenle bir süre için üretime ara verdik. Hastalığa yakalanan arkadaşlarımız da oldu. Çok şükür ki hepsi iyileştiler; salgın nedeniyle yitirdiğimiz de, yollarımızı ayırdığımız herhangi bir çalışma arkadaşımız da olmadı. Teknolojik alt yapı ve dijitalleşme alanında ilave yatırımlarla süreçlerimizi kesintiye uğratmadan faaliyetlerimize devam ettik. Ortak kullanıma açık olan servis, yemekhane, soyunma odaları ve dinlenme alanlarında pandemi önlemlerine uygun olarak en az teması sağladık ve en yüksek hijyen önlemlerini aldık. Misafir kabul ve sevkiyat gibi her türlü giriş ve çıkış koşullarını Sağlık Bakanlığı'nın yayınladığı kurallara uygun olarak gerçekleştirdik. Halen de alınan tüm önlemleri aynı titizlikle devam ettirmekteyiz.

Bence pandemi süreci şirketlere üretim teknolojileri, satış pazarlama ve e-ticarete daha çok önem verilmesi gerektiğini, lojistiğin önemini de hatırlattı. Üretim planlaması, ham madde tedariki konularında daha dikkatli ve öngörülü olunması gerektiğini, olası ihtiyaçlar için personel yedeklemesinin önemini de gösterdi. Bu krizi fırsata çevirebilmek için Ar-Ge'ye de önem verilmesi gerektiğine inanıyorum. Gelecekte esnek çalışma ve uzaktan çalışma modellerinin yaygınlaşacağına, işletmelerin buna göre iş süreçlerini düzenleyeceklerine inanıyorum.

Daha önceki bir röportajınızda 'İnsan hayatındaki en önemli şeyin zaman olduğuna, kaybedildiği takdirde telafi etmenin mümkün olmadığına inanıyorum.' demiştiniz. İş hayatında bunun öneminden bahseder misiniz?

Zaman en değerli kaynaklarımız arasında yer alıyor. Tatil dönemlerimde de, özel yaşamımda da mümkün olduğu kadar okuyarak, yürüyüş yaparak ve aileme vakit ayırarak zamanımı değerlendirmeye, boşa harcamamaya çalışıyorum. İş yaşamımda da bir yerde okuduğum 'Küçük işlerle uğraşanlar çoğu zaman büyük işleri göremeyecek hale gelirler.' şeklindeki söz ışığında işleri delege etmeye çalışıyorum.

**470
BİN**

Denizli'de fidanı
toprakla buluşturdu.

**15
BİN**

Kitabı, kitapseverlerin
hizmetine sundu.

Böylece yapılan işlerin sonuçlarını kontrol etmek zamanımı daha verimli kullanmamı sağlıyor. Babamızı yitirdiğimiz 1994 yılına kadar yaptığımız görev taksimi ışığında şirketlerimizi genel müdürlerimizle birlikte yönetiyorduk. Ancak daha sonra kurumsallaşma çalışmalarımıza ağırlık verdik ve şirketleri kurduğumuz Holding'e bağladık. Bu bağlamda genel müdürlerimiz belirlenen bütçeler, stratejiler, hedefler doğrultusunda şirketleri yönetiyorlar. Biz yaptıkları işleri ve sonuçlarını denetliyoruz, irdeliyoruz. Artık ağaçlara değil, ormanın bütününe bakmaya, kararlarımızı bunun ışığında vermeye başladık. Böylece zamanımızı daha iyi değerlendirdiğimize inanıyorum. Dünya zamana karşı yarışıyor. Şirketler arasında pazara bir an önce yeni ürün sürmek, bunu pazarlamak için kıyasıya bir rekabet var. Zamanımızı yeterince değerlendirmedığımız takdirde, rakiplerimiz bizim yarattığımız boşluğu hemen dolduracaklardır. Bu çağda zamanımızı boşa harcamaya hakkımız olmadığını düşünüyorum.

Sizce iş hayatınızdaki bu başarınızın anahtarı nedir? Genç girişimcilere 'sürdürülebilir olma' noktasında nelere dikkat etmelerini önerirsiniz?

Bizi başarılı bulduğunuz için çok teşekkür ediyorum. Önermekten ziyade bizim izlediğimiz yolu ve tespitlerimi sizlerle paylaşmak isterim... Bugün geldiğimiz noktanın temelinde kurucumuz, babamız Cafer Sadık Abaloğlu ile onlarca yılda oluşturduğumuz 'Önce İnsan' ve 'Toplumdan Aldığımızı Büyüterek Toplumla Paylaşmak' temel ilkelerinden ödün vermememiz yer alır. Bütün paydaşlarımızla olan tüm ilişkilerimizde

başarıya insanla ulaşabileceğimiz gerçeği ışığında 'İnsana insanca davranmak' da, 'Dürüstlükten şaşmamak', 'Alın teriyle çalışmak', 'Haklarımıza sahip çıkmak', 'Yasalara, başkalarının hakkına saygı duymak', 'Emanetlere, sırlara, söz ve taahhütlere bağlılık', 'Müşterilerimizin yanında olmak', 'Kimseyi aldatmamak' gibi değerlerimiz de iş yapma prensiplerimizin vazgeçilmezleri arasındadır.

Ayrıca onlarca yıldır uyguladığımız tüm aile üyelerimizin ve çalışan arkadaşlarımızın fikir ve önerilerinin dinlenip değerlendirildiği, böylece ortak aklın ön plana çıktığı müzakere kültürümüzün yararına da inanıyoruz. Bir başka nokta da ağabeyimle 1966 yılından bu yana iş yaşamımızdaki 55 yıllık ortaklığımızda oluşan ve bugün evlatlarımız arasında da yerleşmiş olan sonsuz güven, sevgi, saygı ortamıdır. Karşılıklı güvenin, sevgi ve saygının hem aile bireyleri arasında hem de kurumlarda çok önemli olduğuna inanıyoruz.

Dünya hızla değişiyor, dünyada da ülkemizde de farklı bakış açılarına sahip olan yeni bir nesil geliyor. Bilgi dünyasında, yapay zekanın, robotların konuşulduğu bir çağdayız. Bilişim ve iletişim dünyada oldukça önemli mesafeler kat etti. Bundan 30-40 sene önce faaliyette olmayan birçok firma bugün Türkiye bütçesini bile aşan değerlere ulaştı. Bu sektörlerde fark yaratan şirketler ekonomide ve hayatımızda vazgeçilmezler olarak yerlerini aldılar. Sanayi 4.0 ile robot teknolojileriyle birlikte dünyanın pusulasının da değiştiğine inanıyorum. Üretim tabii ki çok önemli ve vazgeçilmez olacaktır. Bir yandan sanayi ve geleneksel üretim devam edecektir. Ancak bir yandan da e-ticaretin, sanal üretim ve tüketim kanallarının açılmasıyla farklı bir dünya oluşmaya başladı. Gençlerimizin dünyanın değişen şartlarına ayak uydurabilmek için kendilerini geliştirmelerinde, ezberleyen değil, ezber bozan, okuyan, araştıran, sorgulayan kişiler olmalarında yarar görüyorum. Böylece fark yaratan projeler gerçekleştireceklerini umuyorum. Onuncu yıl marşımızdaki "Türk'e durmak yaraşmaz, Türk önde, Türk ileri" dizeleri ışığında çalışmak, çalışmak, çok çalışmak gerektiğine inanıyorum. Ülkemizin geleceği için yurt dışında çalışmalarını sürdüren nitelikli insan kaynağımızı ülkemize geri kazandırmak amacıyla yeni politikalara ihtiyacımız olduğunu da düşünmekteyim.

İLK KEZ PAMUKLA İHRACATA ADIM ATTI

Denizli'den dünyanın pek çok yerine ihracat gerçekleştiren Abaloğlu Holding; yarım asır aşan tecrübesiyle ülkemizin önde gelen sanayi kuruluşlarından biri. İlk kez 1970'li yıllarda ihracat yapan firmanın Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İsmet Abaloğlu o günleri şu şekilde anlattı: "Pamuk işimiz bizim ilk göz ağrımızdı. 1970'li yıllarda bir miktar pamuk ihracatı gerçekleştirdik. Bu, iş hayatımızdaki ilk ihracatımızdı ve miktarı bugünkü işlerimizle karşılaştırıldığında küçük bir rakam idi. Ancak bu, gerek ülkemizin o günkü ekonomik şartları gerekse o dönemdeki cirolarımızın ışığında bize büyük bir heyecan vermişti. Sonraki yıllarda faaliyet gösterdiğimiz diğer sektörlerde de ihracatımız artarak devam etti. Artık ihracat, işlerimizin arasında önemli bir yer tutuyor."



Okullarınız, vakflarınızın olduğunu biliyoruz. Sosyal sorumluluk alanındaki görüşlerinizi alabilir miyiz?

Hepimiz, Atatürk ve silah arkadaşlarının kanları, canlarıyla savaşmış bize emanet ettikleri bu cennet vatanda doğduk, büyüdük, kazandık ve bu güzel vatanda yaşıyoruz. Bizce bu ülkede yaşayan tüm yurttaşlarımızın, evet hepimizin bu vatana borcumuz var. Biz bunu hep böyle bildik. Bu gerçek ışığında onlarca yıldır bir yandan işimizi büyütmek, bir yandan da sosyal yatırımlarla ülkemize hizmet etmek vazgeçilmez prensiplerimiz oldu. Bu durum, bizde 'Toplumdan aldığımızı büyüterek toplumla paylaşmak' ilkesinin oluşup yerleşmesini de sağladı.

Bu bağlamda annemiz ve babamızın sağlığında Cafer Sadık Abaloğlu İlkokulu'nun, Dentaş İlkokulu'nun, Zaferiye Abaloğlu İlkokulu'nun kuruluşunu sağladık. Onları kaybettikten sonra da grup şirketlerimiz tarafından yaptırılan Er-Bakır Fen Lisesi'ni, son olarak DOÇEM-Dentaş Özel Eğitim ve Uygulama Merkezi'ni Milli Eğitimin hizmetine sunduk. DOÇEV-Doğa ve Çevre Vakfı'nın da, Cafer Sadık Abaloğlu Eğitim ve Kültür Vakfı'nın da kuruluşu bu ilkeler ışığında gerçekleşti.

DOÇEV-Doğa ve Çevre Vakfımız kurulduğu 1996 yılından bu yana hatıra ormanları ve kamusal alan ağaçlandırması faaliyetleri ile Denizli'de 470 bini aşkın fidanı toprakla buluşturdu. Ağaçlıklı alanlara kuş yuvaları asılıyor. Atık piller, doğayı korumak amacıyla Türkiye'nin her tarafından gönüllüler yardımıyla toplanıyor, bertaraf için yetkilendirilmiş kuruluşlara

gönderiliyor. Elektronik atıklar toplanıyor ve yeniden değerlendirilmek üzere geri dönüşüm firmalarına gönderiliyor. Her yıl ilimizdeki yüzlerce öğrenciye çevre konusunda bilinçlendirici eğitimler veriliyor. Ailemi, yaşamımı, iş hayatımdaki anılarımı paylaştığım 'Adresini Arayan Mektuplar' isimli kitabım 2011 yılında yayımlandı. Bu kitabın geliriyle DOÇEV-Adresini Arayan Mektuplar Ormanı'nı kurduk.

1999 yılında kurulan Cafer Sadık Abaloğlu Eğitim ve Kültür Vakfımız ile eğitimde fırsat eşitliği yakalayamamış çocuklarımızın, gençlerimizin eğitimi, kişisel gelişimleri için projeler yapıyor ve burslar veriyoruz. 'Zaferiye Abaloğlu Bilim ve Sanat Merkezi'mizde gerçekleştirdiğimiz 'KUBİY-Küçük Bilim İnsanları Yetiştiriyor' isimli projemizle geleceğimizin teminatı olan gençlerimize bilim konusunda farkındalık yaratacak çalışmalar yapıyoruz. Vakfımız bünyesinde bulunan, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 'Özel Kütüphane' statüsünde faaliyet gösteren Necla Pamukcu Kütüphanemizi, içerisindeki yaklaşık 15 bin kitap ile kitapseverlerin hizmetine sunduk. Burada öğrencilerimizin ve ev hanımlarımızın okuma alışkanlığı kazanmaları için çalışmalar yapıyoruz. Şehrimizin tarih, kültür ve sanat yaşamına katkı sağlamak amacıyla çoğunluğunu akademisyen dostlarımızın oluşturduğu yayın kurumumuzun gönüllü katkılarıyla yayınladığımız 'Geçmişten Günümüze Denizli dergimiz' ile atalarımızın yaşamlarını, örf ve adetlerini, anılarını ölümsüzleştirdiğimizi, gelecek kuşaklara taşımak için köprü kurduğumuzu düşünüyoruz.

Zamanının pamuk deposu, şimdinin holding binası.

"Sanayi ve geleneksel üretim devam edecektir ancak Sanayi 4.0 ile robot teknolojileriyle birlikte dünyanın pusulasının değiştiğine inanıyorum."

Pandemide siber güvenliğe dikkat

Dijitalizasyon ve bilgi ile şekillenen günümüz dünyasında, siber güvenlik artık sadece bir stratejik gerek olmaktan çıktı. Peki şirketler güvenlik seviyesini güçlendirmek ve siber tehlikelere karşı korumak için neler yapmalı?

Doğru bilinen yanlışlardan biri, siber saldırıların teknoloji sektöründe çalışan, yüksek profilli kurumlara özgü olduğudur. Oysa KOBİ olsun ya da olmasın bütün ticari işletmelerin değerli bilgileri vardır. Ve siber saldırılar kurum gözetmeksizin sistem üzerindeki güvenliği zayıf olan her bilgiyi potansiyel olarak algılar.

Siber risklere dirençli olmak için bu konuda üst yönetim ve yönetim kurulu kadrolarına büyük iş düşüyor. Çünkü günümüz dijital dünyasında siber saldırılara mümkünertebe maruz kalmamak ve bu riski en minimize etmenin yolu yönetimin bu suçlara yönelik farkındalık kazanmasıyla ilintili. Zira özellikle pandemi ile birlikte kullanımı artan dijitallık, firmaları siber saldırı potansiyelini de artırıyor.

GÜVENLİ, FARKINDA VE DİRENÇLİ OLMAK

Dijital veri güvenliği ile üst yönetim veya yönetim kurulu seviyesinde kişiler; firmanın risk iştahını belirleme, iç ve dış güvenlik profesyonelleri ile çalışarak iyi dengelenmiş bir siber güvenlik koruması oluşturma ve risk pozisyonunu kabul edilebilir seviyelere çekme konularını önemsemelidir. Etkili ve dengeli bir siber savunmanın üç temel özelliği vardır: Güvenli olmak, farkında olmak ve dirençli olmak.

Firmaların 'en değerli' konumunda bulunan varlıkları (sermaye, ürün, bilgi gibi), aynı zamanda onların en büyük risk öğeleridir. Bu risklere karşı koruma sağlamaya odaklanmak ise 'Güvenli' olmayı sağlar. 'Farkındalık' ise bu zincirin ikinci halkasıdır. Kurum içinde her noktada farkındalık oluşturulması gerekir. Kritik önemi bulunan varlıklar açısından tehlike arz edebilecek her tür davranış, tutum yahut yöntem firma tarafından teşhis edilmelidir. Hasara hızlı müdahale edebilme, yayılmasını engelleme, doğrudan maliyetler, iş kaybı, itibar kaybı ve markanın göreceği hasarlar gibi etkileri en düşük seviyede tutmak için gerekli ve çeşitli araçları harekete geçirebilme kabiliyeti ise 'Dirençli Olma'yı sağlar.

AKSİGORTA, SİBER KORUMA SİGORTASI ÜRÜNÜNÜ GELİŞTİRDİ

Dijital teknolojinin sunduğu fırsatlar kadar bu alandaki risk ve tehditleri de gören ve buna göre strateji geliştiren, yapay zeka uygulamaları ile ürün ve hizmetlerini entegre edebilme imkanı sağlayan şirketler geleceğe daha güçlü bakabiliyor. Bu konuda Aksigorta, ürün ve hizmetlerini bir yandan tam entegrasyon içinde

Siber saldırılar kurum gözetmeksizin sistem üzerindeki güvenliği zayıf olan her bilgiyi potansiyel olarak algılıyor.

yürütmeyi planlarken bir yandan da olası risk ve tehditlerin önüne geçebilmek için yeni ürün ve hizmetler geliştiriyor.

Aksigorta Genel Müdür Yardımcısı Fahri



Altıngöz'den bu doğrultuda Siber Koruma Sigortası ürününü anlattı. "Siber Koruma Sigortası ile işletmelere banka hesaplarından, yasa dışı elektronik aktarım yapılmasına ya da

sigortalının bilgisayar sistemlerindeki verilerinin yasa dışı olarak değiştirilmesinden, bilgisayar sistemlerine zarar verme tehdidi ile yapılan fidye taleplerine kadar birçok riske karşı güvence sunuyoruz." diyen Altıngöz söz konusu sigorta sistemini şu şekilde özetledi: "Siber Koruma Sigortası ile gerçekleşmiş veya gerçekleştiğinden şüphelenilen bir siber olay neticesinde; olayın sebeplerinin ve detaylarının araştırılması, saldırı sonucu itibar korunmasına yönelik danışmanlık masraflarını polişe kapsamında karşılıyoruz. Saldırının doğrudan sonucu olarak sigortalıdan yasa dışı yollarla alınan para teminatı ve siber olay sonrası kaybedilen veri ve yazılımların olay meydana gelmeden hemen önceki ya da mümkün olan en yakın haline getirmek gibi işletmelere güvence de sunuyoruz. İsteğe bağlı olarak sigortalının veya sigortalıya bir sözleşme ile bağlı olan bir hizmet sağlayıcısının bilgisayar sistemlerinin, siber olay neticesinde kısmen veya tamamen devre dışı kalmasının bir sonucu olarak yaşanan iş durması sebebiyle maruz kalınan brüt gelir kaybını da güvence altına alıyoruz. Aynı zamanda, sigortalının banka hesaplarından yasa dışı elektronik aktarım yapılmasını veya sigortalının bilgisayar sistemlerindeki verilerin yasa dışı olarak değiştirilmesinin bir sonucu olarak hırsızlık teminatı da sunuyoruz. Siber Koruma Sigortası ile işletmelerin web sitesi veya sosyal medya hesaplarından gerçekleştirilebilecek karalama, telif hakkı, unvan, slogan, ticari isim veya marka ihlali ya da gizlilik haklarının ihlali neticesinde sigortalıya yansıyabilecek tazminat talepleri ve savunma masrafları için de güvence sağlıyoruz. Siber Koruma Sigortası'nın hem sigortalının uğrayabileceği zararlara karşı hem

de 3. şahıslardan gelebilecek tazminat taleplerine karşı bir koruma sunuyor olmamız da ayrı bir avantaj oluşturuyor.”



ANADOLU SİGORTA, PANDEMİ DÖNEMİNE DİKKAT ÇEKTE

Siber güvenlik önlemleri, işletmelerin en kritik anlarında faaliyetlerini sektöre uğramadan

sürdürülebilmesi için her zaman hazırlıklı olmalarını sağlıyor. Teknolojinin hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline geldiği bu süreçte dikkatli olunması gerektiğine vurgu yapan Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Levent Sönmez; “Hepimiz siber saldırganlar için daha fazla hedef haline geliyoruz. Bu konuda gerekli önlemleri almak çok önemli. Siber riskler maddi kayıpların yanı sıra özellikle şirketler için itibar kayıplarını da beraberinde getirebiliyor. Bu nedenle tüm kullanıcıların siber risklere karşı dikkatli olmasını ve güvenilir olmayan içeriklerden uzak durulmasını öneriyoruz. Ayrıca pandemi nedeniyle pek çok iş yerinin evden çalışmaya geçtiği ve internet kullanımının çok arttığı bu günlerde firmalar çalışanlarının şirket ortamlarına bağlanması için VPN ya da benzeri uygulamalar sayesinde iç bilgi verilerini korumalı ve güvenlik yazımlarını en üst düzeye çıkarmalı. En önemli nokta ise salgının işletmeler açısından yaşattığı olumsuz deneyim sonucu siber risklere ve siber güvenlik sigortalarına karşı kurumlar yüksek farkındalığa sahip olmalı.” dedi.

Anadolu Sigorta'nın Ticari Güvenlik Sigortası hakkında da bilgilendirmede bulunan Sönmez şunları kaydetti: “Anadolu Sigorta'nın sunduğu Türkiye'nin İlk Standart Kapsamlı Ticari Siber Güvenlik Paket poliçesi ile bir siber güvenlik riski nedeniyle oluşacak veri koruma hasarları, iş durmasından kaynaklanan zararlar, idari para cezaları, siber fidye hasarları ile bilgi güvenliği, gizlilik sorumluluğu ve veri ihlali masrafları belli koşullar ve istisnalar çerçevesinde standart limitler ve makul primlerle teminat altına alınıyor. Siber riskler, maddi kayıpların yanı sıra özellikle şirketler için itibar kayıplarını da beraberinde getirebiliyor. Anadolu Sigorta Ticari Siber Güvenlik Paket Sigortası, şirketlerin uğradığı kar kaybı ve veri kaybı sebebiyle oluşan masraflardan hasar durumunda siber risk uzmanlarının sunduğu hizmetlere kadar tüm masraf ve zararları teminat altına alan tam ve kapsamlı bir

paket siber risk poliçesi olma özelliğini taşıyor.”



MASTERCARD, KURUMLARIN İHTİYAÇ ANALİZİNİ YAPIYOR

Dijitalleşen dünyada siber suçlar ve siber güvenlik konusu pandemi ile beraber daha fazla önem

kazanmaya başladı. Ödemelerin güvenliği konusu ise Mastercard'ın en hassas olduğu konulardan biri. Mastercard Hızlı Büyüyen Avrupa Pazarları Başkan Yardımcısı Hakan Tatlıcı, siber güvenlik konusunda desteğe ihtiyacı olan kurumların ihtiyaç analizini yaptıklarını belirtti: “Ödemelerin güvenliği, bizim işimizin kalbinde yer alıyor. Hayatın ihtiyaç duyulan her anında ve kanalında ödemelerin hızlı, kolay ve güvenli olması için çalışıyoruz. Elbette içinde bulunduğumuz dönemde dijitalleşme hız kazandı. Bu dönüşümle beraber tüm kurumlar siber güvenliğe daha fazla ihtiyaç duymaya başladı. Mastercard olarak hem finans kuruluşları hem ticari işletmeler hem de nihai kullanıcılar için birçok çözüm ve ürün sunuyoruz. Kullanıcı parmak izi ya da yüz tanıma gibi biyometrik verilerle kullanıcıları teyit etmemizi sağlayan ID Check Mobile, kurumların ağında yer alan açıkları bulmaya yarayan RiskRecon ve yapay zeka ile çalışan sistemimiz Brighterion gibi çalışmalarımız bunlardan bazıları. Siber güvenlik konusunda desteğe ihtiyacı olan kurumların, ihtiyaç analizini yapıyor ve iyileştirmeler için yönlendirmeler veriyoruz. Böylece hızlı ve kolay bir şekilde çözüme ulaşıyoruz.”

Mastercard geliştirdiği her çözümde, her zaman tüketici ihtiyacına ve veri güvenliğine odaklanıyor. Bu noktada geleceğin güvenli ödeme teknolojilerine çalıştıklarını ifade eden Tatlıcı; “Dünyada altı noktada bulunan inovasyon laboratuvarlarımızda, ödemelerin güvenliği ve geleceğin güvenli ödeme teknolojileri üzerinde çalışıyoruz. Yerel regülasyonlara uygun ve global ekspertizlerden faydalanan, her ihtiyaca uygun, geniş bir siber güvenlik ürün yelpazesine sahibiz. Alanında öncü teknolojiler kullanan girişimleri satın almaları bünyemize katıyor, onların ekspertizlerinden yararlanıyoruz. Ödemeleri daha güvenli hale getirmek için güvenlik açıklarının tespiti ve önlenmesi üzerine uzun zamandır birçok çalışma yürütüyoruz. Tüm ekosistem oyuncuları için geniş yelpazedeki çözüm alternatiflerimizle pandemide yükselen ihtiyaçları karşılamaya hazırız.” dedi.



Dijital Ödemeler Güvencemiz Altında



Cyber Quant

Siber risklerin finansal maliyetini hesaplayabilen teknoloji

Cyber Quant, bir kuruluşun siber güvenlik süreçlerinin, teknik altyapısının ve insan kaynağının güvenlik risklerini, faaliyet alanına özel bir bakış açısıyla değerlendirebiliyor. 50'den fazla siber güvenlik yetkinliğinin olgunluk seviyesini ve her birinin önemini ayrı ayrı değerlendirerek, kritik güvenlik açıklarını tespit edip kurumlara özgü siber güvenlik riskleri ve muhtemel bir ihlalin mali etkisini hesaplayabiliyor. Bu alanda yapılacak yatırımlardan en fazla getiriyi elde edebilmek adına simülasyonlar yürüterek riski azaltmak için iyileştirme adımlarını önceliklendirebiliyor.

RiskRecon

Dış siber saldırı yüzeyinizi sizin için izleyen teknoloji

RiskRecon, kurumların dışarıya açık yapılarında karşılaşılabileceği önemli güvenlik risklerini tespit edebiliyor. Öncelikle 11 güvenlik alanı ve 41 güvenlik kriteri üzerinden kurumları kapsamlı bir araştırmaya tabi tutarak riskleri tanımlıyor. Olası riskleri tespit edebilmek için sürekli takip hizmeti sağlıyor. RiskRecon entegrasyonu yapan kurumlar, güvenlik açıklarının ve olası saldırıların tespitini daha hızlı ve verimli yapabiliyor.

NuData

Kullanıcısını tanıyan teknoloji

NuData, kötü niyetli kişilerin, kullanıcı bilgilerini kopyalama işlemlerini kolaylıkla tespit edebiliyor. Dijital ödemelerde, kullanıcıların "Öde" butonuna basarken ekrana uyguladığı basınçtan, telefon tutuş açlarına kadar birçok davranış biçimini analiz edebilen sistemimizle kullanıcı tarafından gerçekleştirilmeyen işlemleri tespit ediyor. Kişiyi özel bilgilerin taktit edebilmesinin önüne geçmek için anında işletmeyi ve bankayı uyarıyor. Ayrıca sunduğumuz EMV çipler ve biyometrik kimlik doğrulayıcıları çözümlerimizle tüketiciler, selfie, kalp ritimleri ya da parmak izleriyle işlemi yapmanın kendileri olduğunu doğrulayabiliyor.



İhracatın batı kanadı

Tekirdağ

Bünyesinde en fazla sanayi bölgesini barındıran ikinci şehir olmasıyla öne çıkan Tekirdağ, aynı zamanda ihracat yapan iller sıralamasında önemli bir kale. Lojistik anlamda kara, deniz, demir ve hava yolu ulaşımının tüm avantajlarını elinde bulunduran kent, 2021’de yükselişini sürdürüyor. İhracat sıralamasında bu yıla 17’nci sıradan başlayan bölge, pandemiye rağmen pazar payını arttırıyor.



Tekirdağ'daki ihracatçılar, 2020 yılında en fazla ihracatı 198,6 milyar dolarla Almanya'ya yaptı. Kentin toplam ihracatı 991,4 milyon dolar seviyesine ulaştı.

Konfeksiyon' ürünü ihracatı gerçekleştirdi. İhracat sıralamasında 2020 yılında 'Kimyevi Maddeler ve Mamuleri' sektörü 156,5 milyon dolar ile üçüncü, 'Tekstil ve Ham Maddeleri' sektörü 116,7 milyon dolarla dördüncü ve 'Demir ve Demir Dışı Metaller' ise 73,6 milyon dolarla beşinci sırada konumlandı.

ANA İHRACAT PAZARI ALMANYA

Tekirdağ ihracatının en büyük pazarı ise Almanya. Bu ülkeye 2019'da Tekirdağ firmalarından 191,9 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilirken, bu tutar 2020'de yüzde 3,5'lik artışla 198,6 milyar dolar seviyesine ulaştı. Kentin 2020 ihracat sıralamasında listeye Almanya'dan sonra ABD girdi. Tekirdağ'ın ihracat sıralamasında ABD 65,1 milyon dolarla ikinci, İtalya 48,7 milyon dolarla üçüncü sırada yer aldı. Bu ülkeleri sırasıyla Bulgaristan (39,1 milyon dolar), Fransa (37,5 milyon dolar), Birleşik Krallık (36,8 milyon dolar) ve İspanya (36,7 milyon dolar) takip etti.

Nüfusu bir milyonun üzerinde olan şehirler arasında yer alan Tekirdağ, en kalabalık 22'nci il konumunda bulunuyor. Şehir sadece sanayisi ile değil, tarımsal faaliyetler ve turizm merkezleriyle de ön plana çıkıyor. Özellikle yaz aylarında plajları ve eğlence mekanlarıyla adından söz ettiren Kumbağ Beldesi, Şarköy ve Marmara Ereğlisi şehrin en bilinen turizm noktaları arasında yer alıyor. Bu bölgeler, deniz ve eğlence turizminin yanında yeşil bağları, zeytin bahçeleri ve sahilleriyle de oldukça ünlü. 100 kilometreden fazla Marmara Denizi'ne kıyı şeridi bulunan Tekirdağ, tarih turizminde de adından söz ettiriyor. Bisanthe, Perinthos, Heraion Teichos, Ganos, Toronte, Apri, Banados, Misinli, Beşiktepeve Güneşli Tekirdağ ili içerisinde yer alan antik kentleri oluşturuyor. Osmanlı dönemine ait eserlerin de çokça bulunduğu şehirde aynı zamanda Hora Feneri de sıkça ziyaret edilen tarihi yerler arasında dikkat çekiyor.

Türkiye'nin en önemli ticaret bölgelerinden Tekirdağ, 2020 yılı ihracatını 2019'a çok yakın bir seviyede kapadı. 2019'da 1 milyar 30 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren turizm ve sanayi kenti, 2020 yılında 991,4 milyon dolarlık dış satışın altına imza attı. Ülke ihracatına sağladığı katkı göz önüne alındığında 2019 yılında 18'inci sırada yer alan Tekirdağ, 2020'de bir basamak daha ilerlenerek 17'nciliğe yükseldi.

İlin ekonomisinde ve ihracatında ilk iki sırayı, yıldan yıla yerleri değişse de 'Hazır Giyim ve Konfeksiyon' ürünleri ile 'Elektrik ve Elektronik ürünleri' alıyor. Tekirdağ 2020 yılında 175,1 milyon dolarlık 'Elektrik ve Elektronik' ürünü, 173,3 milyon dolarlık ise 'Hazır Giyim ve



991,4
MİLYON DOLAR

2020 yılında Tekirdağ'dan yapılan toplam ihracat



198,6
MİLYAR DOLAR

Tekirdağ 2020 yılında en fazla Almanya'ya ihracat yaptı

17'nci

2020 ihracat listesinde Tekirdağ, 17'nci sırada yer aldı

Tekirdağ'daki ihracatçılar, 2020 yılında en fazla ihracatı 198,6 milyar dolarla Almanya'ya yaptı. Kentin toplam ihracatı 991,4 milyon dolar seviyesine ulaştı.



ÜRETİMDE SANAYİ ÖN PLANDA

Tekirdağ sanayi üretiminin yoğun olduğu illerin başında geliyor. Bursa'dan sonra sanayi bölgesi sayısı ile ikinci sırada yer alan Tekirdağ, geçen yıl 168 ülke ve bölgeye ihracat yaptı. 13'ü aktif (Çerzekköy, Çorlu Deri, Hayrabolu, Malkara, Ergene-1, Ergene-2, Velimeşe, Veliköy, Muratlı, Çorlu-1, Kapaklı, Yalıboyu ve Marmara Ereğlisi), 1'i gayri faal (Tekirdağ OSB) olmak üzere toplam

14 adet organize sanayi bölgesi ve 1 Avrupa Serbest Bölgesi bulunuyor. 14 adet organize sanayi bölgesinde, toplam 5.667,3 hektar alanda 2 bin 218 sanayi parseli mevcut. Üretimde bulunan bin 59 sanayi parseli üzerinde 151 bin 792 kişi çalışmakta olup Tekirdağ ilindeki organize sanayi bölgelerinin doluluk oranı yüzde 61,4'tür.

Kent, özel coğrafyasıyla kara, deniz, demir ve hava yolu ulaşım imkanlarına sahip. İstanbul ile Avrupa'ya yakınlığıyla da fırsat sunan Tekirdağ'da Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre geçen yılın Mayıs ayında 55 milyon 632 bin dolarla en az, Ekim ayında ise 100 milyon 755 bin dolarla en yüksek ihracatı gerçekleştirdi.

“TEKİRDAĞ BİRÇOK FARKLI SEKTÖRDE İHRACAT YAPTI”

Tekirdağ Ticaret ve Sanayi Odası (TSO) Başkanı Cengiz Günay, yaptığı açıklamalarda kentin 2020 ihracatının resmi rakamlara göre yaklaşık 1 milyar dolar seviyesinde olduğunu söylüyor. Üretim yapan şirketlerin merkezleri kaynaklı rakamların az olduğuna dikkat çeken Günay; “Çok özel bir konuma sahip olan Tekirdağ İstanbul'a, Bulgaristan'a ve Yunanistan'a bir saat uzaklıkta bulunuyor. Yani bir saatli zaman dilimi içerisinde Türkiye'den Avrupa Birliği'ne geçmek mümkün. Üretim yapan şirketlerin merkezlerinin Tekirdağ'da olmamasından dolayı ihracat rakamları yaklaşık 1 milyar dolar görünüyor. Ancak sadece Çerzekköy Organize Sanayi Bölgesi'nin ihracat rakamı 3,6 milyar dolar. Yani il bazında bir araştırma yaptığımızda bizim yaklaşık 7-7,5 milyar doların üzerinde ihracatımızın olduğunu söylemek mümkün.” dedi.

ÜNÜ SINIR AŞAN LEZZETLERİ

Tekirdağ sanayi ve turizm gibi sektörlerdeki iş hacminin yanı sıra ünü kenti aşan lezzetlere de sahip. Geçmişte farklı kültürlerle ev sahipliği yapan Tekirdağ'ın zengin yemek çeşitliliği arasında en popüler olan lezzet köftesi. Tekirdağ köftesinin yanı sıra cizleme, burma sucuk, şaraşura, papaz mancanası, tarhana çorbası, damat paçası, sini mantısı, manda yoğurdu ve hardaliye diğer meşhur lezzetlerinin başında geliyor.

TRAKYA KALKINMA AJANSI ÖNEMLİ BİR YATIRIM HACMI OLUŞTURUYOR

Trakya Kalkınma Ajansı, 2010 yılından itibaren Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerinde bölgesel kalkınmayı sağlayacak şekilde sanayiden tarıma, turizmden ulaşım kadar birçok sektörde işletmelerin ve kamu kurum kuruluşlarının projelerine destek veriyor. Bu kapsamda 2010 yılından günümüze kadar Tekirdağ ilinde faaliyet gösteren 58 işletmeye yaklaşık 51 milyon TL destek vererek, 108 milyon TL kaynak



harekete geçirdi ve önemli bir yatırım hacmi oluşturdu. Yakın zamanda imzalanan Trakya Bölgesi E-Ticaret Merkezi Gündümlü

Projesi ile toplam bütçesi 3,1 milyon TL ve destek tutarı ise yaklaşık 1,55 milyon TL olan desteğin bölgedeki ticaret ve sanayi odalarına kayıtlı işletmelerin faydalanmasına yönelik olarak kullanılmasına karar verildi. Bu proje ile Trakya'nın ticaretini dijitalle taşınması amaçlanıyor.

— — — — —

PORT AKDENİZ
— — — — —
ANTALYA

Büyüyen Türkiye'nin büyüyen limanı.



PORT AKDENİZ
Büyük Liman 07070 ANTALYA

Tel : 0242 259 13 80
Faks : 0242 259 11 83

info@portakdeniz.com
www.portakdeniz.com

Türkiye'nin Lojistik Merkezleri ABD ve AFRİKA

Dünyanın en büyük ithalatçısı ABD, ihracatçılar için kritik bir hedef pazar konumunda bulunuyor. Keza son yıllarda Türkiye'nin Afrika ile her alanda ilişkileri daha da derinleştirmek adına önemli adımlar attığı ortada. Söz konusu pazarlara ihracat yapmak veya pazar payını artırmak isteyen firmaların, etkili stratejiler geliştirmesi gerekiyor. Bu kapsamda Türkiye İhracatçılar Meclisi, ABD ve Afrika'da açmayı planladığı lojistik merkez için son aşamaya geldiğini açıkladı.



Yurt dışı lojistik merkezleri, Türk ihracatçısının yeni pazarlara erişmesine hız kazandıracak. TİM Başkanı İsmail Gülle, geçen ay yaptığı toplantılarda zaman zaman 'pazara erişim' konusuna vurgu yaptı. Bu bağlamda Türkiye Lojistik Merkezlerinin kurulması çalışmalarında son aşamaya geldiklerini

söyledi. Açıklamalarında ise şu satırbaşları dikkat çekti: "İhracatçılarımızın dünyanın dört bir köşesindeki pazarlara erişimini kolaylaştırmak adına, Türkiye Lojistik Merkezlerinin kurulması çalışmalarımızda son aşamadayız. Bu lojistik merkezlerini ABD'de Los Angeles, New Orleans ve Georgia şehirlerinde ve Afrika'da Gana'da

kurmayı planlıyoruz. Bu konumları, ihracatımızın azami fayda sağlayacağı şekilde belirledik. Tüm İhracatçı Birliklerimiz, Genel Sekreterliklerimiz ve sektörel kümelenmelerle beraber iştişare edildi. Kurulan bu lojistik merkezleri; kuruldukları bölgelere ihracatımızı katlayacak, ihracatımıza uzak pazarlarda destek olacaktır.”

MALİYETLER DÜŞECEK, BAKANLIK İHRACATÇILARA DESTEK VERECEK

Yurt dışı lojistik merkezlerinin faaliyete geçmesi için bir süredir Ticaret Bakanlığı öncülüğünde çalışmalar sürdürülüyor. İhracat hedefleri doğrultusunda hız kazanmak adına açılacak lojistik merkezlerinin büyük önem taşıdığına ortada. Yapılan değerlendirmelerde ise lojistik merkezlerin konumu olarak Batı Afrika ve Kuzey Amerika öne çıktı. Batı Afrika’da Gana özelinde faaliyetler devam ediyor.

Lojistik merkezinin konumu, sektörlerin maksimum faydasını gözetilerek seçildi. Sektörel kümelenme, üstün rekabet gücüne sahip olmanın ve ekonomik kalkınmanın temelini oluşturan önemli bir faktör. Lojistik merkezler özelinde oluşacak sektörel kümelenme ile ihracatçıların maliyetlerinde önemli düşüşler yaşanacağı ön görülüyor. Konuyla ilgili olarak ayrıca ihracatçılara Bakanlık tarafından çeşitli desteklerin de verileceği tahmin ediliyor.

YENİ PAZARLARA ERİŞİM, HIZ KAZANACAK

Yurt dışı lojistik merkezlerinin ihracatçı için bir bölgesel üs görevi görecek; pazara erişim maliyetlerini düşürecek. Bununla beraber yeni pazarlara erişim de hız kazanacak. İhracatçıların bölgeye fiziksel ihracatının yanında e-ihracat olanakları da lojistik merkezler konumlandırılmasında dikkate alındı. Bu doğrultuda e-ihracat yapan firmaların da ihtiyaçlarına cevap verilebilecek.

TÜRKİYE’NİN ABD İHRACATI

Türkiye’deki ihracatçılar, pandemiden dolayı küresel talep daralmasına rağmen 2020 yılında ABD’ye yüzde 13,5 artışla 10 milyar 186 milyon dolarlık ihracat yapma başarısını gösterdi. Türk ihracatçısının

Lojistik merkezlerinin ABD’de Los Angeles, New Orleans ve Georgia şehirlerinde ve Afrika’da Gana’da kurulması planlanıyor.

pandemi sürecinde yoğun çalışmalar yaptığı pazarlardan ABD’ye ihracatı 2020’de her ay artış yaşadı ve en fazla ihracat gerçekleştirilen üçüncü ülke oldu. Söz konusu ülkeye yönelik Türkiye’nin ikili ticarete 100 milyar dolar hedefi bulunuyor.

2010 yılında 16,1 milyar dolar olan ABD ile ikili ticaretimiz 2019 yılında 19,1 milyar dolara ulaştı. ABD’ye aynı dönemde ihracat ise 3,8 milyar dolardan, 8 milyar dolar seviyesine gelerek oldukça kısa bir sürede yüzde 115 seviyesinde artış gösterdi. Son 10 yılda ABD’ye ihracatımızdaki artışın yanında, dış ticaret açığımızda yaşanan

ABD’YE İHRACATTA DİKKAT ÇEKEN 2020 İSTATİSTİKLERİ

ABD’YE YAPILAN İHRACAT YÜZDE 13,5 ARTIŞLA 10 MİLYAR 186 MİLYON DOLAR OLDU.

Halı:

Yüzde 40,2 artışla 932 milyon 355 bin dolar.

Kimyevi Maddeler ve Mamulleri:

Yüzde 12,7 artışla 835 milyon 823 bin dolar

Hazır Giyim ve Konfeksiyon:

Yüzde 22,6 artışla 793 milyon 626 bin dolar

Mücevher:

Yüzde 54,5 artışla 485 milyon 206 bin dolar

Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri:

Yüzde 11,8 artışla 479 milyon 249 bin dolar

Çelik:

Yüzde 59,0 artışla 430 milyon 830 bin dolar

Madencilik Ürünleri:

Yüzde 4,7 artışla 389 milyon 849 dolar

Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamuller:

Yüzde 17,0 artışla 373 milyon 395 bin dolar

Tekstil ve Ham Maddeleri:

Yüzde 6,2 artışla 360 milyon 300 bin dolar

Elektrik-Elektronik:

Yüzde 11,4 artışla 274 milyon 736 bin dolar

Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri:

Yüzde 59,1 artışla 234 milyon 974 bin dolar

Meyve Sebze Mamulleri:

Yüzde 13,2 artışla 208 milyon 189 bin dolar

Tütün:

Yüzde 38,2 artışla 111 milyon 160 bin dolar

düşüşün de etkisiyle ikili ticarete artış oranı yüzde 18,4 oldu. Yapılan analizler çerçevesinde 'Otomotiv', 'Kimyevi Maddeler', 'Elektrik-Elektronik', 'Yaş Meyve Sebze ve Hububat' sektörlerindeki birçok üründe Türkiye'nin rekabet gücü yüksek olmasına rağmen ABD pazarında yeteri kadar pay alınmadığı tespit edildi. ABD'ye pazar payının artırma noktasında, Türkiye'nin öncelikle ABD'nin ithalatında en önemli yer tutan ilk 50 üründe alan kazanması gerektiği vurgulandı.

ABD'ye ihracatta en dikkat çekici artışlar ise 'Halı' (yüzde 40,2 artışla 932 milyon 355 bin dolar), 'Çelik' (yüzde 59 artışla 430 milyon 830 bin dolar), 'Mücevher' (yüzde 54, 5 artışla 485 milyon 206 bin dolar), 'Hazır Giyim ve Konfeksiyon' (yüzde 22,6 artışla 793 milyon 626 bin dolara) sektörlerinde yaşandı. Türkiye'nin en önemli beş pazarından biri olan ABD'ye ilişkin TİM tarafından hazırlanan raporda 'Türkiye'nin küresel ticarete en çok konu edilen bin ürünün 192'sinde ABD pazarı için önemli bir potansiyeli mevcut.' tespitine yer verildi.

Pandemi sürecinin sona ermesinin ardından özellikle ihracatın ABD'ye daha da artması ve ilerleyen dönemlerde 100 milyar dolarlık ikili ticaret hedefine ulaşılacağı öngörülmüyor.

TÜRKİYE'NİN GANA İHRACATI

Afrika'ya Açılım Politikası kapsamında, bölge ülkeleriyle başta siyasi ilişkiler olmak üzere ticaret, yatırımlar, kültürel projeler, güvenlik ve kalkınma projeleri gibi birçok alanda hızlı ilerleme sağlandı. Afrika'da Türk ürünlerine artan talebin, en uygun ve verimli bir şekilde karşılanabilmesi adına lojistik merkezinin Gana'da kurulması planlanıyor.

Afrika'nın parlayan yıldızı Gana Cumhuriyeti, 31 milyonluk nüfusuyla Batı Afrika'nın en önemli merkezlerinden biri ve ihracatçılar için kapasitesi yüksek bir ülke. Yalnızca kendi nüfusuyla değil, aynı zamanda ECOWAS üyesi olması dolayısıyla 350 milyon nüfusa erişimi olan Gana, Batı Afrika ülkeleri içerisinde politik ve ekonomik istikrarı ile de dikkat çekiyor.

Batı Afrika'nın Nijerya'dan sonra en büyük ikinci ekonomisi olan Gana, 2020 yılında Sahra Altı Afrika bölgesinde ihracatımızı en çok artırdığımız ülke oldu. Gana'nın ithalatında 2010'da yüzde 1,1 olan payımız 2019 yılı itibarıyla yüzde 4,5 seviyesine çıktı. 2019'da ikili ticaret hacmi 550 milyon doları aştı. Aynı zamanda 400 milyon dolara yakın dış ticaret fazlası da "Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye" yolunda, Gana pazarının önemini ortaya koyuyor. 2020 yılında ülkemizin Gana'ya ihracatı 2019'a göre 'Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri' sektöründe yüzde 31,5 artışla 120 milyon 525 bin dolara, 'Hububat' sektöründe yüzde 33 artışla 87 milyon 882 bin dolara, 'Çelik' sektöründe yüzde 147 artışla 80 milyon 596 bin dolara ulaştı. 'Deri Mamulleri' sektöründe yüzde 274 artışla 6,5 milyon dolar, 'Hazır Giyim'de yüzde 203 artışla 3,3 milyon dolar, 'Tekstil'de ise yüzde 85 artışla 2,8 milyon dolar oldu. Bu rakamlar, bir yandan Gana'nın temel ithalat ürünlerinin aynı zamanda Türkiye'nin temel ihraç ürünleriyle uyduğunu ve bu sektörlerde ticaretin güçlendirildiğini ortaya koyuyor. Bir yandan da ihracatçıların Gana'yla ticaretinde ürün çeşitliliğini de geliştirdiği görülüyor. Bu artışlar gelecek adına büyük umut vad ediyor.

TÜRKİYE'NİN GANA'YA İHRACAT POTANSİYELİ EN YÜKSEK OLAN ÜRÜN GRUPLARI

Motorlu Araçlar ve Aksamları	% 16
Makine ve Aksamları	% 51
Demir-Çelik	% 38
Mineral Ürünler & Elektrik Enerjisi	% 92
Diğer İşlenmiş Gıda Ürünleri	% 49
Plastik & Kauçuk	% 27
Metal Ürünler	% 38
Kanatlı Etleri	% 9
Kağıt Ürünleri	% 16
Kimyasallar	% 34
Hububat (İşlenmiş)	% 98
Kozmetik	% 17
Hazır Giyim	% 4
Seramik Ürünler	% 9
Bitkisel Yağlar	% 18
Diğer Sanayi Ürünleri	% 42
Demir-Dışı Metaller	% 30
Sentetik Tekstil Kumaşlar	% 21
Ağaç Ürünleri	% 73
Diğer Tekstil Ürünleri	% 11

Geleceğin Fırını ile daha yeşil bir dünya

%80 yeşil enerjiyle çalışan ilk hibrit elektrikli cam eritme fırını ile üretimde toplam CO₂ emisyonunu %50 azaltıyor, daha yeşil ve sürdürülebilir bir dünya için çalışmaya devam ediyoruz.

“A greener world with the Furnace of the Future”

With the first hybrid electric glass melting furnace operating with 80% green energy, we reduce the total CO₂ emission in production by 50% and continue to work for a greener and more sustainable world.



GCA

Satış ve Pazarlama
Lapishan Plaza, Esentepe Mah.
Cevizli D-100 Güney Yanyol Cad.
No:25 Soğanlık-Kartal/İstanbul
T: +90 216 488 66 00 (pbx)
F: +90 216 576 22 62

Üretim Tesisleri
1.OSB 1. Cadde No:1
Merkez/Kütahya
T: +90 274 277 01 20 (pbx)
F: +90 274 277 01 10

Bonegraft, Türkiye'deki tek tesisle 58 ülkeye ihracat yapıyor

Medikal sektörde Türkiye'nin farklı formlarda yapay kemik üreten tek tesisi Bonegraft, 58 ülkeye ihracat yapıyor. TIM TED Girişim Evi ile iş birliğinde olmaktan memnun olduklarını ifade eden Bonegraft Genel Koordinatörü Burak Tülü ile görüştük.



TEB

GİRİŞİM EVİ

Mühendisliği bölümünde lisans eğitimini tamamladı. Yaklaşık bir yıl çok uluslu bir mühendislik firmasında yurt dışında çalışan Tülü, Türkiye'ye döndükten sonra şu anda bünyesinde bulunduğu Metrosan ve Bonegraft'ta hizmet veriyor.

Bonegraft'ı ne zaman hayata geçirdiniz? Karar verme süreci nasıl gelişti?

Medikal sektörde üretici olarak 2004 yılından beri çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Yüksek teknolojlili ürün üretmek sektörde fark yaratmak her zaman hedefimizdi. Bu kapsamda Bonegraft olarak cerrahi implant ve enstrüman üretiyoruz.

Karar verme süreci ise ameliyatlarda kullanılan mevcut ürünlerimizin haricinde ithal ürünleri inceleyen oluştu. 2012 yılında ilgili biyo malzemelerin üretim metotları ve pazar paylarıyla ilgili ön araştırmalarımız başladı. Fizibilite süreci sonunda 2014 yılında mevcut ekibimizin ana oyuncularını sürece dahil ederek klinik öncesi araştırmalarına ve prototip çalışmalarına başladık. 2016 yılında laboratuvar ortamında ilgili numune üretimlerini gerçekleştirip, testlerini başarıyla tamamladık. İlk ürünlerimizi belgelendirdik, ruhsat işlemlerini tamamlayıp, 2017'de ürünlerin yurt içi ve yurt dışı satışını gerçekleştirdik.

Kısaca ürünlerden bahsedebilir misiniz? Neler üretiyorsunuz?

Bonegraft A.Ş., 2014 yılı başından itibaren biyomedikal sektörde, farklı klinik uygulamalar için sentetik kemik ve kırıkardak

Bonegraft Genel Koordinatörü
Burak Tülü

Kemikte yapılan cerrahi operasyonda eskiden kullanılan metal implantların yerini artık farklı formlarda üretilen sentetik kemik greftleri almaya başladı. Diş macunu kıvamından, plastik şerit formuna kadar farklı çeşitlerde üretilen sentetik kemik greftlerini Manisa'dan 58 ülkeye Bonegraft ihraç ediyor. Ve bu alanda kurulmuş Türkiye'deki tek tesis.

Firmanın Genel Koordinatörü Burak Tülü ise görevini hem Bonegraft'ta hem de Metrosan firmasında devam ettiriyor. Medikal alana ilgisinden dolayı biyomekanik alanında yüksek lisansını tamamlayan Tülü, aynı alanda doktora eğitimini sürdürüyor. 1986 yılında İzmir'de doğan Burak Tülü, burslu olarak liseyi bitirdikten sonra Ege Üniversitesi Makine

greftlerinin geliştirilmesi ile ilgili Ar-Ge çalışmalarını sürdürüyor. 2016 yılı başında Ege Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Merkezi'nde ISO Class 7 (Class 10.000) temiz oda şartlarında Bonegraft Ar-Ge ve Üretim laboratuvarları kuruldu. Bonegraft, yenilikçi sentetik kemik ve kırıldak greft ürünlerinin ve bu greft uygulamaları sırasında gereksinim duyulacak sentetik bariyer membran ve kemik çimentosu gibi ürünlerin tasarımı, geliştirilmesi, imalatı ve pazarlanması üzerine odaklanan biyoteknoloji temelli bir şirkettir.

Bonegraft olarak bilimsel gelişmeleri yakından takip eden personel ve yönetim kadrosunun yoğun emeğiyle standartlara uygun olarak tasarlanan tam donanımlı ISO Class 7 ve ISO Class 6 Ar-Ge ve üretim laboratuvarlarında yüksek kalite standartlarında ürettiği ürünleri ulusal ve uluslararası pazara sunuyoruz. Güçlü sermaye yapımızı verdiği güvenle yalnızca ulusal olarak öncü değil, uluslararası yenilikçi ürünleri geliştirebilmek adına çalışmalarımıza aralıksız devam ediyoruz. Tasarımın ve üretimin tüm safhalarında ürünlerimiz gerek belgelendirme kuruluşları gerek Sağlık Bakanlığı gerekse müşterilerimiz tarafından sürekli denetimden geçiyor. Bonegraft, bu denetimlerin vermiş olduğu disiplinle çalışmayı kendisine ilke edindi. Firmamız seri üretim safhalarını kendi bünyesinde gerçekleştiren, son kullanıcıya ürünü uygulaması kolay ve steril olarak hazır halde sunan, sektörün gerekleri doğrultusunda tüm ulusal ve uluslararası kalite, yönetim ve ürün belgeleriyle birlikte müşterilerine hizmet veriyor. Sağlık sektöründe dünya çapında saygın ve arandığı bir firma olma yolunda emin ve kararlı adımlarla çalışmalarını sürdürüyor.

Ürünlerinizi nerede üretiyorsunuz?

Türkiye'nin farklı formlarda yapay kemik üreten tek tesisimiz. Üretim alanımız Manisa Organize Sanayi Bölgesi'nde bulunuyor. Ürünlerimiz buradan 58 ülkeye ihraç ediliyor.

Deloitte Teknoloji Fast 50 Türkiye Programı'nda Runner Ups ödüllerinde (%2114) Bonegraft Biyomedikal ikinci olmuştu. Bu başarı hakkında neler söylemek istersiniz?

“Yüksek katma değer üreten bizim gibi girişimcilerin projelerinin geliştirilmesini ve sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla kurulan TİM TED Girişim Evi ile iş birliğinde olmak bizim için çok büyük bir şans.”

Sektörünün en önde gelen kuruluşlarından biri olan Deloitte'nin doğrudan yönettiği bir süreçte böyle önemli bir ödüle layık görülmek bizleri çok mutlu etti. Bu ödül tüm ekip arkadaşlarımız için hem bir motivasyon kaynağı oldu hem de büyüme stratejimizde doğru yolda olduğumuzu kanıtladı. Bonegraft olarak yazılım, finans ve e-ticaret sektörleri dışında farklı sektörde yüksek katma değer üretilen listede yer alan tek firma olmamız da gurur verici. Bonegraft olarak biyoteknoloji sektörüne yüksek katma değerli ürünler sunmaya ve büyümemizi sürdürerek ülke ekonomisine pozitif değer yaratmaya hız kesmeden devam edeceğiz.

Son olarak TİM TED Girişim Evi ile ilgili düşüncelerinizi alabilir miyiz?

Yüksek katma değer üreten bizim gibi girişimcilerin projelerinin geliştirilmesini ve sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla kurulmuş olan merkez ile iş birliğinde olmak bizim için çok büyük bir şans. Umarım iş yönetimi danışmanlığı, yurt dışı satış organizasyonu, ihracatın geliştirilmesi gibi desteklerinden zamanla faydalanabiliriz.



Doğu Karadeniz Bölgesi, ihracatta rekor kırdı

Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği (DKİB); Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane’de 2021 yılının ilk iki aylık döneminde geçen sene aynı aya göre yüzde 21 artışla 288.713.446 USD tutarında ihracat gerçekleştirildiğini açıkladı.

Yaşanan ihracat artışı hakkında değerlendirmelerde bulunan Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği Yönetim



Kurulu Başkanı Saffet Kalyoncu; “Ülkemizin 2020 yılı rakamlarında yüzde 1,8 oranındaki büyümede ihracatın büyük payı var. 2021 yılının ilk iki

ayında, Doğu Karadeniz Bölgesi’nden tüm zamanların en yüksek ihracat artışı sağlandı. Pandeminin oluşturduğu birçok olumsuzluğa rağmen ihracatçımızın bu başarıyı yakalaması takdire şayandır. Pandemi etkisi nedeniyle birçok gelişmiş ülkede gerek ihracatta ve gerekse büyüme rakamlarında yüksek oranlı düşüşler görülmesine rağmen ülkemizin büyüme sağlaması ve tüm dünyaya örnek olacak başarılarla imza atması bizleri gururlandırıyor. İhracatçılarımıza rekabet imkanı kazandıracak üretim ve nakliye maliyetleri yönünde destek verilmesi ile 2021 yılında çok büyük başarılarla imza atılacağını tahmin ediyorum.” dedi.

EİB’in Avrupa Birliği’ne ihracatı yüzde 16 arttı

Ocak-şubat döneminde yüzde 4 yükselişle 2 milyar 234 milyon dolarlık ihracata imza atan Ege İhracatçı Birlikleri, son bir yıllık dönemde 13 milyar 83 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaştı.



ihracatı yüzde 20 artarak 702 milyon dolara ulaştı. Tarım ürünleri ihracatı ise yüzde 9 yükselişle 402 milyon dolar olarak gerçekleşti. Madencilik sektörümüzün ihracatı yüzde 17 artışla 68 milyon dolar oldu. Şubat ayında 164 ülkeye ihracat gerçekleştirdik. 95 ülkeye ihracatımızı artırmayı başardık. En çok ihracat gerçekleştirdiğimiz ülke listesinde 142 milyon dolarla Almanya, 88 milyon dolarla ABD ve 75 milyon dolarla Birleşik Krallık yer alıyor.” dedi.

AVRUPA BİRLİĞİ’NE YÜZDE 16 ARTIŞ

Ege İhracatçı Birlikleri’nin Avrupa Birliği ülkelerine ihracatının şubat ayında yüzde 16’lık artışla 563 milyon dolara ulaştığını söyleyen Eskinazi, EİB’in ihracatının ocak ayına nazaran güçlü bir ivme kazandığının altını çizdi.

Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi; “12 ihracatçı birliğimizin 8 tanesi şubat ayında ihracatını arttırdı, iki birliğimiz geçen seneki ihracat seviyesini korudu. Üyelerimizin sanayi ürünleri

Kamu-ihracatçı birlikteliği, ihracat rekoru getirdi

Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Hayrettin Uçak, İzmir İl Tarım ve Orman Müdürü Mustafa Özen'i makamında ziyaret etti.

İzmir Tarım ve Orman İl Müdürü Mustafa Özen'i ziyarette Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Hayrettin Uçak'a Yönetim Kurulu Üyesi Martin Sanford, Ege İhracatçı Birlikleri Şefi Gökay Çelikli, Ziraat Mühendisi Şükrü Ercan ve Üye İlişkileri Temsilcisi Burcu Kurnaz eşlik etti. Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Hayrettin Uçak, pandemiye rağmen 2020 yılında 1 milyar 40 milyon dolarlık rekor ihracat rakamına ulaştıklarını, bu başarıda kamu kurumlarıyla iş birliğinde çalışmanın payının büyük olduğunu kaydetti.

İzmir Tarım ve Orman İl Müdürü Mustafa Özen ise İzmir'de tarımsal üretimin kalitesinin ve miktarının artması için Ege İhracatçı Birlikleri ile çok uyumlu bir çalışma yürüttüklerini, pandemi döneminde Ege İhracatçı Birlikleri'nin sağladığı desteklerin de çok kıymetli olduğunu ifade etti.



UİB, ihracatta artış ivmesini sürdürüyor

Türkiye'nin genel sekreterlik bazında en fazla ihracat yapan ikinci birliği Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB), şubat ayında 2 milyar 647 milyon dolar ihracata imza attı.

İhracat rakamlarını değerlendiren UİB Koordinatör Başkanı Baran Çelik, "Ülkemiz ihracat odaklı ve yüksek katma değerli bir üretim stratejisiyle büyümesini sürdürüyor. Pandeminin yıkıcı etkilerine karşı ihracatımız süreci en az hasarla atlatabilmek ve ülkesinin ekonomisine katkı sağlamak için sorumluluk alıp tüm imkanlarını seferber ediyor. Ülkemizin üretim ve ihracat üslerinden Bursa'mızın ve ülkemizin tüm ihracatçılarına, bu güzel tablo için gösterdikleri katkı ve fedakarlık nedeniyle teşekkür ediyoruz." dedi. UİB Koordinatör Başkanı Baran Çelik, açıklamasında ayrıca şunları kaydetti: "Türkiye ekonomisi, küresel bir salgınla geçen 2020 yılında büyüme başarısı gösterdi. Büyüme yılın son çeyreğinde yüzde 5,9, yılın tamamında ise yüzde 1,8 olarak gerçekleşti. OECD ülkeleri arasında 2020 yılında en iyi büyüme



rakamını elde ettik. G20 ülkeleri arasında da ikinci sıradayız. Aşı uygulamalarının tüm dünyada daha da hızlanması ve kısıtlamaların kademeli bir şekilde kaldırılarak normal hayata geçilmesi, ekonomik ve sosyal yaşama olumlu bir şekilde yansiyacaktır. Yeni yatırımların hayata geçirilmesi ve tabii ki dış ticaretin arzu edilen düzeye gelmesiyle bu dönemi geride bırakacağımız kanaatindeyim."

‘Etikette kadın logosu güçlü sinerji yaratacak’

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Huriye Yamanyılmaz, sahibi kadın olan işletmelerin üretimine pozitif ayrımcılık sağlamak amacıyla hayata geçirecekleri ‘Kadın Eliyle Üretilmiştir’ etiketi uygulamasının üretimde ve ihracatta güçlü bir sinerji yaratacağını söyledi.



Türkiye genelinde kadın ihracatçı sayısının yaklaşık 5 bin olduğunu, TİM Kadın Konseyi’nin bu rakamı daha yukarı çıkarmak için büyük gayret gösterdiğini ifaden eden Huriye Yamanyılmaz, planladıkları projede sahibi kadın olan firmaların ürünlerine ‘Kadın Eliyle Üretilmiştir’ etiketi uygulamasına geçilmesiyle kadın dayanışmasını toplumun her kesimindeki hemcinslerine yansıtacaklarını belirtti. Yamanyılmaz; “TİM Başkanı İsmail Gülle’nin destekleriyle hazırladığımız Ur-Ge projesinde hazır giyim ve konfeksiyon ile tekstil sektörlerinde faaliyet gösteren sahibi veya yöneticisi kadın olan firmalarımızın ürünlerine ‘Kadın Eliyle Üretilmiştir’ etiketi uygulaması başlatacağız. Özel olarak etiketlenen bu ürünler için mağazalarda ayrı raflar düzenlenmesini sağlayacağız. Projeye dahil olan kadın üreticilerimize pazarlama ve tanıtım desteği de vereceğiz.” dedi.

DAİB, Batman’da ihracatçılarla buluştu

Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB) Yönetim Kurulu, Batman’daki ihracatçıları ziyaret etti. DAİB Başkanı Ethem Tanrıver, Batman’da irtibat ofisi açacaklarını da müjdeledi.



DAİB Başkanı Ethem Tanrıver Başkanlığındaki heyette; DAİB Başkan Yardımcıları Kamil Polat ve Süleyman Çağlı, DAİB Yönetim Kurulu Üyeleri Erhan Yaylıcı, Osman Boz, Mümtaz

Seyran, İbrahim Turan ile Denetim Kurulu Üyesi Abdurrahman Şakiroğlu yer aldı. Heyet Batman ziyaretinde Batman Valisi Hulusi Şahin başta olmak üzere Batman TSO Başkanı Abdulkadir Demir, Batman OSB Bşk. V. Hıfzullah Özoğul, MÜSİAD Batman Şube Başkanı Alaattin İraz, Batman Gümrük Müdürü Yusuf Oktay ve ihracatçı firmaları ziyaret etti. Batman’dan

yapılan ihracat ile ilgili değerlendirmelerin yanında, bölge ihracatının daha da artması hususunda planlanan çalışmalar ve ihracatçıların sorunlarının en hızlı şekilde çözülebilmesi için fikir alışverişinde bulunuldu.

“ÖNCELİĞİMİZ İHRACATIN ARTIRILMASI”

DAİB Başkanı Ethem Tanrıver; “DAİB olarak tüm ilerimizde olduğu gibi Batman ilimizdeki ihracatçılarımıza da en iyi düzeyde hizmet sunabilmeyi önemsiyoruz. Bu doğrultuda irtibat ofisi açmanın yanında, planladığımız birçok çalışmayı değerlendirmek ve paylaşmak amacıyla çok faydalı toplantılar ve ziyaretler gerçekleştirdik, firmaların çalışmalarını yerinde gördük. İhracat hedeflerimiz doğrultusunda çalışmalarımıza devam edeceğiz.” dedi.

Seramik sektöründe iş birliği toplantısı düzenlendi

Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği ile Foshan-China Ceramics City Group Co. Ltd. tarafından 11 Mart 2021 tarihinde çevrimiçi toplantı gerçekleştirildi. Toplantıya seramik ihracatçısı 11 Türk firması, 14 ithalatçı Çin firması ve 30 ithalatçı firmayı bünyesinde barındıran İthalatçı Birliği China Top Alliance katıldı.

Guangzhou Ticaret Müşaviri Serdar Afşar'ın ve ÇCSİB Yönetim Kurulu Başkanı Erdem Çenesiz'in açılış konuşmalarının ardından Şube Müdürü Erinç Tarhan tarafından yapılan sunumda Türk seramik sektörü ve seramik ihracatımızın dünyadaki konumu ile avantajlı yanlarımız hakkında bilgi verildi. Toplantıda Türk seramik ihracatçısı firma temsilcileri kendi firmalarını tanıtan sunumlar gerçekleştirdi. Çinli firmaların tanıtılmasının ardından ise Foshan-China Ceramics City Group Co. Ltd. tarafından Çin'in seramik sektörü ve ithalatının genel durumu, Foshan Şehri'nin seramik tüketim potansiyeli ve yeni projelerle ilgili sunumlar yapıldı. Türk ve Çinli firmaların birbirlerine yönelttikleri soruların cevaplandırıldığı ve programın sonunda katılımcı firmalar ticari görüşmelerine birebir devam edeceklerini belirtti.



Filistin-İsrail sanal sektörel ticaret heyeti yapıldı



Filistin-İsrail Sanal Sektörel Ticaret Heyeti'ne ilişkin firmaları bölge ve heyet hakkında bilgilendirmek adına TİM Başkanı İsmail Gülle, Kudüs Başkonsolosluğu Büyükelçi Ahmet Ruza Demirer, Tel Aviv Büyükelçilik Maslahatgüzarı Tolga Budak, Ankara Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Başkanı Şerafettin Ceceli ve Kudüs Ticaret Ataşesi Sabahaddin Tarhan açılış programına katıldı. Bölgeye yönelik ihracat ve ithalat rakamları, söz konusu rakamların ülkelere göre dağılımı, ihracatçı firmaların Filistin ve İsrail'de dikkat etmesi gereken hususlar, potansiyeli olan sektörler, vize işlemleri ve beklentiler gibi konuları kapsayan toplantı; heyetin başarılı geçmesine ilişkin dileklerle sona erdi.

Türkiye süs bitkileri sektörü ilk sanal ticaret heyetini gerçekleştirdi



Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, ilk sanal ticari heyet organizasyonunu Almanya ve Hollanda'ya düzenledi. 9-11 Mart 2021 tarihleri arasında gerçekleşen heyetin açılış toplantısı 8 Mart 2021 tarihinde T.C. Lahey Büyükelçisi Şaban Dişli, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle, Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Yılmaz, Berlin Ticaret Müşaviri Berrak Bilgen Beşergil, Lahey Ticaret Müşaviri Aşkın Pekel ve sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleşti. Hollanda-Almanya Süs Bitkileri Sanal Sektörel Ticaret Heyeti organizasyonu kapsamında heyete katılan Hollandalı ve Alman 32 firmayla Türk firmaları arasında toplam 94 iş görüşmesi düzenlendi.

Yıldız Demir Çelik'ten 'Yeşil İhracat' hamlesi

Sektöründe ihracatını en fazla artıran şirketler arasında Yıldız Demir Çelik dikkat çekiyor. Sahip olduğu üretim altyapısı ve temiz baca gibi örnek uygulamalarıyla 'Yeşil Mutabakat' başta olmak üzere dünyada etkisi güç geçtikçe artan çevreci anlaşmalara hazır olan firma; ikinci galvaniz hattı yatırımına başladı.



Türkiye'de demir çelik sektörüne yeni bir güç katan Yıldız Demir Çelik, Kocaeli Alikahya OSB'de 300 bin metrekarelik arazi üzerinde kurulu fabrikasında 'yeşil anlaşmalar'a ülkemizdeki en hazır tesislerden biri. İkinci galvaniz üretim hattı yatırımına başladığını duyuran şirket, 2021'in son çeyreğinde yeni üretim hattını devreye almayı planlıyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından açıklanan 'Türkiye'nin İlk Bin İhracatçısı' listesinde 208 sıra birden yükselerek 199'uncu sıraya ulaşan Yıldız Demir Çelik; kendi sektörünün de en fazla ihracat gerçekleştiren 29'uncu firması oldu. Şirket ayrıca ihracatını bir yıl önceki yıla göre yüzde 85,5 seviyesinde artırarak, demir çelikte yüzdesel olarak en fazla ihracat artışı yakalayan üç şirketten biri haline geldi. Başarılarına her geçen gün yenilerini ekleyen Yıldız Demir Çelik, sektördeki üçüncü yılında otomotiv sektörü tedarikçileri için gereklilik olan IATF 16949 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi'ni alarak başarısını taçlandırdı.

Naksan üreterek var ediyor, ihracatla büyüyor

Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na (TMSF) 2 Eylül 2016 yılında devredilen Naksan Plastik, TMSF yönetimine geçtiği son dört yılda gücüne güç katarak büyümeyi sürdürüyor.



"BÖLGESEL VE KÜRESEL SORUNLARA RAĞMEN BÜYÜDÜK"

Naksan Plastik Genel Müdürü Enis Sarılarlı, pandeminin ekonomik faaliyetler üzerindeki kısıtlayıcı etkilerine rağmen finansal açıdan çok başarılı bir dönemi geride bıraktıklarına dikkat çekti. Sarılarlı yaptığı açıklamada 2021 hedeflerini değerlendirdi: "Elde ettiğimiz finansal sonuçları, 2020'deki küresel zorluklara rağmen portföyümüzün ne denli dayanıklı ve dengeli olduğunun bir göstergesi

Sektörünün en büyük firmaları arasında yer alan Naksan Plastik, pandemi döneminde yaşanan bölgesel ve küresel zorluklara rağmen yüzde 19,5 oranında büyüdü. Naksan, ihracat odaklı planlaması ile bu yılki büyüme hedefini de yüzde 20 olarak belirledi.

olarak değerlendiriyoruz. Gaziantep, Türkiye'de en fazla ihracat yapan ilk beş il arasında bulunuyor. Hem bu sıralamaya katkıda bulunmak hem de ülke ekonomisine katma değer yaratmak için yeni büyüme hedefimizi yüzde 20 olarak belirledik." dedi.

Lojistik Zincirinde Altın Bir Halka...



www.rodaport.com



'Türkiye Lojistik Portalı' çok yakında hizmetinizde!

15 saniyelik
anketimize
katılın



KAHVE MOLASI



LUXURY

DENİZDE ÖZGÜRLÜĞÜN
EŞSİZ DENEYİMİ:
MONTE CARLO YACHTS
76SKYLOUNGE

SPOR

GÖĞÜS KABARTAN
BAŞARILARI İLE TÜRK
SPORUNUN SON BİR YILI

HOBİ

MAVİ GÖKYÜZÜNÜN
YEŞİL SÜSÜ PEYZAJ
İLE EVLERİNİZ HUZUR
DOLUYOR



LUXURY



Denizde özgürlüğün eşsiz deneyimi MONTE CARLO YACHTS 76^{Skyounge}

Biraz iş stresinden uzaklaşmak, biraz da maviliğin kollarına yelken açmak... 2021'in tasarım harikası Monte Carlo Yachts 76Skyounge, 2021'in en dikkat çeken yatlarından biri oldu.





MCY 76 ^{Skylounge}, fonksiyonellik ve estetik arasındaki değişmez dengeyi, mükemmel bir şekilde somutlaştırıyor. Dünyaca ünlü tasarım ofisi Nuvolari Lenard'ın kusursuz dokunuşlarını bir kez daha MCY 76 ^{Skylounge}'da görmek mümkün. Denizle yakın bir bağlantı sağlamak için tasarlanan şık dış hatlara sahip yat, 2021'in şimdiden gözdesi oldu. Yat boyunca doğal ışığa daha fazla maruz kalmayı amaçlayan geniş pencereler ve genişletilmiş ikonik porthole de uluslararası tasarım stüdyosunun imzasını taşıyor.

HER MEVSİM KONFOR

MCY 76 ^{Skylounge}'ın kullanıcılarının her mevsim denizden zevk almaları için yattaki yüksek konfor seviyesini vurgulayan geniş kapalı alanları bulunuyor. Geniş kapalı flybridge, en üst düzey teknolojik unsurlarla tam donanımlı tek dümen istasyonuna sahip. Açık hava mutfağının yakınında yer alan geniş ve konforlu bir salona sahip olan denize bakan kış terası, gemide dinlendirici anlar için mükemmel. Kapalı flybridge, ufukta ilham verici 360 derecelik bir manzaraya sahip geniş, özelleştirilebilir eğlence alanları sunuyor. İç ve dış mekanlar arasında mükemmel bağlantıyı sağlıyor.

GÜVENLİK VE ESTETİK BİR ARADA

MCY 76 ^{Skylounge}, seyir sırasında güvenlik ve konforu garanti eden olağanüstü bir denize elverişliliğe sahip. Deniz manzaralı tam donanımlı bir mutfağa olan geniş ve çok yönlü ana güverte salonu, özelleştirilebilir esnek bir düzene imkan tanıyor. Ana güvertenin hacmi, parlaklığı ve uyumu, doğal ışık ve denizle yakın bağlantı ile güçlendirilmiş.

DİZAYNDA KALİTE ÖN PLANDA

Tamamen özelleştirilebilir iç dekor, MCY'nin ikonik tasarım öğeleriyle zarif, zamansız yatlar sunma felsefesiyle uyumludur. En kaliteli lüks malzemeler ve üst düzey kumaşlar, sofistike dokular ve desenlerle birleştiğinde, teknede parlak ve uyumlu bir atmosfer yaratır.

Geniş kapalı Flybridge, çok sayıda dış mekan, fonksiyonel düzen çözümleri ve olağanüstü denize elverişlilik, MCY 76^{Skylounge}'u inanılmaz derecede konforlu ve yaşanabilir bir yat haline getiriyor. Sofistike tasarım ve ileri teknolojilerin mükemmel bir karışımı sayesinde, konfor seviyesinin en üst düzeye çıkarıldığı yeni bir yerleşik deneyim konsepti sunuyor. MCY 76^{Skylounge} bu sezon deniz tutkunlarının favorisi olacağı benziyor.



ÖZELLİKLER

Tam Boy:

23.06 m | 75 ft 7 in

Maksimum Genişlik:

5.75 m | 18 ft 10 in

Su Kesimi:

1.95 m

Ağırlık: 54 t

MOTORLAR

2xMAN V12 - 1550 HP

2xMAN V12 - 1650 HP

HIZ

Maksimum Hız: 30 knot

Seyir Hızı: 24 knot

TANKLAR

Yakıt: 5000 l | 1320 US gal

Temiz Su: 1000 l | 264 US gal

TASARIM VE MÜHENDİSLİK

Monte Carlo Yachts

İÇ VE DIŞ MEKAN TASARIMI

Nuvolari Lenard

DESIGN CATEGORY

CE-A

Göğüs kabartan başarıları ile Türk sporunun son bir yılı



Türkiye son yıllarda spora ve sporcuya sağladığı destek ve motivasyonun karşılığını fazlasıyla alıyor. Her biri birbirinden yetenekli ve azimli milli sporcularımız, özellikle son bir yıl içinde kazandıkları madalyalarla ülkenin göğüsünü kabarttı. Pandemi nedeniyle oldukça zor bir dönemi deneyimlediğimiz 2020 yılında

genç millilerimizin aldıkları her madalya, karantina günlerini yaşayan Türkiye'ye umut oldu.

2020'nin ilk madalyası, milli güreşçimiz Süleyman Karadeniz'den geldi. Karadeniz, İtalya'da düzenlenen Avrupa Güreş Şampiyonası'nda erkekler serbest stilde ilk altın madalyasını kazanırken, güreş milli

2020 yılında genç millilerimizin aldıkları her madalya, karantina günlerini yaşayan Türkiye'ye umut oldu. Artistik jimnastik, voleybol, güreş, atletizm, yüzme ve futbol gibi çeşitli dallarda gelen başarılarla olimpiyat kapısını aralayan millilerimizin birçoğu, pandemi nedeniyle Temmuz 2021'e ertelenen 2020 Tokyo Olimpiyatları'nda yarışacak.



takımı şampiyonadan dokuz madalya ile döndü.

Nisan 2020'de Bakü'de düzenlenen Artistik Jimnastik Dünya Kupası'na katılan milli jimnastikçilerimiz, yarışmayı üç madalya kazanarak tamamladı. Ümit Şamiloğlu ve Abdelrahman Magdy Elgamal'in altın madalya kazandığı

yarışmada Ferhat Arıcan bronz madalya kazandı.

Türkiye'ye, geçtiğimiz yıl kırdığı rekorla birlikte birincilik getiren bir diğer isim ise milli yüzücü Emre Sakçı oldu. Sakçı, Budapeşte'de düzenlenen Uluslararası Yüzme Ligi'nin dördüncü ayağındaki erkekler 50 metre kurbağalama yarışında,



Avrupa rekoru kırdı ve erkekler 100 metre ile 50 metre kurbağalama skins yarışlarında birinci oldu.

Voleybolda son yıllarda elde edilen başarılı performans 2020'de de devam etti. 2012 yılının ardından Türkiye'ye voleybol tarihindeki ikinci Avrupa şampiyonluğu geçtiğimiz yıl geldi. 2020 CEV U19 Genç Kızlar Avrupa Voleybol Şampiyonası'nda yarışan milli takımımız, altın madalyanın sahibi olarak, olimpiyata gitmeye hak kazandı.

Özellikle 2019-2020 aralığında; artistik jimnastik, ritmik jimnastik, voleybol, güreş, atletizm, cirit, yüzme, yelken ve atıcılık gibi çok çeşitli dallarda gelen başarılarla milliler olimpiyat kapısını da aralamış oldu. 2020 yılında derece alan çoğu milli sporcu, pandemi nedeniyle Temmuz 2021'e

ertelenen 2020 Tokyo Olimpiyatları'nda yarışmayı garantiledi.

JİMNASTİKTE ARDI SIRA GELEN BAŞARI

Türkiye'de son birkaç yıldır müsabakalarda en fazla öne çıkan spor dalı jimnastik oldu. Tarihimizde elde edilmemiş başarıları elde eden milli jimnastikçilerimizden gelen madalyaların, 2020 yılında da ardı arkası kesilmedi. Özellikle Mersin'de düzenlenen Artistik Jimnastik Avrupa Şampiyonası'nda millilerimiz, gösterdikleri başarılı performans sonucu turnuvadan 10 madalya ile ayrıldı. 2019 dünya şampiyonu İbrahim Çolak, yarışmada altın madalya kazanarak, Türkiye'ye bu alanda ilk kez birincilik getirdi. Ferhat Arıcan paralel barda altın, kiplu beygir aletinde bronz ile iki madalya kazanırken, jimnastik milli takımımız turnuvada ikinci olarak tarihinde ilk kez takım olarak madalya kazanmış oldu.

Avrupa Kadınlar Artistik Jimnastik Şampiyonası'nda yarışan ve ikinci olan milli sporcu Göksu Uçtaş Şanlı ise Türkiye'ye, büyük kadınlarda Avrupa şampiyonası madalyasını kazandıran ilk sporcu oldu.

Ülkemizin adına bir büyük başarı da Ritmik Jimnastik Grup Milli Takımı'ndan geldi. 28 Kasım 2020'de Kiev'de düzenlenen Ritmik Jimnastik Avrupa Şampiyonası'nda, milli takımımız 3 çember ve 2 labut aleti ile gösterdikleri inanılmaz performansları sonucunda şampiyon oldular. Milli sporcularımız; Duygu Doğan, Azra Akıncı, Peri Berker, Nil Karabina ve Eda Asar'dan oluşan takım, Türkiye'yi bu kategorideki ilk şampiyonluğuna ulaştıranlar olarak büyük takdir topladı.



16 ŞUBAT 2020

Milli Güreşçi Süleyman Karadeniz, 2020 Avrupa Güreş Şampiyonası'nda altın madalya kazandı.



26 ŞUBAT 2020

Virtüs Dünya Salon Atletizm Şampiyonası'nda milli sporcularımız Esra Bayrak, özel sporcular 60 metre finalinde, Fatma Damla Altın ise kadınlar pentatlon bransında altın madalya kazandı.



6 ŞUBAT 2020

Virtüs Dünya Salon Atletizm Şampiyonası'ndaki kadınlar 4x200 metre bayrak yarışında Türkiye, dünya üçüncüsü oldu.



13 NİSAN 2020

Ümit Şamiloğlu, Artistik Jimnastik Dünya Kupası'nda barfiks aletinde altın madalya kazandı.



30 AĞUSTOS 2020

Türkiye 19 Yaş Altı Kız Voleybol Milli Takımı, 2020 Genç Kızlar Avrupa Şampiyonası'nda birinci oldu.



17 EKİM 2020

Milli motosikletçi Toprak Razgatlıoğlu, Dünya Superbike Şampiyonası Portekiz ayağının ilk yarışında birinci oldu.



18 EKİM 2020

Bahattin Sofuoğlu, Dünya Supersport 300 Şampiyonası'nda dünya üçüncüsü oldu.

Ringte Tarihi Karşılaşma

Dünya çapında sayısız başarılarla imza atan profesyonel Türk boksör Avni Yıldırım, 2021 yılında Türkiye'yi gururlandırmak adına dünya boks otoritelerinin 'en iyi aktif boksör' ilan ettiği Canelo Alvarez'e meydan okudu.

Dört farklı sıklıtte şampiyonlukları bulunan meksikalı boksör Canelo Alvarez ile Avni Yıldırım'ın tarihi karşılaşması nefesleri kesti. Bugüne kadar hiçbir Türk boksör, WBC, WBA süper orta sıklıtte ünvanını kazanamadığı için bu maç hem Avni Yıldırım hem de Türk boks arenası için oldukça önem taşıyordu. Miami Dolphins'in 80 bin kişilik Hard Rock Stadyumu'nda yapılan WBC- WBA Dünya Süper Orta Sıklıtte Ünvan maçını 15 bin kişi tribünden izlerken, 200'den fazla ülke canlı olarak yayınlandı. Avni Yıldırım, maçın dördüncü raunduna sağlık nedenlerinden dolayı çıkmayınca Alvarez, süper orta sıklıtte kemerlerinin tekrardan sahibi oldu. Avni Yıldırım ise dünya mediasında büyük yankı uyandıran bu maçtan mağlup ayrılmasına rağmen cesareti ve azmiyle herkesten büyük takdir topladı.



A Milli Futbol Takımından Gol Yağmuru

2021 yılının ilk başarı serisi ise A Milli Futbol takımımızdan geldi. 21 Kasım 2022'de Katar'da düzenlenecek olan 2022 FIFA Dünya Kupası'na katılmak için kıyasıya mücadelenin sürdüğü Avrupa eleme maçlarına Türkiye, hızlı bir giriş yaptı. G grubunda yarışan milli takım, 24 Mart'ta Hollanda ile oynadığı ilk maçı 4-2, 27 Mart'ta Norveç ile oynadığı maçı ise 3-0'lık skor ile tamamlayarak elemelerde üstün bir başarı sergiledi. Millilerimiz, 55 takımın mücadele ettiği Avrupa elemelerinde Dünya Kupası'na gidecek 13 takımdan biri olmak için son maçını Letonya ile oynayacak.



24 EKİM 2020

Budapeşte'de düzenlenen Grand Slam Turnuvası'nda milli judocularımızdan Kayra Sayit kadınlar +78 kiloda, Vedat Albayrak ise erkekler 81 kiloda altın madalya kazandı.



10 KASIM 2020

Milli yüzücü Emre Sakçı, Uluslararası Yüzme Ligi'nin erkekler 50 metre kurbağalama yarışında 25,50 saniyelik derece ile Avrupa rekoru kırdı.



28 KASIM 2020

Kadın Ritmik Jimnastik Grup Milli Takımı, Avrupa Ritmik Jimnastik Şampiyonası'nda Avrupa şampiyonu oldu.



13 ARALIK 2020

Milli sporcu Ferhat Arıcan Avrupa Erkekler Artistik Jimnastik Şampiyonası'nda, paralel barda altın, kulplu barda bronz madalya kazandı.



16 ARALIK 2020

Milli güreşçimiz Yasemin Adar, Sırbistan'da düzenlenen Dünya Kupası'nda kadınlar 76 kiloda ikinci olarak, gümüş madalya kazandı.



19 ARALIK 2020

Sırbistan'da düzenlenen Bireysel Dünya Kupası kapsamında yarışan milli güreşçilerimiz, serbest stilde takım halinde dünya ikincisi oldu.



21 MART 2021

Budapeşte'de düzenlenen Tokyo Olimpiyatları Avrupa Elemeleri'nde milli güreşçilerimizden Kerem Kamal altın, Metehan Başar ise bronz madalya kazandı.

Mavi gökyüzünün yeşil süsü peyzaj ile evleriniz huzur doluyor

Pandemi ile hepimiz evlerimize kapandık. Kimimiz özgürce gezmeyi özledi, deniz kenarında nefes almayı; kimimiz doğaya, toprağa dokunmayı... Ancak toprak ısınmaya, yeşillik canlanmaya başladı. Peki sizler bahçenizde ya da balkonunuzda peyzaj için hazırlıklara başladınız mı?



Peyzaj konusunda aslına bakarsanız geniş metrekaRELere sahip bahçeleriniz olmasa da olur. Zira 'peyzaj' aslında kelime kökü bakımından 'kır resmi' demektir. O halde doğası gereği peyzajı evinizdeki balkonunuzda da yapabilirsiniz, bahçenizde de gerçekleştirebilirsiniz. Amaç nasılsa kır resmi çizmek değil mi? Bu konuda şayet balkonunuzda minik bir peyzaj çalışması yapacaksınız özellikle dekoratif tasarımlar ve fanusun içerisindeki çiçekler ya da teraryumlar size yardımcı olacaktır. İster balkonunuzda ister bahçenizde olsun sizlerle bu yazımızda 2021'in peyzaj trendlerini paylaşacağız. Artık gerisi sizin hayal gücünüz ve peyzaj alanınıza kalıyor.

Pandemi hayatımızın her alanını etkiledi. Artık daha az sosyal çevreler içerisinde bulunuyor, daha çok evlerimizde kalıyoruz.

Ancak bu süreç insanların doğayı olan özlemini ön plana çıkardı. Nisan ayıyla beraber canlanan doğa, insanlara huzur vermeye başladı. Bu nedenle ilkbaharın coşkusunu yansıtan nisan ayında bahçe peyzajları ön plana çıktı. Biz de sizler için 2021'in peyzaj trendlerini hazırladık.

YEŞİL ALANLAR, BU YIL REVAÇTA

Bütün bir kış hatta 2020'nin Mart ayından bu yana dünya COVID-19 tehdidiyle karşı karşıya kaldı. Pek çoğumuz için pandemi üzücü sonuçlar doğurmuş olsa da tüm siyah ve gri bulutları bir yana atıp yemyeşil, cıvılcıvıl bir bahçeyle yenilenmenin zamanı geldi.

Yıllardan beri herkesin özlemidir; yemyeşil ağaçlar, rengarenk çiçekler. Ve evet, bu sene artık bu hayaller gerçekleşmeye başlıyor. 2021'in peyzaj

alanlarında kocaman ağaçların gölgesinde yetişen rengarenk çiçekler göze çarparak. Üstelik bu yıl renk gruplarına göre ayrılan alanlar yerine tam bir kır coşkusu hakim olacak.

Şayet bahçenizde ağaçlarınız varsa henüz çiçeklenmeye başlamadan evvel ilaçlama yaptırmayı unutmayın. Aynı durum çim alanlarınız için de geçerli. Çim ekili alanlarda yabancı ot mücadelesi sonrasında çim gübreleri atarsanız çimlerinize ilkbahara her zamankinden güçlü başlayacaktır.

“BELKİ DE ŞURADA BİR NEHİR VARDIR...”

TRT’de yayımlanan ressamı hatırlayanınız vardır: Bob Ross... Türkiye’deki pek çok kişinin hayal dünyasını resim sanatıyla güçlendiren Ross’u bu sene Türkiye’nin en önde gelen peyzaj firmaları da anıyor. “Şuraya bir dağ çizelim, belki de buradan bir nehir geçiyordur...” diyerek izleyicilere sanatın yanı sıra mutluluk aşılayan Ross; bu sene peyzaj mimarlarına ilham verdi. Bu nedenle işte bu mutluluk, peyzaj alanlarına yansdı.

Deniz ya da göl kenarı, günün yorgunluğunu atmak için uğranılabilecek en keyifli yerlerden biridir. Elbette insanlar konutlarına deniz ekleyemezler fakat peyzaj alanlarında hatta balkonlarında bile küçücük de olsa yapay göletler ya da su birikintileri inşa etmeleri mümkün. Artan stresli yaşantımıza 2021 peyzaj trendleri arasında bulunan küçük su birikintileri, yeşili mavi ile buluşturuyor ve ortama huzurlu bir hava katıyor. Şömineli bir bahçeniz varsa hemen yanı başına yapay bir gölet ekletmeniz sizlere de iyi gelecek.

BAHÇE SÜSLERİNE TALEP ARTIYOR

Yazımızın başında da sizlere belirttiğimiz gibi bu sezon cıvı cıvı bahçeler ön planda olacak. Şömine demişken bu konuya hemen açıklık getirelim istedik. Bu sene peyzaj alanlarında süs bisiklet, renkli heykeller, salıncak, rengarenk oturma gruplarına olan talep artıyor. Doğayı dekoratif süslerle daha canlı gösteren dekoratif malzemeler ön plana çıkıyor. Çeşit çeşit tahtadan süsler, heykeller bahçenizin dört bir tarafını süsleyen birer görsel şöleni oluşturuyor. Hatta geçen baharın trendi ışıl ışıl ampullerle süslenmiş bahçeleri, bu sene de göreçemiz kesin.

Pandemi sürecinden bahçe ve balkon tasarımları da etkilendi. 2021 tasarımlarında cıvı cıvı doğa ön plana çıkıyor.

DAHA FAZLA YÜRÜYÜŞ YOLU

Maske, mesafe, hijyen kuralı artık hepimizin malumu. Bu kurala uymayanımız kalmadı. Ancak işte pandemiyle hayatımıza giren bu alışkanlık kendini bahçelerimizde de hissettirecek.

Sosyalleşme için mesafe kuralına uygun dizayn edilmiş ferah bahçeler, #evdekal konseptiyle örtüşüyor. Çim alanlarda mevcutta bulunan yürüyüş yollarının 2021 peyzaj alanlarında daha fazla artırıldığı dikkat çekiyor. Daha fazla yürüyüş yoluyla çok daha fazla kişi peyzaj alanlarından faydalanabiliyor. Bu nedenle trend tasarımlarında zeminde renkli taşlarla döşenmiş göze çarpıyor.

Yürüyüş, koşu ya da bisiklet yollarının yanı sıra ev sahiplerine bir noktaya gitmek için köprü, havuz üzerinde taş yollar gibi farklı yol seçenekleri mevcut.

PEYZAJ ALANLARINDA ORGANİK YAŞAM

Şık dizayn, kaliteli malzemelerle oluşturulmuş lüks camekan alanlarla beraber bahçe tasarımlarında ise son öne çarpan konu doğal yaşam. Bahçelerde özellikle belirli bir alan doğal yaşama ayrılmış durumda. Balkonlarda da çok rahat yetiştirilebilen maydanoz, dereotu, salatalık, domates gibi sebzeler için fideler nisan sonu, mayıs başı itibarıyla bahçelere ya da balkonlardaki saksılara ekilecek. Bu nedenle bahçenizde bir alanı, havalandırılmış toprak için ayırmayı unutmayın.

BAHÇE YA DA BALKON YOKSA ÇÖZÜM TERAS

Peyzaj sadece bir meslek disiplini değil, aynı zamanda bir yaşam tarzı. Bu bilinçten hareketle son dönemde bahçesi olmayan ve binada yaşayan insanlar, apartmanlarının çatı ve teraslarını değerlendirmeye başladı. Bunun örneklerine dünyanın her yerinde rastlamak mümkün. Artan teras bahçeciliği ile insanlar biraz daha psikolojik anlamda rahatlıyor.

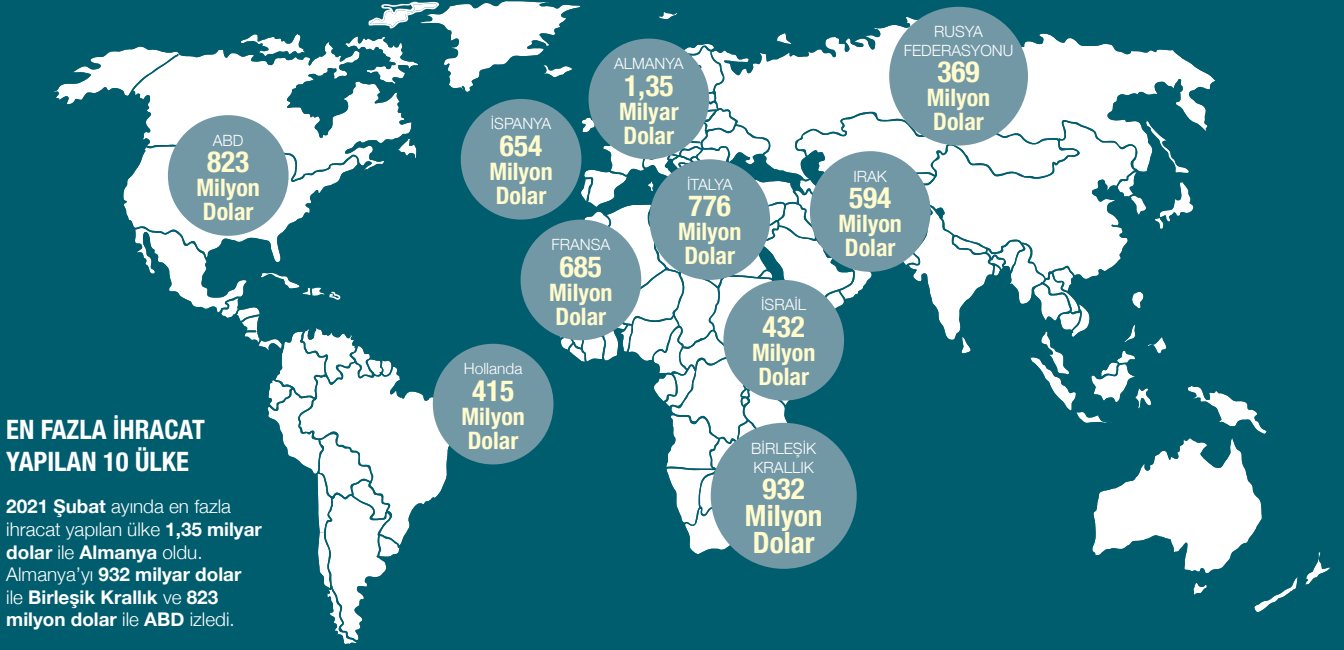
İster bahçeniz olsun isterse balkon yahut teras hiç fark etmez. 2021 peyzaj trendleri size huzur getirecek.

16 MİLYAR DOLARI GEÇEN ŞUBAT İHRACATI, CUMHURİYET TARİHİNİN REKORUNU KIRDI.

2019 ŞUBAT AYINA GÖRE 2021 ŞUBAT AYI İHRACATI YÜZDE 9,6 ORANINDA ARTTI.

ŞUBAT AYINDA BİR ÖNCEKİ YILIN AYNI AYINA GÖRE 22 SEKTÖR İHRACATINI ARTIRDI.

YÜZDE 47 ARTIŞLA EN GÜÇLÜ PERFORMANSA MADENLİK SEKTÖRÜ İMZA ATTİ.



EN FAZLA İHRACAT YAPILAN 10 ÜLKE

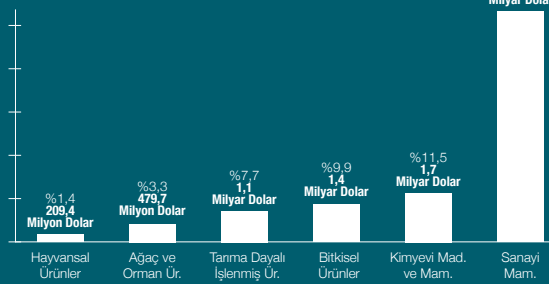
2021 Şubat ayında en fazla ihracat yapılan ülke **1,35 milyar dolar** ile **Almanya** oldu. Almanya'yı **932 milyar dolar** ile **Birleşik Krallık** ve **823 milyon dolar** ile **ABD** izledi.

ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2021 ŞUBAT AYINDA İHRACATTA ALDIĞI PAY

Sanayi %82,5
Tarım %14,7
Maden %2,9



ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2021 ŞUBAT AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

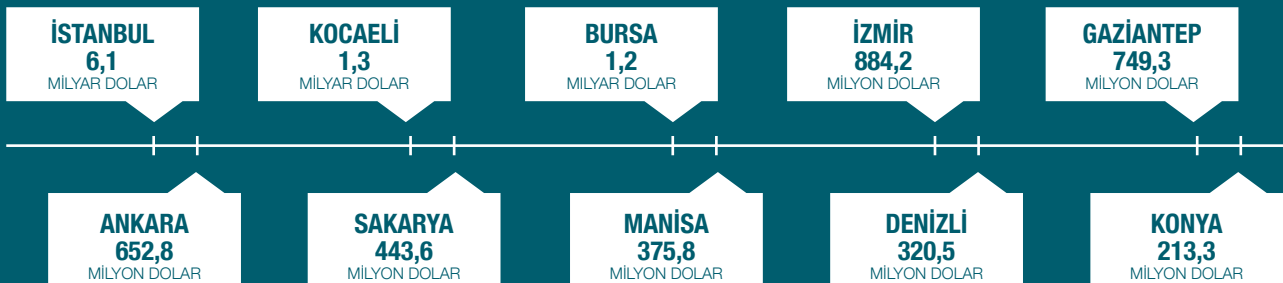


2021 ŞUBAT AYINDA İHRACATI EN FAZLA ARTIRAN İL



BATMAN
%345,8

İLLERE GÖRE 2021 ŞUBAT AYINDAKİ İHRACAT DAĞILIMI



01 - 28 ŞUBAT İHRACAT RAKAMLARI
SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1.000 \$

SEKTÖRLER	01-28 ŞUBAT				01 OCAK-28 ŞUBAT			
	2019	2020	Değişim ('20/'19)	Pay(20) (%)	2019	2020	Değişim ('20/'19)	Pay(20) (%)
I. TARIM	1,939,511	2,136,539	10.2	14.7	3,982,793	4,197,739	5.4	15.0
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,285,192	1,447,393	12.6	9.9	2,666,980	2,837,763	6.4	10.1
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	593,081	640,622	8.0	4.4	1,176,602	1,240,615	5.4	4.4
Yaş Meyve ve Sebze	203,426	250,070	22.9	1.7	458,711	528,449	15.2	1.9
Meyve Sebze Mamulleri	126,847	146,026	15.1	1.0	258,717	275,877	6.6	1.0
Kuru Meyve ve Mamulleri	100,302	117,120	16.8	0.8	213,507	220,998	3.5	0.8
Fındık ve Mamulleri	163,094	201,845	23.8	1.4	346,394	393,033	13.5	1.4
Zeytin ve Zeytinyağı	24,727	26,191	5.9	0.2	49,178	42,140	-14.3	0.2
Tütün	60,671	49,200	-18.9	0.3	139,803	108,318	-22.5	0.4
Süs Bitkileri ve Mam.	13,044	16,319	25.1	0.1	24,068	28,334	17.7	0.1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	209,590	209,438	-0.1	1.4	418,295	426,471	2.0	1.5
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	209,590	209,438	-0.1	1.4	418,295	426,471	2.0	1.5
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	444,729	479,708	7.9	3.3	897,518	933,505	4.0	3.3
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	444,729	479,708	7.9	3.3	897,518	933,505	4.0	3.3
II. SANAYİ	11,122,138	11,996,903	7.9	82.5	22,225,568	23,083,825	3.9	82.3
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1,014,078	1,122,828	10.7	7.7	2,041,214	2,199,415	7.8	7.8
Tekstil ve Ham maddeleri	645,857	746,070	15.5	5.1	1,318,809	1,477,129	12.0	5.3
Deri ve Deri Mamulleri	151,371	129,641	-14.4	0.9	284,114	239,529	-15.7	0.9
Halı	216,851	247,117	14.0	1.7	438,290	482,757	10.1	1.7
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,489,584	1,678,589	12.7	11.5	3,169,696	3,315,134	4.6	11.8
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,489,584	1,678,589	12.7	11.5	3,169,696	3,315,134	4.6	11.8
C. SANAYİ MAMULLERİ	8,618,475	9,195,486	6.7	63.2	17,014,658	17,569,276	3.3	62.6
Hazırlanmış ve Konfeksiyon	1,516,935	1,517,344	0.0	10.4	3,007,231	3,035,477	0.9	10.8
Otomotiv Endüstrisi	2,517,969	2,536,479	0.7	17.4	4,916,129	4,802,764	-2.3	17.1
Gemi ve Yat	147,560	14,478	-90.2	0.1	256,312	57,222	-77.7	0.2
Elektrik Elektronik	862,534	1,066,562	23.7	7.3	1,685,169	1,962,109	16.4	7.0
Makine ve Aksamları	633,534	685,916	8.3	4.7	1,257,293	1,337,785	6.4	4.8
Demir ve Demir Dışı Metaller	689,294	835,860	21.3	5.7	1,391,359	1,595,351	14.7	5.7
Çelik	997,636	1,212,472	21.5	8.3	2,133,464	2,268,385	6.3	8.1
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	309,024	330,488	6.9	2.3	596,922	609,554	2.1	2.2
Mücevher	374,003	305,409	-18.3	2.1	665,809	635,643	-4.5	2.3
Savunma ve Havacılık Sanayii	173,864	233,225	34.1	1.6	340,716	400,222	17.5	1.4
İklimlendirme Sanayii	387,550	446,643	15.2	3.1	748,554	846,822	13.1	3.0
Diğer Sanayi Ürünleri	8,573	10,611	23.8	0.1	15,702	17,942	14.3	0.1
III. MADENCİLİK	282,290	415,562	47.2	2.9	611,513	768,745	25.7	2.7
Madencilik Ürünleri	282,290	415,562	47.2	2.9	611,513	768,745	25.7	2.7
TOPLAM (TİM*)	13,343,940	14,549,005	9.0	90.9	26,819,873	28,050,309	4.6	90.3
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat	1,264,518	1,462,963	15.7	9.1	2,490,131	3,006,994	20.8	9.7
GENEL İHRACAT TOPLAMI	14,608,457	16,011,967	9.6	100.0	29,310,004	31,057,303	6.0	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: 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

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

Genel Sekreter Yrd. V.
Yiğit Tufan Eser

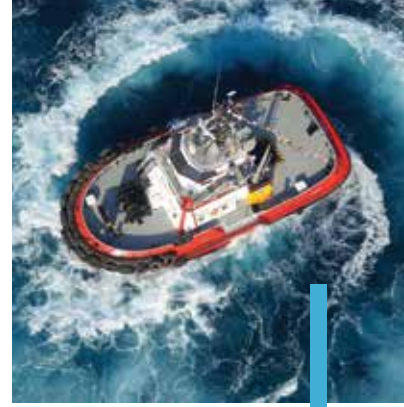
Genel Sekreter Yrd. V.
Kübra Ulutaş

Genel Sekreter Yrd. T.
Mehmet Genç

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



43 yıldır,
Römörkörcülük ve Kılavuzluk hizmetlerinde
ilklerle başı çekiyor olmaktan
Gururluyuz...



Sanmar Denizcilik A.Ş. Aydıntepe Mh. Güzin Sok. No: 31 34947 İçmeler / Tuzla, İstanbul - TÜRKİYE

T: +90 216 458 59 00 :: info@sanmar.com.tr

sanmar.com.tr



TÜRKİYE'NİN EMEĞİNİ GURURLA TAŞIYORUZ.

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



TURKISH CARGO

turkishcargo.com.tr