

TİM

Türkiye İhracatçılar Meclisi Resmi Yayın Organı

REPORT

Sayı: 245 Temmuz 2025

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

32 GENEL KURUL İHRACATIN SAMPIYONLARI ÖDÜL TÖRENİ

30 HAZİRAN 2025 İSTANBUL



“İhracatçılar
bizim yol
arkadaşımızdır”

Dosya:
Ekonomik Kalkınmanın
Dijital Yolu

İhracat Rotası:
Avrupa'nın Dinamik
Ekonomisi: Hollanda

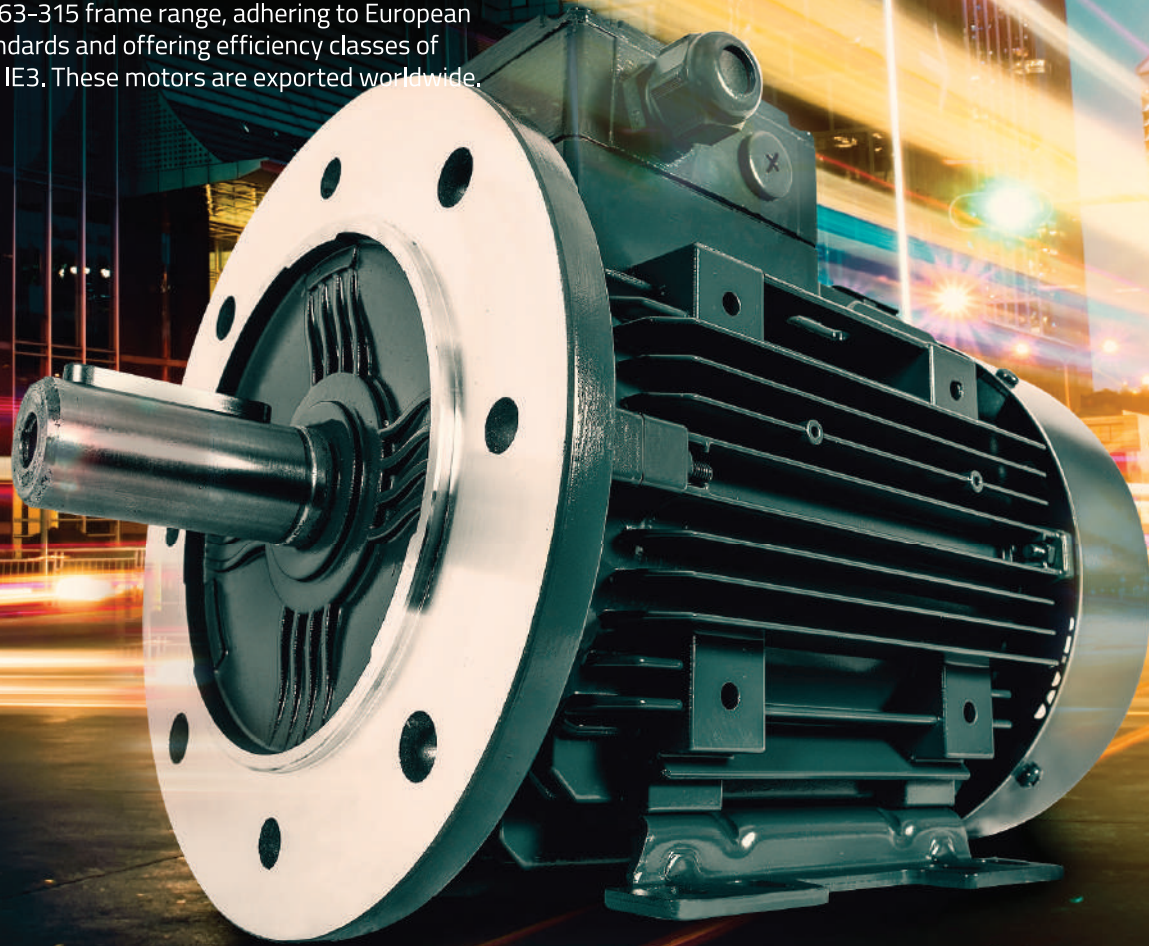
Kültür:
Osmanlı'nın Çok Boyutlu
Aydın Ruhu Osman Hamdi Bey

SÜRDÜRÜLEBİLİR ENERJİ GÜCÜNÜ BİZDEN ALIYOR.

ELK Motor, IEC 63-315 gövde aralığındaki elektrik motorlarını Avrupa standartlarında ve IE4, IE3 verimlilik sınıflarında üretiyor; tüm dünyaya ihraç ediyor.

Sustainable Energy Draws Its Power From Us.

ELK Motor manufactures electric motors in the IEC 63-315 frame range, adhering to European standards and offering efficiency classes of IE4, IE3. These motors are exported worldwide.



YILMAZ GRUP



ALPLA

Providing solutions for safe, affordable and sustainable living worldwide



Reach information about ALPLA
product details and contact information

+90262 674 1000 www.alpla.com

İÇİNDEKİLER

10

TÜRKİYE'NİN HAZİRAN AYI İHRACATI 20,5 MİLYAR DOLAR OLDU

Haziran ayı ihracatı 20,5 milyar dolar olan Türkiye'nin ocak-haziran dönemi ihracatı 131,4 milyar dolara ulaştı. Son 12 aylık ihracat ise 267 milyar dolara yükseldi.

20

TÜRKİYE'NİN GÜCÜNE GÜÇ KATANLAR ÖDÜLLERİNİ ALDI

2024 yılında küresel ekonomide güçlü bir iz bırakan ihracatın mimarları, "İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni"nde ödüllendirildi. İhracat şampiyonlarına ödülleri, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan takdim etti.

30

YAPAY ZEKÂ DEVRİMİNİN ENERJİ YÜZÜ

2030 yılında, nihai elektrik tüketiminin Japonya'dan fazla olması beklenen veri merkezlerinin artan enerji ihtiyacı, yeni kaynak stratejilerini, altyapı reformlarını ve kapsamlı politika yaklaşımlarını zorunlu kılıyor.

40

EKONOMİK KALKINMANIN DİJİTAL YOLU

Ticari yapının dijitalleşmeye başladığı yeni dönemde e-ticaret, sahnedeki yerini giderek sağlamlaştırmaya başladı. Sektörün hızlı ivmelenişine uyumlu şekilde ayak uyduran Türkiye ise son beş yılda bu alanda sergilediği istikrarlı yükselişle dikkat çekiyor.

46

AVRUPA'NIN DİNAMİK EKONOMİSİ: HOLLANDA

Tarihten gelen ticaret mirasıyla küresel lojistiğin kalbinde yer alan Hollanda, ileri teknolojiyle bütünleşen üretim yapısı ve dev limanlarıyla Avrupa'nın en istikrarlı ekonomilerinden biri olmayı sürdürüyor.

60

İHRACATI HAVALANDIRAN GÜÇ: İKLİMLENDİRME

Dünya ticaretinde artan rekabet, iklimlendirme sektörünü daha çevreci, verimli ve yenilikçi çözümlerle şekillendiriyor. İnovasyon, dijitalleşme ve ihracat gücüyle büyüyen Türkiye ise sektörel ihracatını güçlendirerek iklimlendirme sanayisinde önemli bir mesafe kat ediyor.

68

DİJİTAL DÜNYADA YENİ DÖNEM İZLEMEK YERİNE DİNLEMEK

Dijital dünyada gözleri yoran ekranların yerini artık kulaklara seslenen içerikler almaya başladı. Podcast'ler, sesli kitaplar ve ses temelli platformlar kullanıcıyla kurduğu samimi bağ sayesinde sosyal medya anlayışını yeniden şekillendiriyor.

72

SEYAHATİN YENİ TRENDİ SÜRDÜRÜLEBİLİR LÜKS

Konuk deneyimi ile çevresel duyarlılığı aynı çatı altında buluşturan yeni nesil seyahat anlayışı sürdürülebilir lüks, çevreye zarar vermeden unutulmaz deneyimler sunmanın mümkün olduğunu kanıtıyor.

52



Doğu'nun renkli atmosferini Batı tekniği ile harmanlayan Osman Hamdi Bey, özgün bir dil oluşturduğu resimlerinde topluma dair politik ve kültürel mesajlar veren bir aydıdı.

68



Hafız Mustafa 1864 CEO'su Ümit Uzun: "Önümüzdeki dönemde Amerika, Orta Doğu, Avrupa ve Uzak Doğu'nun farklı noktalarında yeni şubeler açmayı planlıyoruz. Ancak amacımız sayıyı artırmak değil, her yeni noktada Hafız Mustafa 1864'ün ruhunu yaşatmak."

36



46


TİMREPORT

TİM ADINA SAHİBİ BAŞKAN
Mustafa GÜLTEPE

YAYIN KURULU
ADİL PELİSTER
BİROL CELEP
MELİSA TOKGÖZ MUTLU
YİĞİT TUFAN ESER
ELİF ÇAKIROĞLU ERDEM
MUSTAFA SEÇİLMİŞ
YILDIRIM ÖZCAN

EDİTÖR
Tayyip YAHYAOĞLU
Okan UKAV

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

viyamedya

AJANS BAŞKANI
Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ
Murat ERDOĞAN

ART DİREKTÖR
Serpil YENİHAYAT

GRAFİK TASARIM
Hira DOLGUN

EDİTÖR
Gizem İRİS

REKLAM MÜDÜRÜ
İlknur ULUSOY
ilknur@viyamedya.com

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

✕ f @
/viyamedya

MUSTAFA GÜLTEPE

TİM Başkanı



Rekabetçiliğimizi Geri Almadan Hedeflerimize Ulaşamayız

İhracatımız ve ihracatçılarımız açısından yoğun geçen bir haziran ayını geride bıraktık. Haziranın son gününde Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımlarıyla 2024'teki 377 milyar dolarlık mal ve hizmet ihracatımıza en çok katkı sunan ilk 1.000 firmamıza ödülleri verdik. Hemen ardından TİM'in 32. Genel Kurulu'nu gerçekleştirdik. Cumhurbaşkanımızın TİM ve ihracatçılarımızla ilgili övgü dolu sözleri hepimizi gururlandırdı.

Haziran ayının ihracat verilerini ise Ticaret Bakanımız Ömer Bolat ile birlikte Dış Ticaret Kompleksi'mizde kamuoyuyla paylaştık. Haziran ayında yüzde 8 artışla 20,5 milyar dolarlık ihracata imza attık. Yılın ilk yarısında toplam ihracatımız 131,4 milyar dolara, yıllıklandırılmış ihracatımız ise 267 milyar dolara ulaştı. Altı aylık ihracatta yüzde 4,1, 12 aylık ihracatta ise yüzde 3,2 artıdayız.

Küresel belirsizliklere ve rekabetçiliğimizin zayıflamasına rağmen ilk altı ayı artıda kapatmamızı, yıllıklandırılmış ihracatta ilk kez 267 milyar dolara ulaşmamızı başarı olarak değerlendirebiliriz. Ancak son 2,5 yıldır hedefimizin gerisinde kaldığımızın altını çizmem gerekiyor. Çünkü birçok sektörde fiyat tutturamıyoruz. Fiyat tutturamayınca müşteri ve pazar kaybediyoruz. Mal ihracatı yapan 26 sektörümüzün neredeyse yarısı hemen her ay eksi yazıyor. İhracattaki artış birkaç sektörün katkısıyla devam ediyor. Haziran ayı rakam açıklaması toplantısında da altını çizdiğim gibi bu durumu normalleştirmeliyiz. Tüm sektörlerimizin ihracata pozitif katkı vereceği iklimi birlikte oluşturmaliyiz.

Çünkü biz, 2028'de 375 milyar dolarlık mal, 200 milyar dolarlık hizmet ihracatı hedefliyoruz. Uzun

vadede ise Türkiye'yi en çok ihracat gerçekleştiren 10 ülkeden biri yapmak istiyoruz. Orta ve uzun vadeli hedeflerimiz için ihracatımızı her yıl en az yüzde 10 artırmak zorundayız.

Hızımızın kesilmesinde küresel belirsizliklerden daha çok ülkemizde girdi maliyetleri ile kur arasındaki paralelliğin kopmasının etkili olduğunu biliyoruz. Mayıs 2022-Mayıs 2025 döneminde asgari ücret yüzde 420, TÜFE yüzde 232 artarken dolar kurundaki artış yüzde 148'de kaldı. İşte bu tablo bize rekabetçiliğimizdeki zayıflamanın nedenini özetliyor.

İhracatımızı arzu ettiğimiz oranlarda büyütebilmemiz için uygun koşullarda finansmana erişebilmemiz gerekiyor. Bu çerçevede döviz dönüşüm desteğinin artırılması, reeskont kredilerinde faiz oranlarının düşürülmesi ve limitlerin yükseltilmesi, firmalarımızın düşük faizli ve uzun vadeli krediye erişimine imkân verecek yeni projelerin devreye alınması büyük önem arz ediyor.

Biz bir yandan konjonktürel sorunlarımıza çözüm üretmeye çalışırken bir yandan da ihracatımızı geleceğe hazırlayan stratejiler üretiyor, politikalarımızı uygulamaya geçiriyoruz. Katma değeri artırma hedefiyle yüksek teknolojiye, AR-GE'ye, inovasyona, tasarıma, ikiz dönüşüme odaklanıyoruz.

Pazar çeşitliliğimizi artırmak için de yoğun çaba harcıyoruz. 2024'te yaklaşık 350 fuara katılıp, 135 heyet programı gerçekleştirmiştik. Bu yıl da yaklaşık 400 fuara katılıp, 158 heyet programı düzenleyeceğiz. Firmalarımızı bir kez daha fuar ve heyet programlarımızı daha yakından takip etmeye ve kendileri için uygun olanlara katılmaya davet ediyorum.

İŞİMİZ ÜRETİM GÜCÜMÜZ İHRACAT

DÜNYA TURU



DÜNYA

SINIR ÖTESİ ÖDEMELER PAZARI YÜZDE 7,6 BÜYÜME YANSITYOR

Küresel sınır ötesi ödemeler pazarının 2024'te, 198,6 milyar dolardan 2034'te 413,1 milyar dolara, 2025-2034 yılları arasında ise yüzde 7,6'lık bir bileşik yıllık büyüme oranıyla büyümesi öngörülüyor. 2024 yılında Kuzey Amerika, yüzde 38,6'lık bir payla pazara liderlik ederek 76,6 milyar dolar üretti. 68,9 milyar dolar değerindeki ABD pazarının, artan ticaret faaliyetleri, para transferleri ve e-ticaret büyümesinin etkisiyle yüzde 5,9'luk bir bileşik yıllık büyüme oranıyla büyümesi bekleniyor. Teknolojik gelişmeler ve düzenleyici değişiklikler, küresel olarak daha hızlı, daha güvenli ve daha uygun maliyetli sınır ötesi ödeme çözümlerini destekliyor.



ÇİN

KRİTİK MİNERAL İHRACATINDAKİ KISITLAMA ENDİŞELERİ ARTIRIYOR

Küresel otomotiv üreticileri, 3 Haziran'da Çin'in kritik mineraller ihracatına getirmiş olduğu kısıtlamalar konusunda endişelerini dile getirerek kısıtlamaların üretimi aksatabileceği gibi gecikmelere yol açabileceği konusunda uyardı. Ender bulunan toprak alaşımlarının, karışımlarının, miktatıların ihracatını etkileyen kısıtlamalar, ABD, Almanya ile Hindistan da içinde olmak üzere dünya çapındaki otomotiv üreticileri arasında endişelere neden oldu. Çin hükümeti nisan ayında otomotiv, havacılık, yarı iletkenler ile savunma sanayi gibi sektörlerin girdi zincirlerini etkileyebilecek çeşitli kritik mineraller ile miktatıların ihracatını da askıya almıştı.



AB

AVRUPA'DA YATIRIM, DOKUZ YILIN EN DÜŞÜK SEVİYESİNDE

Avrupa'da doğrudan yabancı yatırım, 2024'te son dokuz yılın en düşük seviyesine gerilerken Fransa, Almanya ve İngiltere'de çift haneli düşüşler yaşandı. EY'nin araştırmasına göre bölgedeki proje sayısı son dokuz yılın en düşük seviyesine geriledi. Bunların üçte birinden fazlası; zayıf ekonomik büyüme, yüksek enerji fiyatları ve jeopolitik gerginlikler nedeniyle 2024'te Avrupa'daki yatırım planlarını ertelediklerini ya da iptal ettiklerini söyledi. Orta, Doğu ve Güney Avrupa'da yatırım artarken Avrupa'da doğrudan yabancı yatırımlarda toparlanma yaşanması pek olası görünmüyor. İspanya ise güçlü ekonomik performansı, nispeten düşük enerji ve işçilik maliyetleri ve AB fonlarının desteğiyle önceki yıla göre yüzde 15 daha fazla projeye öne çıkıyor.



İSPANYA

TARİFE SAVAŞI TURİZME YÖNELİK TEHDİTLERİ ARTIRIYOR

ABD'nin başlattığı gümrük savaşının, İspanya ekonomisinin temel taşlarından biri olan turizm sektörünü olumsuz etkileyerek ülkeyi ziyaret eden uluslararası turist sayısında azalmaya yol açabileceği belirtiliyor. İspanya, 2024 yılında bir önceki yıla göre yüzde 10,1 artışla 93,8 milyon uluslararası turisti ağırlayarak tüm zamanların en yüksek rakamına ulaştı. Başlıca menşee ülkeler Birleşik Krallık, Fransa ve Almanya olmakla birlikte, toplam turist sayısının yüzde 4,5'ini ve harcamaların yüzde 7,1'ini oluşturan 4,26 milyon Amerikalı turist de ülkeyi ziyaret etti.



HİNDİSTAN

KÖMÜR TEDARİK KURALLARI GEVŞETİLİYOR

Hindistan, topraklarındaki kömürle çalışan elektrik enerjisi santrali kapasitesini artırmayı hedeflerken ülkedeki bağımsız güç üreticileri için uygulamakta olan uzun dönemli kömür tedarik sözleşmelerine ilişkin izinleri içeren kurallarda değişikliğe gitti. Ülke yönetimi ayrıca kömür yakarak elektrik enerjisi üreten, devletten bağımsız üreticilerin ürettikleri elektrik enerjisini satabilmeleri için güç satın alma anlaşmalarına sahip olmaları gerekliliğini de kaldırdı. Hindistan'ın Kömürden Sorumlu Bakanlığı, yayımladığı açıklamada söz konusu girişimlerin ülkedeki enerji üreticilerini yeni termik kapasiteler oluşturmaları yolunda planlama yapmaya yönlendireceğini belirtiyor.



BULGARİSTAN

496 MWH KAPASİTELİ BATARYA ENERJİ DEPOLAMA TESİSİ AÇILDI

Bulgaristan, ülkenin orta kuzeyinde yer alan Lovech kasabasında 124 megavat /496,2 megavatsaat kapasiteli batarya enerji depolama tesisini işleme açtı. Bulgaristan Enerji Bakanlığı, tesisin günümüzde Avrupa Birliği içinde işler durumda olan benzerlerinin en büyüğü olduğunu açıkladı. Tesis, 111 adet batarya taşıyıcısından oluşuyor. Bulgaristan'ın enerji depolama altyapısını genişletme amacını destekleyen tesis, ülkenin enerji altyapısının bölgedeki en istikrarlı altyapı olması durumunu sürdürmesine yardımcı olacak. Yaklaşık 75,2 milyon euro değerindeki proje, Bulgaristan'ın, Avrupa Birliği Kurtarma ve Dayanıklılık Fonu tarafından finanse edilen "RESTORE" programı yoluyla 29,6 milyon euro tutarında destek aldı.

Haziran Ayı İhracatı 20,5 Milyar Dolara, Altı Aylık İhracat 131,4 Milyar Dolara Yükseldi

Ocak-haziran döneminde gerçekleştirilen ihracat 131,4 milyar dolara ulaşırken son 12 aylık ihracat 267 milyar dolara yükseldi. Türkiye, altı aylık ihracatta yüzde 4,1, yıllıklandırılmış ihracatta yüzde 3,2 artıda.



Türkiye'nin haziran ayı ihracatı 20,5 milyar dolar oldu. 2025'te ilk altı aylık ihracat 131,4 milyar dolara, son 12 aylık ihracat ise 267 milyar dolara yükseldi. Haziran ayı ihracat verileri Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından İstanbul'da açıklandı.

Haziran ile birlikte yılın ilk yarısını tamamladıklarını belirten TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre, hazıranda 20,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 8 artıdayız. Ocak-Haziran döneminde altı aylık ihracatımız 131,4 milyar dolara, son 12 aylık ihracatımız ise 267 milyar dolara ulaştı. Altı aylık ihracatta yüzde 4,1, yıllıklandırılmış ihracatta yüzde 3,2 artıdayız. Haziran ayında hizmet ihracatımızın 9,5 milyar dolar civarında geleceğini tahmin ediyoruz.

"İHRACATIN TABANA YAYILMASI GİDEREK DAHA ÇOK ÖNEM KAZANIYOR"

Türkiye'nin küresel pazarlarda rekabet gücünün zayıflamasının firmaların ihracat motivasyonu azalttığını söyleyen Mustafa Gültepe, ihracatta orta ve uzun vadeli hedefler için Türkiye'nin 2-3 yıl önceki rekabetçilik düzeyine dönmesi gerektiğini vurguladı ve konuşmasına şöyle devam etti: "İhracat ailemize katılan firma sayısının giderek azalması bize ihracatın sadece büyüklüğü değil, yaygınlığı ve derinliği üzerine de düşünmemiz gerektiğini gösteriyor. Orta ve uzun vadeli hedeflerimiz için ihracatın tabana yayılması, yani tüm sektörlerimizin pozitif katkı vermesi büyük önem taşıyor. Oysa son aylarda 26 sektörün neredeyse yarısı eksi yazıyor. İhracatımızın önemli bir kısmını, az sayıda şehir ve firma gerçekleştiriyor. Bazı illerimizde ihracatın neredeyse tamamını tek bir sektör yapıyor. 2024'te toplam mal ihracatımızın

yüzde 51'ini, hizmet ihracatımızın yüzde 30'unu ilk 1.000 firmanın gerçekleştirdiğini de unutmamalıyız. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın da vurguladığı gibi ihracatın dar bir ürün grubu veya alanla sınırlı olması, riskleri artırıyor. Anadolu'nun üretim gücü yüksek. Bu potansiyeli harekete geçirebilmemiz için yeni desteklere ihtiyacımız var. Büyük şehirlerle birlikte Anadolu'nun da ihracata daha güçlü katılması gerekiyor. İşte tam da bu nedenle sahada olmaya, bölgesel ihracat buluşmalarıyla firmalarımızın sorunlarını dinlemeye özen gösteriyoruz."

"E-İHRACATIN İMKÂNLARINDAN MAKSİMUM DÜZEYDE YARARLANMAK İSTİYORUZ"

Haziran'da Mozambik ve Özbekistan'a heyet düzenlediklerini, temmuz ve ağustos ayında da Kamerun, Nijerya, Güney Kore ve Avustralya programlarının olduğunu belirten Gültepe, "Geleneksel ihracatın yanı sıra e-ihracatın imkânlarından da maksimum düzeyde yararlanmak istiyoruz. Firmalarımızın e-ihracat hacimlerini artırmalarını desteklemek için Ticaret Bakanlığımızın koordinasyonunda TİM e-ihracat sekreteramız destek kılavuzu hazırladı. Bu kapsamda son olarak ABD ve Suudi Arabistan hedef ülkelere eklendi. Böylece 20'den fazla ülkedeki pazar yerlerinde yapılan satışlarda tanıtım, sipariş karşılama ve komisyon maliyetlerine yüzde 70'e varan oranlarda desteklerimiz devam ediyor. Benzer çalışmaları artırarak Türkiye'yi dünya e-ihracat pazarının en önde gelen oyuncularından biri yapmayı hedefliyoruz." dedi.

"SON BİR YILIN EN YÜKSEK AYLIK ARTIŞ ORANI GERÇEKLEŞTİ"

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ise basın toplantısında yaptığı

konuşmada Türk ihracatçıların destansı bir kahramanlık hikâyesi yazdığını, birçok ülkenin ihracatının azaldığını, dünya ticaretinin durgunluk sürecinden geçtiği ve geçmiş yılların ortalamasının altında kaldığı bir dönemde Türkiye'nin ihracatının arttığını söyledi. İhracatta ilk altı ayı olumlu bir tabloda geçirdiklerinin altını çizen Bolat, sözlerini şöyle sürdürdü: "İhracatımız hazıranda, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 8 artışla 20,5 milyar dolara ulaştı. Bütün ihracatçılarımızı gönülden tebrik ediyorum. İhracatımızı ay ay biriktirmeye gayret ediyoruz. Yüzde 8'lik artış, son bir yılın en yüksek aylık artış oranı olarak tarihe geçti. Takvim etkisi olarak 900 milyon dolar, parite etkisi olarak da 86 milyon dolar olmak üzere toplamda 1 milyar dolarlık lehimize takvim ve parite etkisi olduğunu söylemeliyiz."

"HAZİRANDA YILLIK İHRACATTA REKOR KIRDIK"

Bakan Bolat, AB'ye ihracatta ilk altı ayda yüzde 8'lik artış yaşandığını belirterek, dün gerçekleştirilen Türkiye-AB Yüksek Düzeyli Ticaret Diyalogu Toplantısında pazara giriş engelleri noktasında bazı iyileştirmelerde mutabık kaldıklarını, vize konusunda AB'nin yeni bir sistemin hazırlığı içinde olduğunu anlattı.

İlk altı ayda ihracatın yıllık bazda yüzde 4,1 artışla 131,4 milyar dolar olarak gerçekleştiğini dile getiren Bolat, yıl sonu itibarıyla 270 milyar doları geçeceklerini söyledi. Ticaret Bakanı Bolat, son 25 ayın 14'ünde aylık rekor kırdıklarını, 18'inde artış sağladıklarını kaydederek, "Haziran itibarıyla yıllık ihracatımızda rekor rakam olan 267 milyar dolara ulaşmış olduk. Yüzde 3,2 artış demek. 1 Ocak'ta 261,8 milyar dolardan devraldık 5,2 milyar dolar artırarak 267 milyar dolara hep birlikte sizlerle ulaştırmış olduk." diye konuştu.

"TAHMİNLERE GÖRE HİZMET İHRACATINDA 117 MİLYAR DOLARA ULAŞTIK"

Bakan Bolat, hizmet ihracatında bu yılki hedeflerinin 121 milyar dolar olduğunu anımsatarak, "Nisanda yüzde 8,1 artışla 8,5 milyar dolar hizmet ihracatı yaptık. İlk 4 ayda 30 milyar dolar ihracat yaptık. Bu da yüzde 4,3 artış anlamına geliyor. Tahminlerimize göre haziran itibarıyla hizmet ihracatında yıllıklandırılmış olarak 117 milyar dolara ulaştık. Ocak-haziranda tahminimiz yüzde 6,7 artışla 54,3 milyar dolar hizmet ihracatı gerçekleşti." dedi.

Cari işlemler açığına işaret eden Bolat, şunları kaydetti: "İlk dört ay itibarıyla cari açığımız yıllıklandırılmış 15,8 milyar dolardır. Haziran itibarıyla ticaret araştırmalarının tahminine göre cari açığımız yıllıklandırılmış 18,4 milyar dolar seviyesindedir. Geçen yıl, mal ve hizmet ihracatçıları 377 milyar dolar ülkemize döviz kazandırdı. Bu yıl 390 milyar dolar hedefimiz vardı. Nisanda 381,4 milyar dolar toplam mal ve hizmet ihracatı sağlanmış oldu."

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Geçen yıl, mal ve hizmet ihracatçıları 377 milyar dolar ülkemize döviz kazandırdı. Bu yıl 390 milyar dolar hedefimiz vardı. Nisanda 381,4 milyar dolar toplam mal ve hizmet ihracatı sağlanmış oldu."



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Anadolu'nun üretim gücü potansiyelini harekete geçirebilmemiz için yeni desteklere ihtiyacımız var. Bu nedenle sahada olmaya, bölgesel ihracat buluşmalarıyla firmalarımızın sorunlarını dinlemeye özen gösteriyoruz."



TİM ve Trendyol'dan Stratejik İş Birliği

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile Trendyol, Türkiye'nin e-ihracat ekosistemini güçlendirmek amacıyla stratejik iş birliğine imza attı. Bu iş birliği çerçevesinde Trendyol, TİM'in e-ihracat partneri oldu.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Atılan bu adımlar, yeni girişimcilerin ve KOBİ'lerin uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırarak ülke ekonomisine de büyük katkı sağlayacak."



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile Trendyol, Türkiye'nin e-ihracat potansiyelinden daha fazla marka, üretici ve esnafın faydalanmasını sağlamak ve bu alandaki farkındalığı artırmak amacıyla stratejik bir iş birliği gerçekleştirdi. İmzalanan protokol kapsamında Trendyol, TİM'in e-ihracat alanındaki resmi partneri oldu. E-ihracatta bir ilk niteliği taşıyan bu iş birliğiyle, ekosistemin tüm paydaşlarını e-ihracata yönlendirecek projelerin hayata geçirilmesi; böylece Türkiye'de sınır ötesi ticaretin sürdürülebilir şekilde gelişmesi ve ekonomiye katma değer sağlanması hedefleniyor.

"E-İHRACATTA EL BİRLİĞİ İLE ÜLKEMİZİ GELECEĞE TAŞIYACAĞIZ"

İmza töreninde konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye'nin ihracat hedeflerine ulaşmasında e-ihracatın kritik bir rol oynadığının altını çizdi. Trendyol ile başlattıkları bu iş birliği sayesinde, Türkiye'nin dört bir yanındaki üreticileri ve girişimcileri e-ticaretle tanıştı- rıp dünya pazarlarına taşıyacaklarını ifade eden Gültepe, konuşmasına şöyle devam etti: "Türkiye'nin e-ihracatta küresel ölçekte daha güçlü bir konuma gelmesi için atılan bu adımlar, yeni girişimcilerin ve KOBİ'lerin uluslararası pazarla-

ra erişimini kolaylaştırarak ülke ekonomisine de büyük katkı sağlayacak. Türkiye'nin toplam ihracatının yaklaşık yüzde 35'i KOBİ'ler tarafından gerçek- leştiriliyor. KOBİ'lerin ihracat konusunda daha fazla bilinçlen- dirilmesi ve sürece aktif katılım göstermesiyle, Ticaret Bakanlı-ğının 2030 yılı için belirlediği, e-ihracatın toplam ihracat içindeki payını yüzde 10'a çıkarma hede- fi doğrultusunda emin adımlarla ilerleyeceğiz. Ülkemizin e-ihracat şampiyonu Trendyol'a bu değerli katkısı sağladıkları için TİM adı- na teşekkür ederim." ifadelerini kullandı.

"E-İHRACAT EKOSİSTEMİNDEKİ TÜM PAYDAŞLARA ULAŞMAYI HEDEFLİYORUZ"

Trendyol Grubu Başkanı Çağ- layan Çetin ise törende yaptığı konuşmada yerel üreticilerin ve KOBİ'lerin küresel pazarlara açılmasını teşvik ederek bugü- ne kadar 120 binden fazla iş ortağını ihracatla tanıştırdıklarını belirtti. "Türkiye'nin e-ticaretteki potansiyelini en iyi şekilde de- ğerlendirmek ve girişimcilerimizi küresel pazarlara taşımak en önemli hedefimiz." diyen Çetin, TİM ile hayata geçirdikleri iş birliğinin, Türkiye'de e-ihracatın gelişimi için çok önemli bir adım olduğunu vurguladı.

Çetin, "Birlikte hayata geçi- receğimiz projelerle Türkiye'de hem e-ihracat bilincini hem de 'Made in Türkiye' imzalı ürün- lerimizin küresel pazarlardaki temsilini güçlendirmeyi hedef- liyoruz. Bu alandaki yetkinlik- lerimizi, TİM'in deneyimleriyle birleştirerek; tüm ekosistemi- mizle birlikte ülkemizi e-ihracat alanında bölgesel bir güç hâline getirmeyi amaçlıyoruz. İlk kez bu ölçekte bir sinerjiyle e-ihracatın tüm bileşenlerini ortak hedefle-



re yönlendirecek kapsamlı bir mekanizma kuruluyor. Yapa- cağımız çalışmalarla e-ihracat ekosistemindeki tüm paydaşlara ulaşmayı ve ekonomimize katkı sağlamayı hedefliyoruz. Bu iş bir- liğinin hayata geçmesi sürecin- deki destekleri için değerli TİM Başkanımız Mustafa Gültepe'ye ve TİM ailesine teşekkür ediyorum." diye konuştu.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve Trendyol Grubu Başkanı Çağlayan Çetin tarafından imzalanan protokol kapsamında, Türkiye genelinde e-ihracat farkındalığını artırmaya yönelik etkinlikler, eğitim programları ve iş birliği fırsatları hayata geçirilecek.

Trendyol Grubu Başkanı Çağlayan Çetin: "Birlikte hayata geçireceğimiz projelerle Türkiye'de hem e-ihracat bilincini hem de 'Made in Türkiye' imzalı ürünlerimizin küresel pazarlardaki temsilini güçlendirmeyi hedefliyoruz."



Venezuela-Türkiye Ticaret Fuarı TİM'in Ev Sahipliğinde Gerçekleştirildi

Venezuela-Türkiye Ticaret Fuarı ve İkili İş Görüşmeleri Programı, Türkiye ve Venezuela iş dünyası temsilcilerinin katılımıyla TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlendi.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "2020 yılında yürürlüğe giren Ticaretin Geliştirilmesi Anlaşması, ekonomik ilişkilerimize pozitif yansıdı. Ortak irade ve karşılıklı iyi niyet olduğunda mesafeler önemini yitiriyor."



Venezuela-Türkiye Ticaret Fuarı ve İkili İş Görüşmeleri Programı'nın açılış töreni, Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Venezuela Dış Ticaret Bakanı Coromoto Godoy Calderón, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve Türkiye-Venezuela iş dünyası temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildi. TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen törende konuşan TİM Başkanı Gültepe, Venezuela'dan gelen üst düzey heyeti Türkiye'nin ihracat üssü olan merkezde ağırlamaktan büyük memnuniyet duyduklarını ifade etti.

"3 MİLYAR DOLARLIK HEDEF İÇİN GÜÇLÜ İRADE BULUNUYOR"

Türkiye ile Venezuela arasındaki ilişkilerin son yıllarda üst düzey ziyaretlerle ivme kazandığını belirten Gültepe, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Karakas'a ve Venezuela Devlet Başkanı Nicolas Maduro'nun Ankara'ya yaptığı ziyaretlerin dostane ilişkileri derinleştirdiğini vurguladı. Gültepe, "2020 yılında yürürlüğe giren Ticaretin Geliştirilmesi Anlaşması, ekonomik ilişkilerimize pozitif yansıdı." ifadelerini kullandı.

İki gün süren etkinlik kapsamında, Venezuela'dan gelen iş insanları ve kamu yetkilileri, Türk muhataplarıyla birebir görüşmeler gerçekleştirerek iş birliği olanaklarını değerlendirdi.

İki ülke arasındaki dış ticaret hacmine dair verileri de paylaşan Gültepe, 2022 yılında 1 milyar dolarla zirveye çıkan ticaret hacminin 2024'te 665 milyon dolar seviyesinde kaldığını söyledi. Gültepe, 3 milyar dolarlık dış ticaret hedefinin henüz uzağında olduğunu ancak bu hedefe ulaşmak için güçlü bir irade bulunduğunu vurguladı.

"MESAFELER KARARLILIĞIN ÖNÜNE GEÇEMEZ"

Türkiye ile Venezuela arasında yaklaşık 10 bin kilometrelik mesafe bulunduğunu hatırlatan Gültepe, "Ortak irade ve karşılıklı iyi niyet olduğunda mesafeler önemini yitiriyor." dedi. Türkiye'nin Doğu ile Batı arasında stratejik bir köprü, Venezuela'nın ise Latin Amerika'nın kalbinde yer alan önemli bir ülke olduğunu belirten Gültepe, bu konumların iş birlikleri açısından büyük potansiyel taşıdığını ifade etti.

Venezuela'nın özel ekonomik bölgeler aracılığıyla sunduğu yatırım modellerine dikkat çeken Gültepe, bu alanlarda "kazan-kazan" ilkesiyle verimli iş birliklerinin kurulabileceğini dile getirdi. Finansman tarafında ise Venezuela Dış Ticaret Bankası Bancoex ile Türk Ticaret Bankası arasında geliştirilebilecek iş birliklerinin yeni fırsatlar doğurabileceğine inandığını söyledi. Gültepe, "Venezuela ile ticari iş birliğine uzun vadeli

bakıyoruz. Bugünkü buluşmamızın da kalıcı iş birliklerine vesile olacağına inanıyoruz." diye konuştu.

"VENEZUELA TÜRKİYE'NİN EN ÖNEMLİ TİCARET ORTAKLARI ARASINDA"

Açılış töreninde konuşan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ise etkinliğin önemine vurgu yaparak, bu organizasyonun ilk kez Türkiye'de düzenlendiğini ifade etti. Daha önce Karakas'ta iki kez fuar düzenlediklerini hatırlatan Bolat, kasım ayında Karakas'ta bir fuarın daha gerçekleştirileceğini duyurdu. Türkiye-Venezuela ekonomik ilişkilerinde son yıllarda her iki ülkenin liderlerinin de büyük katkıları ve vizyonu ile hızlı ilerleme sağlamaya başladığına işaret eden Bolat, şunları söyledi:

"Venezuela artık Güney Amerika'da Türkiye'nin en önemli ticaret ortakları arasında önlerde gelmektedir ve önümüzdeki süreçten çok umutluyuz. İki ülkenin liderleri biz bakanlara ve iş insanlarına yıllık 3 milyar dolarlık bir dış ticaret hedefi ortaya koydular. Bunu da inşallah orta vadede başaracağız. Şu anda karşılıklı ticaretimiz 665 milyon dolar olmakla beraber Venezuela'nın 15 milyar dolarlık toplam ithalatında Türkiye'nin alacağı çok mesafe var. Türkiye'nin de 350 milyar dolarlık mal ithalatında Venezuelalı firmaların alabileceği birçok pazar payı bulunmaktadır. Yeter ki biz çok çalışalım ve zaten çalışıyoruz."

"ALTİ YILDA DÖRT KATTAN FAZLA ARTIŞ YAKALANDI"

Bolat, "Aramızda mevzuat olarak hemen hemen bütün anlaşmaları tamamlamış durumdayız. Serbest Ticaret Anlaşmamız, Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması var. Yatırımların Teşviki ve Korunması Anlaşması da yapılmış durumda. Çok kısa bir sürede her iki tarafta iç onay süreçleri tamamlandıktan sonra yürürlüğe girecek." bilgisini verdi.

Altı yıl önce iki ülke arasındaki toplam ticaretin 152 milyon dolar olduğunu hatırlatan Bolat, 2024 itibarıyla bu rakamın yaklaşık dört kattan fazla artış yakalandığını söyledi ve ekledi: "Bu tempoyu devam ettirdiğimiz takdirde 3 milyar dolar yıllık hedefi de birkaç yıl içinde elde etmek mümkün olacaktır."

"ORTAK REFAHA GİDEN YOLUN BAŞLANGICINI KUTLUYORUZ"

Tören kapsamında, Venezuela'dan üst düzey isimler de katılımcılara hitap etti. Açılış konuşmalarını, Venezuela İhracat Tanıtımından Sorumlu Bakan Yardımcısı Daniela Cabello gerçekleştirdi. Ardından Venezuela Cumhuriyeti İş Temsilcisi Randolph Briceno ve Venezuela Dış Ticaret Bakanı Coromoto Godoy Calderon söz alarak iki ülke arasındaki ekonomik iş birliğinin önemine değindiler. Calderon, "Bugün burada yalnızca Venezuela-Türkiye Ticaret Fuarı için değil, aynı zamanda iki kardeş ülke arasındaki dostluk, birlik ve ortak refaha giden yolun başlangıcını kutlamak için bir aradayız. Venezuela halkı, kardeş Türkiye'yi bir rol model olarak görüyor." diye konuştu.

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Türkiye'nin de 350 milyar dolarlık mal ithalatında Venezuelalı firmaların alabileceği birçok pazar payı bulunmaktadır. Yeter ki biz çok çalışalım."



TİM Başkanı Mustafa Gültepe Ticarete Türkiye Yüzyılı Zirvesi'nde Konuştu

Ticaret Bakanlığının desteğiyle Albayrak Medya tarafından düzenlenen Ticarete Türkiye Yüzyılı Zirvesi, sektörün önemli isimlerini İstanbul'da bir araya getirdi. Zirveye Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, İstanbul Valisi Davut Gül, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, ASKON Genel Başkanı Orhan Aydın, Albayrak Grubu Yönetim Kurulu üyeleri ile çok sayıda davetli katıldı.

YÜKSEK TEKNOLOJİ, AR-GE VE İKİZ DÖNÜŞÜM VURGUSU

Zirvede konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Cumhuriyetin ikinci yüzyılında Türkiye'yi ihraçta ilk 10 ülke arasına çıkarmayı hedeflediklerini söyledi. Bu hedefe ulaşmak için yüksek teknoloji, tasarım, AR-GE, inovasyon ve ikiz dönüşümün önemine dikkat çeken Gültepe, ihracatın geleceğe hazırlanması için kapsamlı stratejiler geliştirdiklerini belirtti.

Gültepe, Avrupa Yeşil Mutabakatı doğrultusunda sürdürülebilirliğin TİM'in stratejik öncelikleri arasında yer aldığını ifade ederek, "27 ihracatçı sektörümüzün tamamı sürdürülebilirlik eylem planlarını tamamladı. Bu planları Sürdürülebilirlik İzleme ve Koordinasyon Platformumuzla takip ediyoruz. ECOTİM Programımızla firmalarımıza sürdürülebilirlik altyapısı kurmaları için destek veriyoruz. GREENTİM platformumuzla karbon ayak izi hesaplama ve raporlama imkânı sunuyoruz. Ülkemizin en büyük inovasyon buluşması olan Türkiye İnovasyon Haftası'nı bu yıl 12'nci kez düzen-



leyeceğiz. TİM-TEB Girişim Evleri, İnovaTİM, İnovaLİG ve İnoSuit projeleriyle inovasyon kültürünü geniş kesimlere yayıyoruz." dedi.

"REKABET GÜCÜMÜZÜ YENİDEN KAZANMALIYIZ"

Finansmana erişimin ihracatçılar için kritik olduğuna işaret eden Gültepe, yeniden yapılandırma çalışmalarını tamamlayan Türk Ticaret Bankasının resmi açılışını geçen ay gerçekleştirdiklerini hatırlattı. Bankanın yalnızca kredi sağlayan bir kurum olmayacağını vurgulayan Gültepe, "İhracatçının finansmana erişimini kolaylaştırırken teminat sorunlarında da çözüm ortağı olacak." dedi. Pazar çeşitliliğini artırmak için yoğun çaba harcadıklarını kaydeden Gültepe, geçen yıl 58 ülkeye 135 ticaret heyeti düzenlediklerini ve bu yıl da benzer hızda devam ettiklerini söyledi. Gümrük Birliği'nin güncellenmesinin önemine değinen Gültepe, ABD pazarında

da yeni bir ivmelenme beklediklerini belirtti.

Üretim maliyetlerindeki artışa dikkat çeken Gültepe, "Mayıs 2022'den bu yana asgari ücret yüzde 420, TÜFE yüzde 232 arttı. Ancak dolar kurundaki artış yüzde 148'de kaldı. Bu tablo Türkiye'yi pahalı hale getirdi. Üretim maliyetlerimiz Asya'daki rakiplerimize göre yüzde 60, Avrupa'daki birçok ülkeye göre ise yüzde 15-20 daha yüksek." diye konuştu. Tüm sektörlerin katkısıyla sürdürülebilir bir ihracat artışını hedeflediklerini vurgulayan Gültepe, "2024'te 262 milyar dolarla en yüksek ihracat değerine ulaştık. Ancak 2028'deki 375 milyar dolarlık hedefe ulaşmak ve Türkiye'yi ilk 10 ihracatçı ülke arasına çıkarmak için enflasyonla mücadelede sanayi ve üretimin de göz ardı edilmemesi gerekiyor. İhracatı önceleyen, rekabetçiliği güçlendirecek politikaları hızla devreye almalıyız." dedi.

Türk İhracatçıları Mozambik ve Özbekistan'da Yeni İş Birliklerine İmza Attı



Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonu ile Mozambik'in başkenti Maputo ile Özbekistan'ın başkenti Taşkent'te ticaret heyeti programları gerçekleştirildi. Programlar, Türk ihracatçılarına hem yerel pazarı yerinde tanıma hem de yeni iş bağlantıları kurma fırsatı sundu.

MAPUTO'DA TÜRK-MOZAMBİK İŞ DÜNYASI BİR ARAYA GELDİ

Maputo'daki heyet programına, kimya, makine, çelik, otomotiv, tekstil, mobilya ve demir gibi çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren 16 Türk ihracatçı firma temsilcisi katıldı.

Program, T.C. Maputo Büyükelçisi Ferhat Alkan, Mozambik Yatırım ve İhracat Teşvik Ajansı (APIEX) Yönetim Kurulu Danışmanı Antonio Macamo ve Mozambik Ekonomi Dernekleri Konfederasyonu

(CTA) Başkan Vekili Aly Lalgı'nın açılış konuşmalarıyla başladı.

Açılış konuşmalarının ardından Türk firmaları, Mozambikli iş insanlarıyla bir araya gelerek 350'nin üzerinde ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi. Görüşmelerin ardından firmalar, pazar araştırmaları ve yerel firma ziyaretleriyle bölgedeki potansiyeli yakından inceledi.

TAŞKENT'TE 400 İKİLİ GÖRÜŞMESİ GERÇEKLEŞTİ

Özbekistan'ın başkenti Taşkent'te düzenlenen genel ticaret heyetine ise TİM Yönetim Kurulu Üyesi Birol Celep başkanlık etti. Otomotiv, tekstil, elektrik-elektronik, çelik, mobilya ve halı gibi çeşitli sektörlerden 35 Türk ihracatçı firma, Özbek iş dünyası temsilcileriyle bir araya geldi.

Programın açılışında TİM Yönetim Kurulu Üyesi Birol Celep ile Özbekistan Ticaret ve Sanayi Odası Başkan Yardımcısı Rasulov

Dishod Ozadovich katılımcılara hitap etti. Ardından Türk firmaları ile 300'den fazla Özbek firma arasında 400'ün üzerinde ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi.

Her iki ticaret heyeti programı da katılımcı firmaların yerel pazar dinamiklerini yerinde görmesine ve potansiyel iş ortaklarıyla bağlantı kurmasına imkân tanıyan pazar araştırması ve firma ziyaretleriyle tamamlandı.



Türk firmaları, Mozambikli iş insanlarıyla bir araya gelerek 350'nin üzerinde ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi.

SAVAŞ EKONOMİK KIRILGANLIĞIN İLACI OLAMAZ



PROF. DR. EMRE ALKIN

Ekonomik anlamda, petrol ve enerji sektörü bu savaşların ve çatışmaların en büyük bedelini ödeyen sektörler. Birçok gelişmekte olan ülke, enerji ithalatı nedeniyle bütçelerinde ciddi sarsıntılar yaşadı. Hâlâ o sarsıntıları atlatmaya çalışıyorlar.

Yıllar önceki bir makalemde şöyle bir cümle kurmuştum: “Savaş ve acı hiçbir zaman hayatımızdan eksik olmayacak ancak sosyal medya bunları normalleştirecek.” Günümüzde bu söz daha da anlam kazanıyor. Rusya-Ukrayna, İsrail-Gazze, İsrail-İran gibi çatışmaların ardı arkası kesilmeyen, yüzlerce kişinin ölümüyle sonuçlanan gelişmelerini izliyoruz. Ama bizler, artık kaybolan hayatlar veya ölen çocuklar yerine, petrol fiyatlarındaki hareketleri ve uluslararası siyaset arenasındaki kasvetli taktikleri takip ediyoruz.

Ekonomist olduğumuz için elbette meselenin ekonomik tarafına bakmaya mecbur kalıyoruz. Tüm haber ajansları bizlere aynı basmakalıp soruyu soruyor: “Peki, tüm bu karmaşanın içinde hangi ekonomik göstergeler ön plana çıkıyor?” Çaresi yok, cevap veriyoruz. Tabii ki en önemli yan etki enerji fiyatlarındaki ani yükselme ve piyasalardaki dalgalanmalar. Geçen haftaya göre petrol fiyatları yine yüksek seyretmekte; Brent petrol geçen haftaya göre 10 dolar artarken bu seviyede dengelenmeye çalışıyor. Petrol ithal eden ülkelerin bu gelişmeyi endişeyle izledikleri görülüyor.

Tüm bunlara ek olarak çatışma başlayınca hızla yükselen altın tekrar 3.300 dolar seviyesine

geriledi, borsalar ise sanki toparlanma sinyali veriyor. Ama gerçek şu ki çatışmalar devam ediyor ve tansiyon hiç düşmüyor. Sadece İran’ın şartlı bir uzlaşma teklifinin piyasalara bahane olması, dikkatleri asıl çatışma ve jeopolitik risklerden uzaklaştırmaya çalışıyor.

Eski bir deyimdir: “Piyade ayak basmadan savaş kazanılmaz.” Bu özdeyişin tek istisnası nükleer saldırı olur. Ancak “second strike capability” dediğimiz, karşılıklı nükleer cevap yaşanırsa kimsenin sevinemeyeceği bir zafer ile karşı karşıya kalırsınız. Nükleer savaş olmadan ABD çatışmaya dâhil olursa, ciddi bir resesyon yaşanır. Resesyonu bin kere tercih ederim.

İran şu anda yalnız değil; Rusya, Pakistan ve Kuzey Kore gibi nükleer güçler, açıkça desteklerini ilan ediyorlar. Bu durum, jeopolitik dengeleri daha da karmaşık hâle getiriyor. Ekonomik anlamda, petrol ve enerji sektörü bu savaşların ve çatışmaların en büyük bedelini ödeyen sektörler. Örneğin, Brent petrol fiyatları geçtiğimiz yıllarda 140 dolar/varil seviyesine geldikten sonra, geleceğe enflasyon ihraç edildi desem yanlış olmaz. Birçok gelişmekte olan ülke, enerji ithalatı nedeniyle bütçelerinde ciddi sarsıntılar yaşadı. Hâlâ o sarsıntıları atlatmaya çalışıyorlar.

Tekrar yükselişe geçen petrol

ve doğalgaz fiyatları, enflasyonu dizginlemeyi zorlaştırır. Dolayısıyla enflasyon ve faiz oranlarını düşük tutmak, enerji fiyatlarındaki yükseklığe bağlı ciddi bir mücadele alanı hâline geliyor. Bu durumda Fed’in ilk toplantıda faizleri olduğu gibi bırakacağını söylemek yanlış olmaz. Ayrıca gelişmiş ülkelerin ve büyük enerji ihraç eden devletlerin ekonomik politikaları da bu riskleri büyütüyor. Örneğin, ABD’de enerji sektörü ve petrol devleri, yüksek enerji fiyatlarına dayanabilmek için çeşitli stratejiler izliyor. Geride bıraktığımız dönemde petrol fiyatlarının 100 dolar seviyesini aşması ile birlikte büyük üreticiler ve stratejik rezervler, piyasayı dengelemek adına birkaç kez arz kısıtlaması ya da müdahale ihtimali üzerinde düşündüler. Aynı zamanda, enerji sektörüne büyük yatırımlar yapan ülkeler, enerji fiyatlarındaki iniş çıkışlara hazırlıklı değiller. Finlandiya, Fransa, İtalya gibi ülkelerde, enerji maliyetlerinin, toplam üretim giderlerindeki payı yüksek seviyelerine ulaşmış durumda. Bu da enerji fiyatlarındaki her artışın, ekonomik büyümeyi ya durduracağını ya da en azından yavaşlatacağını gösteriyor.

İşte, bu kriz ortamında temel gerçeklerden birisi yine ortaya çıkıyor: Enerji fiyatlarındaki dalgalanmalar, sadece piyasanın değil, ekonomik politikaların da kırılmasını gözler önüne seriyor. Kamu maliyesi de bu yükselişlerden doğrudan etkileniyor. Özellikle gelişmekte olan ülkelere, enerji maliyetlerinin yükselmesiyle dengeler bozuluyor, kamu bütçesi sıkıntıya giriyor, borçlanma maliyetleri de yükseliyor. Enflasyonla mücadele her zamankinden daha zorlaşıyor ve merkez bankalarının faiz politikalarını yönlendirmesi giderek karmaşılaşıyor.

Ayrıca, enerji fiyatlarının hare-

ketleri, finansal piyasalardaki risk algısını da ciddi şekilde etkiliyor. Özellikle enerji fiyatlarındaki ani yükselişler, gelişmekte olan ülkelere döviz kurlarını zorluyor; dolar veya euro gibi rezerv paralara talep artarken yerel para birimleri hızla değer kaybediyor. Dolayısıyla, enerji krizleri toplam ekonomik istikrarı tehdit eden unsurlar hâline geliyor. Ekonomik büyümeye ve istihdam üzerinde olumsuz etkileri de cabası...

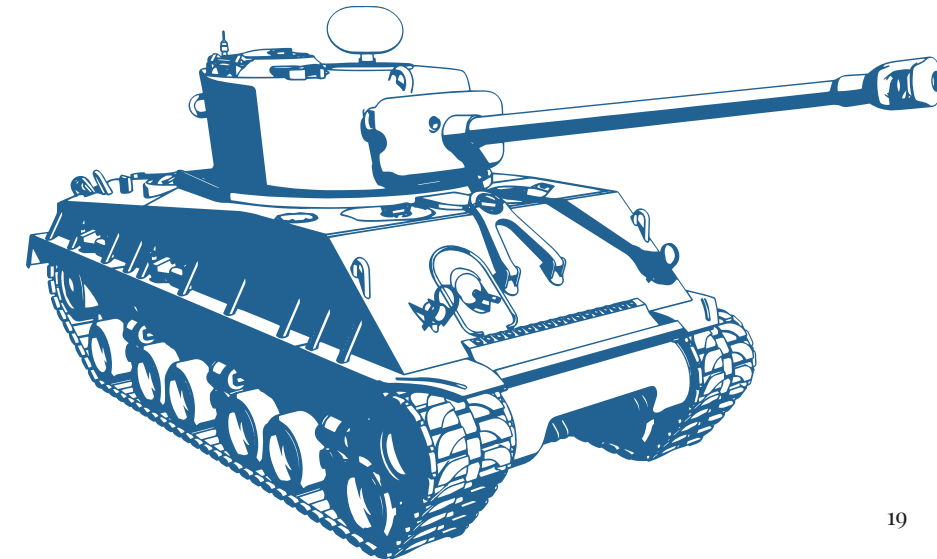
Bir başka kritik nokta ise enerji fiyatlarındaki bu belirsizliğin, küresel tedarik zincirlerini ve üretim maliyetlerini nasıl altüst ettiği. Özellikle sanayide, ham madde ve enerji maliyetlerin artmasıyla birlikte, üretim kârlılığı azalıyor ve rekabetçilik zorlanıyor. Bu ortamda, birçok ülke ve firma, enerji verimliliği ve alternatif kaynak arayışlarına hız verdi. Güneş ve rüzgâr gibi yenilenebilir enerjilere yatırım yapılması ise uzun vadede enerji bağımsızlığı ve fiyat istikrarı için önemli adım olarak görülüyor. Körfez ülkelerinin “petrolden sonra hayat” çalışmalarına başladığını da hatırlatmak istiyorum.

Kısaca özetlemek gerekirse: Enerji fiyatlarındaki ani yükselişler ve çatışmaların tetiklediği jeopolitik riskler, küresel ekonomi-

yi ciddi biçimde sallamaya devam edecek. Bu şartlarda, ekonomik politika yapımcılar, kontrollü ve sürdürülebilir stratejiler belirlemek zorunda. Aksi takdirde, yüksek enflasyon, finansal istikrarsızlık ve büyümeye yavaşlaması kaçınılmaz hâle gelir.

Sonuç olarak önümüzdeki dönemlerde enerji ve jeopolitik riskler, ekonomilerin en önemli sınavlarından biri olacak. Bu ortamda, ekonomik temelleri sağlam tutmak, enerji bağımlılığını azaltmak ve çeşitli kriz senaryolarına hazırlıklı olmak, ülkelerin hayatta kalması açısından kaçınılmazdır. Tüm bu gelişmeler bize gösteriyor ki enerji güvenliği ve fiyat istikrarı sadece ekonomik değil, aynı zamanda ulusal güvenlik ve diplomasi meseleleriyle de yakından ilişkili. Bu nedenle karar vericilerin, piyasa oyuncularının ve ekonomistlerin uyum içinde ve istişare kanalını bozmadan hareket edip esnek ve akılcı politikalar geliştirmesi elzem görünüyor.

Aksi takdirde ABD veya büyük ekonomilerden kaynaklanacak yeni bir finansal kriz yaşama ihtimalimiz yükselir. Daha önce yazdığım bir makalede de belirttiğim gibi bu sorunu çözecek reçete asla savaş olamaz.





İşimiz Üretim, Gücümüz İhracat

Türkiye'nin Gücüne Güç Katanlar Ödüllerini Aldı

“Üretimde istikrar, ihracatta vizyon” anlayışıyla 2024 yılında küresel ekonomide güçlü bir iz bırakan ihracatın mimarları, “İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni”nde ödüllendirildi. İhracatın yıldızlarına ödülleri, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan takdim etti.

Zaman, yalnızca değişimi izleyenlerin değil; onu doğru okuyanların, geleceği cesaretle kurgulayanların ve istikrarla yön verenlerin çağını işaret ediyor. Türkiye de bu yeni yüzyılda, üretimden ihracata uzanan yolculuğunda yalnız-

ca bir oyuncu değil; oyunun kurallarını yeniden yazan, küresel rekabetin rotasını belirleyen bir aktör olma iddiasıyla ilerliyor. Özellikle de sahip olduğu üretim kabiliyetiyle bölgesel bir oyuncu olmaktan çıkarak küresel bir çözüm ortağına dönüşüyor.

Bu dönüşümün ardındaki en büyük güç kaynağını ise hiç kuşkusuz ihracatçıları oluşturuyor. “İşimiz üretim, gücümüz ihracat” ilkesiyle hareket eden, ihracat camiasının çatı kuruluşu Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM), 33 yıldır ihracatın strate-

jik aklını temsil eden bir merkez olarak konumlanıyor. Yalnızca mal ve hizmetleri değil, aynı zamanda Türkiye'nin vizyonunu, mühendisliğini, emeğini ve rekabetçi ruhunu da dünyaya tanıtan ihracatçıları her yıl ödüllendiriyor.

2024 yılında küresel ekonomide güçlü bir iz bırakan ihracatın mimarları, İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni'nde ödüllendirildi. TİM'in 32. Genel Kurulu ve İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni", Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımıyla 30 Haziran'da İstanbul'da gerçekleştirildi. Törene Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın yanı sıra Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mehmet Fatih Kacır ile Gençlik ve Spor Bakanı Osman Aşkın Bak katıldı. 2024'te Türkiye'nin toplam 377 milyar dolarlık mal ve hizmet ihracatına en yüksek katkısı sunan ilk 10 firma ile e-ihracattaki performanslarıyla dikkat çeken firmalara ödülleri Cumhurbaşkanı Erdoğan tarafından verildi.

KÜRESEL ZORLUKLARA RAĞMEN TÜRKİYE İHRACATTA DİRENÇ GÖSTERDİ

2022 yılında başlayan Rusya-Ukrayna Savaşı'nın ardından yükselen emtia fiyatları küresel enflasyonun tırmanmasına neden olurken başta gelişmiş ülkeler olmak üzere birçok ülke sıkılaştırıcı para politikası uygulamaya başladı. 2023 yılında küresel büyüme 0,1 puan azalışla yüzde 3,5'e gerilerken küresel enflasyon 2 puan azalarak yüzde 6,6 ile 2021 yılındaki yüzde 4,7'lik seviyenin üzerinde seyretti. 2024 yılı ise gelişmiş ülkelerde uygulanan sıkılaştırıcı para politikasının meyvelerini topladığı dönem oldu ve gelişmiş ülkelerde enflasyon 2 puanlık azalışla yüzde 2,6'ya geriledi. Öte yandan aynı dönemde gelişmekte olan ülkelerde enflasyon 0,3 puanlık düşüşle yüzde 7,7 ile yüksek seyretmeye devam etti.

2024 genelinde Türkiye'nin enflasyon ile mücadele kapsamında Türk lirasında reel

Rekabetçiliğindeki düşüşe rağmen Türkiye'nin ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 2,4 artarak 261,8 milyar dolar oldu.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe:
"Beş aylık ihracatta yüzde 3,5, son 12 aylık ihracatta ise yüzde 1,9 artıdayız. Yakın coğrafyamızda sıcak çatışmaların devam etmesine, pazarlarda talebin yavaş seyretmesine ve korumacılık önlemlerine rağmen artıda olmamız büyük bir başarı."

SON 10 YILDA TÜRKİYE'NİN İHRACATI VE KÜRESEL İHRACAT

Yıl	Türkiye'nin İhracatı (Milyar dolar)	Küresel İhracat (Trilyon dolar)	Türkiye'nin Payı (%)
2015	151,0	16,6	0,91
2016	149,2	16,0	0,93
2017	164,5	17,7	0,93
2018	177,2	19,5	0,91
2019	180,8	19,0	0,95
2020	169,6	17,6	0,96
2021	225,2	22,3	1,01
2022	254,2	24,9	1,02
2023	255,4	23,9	1,07
2024	261,8	24,4	1,07

değerlendirme sürecine girmesi, en büyük ihracat ortağı Avrupa'da talebin üst üste ikinci yılda da gerilemesi; Türk ihracatçıların rekabetçiliğini olumsuz etkiledi. Rekabetçilikte düşüşe rağmen Türkiye'nin ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 2,4 artarak 261,8 milyar dolar oldu. İthalat ise yüzde 5 seviyesinde azalarak 344 milyar dolar olarak gerçekleşti. Küresel ticaret hacminin 2024 yılında yüzde 2,9 arttığı öngörülürken ülkemizdeki ticaret hacmi yüzde 1,9 azalarak 605 milyar dolar seviyesine geriledi.

Türkiye'nin hizmet ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 8,1 artarak 115,2 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti. Seyahat gelirleri yıllık bazda yüzde 12,5 yükselişle 56,3

milyar dolar olurken, taşımacılık gelirleri ise aynı dönemde yüzde 2,4'lük artışla 39,9 milyar dolar seviyesine çıktı. Taşımacılık alt kalemlerinden yolcu taşımacılığı yüzde 8,4 yükselerek 21,9 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti.

İLK 1000 İHRACATÇIDAN 167,9 MİLYON DOLARLIK İHRACAT KATKISI

Türkiye'nin 2024 yılı ihracat performansını mercek altına alan "TİM 1000 Araştırma Kitabı", mal ve hizmet ihracatındaki dinamik yapıyı ve sektörel dağılımı gözler önüne serdi. İlk 1.000 ihracatçı firmanın, 944'ü mal, 56'sı ise hizmet ihracatı yapan şirketlerden oluştu. Mal ihracatçıları arasında ilk 1.000 listesinde en çok firma

2024 yılında Türkiye'nin toplam mal ve hizmet ihracatı 377 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti. İlk 1.000 ihracatçı firma, bu toplamın yüzde 44,5'ini tek başına gerçekleştirdi.

bulunduran sektörler, 115 firma ile kimyevi maddeler ve mamulleri, 109 firma ile otomotiv endüstrisi, 89 firma ile hazır giyim ve konfeksiyon oldu.

Araştırma kapsamında, firma yapılarına ilişkin bilgi veren 813 şirketten 564'ü üretici-ihracatçı olarak faaliyet gösterirken 154'ü sadece ihracatçı, 68'i grup dış ticaret firması ve 27'si dış ticaret sermaye şirketi olarak konumlandı. 2024 yılında Türkiye'nin toplam mal ve hizmet ihracatı 377 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti. İlk 1.000 ihracatçı firma ise bu toplamın yüzde 44,5'ini tek başına gerçekleştirdi. Bu firmalardan 21'i yıllık 1 milyar doların üzerinde ihracat hacmine ulaşırken 44'ü 500 milyon dolar barajını, 295'i ise 100 milyon dolar seviyesini aştı. Firma başına düşen ortalama ihracat 167,9 milyon dolar olarak hesaplandı.

Araştırmaya katılan 813 firmanın 598'inin yüzde 100 yerli sermayeli şirketlerden oluşuyor olması Türkiye'nin ihracat gücünün önemli ölçüde yerli firmalar tarafından taşındığını ortaya koyuyor.

"TÜRKİYE'Yİ EN ÇOK İHRACAT GERÇEKLEŞTİREN 10 ÜLKEDEN BİRİ YAPMAK İSTİYORUZ"

TİM'in 32. Genel Kurulu ve İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni'nin açılış konuşmasını yapan



Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a 16'ncı yüzyıla ait Osmanlı satranç takımından esinlenilerek el işçiliğiyle hazırlanan özel bir satranç seti hediye edildi.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe sözlerine, Türkiye'nin 2024'te yaklaşık 262 milyar dolarlık mal, 115 milyar dolarlık da hizmet ihracatı gerçekleştirdiğini hatırlatarak başladı. Hem mal hem de hizmet ihracatında en yüksek değerlere ulaşıldığını vurgulayan Gültepe, şöyle devam etti: "İhracatımızda sınırlı artış bu yıl da devam ediyor. Beş aylık ihracatta yüzde 3,5, son 12 aylık ihracatta ise yüzde 1,9 artıdayız. Jeopolitik belirsizliklerin artmasına, yakın coğrafyamızda sıcak çatışmaların devam etmesine, pazarlarda talebin yavaş seyretmesine, tarife savaşlarına ve korumacılık önlemlerine rağmen artıda olmamız büyük bir başarı. Ancak son 2,5 yıldır hedefimizin gerisinde kaldığımızın altını çizmem gerekiyor. Çünkü birçok sektörde fiyat tutturamıyoruz. Fiyat tutturamayınca müşteri ve pazar kaybediyoruz. 27 sektörümüzün yarısı hemen hemen her ay eksi yazıyor. İhracattaki artış birkaç sektörün katkısıyla devam ediyor. Oysa biz tüm sektörlerimizden pozitif katkı almak istiyoruz. Çünkü biz, 2028'de 375 milyar

2024 Yılında En Yüksek Mal İhracatı Yapan İlk 10 Firma

- FORD OTOMOTİV SANAYİ AŞ
- TOYOTA OTOMOTİV SANAYİ TÜRKİYE AŞ
- TÜRKİYE PETROL RAFİNERİLERİ AŞ
- KİBAR DIŞ TİCARET AŞ
- STAR RAFİNERİ AŞ
- TGS DIŞ TİCARET AŞ
- OYAK-RENAULT OTOMOBİL FABRİKALARI AŞ
- VESTEL TİCARET AŞ
- ARÇELİK AŞ
- BAYKAR MAKİNA SAN. VE TİC. AŞ

2024 Yılında En Yüksek E-İhracat Yapan İlk 3 Firma

- TRENDYOL DSM GRUP DANIŞMANLIK İLETİŞİM VE SATIŞ TİC. AŞ
- ASIR GROUP İHRACAT AŞ
- MODANİSA ELEKTRONİK MAĞAZACILIK VE TİC. AŞ





2024 Yılında En Yüksek Hizmet İhracatı Yapan İlk 10 Firma

- TÜRK HAVA YOLLARI AO
- PEGASUS HAVA TAŞIMACILIĞI AŞ
- GÜNEŞ EKSPRES HAVACILIK AŞ
- İGA HAVALİMANI İŞLETMESİ AŞ
- TAV HAVALİMANLARI HOLDİNG AŞ
- ODEON TURİZM İŞLETMELİĞİ AŞ
- ANEXSERVICES TURİZM ORGANİZASYON TAŞIMACILIK TİCARET AŞ
- CORENDON AIRLINES TURİSTİK HAVA TAŞIMACILIK AŞ
- FRAPORT TAV ANTALYA TERMİNAL İŞLETMELİĞİ AŞ
- GAP İNŞAAT YATIRIM VE DIŞ TİCARET AŞ

dolarlık mal, 200 milyar dolarlık hizmet ihracatı hedefinin sorumluluğunu taşıyoruz. Türkiye'yi en çok ihracat gerçekleştiren 10 ülkeden biri yapmak istiyoruz. Orta ve uzun vadeli hedeflerimiz için ihracatımızı her yıl en az yüzde 10 artırmak zorunda olduğumuzu biliyoruz.”

“SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜMEYİ ANCAK ÜRETİM VE İHRACATLA SAĞLAYABİLİRİZ”

Türkiye ekonomisinde sürdürülebilir büyümenin ancak üretim ve ihracatla sağlanabileceğinin altını çizen Gültepe, son iki çeyrekte ihracatın büyümeye katkısının negatif olduğunu hatırlattı. İhracatın yeniden büyümenin lokomotif olacağı günlere dönmeyi ümit ettiklerini belirten Gültepe, “Biz bir yandan konjonktürel sorunlarımıza çözüm üretmeye çalışırken bir yandan da ihracatımızı geleceğe hazırlayan stratejiler üretiyor, politikalarımızı devreye alıyoruz. Katma değeri artırma hedefiyle yüksek teknolojiye, AR-GE’ye, inovasyona, tasarıma, ikiz dönüşüme odaklanıyoruz. Pazar

çeşitliliğimizi artırmak için yoğun çaba harcıyoruz. 2024’te yaklaşık 350 fuara katılıp, 135 heyet programı gerçekleştirdik. Bu yıl da yaklaşık 400 fuara katılıp, 158 heyet programı düzenleyeceğiz.” dedi.

“REKABETÇİLİĞİMİZİ YENİDEN KAZANMALIYIZ”

İhracatçıların düşük faizli ve uzun vadeli finansmana erişiminin de her zaman kritik önem taşıdığını vurgulayan Gültepe, sözlerini şöyle tamamladı: “İGE AŞ aracılığı ile ihracat ailemize kazandırdığımız Türk Ticaret Bankası faaliyetlerine başladı. Bankamızın yıl sonuna kadar 15 şubeye ulaşmasını ve ihracatçılarımıza 62 milyar liralık finansman desteği sağlamasını hedefliyoruz. Türk Ticaret Bankası hem ihracatçının finansmana erişimini kolaylaştıracak, hem de stratejik bir çözüm ortağı gibi çalışacak. Finansman konusunda devletimizin sağladığı destekleri de unutmuyoruz. Döviz dönüşüm desteğinin yüzde 2’den yüzde 3’e yükseltilmesi, reeskont kredilerinde maliyetin düşürülmesi ve günlük limitin 4 milyar liraya

çıkarılması son derece önemli. Ancak ihracatımızı arzu ettiğimiz oranlarda büyütebilmemiz için döviz dönüşüm desteğinin artırılması, reeskont kredilerinde faiz oranlarının düşürülmesi ve limitlerin yükseltilmesi, firmalarımızın düşük faizli ve uzun vadeli krediye erişimine imkân verecek yeni projelerin mutlak suretle devreye alınması büyük önem arz ediyor. Belirsizliklerin arttığı dönemlerin aynı zamanda fırsatları da barındırdığını unutmuyoruz. İşte o fırsatlardan yararlanabilmemiz için her şeyden önce rekabetçiliğimizi geri almak durumundayız.”

“BÜYÜK SINAMALARA RAĞMEN İHRACATIMIZ ARTARAK YOLUNA DEVAM EDİYOR”

Mustafa Gültepe’nin ardından konuşmalarını gerçekleştiren Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat; son 22 yılda Türkiye’nin milli gelirinin dolar bazında 6 kat artarak 1 trilyon 371 milyar dolara yükseldiğini, kişi başına düşen milli gelirin 4 kat yükselişle 16 bin dolara yaklaştığını ve Türkiye’nin Dünya Bankasına göre üst gelire sahip ülkeler ligine yükseldiğini anlattı.

Bu ekonomik büyüme ve gelişme sanayinin, tarımın, ulaştırmanın, hizmetlerin ve ihracatın çok büyük payının bulunduğunu belirten Ticaret Bakanı Bolat, sözlerini şöyle sürdürdü: “İhracatımız mal bazında mayıs sonu itibarıyla yıllık seviyede 7,5 kat artışla 265,5 milyar dolara ulaştı ve yükselişine devam etti. Hizmetler ihracatı da 8 kat artışla 115 milyar dolara yükseldi. Toplamda 377 milyar dolar geçen yıl döviz kazanmıştı ülke olarak. Bu yıl için Sayın Cumhurbaşkanımız en az 390 milyar dolar hedefi bize öngördü ve bunu da yıl sonuna kadar başarıyla tamamlayacağız. Az önce bahsettiğim büyük krizler ve küresel sınamaların ortasında olmamıza rağmen gemimiz,

başarılı bir kaptanlıkla istikrarlı bir şekilde yoluna devam ediyor.”

Bolat, dünyada birçok sektörde ilk 5 ya da ilk 10’da yer aldıklarını kaydederek, şu bilgileri verdi: “Yılın ilk altı ayının beşinde geçen yılın aynı aylarından daha fazla mal ihracatı sağlamış durumdayız. Hizmet ihracatında da ilk dört ay itibarıyla yükselişimize devam etmekteyiz. Son 24 ayın 14’ünde aylık ihracat rekorları kırıldı. İlk beş ay itibarıyla yıllık mal ihracatında 265,5 milyar dolarla rekor kırdı. Hizmet ihracatında ilk dört ay sonunda yıllık bazda 116,5 milyar dolara yükseldik.”

“HER BİR ÜRÜNÜMÜZ KÜRESEL ARENADA BÜYÜK İZ BIRAKIYOR”

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan törendeki konuşmasına, Türkiye’nin ekonomik hedeflerinden sapmadığını vurgulayarak başladı ve 2024’ün yatırımla, istihdamla, üretimle ve özellikle ihracatla önemli başarılarla dolu geçtiğini söyledi.

“2024 yılı ülkemiz açısından önemli başarılarla dolu bir yıl oldu. Ekonomimiz yüzde 3,2 oranında büyüdü. 2025 yılının ilk çeyreğinde de yüzde 2 büyümeye kaydettik. Böylece 19 çeyrek boyunca kesintisiz büyüme başarısı gösterdik.” diyen Cumhurbaşkanı



Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan: “Dünyanın dört bir yanına ulaşan, en uçra köşelerde dahi kendine yer bulan her bir ürünümüz küresel arenada büyük bir iz bırakıyor. Türk ihracatçısı denilince artık dünyada sadece bir tedarikçi değil, aynı zamanda bir çözüm ve güven bankası anlaşıyor.”





Erdoğan, Türkiye ekonomisinin sürdürülebilir bir ivme kazandığını dile getirdi.

Cumhurbaşkanı Erdoğan, sözlerine şöyle devam etti: “Türkiye İhracatçıları Meclisimiz, 33 yıldır sadece bir çatı kuruluş olmanın ötesinde, ihracatın stratejik aklını oluşturan, yön veren, politika öneren ve sektörleri ortak hedeflerde buluşturan bir vizyon merkezi hâline geldi. Türkiye’nin gıptayla takip edilen büyüme ve kalkınma hikâyesi, ‘İşimiz üretim, gücümüz ihracat’ ilkesiyle siz ihracatçılarımızın özverili çabalarıyla yazılıyor. Dünyanın dört bir yanına ulaşan, en ücra köşelerde dahi kendine yer bulan her bir ürünümüz küresel arenada büyük bir iz bırakıyor. Türk ihracatçısı denilince artık dünyada sadece bir tedarikçi değil, aynı zamanda bir çözüm ve güven bankası anlaşıyor. Bize ve milletimize yaşattığımız bu gurur tablosu için sizleri kutluyorum. Bütün ihracatçılarımızı, tüm firmalarımızı; işçilerimizden nakliyecilerimize kadar zincirin tüm halkalarını ayrı ayrı tebrik ediyorum.”

“KÜRESEL İHRACATTAN ALDIĞIMIZ PAYI YÜZDE 1,07’YE YÜKSELTTİK”

İhracat cephesinde son derece emin adımlarla ilerlediklerini belirten Cumhurbaşkanı Erdoğan şu bilgileri paylaştı: “2024, ihracatımız açısından rekorlar yılı olarak kayıtlara geçmiştir. 2024 yılında 262 milyar dolarlık ihracatla rekor kırdık. Küresel ihracattan aldığımız payı yüzde 1,07’ye yükselttik. Geçen yıl 1 milyar dolar ve üzeri ihracat yapan firma sayımız 18’e, 100 milyon dolar ve üzeri ihracat yapan firma sayımız ise 302’ye çıktı. 2025 senesinde de aynı titizlikle yola devam ediyoruz. Mayıs ayında ihracatımız bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 2,7 artışla 24,8 milyar dolara ulaştı. Bu rakam, Cumhuriyet tarihinin en yüksek aylık ihracatıdır. Ocak-Mayıs döneminde mal ihracatımız geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 3,5 oranında artışla 111 milyar dolara, yıllıklandırılmış ihracatımız ise 265,5 milyar dolara yükseldi. Hizmet ihracatı tarafında da hamdolsun oldukça iyiyiz. 2002 yılında 14 milyar dolar olan

hizmet ihracatımızı 2024 yılında 115,2 milyar dolara taşıdık. 2025 yılı Nisan ayı itibarıyla yıllıklandırılmış bazda 1,3 milyar dolarlık artışla hizmet ihracatında 116,5 milyar dolar seviyesine ulaştık.”

“DAHA NİCE REKORLARI BERABER KIRACAĞIZ”

Cumhurbaşkanı Erdoğan, “Salgınlar, savaşlar, küresel krizler, tedarik zinciri kopmaları. Bunların hiçbiri bizi yolumuzdan alıkoymadı. Ne yaşanırsa yaşansın, Türkiye’nin ihracatçıları asla geri adım atmadı. Sizin başarılarınız, gençlerimize umut girişimcilerimize ilham kaynağı oldu. Sizden beklentimiz yalnızca üretmeniz ve satmanız değil; aynı zamanda kutlu yürüyüşümüze eşlik etmenizdir. Hiç endişeniz olmasın. Allah’ın izniyle daha nice başarı hikâyelerini birlikte yazacağız. Daha önce olduğu gibi, birçok duvarı birlikte yıkacağız. Daha nice rekorları beraberce kıracağız. Türkiye Yüzyılı’nı, ülkemizde inşallah beraberce gerçekleştireceğiz. Biz unutmayın, kısa mesafe koşucusu değiliz, maraton koşucusuyuz. Yolumuz uzun. Mevla, yolumuzu ve bahtımızı açık etsin.” diye konuştu.

2024 yılını 261,8 milyar dolarlık ihracatla kapatan Türkiye’nin, küresel ihracattan aldığı pay yüzde 1,07’ye yükseldi. Ayrıca geçen yıl 1 milyar dolar ve üzeri ihracat yapan firma sayısı 18’e, 100 milyon dolar ve üzeri ihracat yapan firma sayısı ise 302’ye çıktı.

2024’ÜN SEKTÖR BİRİNCİLERİ

Habaş Sınai ve Tıbbi Gazlar İstihsal Endüstrisi AŞ	2024 Yılı Çelik Sektör Şampiyonu
Şişecam Dış Ticaret AŞ	2024 Yılı Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri Sektör Şampiyonu
Kibar Dış Ticaret AŞ	2024 Yılı Demir ve Demir Dışı Metaller Sektör Şampiyonu
Flo Mağazacılık ve Pazarlama AŞ	2024 Yılı Deri ve Deri Mamulleri Sektör Şampiyonu
Vestel Ticaret AŞ	2024 Yılı Elektrik ve Elektronik Sektör Şampiyonu
Ferrero Fındık İthalat İhracat ve Ticaret AŞ	2024 Yılı Fındık ve Mamulleri Sektör Şampiyonu
Sanmar Denizcilik Makina ve Ticaret AŞ	2024 Yılı Gemi, Yat ve Hizmetleri Sektör Şampiyonu
Erdemoğlu Dış Ticaret AŞ	2024 Yılı Halı Sektör Şampiyonu
Yeşim Satış Mağazaları ve Tekstil Fabrikaları AŞ	2024 Yılı Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektör Şampiyonu
Türk Hava Yolları AO	2024 Yılı Hizmet Sektör Şampiyonu
Şölen Çikolata Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ	2024 Yılı Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Şampiyonu
Daikin Isıtma ve Soğutma Sistemleri Sanayi Ticaret AŞ	2024 Yılı İklimlendirme Sanayii Sektör Şampiyonu
Türkiye Petrol Rafinerileri AŞ	2024 Yılı Kimyevi Maddeler ve Mamulleri Sektör Şampiyonu
Özgür Tarım Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ	2024 Yılı Kuru Meyve ve Mamulleri Sektör Şampiyonu
Ekom Eczacıbaşı Dış Ticaret AŞ	2024 Yılı Madencilik Ürünleri Sektör Şampiyonu
Türk Traktör ve Ziraat Makinaları AŞ	2024 Yılı Makine ve Aksamları Sektör Şampiyonu
Göknur Gıda Maddeleri Enerji İmalat İthalat İhracat Ticaret ve Sanayi AŞ	2024 Yılı Meyve Sebze Mamulleri Sektör Şampiyonu
Kastamonu Entegre Ağaç Sanayi ve Ticaret AŞ	2024 Yılı Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri Sektör Şampiyonu
Ahlatçı Kuyumculuk Sanayi ve Ticaret AŞ	2024 Yılı Mücevher Sektör Şampiyonu
Ford Otomotiv Sanayi AŞ	2024 Yılı Otomotiv Endüstrisi Sektör Şampiyonu
Baykar Makina Sanayi ve Ticaret AŞ	2024 Yılı Savunma ve Havacılık Sanayii Sektör Şampiyonu
Kılıç Deniz Ürünleri Üretimi İhracat İthalat ve Ticaret AŞ	2024 Yılı Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektör Şampiyonu
Çiçekçiler Birliği Dış Ticaret AŞ	2024 Yılı Süs Bitkileri ve Mamulleri Sektör Şampiyonu
Ak-Pa Tekstil İhracat Pazarlama AŞ	2024 Yılı Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Şampiyonu
J1 Tütün Ürünleri Sanayi AŞ	2024 Yılı Tütün Sektör Şampiyonu
Uçak Kardeşler Gıda AŞ	2024 Yılı Yaş Meyve ve Sebze Sektör Şampiyonu
Verde Yağ Besin Maddeleri Sanayi ve Ticaret AŞ	2024 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Sektör Şampiyonu

KÜRESEL DENGELER YENİDEN BELİRLENİYOR

Küresel dengelerin yeniden belirlendiği süreçte Türkiye için fırsatlar muhtemelen risklerden daha fazla olacaktır. Ancak dengelerin yeniden belirlenmesi zaman alacaktır ve yeni kırılmalar yaşanabilecektir.



CAN FUAT GÜRLESEL

YAZARIN NOTU

Suriye'de rejim değişikliği ardından Batılı ülkeler yeni yönetime destek vermeye başladı. Siyasi bütünlüğün korunması hâlinde Suriye'deki mevcut yönetim Batı ve Türkiye'nin desteği ile yeniden imar sürecine başlayacaktır. Suriye, Türkiye için çok önemli bir ticaret pazarı olacak.

2020 yılında yaşanan salgın sonrası küresel dengelerin yeniden belirlenmesi ihtiyacı daha belirgin hâle gelmişti. Hemen tüm sanayi ürünlerinde Çin ve Asya ülkelerine olan yüksek bağımlılığın taşıdığı riskler Batı ülkelerinde yaşanarak öğrenilmişti. 2022 yılının başında Rusya'nın Ukrayna'yı işgali ile başlayan savaş ise Doğu Bloku'nun dağılmasının ardından Batı ile Rusya arasında yaşanan en sert kırılmaya neden oldu. Bu jeopolitik kırılma ardından Batı, Rusya'ya yaptırımlar uygulamaya başlarken Rusya da Çin gibi diğer ülkeler ile iş birliğini artırma sürecine girdi. Teknoloji savaşları ise öncelikle ABD ve Çin arasında gerilime ve kopmaya neden oldu. 2024 Kasım ayında yapılan ABD seçimlerini kazanan Donald Trump ve yönetimi ise uluslararası ticarette bilinen tüm kuralları yok sayarak ithalatta gümrük tarifeleri ilan etti ve bunları ülkeler ile müzakere etmeye başladı. İsrail-İran 12 gün savaşı da jeopolitik gerginliklerde her türlü riskin varlığını tekrar hatırlattı. Tüm bu gelişmeler küresel ticareti yeniden şekillendirirken Türkiye'nin mevcut ve potansiyel ihracat pazarlarında da etkili olmaktadır. Gelişmeleri Türkiye'ye etkileri

açısından daha yakından değerlendirelim...

Rusya-Ukrayna savaşı ile Türkiye'nin bu pazarlara düşük ihracatı olumsuz etkilenmişti. Türkiye, iki ülke arasında ateşkes ve barış görüşmeleri için ev sahibi rolü de üstlenerek savaşın sona ermesi için yoğun çaba sarfetmektedir. Ancak her iki ülkenin ateşkes ve barış şartları birbirinden çok uzak. Rusya, Ukrayna'da yeni alanları işgal ederken özellikle stratejik madenlerin olduğu alanlara öncelik vermeye başlamıştır. Rusya işgal ettiği Ukrayna topraklarından hiçbir koşulda geri çekilmeyeceğini açıklamaktadır. Ukrayna ise Rusya'nın işgal ettiği tüm topraklarından (Kırım dâhil) çekilmesini şart koşmaktadır. Bu şartlar altında iki ülke arasında kalıcı bir ateşkes ve barış görüşmelerine geçilmesi olasılığı çok düşük görünmektedir.

TÜRKİYE, AB'NİN SİLAHLANMASINDA ÖNEMLİ BİR TEDARİKÇİ OLABİLİR

Avrupa Birliği (AB), Ukrayna'ya kayıtsız desteğe devam ederken ABD, Ukrayna'nın birçok alanda (toprakları dâhil) ödün vermesini istemektedir. Diğer yandan Rusya-Ukrayna savaşı ile ortaya çıkan jeopolitik kırılma Avrupa'da savuma ve güvenlik

alanında yepyeni bir dönemin başlamasına neden olmuştur. AB savunma harcamalarının artırılması ve birliğin savunma sanayisinin geliştirilmesi konusunda anlaşmaya varmıştır. "Re-Arm" adlı strateji çerçevesinde savunma kapasitesi her alanda geliştirilecektir. Diğer yandan ABD'nin talebi olarak NATO üyesi ülkeler de savunma harcamalarını millî gelirin yüzde 5'ine kadar çıkarmayı kabul etmiştir. İspanya gibi şerh koyan ülkelere rağmen NATO üyelerinde savunma harcamaları önemli ölçüde artacaktır. Avrupalı üyeler savunma harcamalarında birliğin savunma sanayisinden tedarike ağırlık verecektir. Türkiye de AB'nin silahlanma ve savunma sanayinin geliştirilmesinde önemli bir tedarikçi ve hatta ortak olabilecektir.

Suriye'de rejim değişikliği ardından Batılı ülkeler yeni yönetime destek vermeye başladı. Yeni yönetim Rusya ve İran ile mesafeli ve bu nedenle Batı tarafından destek görüyor. Suriye'de siyasi bütünlüğün korunması hâlinde mevcut yönetim Batı ve Türkiye'nin desteği ile yeniden imar sürecine başlayacaktır. Suriye, Türkiye için çok önemli bir ticaret pazarı olacak.

İsrail-İran 12 gün savaşı ile İsrail ve ABD İran'ın tehdit olarak gördükleri nükleer programına önemli hasar verdiklerini düşünmektedir. İran ile yeniden nükleer müzakerelerin başlaması olasıdır. İran ile varılacak bir nükleer anlaşma İran'dan geldiği iddia edilen tehdidi kontrol edilebilir hâle getirecektir. Böyle bir anlaşma Orta Doğu ve körfez bölgesindeki tansiyonu azaltarak yatırımların ve ticaretin yeniden hareketlen-

ABD yeni yönetimi, bundan sonrasında Çin ile büyük bir hegemonya mücadelesi verecek. Bu nedenle de ticaret müzakerelerinde müttefiklerini kaybetmek istemeyecektir.

mesini sağlayacaktır. Anlaşma olmaması ve İran'ın uranyum zenginleştirmeye yeniden başlaması hâlinde gerginlik ve yeni çatışma riski artacaktır.

TİCARETTE DARALMA, ENFLASYONDA ARTIŞ KAÇINILMAZ OLACAK

Yılın ilk yarısında jeopolitik alanda çok önemli gelişmeler yaşanırken ticaret alanında da ABD'nin uluslararası ticaret kurallarını hiçe sayan gümrük tarifeleri küresel dengeleri yeniden şekillendirecek bir diğer önemli unsur olmaktadır. ABD yönetimi 2 Nisan'da gümrük tarifelerini açıkladıktan sonra tarifleri askıya almış ve ülkeler ile müzakerelere başlamıştır. Şu ana kadar sadece İngiltere ile anlaşma imzalanmış, Çin ile de anlaşmaya varıldığı açıklanmıştır. Başta AB olmak üzere diğer çok sayıda ülke ile müzakereler sürmektedir. Çin haricindeki ülkeler için askı süresi 9 Temmuz'da sona erecektir. ABD

yönetimi sürecin uzatılacağı ve en geç 1 Eylül'de tüm ülkeler ile anlaşmaya varılabileceği işaretlerini vermektedir.

Müzakerelerde anlaşmaların olmaması ve 2 Nisan tarihinde açıklanan yüksek tarifelerin hayata geçmesi hâlinde ise küresel ekonomide durgunluk, ticarette daralma ve enflasyonda artış kaçınılmaz olacaktır. Ancak ABD yeni yönetimi, bundan sonrasında Çin ile büyük bir hegemonya mücadelesi verecektir. Bu nedenle de ticaret müzakerelerinde müttefiklerini kaybetmek istemeyecektir.

Küresel dengelerin yeniden belirlendiği süreçte Türkiye için fırsatlar muhtemelen risklerden daha fazla olacaktır. Ancak dengelerin yeniden belirlenmesi zaman alacaktır ve yeni kırılmalar yaşanabilecektir. Bu nedenle Türkiye diplomasi alanında bölgesel ve uluslararası risklerin azaltılması konusunda ki girişimlerini sürdürmelidir.



Yapay Zekâ Devriminin Enerji Yüzü



Yapay zekâ ve enerji ilişkisi sadece teknolojik olmaktan çıkarak stratejik bir mesele hâline gelmiş durumda. 2030 yılında, nihai elektrik tüketiminin Japonya'dan fazla olması beklenen veri merkezlerinin artan enerji ihtiyacı; yeni kaynak stratejilerini, altyapı reformlarını ve kapsamlı politika yaklaşımlarını zorunlu kılıyor.

Yapay zekâ, günlük yaşamdan iş dünyasına, bilimden sanayiye kadar birçok alanda dönüştürücü bir güç hâline gelirken bu gelişim doğrudan enerjiyle özellikle de elektrikle besleniyor. Veri merkezlerinin enerjiye yönelik açlık durumu günümüzün ve geleceğin en birincil problemlerinden... Hatta öyle ki bugünkü kullanım, kademeli şekilde artmaya devam ederse -ki artacak gibi duruyor- enerji talebi sessiz ama giderek büyüyen bir kriz alanına dönüşebilir. Çünkü yapay zekâ modellerinin eğitildiği ve çalıştırıldığı veri merkezleri, küresel enerji tüketiminde önemli bir artışa neden oluyor.

Uluslararası Enerji Ajansının (IEA) hazırladığı "Enerji ve Yapay Zekâ" isimli rapora göre 2024 itibarıyla dünya genelindeki veri merkezleri yıllık 415 teravatsaat elektrik tüketiyor; bu da küresel elektrik kullanımının yüzde 1,5'ine karşılık geliyor. Tüketim arzındaki göstergeler, yapay zekânın sadece bir yazılım teknolojisi olmadığını, aynı zamanda enerji sistemlerinin birincil kullanıcılarından biri hâline geldiğini gösteriyor. Dolayısıyla enerji arzının güvenli, sürdürülebilir ve ölçeklendirilebilir olması, yapay zekânın geleceği için belirleyici bir faktör hâline geliyor.

VERİ MERKEZLERİNİN ELEKTRİK AÇLIĞI ARTIYOR

Enerji ve yapay zekâ arasındaki büyüyen bağlantılar hakkında bugüne kadarki en kapsamlı, veri odaklı küresel analizi sunan rapor; bölgesel etkilerin, ortalamaların çok ötesine geçtiğine dikkat çekiyor. Bölgesel kullanıma göre ABD, toplam veri merkezi elektrik tüketiminin yüzde 45'ini oluştururken Çin yüzde 25, Avrupa ise yüzde 15'lik paya sahip.

Bu yüksek enerji talebinin başlıca itici gücü, yapay zekâ

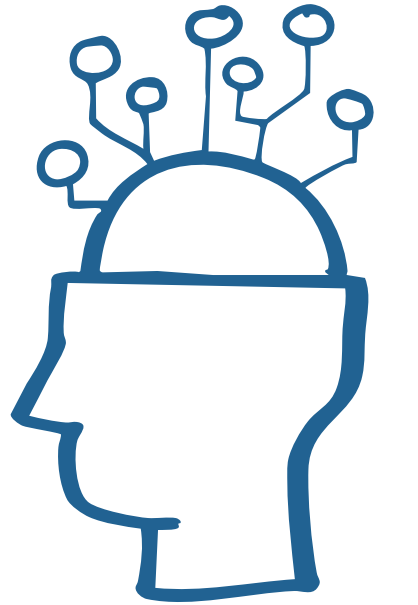
uygulamaları için geliştirilen büyük modeller. Tipik bir AI veri merkezi 100 bin hanelik bir kentin elektrik ihtiyacına denk enerji tüketiyor. Hâlen inşa aşamasındaki en büyük merkezler ise bu rakamın 20 katına çıkabiliyor. Bu konu yalnızca küresel değil, aynı zamanda yerel düzeyde de ciddi baskılar yaratıyor. Örneğin, ABD'de veri merkezi altyapısı beş ana kümede yoğunlaşıyor ve bu da elektrik altyapısında dar boğazlara yol açıyor.

IEA'nın analizlerine göre bu merkezlerin elektrik tüketimi, 2030'a kadar iki katından fazla artarak 945 teravatsaat seviyesine çıkacak. Bu miktar, Japonya'nın mevcut elektrik tüketimini aşacak. Yalnızca ABD'de, 2030'a kadar öngörülen elektrik talebi artışının yarısından fazlası veri merkezlerinden kaynaklanacak. Tüm bu öngörüler, enerji planlamasında artık veri merkezlerinin öncelikli aktörler olarak dikkate alınması gerektiğini gösteriyor.

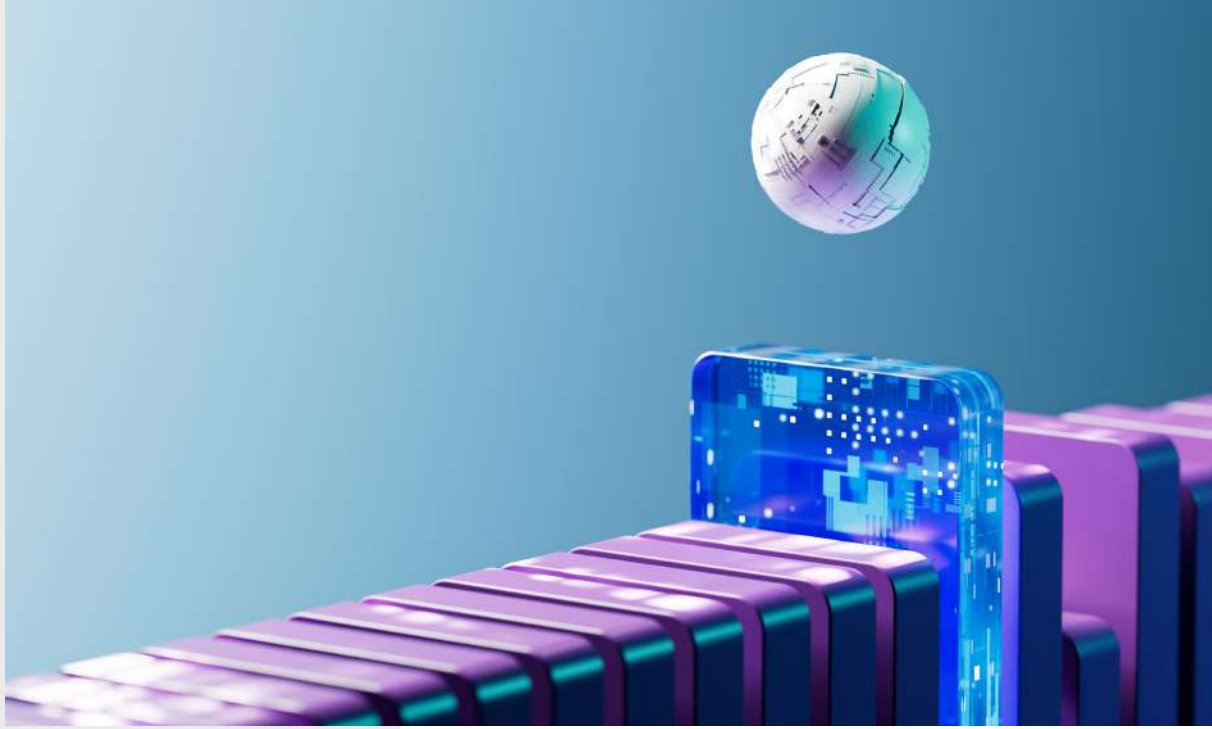
TALEBİN YARISI YENİLENEBİLİR ENERJİDEN KARŞILANACAK

Yapay zekâ çağında artan enerji talebi, yalnızca üretim kapasitesini değil, kaynak çeşitliliğini de yeniden düşünmeyi gerektiriyor. Veri merkezlerinin enerji ihtiyacını karşılamak için bugünden 2035'e kadar gereken elektrik artışı yaklaşık 1.200 teravatsaate ulaşacak. Bu devasa ihtiyacın karşılanmasında ise başrolü yenilenebilir enerji kaynakları ve doğal gaz üstlenecek. IEA, veri merkezlerinden kaynaklı talep artışının yaklaşık yarısının yenilenebilir enerjilerle karşılanacağını öngörüyor. Bu süreçte özellikle teknoloji şirketlerinin yenilenebilir enerji tedarik stratejileri belirleyici olacak.

Doğal gaz ise esnek üretim kabiliyetiyle kritik bir tamamlayıcı. ABD'de doğal gaz kaynaklı



Tipik bir AI veri merkezi 100 bin hanelik bir kentin elektrik ihtiyacına denk enerji tüketiyor. Halen inşa aşamasındaki en büyük merkezler ise bu rakamın 20 katına çıkabiliyor.



üretim, veri merkezleri için 175 teravatsaatlık ek katkı sağlayacak. Öte yandan nükleer ve jeotermal gibi düşük karbonlu seçenekler de devreye giriyor. Küçük modüler nükleer reaktörlerin (SMR), 2030'dan itibaren devreye alınması bekleniyor. Çin, Japonya ve ABD, nükleer enerjiyi veri merkezi yükleri için daha aktif şekilde kullanmayı hedefliyor.

Bununla birlikte, yalnızca üretimi artırmak yeterli değil. İletim altyapısının güçlendirilmesi, enerji verimliliğinin artırılması ve akıllı şebeke yatırımları da kaçınılmaz. Aksi hâlde, planlanan veri merkezi projelerinin yüzde 20'sinin gecikme riskiyle karşılaşabileceği belirtiliyor. Kritik ekipmanlara olan yüksek talep, iletim hatlarında 4-8 yıl süren inşa süreleri ve artan tedarik süreleri, enerji sektörünün bu dönüşüme ayak uydurmasını zorlaştırıyor. Bu nedenle politika yapımcıların sadece üretim değil, altyapı yatırımlarına da odaklanmaları gerekiyor.

YAPAY ZEKÂ ENERJİ SEKTÖRÜNDE SESSİZ BİR DEVRİME İMZA ATIYOR

Günümüzde yapay zekâ enerji sektörünün verimliliğini artırmak için güçlü bir araç olarak öne çıkıyor. Yapay zekâ uygulamaları, petrol ve doğal gaz sektöründe keşif, üretim, bakım ve güvenlik alanlarında devrim yaratmaya başladı. Özellikle sızıntı tespiti, üretim optimizasyonu ve bakım zamanlamasında yapay zekâ destekli çözümlerle maliyetlerin ve çevresel etkilerin azaltılması mümkün hâle geliyor.

Elektrik şebekelerinde ise yapay zekâ, yenilenebilir kaynakların daha sağlıklı entegre edilmesini sağlıyor, arıza tespiti ve kestirimci bakım gibi uygulamalarla sistem güvenilirliğini artırıyor. IEA'nın analizine göre, yapay zekâ uygulamaları sayesinde yeni bir iletim hattı inşa edilmeden 175 gigavat ek şebeke kapasitesi kullanılabilir hâle getirilebilir. Bu, 2030'a kadar veri merkezlerinden kaynaklı toplam yük artışına eş değer.

Sanayi, ulaşım ve binalar gibi son kullanım alanlarında da yapay zekânın sunduğu olanaklar dikkat çekici. Akıllı üretim sistemleri sayesinde sanayideki enerji tasarrufu, Meksika'nın toplam enerji tüketimini aşabilecek düzeyde. Ulaşımında, rota optimizasyonu, bakım tahmini ve otonom araçlar gibi uygulamalarla 120 milyon aracın yıllık enerji tüketimine denk tasarruf sağlanabileceği öngörülüyor. Binalarda ise ısıtma-soğutma sistemlerinin yapay zekâ ile optimize edilmesi, yıllık 300 teravatsaat elektrik tasarrufu anlamına geliyor.

YAPAY ZEKÂ YATIRIMLARI ACİL İHTİYAÇ HÂLINE GELDİ

Yapay zekâ ve enerji ilişkisi sadece teknolojik değil, aynı zamanda stratejik bir mesele hâline geliyor. Veri merkezlerinin enerji güvenliği açısından doğurduğu riskler, tedarik zinciri kırılganlıkları ve emisyon artışı gibi başlıklarda somutlaşıyor. Örneğin, yapay zekâ çiplerinde

kullanılan galyum gibi metallerin yüzde 99'u Çin kaynaklı ve 2030'a gelindiğinde sadece veri merkezleri bu arzın yüzde 10'una talip olabilir. Bu durum, kritik madenler konusunda yeni jeopolitik kırılganlıkları beraberinde getiriyor.

Öte yandan AI, siber ve fiziksel enerji güvenliğini artırmada da kullanılabilir. Uydu verileriyle altyapı izleme, erken arıza tespiti, siber saldırılara karşı proaktif savunma gibi yetenekler, enerji altyapısının daha dirençli hâle gelmesini sağlıyor. Ancak dijital yetenek eksikliği, enerji sektöründe yapay zekânın yaygın kullanımının önünde büyük bir engel. Politikalar bu noktada belirleyici olacak: veri paylaşımı, açık modeller, dijital beceri eğitimi ve yapay zekâ yatırımlarını destekleyen düzenleyici çerçeveler acil ihtiyaç hâline geliyor. Ayrıca, gelişmekte olan ekonomilerin bu dönüşümden dışlanmaması için altyapı yatırımlarına ve kapsayıcı dijital stratejilere öncelik verilmesi gerekiyor.

Veri merkezlerinin enerji ihtiyacını karşılamak için bugünden 2035'e kadar gereken elektrik artışı yaklaşık 1.200 teravatsaate ulaşacak. Bu devasa ihtiyacın karşılanmasında ise başrolü yenilenebilir enerji kaynakları ve doğal gaz üstlenecek.

“YAPAY ZEKÂ'YI NASIL KULLANACAĞIMIZ BİZE BAĞLI”



Dr. Fatih Birol
Uluslararası Enerji Ajansı (IEA)
İcra Direktörü

Yapay zekâ, günümüz enerji dünyasındaki en büyük hikâyelerden biri. Ancak şimdiye kadar, politika yapımcılar ve piyasalar, geniş kapsamlı etkileri tam olarak anlayacak araçlardan yoksundu. Veri merkezlerinden gelen küresel elektrik talebinin önümüzdeki beş yıl içinde iki katından fazla artması ve 2030 yılına kadar tüm Japonya'nın bugün tükettiği kadar elektrik tüketmesi bekleniyor. Etkiler bazı ülkelerde özellikle daha güçlü olacak. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde, veri merkezleri elektrik talebindeki büyümenin neredeyse yarısını; Japonya'da yarısından fazlasını; Malezya'da ise beşte birini karşılama yolunda.

Yapay zekânın yükselişiyle birlikte enerji sektörü, zamanımızın en önemli teknolojik devrimlerinden birinin ön saflarında yer almaya başladı. Yapay zekâ bir araçtır, hatta potansiyel olarak inanılmaz derecede güçlü bir araçtır. Ancak onu nasıl kullanacağımız bize -toplumlarımıza, hükümetlerimize ve şirketlerimize- bağlıdır. IEA; enerji sektörü yapay zekânın geleceğini şekillendirirken ve yapay zekâ da enerjinin geleceğini şekillendirirken politika yapımcıların ve diğer paydaşların ilerideki yolda ilerlemesine yardımcı olmak için veri, analiz ve diyalog forumları sağlamaya devam edecektir.

Küçük modüler nükleer reaktörlerin (SMR), 2030'dan itibaren devreye alınması bekleniyor. Çin, Japonya ve ABD, nükleer enerjiyi veri merkezi yükleri için daha aktif şekilde kullanmayı hedefliyor.

Elektriğin Yeni Tüketicisi Yapay Zekâ

2030'a kadar yapay zekâ tabanlı veri merkezlerinin, dünya elektrik tüketiminin yüzde 3'ünü oluşturması bekleniyor. Büyümenin merkezinde ise dünyanın aşına olduğu, küresel teknoloji savaşlarının merkezindeki iki isim yer alıyor: ABD ve Çin.



415 teravatsaat
Veri merkezlerinin 2024'te küresel elektrik tüketimi



10-25 megavat
Geleneksel veri merkezlerinin enerji tüketimi

100 megavat
Yapay zekâ odaklı hiper ölçekli merkezlerin enerji tüketimi



945 teravatsaat
Veri merkezlerinin küresel elektrik talebinin gelecek 5 yıl içinde ulaşması öngörülen seviye

Veri merkezlerinin güncel elektrik talebinde bölgesel dağılım:

- %45'i ABD
- %25'i Çin
- %15'i Avrupa

2030'a kadarki artışın:

- %50'sinden fazlası ABD
- %30'u Çin kaynaklı olacak.

“Sadece Tatlıcı Değil Aynı Zamanda Bir Kültür Markasıyız”

Yolculuğu Eminönü’nde başlayan, şimdilerde ise Londra ve Dubai’ye kadar uzanan asırlık bir lezzet adresi... Geleneksel Türk tatlılarına küresel arenada alan açan Hafız Mustafa 1864, her lokmada kültürümüze ait bir hikâye sunuyor.



Hafız Mustafa 1864 CEO'su Ümit Uzun: “Önümüzdeki dönemde Amerika, Orta Doğu, Avrupa ve Uzak Doğu'nun farklı noktalarında yeni şubeler açmayı planlıyoruz. Ancak amacımız sayıyı artırmak değil, her yeni noktada Hafız Mustafa 1864'ün ruhunu yaşatmak.”

Hafız Mustafa 1864'ün 160 yıllık hikâyesi, bugün bir dünya markasına dönüşme yolunda emin adımlarla ilerliyor. Eminönü Bahçekapı'da başlayan yolculuk bugün Londra ve Dubai'ye uzanıyor. 2026 yılında ise hedefte Paris, New York, Tokyo var. Sadece reçeteleriyle değil, mekân mimarisi, sunum estetiği ve çağın ruhunu kavrama becerisiyle de dikkat çeken Hafız Mustafa 1864, âdeta geçmişle gelecek arasında bir köprü kuruyor.

Avni Ongurlar'ın 2007'de Türk tatlılarının sadece lezzet değil bir geçmiş ve bir hikâye sunduğunu söyleyen Hafız Mustafa 1864'ün CEO'su Ümit Uzun, “Türkiye, dünyada kültürü ile açık ara lider konumda. Hafız Mustafa 1864 olarak bu noktada bir temsilciden çok, bir elçi olmayı amaçladık ve değerlerimizin hakkını vererek temsil etmeye çalıştık.” diyor.

Osmanlı'dan Cumhuriyet'e, oradan günümüze uzanan bir lezzet yolculuğunun simgesi olan Hafız Mustafa'nın, 1864'ten bugüne uzanan hikâyesinin yitip gitmesine engel olarak günümüze taşıdınız. 160 yıllık bir markayı bugünlere taşımak ve temsilcisi olmak nasıl hissettiriyor?

Hafız Mustafa 1864, yalnızca bir tatlı markası değil; İstanbul'un hafızası, geleneksel lezzetimizi temsil eden kültürün yaşayan temsilcisidir. Bu markayı taşımak bize göre zamanın ötesinde bir sorumluluk. 160 yıllık bir deneyimi ve lezzetleri

2026 yılında, İstanbul'da kurmakta olduğumuz 40.000 metrekarelik çok yönlü üretim tesisimiz aktif hâle gelecek ve aynı döneme paralel bir Hafız Mustafa 1864 Meslek Yüksek Okulu inşaatına devam ediyoruz.

geleceğe aktarmak, tarihle bugünü buluşturmak demek. Bizler bu emaneti sadece korumuyoruz; ona değer katıyor, çağın ruhuyla yeniden şekillendiriyoruz. Bu sorumluluğu taşımak hem büyük bir gurur hem de ciddi bir vizyon gerektiriyor. Bu neden yüksek bir sorumluluk ve toplumsal bilincimizi yaşatmamız gereğini her an hissediyoruz.

Günümüz şartlarında, bir markanın böylesine bir başarıya kalması ve bunu sürdürülebilir kılması sadece ürün kalitesiyle açıklanamaz. Sizce Hafız Mustafa 1864 neyi farklı yapıyor, markayı bugünlere taşıyan temel değerleri nasıl tanımlarsınız?

Hafız Mustafa 1864'ün farkı sadece ürünlerinde değil, ruhunda ve temelini oluşturan inancında saklı. Biz gelenekseli sadece yaşatmıyoruz, ona bugünün estetik, kalite ve hizmet anlayışını da katmak için büyük emek harcıyoruz. Ürün kalitesinden ödün vermemek, her lokmada bir hafıza yaratmak ve bunu evrensel bir dille sunmak başarının temelini oluşturuyor. Sadakat, tutku, zarafet ve sürdürülebilirlik ise markamızın taşıyıcı değerlerinden.

Avni Ongurlar'ın 2007'de devralmasının ardından Hafız Mustafa 1864 nasıl bir dönüşüm sürecine girdi? Markanın hem mimari kimliğinin hem de imza lezzetlerinin oluşma serüvenini dinleyebilir miyiz?

2007 itibarıyla başlayan dönüşüm

süreci, geleneksel ve değerlerini koruyarak yeni nesil kalan bir markanın yeniden doğuşu oldu. Avni Ongurlar, markayı devraldığında ilk adımı; geçmişe saygılı ama geleceğe açık bir yapı kurmak oldu. Mağazalarımızda; mimari tasarımlarımız, İstanbul'un tarihî estetiğini ve karma modern mimari detayları geleneksel ergonomi ile buluşturarak bir deneyim mekânı oluşturduk. Ve bu oluşumu her an yeni değerler katarak güncelliyoruz. İnovasyon yapmıyoruz, her günün inovasyonun kendisi olmak gayreti ile başlıyoruz. Tatlılarımız ise geçmişin reçetelerine sadık ama bugünün hijyen ve kalite standartlarında yeniden üretiliyor. Böylece Hafız Mustafa 1864, sadece bir tatlıcı değil bir yaşam ve kültür markası olarak yoluna devam ediyor.

Yaklaşık 18 yıldır; değişen nesiller, dönüşen zevklere uygun reçeteler ve farklı dönemsel krizlerle karşılaştınız... Tüm bunlar Hafız Mustafa 1864'ü bugünkü konumuna ulaştırdı. Marka olarak bu dönüşümler karşısında nasıl bir strateji benimsediniz?

Biz değişimi tehdit olarak değil, fırsat olarak gördük. Krizler bizim için yenilik zamanlarıydı. Nesiller değiştikçe iletişim dilimizi güncelledik ama özümüzü koruduk. Globalleşme ile birlikte tatlılarımızın sunumu ve erişilebilirliği güncellendi. Ancak tariflerimizde gelenekten, sunumlarımızda ise geleneksel üretim yöntemlerimizden, estetikten ve ürün - hizmet kalitemizden asla ödün



160 Yıllık Lezzet Hikâyesi

Şekerci Hafız Mustafa, Sultan Abdülaziz Han döneminde Hacı İsmail Hakkı Bey tarafından kuruluyor. 1864 yılında İstanbul Bahçekapı'daki ilk mağaza açılıyor ve ardından oğlu Hafız Mustafa tarafından devralınıyor. Akide şekerinin ilk üreticilerinden olan Hacı İsmail Hakkı Bey, öncelikle Eminönü Bahçekapı'daki dükkanın bodrum katında dibek taşıyla akide şekerini yapıyor. Poğaçayı ilk bulan ve üreten kişi olduğu bilinen Hafız Mustafa ise hamur işi ve tatlıcılık alanında 1926-1938 yılları arasında Avrupa'da 11 adet madalya kazanarak bu alanda uzman isimlerden oluyor. Markayı, Hafız Mustafa'dan sonra oğlu Cemil Bey devam ettiriyor ve “Çikolat Cemil” markasıyla güvenilir marka algısını devam ettiriyor. 2007 yılında Hacı Avni Ongurlar tarafından devralınan işletmenin sistemi, bugün hâlâ Hacı İsmail Hakkı Bey'den gelen Ahilik geleneğine bağlı bir şekilde yürütülüyor.

Lokumdan baklavaya,
Türk kahvesinden
şerbetli tatlılara
kadar her ürünümüz,
Anadolu'nun ruhunu
taşıyor. Bu nedenle
küresel tüketiciye
sadece bir ürün değil,
bir duyu ve hikâye
deneyimi sunuyoruz.



vermedik. Hafız Mustafa 1864, her dönemin ruhunu anlayan ama kendi karakterinden sapmayan bir marka oldu.

1864 yılında, Eminönü Bahçekapı'daki Agopyan Han'da doğan markanın izleri bugün Londra'ya kadar uzanıyor. Semtin markaya etkisi, hikâyesindeki yeri ve kimlik oluşturmadaki rolü hakkında neler söylersiniz? Lokasyon seçimlerinizi neye göre belirliyorsunuz?

Bahçekapı bizim doğduğumuz yer, ruhumuzun mayası orada ve oradan besleniyoruz. Bu sebeple uzun uğraşlar sonucunda mülkünü alabilmek nasip oldu. O semtin kokusu, mimarisi, tarihî yoğunluğu markamızın DNA'sına işledi. Bugünkü lokasyon seçimlerinde de aynı hissi arıyoruz: Tarihî derinlik, kültürel geçişkenlik ve yüksek insan sirkülasyonu. Bu yüzden sadece cadde değil, kültürel anlamı olan lokasyonları tercih ediyoruz. Londra'daki şubemiz, İstanbul'un ruhunu yansıtan bir temsil ofisi gibi düşünülebilir. Hizmet anlayışımızdaki yüksek kalite standartlarımız sebebiyle en iyi lokasyonları seçiyoruz.

Son yıllarda Türkiye'de ve globalde tatlı sektörüne yönelik

büyük bir ilgi söz konusu. Türk tatlılarına olan ilginin yeniden yükselişe geçmesini nasıl yorumluyorsunuz? Hafız Mustafa bu anlamda özellikle küreselde nasıl bir temsil gücüne sahip? Dünya, artık sadece tat almıyor; kültür deneyimliyor. Bu ilgi de marka olarak sektörün gelişmesine büyük katkımız olduğunu düşünüyoruz. Bizim yıllar önce başlattığımız ikonik teneke kutular ve ambalajlar bugün sektörde markamızı izleyenler tarafından takip edilmekte ve sektör hacmi her an büyümektedir.

Türk tatlıları sadece lezzet değil bir geçmiş, bir hikâye sunuyor. Bu sebeple de dünyada kültürü ile açık ara lider konumda. Biz Hafız Mustafa 1864 olarak bu noktada bir temsilciden çok, bir elçi olmayı amaçladık ve değerlerimizin hakkını vererek temsil etmeye çalıştık. Lokumdan baklavaya, Türk kahvesinden şerbetli tatlılara kadar her ürünümüz, Anadolu'nun ruhunu taşıyor. Bu nedenle küresel tüketiciye sadece bir ürün değil, bir duyu ve hikâye deneyimi sunuyoruz.

Osmanlı'nın eşsiz tatlı kültürünü dünyaya tanıtan bir kültür elçisi konumundasınız. Ulusal ve uluslararası pazarda markanızı konumlandırırken hangi

stratejiler doğrultusunda hareket ediyorsunuz?

Bizim stratejimiz “yerelden evrensele” anlayışına dayanıyor. Mottomuzu ise “geleneksel lezzetimizin dünya markası” olarak ifade ediyoruz. Her mağazamızda aynı kalite, aynı atmosfer ve aynı hikâye sunulur. Yerel kültürlerle saygı gösteririz ama markanın kimliğinden ödün vermeyiz. Uluslararası pazarda prestijli lokasyonlarda var olarak marka algısını yukarıda tutuyoruz. Ayrıca dijital pazarlama, uluslararası gurme rehberlerde görünürlük ve kültürel diplomasi projeleri ile markamızı entelektüel düzeyde de konumlandırıyoruz.

1928-1936 yıllarında Hafız Mustafa 1864 olarak o yılların şartlarında ülkemize 12 lezzet madalyası kazandırmışız. Bu markamızın kökünü temsil eden kurucumuz Hafız Mustafa'nın vizyonunu çok doğru ifade ediyor. 2007 yılında doğru AR-GE ve ÜR-GE çalışmaları ile global büyümeye hamlemizle şimdi benzer ödülleri ülkemize yeniden kazandırmaya başladık ve devam edeceğiz.

Biraz da ürün gruplarınız ve üretim başarısının arkasında yatan yatırımlardan konuşalım. Ürün geliştirme ve mağazalaşma konusunda nasıl bir yol izliyorsunuz?

sunuz? Güncel mağaza sayınızı öğrenebilir miyiz?

Bugün itibarıyla Türkiye'de 16, Dubai'de dört ve Londra'da bir olmak üzere toplamda 21 şubemizle hizmet veriyoruz. Şube sayımız 2025 yılı sonuna kadar 24 olacak. 2026 yılını da Paris, New York, Tokyo şubelerinin katılımıyla yaklaşık 30 şube olarak tamamlamayı planlıyoruz. Bugün itibarıyla 2 bin çalışanımızla Türkiye'de 10.000 metrekare, Londra'da 5.000 metrekare, Dubai'de 4.000 metrekare üretim tesisimizle yola devam ediyoruz. Üretim tesisimizi kurmadan hiçbir lokasyonda şubeleşme sürecimizi başlatmıyoruz. Ürün kalitemizi korumak adına bu konu bizler için son derece önemli. Böylece minimum müşteri şikayeti alıyoruz.

2026 yılında, İstanbul'da kurmakta olduğumuz 40.000 metrekare çok yönlü üretim tesisimiz aktif hâle gelecek ve aynı döneme paralel bir Hafız Mustafa 1864 Meslek Yüksek Okulu inşaatına devam ediyoruz. Ürün geliştirmede AR-GE ve ustalık arasında hassas bir denge kuruyoruz. Geleneksel lezzetleri modern sunumlarla yeniden yorumlarken, her ürünümüzün köklerini koruyoruz. Mağazalaş-

mada ise mekânsal estetik, hizmet kalitesi ve deneyim odaklı tasarım önceliğimiz. Üretim tarafında ise hijyen, otomasyon ve el işçiliği birlikte çalışıyor.

Hafız Mustafa 1864, TasteAtlas'ın her yıl yayımladığı “En İyi 100 Tatlıcı” listesinin iki yıldır ikinci sırasında yer alarak zirveyi zorluyor. Markanın küresel pazardaki mevcut konumu, başarısı ve gelecek planları ile ilgili neler söylersiniz?

TasteAtlas gibi küresel ölçekte etkili platformlar, markamızın dünyada nasıl bir itibara sahip olduğunu gösteriyor. Bu başarı rastlantı değil kalite, süreklilik ve kültürel mirasa bağlılıkla kazanıldı. Önümüzdeki dönemde Amerika, Orta Doğu, Avrupa ve Uzak Doğu da farklı noktalarında yeni şubeler açmayı planlıyoruz. Ancak amacımız sayıyı artırmak değil, her yeni noktada Hafız Mustafa 1864'in ruhunu yaşatmak. Gelecek vizyonumuz, sadece bir marka olarak değil, bir kültür taşıyıcısı olarak dünya sahnesinde yer almak. Ülkemizden doğan geleneksel lezzet, dünya markası olması yolunda. Bunun için çok, ama pek çok çalışıyoruz.

Şube sayımız 2025 yılı sonuna kadar 24 olacak. 2026 yılını da Paris, New York, Tokyo şubelerinin katılımıyla yaklaşık 30 şube olarak tamamlamayı planlıyoruz.

Ekonomik Kalkınmanın Dijital Yolu

E-Ticarete 3 Trilyon TL'lik Yükseliş



Hem tüketici davranışlarının hem de ticari yapının dijitalleşmeye başladığı yeni dönemde e-ticaret, sahnedeki yerini giderek sağlamlaştırmaya başladı. Sektörün hızlı ivmelenişine uyumlu şekilde ayak uyduran Türkiye ise son beş yılda bu alanda sergilediği istikrarlı yükselişle dikkat çekiyor.

Dijitalleşmenin yaşamın her alanına nüfuz ettiği günümüzde, e-ticaret yalnızca alternatif bir alışveriş yöntemi olmaktan çıkarak ekonomik yapının dönüşümünü belirleyen başlıca dinamiklerden biri hâline geldi. Türkiye, son beş yılda bu alanda sergilediği istikrarlı yükselişle dikkat çekiyor. Hem tüketici davranışlarının hem de ticari yapının dijitalleşmesi noktasında örnek bir gelişim ortaya koyuyor.

Ticaret Bakanlığı tarafından yayımlanan, "Türkiye'de E-Ticaretin Görünümü Raporu"ndaki 2024 yılı verilerine göre Türkiye'de e-ticaret hacmi bir önceki yıla kıyasla yüzde 61,7 artarak 3 trilyon TL'ye ulaştı. Aynı yıl perakende e-ticaret hacmi ise yüzde 63,7'lik artışla 1,62 trilyon TL'yi aştı. Aynı yıl içinde gerçekleşen toplam işlem sayısı 5,91 milyar adede çıkarken sadece perakende kanalında 1,85 milyar işlem gerçekleştiği kaydedildi.

Türkiye'nin e-ticarete yaşadığı bu büyüme ivmesi, hacimsel olduğu kadar yapısal bir dönüşümün de göstergesi olarak değerlendiriliyor. Ayrıca rakamlara bakıldığında, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de e-ticaret yolculuğunun geçici bir trend olmadığı açık şekilde görülüyor. Aksine Türkiye, dijital ekonomiye geçişte kalıcı, güçlü ve sürekli gelişen bir eksen oluşturduğunu kanıtlamış durumda.

DİJİTAL TÜKETİMİN İVMESİ GÜÇLENİYOR

Son beş yılda Türkiye e-ticaret sahasında, âdeta bir devrim yaşandı. 2019-2024 arasında yıllık bileşik büyüme oranı genel e-ticarete yüzde 85,66, perakende e-ticarete ise yüzde 90,82'ye ulaştı. Sadece TL'de değil dolar bazında da önemli bir ivme söz konusu. 2019'da 23,9 milyar dolar olan hacim, 2024'te yüzde 15 artışla 89,6 milyar dolara ulaştı.



Bu artış, toplamda yüzde 274'lük bir büyüme anlamına geliyor ve sadece artan talebi değil, aynı zamanda dijital ödeme sistemlerinin yaygınlaştığını, mobil erişimin kolaylaştığını ve e-alışverişin toplumsal norm hâline geldiğini de gösteriyor.

E-ticaret, gayri safi yurt içi hasılaya (GSYH) oran içinde yüzde 6,5 pay aldı. 2019 yılında yüzde 2,7 olan bu oranın beş yılda iki katını aşması, dijitalleşmenin ekonomik boyutunu gözler önüne seriyor. E-ticaretin genel ticaret içindeki oranı ise yıl boyunca ortalama yüzde 19,1 olarak kaydedildi. Kasım ayında bu oranın, yüzde 22,3'lere çıkarak zirve yaptığı görüldü. Bu artışta kampanya dönemlerinin önemli rolü bulunduğu söylemek mümkün.

SEKTÖR DAĞILIMINDA GİYİM VE ELEKTRONİK ÖNE ÇIKIYOR

Raporda paylaşılan sektörel verilere göre e-ticarete, giyim, ayakkabı ve aksesuar sektörü 301,3 milyar TL'lik hacimle lider konumda. Onu 208,9 milyar TL ile hava yolları ve 180,2 milyar TL ile seyahat-taşımacılık-depolama takip ediyor. Elektronik sektörü ise 176,9 milyar TL'lik hacme sahip. Elektronik sektörünün

DHL eCommerce'ün 2025 E-Ticaret Trendleri Raporu'na göre yapay zekâ ve sosyal medya, Türkiye'de online alışverişini yeniden şekillendiriyor.

- Online alışveriş yapan tüketicilerin yüzde 82'si, sürdürülebilirliği satın alma kararlarında önemli bir kriter olarak değerlendiriyor.
- Yapay zeka vazgeçilmez hâle geliyor: Türkiye'deki tüketiciler yüzde 90'ı, artırılmış gerçeklik ve sanal deneme, sesli arama gibi yapay zekâ destekli alışveriş araçlarının kararlarını yönlendirmesini istiyor.
- Sosyal ticaret öne çıkıyor: Türk tüketicilerin yüzde 81'i, 2030 yılına kadar ağırlıklı olarak sosyal medya üzerinden alışveriş yapmayı bekliyor.

%61,7**Türkiye'nin 2024 yılı e-ticaret hacminin artış oranı****%15****E-ticaret hacminin, dolar bazındaki artış oranı**

genel ticaret içindeki e-ticaret payı yüzde 28,3 gibi yüksek bir seviyeye ulaşırken bu oran kasım ayında yüzde 38'e kadar çıktı. Kitap ve dergi sektörü ise yüzde 53'lük genel payla oransal olarak en dijitalleşmiş sektör oldu.

Ortalama sepet tutarı bazında incelendiğinde en yüksek değer 15.733 TL ile ev, bahçe ve dekorasyon sektörüne ait. Onu hava yolları (7.714 TL) ve kırtasiye-ofis malzemeleri (3.544 TL) izliyor. Bu durum, bazı sektörlerde az ama yüksek değerli alışverişlerin yaygın olduğunu ortaya koyuyor.

SİSTEMİN KALBİNDE KOBİ'LER VAR

2024 itibarıyla Türkiye'de e-ticaret faaliyeti yürüten işletme sayısı 600 bin 800'e ulaştı. Bunların yüzde 78,6'sı şahıs işletmesiyken yalnızca yüzde 3,6'sı anonim şirket statüsünde faaliyet gösteriyor. Bu yapı, sistemin büyük ölçüde mikro ve küçük ölçekli girişimcilerden oluştuğunu ortaya koyuyor.

İşletme hacmine göre dağılım da ise yüzde 72,1 oranla düşük hacimli işletmeler ilk sırada yer alıyor. Orta ve yüksek hacimli

işletmelerin oranı sırasıyla yüzde 14,4 ve yüzde 11,5 iken, çok yüksek hacimli işletmeler sadece yüzde 2'lik paya sahip. Böylece e-ticaret ekosisteminin henüz kurumsallaşma eşiğinde olduğunu görüyoruz.

En çok işletme faaliyeti gösteren sektörler sırasıyla yemek (yüzde 21,6), giyim (yüzde 15,6) ve elektronik (yüzde 12,2). Düşük hacimli işletmelerin yoğunlaştığı alanlar da bu sektörlerle örtüşüyor. Kadın esnaf oranı yüzde 27,2 ile hâlâ düşük seviyede seyrediyor; yaş grubu dağılımında kadınlar 30-34, erkekler ise 35-39 yaş aralığında yoğunlaşıyor.

ALIŞVERİŞTE AKILLI DENEYİMLER, BEKLENTİLERİ YÜKSELTİYOR

Yapay zekânın yaşadığı gelişim ve sürdürülebilirlik talebinin, online alışveriş süreçlerini de etkilediğini görmeye başladık. DHL eCommerce'in hazırladığı "2025 E-Ticaret Trendleri Raporu", yapay zekânın tüketiciler arasında en çok beklenen ve talep edilen yeniliklerden biri olduğunu gösteriyor. Türkiye'deki tüketicilerin yüzde 90'ı, satıcıların yapay zekâ destekli

alışveriş özellikleri sunmasını istiyor. Artırılmış gerçeklik ve sanal deneme, yapay zekâ destekli alışveriş asistanları ve sesli ürün arama en çok tercih edilen özellikler arasında yer alıyor. Dijital beklentilerin yükselmesiyle birlikte işlevsellik ve keyfi bir arada sunan teknoloji destekli alışveriş deneyimlerine olan talebin de arttığı görülüyor.

Artık temel bir tüketici talebi hâline gelen sürdürülebilirlik, online alışveriş süreçlerinde artık daha etkili olmaya başladı. Türkiye'de tüketicilerin yüzde 82'si, online alışveriş yaparken sürdürülebilirliği göz önünde bulundurduğunu belirtiyor. Bu sadece ambalaj ya da teslimatla süreçlerini değil, genel tüketim modelini kapsıyor; tüketicilerin yüzde 37'si, sürdürülebilirlikle ilgili endişeleri nedeniyle alışverişlerini tamamlamaktan vazgeçiyor.

Türk tüketiciler ayrıca döngüsel tüketime daha sıcak bakıyor. Her iki tüketiciden biri, ikinci el veya yenilenmiş ürünleri tercih ediyor. Bunda çevresel endişeler kadar maliyet avantajı da etkili oluyor. Ayrıca Türk tüketicilerin yüzde 60'ı, markaların sunduğu geri dönüşüm veya geri alım programlarına katılmaya istekli olduğunu belirtiyor. Bu eğilim, tüketicilerin yalnızca markalardan çevresel etkilerini azaltmalarını değil, aynı zamanda sürdürülebilir alışverişini kolaylaştırmalarını da beklediğini gösteriyor. Bir yol haritası niteliğindeki bu araştırma gösteriyor ki teknolojiyi benimseyen, sürdürülebilirliği önceliklendiren ve değişen tüketici beklentilerini anlayan işletmeler, karşılaştıkları zorlukları fırsata çevirebilme potansiyeline sahip olacak.

E-TİCARETİN YENİ HÂLİ SOSYAL TİCARET Mİ OLUYOR?

Dijital platformlardaki kullanıcı sayısı ve ekran sürelerinin her

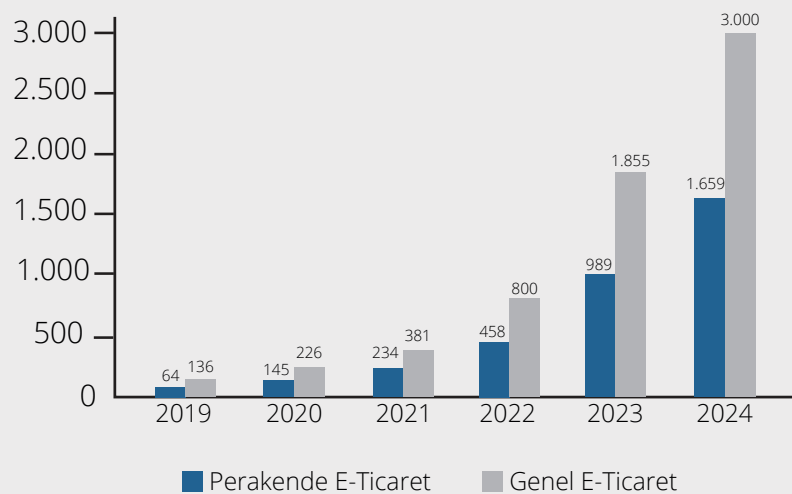


geçen gün artması geleneksel e-ticaretin, giderek sosyal platformlara doğru kaymasına aracı oldu. Tüketiciler artık TikTok, Instagram ve Facebook gibi uygulamaları sadece keşif değil, doğrudan satın alma için de kullanıyor. Türk tüketicilerin yüzde 75'i sosyal medya üzerinden alışveriş yaptığını belirtirken yüzde 81'i ise 2030 yılına kadar bu platformların birincil alışveriş noktaları olmasını bekliyor.

Sosyal ticaretin etkileşim gücünün de bu dönüşümde kritik rol oynadığı görülüyor. Türk tüketicilerin yüzde 86'sı, viral trendler ve sosyal medya trendlerinin satın alma kararlarını etkilediğini söylüyor. Özellikle Instagram, Türkiye'de bu dönüşümde öncü konumda; online tüketicilerin yüzde 66'sı bu uygulama üzerinden alışveriş yaptığını belirtiyor. Bu dönüşüm, markaların tüketiciyle nasıl ve nerede etkileşim kurması gerektiğine dair köklü bir değişimi işaret ediyor. Aynı zamanda da uygulama içi alışverişe uygun, mobil öncelikli deneyimlerin tasarlanmasını zorunlu kılıyor.

%85,6**2019-2024 yılları arasında genel e-ticaret hacminin yıllık bileşik büyüme oranı****%90,8****2019-2024 yılları arasında perakende e-ticaret hacminin yıllık bileşik büyüme oranı**

GENEL VE PERAKEDE E-TİCARET İŞLEM SAYISININ YILLARA GÖRE DEĞİŞİMİ (MİLYAR-ADET)



Rakamlar, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de e-ticaret yolculuğunun geçici bir trend olmadığını açık şekilde gösteriyor. Aksine Türkiye, dijital ekonomiye geçişte kalıcı, güçlü ve sürekli gelişen bir eksen oluşturduğunu kanıtlamış durumda.

“E-TİCARET, EKONOMİNİN ANA BİLEŞENLERİNDEN BİRİ HÂLINE GELDİ”



Hakan Çevikoğlu
Elektronik Ticaret İşletmecileri
Derneği (ETİD) Yönetim
Kurulu Başkanı

2024 yılında Türkiye'nin e-ticaret hacmi, bir önceki yıla göre yüzde 61,7 artışla 3 trilyon TL'ye ulaşmıştır. Perakende e-ticaret hacmi yüzde 63,7 oranında artarak 1 trilyon 619 milyar TL seviyesine çıkarken toplam işlem sayısı 5 milyar 910 milyon, perakende işlem sayısı ise 1 milyar 850 milyon olarak gerçekleşti. 2019-2024 dönemine baktığımızda, genel e-ticaret hacminin yıllık bileşik büyüme oranı yüzde 85,66; perakende e-ticarette ise yüzde 90,82 oldu. Dolar bazında değerlendirildiğinde ise sektör beş yılda yüzde 274'lük bir artışla 89,5 milyar dolarlık hacme ulaştı. Bu veriler, Türkiye'de e-ticaretin yalnızca hızlı bir büyüme süreci değil, aynı zamanda kalıcı bir dönüşüm yaşadığını gösteriyor. Dijitalleşmenin yaygınlaşması, tüketici alışkanlıklarının değişmesi ve teknolojik altyapıların gelişmesiyle birlikte sektör, ekonominin ana bileşenlerinden biri hâline geldi.

Önümüzdeki beş yıl içinde e-ticaretin büyümesinin sürdürülebilirliği; altyapı yatırımlarının güçlendirilmesi, lojistik ve ödeme sistemlerinin daha entegre hâle getirilmesi, regülasyonların dönemin ihtiyaçlarına göre güncellenmesi ve özellikle e-ihracat kapasitesinin artırılması gibi faktörlere bağlı. Yapay zekâ destekli sistemler, veri analitiği, kişiselleştirilmiş müşteri deneyimi ve KOBİ'lerin dijitalleşme sürecine daha aktif katılımı da bu gelişimi şekillendirecek unsurlar arasında yer alıyor. Bu süreçte de ETİD olarak, kamu-özel sektör iş birliğiyle dijital ticaret ekosisteminin gelişimini desteklemeye, sektörel ihtiyaçlara çözüm üreten politikalar geliştirmeye ve Türkiye'nin dijital ekonomideki rekabet gücünü artıracak stratejik adımları teşvik etmeye devam edeceğiz.

“E-İHRACAT KAPASİTEMİZ DAHA GÜÇLÜ BİR YAPIYA KAVUŞACAK”

E-ihracat, Türkiye açısından her geçen gün daha stratejik bir alan hâline gelmektedir. 2022'de 2,2 milyar dolar ile toplam ihracatın yüzde 0,9'unu oluşturan e-ihracat hacmi, 2023'te 5 milyar dolara (yüzde 2,12), 2024'te ise 6,4 milyar dolara (yüzde 2,6) yükseldi. 2025 itibarıyla bu rakamın 8 milyar dolara çıkarılması hedefleniyor. Bu artış, Türkiye'nin dijitalleşen küresel ticarete daha görünür bir aktör hâline geldiğini açıkça ortaya koyuyor. ETİD olarak bizler de bu süreci yalnızca bir ihracat yöntemi değil, üretimden lojistiğe, dijital altyapıdan markalaşma stratejilerine kadar birçok bileşeni kapsayan çok katmanlı bir dönüşüm olarak değerlendiriyoruz.

Sektörün öncelikleri arasında; ürün çeşitliliğini artırmak, hedef pazarları genişletmek ve yerli üreticilerin küresel pazarlara doğrudan erişimini kolaylaştırmak yer alıyor. Bu kapsamda, pazar yeri iş birliklerinden lojistik entegrasyonlara ve dijital ödeme çözümlerine kadar çok yönlü çalışmalar yürütüyoruz. Ticaret Bakanlığı tarafından sunulan destek paketleri, yayımlanan kılavuzlar ve sektöre kazandırılan vizyon, bu alandaki gelişimi hızlandırıyor ve tüm paydaşlar için güçlü bir motivasyon kaynağı oluşturuyor. Şirketlerin e-ihracat süreçlerinde karşılaştığı temel zorluklardan biri de hedef pazarların doğru analiz edilmesi ve ilgili ülke mevzuatlarına uyum sağlanmasıdır.

Bu çerçevede kamu-özel sektör iş birliğiyle oluşturulacak yönlendirme ve koordinasyon mekanizmalarının, Türkiye'nin e-ihracat kapasitesini daha güçlü ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturacağına inanıyoruz.

BORSA İSTANBUL GRUBU 2025 EĞİTİM PROGRAMLARI



Borsa İstanbul Grubu olarak, eğitim programlarımızla siz değerli sektör profesyonelleriyle olan bağımızı güçlendirmeyi, finansal piyasalara dair bilgi ve yetkinliklerinizi artırmayı hedefliyoruz.

Finans sektöründe kariyer yapmayı hedefleyen ve hali hazırda bu alanda çalışan profesyonellere yönelik eğitim programlarımızın detaylarına resmi web sitemizde bulunan **eğitim portalımız** üzerinden erişebilir ve başvuru yapabilirsiniz.

Eğitim programlarımızda sizleri de aramızda görmekten memnuniyet duyarız.

Bakanlığın sunduğu destekler, yayımlanan kılavuzlar ve sektöre kazandırılan vizyon, bu alandaki gelişimi hızlandırdığı gibi tüm paydaşlar için güçlü bir motivasyon kaynağı oluşturuyor.

Hollanda

Avrupa'nın Dinamik Ekonomisi

Tarihten gelen ticaret mirasıyla küresel lojistiğin kalbinde yer alan Hollanda, ileri teknolojiyle bütünleşen üretim yapısı ve dev limanlarıyla Avrupa'nın en istikrarlı ekonomilerinden biri olmayı sürdürüyor.

Tarih boyunca ticaretin, keşiflerin ve dönüşümün öncüsü olan yel değirmenli ülke Hollanda, ticaret kültürüyle yoğrulmuş topraklarından aldığı güçle küresel arenadaki varlığını sürdürüyor. 16. ve 17. yüzyıllarda yaşanan "Altın Çağ" döneminde, Hollanda Doğu Hindistan Şirketi (VOC) gibi ticaret filolarıyla küresel ticaretin şekillenmesine yön veren ülke, dünya ekonomisinin merkezlerinden biri hâline geldi. Bu dönemde yalnızca denizlere açılmakla kalmayarak aynı zamanda kendi coğrafyasını da yeniden inşa etti. Sazlıkları kurutarak toprak kazanan denizle mücadele ederek şehirler kuran Hollanda, kanallarla örülü bir yaşam alanı yarattı. Bu mücadele, aynı zamanda zihinsel bir altyapının da temellerini attı ve Hollanda'nın bugün Avrupa Birliği'nin en dışa açık ekonomilerinden birine dönüşmesini sağladı.

Avrupa'nın kuzeybatısında yer alan Hollanda'nın, Rotterdam Limanı ve Amsterdam Schiphol Havalimanı Avrupa'nın en büyük lojistik merkezleri arasında yer alıyor. Bu iki stratejik dağıtım noktası, yalnızca Hollanda'nın değil tüm kıtanın ticaret damarlarını besliyor. Aynı zamanda ülkenin gelişmiş kara, deniz ve hava taşımacılığı altyapısıyla birlikte düşünüldüğünde, Hollanda'nın küresel ticaret ağlarında bir merkez üs hâline geldiğini gösteriyor. Lojistikten finansa, tarımdan ileri teknolojiye kadar pek çok alanda devlet ile özel sektörün iş birliğine dayalı "karma ekonomi modeli" ise ülkeyi, ekonomik istikrar ve sürdürülebilir büyüme açısından



Amsterdam

Avrupa'nın örnek yapılarından biri konumuna getirmiş durumda.

EKONOMİDE YAVAŞLAMA İZLERİ GÖRÜLÜYOR

2023 itibarıyla satın alma gücü paritesi bazında dünyadaki 27. büyük ekonomiye sahip olan Hollanda, kişi başına düşen 60.461 dolar ile dünyanın 11. zengin ülkesidir. 1997-2000 yılları arasında yıllık büyümesi Avrupa ortalamasının oldukça üstünde olan ülkenin, 2001-2005 yılları arasında büyümesi tüm dünyayla birlikte yavaşlasa da 2007'nin üçüncü çeyreğinde yeniden yüzde 4,1'e yükseldi. Ekonomisi, 2025 yılının ilk çeyreğinde ise bir önceki çeyreğe göre yalnızca yüzde 0,1 oranında büyüyerek dikkat çekici bir yavaşlama sinyali verdi. Bu oran, 2024'ün son çeyreğinde kaydedilen yüzde 0,4'lük artışa



%1,4
Büyüme Oranı

1,2
trilyon dolar
GSYİH

70.480
dolar
Kişi Başı GSYİH
(IMF 2025 Tahmini)

kıyasla daha zayıf bir performansa işaret ederken ülkede son bir yıldır devam eden düşük büyüme eğiliminin sürdüğünü gösterdi.

Büyümeyi destekleyen unsurların başında, stoklardaki azalmanın önceki dönemlere göre daha sınırlı kalması ve kamu harcamalarındaki artış geliyor. Bu dönemde özellikle hükümetin tüketim harcamaları yüzde 0,5 oranında yükseldi. Bu artışın arkasında, sağlık harcamalarındaki yükselişin ve kamu sektöründeki istihdam artışının etkili olduğu görülüyor.

Yatırımlar açısından da olumsuz bir tablo dikkat çekti: sabit varlık yatırımları yüzde 2,2 oranında azaldı. Bu düşüşün özellikle binek otomobiller ve kamyonetlerde yoğunlaştığı, bunun ise vergi düzenlemeleriyle birlikte yürürlüğe giren yeni çevre bölgesi kurallarından kaynaklandığı anlaşıyor. Tüm bu gelişmelere rağmen Hollanda ekonomisi yıllık bazda yüzde 2,0 oranında büyümeyi başardı. Bu oran, ekonominin genel olarak dirençli yapısını koruduğuna işaret etse de iç ve dış talepten kaynaklanan zayıflıkların sürdüğü bir döneme işaret ediyor.

TAŞIYICI GÜCÜ DENİZ TİCARETİ VE LOJİSTİK

Kimya, makine, elektronik, petrokimya ve tarım teknolojilerinde güçlü bir imalat sanayisi bulunan Hollanda, büyük kimya şirketleri, elektronik üretimi ve makine teknolojilerindeki sağlam yapısıyla dikkat çekiyor. Bunlarla birlikte gıda ve tarım teknolojileri de Flevoland gibi bölgelerde ileri seviyede gelişmiş durumda. Kimya endüstrisi enerji sektörüne entegre şekilde çalışıyor ve ülke, işlenmiş petrol ürünlerinde dünya çapında büyük bir oyuncu olarak konumlanıyor.

2023 verilerine göre ülkenin enerji ihracatı 147 milyar dolar, iş-

Hollanda, Avrupa'nın en büyük ve kalabalık limanı Rotterdam başta olmak üzere Amsterdam limanları, iç su yolları ve demir yolu ağıyla bölgenin lojistik üssü konumunda.

lenmiş petrol ihracatı ise 72 milyar dolar seviyesinde. Bunun büyük kısmını rafine petrol ürünleri oluşturuyor. Makine ve cihazlar içinde ise yarı iletken üretim makineleri ile elektronik ekipman dikkat çekiyor. İthalat açısından incelenildiğinde; petrol, doğal gaz, bilgisayar parçaları, eczacılık ürünleri, akıllı telefon bataryaları gibi yüksek teknoloji unsurlar öne çıkıyor.

Güçlü olduğu birçok sektör olsa da Hollanda ekonomisinin taşıyıcı sektörlerini lojistik ve nakliye oluşturuyor. Ülke, coğrafi olarak deniz ve su yollarıyla şekillendiği için yüzyıllar boyunca deniz ticaretine yaslanarak stratejik bir zemin inşa etti. Bugün, Avrupa'nın en büyük ve kalabalık limanı Rotterdam başta olmak üzere Amsterdam limanları, iç su yolları ve demir yolu ağıyla bölgenin lojistik üssü konumunda. Bu konum, yeniden ihracat (re-export) mekanizmasıyla destekleniyor. Gümrük işleminden geçirilmeden gelen ürünler, sadece basit işleme tabi tutularak Avrupa pazarına gönderiliyor. Bu özellik, Hollanda'yı Avrupa'nın lojistik merkezi hâline getiriyor

TİCARETE EN AÇIK EKONOMİLERDEN BİRİNE SAHİP

Birleşmiş Milletler COMTRADE uluslararası ticaret veritabanına



göre Hollanda'nın 2024'teki toplam ihracatı 725,52 milyar dolar, ithalatı ise 636,89 milyar dolar olarak gerçekleşti. Bu süreçteki en büyük ihracat partnerleri, Almanya, Belçika ve Fransa oldu. Almanya, Belçika, Fransa, Birleşik Krallık gibi komşu ülkelerle ticari anlamda yoğun ilişkiler kuran Hollanda, ABD ve Çin gibi uzak pazarlarda da aktif bir varlık sürdürüyor. ABD en büyük yatırımcı ve ticaret ortağı olurken Çin'den ithalat artıyor. Küresel rekabet ortamında ham petrol rafinasyonu, yarı iletken makineleri ve tıbbi cihazlar gibi ileri teknoloji ürünleriyle öne çıkıyor.

Avrupa Birliği içindeki artan rekabet yetkinliği, geniş ihracat

ağları ve re-export yapısı, ülkeyi küresel lojistik ve ticaret merkezi hâline getiriyor. ABD, Çin gibi büyük pazarlarda da etkinliği sürmekle birlikte, AB ekonomisi içindeki konumunu muhafaza ediyor. Hollanda'nın, Türkiye ile ticareti de uyumlu bir seyirde ilerliyor. 2023 yılında karşılıklı ticaret hacmi 12,2 milyar dolar olarak gerçekleşirken bu rakam 2024 yılında, 13,5 milyar dolara yükseldi. 2024'te, Türkiye, Hollanda'ya 8,5 milyar dolar ihracat yaparken Hollanda'dan 5,2 milyar dolar ithalat sağladı. Türkiye'den ihraç edilen ürünler arasında otomotiv, tekstil, mobilya, işlenmiş petrol ürünleri dikkat çekti.

Hollanda, Türkiye'ye yapmış



18.048
milyon

Nüfus
(IMF 2025 Tahmini)

41.528
kilometrekare
Yüz ölçümü

olduğu yatırımlar ile yıllardır ülkemizde en fazla yatırım yapan ülke ünvanını koruyor. 2005-2024 döneminde Hollanda'dan ülkemize 30,2 milyar dolar doğrudan yatırım yapıldı. 2005-2024 döneminde Türkiye'den Hollanda'ya yapılan doğrudan yatırım miktarı ise 19,8 milyar dolar olarak kaydedildi.

TARIMSAL İHRACATTA DÜNYA İKİNCİSİ

İleri düzeyde mekanize olmuş tarım sektörü, Hollanda'nın dünyanın en fazla tarım ürünleri ihraç eden ikinci ülkesi olmasını sağlıyor. Yüzölçümü açısından değerlendirildiğinde ABD'den 270 kat küçük olmasına rağmen Hollanda tarımsal ürün ihracatında ABD ile yarışıyor. Tarım ve bahçecilik sektörleri, ekonomisinin ve istihdamının yüzde 10'unu oluşturuyor. Tarım ve tarıma dayalı sanayideki yüksek performans ise (süs bitkileri, tohum, sera ekipmanları) ülkeyi, dünya çapında bir lider hâline getirmiş durumda. Bu alanlar, hem üretimde hem de ihracatta önemli bir kaynak olarak öne çıkıyor. Hollanda sera-



ları, domates ve çiçek üretiminde dünya lideri olduğu gibi tohumdan soğan ihracatına kadar geniş bir agro-endüstri yelpazesi sunuyor. Bu da çiftçilik, çevre teknolojileri gibi sektörlerde ekosistem oluşturuyor.

Tarımdaki bu gücünü ise coğrafyasındaki geniş düzlükle, elverişli koşullara ve tabii ki sürekli gelişme kaydeden altyapı sistemlerine borçlu. Coğrafi yapısı sayesinde arazilerin yaklaşık üçte biri tarımsal amaçlarla kullanılabiliyor. 2023 yılı itibarıyla tarla bitkilerine ayrılan tarım alanı 14,4 bin artarak toplam 549 bin hektara ulaştığı kaydedildi. Aynı zamanda önemli bir küresel tarım-

sal ürün ithalatçısı konumundaki ülke, tarım sektöründe yılda ortalama 100 milyar euro'luk ürün satışı gerçekleştiriyor. Bu rakam 2023 yılında 135 milyar euro'yu buldu.

KANALLARIN, SANATIN VE RÜZGÂRIN ÜLKESİ

Hollanda; düz arazilerin arasında usul usul akan kanalları, pastel renkli evleri ve uçsuz bucaksız lale tarlalarıyla akıllara kazınan bir ülke. Küçük ama karakterli coğrafya, kültürü, tarihi, mimarisi ve sürdürülebilir yaşam tarzıyla gezginler için gerçek bir çekim alanı olmayı başardı. Çünkü Hollanda, yaşamın ritmini, estetikle uyumunu ve düzenin içindeki özgürlüğü bir arada barındırıyor. Başkent ve gezginlerin en popüler rotası Amsterdam, Avrupa'nın en özgün kültürel başkentlerinden biri olarak anılıyor.

17. yüzyılda, şehrin ayakta kalması için kritik bir sebeple inşa edilen ve bugün bir turizm destinasyonu hâline gelen kanallar, dünyayı etkileyen bir şehir planlaması örneği olarak 2010 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne eklendi. Gezinler için olduğu kadar sanatseverler için de pek çok seçenek barındıran ülkede mutlaka ziyaret edilmesi gereken yerlerin başında; Rijksmuseum, Van Gogh Müzesi ve Stedelijk Müzesi geliyor. Lahey kentindeki Mauritshuis Müzesi'nde ise Vermeer'in meşhur İnci Küpeli Kız tablosunu görmek mümkün.

Laleleriyle ünlü ülke, her yıl mart sonu ile mayıs ortası arasında kaçırılmayacak bir renk senfonisine ev sahipliği yapıyor. Keukenhof Bahçeleri ise bu şölenin zirve mekânlarından. Yaklaşık 7 milyon çiçek soğanının açtığı bu devasa bahçede yürümek, doğanın mucizesi ve insan eliyle şekillendirilmiş estetiğin ne kadar büyüleyici olabileceğini kanıtıyor.

TÜRKİYE VE HOLLANDA'NIN İKİLİ TİCARET VERİLERİ (2020-2024) (MİLYON \$)

Yıl	İhracat	İthalat	Denge	Hacim
2020	5,19	3,62	-1,56	8,82
2021	6,76	4,50	2,25	11,27
2022	8,28	4,49	3,53	12,52
2023	7,87	4,21	3,45	12,29
2024	731	4.737	-4.006	5.469

Kaynak: TÜİK



Tüm gücüyle yanınızda!

Gücümüzü adımızdan ve birlikteliğimizden alıyoruz. İnsanımızın emeklerini, hayallerini, değerlerini güvence altına alarak ülkemizin gücüne güç katıyoruz!



0850 202 20 20 | turkiyesigorta.com.tr

Osmanlı'nın Çok Boyutlu Aydın Ruhu Osman Hamdi Bey

Türk resim sanatının simge isimlerinden biri olduğu gibi müzecilik ve arkeoloji alanlarında yaptıklarıyla da çığır açan Osman Hamdi Bey, Doğu'nun renkli atmosferini Batı tekniği ile harmanladığı resimlerinde, topluma dair politik ve kültürel mesajlar veren bir aydıdı.

Bazı insanlar var ki yaşadıkları dönemin çok ilerisinde fikirlere sahip olmalarının yanı sıra bu fikirleri uygulama cesaretleriyle de fark yaratarak hep hatırlanacak işlere imza atarlar. Kültürel anlamda çok zengin toprakların üzerinde varlık gösteren Türkiye'de, böylesine zeki, öngörü sahibi, pek çok isme rastlayabiliriz. Bunlardan biri de her alanda yetkinliğini ortaya koysa da özellikle Türk resim sanatında açtığı yol ile kendinden sonrakilere ışık yakan ve adını dünyaya duyuran Osman Hamdi Bey'dir.

İstanbul Milletvekili, Kadıköy'ün ilk belediye başkanı, ilk Türk arkeolog, ilk müzeci ve eğitimci, Osman Hamdi Bey tek başına bunların hepsiydi... Modernleşme yolundaki Osmanlı İmparatorluğu'nun önemli bir dönemine tanıklık eden, sanat ve kültür alanında derin izler bırakan Osman Hamdi Bey, Türk resim sanatının simge isimlerinden biri olduğu gibi müzecilik ve arkeoloji alanlarında yaptıklarıyla da çığır açan bir figür hâline geldi.

HUKUK OKURKEN SANATIN BÜYÜLÜ DÜNYASINA ÇEKİLDİ

1842 yılında İstanbul'da dünyaya gelen Osman Hamdi Bey, İspartalı

yağlıkçılar kâhyası Hacı Mustafa Ağa'nın kızı Fatma Hanım ile Osmanlı'nın Batı'ya açılan ilk aydın kuşaklarından olan İbrahim Edhem Paşa'nın en büyük çocuğuydu. Babası İbrahim Edhem Paşa, Osmanlı Devleti'nin 1829 yılında Avrupa'ya gönderdiği ilk dört öğrenciden biri olmasının yanı sıra I. Abdülmecid, Sultan Abdülaziz ve II. Abdülhamid dönemlerinde, sadrazamlığa kadar yükselen saygın devlet adamlarındandı.

Henüz çocuk yaşlarda resme karşı duyduğu ilgi belirginleşen Osman Hamdi, ilkokulun ardından 1856'da Mekteb-i Maarif-i Adliye'ye başladı. Aynı dönemde babasıyla birlikte Belgrad ve Viyana'ya ziyaretler gerçekleştirdi ve ziyaretler sırasında Avrupa'da gördüğü müze ve sanat eserleri ufkunu açtı. O dönem fark edilmese de aslında bu yolculuklar, Osman Hamdi'nin yaşamı ve fikriyatı üzerinde derin bir ilham kaynağına dönüştü.

1857'de hukuk eğitimi için Paris'e gönderilen Osman Hamdi, hazırlık eğitiminin ardından hukuk eğitimi almaya başlasa da hukuk derslerine karşı ilgisini bir süre sonra yitirdi. Onu asıl cezbeden güzel sanatların büyüğü dünyası oldu ve Batı sanatının etkisiyle resim ve arkeolojiye yöneldi. Paris'te bulunduğu yıllarda (1860-1869), École des Beaux-Arts'ta (Güzel Sanatlar Yüksek Okulu) resim dersleri almaya başladı. Bunun yanı sıra özel atölyelere de devam eden Osman Hamdi, dönemin ünlü oryantalist ressamı Jean-Léon Gérôme ve Gustave Boulanger'in öğrencisi oldu. Hocalarının etkisi, sanat anlayışının temel taşlarından birini oluşturdu.

ARKEOLOJİK KAZILARIYLA MÜZECİLİĞE BİLİMSEL MİSYON KAZANDIRDI

Paris'te 12 yıl geçiren Osman Hamdi, burada hem teknik yetkin-

likler kazandı hem de oryantalist akımın etkisiyle doğu kültürünü akademik bir perspektif ile resmetmeyi öğrendi. 1869'da İstanbul'a döndüğünde de Osmanlı'nın modernleşme sürecinin etkin isimlerinden biri oldu ve bir süre saray protokolünde görevlendirildi. 1875 yılında Kadıköy'ün ilk belediye başkanı olarak atanan Osman Hamdi, 1881 yılında da Müze i Hümayun (İstanbul Arkeoloji Müzesi) müdürlüğüne atandı. Burada yalnızca mevcut koleksiyonu yönetmedi, aynı zamanda sistematik arkeolojik kazılar organize ederek müzeciliğe bilimsel bir misyon kazandırmış oldu.

Nemrut Dağı, Lagina Antik Kenti (Muğla) ve özellikle Sayda Lahitleri (Sidon, Lübnan) kazıları büyük önem taşıyor. 1887-88'de yapılan Sayda Kral Mezarlığı kazısında İskender Lahdi'nin çıkarılması, onun uluslararası şöhretine sebep oldu. Ayrıca Asar ı Atika Nizamnamesi'ni düzenleyerek antik eser kaçakçılığına set çekti ve Türk topraklarından eser çıkışını engelleyen yasal altyapıyı oluşturdu. Başta küçük mekânlarda sergilenen eserler, Osman Hamdi'nin talebiyle günümüz İstanbul Arkeoloji Müzesi'nin temellerini atan Vallaury tasarımı binada toplanarak kamuya sunuldu. Cephe müzeler ve eser depoları ile oluşturulan İstanbul Arkeoloji Müzesi, bugünkü müzecilik anlayışının temelini oluşturdu.

FIRÇADAKİ DOĞU: ORYANTALİZM

Oryantalizm, Batı'nın Doğu'ya -özellikle de Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Asya'ya- yönelik merakını, kültürel ilgisini ve bu ilgiyi biçimlendiren bakış açısını tanımlayan bir kavram olarak ortaya çıktı. Edward Said'in 1978'de yayımladığı "Orientalism" adlı eseriyle eleştirel boyut kaza-



Aynı Zamanda Bir Eğitmendi...

1882'de Sultan II. Abdülhamid tarafından Sanayi-i Nefise Mekteb-i Âlisi (Bugünkü Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Müdürü) olarak atanan Osman Hamdi, bu sayede Osmanlı'da Güzel Sanatlar eğitiminin kurumsallaşmasını sağladı. Alexandre Vallaury ile birlikte okul binasını tasarladı ve 2 Mart 1883'te eğitim hayatını başlattı. Bu okul, sonraki dönem Türk resim ve heykel sanatının temellerini atacak birçok sanatçıyı yetiştirdi.



Gezintide Kadınlar



Halı Satıcısı



İftardan Sonra



Yeşil Cami'de Kuran Dersi



En Tartışmalı Eseri: Mihrap

Osman Hamdi'nin 1901'de resmettiği Mihrap (Tekvin,Yaratılış), döneminde büyük bir kaosa neden olarak sanatçıya ölüm tehditleri bile alınmasına yol açmış. Eserde, cami mihrabında oturan hamile bir kadın figürü yer alıyor. Kiblenin tersine doğru oturan kadının ayaklarının altında ise İslam, Zerdüş ve Budizm dinine ait kitaplar yer alıyor. Dönemine göre oldukça çarpıcı ve istisnai bir kompozisyon olan resminde Osman Hamdi'nin, kadınların özgürlüğüne engel olan en önemli şeylerden birinin din olduğunu vurguladığı şeklinde yorumlanıyor. Din ve kadın konusunu merkezine alan ve barındırdığı güçlü imgeler nedeniyle çok tartışılan tablo, zamanında Berlin ve Londra'da sergilense de bugün nerede olduğu bilinmiyor.

Londra'daki Sotheby's Müzayede Evi'nin düzenlediği açık artırmada, Osman Hamdi'nin "Kahve Hazırlamak" isimli tablosu en yüksek değer biçilen yapıt oldu ve 1,16 milyon sterline (52 milyon TL) satıldı.

Sanatsal değerinin dışında Osman Hamdi resminin en önemli özelliği, Osmanlı-Türk toplumunun gündelik yaşamına, mekânsal kültürüne ve estetik değerlerine dair birer belge niteliği taşıyor olması.

nan bu kavram, sadece akademik çalışmaları değil sanat, edebiyat ve görsel kültürü de içine alan geniş bir anlam alanına sahip. Said oryantalizmi, Batı'nın doğuyu tanımlama, yorumlama ve hatta yeniden inşa etme biçimi olarak yorumluyor.

Oryantalizm resim sanatında ise Batılı sanatçıların doğuyu egzotik, gizemli ve romantize edilmiş bir biçimde resmettiği akım olarak tanımlanıyor. Doğu'yu görmenin, hayal etmenin ve temsil etmenin politik estetiğini açığa çıkarıyor. Oryantalist resimler çoğunlukla sanatçının yaptığı gözleme değil dönemin popüler seyahatnamelerine, edebi metinlerine ya da hayal gücüne dayanıyor. 18. yüzyılın sonlarından itibaren ivme kazanarak 19. yüzyılda zirveye ulaşan akımın etkileri, Osmanlı coğrafyasında 19. yüzyılda

görölmeye başladı. Tanzimat ve II. Meşrutiyet dönemleriyle birlikte Avrupa'da eğitim alan sanatçılar, Batı tekniklerini ve temalarını Osmanlı gerçekliğiyle harmanlandı. Ülkemizdeki en önemli temsilcilerinden olan Osman Hamdi Bey, Şeker Ahmet Paşa, Süleyman Seyyid, Halil Paşa ve Hüseyin Zekai Paşa gibi sanatçılar sayesinde oryantalizm, sadece egzotik bir temsil biçimi değil, aynı zamanda kültürel bir yüzleşme alanı hâline geldi.

FIGÜR, MİMARİ VE KÜLTÜREL BELLEĞİ RESİMDE BULUŞTURDU

Osman Hamdi, Türk resim sanatına figürlü kompozisyonu getiren ilk ressam. Eserlerinde Doğu'nun renkli atmosferini Batı tekniği ile harmanlayan özgün bir dil oluşturduğu ve

oryantalist akım içinde yer alsa da resimlerinde Batı'nın süslü, "egzotik" fantezilerinden uzak durduğu görülüyor. Onun tablolarında Doğu, kendi iç değerleri, estetik zenginliği ve entelektüel derinliğiyle sunuluyor. Toplumu kendi gözünden tasvir ettiği resimleri, yer yer politik ve kültürel mesajlar da içeriyor. Ayrıca eserlerinde tarihi, sosyal yaşamı, insan tipolojisini bir tarih anlatısı gibi işlemiş olması hem sanat hem insan bilimleri açısından benzersiz bir sentez oluşturduğunu gösteriyor.

Yalnızca portre ve figürlü kompozisyonlar üzerine değil, aynı zamanda natürmort, peyzaj, desen ve karakalem gibi çalışmalarını da bulunuyor. Özellikle de Osmanlı-Türk mimarisinin ve el sanatlarının zarafetini eserlerinde titizlikle yansıtarak kültürel

belleğin taşıyıcısı hâline geldi. Kompozisyonlarında, figürlerin kıyafetlerini, içinde bulundukları mimari ortamlarla uyum içinde olacak şekilde seçmeye özen göstermesi Osman Hamdi'nin, asıl yoğunlaştığı alanın figürlerin yer aldığı mekânın mimari ve dekoratif nitelikleri olduğunu ortaya koyuyor. Eserlerinde; türbe ve cami kapıları, üzerlerindeki yazıtlar, duvar çinileri, hat sanatı, sedef kakmalı ve fildişi işlemeli mobilyalar, şamdanlar, miğferler, silahlar gibi pek çok ayrıntıyı titiz bir gözlem ve teknik beceriyle ele alıyor.

Sanatsal değerinin dışında Osman Hamdi resminin en önemli özelliği, Osmanlı-Türk toplumunun gündelik yaşamına, mekânsal kültürüne ve estetik değerlerine dair birer belge niteliği taşıyor olması. Osman Hamdi, bugün

dünyanın en seçkin müzelerinde yer alan resimleriyle adını yaşıyor. Birçok resmi İstanbul Resim ve Heykel Müzesi, Londra, Liverpool ve Boston müzelerinde sergilenen Osman Hamdi'nin; "Silah Taciri", "Kaplumbağa Terbiyecisi", "Mihrap", "Camiden Çıkış", "Halı Satıcısı", "Âb-ı Hayat Çeşmesi", "Hamam", "Mimozalı Kadın" ve "Şehzade Türbesi'nde Derviş" gibi eserleri, zengin görsel dilinin ve kültürel duyarlılığının önemli örnekleri olarak kabul ediliyor.

Eserleri bugün hâlâ en çok alıcı bulanlardan oluyor. Yakın zamana kadar kayıp olduğu düşünülen "Kahve Hazırlamak" isimli resmi, Londra'daki Sotheby's müzayede evi tarafından düzenlenen açık artırmanın en çok ilgi gören yapıtlarından biri oldu. 50 eserin dakikalar içinde satıldığı açık artırmada en yüksek değer biçilen yapıt olan "Kahve Hazırlamak" tablosu, 1,16 milyon sterline (52 milyon TL) satıldı.

BİR DÖNEM ELEŞTİRİSİ: KAPLUMBAĞA TERBİYECİSİ

Kaplumbağa Terbiyecisi ya da Kaplumbağalı Adam...Osman Hamdi imzalı bu resim, dünya resim sanatının en önemli eserlerinden biri olduğu gibi Türk resim tarihinin de en simgesel yapıtlarından biri olarak kabul ediliyor. Osman Hamdi, bu resmin 1906 ve 1907 yıllarında iki farklı versiyonunu çizmiştir. Sirtında ney bulunan, yaşlı bir derviş ve dervişin ayaklarının dibinde dolaşan birkaç kaplumbağanın resmedildiği eser, Osman Hamdi'nin oryantalist tekniklerini, düşünsel bir içerikle buluşturduğu zirvelerinden biri. Ayrıca her ne kadar sade bir çalışma gibi gözükse de derin çağrışımlar taşıyan bu kompozisyon, Osman Hamdi'nin sanat anlayışında merkezî yer tutan figür-mimari ilişkisinin en başarılı örneklerinden. Tabloda resmedilen mekânın Bursa Yeşil Cami olduğu biliniyor.



Osman Hamdi'nin günlerce burada bulunamayacağından mekânın resmini çektiği ve eserini atölyesinde tamamladığı biliniyor.

Bazı yorumlara göre Osman Hamdi, resimde arkadan görülen derviş figürünün duruşu ve kıyafeti ile II. Meşrutiyet öncesi Osmanlı toplumunun modernleşme çabasına odaklanıyor. Tanzimat ve Islahat gibi reform girişimleri, geleneksel yapıları eğitmeye çalışan "terbiyecisi" figüründe vücut bulurken kaplumbağalar bu yapıları temsil ediyor. Osman Hamdi; eğitim, sanat, kültür ve sosyal yaşamda istenen değişimin karşısındaki ağır ilerleyen toplum yapısını eleştiriyor. Bu da "Kaplumbağa Terbiyecisi" resmini, politik olmasa da yüksek entelektüel ve sosyokültürel bir eleştiri unsuru hâline getiriyor. 1906'da ilk kez Paris Salonu'nda sergilenen eserin orijinali bugün Pera Müzesi'nde sergileniyor.

Kaplumbağa Terbiyecisi, sade bir çalışma gibi gözükse de Osman Hamdi'nin sanat anlayışında merkezî yer tutan figür-mimari ilişkisinin en başarılı örneklerinden.

LOGO

Farklı sektörlerden binlerce şirket Logo Yazılım'la 1-o önde



logo.com.tr

ÜRETİM VE PAKETLEME KAPASİTESİ İLE AVRUPA'DA İLK 3 İÇİNDEYİZ

TOP 3 IN EUROPE WITH PRODUCTION AND PACKAGING CAPACITY

Bentaş

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

We serve to 130 international customers in 75 countries.

As of 2024, the number of countries Bentaş Bentonit exports to is over 75.

We are actively carrying out export operations in 5 of 7 continents, including South & North America, Asia, Europe and Africa.

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



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

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

@BentasBentonit | www.bentasbentonit.com

TİM TÜRKİYE
EXPORTERS
ASSEMBLY

AMONG TOP 1000
EXPORTERS OF TÜRKİYE

VAN CAT **WHITE SAND** **CAT'S WHITE** **roocat**

İhracatı Havalandıran Güç İklimlendirme



Dünya ticaretinde artan rekabet, iklimlendirme sektörünü daha çevreci, verimli ve yenilikçi çözümlerle şekillendiriyor. İnovasyon, dijitalleşme ve ihracat gücüyle büyüyen Türkiye ise sektörel ihracatını güçlendirerek iklimlendirme sanayisinde önemli bir mesafe kat ediyor.

İnsan yaşamını doğrudan etkileyen sektörlerin başında gelen iklimlendirme, günümüzde yalnızca konfor değil sürdürülebilirlik, sağlık, enerji verimliliği ve ekonomik kalkınma gibi alanlarda da stratejik bir rol üstleniyor. Küresel ısınma, nüfus artışı ve kentleşmenin etkileriyle birlikte önemi artan sektör; ısıtma, soğutma, havalandırma ve iklim kontrol sistemleriyle sanayiden konuta, otomotivden sağlığa kadar birçok alanın temel ihtiyacını karşılıyor.

Havalandırma, ısıtma, klima, soğutma, tesisat ve yalıtım olarak altı ana grupta incelenen iklimlendirme sektörüne yönelik talep, inşaat ve altyapı yatırımlarındaki artışa paralel olarak her geçen yıl daha da artıyor. Türkiye, bu ana gruplar özelinde küresel ihracatın önemli bir oyuncusu konumunda. Üretim altyapısını sürekli olarak geliştiren Türk iklimlendirme sektörünün, son yıllarda dış pazarlardaki etkinliği artmaya başladı. Sektör, inovasyon, dijitalleşme ve çevresel dönüşümle birlikte yalnızca iç pazarda değil, küresel ticarete de söz sahibi olma yolunda hızla ilerliyor. Türk iklimlendirme sektörünün güncel ihracat hacmi 7,2 milyar dolar, ithalat hacmi ise 10,7 milyar dolar seviyesinde.

AB'DEKİ DÖNÜŞÜM SÜRECİ SEKTÖRÜ ZORLUYOR

Türkiye'de iklimlendirme sanayisinin temelleri 1950'li yıllara kadar uzanıyor. Bugünkü konumuna zamanla ulaşan sektör, süreç içinde aldığı kamu yatırımları ve özel girişimlerle büyüyerek geniş bir yapıya dönüştü. Isıtma sistemlerinden soğutma teknolojilerine, havalandırma cihazlarından yalıtım çözümlerine kadar genişleyen bu yelpaze sayesinde de sektör çok disiplinli yapısına kavuştu.

İçerdiği yüksek teknolojili üretim kapasitesi, katma değerli ürün çeşitliliği, enerji verimliliği



odaklı çözümleri ve sürdürülebilirlik perspektifiyle sektör, dikkat çekici bir ivme yakalamış durumda. Bu niteliklerin doğal bir sonucu olarak da Avrupa Birliği (AB) ülkeleri, Türkiye iklimlendirme sektörü için hem mevcut hem de büyüme potansiyeli taşıyan ana ticaret partnerleri arasında yer alıyor.

Türk iklimlendirme ürünleri, Orta Doğu, Afrika, Orta Asya ve Latin Amerika gibi alternatif pazarlarda güçlü bir konumda. Sektör AB pazarlarından talep görse de bölgedeki yapısal dönüşüm süreci, iklimlendirme sektörünü daha sistemli ve çevik bir konum almaya zorluyor.

TÜRK İKLİMLENDİRME SEKTÖRÜNÜN KÜRESELDE BİR AĞIRLIĞI VAR

Türkiye iklimlendirme sektörü; havalandırma, ısıtma, soğutma, klima, tesisat ve yalıtım olmak üzere altı ana alt sektörden oluşan kapsamlı bir yapıya sahip. Bu alt yapının genişliği ve teknolojik yetkinliği, Türkiye'yi dünya iklimlendirme ihracatında önemli bir oyuncu konumuna taşıyor. Trade Map verilerine göre 2022 yılında bu alt sektörler arasında Türkiye'nin dünya ihracatında en yüksek payı aldığı grup yüzde

İklimlendirme Sektörünün Yıllara Dayalı İhracat Rakamları

7,1
milyar dolar
2024 yılı toplam ihracatı

7,2
milyar dolar
2023 yılı toplam ihracatı

6,6
milyar dolar
2022 yılı toplam ihracatı

6,2
milyar dolar
2021 yılı toplam ihracatı

İKLİMLENDİRME SEKTÖRÜNÜN 2023-2024 YILLARINA AİT KARŞILAŞTIRMALI İHRACAT RAKAMLARI

	2023 (Ocak-Aralık)		2024 (Ocak-Aralık)		Değişim (%)	
	Miktar (KG)	Değer (\$)	Miktar (KG)	Değer (\$)	Miktar (KG)	Değer
Isıtma Sistem ve Elemanları	354.600,801	1.493.717,555	357.357,144	1.386.383,201	0,8	-7,2
Soğutma Sistem ve Elemanları	155.177,139	1.131.139,182	161.067,039	1.143.301,170	3,8	1,1
Klima Sistem ve Elemanları	72.784.622	780.740.732	65.067.209	713.843.239	-10,6	-8,6
Tesisat Sistem ve Elemanları	388.956,834	2.705.908,734	409.934,319	2.764.913,030	5,4	2,2
Havalandırma Sistem ve Elemanları	100.351,350	907.248,805	103.318,599	943.133,718	3,0	4,0
Yalıtım Malzemeleri	109.540,139	143.122,102	196.767,961	191.236,148	79,6	33,6
Genel Toplam	1.181.410,885	7.161.877,109	1.293.512,269	7.142.810,506	9,5	-0,3

Kaynak: İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB)

3,7 oranıyla ısıtma ürünleri olurken havalandırma ürünlerinde bu oran yüzde 0,9 seviyesinde kaldı.

2022'de iklimlendirme sektörünün dünya geneli ihracatı, 577 milyar dolar seviyesine ulaştı. Toplam sektör ihracatındaki payı yüzde 1,3 olan Türkiye ise bir önceki yıla göre yüzde 9,01 artış ile küreselde 19. sırada yer aldı. Sektörel bazda dünya ihracatından en fazla pay alan ilk beş ülke Çin, Almanya, ABD, İtalya ve Japonya olarak sıralandı.

Sektörün küresel düzeydeki ithalatı, 2022 yılında yüzde 1,27 oranında büyüyerek 582 milyar dolar gibi oldukça yüksek bir hacme ulaştı. Türkiye ise toplam ithalat içinden yüzde 1,4'lük bir pay alarak dünya sıralamasında 21'inci sırada yer aldı. İklimlendirme sektöründe en fazla ithalat yapan ilk beş ülke sırasıyla ABD, Almanya, Çin, Meksika ve Fransa oldu. Hem ihracat hem de ithalatla ilk beşte yer alan ülkeler, küreselde iklimlendirme sektörüne yönelik rekabetin ne kadar yoğun olduğunu gösteri-

yor. Türkiye'nin, iklimlendirme ürünlerinde potansiyel taşıyan pazarlarda yerini sağlamlaştırması için yüksek verimlilik, çevresel uyum ve dijitalleşme üçgeninde yatırım yaparak üretim gücünü artırması gerekiyor.

PANDEMİ SEKTÖRÜN DİJİTALLEŞMESİNİ HIZLANDIRDI

COVID-19'un, birçok endüstride olduğu gibi iklimlendirme sektöründe de tüketim eğilimlerini yeniden şekillendirdiğini söylemek mümkün. 2020 ve 2021 yıllarında ticari ve endüstriyel ürünlere olan talep düşerken bireysel kullanıcıya yönelik ürünlerde ve satış sonrası bakım hizmetlerinde artış yaşandı. Salgın süreci, iç mekânlardaki hava kalitesine olan duyarlılığı artırdığından bireysel konforun ötesinde sağlık temelli çözümlere yönelimi tetiklemiş oldu.

Ancak sektör hızlı toparlandı. Özellikle 2020 ve 2021'de sarsılma yaşasa da salgının ardından, 2022 itibarıyla dünya ticaret hacmindeki toparlanma, iklimlen-

dirme sektörünü de pozitif yönde etkiledi. Teknolojik gelişmelere hızlı adapte olabilen yapısıyla bu sektör, dönüşüme açık alt yapısıyla kendini yeniden konumlandırmayı başardı.

Özellikle nesnelerin interneti (IoT), uzaktan erişim sistemleri ve otomatik kontrol teknolojilerinin ürünlere entegre edilmesiyle birlikte sektörde yepyeni bir dönem başladı. Mobil cihazlar aracılığıyla yönetilebilen sistemler, gerçek zamanlı veri takibi sayesinde hem kullanıcı deneyimini hem de cihazların enerji performansını optimize edebiliyor. Arıza öngörülleri, bakım planlamaları ve enerji yönetimi gibi uygulamalar; hem tüketiciye hem de üreticiye yeni değer alanları sunuyor.

YEŞİL DÖNÜŞÜMÜN STRATEJİK SEKTÖRLERİ ARASINDA

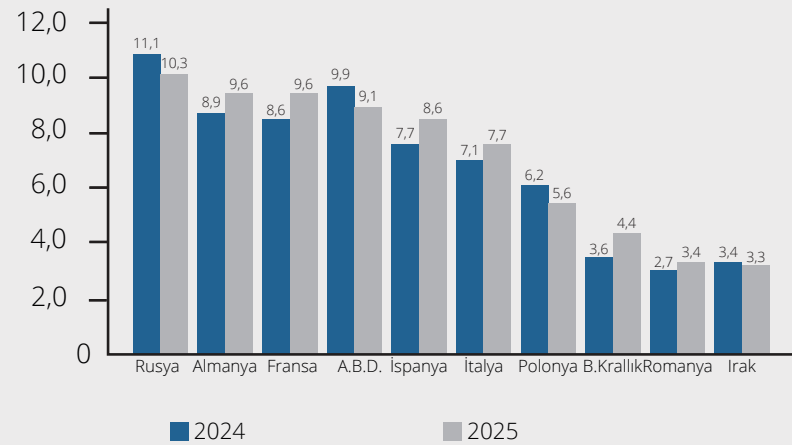
İklim değişikliği ısı dalgalarının sayısını ve şiddetini artırdıkça milyarlarca insana klima ve soğutma sağlamanın aciliyeti artıyor. Soğutma talebi 1990'dan bu yana küresel olarak üç katına çıktı. Bu şekilde devam ederse talep giderek artacak gibi duruyor ve bu da enerji tüketimini doğrudan etkileyecek. Çünkü ısıtma ve soğutma talebi, küresel

nihai enerji tüketiminin yaklaşık yarısını oluşturuyor. Bunun yaklaşık yüzde 50'si endüstriyel süreçlerde tüketilirken yüzde 46'sı konut ve ticari binalarda ve daha az ölçüde yemek pişirme için kullanılıyor.

Enerjiye yönelik talep artışı elbette fiyatları da artırıyor. Yüksek enerji fiyatları ve karbon salımına yönelik yaptırımlar ise tüketicileri daha az enerjiyle daha yüksek performans sunan ürünlere yönlendiriyor. Bu dönüşüm yalnızca bireysel tercihlerle sınırlı kalmayarak regülasyonlar ve ulusal enerji politikalarıyla da destekleniyor. Başta AB olmak üzere pek çok ülke, enerji verimliliği yüksek sistemlerin kullanımını yaygınlaştırmak amacıyla çeşitli teşvik, sübvansiyon ve düzenleyici çerçeveler geliştiriyor. Ülkemiz de bunlardan biri. Türkiye İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB), sektörün yeşil mutabakata uyumu için 2024 itibarıyla Yeşil Dönüşüm Eylem Planı'nı devreye aldı. Bu plan kapsamında enerji verimli üretim hatlarının kurulması, çevre dostu soğutucu akışkanların yaygınlaştırılması ve karbon ayak izinin hesaplanabilir hâle getirilmesi gibi konular öncelik taşıyor.

İklimlendirme sektörünün dünya geneli ihracatı 2022'de, 577 milyar dolar seviyesine ulaştı. Toplam sektör ihracatındaki payı yüzde 1,3 olan Türkiye ise bir önceki yıla göre yüzde 9,01 artış ile küreselde 19. sırada yer aldı.

İKLİMLENDİRME İHRACATINDA İLK 10 ÜLKENİN BİRİM FİYATLARI



İnovasyon ve çevresel dönüşümle yalnızca iç pazarda değil, küresel ticarete de söz sahibi olma yolunda hızla ilerleyen Türk iklimlendirme sektörünün güncel ihracat hacmi 7,2 milyar dolar, ithalat hacmi ise 10,7 milyar dolar seviyesinde.

“SEKTÖRÜMÜZ GELİŞİME VE DEĞİŞİME HIZLI REAKSİYON GÖSTEREN BİR YAPIYA SAHİP”



Salih Zeki Poyraz
İklimlendirme Sanayii İhracatçıları Birliği (İSİB) Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
TİM Sektörler Konsey Üyesi

İklimlendirme sektörü olarak 2024 yılını en fazla ihracat gerçekleştiren 12'nci sektör olarak tamamladık. Ülkemizin genel ihracatından aldığımız pay ise 2023 yılına göre aynı kaldı ve yüzde 3,2 olarak gerçekleşti. 2024 yılında iklimlendirme sektöründe enerji verimli ürünlere olan talep, geçtiğimiz yıllardaki gibi arttı ve ülkemizin coğrafi avantajları ile güçlü üretim altyapısı da ihracatta ön plana çıkmamızı sağladı. Üretim maliyetlerinde rekabetçi ve lojistik açıdan da avantajlı olmamız sonucunda iklimlendirme sektörümüz küresel pazarda varlığını korumaya devam etti. Bunların yanı sıra Avrupa'da devam eden sürdürülebilirlik odaklı gelişmeler çerçevesinde çevreci ürünlere olan talep de arttığı için önümüzdeki yıllarda da sektörümüzü bu konular çerçevesinde sektörümüzü katma değerli üretim, istihdam ve teknoloji üretimi gibi konularda bilinçlendirme ve geliştirme için çalışmalarımıza devam edeceğiz.

Avrupa bizim sektörümüzün en önemli pazarı olmakla beraber önümüzdeki dönemde de ihracat için rotamız olacak. Avrupa'nın yanı sıra Kuzey Afrika, Orta Doğu ve Güneydoğu Asya ülkelerine ihracatımızı artırmak için çalışmalar ve girişimlerde bulunmaya 2025 yılında da devam ediyoruz. Bu pazarlarda ihracatımızı artırmak, 2025 ve sonrası için hedeflenen büyüme- lere ulaşmamız için stratejik olacak. Türk iklimlendirme sektörünün gelecek yıllarda AR-GE faaliyetlerini artırması, enerji verimliliği yüksek, teknolojik olarak ileri ve çevreci yaklaşımlarla üretilen ürünlerini pazara sunması için sektörel gelişmeleri yakından takip etmek ve bu gelişmelerden sektör firmalarını haberdar etmek bizim rekabet

gücümüzü artırmamızı sağlayacak adımlar arasında yer alıyor.

“SEKTÖRÜMÜZ, KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜNLERDE İHRACAT POTANSİYELİNE SAHİP”

Uluslararası ölçekte güç sahibi nitelikli yatırımcıların ülkemizde üretim tesisi kurmasını sağlayacak yapıyı oluşturmak hususunda adımlar atılması sektörümüzün, küresel ölçekte bir üst lige çıkması açısından önem teşkil ediyor. Yurt dışından yabancı yatırımın ülkemize gelişi, ülkemizin üretimine, istihdamına ve ihracatına katkı sağlaması küresel çapta gücümüzü artırmamızı sağlayacaktır. Ayrıca sektörümüz yüksek teknoloji gerektiren ve katma değeri yüksek ürün gruplarını içeren ürünlerde ihracat potansiyeline sahip. Sektörümüzün yatırımlarının artması ve AR-GE faaliyetlerini artırması global ölçekte rekabet etme gücümüzü daha üst seviyelere çıkaracaktır.

Türk iklimlendirme sektörünün gelecek yıllarda AR-GE faaliyetlerini artırması, enerji verimliliği yüksek, teknolojik olarak ileri ve çevreci yaklaşımlarla üretilen ürünlerini pazara sunması için sektörel gelişmeleri yakından takip etmek ve bu gelişmelerden sektör firmalarını haberdar etmeyi hızlı büyüme dönemine ayak uydurabilmek açısından oldukça önemli bir görev olarak görüyoruz. Sektörümüz gelişime ve değişime hızlı reaksiyon gösteren bir yapıya sahip. Bu heves ve motivasyon da yerli üretim ve teknoloji geliştirebilmemiz açısından bir avantaj olarak karşımıza çıkıyor. İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği olarak tüm hedeflerimiz doğrultusunda yıllık planlarımızı yaparak çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Sektörümüzün yatırımlarının artması ve AR-GE faaliyetlerini artırması global ölçekte rekabet etme gücümüzü daha üst seviyelere çıkaracaktır.

PX-5.7

ÇİFT TARAFLI KAPAK YAKALAMA MANDALI
AMBIDEXTROUS SLIDE STOP

GÖVDEYE ENTEGRE THUMBREST
INTEGRATED THUMBREST

FİBER OPTİK ARPACIK
FIBER OPTIC FRONT SIGHT

SOĞUK DÖVME NAMLU
HAMMER FORGED BARREL

EMNİYETLİ TAKTİK TETİK
TACTICAL TRIGGER WITH TRIGGER SAFETY

DEĞİŞTİRİLEBİLİR ŞARJÖR KİLİDİ
REVERSIBLE MAGAZINE RELEASE

ÇİFT SIRA ÇELİK ŞARJÖR
DOUBLE STACK STEEL MAGAZINE

GÖVDEYE ENTEGRE MAGWELL
INTEGRATED MAGWELL

KALİBRE: 5.7x28 mm



Tisas
1993
www.tisasarms.com





**CubeBOX Blues DR Serisi
Çekmeceli Sistemler**



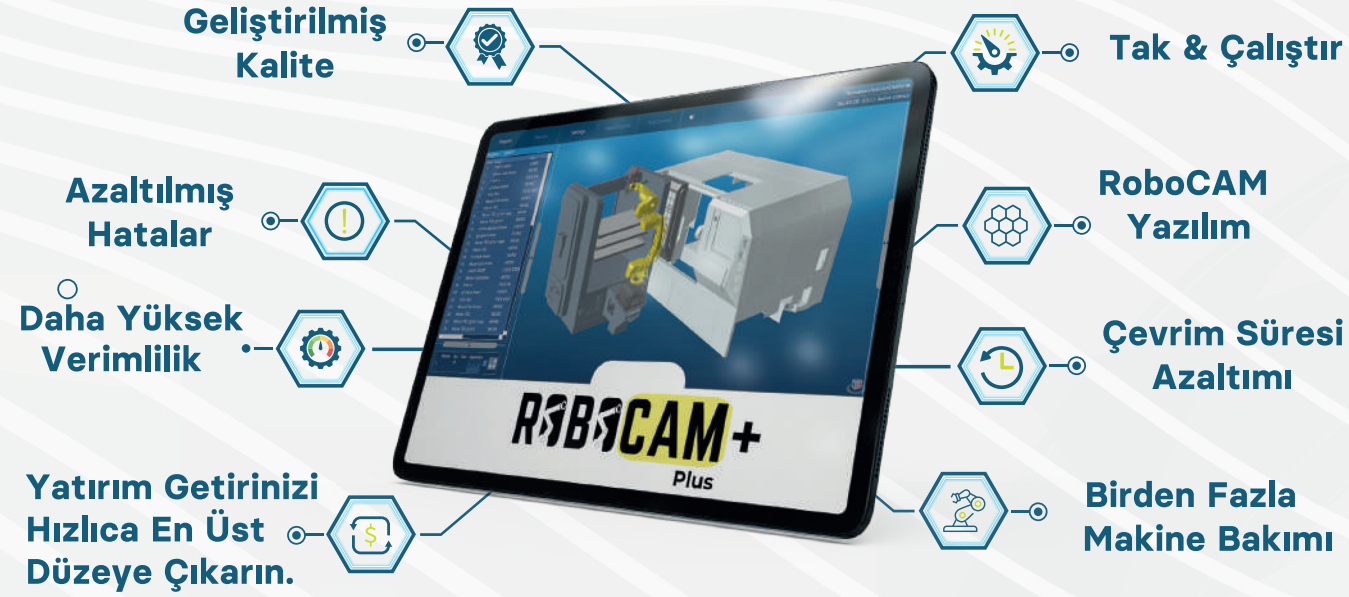
**CubeBOX Blues RT Serisi
Döner Tablalı Sistemler**



**CubeBOX Pallet Pool
Palet Yükleme Sistemleri**



**CubeBOX EcoLEAN Serisi
Hareketli Sistemler**



**CubeBOX Hexagon Tower
Kule Tipi Sistemler**



Tak-Çalıştır CNC Otomasyon Sistemleri

Tezmaksan Robot Teknolojileri'nin son teknoloji CNC otomasyon çözümüyle iş akışınızı optimize edin ve üretkenliğinizi en üst düzeye çıkarın. Hemen uzman ekibimizle iletişime geçin.

Dijital Dünyada Yeni Dönem



İzlemek Yerine Dinlemek

Dijital dünyada gözleri yoran ekranların yerini artık kulaklara seslenen içerikler almaya başladı. Podcast'ler, sesli kitaplar ve ses temelli platformlar kullanıcıyla kurduğu samimi bağ sayesinde sosyal medya anlayışını yeniden şekillendiriyor.

Hayatımızın büyük bölümünü ekranlara bakarak geçirdiğimiz bugünlerde görsel iletişim uzun zamandır dijital dünyanın baskın tarafıydı. Ancak şimdi bu alışkanlıklar yerini gözlerimizi dinlendirdiğimiz, kulaklarımızla bağ kurduğumuz bir medya çağına bırakıyor. Zamanın hızına ayak uydurmaya çalışan kullanıcılar için ses, yeni bir konfor alanı yarattı. Yolda, evde, sporda ya da ofiste... İçeriği dinlemek, giderek daha çok tercih edilen bir pratik hâline geliyor. İşte tam da bu noktada podcast'ler, sesli kitap uygulamaları ve ses temelli sosyal medya platformları teknoloji dünyasının yeni gözdesi olarak karşımıza çıkıyor. Podcast'ler yalnızca yedi yıl gibi bir sürede hızla artan dinleyici ilgisiyle neredeyse radyo kadar popüler hâle geldi. Dinleyiciler arasındaki fark yüzde 53'ten yüzde 7'ye kadar geriledi.

Ekransız bir deneyim sunan bu dijital ortam, sosyal medya anlayışını baştan tanımlıyor. Kullanıcılar artık yalnızca izlemiyor ya da okumasıyla yetinmiyor; dinleyerek bağ kuruyor, düşünceye ortak oluyor, hatta içerik üreticisiyle bir tür sesli diyalog kuruyor. Bu uygulamalar; teknoloji girişimcilerinin, gazetecilerin, aktivistlerin ve ünlü isimlerin de yeni buluşma noktası. Statista verilerine göre Nisan 2025 itibarıyla dünya genelinde 3,5 milyondan fazla aktif podcast ve dinleyicilerin seçebileceği toplam 175 milyondan fazla bölüm bulunuyor.

İÇTEN BİR MEDYA DENEYİMİ

Yaşanan bu dönüşüm, sadece kullanıcı deneyimiyle sınırlı



kalmıyor, içerik üreticileri için de yeni ifade alanları yaratıyor. Artık bir podcast bölümü, bağımsız bir gazetecinin güncel analizlerini milyonlara ulaştırabiliyor. Özellikle pandemi döneminde oldukça popüler bir platform olan Clubhouse gibi uygulamalar, fiziksel buluşmaların yerini alarak dijital panellerin, açık oturumların ve samimi sohbetlerin adresi oldu.

Bu sesli evrenin öne çıkan yönlerinden biri de topluluk duygusunu pekiştirmesi. Görüntüsüz bir iletişim biçimi olan ses, çoğu zaman daha samimi, daha içten bir etki yaratıyor. Bu yönüyle ses tabanlı medya, izleyici ile içerik üretici arasında derin bir etkileşim kurabiliyor.

PODCAST, DİNLEME ALIŞKANLIĞINI ZİRVEYE TAŞIDI

Bir zamanlar yalnızca belirli ilgi alanlarına hitap eden ve küçük

Nisan 2025 itibarıyla dünya genelinde 3,5 milyondan fazla aktif podcast ve dinleyicilerin seçebileceği toplam 175 milyondan fazla bölüm bulunuyor.



2025 yılı itibarıyla sesli kitap pazarının küresel gelirinin 9,84 milyar dolara ulaşması bekleniyor.

topluluklar arasında paylaşılan podcast'ler, bugün dijital medyanın en yaygın ve etkili araçlarından biri hâline geldi. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri'ndeki (ABD) yükselişi bu dönüşümün en dikkat çekici örneklerinden biri. 2006 yılında ABD'de yetişkin nüfusun yalnızca yüzde 20'si podcast'lerden haberdarken bugün bu oran yüzde 85'e ulaşmış durumda. Dahası, her ay yaklaşık 160 milyon Amerikalı podcast içeriklerini aktif olarak tüketiyor. Bu da podcast'in artık sadece bir "alternatif medya" türü değil, ana akımın bir parçası hâline geldiğini gösteriyor. Bu başarının ardında ise formatın sunduğu içerik çeşitliliği ve esneklik yatıyor. Eğlenceden habere, kişisel gelişimden kültür-sanata kadar hemen her alanda podcast üretimi yapılıyor. Bu da farklı yaş gruplarından, yaşam tarzlarından ve ilgi alanlarından gelen dinleyicilere ulaşmayı mümkün kılıyor.

PAZAR GENİŞLİYOR

YouGov'un 47 pazarda gerçekleştirdiği araştırmaya göre ankete katılan tüketicilerin yüzde 40'ı haftada bir saatten fazla podcast dinlediğini, yüzde 10'u ise haftada 10 saatten fazla dinlediğini söylüyor. Dinleyici kitlesi açısından bakıldığında, yalnızca ABD'de yaklaşık 129,9 milyon podcast dinleyicisi bulunuyor. ABD'yi 117,1 milyon kullanıcıyla Çin, 51,8 milyon ile Brezilya takip ediyor. Podcast'lerin küresel yükselişi özellikle Asya-Pasifik (APAC) bölgesinde dikkat çekici bir ivme kazanmış durumda. Yüzde 57 ile Endonezya, yüzde 52 ile Tayland, yüzde 47 ile Hindistan ve Vietnam haftada bir saatten fazla podcast dinleyen kullanıcı oranı

açısından küresel ortalamanın üzerinde yer alıyor. Ancak bu genel eğilime istisna teşkil eden bir ülke de var: Japonya. Teknolojiyle erken tanışmış olmasına rağmen, Japonya'da podcast dinleme alışkanlığı çok daha düşük seviyede. Ülkede haftada bir saatten fazla podcast dinlediğini belirten kullanıcı oranı sadece yüzde 10 düzeyinde.

TÜRKİYE'DE DE İLGİ ARTIYOR

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de sesli içerik üretimi giderek profesyonelleşiyor. Her geçen yıl artan yayın ağı sayısı ve bölüm hacmi, Türkçe podcast dünyasının yapısal bir büyüme ile ilerlediğini gösteriyor. PDDICT tarafından hazırlanan 2024 verilerine göre 2023'te 19 olan podcast yayın ağı sayısı, 2024 itibarıyla 24'e yükselmiş durumda. Benzer şekilde, küresel ölçekte dinleyicilere ulaşan Türkçe podcast programlarının sayısı bu yıl 20.777 olarak kaydedildi. 2024 yılında bir önceki yıla göre üreticilerin daha fazla sayıda bölüm yayınlayarak içeriklerini genişlettiği görülüyor. Öyle ki 2023'te 441.501 olan toplam Türkçe podcast bölümü sayısı, 2024 itibarıyla 490.844'e ulaşarak önemli bir artış gösterdi.

MARKALAR PODCAST'E YATIRIM YAPIYOR

Podcast dinleyici kitlesi her yıl katlanarak artarken bu yükseliş reklam dünyasında da güçlü bir karşılık buluyor. Markaların yeni nesil medya stratejilerinde sesli içerikler artık ana akım bir yere sahip. Bu dönüşüm, rakamlara da net şekilde yansıyor. 2025 yılı itibarıyla ABD'de podcast reklam harcamalarının 2,55 milyar dolara ulaşması bekleniyor. Bu, bir önce-

ki yıla kıyasla yüzde 11,84'lük bir artışa işaret ediyor. Global ölçekte ise tablo daha da çarpıcı. Dünya genelinde podcast reklam harcamalarının 2025'te yüzde 11'lik bir büyüme ile 4,46 milyar dolara erişeceği tahmin ediliyor.

Sesli mecraların artık yalnızca içerik üreticileri için değil, aynı zamanda reklamverenler için de sürdürülebilir ve kazançlı bir alan hâline geliyor. Tahminler bu ivmenin süreceğini gösteriyor. 2027 yılına kadar podcast reklam gelirlerinin 5 milyar doları aşması bekleniyor.

Podcast'in sunduğu reklam modelleri de bu başarıda kilit rol oynuyor. Klasik reklam spotlarının yanı sıra sunucu tarafından okunan sponsorluklar, entegre marka hikâyeleri ve hatta dinleyiciye özel içerik formatları sayesinde podcast reklamları, daha kişisel, daha bağ kuran ve daha etkili bir hâle geliyor. Dinleyiciyle kurulan bu samimi bağ, reklamın dönüşüm oranlarını artırırken markalar için podcast'i vazgeçilmez bir mecra hâline getiriyor.

DİJİTAL ANLATININ YENİ GÜCÜ: SESLİ KİTAPLAR

Dijitalleşmenin şekillendirdiği yeni medya düzeninde, sesli içerikler kalıcı bir dönüşümün parçası. Bu dönüşümün en dinamik aktörlerinden biri de hiç şüphesiz sesli kitap pazarı. Mobil cihazların yaygınlaşması, yaşam temposunun hızlanması ve çoklu görev alışkanlıklarının artmasıyla birlikte, sesli kitaplar dünya genelinde daha geniş kitlelere ulaşmaya başladı.

Statista verilerine göre 2025 yılı itibarıyla sesli kitap pazarının küresel gelirinin 9,84 milyar dolara ulaşması bekleniyor. Ancak asıl dikkat çekici olan pazarın önümüzdeki beş yıla yayılacak olan istikrarlı büyüme potansiyeli. Tahminlere göre 2025-2030 döneminde sesli kitap sektöründe



yıllık bileşik büyüme oranı yüzde 6,21 seviyesinde olması ve 2030 yılına gelindiğinde pazarın 13,3 milyar dolarlık bir hacme ulaşması bekleniyor.

KULLANICI SAYISI 1,8 MİLYARA YAKLAŞACAK

Yalnızca gelir değil, kullanıcı kitlesi açısından da ciddi bir büyüme öngörülüyor. 2030 yılına kadar sesli kitapları tercih eden kullanıcı sayısının 1,8 milyar kişiye ulaşması bekleniyor. Bu artış, kullanıcı penetrasyonunu 2025'teki yüzde 20,3 seviyesinden 2030'da yüzde 21,7'ye taşıyacak. Küresel gelir dağılımında ise ABD açık ara önde geliyor. 2025 yılı itibarıyla ülkede sesli kitaplardan elde edilecek gelirin 4,26 milyar dolar seviyesinde olması bekleniyor. Bu da toplam pazarın neredeyse yarısının yalnızca bir ülkeden geldiğini gösteriyor.

Eğlenceden habere, kişisel gelişimden kültür-sanata kadar hemen her alanda podcast üretimi yapılıyor. Bu da farklı yaş gruplarından, yaşam tarzlarından ve ilgi alanlarından gelen dinleyicilere ulaşmayı mümkün kılıyor.

SEÇİLİ ÜLKELERDEKİ PODCAST DİNLEYİCİLERİNİN SAYISI (2023)

Ülke	Aylık Podcast Dinleyicileri
ABD	129,9 milyon
Çin	117,1 milyon
Brezilya	51,8 milyon
Meksika	27,5 milyon
Almanya	22,1 milyon

2030 yılına kadar sesli kitapları tercih eden kullanıcı sayısının 1,8 milyar kişiye ulaşması bekleniyor. Bu artış, kullanıcı penetrasyonunu 2025'teki yüzde 20,3 seviyesinden 2030'da yüzde 21,7'ye taşıyacak.



Seyahatin Yeni Trendi Sürdürülebilir Lüks

Konuk deneyimi ile çevresel duyarlılığı aynı çatı altında buluşturan yeni nesil seyahat anlayışı sürdürülebilir lüks, çevreye zarar vermeden unutulmaz deneyimler sunmanın mümkün olduğunu kanıtlıyor.

Günümüzde her şey gibi seyahat anlayışı da hızla evriliyor. Artık tatil denildiğinde akla sadece beyaz kumsallar ve berrak denizler gibi klasik imgeler gelmiyor. Yeni nesil tatil severler, dinlenmekle yetinmiyor; çevreyle uyumlu, etik değerlere saygılı ve yerel topluluklarla bağ kuran anlamlı deneyimlerin peşine düşüyor. Bu farkındalık, lüks tatil anlayışını da radikal biçimde dönüştürmüş durumda.

Lüks artık yalnızca gösterişli villalar ya da gurme tabaklardan ibaret değil. Gerçek lüks, doğaya zarar vermeden onunla uyum içinde yaşamayı başarabilmekte yatıyor. Bu yeni anlayış da dünyaya saygılı olmayı, karbon ayak izini minimize etmeyi ve doğanın kendisiyle uyum içinde bir konaklama sunmayı önceliyor.

Ve bu yeni anlayış, yalnızca seyahati değil, yaşamı da dönüştürüyor. Her tatil, biraz daha doğaya yaklaşmak, biraz daha bilinçlenmek ve biraz daha paylaşmak için bir fırsat hâline geliyor. Sürdürülebilir lüks, bu anlamda sadece bir konsept değil; yaşamla, doğayla ve kendimizle kurduğumuz ilişkinin en rafine hâli olarak öne çıkıyor.

ÇEVRE VE KONUK DENEYİMİ ARASINDAKİ KUSURSUZ DENGE

Gezegeni korurken aynı zamanda da misafirlerine olağanüstü deneyimler sunmak... Bu iki kavram, uzun süre bir araya gelemeyecek kadar zıt görünüyordu. Ancak artık

dünyada yeni bir misafirperverlik anlayışı yükselmeye başladı. Hem doğayı gözetken hem de konuklarını, sınırları zorlayan deneyimlerle buluşturan sofistike bir yaklaşım.

Sürdürülebilirliğin rehberliğinde şekillenen yeni tatil anlayışı eko-turizm ile lüksün göz alıcılığını aynı potada buluşturuyor. Sürdürülebilir lüks tatil köyleri yalnızca çevreye duyarlı olmakla kalmıyor, aynı zamanda bulunduğu yerin ruhunu da yaşıyor. Böylece tatil hem bedeninin hem de zihnin ve ruhun dinlendiği çok katmanlı bir deneyime dönüşüyor.

Luxury Lifestyle Awards'ın 2024 "Dünyanın En Sürdürülebilir 100 Otel ve Tatil Köyü" listesi, bu anlayışın en kapsamlı değerlendirilmesini sunuyor. Listeye giren her tesis, sürdürülebilirliğe olan güçlü bağlılığıyla öne çıkıyor. Bu prestijli seçkide yer almak, sadece doğayla uyumlu olmak değil; aynı zamanda çevre, toplum ve konuk deneyimi arasında kusursuz bir denge kurabilmek anlamına geliyor.

Bu otellerin çoğu, sürdürülebilirliğin sadece çevreyle sınırlı olmadığını biliyor. Hizmet verdikleri bölgelerde yerel ekonomilere katkı sunmak, kültürel mirası korumak ve adil istihdam olanakları yaratmak, onların başarısının temelini oluşturuyor. Yerel üreticilerle iş birliği yapan mutfaklar, geleneksel zanaatkarlığı yaşatan butik dükkanlar ve yerli rehberlerle düzenlenen kültür turları sayesinde, konuklar yalnızca bir tatil değil, anlam dolu bir bağ kuruyorlar.

Dünyanın dört bir yanındaki eko-tatil köyleri için çitayı yükselten Islas Secas'ın, enerjisinin yüzde 100'ü güneşten üretiliyor, gıda atıklarının yüzde 100'ü geri dönüştürülüyor ve atık suların yüzde 100'ü sulama için yeniden kullanılıyor.

PANAMA'NIN İHTİŞAMLISI: ISLAS SECAS

Dev mantarlar, yunus sürüleri ve göç eden kambur balinalar... Bunlar, Panama'nın Pasifik kıyısı açıklarındaki ekosistemde bulunan deniz canlılarından sadece birkaçı. Özel mülkiyete ait Islas Secas takımadaları, bu gelişen deniz ortamının kalbinde, UNESCO Dünya Mirası Coiba Ulusal Deniz Parkı'na sadece kısa bir tekne yolculuğunda yer alıyor.

2019'un aralık ayında açılan ada, 18 misafiri ağırlayabilen dört ayrı eve sahip bir eko-tatil köyü. Her konut, adanın yemyeşil tropikal ormanı içinde özel bir sığınak gibi hissettiriyor ve bir açık teras, dalma havuzu ve sazdan çatılı kulübeye sahip. Tesisin merkezinde, adanın odak noktası olan Terraza, konukların yerel yakalanmış deniz ürünlerini sipariş edebilecekleri benzersiz bir açık hava keyif alanı. Terraza'nın yanında bölgeden elde edilen arkeolojik eserler ve küçük bir kütüphane içeren Hemingway tarzı bar ve salon bulunuyor.

Dünyanın dört bir yanında-ki eko-tatil köyleri için çitayı yükselten Islas Secas, gücünü çevreyle uyumundan alıyor. Enerjisinin yüzde 100'ü güneşten üretiliyor, gıda atıklarının yüzde 100'ü geri dönüştürülüyor ya da kompost ediliyor ve atık suların yüzde 100'ü sulama için yeniden kullanılıyor. Adaların yüzde 75'i tamamen el değmemiş durumda. Tamamen sertifikalı, sürdürülebilir ahşaptan inşa edilen otelde tek kullanımlık plastik şişe kullanılmıyor. Özel olarak finanse edilen Islas Secas Vakfı, bölgedeki arazi,

su ve yaban hayatı koruma kuruluşlarının yanı sıra yerel topluluk programlarını da destekliyor. Yakın zamanda tesis içinde, göç eden kambur balinaların gözlemlenebileceği bir saha istasyonu açılacak. Konuklar da araştırma ve koruma çalışmalarına katılmaya teşvik ediliyor.

HİNT OKYANUSU'NUN SEÇKİN ADASI: THANDA

2016 Dünya Seyahat Ödülleri'nde "Dünyanın Önde Gelen Ayrıca- lıklı Özel Adası" seçilen Thanda, tüm yıl boyunca deniz yaşamı hakkında bilgi veren eko-turizm harikalarından biri. Hint Okyanusu üzerinde, Tanzanya açıklarında bulunan Thanda, tek bir lüks villaya ve iki bandasa (plaj tipi dağ evleri) sahip tropikal bir ada.

Ada, bir yandan konuklarına modern yaşamın koşuşturmacasından kaçma olanağı tanırken, diğer yandan çeşitli koruma programları ile okyanusa saygı duruşunda bulunuyor. Tanzanya Deniz Parkları ve önde gelen STK Sea Sense ile iş birliği içinde hareket eden tesis; balık tutma yasağı, düzenli araştırmalar ile mercan resiflerinin sağlığının izlenmesi ve rehabilitasyonu ile deniz yaşamının gelişmesi programlarını uyguluyor. Thanda, her gün yerel manzaraları kaydedip belgeliyor. Ve tüm bunlar tesisin çalıştırdığı deniz biyologlarınca yapılıyor. Biyologlar, konuklara dalış ve şnorkelle yüzme gezileri konusunda rehberlik ederken; mercanların korunması, deniz çevresinin geleceği ve bilincin gelişmesi için farkındalık da yaratmaya çalışıyor.



Tesis; modern, akıllı ve lüks mekân konforu ile ekolojik bilincin bir karışımını sunuyor. Thanda, Tanzanya'nın en büyük ikinci güneş enerjisi çiftliğine sahip. Adadaki tüm tatlı su, deniz suyunun filtrelmesi ile elde ediliyor.

ADA RUHU LÜKSLE BULUŞUYOR: SAIİ PHI PHI ISLAND VILLAGE

SAii Phi Phi Island Village; Tayland'ın incisi Phi Phi Adaları'nın kalbinde, palmiye ağaçlarının gölgesinde, mercan resiflerinin kıyısında gizlenen bir dünya. El değmemiş bir doğa parçasının

ortasında hem sade hem etkileyici; hem zarif hem de çevreci bir kaçış noktası âdetâ. "Tatil" kelimesinin modern gezgin için yeniden tanımlandığı bu lokasyon, 800 metrelik özel sahiliyle Andaman Denizi'ne açılıyor ve 70 dönümlük hindistancevizi ağaçlarıyla çevrili tropikal bir vahada konumlanıyor. Geleneksel Tay mimarisinden ilham alan 189 bungalow ve doğayla iç içe 12 özel havuzlu villa, sizi doğanın içinde ama her detayda incelikli bir konforla karşılıyor. Öyle ki burası lüksün abartıya kaçmadan, sadelikle nasıl parlayabileceğini hatırlatıyor.

İkinci kez kazandığı Green Globe™ sertifikası ve aldığı Altın Seviye Green Hotel Ödülü, sadece estetik değil etik olarak da önde bir tatil merkezi olduğunu kanıtıyor. Resort'ün kalbinde yer alan Marine Discovery Centre, bölgedeki deniz yaşamını koruma amacıyla yürütülen bilimsel projelere ev sahipliği yapıyor. Mercan bahçeleri yeniden ekiliyor, palyaço balıkları ve nadir bambu köpekbalıkları doğal yaşama kazandırılıyor. Aynı zamanda doğaya katkı sunan SAii Phi Phi Island Village'da plastik tüketimi sıfırlanmış durumda. Kıyı temizliği ve mangrov dikimi

gibi projelerle de yerel topluluklarla sıkı bağlar kuruluyor.

MUSCAT'TA ALTIN BİR SESSİZLİK: SHANGRI-LA AL HUSN

Bazen bir yer sadece bir otel olmanın dışında iyi düşünülmüş bir kaçış olur. Umman Körfezi'nin maviyle altın arasında parlayan kıyılarında, Hajar Dağları'nın koruyucu gölgesinde yer alan Shangri-La Al Husn Resort & Spa, tam olarak böyle bir yer. Otel, Muscat'ın zarif ruhunu doğayla barıştıran, lüksü sorumlulukla harmanlayan çok katmanlı bir deneyim sunuyor. İsmi "kale" anlamına gelen Al Husn, zarif bir mahremiyetle çevrili, yalnızca 16 yaş üstü konuklara açık seçkin bir tatil cenneti.

Muscat'ın geleneksel zarafetinden ve Arap mimarisinin asil çizgilerinden ilham alan 180 odalı bu resort, sanki binbir gece masallarını modern bir zarafetle yeniden yazıyor. Sonsuzluk havuzundan süzülen gün batımı, özel plajda sadece dalga sesine eşlik eden bir huzur, bakır tonlarında işlenmiş detaylarla bezenmiş suitler... Hepsi doğayla uyum içinde tasarlanmış.

Ama Al Husn sadece lüks bir konaklama değil, bilinçli bir yaşam tarzının da yansıması. Shangri-La'nın Care for Nature ve Care for

Muscat'ın geleneksel zarafetinden ve Arap mimarisinin asil çizgilerinden ilham alan Shangri-La Al Husn, sadece lüks bir konaklama değil bilinçli bir yaşam tarzının yansıması olarak doğayla omuz omuza bir duruş sergiliyor.



Casa di Langa

People girişimleriyle, hem çevreye hem de yerel topluluklara gerçek anlamda katkı sunuluyor. Tesis genelinde plastik kullanımına son verilmiş; su ikmal istasyonları, elektrikli servis araçları, yerel üreticilerle sürdürülebilir tedarik zincirleriyle adeta doğayla omuz omuza bir duruş sergileniyor.

BAĞLARIN KALBİNDEKİ SESSİZ BİR ZARAFET: CASA DI LANGA

İtalya'nın kuzeyinde, Piemonte'nin kıvrımlı tepeleri arasında gizlenmiş zarif bir düş var: Casa di Langa. UNESCO korumasındaki Langhe bölgesinin bağlar, fındık ağaçları ve beyaz trüf ormanlarıyla sarılı bu özel köşesi, doğayla uyumlu bir hayatı estetik bir zarafetle buluşturuyor.

Casa di Langa sadece bir otel değil, duylulara adanmış bir deneyim de sunuyor. Çünkü oteldeki her detay, sürdürülebilir bir yaşam felsefesine dayanıyor. Green Globe sertifikalı Casa di Langa, yüzde 50'ye yakın enerji ihtiyacını güneş

panelleri ve jeotermal sistemlerle sağlıyor. Atıklar, su kullanımı, yapı malzemeleri... Bu otelde, her şey yeniden düşünülerek yeniden anlamlandırılmış. Ancak çevre dostu olmak, lüksten ödün vermek anlamına gelmiyor. 39 zarif odanın her biri, özel teraslardan vadiye açılıyor. FSC sertifikalı ahşap, doğal taşlar ve yerel işçiliğin yansıdığı detaylar, sade ama sofistike bir konfor sunuyor. Fàula Restaurant, bahçeden toplanan malzemelerle hazırlanan tabaklarıyla adeta doğayı tabağa taşıyor. Ayrıca Spa'da kullanılan yağlar bile tesisin kendi bitkilerinden elde ediliyor.

AKDENİZ'DEKİ RAFİNE KAÇIŞ DURAĞI: GURAL PREMIER TEKİROVA

Toroslar'ın eteklerinden Akdeniz'in maviliklerine uzanan Tekirova'da, sadece bir tatil değil; doğaya duyarlı, rafine bir yaşam deneyimi sunuluyor. Gural Premier Tekirova, sürdürülebilir lüks anlayışını yeniden tanımlayan nadir adreslerden biri. Ormanın

kalbinde yer alan bu zarif resort, Akdeniz'in huzurunu doğayla kusursuz bir uyum içinde sunuyor.

Geniş bahçeler arasında konumlanan villalar, her detayında konforu ve estetiği ön planda tutuyor. 500 metrelik özel plajı, 26 kaydıraklı aquaparkı ve çocuk dostu olanaklarıyla hem aileler hem çiftler için kusursuz bir atmosfer yaratan Gural Premier'in asıl ayrıcalığı, çevreyle kurduğu güçlü bağda saklı. GSTC onaylı sürdürülebilirlik sertifikası ve uluslararası çevre ödülleriyle taçlanan tesis, atık yönetiminden yenilenebilir enerji kullanımına kadar pek çok alanda yeşil politikaları hayata geçiriyor. Tek kullanımlık plastikleri minimuma indiren uygulamalar, filtreli su istasyonları ve yerel üreticilerle yapılan tedarik zinciri yönetimiyle hem doğaya hem topluluğa değer katıyor. Gural Premier Tekirova, klasik tatil anlayışını geride bırakıp, gezegene saygılı yeni nesil lüksü deneyimlemek isteyenler için tasarlanmış bir mekân.

TİSAŞ, İhracatla Birlikte Zirveye Tırmanıyor

Son yıllarda savunma sanayii-ne yönelik yaptığı yatırımlar ile kendinden söz ettiren TİSAŞ, sadece ihracat performansı ile değil, aynı zamanda inovatif ürün geliştirme gücüyle de Türk savunma sanayisinin parlayan yıldızlarından biri hâline geldi.

Oluşturduğu yüksek katma değerli silah sistemleri sayesinde özellikle ihracat kanadında ciddi bir yükseliş elde eden firma, hem savunma projelerinde güvenlik güçlerinin önemli tedarikçileri arasında yer aldı hem de Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından başarılı bulunan "İlk 1000 ihracatçı" firmalarından biri oldu.

65 ÜLKEYE İHRACAT

Çeyrek asra yakın bir tecrübeyi teknolojik alt yapı sistemleri ile birleştiren firma, sahip olduğu üretim kapasitesinin yüzde 85'lik kısmını ihracata yönlendiriyor. Bu durum hem firmanın ürün kalitesini hem de marka değerini üst seviyelere taşıyor.

Konuyla ilgili bilgi veren Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Murat Alemdaroğlu, "Amacımız yalnızca ürün ihracatı değil, aynı zamanda yerli ve millî mühendislik çözümleriyle Türk savunma sanayiini dünyada temsil etmek. TİM'in verileri ışığında belirlenen ve Cumhurbaşkanımız tarafından duyurulan "en fazla ihracat yapan 1000 firma" listesinde yer almak firmamız açısından gurur verici. Elde ettiğimiz bu başarı, şirketin sadece hacimsel değil, yüksek teknolojiye dayalı ve yenilikçi ürünlerle de ihracat yaptığını gösteriyor. Özellikle profesyonel kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik geliştirilen ve sahada test edile-



rek sunulan özgün çözümler bizi rakiplerimizden kolayca ayırıyor. Ürün başına oluşan katma değer yüksekliği ise bu alandaki başarımızın en önemli göstergesi oluyor. Hedefimiz, üzerinde çalıştığımız yenilikçi projelerle ihracat değerlerimizi daha üst seviyelere yükseltmek." dedi.

SAVUNMA SANAYİİNDE ÖZGÜN VE YERLİ ÇÖZÜMLER

İhracatın yanı sıra kolluk güçlerinin de ihtiyacının karşılayan firma bu alanda da iyi bir konuma sahip. Başta ülkemiz olmak üzere birçok ülkenin güvenlik birimlerine yönelik projelerinde de aktif şekilde yer alıyor. Firmanın üretimini yaptığı silahlar, NATO standartlarına uygun olarak zorlu şartlar altında test ediliyor ve kullanıma alınıyor. Elde edilen bu başarı hem Türkiye'nin ekonomik gücüne katkı sunuyor hem de Türk savunma sanayiini küresel ölçekte başarıyla temsil ediyor.



Murat Alemdaroğlu
Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı



Asude Meray Arslan
END Çözüm Kurucusu

END Çözüm

Dijital Dönüşümün Üretimdeki Akıllı Yüzü

Yerli ve yenilikçi teknolojileriyle üretimde akıllı sistemleri herkes için ulaşılabilir hâle getiren END Çözüm, makine verilerinden tarım otomasyonuna, üretimde verimlilik ve izlenebilirliği herkes için mümkün kılıyor.

Dijital dönüşüm stratejisinin merkezine akıllı üretim ve akıllı fabrikaları yerleştiren END Çözüm, pazardaki hangi boşluğu doldurmak üzere kuruldu?

END Çözüm, üretim sektöründe dijitalleşmenin artık bir lüks değil, bir zorunluluk hâline geldiği pandemi döneminde kuruldu. Biz, özellikle üretim firmalarının dijital dönüşüm yolculuğunda ihtiyaç duydukları yerli ve uygun maliyetli çözümlerin eksikliğini fark ettik. Akıllı üretim teknolojilerini, daha erişilebilir, esnek ve özelleştirilebilir bir formatta sunma hedefiyle yola çıktık. Kısacası, üretimde verimlilik ve izlenebilirliği dijital araçlarla sağlamayı herkes için mümkün kılmak istedik.

Akıllı üretim kavramı, END Çözüm'ün hizmet modelinde nasıl bir yer tutuyor?

Akıllı üretim, bizim için sadece bir kavram değil tüm çözüm yapımızın temel direği. Geliştirdiğimiz sistemlerde makine/sensör verilerinin anlık takibinden, üretim süreçlerinin analizine, kestirimci bakım algoritmalarından, enerji tüketim simülasyonları ve optimizasyonuna kadar pek çok akıllı modül yer alıyor. Ayrıca üretim bizim için sadece fabrikalarda gerçekleşmiyor. Abu Dabi'de kapalı ve kontrollü ortamda buğday ve pirinç yetiştiren bir tesisin tüm sulama, gübreleme,

gün ışığını simüle eden ışıklandırma ve iklimlendirme gibi sistemlerini otomasyon ve yazılımlarla kontrol ettiğimiz bir akıllı tarım projemiz de bulunuyor. Endüstriyel IoT sensörleriyle donattığımız üretim hatlarından aldığımız verileri, yapay zekâ destekli analizlerle işleyerek işletmelere gerçek zamanlı içgörüler sağlıyoruz.

Kullanıcılarınıza hangi alanlarda ne gibi çözümler sunuyorsunuz?

END Çözüm olarak ağırlıklı olarak otomotiv ve yan sanayinde çalışsak da tüm üretim sektörlerinde uygulanabilecek çözümler sunuyoruz. Üretim izlenebilirliği, kalite kontrol, anlık verimlilik takibi, mikron seviyesinde hassas ölçüm gibi alanlarda müşterilerimize sahada uygulanabilir çözümler geliştiriyoruz. En büyük avantajımız yetkinlik alanlarımızın kapsamlı olması. Dijital dönüşüm projelerinde otomasyon ve makine revizyonlarından, dijital dönüşüm olgunluk seviyesi belirleme (SIRI) ve üretim süreçleri danışmanlığına, yazılım geliştirme projelerinden, makine öğrenmesi ve yapay zekâ uygulamalarına kadar geniş bir yelpazede çözüm ve hizmet sağlayabiliyoruz. Yanı sıra kullanıcı dostu arayüzlerimiz, esnek entegrasyon kabiliyetimiz ve hızlı devreye alma sürecimiz bizi rakiplerimize göre daha farklı kılıyor.

Günümüz üretim dünyasında veri analitiği, yapay zekâ ve otomasyon gibi teknolojilerin rolü hakkında neler söylersiniz?

Veri, uzun zamandır firmaların en önemli varlığı ve üretimin en kritik girdilerinden biri. Ham veriyi anlamlı hâle getirmek, doğru zamanda doğru kararları almak açısından hayati önemde. END Çözüm olarak sistemlerimizde anlık veri toplama ve analiz alt yapısının üzerine yapay zekâ tabanlı öngörüsül modelleri entegre ediyoruz. Örneğin; üretimde dar boğaz analizi yapan, hata/duruş nedenlerini sınıflandıran ya da bakım ihtiyacını önceden tahmin eden yapay zekâ modüllerimiz var. Tüm bu teknolojileri, sahada kolayca uygulanabilir şekilde entegre ediyoruz.

END Çözüm'ün kurulduğu günden bu yana geldiği noktayı nasıl tanımlarsınız?

Kuruluşumuzdan bu yana geçen sürede çok hızlı bir evrim geçirdik. İlk başta tek bir üretim hattında başlattığımız pilot uygulamalar, bugün birçok farklı hatta ve firmada aktif olarak kullanılan geniş kapsamlı dijital üretim yönetimi platformlarına dönüştü. Kullanıcılarımızdan aldığımız geri bildirimler ve sahadaki gerçek ihtiyaçlar sayesinde çözümlerimizi sürekli geliştirdik. Şu anda sadece Türkiye'de değil, ihracat yapan

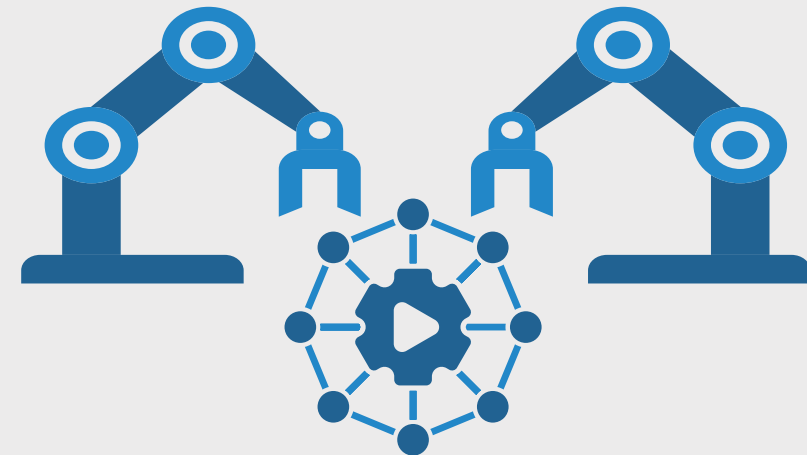
firmaların yurt dışı operasyonlarında da aktif rol alıyoruz.

2025'in ilk yarısı END Çözüm için nasıl geçti?

İlk yarı, bizim için ürün olgunlaşması açısından oldukça verimli geçti. Özellikle 2024'te başlattığımız yurt dışı pazarına açılma hedefimiz doğrultusunda önemli iş birlikleri gerçekleştirdik. 2026 itibarıyla ise Birleşik Arap Emirlikleri'nde ilk fazını gerçekleştirdiğimiz "Kontrol-lü Kapalı Alanda Topraksız Dikey Tarım" projemizin ikinci fazına geçmek gibi hedeflerimizin yanı sıra Almanya gibi daha rekabetçi pazarlarda yer almayı hedefliyoruz. Orta vadede yapay zekâ yeteneklerimizi daha da güçlendirerek, yöneticilere asistanlık yapabilecek kurumsal karar destek sistemlerine odaklanmayı planlıyoruz.

TİM-TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

TİM-TEB Girişim Evi, özellikle iş modelimizi doğru kurgulama, büyüme stratejimizi netleştirme ve doğru networklere ulaşma konusunda bize çok değerli katkılar sağladı. Özellikle mentörlük desteği, stratejik kararlarımızda yol göstericiydi. Kadın girişimcilere sağlanan bu destek mekanizmasının parçası olmak bizim için hem ilham verici hem de güçlendirici bir deneyim oldu. Desteklerinden dolayı tüm ekibe teşekkürlerimizi iletiyoruz.



Endüstriyel IoT sensörleriyle donattığımız üretim hatlarından aldığımız verileri, yapay zekâ destekli analizlerle işleyerek işletmelere gerçek zamanlı içgörüler sağlıyoruz.



Ecem Efendi Erdem
Moldia Biyoteknoloji
Kurucusu

Moldia Biyoteknoloji

Bilimle Uykuyu Buluşturan Yenilik

Hijyenik yataklardan kişiye özel genetik tanı sistemlerine uzanan ve bilimi, toplum sağlığına hizmet eden çözümlere dönüştüren Moldia Biyoteknoloji, doğaya duyarlı ve insan odaklı bir anlayışla hareket ediyor.

Moldia Biyoteknoloji'nin yola çıkış hikâyesini dinleyebilir miyiz?

Üniversite yıllarımdan bu yana girişimcilğe büyük bir ilgi duydum ve bu alanda farklı eğitimler tamamladım. Çabalarımın somut bir karşılığı olarak 2022 yılında “TÜBİTAK 1512 BİGG” programı kapsamında projemizin desteklenmesiyle girişimcilik yolculuğum resmiyet kazandı. Kabul edilen projemiz, “Mite İnhibe Eden Hijyenik Yatak Prototipi”ydi. Bu proje ile özellikle astım hastalarının gece ataklarını azaltmayı hedefledik. Adından da anlaşılacağı üzere, ev tozu akarları (mite) ve diğer mikroorganizmaları yatak içerisinden uzaklaştıracak, hijyenik ve yenilikçi bir yatak tasarımı üzerinde çalıştık.

Bu projenin temelleriyle başlayan serüven sonucunda kurulan Moldia Biyoteknoloji; biyoteknoloji, nanoteknoloji, kanser genetiği, genetik hastalıkların tanısı ve biyomühendislik gibi birçok çalışma alanında faaliyet gösteriyor. Lisansüstü eğitimimi kanser genetiği, pediatrik lösemi üzerine tamamladım. Bu alanda, tanı ve tedavi süreçlerinde hızlı ve doğru genetik analizlerin yapılabilmesi büyük önem taşıyor. Bu motivasyonla güncel çalışmalarımızda mikroakışkan çip sistemleri

üzerine yoğunlaştık. Amacımız; lösemi gibi hastalıklarda genetik değişimleri hızlı, doğru ve uygun maliyetli şekilde analiz edebilecek yenilikçi sistemler geliştirmek. Moldia olarak temel hedefimiz; bilimsel bilgi birikimini erişilebilir, uygulanabilir ve toplum sağlığına doğrudan katkı sunacak ürünlere dönüştürmek.

Ürün yelpazeniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Moldia Biyoteknoloji bünyesinde çalışmalarımız proje bazlı olarak ilerliyor. Kanser genetiği ile tanı ve tedavi alanında kullanılabilecek ürünlerin AR-GE süreçleri devam ederken başarıyla tamamladığımız TÜBİTAK projemizin ürünü MİTEX'in satışını, Whis Bett markamız altında gerçekleştiriyoruz. Whis Bett, Türkiye'nin ilk biyoteknolojik yatak markası olma özelliğini taşıyor. MİTEX, alerjik astım gibi solunum yolu hastalıklarına sahip bireyler başta olmak üzere tüm yetişkin ve çocukların kullanımına uygun olarak geliştirilmiş bir uyku ürünü. Yatak içinde barınan alerjenlere özgü tasarlanan mikroakışkan çip sayesinde kullanıcılar mobil uygulama aracılığıyla yatak içi kirlilik düzeyini takip edebilir ve yatak iç yüzey temizliğini aktif olarak gerçekleştirebiliyor.

İnovatif, biyoteknoloji ve sürdürülebilirlik odaklı markanız Whis Bett nasıl bir kimliğe sahip?

Whis Bett olarak; doğal, sürdürülebilir ve çevre dostu yatak modellerimizin yanı sıra hibrit yapılı ürünlerimizle de sektörde yer alıyoruz. Bir moleküler biyolog, bir makine mühendisi ve yılların deneyimine sahip bir üretim müdürü olarak çıktığımız bu yolculukta, kaliteli uykuyu herkes için ulaşılabilir kılmayı hedefliyoruz.

İnovatif ve kişiye özel tasarımlarımızla yalnızca konforu değil, aynı zamanda sağlıklı uykuyu da merkeze alan bir uyku kültürü inşa etmeye çalışıyoruz. Whis Bett olarak uykunun yaşam kalitesi üzerindeki etkisini odağımıza alıyor, yataklarımızı yalnızca bir uyku aracı değil, aynı zamanda bir iyileşme alanı olarak konumlandırıyoruz. Markamızın temelini; kalite, inovasyon, biyoteknoloji ve sürdürülebilirlik oluşturuyor.

Nanoteknoloji tabanlı çözümlerinizi biyoteknolojiyle nasıl entegre ediliyor?

Özellikle kanser genetiği alanındaki projelerimizde nanoteknoloji ve biyoteknolojiyi bir arada kullanıyoruz. Bu sayede hastalıkları daha erken ve hassas biçimde tespit edebilmenin yanı sıra daha etkili ve hedefe yönelik tedavi yöntemleri geliştirebiliyoruz. Tanı aşamasında, geliştireceğimiz mikroakışkan çip sistemleri sayesinde kan veya kemik iliği gibi örneklerden genetik değişimleri hızlı ve doğru şekilde analiz etmeyi amaçlıyoruz. Bu genetik analizler, özellikle lösemnin doğru ve hızlı alt sınıflandırılmasını sağlarken alt tipe özgü tedavi planlamasında da önemli avantajlar sunuyor. Ürünlerimiz,

yerli üretim ve yüksek kalite standartlarını gözetken, bilimsel çözümleri daha geniş kitleler için ulaşılabilir kılmayı amaçlayan bir yaklaşımla şekilleniyor.

İş yapış süreçlerinizde var oluşunuzu dayandırdığınız temel ilkeler nelerdir?

Bilimsel doğruluk, etik değerler, yerli üretim odaklılık ve toplumsal fayda iş yapış süreçlerimizin temelini oluşturuyor. Ne kadar çok aileye dokunursak o kadar mutlu oluyoruz. Whis Bett'te ise iş yapış biçimimizi bilimsel yaklaşım, sürdürülebilir üretim, yüksek kalite ve erişilebilirlik üzerine inşa ettik. Her yatağımızın arkasında hem mühendislik hem de laboratuvar deneyimiyle şekillenen bir sistem var. Özetle; bilim temelli, doğaya duyarlı ve insan odaklı bir anlayışla hareket ediyor, bu değerleri her ürünümüzde yansıtıyoruz.

Sürdürülebilirlik sizin için ne ifade ediyor?

Sürdürülebilirlik özellikle Whis Bett özelinde büyük önem taşıyor. Küçük ölçekli bir üretici olarak şu anda en çok malzeme seçiminde çevre dostu alternatiflere yöneliyoruz. Enerji verimliliği ve atık yönetimi gibi üretim süreçlerinde henüz kapsamlı bir altyapımız olmasa da bu alanlarda geleceğe yönelik somut hedeflerimiz var. Önümüzdeki dönemde, atıkları yeniden değerlendirebileceğimiz ürün tasarımları geliştirmeyi, üretimimizi Yeşil Mutabakat projeleri kapsamında güçlendirmeyi ve çevresel etkisi düşük, sürdürülebilir bir üretim modeli kurmayı amaçlıyoruz. Adımlarımız henüz küçük olsa da yaklaşımımız kararlı ve geleceğe dönük.

HEDEF VE BAŞARILAR

İlk etapta küçük ama sağlam temellerle başladığımız yolculukta, hedeflerimiz büyük, sürecimiz uzun. 2025'in kalan döneminde, mevcut üretim süreçlerimizi daha verimli hâle getirmek, yerli üretim kapasitemizi artırmak ve sürdürülebilirlik konusunda somut adımlar atmak önceliklerimiz arasında yer alıyor. Aynı zamanda bilimsel gelişmeleri yakından takip ederek, inovatif yaklaşımlarımızı hem ürün geliştirmeye hem de hizmet kalitesine entegre etmeyi hedefliyoruz.



MAPEG'e Yönelik Düzenlemeler Yapıldı

Yeni karara göre Maden ve Petrol İşleri Genel Müdürlüğünün (MAPEG) bütün mal ve varlıkları devlet malı hükmünde olacak ve haczedilemeyecek. Bunlar aleyhine işlenen suçlar devlet malları aleyhine işlenmiş sayılacak.

4 Haziran 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 7549 Bazı Kanunlarda ve 660 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun kapsamında Maden Kanunu'nda yapılan değişikliğe göre Maden ve Petrol İşleri Genel Müdürlüğünün (MAPEG) bütün mal ve varlıkları devlet malı hükmünde olacak ve haczedilemeyecek. Bunlar aleyhine işlenen suçlar devlet malları aleyhine işlenmiş sayılacak.

MAPEG, ilgili mevzuat kap-

samındaki görevleri dolayısıyla yapacağı işlemler yönünden, katma değer vergisi ve özel tüketim vergisi hariç her türlü vergi, resim, harç ve paydan tapu ve kadastro işlemlerinden kaynaklanan her türlü döner sermaye ücretinden muaf olacak. Ancak, yargı harçlarının MAPEG'in haklılığı nispetinde karşı taraftan tahsiline, ilgili mercii tarafından karar verilecek.

MAPEG'in gelirleri, vergiden müstesna olacak. Bu istisna, Gelir Vergisi Kanunu ile Kurumlar

Vergisi Kanunu uyarınca yapılan kesintileri kapsamayacak.

YAPI DENETİMİ UYGULAMA YÖNETMELİĞİNDE DEĞİŞİKLİK YAPILDI

12 Haziran 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Yapı Denetimi Uygulama Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile yapı denetim kuruluşlarından alınan teminatlarla ilgili yeni bir düzenlemeye gidildi.

Daha önce her yıl ÜFE'ye göre güncellenen teminat tutarları, 2026 yılından itibaren TÜFE ve ÜFE ortalamasına göre belirlenecek. Vatandaşların yapı denetim hizmetinden faydalanmasını kolaylaştırmak için yapı inşaat alanı 500 metrekareye kadar olan yapılar ile yapı denetim hizmet sözleşmesi bedeline esas kalan inşaat alanı 500 metrekare kadar olan yapılar, Elektronik Dağıtım Sistemi dışında tutuldu.

Böylece daha önce Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı'nın Elektronik Dağıtım Sistemi ile atayıp zorunlu tuttuğu kuruluş dışında yapı denetim hizmeti almakta güçlük çeken yapı sahiplerine istedikleri yapı denetim kuruluşu ile sözleşme imzalama kolaylığı sağlandı.

TAŞIMACILIK YÖNETMELİĞİNDE DEĞİŞİKLİKLER YÜRÜRLÜĞE GİRDİ

19 Haziran 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Taşıma İşleri Organizatörlüğü Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile tanım düzeyinden başvuru belgelerine, faaliyet kısıtlarından cezai yaptırımlara kadar birçok başlık yeniden şekillendirdi. Buna göre:

- TİO belgesi almak isteyen firmalara asgari 1.000.000 TL sermaye, ticaret siciline kayıt ve meslek odası üyeliği gibi yeni yükümlülükler getirildi. (Mevcut

firmalar için sermaye şartı ilk yenileme tarihine kadar ertelenmiştir.) Belge başvurusunda kapsamlı evrak listesi aranacak.

- TİO belgeli firmaların Türkiye içinde iki nokta arasında yabancı plakalı araç veya gemi ile eşya taşıması yasaklandı.
- Lojistik, deniz ulaştırma işletme mühendisliği vb. bölümlerden mezun olanlar ile FIATA veya IRU eğitimlerini tamamlayanlar için ÜDY/ODY belgesi yerine diplomalar geçerli sayılacaktır.
- Yetki belgesi alındıktan sonra 45 gün içinde personel yeterlilik belgeleri sunulmalıdır. Vefat hâlinde belge süresi ve ücret iadesi kuralları netleştirildi.

BAZI İPLİKLERİN İTHALATINDAKİ ÖNLEMLER İÇİN "SÜRE UZATMA SORUŞTURMASI" AÇILDI

19 Haziran 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalatta Korunma Önlemlerine İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2025/5) ile naylon ve diğer poliamidlerde uygulanan korunma tedbirlerinin süresinin uzatılması için yerli üreticiler tarafından yapılan başvuru neticesinde soruşturma açılması kararlaştırıldı.

ETİL ASETAT İTHALATINA TARİFE KONTENJANI DÜZENLEMESİ

19 Haziran 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalatta Kota

Yapı denetimde her yıl ÜFE'ye göre güncellenen teminat tutarları, 2026 yılından itibaren TÜFE ve ÜFE ortalamasına göre belirlenecek.

İPLİK İTHALATINDAKİ ÖNLEMLER İÇİN BELİRLENEN "SÜRE UZATMA SORUŞTURMASININ" DETAYLARI

GTP	Eşya Tanımı
5402.31	Naylon veya diğer poliamidlerden (tek katının her biri 50 teksi geçmeyenler)
5402.32	Naylon veya diğer poliamidlerden (tek katının her biri 50 teksi geçenler)
5402.45	Diğerleri, naylondan beya diğer poliamidlerden
5402.51	Naylondan veya diğer poliamidlerden
5402.61	Naylondan veya diğer poliamidlerden



Yeni yatırım teşvik sistemiyle Türkiye'nin kritik ihtiyaçlarını karşılayacak, arz güvenliğini sağlayacak, dışa bağımlılığı azaltacak ve uluslararası rekabet gücünü artıracak katma değeri yüksek yatırımların özendirilmesi amaçlanmaktadır.

ve Tarife Kontenjanı İdaresine İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2025/5) ve İthalatta Kota ve Tarife Kontenjanı İdaresine İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2025/4) ile etil asetat ithalatında ek mali yükümlülük şeklinde uygulanan korunma önleminden muafiyet sağlanması amacıyla açılan genel tarife kontenjanının kullanım usul ve esasları belirlendi.

YENİ YATIRIM TEŞVİK SİSTEMİ YÜRÜRLÜĞE GİRDİ

Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararı (Karar Sayısı: 9903) ile kalkınma planlarında öngörülen hedefler doğrultusunda üretim ve istihdamın artırılması, Türkiye'nin kritik ihtiyaçlarını karşılayacak, arz güvenliğini sağlayacak, dışa bağımlılığı azaltacak ve uluslararası rekabet gücünü artıracak katma değeri yüksek yatırımların özendirilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca, işletmelerin yeşil ve dijital dönüşümlerinin hızlandırılması, uluslararası doğrudan yatırımların artırılması ve bölgesel gelişmişlik

farklılıklarının azaltılmasına yönelik yatırımların desteklenmesi de hedefler arasında yer almaktadır.

Karara göre:

- Yatırımları hızlandırmak üzere finansman destekleri sağlanacak. Yatırım kredilerinde 11,5 ila 18,4 puan faiz/kâr payı desteği ile yatırım tutarının yüzde 20'sine ve 240 milyon TL'ye varan teşvikler sunulacak.
- Teknolojik Hamle kapsamındaki yüksek katma değerli yatırımlara, Yerel Kalkınma Hamlesi'yle her şehre özgü dört yatırım konusuna ve Stratejik Hamle ile belirlenen dış ticaret dengesini iyileştirici yatırımlar ile “dijital ve yeşil dönüşüm” yatırımlarına ayrıştırmalı teşvikler verilecek.
- Türkiye Yüzyılı Kalkınma Hamlesi kapsamındaki yatırımlar için öz kaynakla yapacakları makine alımlarına, makine bedelinin yüzde 25'ine, yatırım tutarının yüzde 15'ine ve 240 milyon TL'ye kadar nakdi destek sunulacak.
- Yeni Teşvik Sisteminde, Yatırıma Katkı olarak sunulan Ku-

Yatırımları hızlandıracak yatırım kredilerinde 11,5 ila 18,4 puan faiz/kâr payı desteği ile yatırım tutarının yüzde 20'sine ve 240 milyon TL'ye varan teşvikler sunulacak.

rumlar Vergisi indirimi, yatırım tutarının yüzde 20'si ila yüzde 50'si olacak.

- Güncellenen Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Endeksi doğrultusunda istihdam teşvikleri altı bölgede kademeli olarak uygulanacak.
- 6. Bölge illeri, Depremden çok yoğun etkilenen 65 ilçe ve Cazibe Merkezleri programındaki iller en yoğun istihdam teşviklerinden yararlanan yerler olacak. Bur bölgelerdeki OSB'lerde çalışanların SGK primi işveren payları 14 yıl, çalışan payları 10 yıl karşılanacak.
- 1. Bölgedeki (En yüksek sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyindeki illerdeki) makine ve teçhizatın, 4., 5. ve 6. bölgeye taşınması ile gerçekleşen yatırımlar için taşındıkları bölgedeki istihdam teşvikleri uygulanacak.
- OSB'lerde ve Endüstri Bölgelelerinde gerçekleşen yatırımlara bir üst bölge illerinde uygulanan -daha ileri- teşvikler sunularak planlı sanayileşme desteklenecek.
- Yeni Yatırım Teşvik Sistemi 31/12/2030 tarihine kadar sürecek.

LİMAN KAPI OTOMASYON SİSTEMİ MERSİN LİMANI'NDA DEVREYE ALINDI

Ticaret Bakanlığı Gümrükler Genel Müdürlüğünden yapılan bilgilen-

liman işlemlerinin entegrasyonunu sağlayan gümrük sistemlerinin, entegrasyon düzeyinin daha da ileriye taşınması hedefi doğrultusunda, liman sahasına giriş yapan kara taşıtlarının bilgilerinin ve görüntülerinin taşıtın sahaya girmesinden önce liman işletmesi tarafından gümrük sistemlerine iletilmesinin yanı sıra söz konusu taşıtların liman işletmesi tarafından liman girişinin yapılması ile eş anlamlı olarak KLTS - İç Gümrük-Liman Giriş Çıkış Programında giriş kayıt işleminin otomatik olarak gerçekleştirilmesi amacıyla “Liman Kapı Otomasyon Sistemi” projesinin başlatıldığı ifade edilmektedir. Yürütülen çalışmalar neticesinde söz konusu sistemin pilot bölge olarak 24.02.2025 tarihinde Mersin Gümrük Müdürlüğü denetiminde faaliyet gösteren Mersin Uluslararası Limanında uygulamaya alındığı bildirilmektedir.

Bu çerçevede, liman sahasına gelen araçlara ilişkin görüntülerin memurlar tarafından anlık olarak takip edilmesinin ve taşıtın liman giriş noktasına gelişine kadar yapılacak analizlerde riskli olabilecek taşıtların da daha erken safhada tespit edilebilmesi sağlanarak liman sahasına girişlerdeki araç geçiş sürelerinin hızlandırılacağı ve sıkışıklığın önleneceği ifade edilmektedir. Ayrıca, sistem ile birlikte limana giriş yapan tüm araçların farklı açılardan çekilmiş fotoğraflarının arşivlenmesi sayesinde liman giriş işlemlerinde takip edilebilirliğin artması ve geriye dönük denetimlerin daha etkin yapılabilmesinin hedeflendiği belirtilmektedir.

Bu kapsamda, Mersin Uluslararası Limanında sistemin işleyişinin takip edildiği, liman işletmelerinin gerekli teknolojik ve altyapı hazırlıklarını tamamlamaları hâlinde bir takvim dâhilinde uygulamanın diğer limanlarda da yaygınlaştırılmasının planlandığı bildirilmektedir.

Liman Kapı Otomasyon Sistemi ile limana giriş yapan tüm araçların liman giriş işlemlerinde takip edilebilirliğin artması ve geriye dönük denetimlerin daha etkin yapılabilmesinin hedeflendiği belirtilmektedir.

Mayıs 2025

Tarım Bülteni



SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000\$)

Sektör	Mayıs 2024	Mayıs 2025	Değişim (%)
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.059.529	1.060.338	0,1
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	736.587	723.267	-1,8
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	317.480	335.597	5,7
Yaş Meyve ve Sebze	283.633	283.559	0,0
Fındık ve Mamulleri	234.692	189.439	-19,3
Meyve Sebze Mamulleri	216.838	221.129	2,0
Kuru Meyve ve Mamulleri	135.539	142.080	4,8
Tütün	76.952	99.877	29,8
Zeytin ve Zeytinyağı	69.797	46.526	-33,3
Süs Bitkileri ve Mamulleri	14.679	13.660	-6,9

Dünyadan Tarım Haberleri

ABD ve Birleşik Krallık Arasında Yeni Ticaret Anlaşması Yapıldı

ABD Başkanı Donald Trump, ABD ile Birleşik Krallık arasında imzalanan yeni ticaret anlaşmasını "tarihi bir zafer" olarak nitelendirdi. Anlaşma kapsamında, Birleşik Krallık, ABD'den ithal edilen sığır eti ve etanol üzerindeki tarifeleri kaldırarak, Amerikan tarım ürünlerinin İngiltere pazarına erişimini önemli ölçüde artırdı. Bu değişikliklerin, ABD tarım sektörü için yaklaşık 5 milyar dolarlık bir ihracat artışı sağlaması bekleniyor. Anlaşma, Birleşik Krallık'ın ABD'den ithal edilen etanol üzerindeki yüzde 19'luk tarifeyi sıfırlamasını ve 1,4 milyar litreye kadar ithalat kotası tanımasını içeriyor. Bu durum, İngiltere'nin iç pazarı için daha ucuz ve bol miktarda etanol temin edilmesini sağlarken, ABD'li üreticilere yeni ihracat fırsatları sunuyor.

Ayrıca, anlaşma kapsamında ABD'den ithal edilen sığır eti için 13 bin metrik tonluk bir tarife muafiyeti tanındı. Anlaşma bazı eleştirileri de beraberinde getirdi. İngiltere'deki biyoyakıt üreticileri, ucuz ve sübvansede edilmiş Amerikan etanolünün iç piyasayı olumsuz etkileyebileceği ve yerli üreticilerin rekabet gücünü zayıflatabileceği konusunda uyarıda bulundu. Bu durumun, İngiltere'deki biyoyakıt tesislerinin kapanmasına ve binlerce iş kaybına yol açabileceği belirtiliyor. İngiltere hükümeti ise anlaşmanın ulusal çıkarlar doğrultusunda yapıldığını ve otomotiv, çelik ve alüminyum gibi sektörlerde binlerce işin korunmasına yardımcı olacağını savunuyor. Hükümet yetkilileri, etanol üreticileriyle görüşmelerin sürdüğünü ve sektörün endişelerinin dikkate alındığını belirtti.

Nisan 2025'te Küresel Gıda Fiyatları Artış Gösterdi

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), Nisan 2025'te küresel gıda fiyatlarının artış gösterdiğini bildirdi. FAO Gıda Fiyat Endeksi, mart ayına göre yüzde 1 artarak 128,3 puana ulaştı. Bu seviye, Nisan 2024'e kıyasla yüzde 7,6 daha yüksek olsa da Mart 2022'de Rusya'nın Ukrayna'yı işgalinin ardından kaydedilen zirvenin yüzde 19,9 altında kalıyor.

Artışın başlıca nedenleri arasında tahıl, et ve süt ürünleri fiyatlarındaki yükseliş yer alıyor. Tahıl fiyatları, Rusya'dan yapılan buğday ihracatındaki kısıtlamalar, artan pirinç talebi ve ABD'deki mısır stoklarının azalması gibi faktörlerle yüzde 1,2 oranında arttı. Et fiyatları yüzde 3,2 yükselirken, süt ürünleri fiyatları yüzde 2,4 artış gösterdi; özellikle tereyağ fiyatları, Avrupa'daki azalan stoklar nedeniyle rekor seviyelere ulaştı. Buna karşılık, bitkisel yağ ve şeker fiyatlarında düşüş gözlemlendi. Bitkisel yağ fiyatları yüzde 2,3, şeker fiyatları ise yüzde 3,5 oranında geriledi. Bu düşüşler, özellikle palm yağı fiyatlarındaki azalma ve ekonomik belirsizliklerin etkisiyle gerçekleşti. FAO, 2025 yılı için dünya buğday üretimi tahminini 795 milyon metrik ton olarak korurken 2024 yılı küresel tahıl üretimi tahminini 2,848 milyar tona hafifçe revize etti.

AB, Brezilya'dan Kümes Hayvanı ve Et Ürünleri İthalatını Kuş Gribi Nedeniyle Durdurdu

Avrupa Birliği (AB), Brezilya'da yüksek derecede bulaşıcı kuş gribi vakasının tespit edilmesinin ardından, bu ülkeden yapılan kümes hayvanı ve et ürünleri

ithalatını durdurdu. Avrupa Komisyonu, Brezilya'nın artık "Yüksek Patojenik Kuş Gribi" (HPAI) açısından "temiz ülke" statüsünü kaybettiğini ve bu nedenle AB'ye ihracat için gerekli sağlık sertifikalarını düzenlemeyeceğini bildirdi.

Brezilya, 2024 yılında 5 milyon tondan fazla kümes hayvanı eti ihraç ederek dünyanın en büyük ihracatçısı konumunda bulunuyordu. Bu ihracatın yüzde 4,4'ü AB'ye yöneltilmişti. Ancak Brezilya'nın düşük maliyetli ve yüksek kaliteli ürünleri, AB pazarında fiyatları baskı altında tutuyordu. Bu nedenle ithalat yasağının, AB'li üreticilere olumlu yansıması bekleniyor. Brezilya Tarım Bakanı Carlos Favaro, mevcut protokoller gereği Çin, AB ve Güney Kore gibi ülkelerin Brezilya'dan kümes hayvanı ithalatını 60 gün süreyle durduracağını açıkladı.

Yetkililer, salgının yayılmasını önlemek amacıyla Rio Grande do Sul eyaletinde 15 binden fazla tavuğun itlaf edildiğini belirtti. Ayrıca, 1,7 milyon yumurta imha edildi ve bölgeye giriş-çıkışlar sıkı kontrol altına alındı. Brezilya, dünya kümes hayvanı ihracatının yüzde 35'inden fazlasını karşılamakta ve Çin'in en büyük tedarikçisi konumunda. Yetkililer, Japonya, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkelerin sadece etkilenen bölgelere yönelik kısıtlamalar getirmesini örnek göstererek, Çin ve diğer ülkelerin de benzer bir yaklaşım benimsemelerini umut ediyor. Yeni vakalar 28 gün içinde ortaya çıkmazsa, Brezilya yeniden "kuş gribinden arınmış" ülke statüsünü kazanabilir ve ihracat kısıtlamalarının kaldırılması için görüşmelere başlayabilir.

“İkiz Dönüşüm Tamam, Sıra Gümrük Birliği’nde”



İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından düzenlenen, “Türk Hazır Giyim Endüstrisinin Dönüşüm Yolculuğu” başlıklı toplantı, ihracatçılarla uluslararası markaları, sektör profesyonellerini ve uzmanları bir araya getirdi. Toplantının açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, hazır giyim ihracatının yaklaşık yüzde 70’ini Avrupa’ya gerçekleştirdiğini belirterek, “Yakından tedarik gibi stratejik avantajımız güçlü pozisyonumuzu daha da destekliyor. Orta ve uzun vadede bu artıların yetmeyeceğini biliyoruz. İşte bu bilinçle dijital ve yeşil dönüşümü, yani ikiz dönüşümü hızla tamamlamak istiyoruz.” dedi.

“İKİZ DÖNÜŞÜMDEN ALNIMIZIN AKIYLA ÇIKARIZ”

Dönüşüm için AB fonlarını etkili şekilde kullandıklarını anlatan Gültepe, tamamlanan ve devam eden projeler için AB’den toplam 37 milyon euro hibe desteği almaya hak kazandıkları bilgisini verdi. Gültepe, “Bugün geri dönüşüm, karbon ayak izinin azaltılması, dijitalleşme ve sosyal

uygunluk konularında Avrupa standartlarını yakalamış, hatta bazı alanlarda geçmiş bulunuyoruz. Ben ikiz dönüşümden alnımızın akiyla çıkacağımızdan hiçbir şüphe duymuyorum. Ancak Gümrük Birliği’nin mevcut hâliyle iş birliğimizi desteklemekten çok sınırlayıcı etki yaptığının altını çizmek istiyorum. Teknik temasları süren çalışmaların bir an önce tamamlanmasını arzu ediyoruz. Çünkü biz AB pazarında kalıcı rekabet üstünlüğünün ancak Gümrük Birliği’nin tam modernizasyonu ile mümkün olabileceğini biliyoruz. Dolayısıyla değişen ekonomik paradigmalara göre Gümrük Birliği’nin güncellenmesi gerekiyor. Ayrıca AB’nin üçüncü ülkelerle imzaladığı serbest ticaret anlaşmalarına (STA) Türkiye’nin de dâhil edilerek üçlü kümülasyon sağlanmasını önemsiyor ve öneriyoruz.” diye konuştu.

Toplantıya uzaktan bağlantıyla katılan Amerikan Hazır Giyim ve Ayakkabı Federasyonu (AAFA) Başkanı Steve Lamar ise Türkiye’nin Amerikan markalarıyla güçlü ortaklıklara sahip olduğunu hatırlatarak, “Önümüzdeki aylar-

da ve yıllarda hepimiz belirsizliklerin yerine öngörülebilirlik ararken, Türkiye’nin bu özelliklerini başarıyla değerlendirebileceğine inanıyorum.” dedi.

“GÜMRÜK BİRLİĞİ’NİN MODASI GEÇTİ”

Avrupa Tekstil ve Giyim Konfederasyonu (EURATEX) Başkanı Mario Jorge Machado da konuşmasında küresel ticaretin parçalanma ve belirsizlikle karşı karşıya olduğunu altını çizdi. Machado, “Bu belirsizlik ortamında AB ve Türkiye dünyaya stratejik dayanıklılık, sürdürülebilir yenilikçilik ve ortak refah temelinde farklı bir model sunabilir. Gelin, bu fırsatı daha güçlü bir gelecek inşa etmek üzere değerlendirelim. Gümrük anlaşması 1995’te devrim olarak ortaya çıktı ama modası geçti. Modern ekonominin değişimlere ihtiyacı var. Anlaşmaların değişmesi gerekiyor. EURATEX olarak, AB ile Türkiye arasında sektörümüzde iş birliğinin tüm potansiyelini açığa çıkarmak için Gümrük Birliği’nin modernizasyon sürecinin hızla başlatılması için çağrıda bulunuyoruz.” diye konuştu.

Denizcilik Sektörünün İhracat Şampiyonları Ödüllendirildi



Gemi, Yat ve Hizmetleri İhracatçı Birliği (GYHİB), 2023-2024 yıllarında birlik genelinde en fazla ihracat yapan firmalarını ödüllendirdi. TİM Dış Ticaret Kompleksi’nde gerçekleştirilen “Award on Water” Gemi Yat ve Hizmetleri Ödül Töreni’ne; Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar, Ulaştırma ve Altyapı Bakan Yardımcısı Durmuş Ünüvar, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ile ihracatçı birliklerinden ve sektörden temsilciler katıldı. Törende ayrıca Türk gemi ve yat inşa sektörünün tanıtımı amacıyla hayata geçirilen “Art on Water” projesinin ikinci edisyonunun lansmanı gerçekleştirildi.

“MALİYET KAYNAKLI NEDENLERLE REKABETÇİLİKTE SORUNLAR YAŞANIYOR”

Ödül töreninin açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, küresel ticarete fark yaratmanın yolunun teknoloji, tasarım ve inovasyondan geçtiğini belirterek, özellikle çevre dostu gemilere, yeşil yakıt sistemlerine ve alternatif enerji kaynaklarına talebin

gün geçtikçe arttığını kaydetti. Bu alanlarda yol alabilmek için temel sorunların çözülmesi gerektiğini belirten Gültepe, son iki yıldır maliyet kaynaklı nedenlerle rekabetçilikte sorunlar yaşandığını ifade etti. Gültepe, “Düşük kur, yüksek faiz politikasının olumsuz etkilerini hep beraber yaşıyoruz. Bu gerçeği görmezden gelemeyiz. Özellikle denizcilik, uzun vadeli yatırım ve planlama isteyen bir alan. Bu nedenle sektörümüzün sesine daha çok kulak verilmesi, stratejik destek mekanizmalarının güçlendirilmesi gerekiyor.” diye konuştu.

“BİRLİK TARİHİMİZİN EN YÜKSEK İHRACAT RAKAMINA ULAŞTIK”

GYHİB Yönetim Kurulu Başkanı Cem Seven ise törende yaptığı konuşmada, Türk gemi ve yat sektörünün dünya çapında bir itibar kazandığını belirterek, sektörün 2024 yılında gösterdiği performansla Türkiye ekonomisine büyük katkı sağladığını söyledi. Seven, “Son iki yılda sırasıyla 1,9 milyar 942 milyon dolar ve 1 mil-

yar 912 milyon dolar seviyelerinde gerçekleştirdiğimiz ihracatla birlik tarihimizin en yüksek ihracat rakamlarına ulaştık. 2025 yılının ilk altı ayında da 1 milyar dolarlık ihracat seviyesine emin adımlarla ilerliyoruz.” dedi. Sıfır net emisyon hedefleri, çevreci gemi talepleri ve küresel gelişmeler doğrultusunda Türk tersanelerine olan ilginin artacağına dikkat çeken Seven, sektörel ihracatı destekleyecek adımların önemine vurgu yaptı.

2024’ÜN İHRACAT LİDERİ SANMAR OLDU

2024 yılında birlik toplam ihracatında ilk sırayı Sanmar Denizcilik alırken, Tersan Tersanecilik ikinci, Sefine Denizcilik Tersanecilik ise üçüncü oldu. Cemre Marin, Sirena Marine, Med Marine, TİSG Turkey Yat Tersanecilik ile HAT-SAN Gemi İnşaa Bakım Onarım ise toplamda en fazla ihracat yapan firmalar arasında yerini aldı. 2023 yılında ise birlik genelinde en fazla ihracatı Tersan Tersanecilik gerçekleştirirken, Sefine Denizcilik Tersanecilik ikinci, Sanmar Denizcilik ise üçüncü oldu.

Otomotivde İhracatın Şampiyonlarına Ödül



U ludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB), Türkiye'nin ihracatında zirvede yer alan otomotiv sektörünün 2024 yılı ihracat şampiyonlarını ödüllendirdi. OİB Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik'in ev sahipliğinde TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen ödül törenine, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya ile sektör temsilcileri katıldı. Geçen yılın ihracat şampiyonu Ford Otomotiv olurken, en fazla ihracat yapan 138 firma da platin, altın, gümüş ve bronz kategorilerinde ödüllere layık görüldü.

"BU BAŞARI TESADÜF DEĞİL"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, 2024 yılının küresel ticarete dalgalanmalarla geçtiğine dikkat çekerek, tüm belirsizliklere ve rekabetçilikte yaşanan zorluklara rağmen Türkiye'nin 262 milyar dolarla tarihinin en yüksek yıllık ihracat değerine ulaştığını söyledi. Bu başarıda otomotiv sektörünün büyük payı olduğu-

nu vurgulayan Gültepe, sektörün geçen yıl 37,2 milyar dolarlık ihracatla yeni bir rekora imza attığını belirtti.

Gültepe, son 19 yılın 18'inde Türkiye'nin ihracat lideri konumunda bulunan otomotiv sektörünün, yeni dönemin ihtiyaçlarına hızla uyum sağladığını ifade ederek sektörün teknolojiyi ve küresel trendleri yakından takip edebildiğini kaydetti. Henry Ford'un seri üretim modeliyle başlayan kitlesel üretim anlayışının bugün yerini sürdürülebilirlik, akıllı teknolojiler, kişiselleştirme ve farklı tasarımlar gibi unsurlara bıraktığını söyledi ve ekledi: "Artık sadece otomobil üretmiyoruz; duyarlılık, çözüm ve yaşam tarzı üretiyoruz."

OTOMOTİVE ABD'DE EYALET BAZLI FUAR DESTEĞİ

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya da "Bakanlık olarak otomotiv sektörümüzü desteklemek adına çalışmalar yürütüyoruz. Korumacılık savaşlarını yakından takip

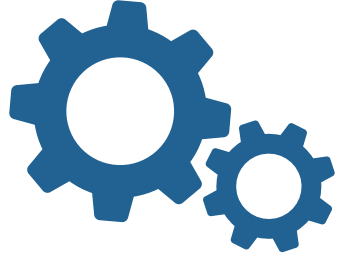
ediyoruz. Bu kapsamda ABD gibi dev bir pazara yönelik eyalet bazlı desteklere geçeceğiz ve her eyalette düzenlenecek fuarlarda firmalarımıza destek olacağız." dedi.

"2006'DEN BUGÜNE LİDERLİK ARTARAK DEVAM EDİYOR"

OİB Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik ise 2006 yılında 15 milyar dolarla başlayan ihracat liderliğinin 2024 yılında ulaşılan 37,2 milyar dolarlık rekor seviyeye taşındığını belirtti. Otomotiv sektörünün Türkiye'nin toplam ihracatında yüzde 16,5 pay alarak bir kez daha zirvede yer aldığını vurgulayan Çelik, sektörün küresel zorluklara rağmen büyümeye devam ettiğini kaydetti. 2025 hedefleri doğrultusunda yılın ilk beş ayında 16,6 milyar dolarlık ihracata ulaşıldığını ifade eden Çelik, yalnızca Mayıs ayında gerçekleşen 4 milyar dolarlık ihracatla tüm zamanların en yüksek aylık performansına imza atıldığını söyledi.

Daha Yeşil Bir Gelecek için GREENTiM Yanınızda!





Makine Sektöründen Beş Ayda 11,5 Milyar Dolarlık İhracat

Ocak-mayıs döneminde serbest bölgeler dâhil toplam makine ihracatı yüzde 1,2 gerileyerek 11,5 milyar dolar oldu. İhracatı miktar bazında yüzde 6,2 azalan makineciler, ortalama birim fiyatlarını yüzde 5,3 artırarak

Ocak-mayıs döneminde ihracatı miktar bazında yüzde 6,2 azalan makineciler, ortalama birim fiyatlarını yüzde 5,3 artırarak 7,8 dolara taşıdı.

7,8 dolara taşıdı. Yıllıklandırılmış verilere göre ihracat yüzde 0,5 azalışla 28,1 milyar dolar oldu. Ocak-mayıs döneminde kilogram başına ihracat birim fiyatları, Türkiye'nin makine ihracatında 1,3 milyar dolar ile ilk sırada gelen Almanya'da 10,1 dolar olurken 729 milyon dolar ile ikinci sırada gelen ABD'de 16,1 dolar olarak gerçekleşti. Bu dönemde ihracatın yüzde 12,3 arttığı İtalya üçünü sırada yer aldı. İlk 10 ülke arasında yer alan Birleşik Krallık, Romanya ve İspanya'da yüzde 14,3 ila yüzde 28,5 dolayında artışlar gerçekleşti.

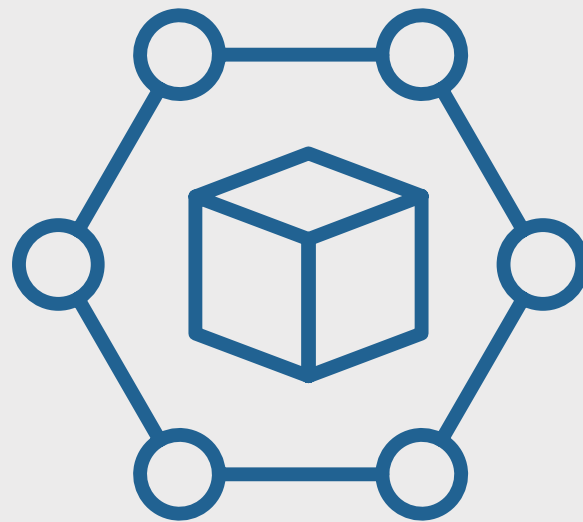
Makine İhracatçıları Birliği Başkanı Kutlu Karavelioğlu, pazarda yaşanan süreçleri şu şekilde değerlendirdi: "ABD ve Çin'e ihracatta yaşanan sert daralmayı diğer pazarlarda telafi etme gayretine giren işletmeler, bizim doğal pazarlarımız olan Yakın ve Orta Doğu'da yüzde 14'e yakın ihracat artışı sağladı. Bunu AB'nin hızla çeşitlendireceği STA'lara ve müşterilerine sundukları uzun vadeli finansman olanaklarına bağlamak mümkün. Bir başka sebebi ise fiyat performans eklenmesinde Batı ile Doğu malları arasında en iyi seçenek olarak görülen Türk makinelerinin hızla pahalalanıyor oluşu. Gelişmiş ülkelerde payımızı korurken fiyat hassasiyeti olan pazarlarda zaafa düşüyoruz. Gelişmiş ülkelerin kendi sanayisini korumak için enflasyonist tarifeler de dâhil her türlü önlemi aldığı bir dönemde, enflasyonla mücadele saikiyle ithalatı kolaylaştırmanın, üretimden ziyade tüketime katkı yaptığı ortada. Dezenflasyonist yaklaşımın iç talebi kısmak kadar, sanayi arzını koruyacak önlemleri ihmal etmemekten geçtiği de çok açık."

Doğu Karadeniz İhracatında Artış Devam Ediyor

Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane illerini kapsayan Doğu Karadeniz Bölgesi, 2025 yılı Ocak-Mayıs döneminde 707 Milyon 103 Bin 227 dolar tutarında ihracat gerçekleştirdi. Bölge ihracatında bir önceki yılın aynı dönemine göre de yüzde 4 artış yaşandığı kaydedildi. 2025'in ilk beş ayında Doğu Karadeniz'den gerçekleşen ihracatın; 561,1 milyon doları Trabzon'dan, 77,5 milyon doları Rize'den, 37 milyon doları Gümüşhane'den ve 31,3 milyon doları ise Artvin'den gerçekleşti. Bölge illerinden gerçekleşen ihracatta bir önceki yılın aynı dönemine göre Trabzon'dan gerçekleştirilen ihracatta yüzde 6 ve Gümüşhane'den gerçekleştirilen ihracatta yüzde 33 oranında artış yaşanırken Rize'den gerçekleştirilen ihracatta yüzde 9 ve Artvin'den gerçekleştirilen ihracatta yüzde 20 düşüş yaşandığı görüldü.

2025 yılı Ocak-Mayıs döneminde Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane illerinden en fazla ihracat gerçekleştirilen sektörler; 351,6 milyon dolar ile Fındık, 78,7 milyon dolar ile maden ve metaller, 71,3 milyon dolar ile yaş meyve sebze, 69,1 milyon dolar ile su ürünleri ve hayvancılık mamulleri olarak sıralandı. İlk beş ayda 124 farklı ülkeye ihracat yapan bölgenin, en fazla ihracat yaptığı beş ülke şu şekilde sıralandı: İtalya, Rusya Federasyonu, Gürcistan, Almanya ve Fransa.

İlk beş ayda 124 farklı ülkeye ihracat yapan Doğu Karadeniz'in, en fazla ihracat yaptığı beş ülke şu şekilde sıralandı: İtalya, Rusya Federasyonu, Gürcistan, Almanya ve Fransa.



Türkiye, Güvenli Tedarikçi Özelliği ile Öne Çıkıyor

Küresel pazarlarda Mayıs ayı boyunca devam eden ticaret müzakerelerinde yeterli bir ilerleme sağlanamamasına karşın, piyasaların müzakere iyimserliği olumlu bir Mayıs ayının geride bırakılmasını sağladı. Bu iyimserliğe bağlı olarak metal fiyatları sınırlı ölçüde yükselmeyi başardı. Yine Mayıs ayında ABD'nin bozulan mali görünümü nedeniyle kredi notu düştü ve ABD doları değer kaybetti. ABD Merkez Bankası temkinli duruşunu koruyarak faiz oranlarını değiştirmede, buna karşın İngiltere Merkez Bankası faizleri indirdi, Avrupa Merkez Bankası'na yönelik yeni faiz indirimi

Metal fiyatlarında belirsizliklerin sürdüğü küresel ortamda, güvenli tedarikçi olan Türkiye'nin fırsatları değerlendirmesi olası gözüküyor.

beklentileri de devam etti. Bu küresel koşullar içinde TR-ME-TALENDEKS'i miktar ve değer olarak önemli artış gösterirken tarife belirsizliği ortamında Türkiye güvenli tedarikçi özelliği ile öne çıktı.

İDDMİB tarafından yapılan değerlendirmeye göre küresel pazarlarda ABD'nin tarifeleri ve müzakereleri belirleyici olmaya devam edecek. Birçok ülke ile

tarifeler müzakere edilirken 90 gün askıya alınan tarifeler için zaman temmuz ayı başında dola-cak. ABD, Çin ve AB arasındaki anlaşmalar piyasalar için büyük önem taşıyor. Bu ortamda metal fiyatlarında belirsizlikler sürerken fiyatlarda sert dalgalanmalar yaşanabilir. Tüm bu koşullar içinde güvenli tedarikçi olan Türkiye'nin fırsatları değerlendirmesi olası gözüküyor.

EİB'den Afyonlu ve Kütahyalı İhracatçılara Ödül

Ege Bölgesi'nde uzun yıllardır ihracat yapan firmaları ödüllendirdiği Ege İş Dünyası Buluşmaları'nın son halkaları; 17 Haziran'da Afyonkarahisar'da, 18 Haziran'da Kütahya'da gerçekleştirildi. Afyon ve Kütahya'nın ihracatına uzun yıllardır katkı sağlayan 31 firma ödül almaya hak kazandı. Afyon Ticaret ve Sanayi Odası, Meclis Toplantı Salonu'ndaki toplantıda konuşan Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) olarak ülkemizin sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda ihracatımızı geleceğe taşıyacak adımları atmanın gururunu yaşadıklarını dile getirdi. İhracatçı firmalarımıza yeşil dönüşümden dijitalleşmeye, pazarlama faaliyetlerinden yurt dışı fuar desteklerine kadar birçok alanda devlet destekleri ve danışmanlık hizmetleri sunduklarını anlatan Eskinazi, "Ticaret Bakanlığımızın desteğiyle yurt dışı fuar katılım desteğinden, UR-GE projelerine, uluslararası fuarlara

milli katılımdan ve ticaret heyetlerine, marka ve tasarım desteklerinden, TURQUALITY gibi yüksek vizyonlu programlara, e-ihracat projelerinden, yeşil dönüşüm ve karbon ayak izi ölçümleme gibi sürdürülebilirlik odaklı teşviklere kadar çok geniş bir yelpazede devlet destekleri sağlıyoruz. Bu vizyonun önemli bir ayağını da 2024 yılında hayata geçen 'Sürdürülebilir İhracat için Destek Programı' oluşturuyor. Avrupa Birliği'nin ortaya koyduğu Yeşil Mutabakat vizyonu, sadece çevresel bir strateji değil, aynı zamanda ticari erişim açısından bir 'uyum barajı' niteliğindedir." dedi.

Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Bedri Girit ise konuşmasında; Kütahya'nın 2024'teki ihracatını yüzde 14'lük artışla 828 milyon dolardan 942 milyon dolara yükselttiğini, 2025 yılında 1 milyar dolar barajını aşması için Kütahyalı ihracatçıların devlet desteklerinden azami yararlanmalarını arzu ettiklerini vurguladı.

Ege İş Dünyası Buluşmaları'nın son halkaları; 17 Haziran'da Afyonkarahisar'da, 18 Haziran'da Kütahya'da gerçekleştirildi ve iki şehrin ihracatına katkı sağlayan 31 firmaya ödül verildi.





Graceful Elegant Beasts Sergi

Mekân:
Zilberman İstanbul

Saat:
18.00-20.00

Nesnelerin Hafızasındaki Gizler

Larry Muñoz'un, Beyoğlu'ndaki Mısır Apartmanı'nda izleyiciyle buluşan sergisi, nesnelerin hafızasında saklı izleri takip ederek zamanı ve mekânı aşan bir anılatı sunuyor. Buluntu malzemelere yeni formlar kazandıran sanatçı, izleyiciyi çağdaş sergileme normlarının dışına çıkararak gölge ve yansımaların estetiğini düşünmeye davet ediyor. Sergi, zarafet, gizem ve çelişkilerle örülmüş üç katmanda, bireysel belleği evrensel temalarla buluşturuyor ve terk edilmiş nesneler aracılığıyla güçlü bir duygusal bağ kuruyor. Zilberman Galerisi'deki sergi, 26 Temmuz'a kadar görülebilir.



Tat ve Sanat: Lezzetli Resimler Sergi

Mekân:
Türkiye İş Bankası
Resim Heykel Müzesi

Saat:
10.00-19.00

Doğanın Tuvaldeki İzleri

Türkiye İş Bankası Resim Heykel Müzesi'nde açılan "Tat ve Sanat: Lezzetli Resimler" sergisi, yeme içme kültürünü sanatın çeşitli disiplinleriyle buluşturuyor. Prof. Dr. Gül İrepoğlu küratörlüğünde hazırlanan müzenin ikinci süreli sergisinde, natürmortlardan pazar yerlerine, sofralardan kahvehanelere uzanan temalarda 90 sanatçının 200'ü aşkın eseri yer alıyor. Şiirlerle zenginleştirilen sergi, görsel belleğimizde lezzetin ve estetiğin izini sürerken sanat aracılığıyla kültürel bir atmosfer yaratıyor. Sergi 1 Eylül tarihine kadar ziyaret edilebilir.



Murat Ülker'den Röportajlar Murat Ülker

Sayfa Sayısı:
300

İlk Baskı Yılı:
2025

Yayınevi:
The Kitap Yayınları

İş Dünyasının Kalbine Yolculuk

Ali Koç'tan Ali Sabancı'ya, Hanzade Doğan'dan Bülent Eczacıbaşı'na, Zeynep Bodur Okyay'dan Ali Ülker'e Türkiye'nin iş dünyasında söz sahibi çok sayıda önemli isimle yapılan bu röportajlar, bir iş liderinin diğer liderlerde neleri merak ettiğini ortaya koyarken; samimiyetle verilen cevaplar, okuyucuya içgörü dolu bir yolculuk sunuyor. Kitapta yalnızca kurumsal stratejilere değil, liderlerin karakterine, değerlerine ve zorluklarla başa çıkma biçimlerine de ışık tutuluyor. Her söyleşi; deneyim, ilham ve içtenlik barındırıyor.



Düşler Nasıl Gerçekleşti? Robert Iger

Sayfa Sayısı:
296

İlk Baskı Yılı:
2021

Yayınevi:
Kronik Kitap

Disney CEO'sunun Liderlik Hikâyesi

Robert Iger, Walt Disney Şirketi'nin başına geçtiğinde rekabetin her zaman-kinde de acımasız olduğu, teknolojinin hızla değiştiği bir dönemde. Bu kitapta da 200 binden fazla çalışanına liderlik ederken öğrendiği dersleri paylaşıyor. Olumlu düşünmenin değeri, cesaret, odaklanma, haysiyetli çalışmanın önemi, risk almayı teşvik etmek ve değişimi reddetmek yerine kucaklamak gibi unsurların da bulunduğu gerçek liderlik için gerekli ilkeleri irdeliyor. "Düşler Nasıl Gerçekleşti?" sadece dünyanın gelecek vadeden CEO'ları için değil; aynı zamanda profesyonel ve hatta özel hayatlarında ilerlerken daha az korku duymak, daha özgüvenli hissetmek isteyen herkes için.



Aydınlıkevler Tiyatro

Mekân:
Maximum Uniq
Açıkhava

70'lerin Ankara'sına Ziyaret

70'lerin Ankara'sını nostaljik ve duygusal bir bakışla anlatan Aydınlıkevler, üçüncü sezonunda da tiyatroseverlerle buluşmaya deva ediyor. Dönemin politik atmosferinde bir babaanne ile torunun hikâyesini anlatan oyun, seyirciyi hem hüzünlü hem de umut dolu bir geçmişe taşıyor. Zamansız bir aile hikâyesi etrafında şekillenen Aydınlıkevler, sıcak anılar ve sokak çatışmaları arasında duygusal bir denge kurarak kapalı gişe sahnelenmeye devam ediyor. Geçmişin yoğun atmosferini mizahla harmanlayarak seyirciye sunan Aydınlıkevler, 23 Temmuz'da Maximum Uniq Açıkhava'da.



Ludovico Einaudi Konseri Konser

Mekân:
Volkswagen Arena

Duygusal Bir Müzik Şöleni

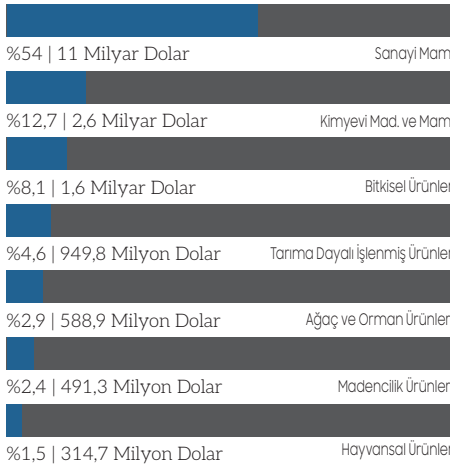
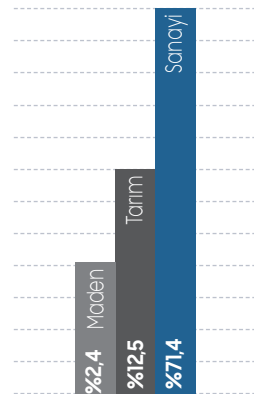
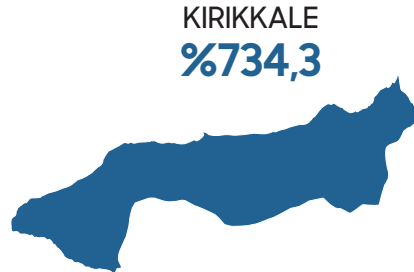
Minimalist klasik müziğin çağdaş ustalarından, piyanist ve besteci Ludovico Einaudi, 27 Eylül'de Volkswagen Arena'da İstanbul'daki hayranlarıyla yeniden buluşuyor. Klasik müziği modern dokunuşlarla harmanlayan sanatçı, özgün tarzıyla dünya çapında hayranlık uyandırıyor. Her konserinde olduğu gibi izleyicilerini derin bir duygusal yolculuğa çıkarması beklenen Einaudi, kendine özgü müzikal dünyasıyla sahnede yine büyüleyici bir atmosfer yaratacak.

İhracat Rakamları (ÖTS)

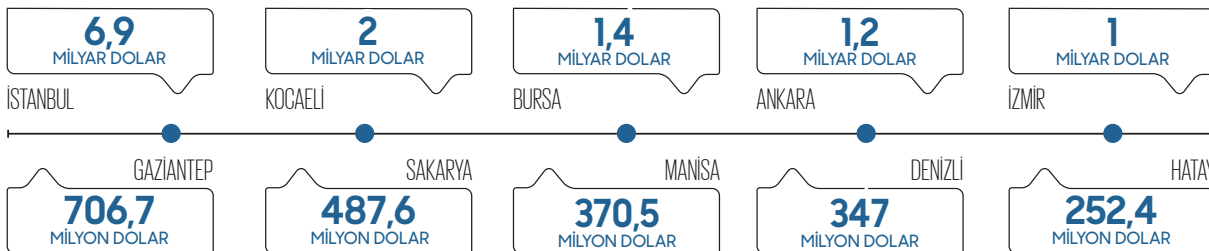
2025 Yılı Haziran Ayı İhracatı
20,5 Milyar Dolar Oldu.Haziran Ayı İhracatı Geçen
Yıla Göre %8 Arttı.Altı Aylık İhracat 131,4 Milyar
Dolar Oldu.12 Aylık İhracat 267 Milyar
Dolara Yükseldi.

En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2025 yılı Haziran ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,5 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı 1.065 milyar dolarla Birleşik Krallık ve 1.019 milyar dolarla İtalya izledi.

Alt Üretim Gruplarının 2025 Yılı
Haziran Ayında İhracattan Aldığı PayAna Üretim Gruplarının
2025 Yılı Haziran Ayında
İhracattan Aldığı Pay2025 Yılı Haziran Ayında İl
Bazında En Dikkat Çeken
İhracat Artışı

İllere Göre 2025 Yılı Haziran Ayı İhracat Dağılımı



Sektörel Bazda İhracat Rakamları –1,000 \$

SEKTÖRLER	2024	1 - 30 HAZİRAN		Pay(25) (%)	2024	1 OCAK - 30 HAZİRAN		Pay(25) (%)
		2025	Değişim ('25/'24)			2025	Değişim ('25/'24)	
I. TARIM	2.433.808	2.558.393	5,1	12,5	17.430.576	17.535.506	0,6	13,3
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.631.535	1.654.676	1,4	8,1	11.791.370	11.913.758	1,0	9,1
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	809.193	871.189	7,7	4,2	5.827.946	6.094.105	4,6	4,6
Yaş Meyve ve Sebze	259.744	202.881	-21,9	1,0	1.716.638	1.692.579	-1,4	1,3
Meyve Sebze Mamulleri	164.240	187.157	14,0	0,9	1.286.317	1.238.804	-3,7	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	88.288	105.562	19,6	0,5	826.018	851.879	3,1	0,6
Fındık ve Mamulleri	151.405	141.688	-6,4	0,7	1.166.021	1.182.911	1,4	0,9
Zeytin ve Zeytinyağı	70.268	38.223	-45,6	0,2	433.711	266.816	-38,5	0,2
Tütün	80.441	99.886	24,2	0,5	448.744	493.740	10,0	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	7.955	8.091	1,7	0,0	85.976	92.923	8,1	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	257.666	314.771	22,2	1,5	1.846.357	1.802.809	-2,4	1,4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	257.666	314.771	22,2	1,5	1.846.357	1.802.809	-2,4	1,4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	544.607	588.946	8,1	2,9	3.792.848	3.818.939	0,7	2,9
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	544.607	588.946	8,1	2,9	3.792.848	3.818.939	0,7	2,9
II. SANAYİ	13.244.189	14.656.823	10,7	71,4	88.344.901	93.471.230	5,8	71,1
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	920.947	949.842	3,1	4,6	6.739.033	6.744.578	0,1	5,1
Tekstil ve Hammaddeleri	644.767	693.351	7,5	3,4	4.616.318	4.737.025	2,6	3,6
Deri ve Deri Mamulleri	98.664	90.711	-8,1	0,4	748.631	717.307	-4,2	0,5
Halı	177.515	165.780	-6,6	0,8	1.374.084	1.290.246	-6,1	1,0
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2.217.134	2.615.754	18,0	12,7	15.793.677	15.763.886	-0,2	12,0
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.217.134	2.615.754	18,0	12,7	15.793.677	15.763.886	-0,2	12,0
C. SANAYİ MAMULLERİ	10.106.108	11.091.226	9,7	54,0	65.812.191	70.962.766	7,8	54,0
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.294.200	1.199.934	-7,3	5,8	8.688.414	8.125.141	-6,5	6,2
Otomotiv Endüstrisi	2.613.747	3.408.167	30,4	16,6	17.689.604	19.986.716	13,0	15,2
Gemi, Yat ve Hizmetleri	220.068	84.074	-61,8	0,4	920.570	908.487	-1,3	0,7
Elektrik ve Elektronik	1.188.429	1.277.269	7,5	6,2	7.832.335	8.328.369	6,3	6,3
Makine ve Aksamları	763.686	801.152	4,9	3,9	5.433.120	5.177.878	-4,7	3,9
Demir ve Demir Dışı Metaller	935.319	969.191	3,6	4,7	6.056.882	6.450.945	6,5	4,9
Çelik	1.312.305	1.447.976	10,3	7,1	7.913.161	8.273.719	4,6	6,3
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	332.515	366.551	10,2	1,8	2.141.907	2.180.897	1,8	1,7
Mücevher	402.424	381.044	-5,3	1,9	2.819.245	4.309.947	52,9	3,3
Savunma ve Havacılık Sanayii	564.216	622.921	10,4	3,0	2.882.268	3.602.417	25,0	2,7
İklimlendirme Sanayii	479.200	532.948	11,2	2,6	3.434.685	3.618.251	5,3	2,8
III. MADENCİLİK	432.180	491.341	13,7	2,4	2.840.076	2.865.819	0,9	2,2
Madencilik Ürünleri	432.180	491.341	13,7	2,4	2.840.076	2.865.819	0,9	2,2
TOPLAM (TİM*)	16.110.177	17.706.557	9,9	86,2	108.615.553	113.872.554	4,8	86,6
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	2.905.152	2.830.023	-2,6	13,8	17.613.471	17.567.582	-0,3	13,4
GENEL İHRACAT TOPLAMI	19.015.329	20.536.580	8,0	100,0	126.229.023	131.440.136	4,1	100,0

AKİB Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Limonluk Mah. Vali Hüseyin Aksoy Cad. No: 4 Yenışehir/Mersin Tel: 0 324 325 37 37 Faks: 0 324 325 41 42 E-Posta: akib@akib.org.tr Web Adresi: www.akib.org.tr Genel Sekreter: Mehmet Ali Erkan Genel Sekreter Yrd.: Canan Aktan Sarı Genel Sekreter Yrd.: Osman Erşahan Genel Sekreter Yrd.: H. Okan Şenel	HİB Hizmet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 01 00 Faks: 0 212 454 01 01 E-Posta: info@hib.org.tr Web Adresi: www.hib.org.tr Genel Sekreter: Fatih Özer Genel Sekreter Yrd.: Abdullah Keskin Genel Sekreter Yrd.: Üzeyir Işık
BAİB Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Aspendos Bulvarı No: 221 07200/Antalya Tel: 0 242 311 80 00 Faks: 0 242 311 79 00 E-Posta: baib@baib.gov.tr Web Adresi: www.baib.gov.tr Genel Sekreter: Ümit Sezer	İİB İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 C Blok, Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 05 00 Faks: 0 212 454 05 01-02 E-Posta: iib@iib.org.tr Web Adresi: www.iib.org.tr Genel Sekreter: Doğuş Tozanlı Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay Genel Sekreter Yrd.: Volkan Kekevi
DENİB Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Akhan Mah. 246 Sok. No: 8 Pamukkale/Denizli Tel: 0 258 274 66 88 Faks: 0 258 274 72 22 - 62 E-Posta: denib@denib.org.tr Web Adresi: www.denib.org.tr Genel Sekreter: Uğur Dayıoğlu Genel Sekreter Yrd.: Yusuf Fidangenç	İMMİB İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01 E-Posta: immib@immib.org.tr Web Adresi: www.immib.org.tr Genel Sekreter: Armağan Vurdu Genel Sekreter Yrd.: Coşkun Kıriloğlu Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı Genel Sekreter Yrd.: Aydın Yılmaz
DAİB Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Cumhuriyet Cad. Eren İş Mrk. No: 86 K: 4-5 Erzurum Tel: 0 442 214 11 85 Faks: 0 442 214 11 89-91 E-Posta: daibarge@daib.org.tr Web Adresi: www.daib.org.tr Genel Sekreter: Murat Karapınar	İTKİB İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 B Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01 E-Posta: info@itkib.org.tr Web Adresi: www.itkib.org.tr Genel Sekreter: Mustafa Bektaş Genel Sekreter Yrd.: Özlem Güneş Genel Sekreter Yrd.: Fatih Zengin Genel Sekreter Yrd.: Çağrı Öztürk
DKİB Doğu Karadeniz İhracatçıları 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	KİB Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Bulvarı No:19/E 28200 Giresun Tel: 0 454 216 24 26 Faks: 0 454 216 48 42 E-Posta: kib@kib.org.tr Web Adresi: www.kib.org.tr Genel Sekreter: Sertap Şevket Toramanoğlu
eib Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Cad. No:382 Alsancak/İzmir Tel: 0 232 488 60 00 Faks: 0 232 488 61 00 E-Posta: eib@egebirlik.org.tr Web Adresi: www.egebirlik.org.tr Genel Sekreter: İ. Cumhur İşbirakmaz Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal	OAİB 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: Musa Demir Genel Sekreter Yrd.: Esra Arpınar Genel Sekreter Yrd.: Fatih Yumuş
GAB Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012 No'lu Sk. No: 6 27090 Şehitkamil/Gaziantep Tel: 0 342 211 05 00 Faks: 0 342 221 05 09-10 E-Posta: gaibevrak@gaib.org.tr Web Adresi: www.gaib.org.tr Genel Sekreter: Bülent Kayalı Genel Sekreter Yrd.: Ahmet Şahbudak Genel Sekreter Yrd.: Aydın Kutlu Genel Sekreter Yrd.: Serdar Hasan Aydoğan	UIB Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Organize Sanayi Bölgesi 2. Gelişim Sahası Kahverengi Cad. No: 11 16140 Nilüfer/Bursa Tel: 0 224 219 10 00 Faks: 0 224 219 10 90 E-Posta: uludag@uib.org.tr Web Adresi: www.uib.org.tr Genel Sekreter: Mümin Karacakayalılar Genel Sekreter Yrd.: Ayşe Mehtap Ekinci Genel Sekreter Yrd.: Birgül Polat

Genel Sekreter Yiğit Tufan Eser

Genel Sekreter Yrd. Dr. Kübra Ulutaş Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş Genel Sekreter Yrd. Funda Özgülec Yüceer

Dış Ticaret Kompleksi

Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3 B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL

444 0 846 (TİM)

tim@tim.org.tr • tim.org.tr

TÜRKİYE’NİN EN ÇOK TERCİH EDİLEN SORUMLULUK SİGORTACISINDAN



Sınırsız İkame Araç • Sınırsız Mali Sorumluluk (İMM) 7/24 Quick Yardım

Tek poliçeyle aracınız için sınırları kaldırın, Quick Kasko ile ekonomik, pratik, anında sınırsız avantajları yaşamaya başlayın.



KAREKODU TELEFONUNUZUN KAMERASI İLE OKUTARAK UYGULAMAYI İNDİREBİLİRSİNİZ.

Q BLOG

Q MAG

Q SÖZLÜK



QUICK

SİGORTA

MARKAYI BAŞARIYA GÖTÜREN YOL...

adres  patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"



fikren
zihren

Instagram
Facebook
Twitter
LinkedIn
Pinterest
@adrespatent

adres  patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"



www.adrespatent.com.tr
0(212) 347 89 89

I ♥ PATENT

Sige çok yakınız?



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

İKİTELLİ TEKNOLOJİ
0(212) 549 43 70
ikiteilli@adrespatent.com

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

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

MERTER
0(212) 890 55 50
mertes@adrespatent.com

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

ESEN YURT TEKNOLOJİ
0(549) 474 04 37
esenyurt@adrespatent.com

ANTALYA
0(224) 321 00 89
antalya@adrespatent.com

KADIKÖY
0(216) 386 26 88
anadolu@adrespatent.com

BURSA
0(224) 504 53 43
bursa@adrespatent.com

GEBZE TEKNOLOJİ
0(537) 659 50 23
gebze@adrespatent.com

LONDRA
+44(7552) 725 955
londra@adrespatent.com

MERKEZ
Levent Cd. Krizantem Sk. No: 33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL