SAYI **195** MAYIS **2021**

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ RESMİ YAYIN ORGANI

TİM REPORT

İHRACATTA ÇİFTE REKOR

Martta 18,9 milyar dolarla aylık bazda rekor ihracata imza atılırken, ilk çeyrekte de ilk defa 50 milyar dolar sınırı geçildi. İhracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 80,2'ye yükseldi, dış açık yüzde 14 azaldı.



7 SEKTÖR REKOR KIRDI

27 SEKTÖR İHRACATINI ARTIRDI



SEDEF ORMAN
DERİMOD YKB YARD.
"KADIN GİRİŞİMCİLERİN ARKASINDA DAĞ GİBİ TİM VAR"



NEVZAT AYDIN
YEMEKSEPETİ CEO'SU
"E-TİCARETİ SESLİ HALE GETİRECEĞİZ"

E-TİCARET HACMİ TÜRKİYE'DE DÜNYADAN HIZLI BÜYÜYOR

GİRİŞİM EKOSİSTEMİ BÜYÜK UMUT VADEDİYOR

İHRACAT LOJİSTİK YATIRIMLARIYLA HIZLANACAK

Önder Grup



Hidrolik kaldırma ve taşıma sektöründe 44 yıllık birikim
Deneyimli profesyonel kadro
Her türlü ihtiyaca yönelik
Yüksek kaliteli, ekonomik, profesyonel çözümler
Müşteri memnuniyeti öncelikli çalışma ve üretim politikası

www.ondergrup.com









YERLİ ÜRETİM

444 7 605


AİT OLDUĞUMUZ TOPRAKLAR İÇİN ÇALIŞIYORUZ. KARA, HAVA, DENİZ YA DA İNTERMODAL TAŞIMACILIK ALTERNATİFLERİYLE DÜNYAYI DOLAŞIYORUZ. HİZMET KALİTEMİZ VE ÇÖZÜM ODAKLI YAKLAŞIMIMIZLA MARKALARA DEĞER KATIYORUZ. BİZE ULAŞIN, HEDEFLERİNİZİ PAYLAŞIN. "BİZ HER ZAMAN BİR YOL BULURUZ." ROTANIZ NERESİ OLURSA OLSUN, İSTER NAİROBİ, İSTER SANTİAGO, İSTERSE ZAGREB
GALATA ALPİ
TAŞIMACILIK VE TİCARET A.Ş.
+90 850 755 0 458
galpi.com.tr
Great Place To Work.









İÇİNDEKİLER

4 **BAŞKAN'DAN**
Samsun ile başladı, 81 ilde devam ediyor

12 **TİM'DEN HABERLER**
İhracat ailesi, ilk çeyreği rekorla kapattı

24 **KAPAK KONUSU**
İhracatçıları hedefe "hızlı lojistik" götürecek!

32 **DETAY**
Yeni tedarik zincirine Covid-19'un etkileri ne olacak?

36 **BAŞARI HİKAYESİ**
Yemeksepeti CEO'su Nevzat Aydın

42 **İŞ'TE KADIN**
Derimod Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Sedef Orman

46 **GENÇ MUCİTLER**
Türkiye, inovatif fikirlerle yükseliyor

52 **SANAYİCİ**
Akçansa Genel Müdürü Zeki Kanadıkırık

58 **ANALİZ**
Turizm sektörü yaralarını sarabilecek mi?

62 **MARKA ŞEHİR**
İhracatın beşincisi: Gaziantep

TİMREPORT

SAHİBİ:
TİM adına Başkan İsmail GÜLLE

YAYIN KURULU:
Mehmet Fatih BİLİCİ
Enise Didem ELMAS
Senem SANAL SEZERER

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

viyamedya

YAYINA HAZIRLIK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ
Murat ERDOĞAN

ŞEF EDİTÖR
Peri ERBUL

EDİTÖR
Simge SOYEL

GÖRSEL YÖNETMEN
Erkan ALTINDAĞ

FOTOĞRAF EDİTÖRÜ
Ergün ÇOLAKOĞLU

REKLAM MÜDÜRÜ
İlknur ULUSOY
ilknur@viyamedya.com

REKLAM SORUMLUSU
Sırma SAMAY YABANCI

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

BASKI
ŞAN OFSET

Vodafone Business SD-WAN çözümü: Şube ağınızın tek merkezden esnek yönetimi.

Birlikte mümkün.



vodafone business



İsmail GÜLLE
TİM Başkanı

Samsun ile başladı, 81 ilde devam ediyor

Bir asır önce mücadeleyle başlayan Cumhuriyetimizin kuruluş hikâyesi, bugün de iktisadi hayatta verilen bir mücadele ile devam ediyor. Bu mücadelenin en büyük neferlerinin de ihracatçılarımız olduğunu gururla söylemek isterim.

Değerli dostlar,

Mücadele ayıdır mayıs, Samsun da mücadelenin öncüsü. Bu ay, kurtuluş mücadelemizin ve Türkiye Cumhuriyeti'nin varoluş hikâyesinin ilk adımlarının atıldığı 19 Mayıs'ın, 102'nci yıl dönümünü kutluyoruz. Mustafa Kemal Atatürk'ün bu özel günü Türk gençliğine armağan etmesi de mayıs ayını daha anlamlı hale getirmiştir.

Atatürk'ün gençleri yetiştirenlere ve gençlere dair yaklaşık bir asır önce sarf ettiği; "Gençliği yetiştiriniz. Onlara bilim ve kültürün olumlu fikirlerini veriniz. Geleceğin aydınlığına onlarla kavuşacaksınız. Özgür fikirler uygulamaya geçtiği zaman, Türk milleti yükselecektir." sözlerinin ne kadar doğru olduğunu bugün çok daha iyi anlıyoruz. Sadece Türkiye'de değil, tüm dünyada yaşanan dönüşümün öncüsünün gençler olduğunu görüyoruz. Gençler önce iktisadi hayatta büyük başarılara imza atarak farklarını gösterdiler, şimdi de sivil toplum örgütlerinde ve siyasette aktif rol almaya başladılar.

Bugün dünyanın en değerli şirketler sıralamasına baktığımızda ilk 10'da yer alan şirketlerin hemen hemen hepsinin tarihi 20-30 yıla dayanıyordur. Son yıllarda öne çıkan başarılı teknolojik şirketlerin kurucuları da çoğunlukla gençlerden oluşuyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak biz de Mustafa Kemal'in yolundan giderek, Türkiye'yi gençlerin yükselteceğine hep inandık ve her zaman gençlerimizin yanlarında olduk.

İnovaTİM ve TİM TEB Girişim Evi projelerimiz de bu misyonumuzun sonucudur.

3 bini üniversite 10 bini lise öğrencisi olmak üzere 13 bin öğrenciden oluşan Türkiye'nin en genç inovasyon ailesine ve 100 bin ihracatçıya sahibiz.

TÜRKİYE'NİN EN GENÇ İNOVASYON AİLESİ: İNOVATİM

İnovasyonu gençlere aşılayarak inovatif bir nesil yetiştirmek hedefiyle hayata geçirilen İnovaTİM projemiz, bugün yaklaşık 3 bini üniversite 10 bini lise öğrencisi olmak üzere 13 bin öğrenciden oluşan Türkiye'nin en genç inovasyon ailesi oldu. TİM'in genç inovasyon temsilcileri, 72 ilden

150 üniversitede ve 32 ilden 207 lisede inovasyonu gençlere aşılıyor.

TİM TEB GİRİŞİM EVİ İLE GİRİŞİMCİLERİ GÜÇLENDİRİYORUZ

TİM ve TEB iş birliğiyle kurulan Girişim Evlerimiz de bulunduğu illerde, yenilikçi, yüksek katma değerli ve ihracat potansiyeline sahip girişimcileri ve girişimci işletmelerimizi güçlendiriyor. İstanbul, İzmir, Denizli, Gaziantep, Edirne, Bursa, Konya, Mersin, Trabzon ve Erzurum olmak üzere 10 farklı ilde bulunuyoruz.

Böylelikle ülkemizin girişimcilik, teknoloji ve ihracat alanlarında gelişme mücadelesine katkı veriyoruz. 2015 yılından bugüne kadar bin 200'ü aşkın teknoloji odaklı girişimciye ofis, mentorluk, network, tanıtım, eğitim ve devlet desteklerinden yararlanma gibi çeşitli destekler verdik. Ayrıca girişimcilere tarafımızca düzenlenen ticaret heyetleri ile muhtelif etkinliklere katılma imkânı ve proje ortağı TEB tarafından ayrıcalıklı finansman imkanının tanınmasını sağlıyoruz.

GENÇLER İÇİN İŞ BİRLİKLERİ YAPIYORUZ

Bir önceki ay da bahsettiğim gibi mart ayında yine gençlerimizin gelişimi için iki önemli iş birliğine imza atmıştık. Bu iş birliğinden birini Milli Eğitim Bakanlığı ve Ticaret Bakanlığı ile yaptık. Dış Ticaret alanında kariyer yapmak isteyen pırıl pırıl birçok gencimiz var. Gençlerimizin yalnızca teorik eğitim değil, iş başında hizmet içi eğitim alması adına çalışmalar gerçekleştireceğiz. İhracatçı birliklerimizle ayrıca öğretim programı ve eğitim materyalleri hazırlanması noktasında da çalışmalara imza atacağız. İhracat ailesi olarak öğrencilerimizin atölyelerini, laboratuvarlarını donatacak, ihtiyaç duydukları tüm materyal desteğini sağlayacağız. Protokol kapsamında Mersin, İzmir, Gaziantep ve İstanbul'daki altı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde, pilot uygulamaya hızla başlayacağız. İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) ile imzaladığımız "Milli Uzay Programı" hedeflerimize yönelik iş birliği protokolümüz de inovatif gençlerimize güç verecek.

TİM Women Export Talks serisini, üniversite-sanayi iş birliklerine dahil ettik. İhracatta başarılı olan kadın girişimcilerimizin hikâyelerinin gençlerimize ilham vereceğine ve girişimciliğe teşvik edeceğine inanıyoruz.

İHRACATIMIZ ANADOLU İLE YÜKSELİYOR

Hassas olduğumuz bir konu da kalkınmayı ülke genelinde sağlayabilmek. Bu nedenle bölgelerimizde hem gençlerimizi hem de girişimcilerimizi desteklemeye devam ediyoruz. Göreve geldiğimizden beri, yurdumuzun her bir köşesinde ihracat ailemize yeni üyeler, yeni ihracatçılar kazandırmak için büyük bir hızla çalışmalarımızı sürdürüyoruz. İhracatı teşvik etmek ve firmalarımızı ihracata başlatmak adına, dünyada uygulanan pek çok modeli detaylı bir şekilde inceledik. Çalışmalarımızın sonucunda, kendi alanında ilkleri barındıran "TİM KOBİ İhracat Seferberliği" ortaya çıktı. İlk eğitim programımız üzerinden yaklaşık iki yıl geçti ve bu iki yılda ihracat ailesine 35 bin 677 firma katıldı. İhracatçı sayımız, 100 binlerle anılıyor. Bu eğitimler sayesinde, her ay ortalama bin 500 firma ihracata başlıyor.

Bunların sonucunda İstanbul dışındaki şehirlerimizin ihracattaki payı da her geçen ay artıyor. İhracatta rekor serimiz mart ayında da devam etti ve yedi ayda altı rekor tazeledik. Mart ayı ihracatımız yaklaşık 19 milyar oldu. 11 ilimiz; Antalya, Denizli, İstanbul, Kahramanmaraş, Karabük, Kırşehir, Konya, Manisa, Niğde, Samsun ve Tekirdağ, mart ayında tarihlerinin en yüksek aylık ihracatını gerçekleştirdi. En dikkat çekici artışlar; yüzde 434 artışla 115,7 milyon dolara ulaşan Yalova; yüzde 206 artışla 81,7 milyon dolar ihracat yapan Şırnak ve yüzde 180 artışla 18,6 milyon dolarlık ihracata imza atan Diyarbakır oldu. 74 ilimiz de mart ayında ihracatını artırdı.

Mücadelemiz, bir asır önce Samsun'da başladı fakat artık tüm şehirlerde bir kalkınma mücadelesi ile devam ediyor. Bu mücadelenin en büyük neferleri de ihracatçılarımızdır. Küresel ticarette görülen ham madde fiyat artışları, navlun zamları ve konteyner sıkıntısına rağmen ihracatçımız büyük başarılara imza atmaya devam ediyor.

Şu ana kadar elde ettiğimiz veriler, nisan ayında da ihracat ailemizin rekora devam edeceğini gösteriyor. 2021 yıl için ihracat hedefimizi 184 milyar olarak belirlemiştik. Son sekiz ayda sergilenen ihracat performansı, 200 milyar dolarlık ihracatın çok da uzak olmadığını gösteriyor.

Hedefimiz, geleceğimiz için en büyük güvencemiz de gençliğimizdir.

Pandemi ile birlikte küresel ticarette görülen ham madde fiyat artışları, navlun zamları ve konteyner sıkıntısına rağmen ihracatçımız büyük başarılara imza atıyor.



1.500

Her ay ihracata başlayan ortalama firma sayısı


GREEN
THE GREEN TRANSPORT SOLUTION

UZAKLAR!

SINIRLARI AŞMAK İÇİN VAR

Ancak hayallerinin peşinden gitme cesareti gösterenler isteklerini gerçekleştirebilir... Greenlog olarak; işinizle ilgili kurduğunuz sınırların ötesine geçme hayalleriniz için aşılması gereken tüm engelleri aşıyor, geçilmesi gereken tüm sınırları güvenle geçiyoruz! Intermodal taşıma çözümlerimiz ile uzakları yakın etmek için sorunsuz, hızlı ve güvenilir çalışma disiplinimizle daima yollardayız!

greenlog intermodal

WWW.GREENLOG.COM.TR



Bitcoin dışındaki **kripto paralara** yönelik yoğun ilgi, kripto para birimlerinin toplam piyasa değerinin **2 trilyon doları** aşmasına yol açtı. Bitcoin'in payı piyasanın yaklaşık yarısını oluşturdu.

226

MİLYAR TL

■ 2020'de e-ticaret hacmi **yüzde 66** artarak **226 milyar TL**'ye yükseldi. Yapılan açıklamada e-ticaretin genel ticarete oranının **5,9 puan** artışla **yüzde 15,7**'ye ulaştığı belirtildi.

■ 120 ülkeye ihracat gerçekleştiren **Öztiryakiler**, Covid-19 aşısını **-86 derecede** saklayabilen yerli üretim buzdolabı geliştirdi.

■ **Türkiye İstatistik Kurumu**'nun açıkladığı verilere göre mart ayında tüketici fiyat endeksi yıllık **yüzde 16,19** arttı. Böylelikle enflasyon, 2019 Temmuz ayından bu yana en **yüksek seviyeye** çıktı.

■ SGK verilerine göre zorunlu sigorta kapsamındaki işçi sayısı **147 bin 821** kişi azaldı. Ayrıca pandemi döneminde hastaneye başvuranların sayısı da önceki yıla göre **35,15** azaldı.

Bloomberg'in haberine göre **Çin Merkez Bankası (PBOC)** yılın ilk iki ayında kredi büyümesinin balon riskini canlandırdığı gerekçesiyle, ülkenin büyük bankalarına yılın kalan bölümünde **kredilerde frene basma çağrısı** yaptı.

■ **AMD**, **Qualcomm** ve **Broadcom** gibi dev çip üreticileri için imalat yapan ABD merkezli çip üreticisi **GlobalFoundries**, yeni açıkladıkları dev yatırımlara rağmen şirket üretiminin talebe en erken **2022**'de yetişebileceğini duyurdu.

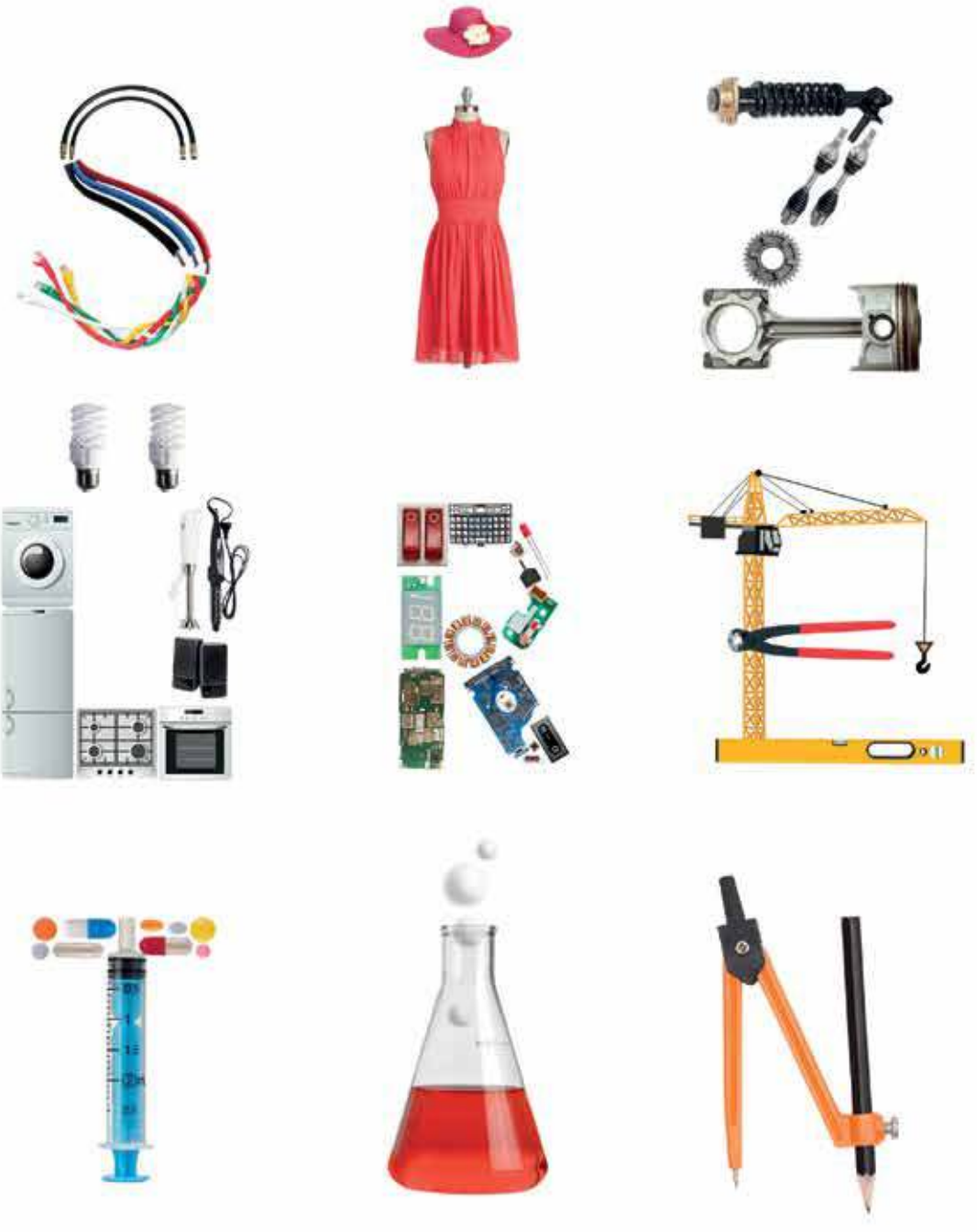
■ Türkiye, teknoloji konusunda global çapta tercih edilen **yazılımcı ve IT elemanları** yetiştiren bir ülke olduğunu kanıtladı. Ülke IT alanında **Hindistan**'dan sonra ikinci sırada geliyor.

■ **Almanya Federal İstatistik Ofisi (Destatis)** ülkenin sanayi üretiminin şubat ayında aylık **yüzde 1,6** ve yıllık bazda **yüzde 6,4** azaldığını açıkladı. Almanya'nın sanayi üretimi alt kalemlerinde görülen değişimler ise ana mallarda **yüzde 3,2**, ara mallarda **yüzde 1**, tüketici malları üretiminde **yüzde 0,2** ve enerjide **yüzde 1 artış** yönünde gerçekleşti.

■ OYAK'ın **Otomotiv odaklı Ro-Ro limanına** ilk uluslararası deneme seferi gerçekleştirildi. OYAK'tan yapılan açıklamaya göre uluslararası standartlarda hizmet verecek olan otomotiv odaklı Ro-Ro limanı, küresel otomotiv lojistiğinin **yeni merkezi** olmaya hazırlanıyor.



Türkiye tarım sektörü, bu yılın ilk üç ayında yaptığı ihracat ile tarihinin en yüksek ilk çeyrek ihracatını gerçekleştirdi. İhracat, bu yılın ilk üç ayında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre **yüzde 10,1** artarak **6 milyar 621 milyon 84 bin dolara** ulaştı.



Biz taşıyalım.

MARS LOGISTICS GROUP

MARS LOGISTICS

Ekonomik büyümenin öncü göstergesi **imalat sanayi performansında** en hızlı ve güvenilir referans kabul edilen **İstanbul Sanayi Odası Türkiye İmalat PMI (Satın Alma Yöneticileri Endeksi)** martta **52,6'**ya yükselerek sektörün performansında güçlü bir **iyileşmeye işaret** etti.

■ Çiftçilerin nakdi desteğe en fazla ihtiyaç duyduğu ilkbahar döneminde, bitkisel üretim destekleme ödemelerini hesaplara yatırdıklarını aktaran Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli; "Destekleme bütçesinin **yüzde 51**'ine tekabül eden **6,27 milyar lirayı** nisan ayı itibarıyla çiftçilerimize ödedik." dedi.

■ Enerji Bakanı Fatih Dönmez, hidrojenin Türkiye'nin enerji stratejisindeki önemli bileşenlerinden biri olduğunu belirterek yeşil hidrojen ihracat potansiyeli üzerinde çalıştıklarını söyledi. Dönmez; "**Avrupa'ya ihracat imkânlarını değerlendiriyoruz. İnşallah bu da yeni bir ihracat kapımız olur.**" dedi.

■ Türkiye İMSAD tarafından hazırlanan İnşaat Malzemeleri Sanayi Dış Ticaret Endeksi **Şubat 2021** sonuçlarına göre inşaat malzemeleri sanayisinde ihracat birim fiyatları geçtiğimiz yılın aynı ayına göre **arttı**.

■ Tarım ve Orman Bakanlığı Şeker Dairesi'nden ürettiği **"C şekerin" yüzde 60**'ı için dış satım yetkisi alan Türkşeker, **80 bin ton** şeker ihracatı yaparak yaklaşık **30 milyon dolar** gelir elde etti.

Çin'e demiryoluyla ilk **bor ihracatının** ocakta yapıldığını belirten Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Fatih Dönmez; "Eti Maden, TCCD ile birlikte ikinci tren sevkiyatını yaptı. Üretilen rafine bor ürünleri, yaklaşık **50 konteyner** blok vagonlarda **Çin'e** doğru yeniden yola çıktı." dedi.

50
MİLYON EURO

■ **Beyçelik Gestamp**'ın **50 milyon euroluk yatırımla** TOSB'da kuracağı yeni fabrika için imzalar atıldı. **750 kişiye istihdam** sağlayacak olan fabrika, önümüzdeki yıl **şasi ürünleri üretmeye** başlayacak.

■ Otomobil üreticisi **Subaru** da çip problemi yaşıyor. Motor ve fren sistemlerinde kullanılan çip tedariki problemi sebebiyle **Japonya'daki tesislerinde üretime geçici olarak ara vereceğini** açıkladı.

■ **TOGG**, 2022 yılı son çeyreğinde ilk seri versiyonunu banttan indireceği **C-SUV modeli** ile dünyanın en prestijli tasarım ödüllerinden **iF Design Award**'da, Türkiye'den mobilite alanında ödül kazanan **ilk marka oldu**.

■ **Asya**'da demir cevheri fiyatları, Çin ve diğer bölgelerde **güçlü çelik talebinin desteği** ve **hava kirliliği hedeflerine rağmen** Çinli çelik imalathanelerinin üretimi hızlandırması nedeniyle **artış yaşadı**.



Türkiye'nin **turunçgil ihracatı** 2021'in ilk çeyreğinde, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre **yüzde 2,63**'lük artışla **299 milyon 575 dolara** ulaştı.

İhracatçının yeni yol arkadaşı Maximiles TİM İhracatçı Kart

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



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

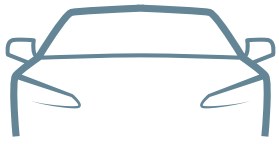
İhracat Ailesi, rekor serisini sürdürüyor

Aylık ihracat rakamı değerlendirmesinde ocak ve şubatın ardından mart ayında da ihracatlar, Cumhuriyet tarihinin en yüksek rekorunu kırdı. İhracat ailesi, ocak-mart döneminde 2020 yılındaki ilk çeyreğe göre yüzde 17,3'lik artışla 50 milyar 23 milyon dolarlık ihracatla da tüm zamanların en yüksek ilk çeyrek rakamına imza attı.



18,9
MİLYAR DOLAR
Mart ayı ihracat rakamı

2,8
MİLYAR DOLAR
Mart ayı otomotiv ihracatı



Dünya ekonomilerini derinden sarsan pandeminin zorlu şartlarına rağmen 2021 yılına büyük bir ivme kazanarak başlayan Türk ihracat ailesi, her ay tüm zamanların aylık ihracat rekorunu kırıyor. Geçtiğimiz yılın hedefi 165,9 milyar doları aşarak 169 milyar 482 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren firmaların bu yükselişi de, bu yılki 184 milyar dolarlık ihracat hedefinin aşılma beklentisini artırıyor. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), mart ayı geçici dış ticaret verilerini, Ankara'da düzenlediği toplantıyla açıkladı.

Genel Ticaret Sistemi'ne (GTS) göre mart ayında ihracat bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 42,2'lik artışla 18 milyar 985 milyon dolara ulaşarak; Cumhuriyet tarihin en yüksek aylık ihracatı oldu. Türk ihracatçılar, pandemiye rağmen ocak-mart döneminde de yüzde 17,3'lik artış göstererek; 50 milyar 23 milyon dolarla tüm zamanların en yüksek ilk çeyrek ihracat rakamına ulaştı. Martta bir önceki yılın aynı ayına göre 24 sektör ihracatını artırdı. 7 sektör ise tarihlerinin en yüksek aylık ihracat rekoruna imza attı.

"İLK ÇEYREK VE AYLIK İHRACAT REKORUNUN GURURUNU YAŞIYORUZ"

Mart ayı ve ilk çeyrek ihracat rakamlarını değerlendiren TİM Başkanı İsmail Gülle; "Geçtiğimiz aralık ayında, tüm zamanların aylık ihracat rekoruna imza atmıştık. Yine rekorla kapattığımız ocak ve şubat aylarından sonra ihracat ailesi mart ayında da oldukça başarılı bir performans ortaya koydu. Bu ay tüm zamanların aylık ihracat rekorunu tazelemenin gururunu yaşıyoruz. Böylece, ardı ardına son dört ayda ihracat rekoru kırmış olduk. Aynı zamanda, mart ayı ihracat rakamımızla beraber en yüksek birinci çeyrek ihracatı da gerçekleşti. Her zaman daha ileriye gitmek, daha iyisini hedeflemek bu aile için köklü bir gelenek. İhracat günlük olayların, farklı görüşlerin ötesinde, bir memleket meselesidir." dedi.

"MARTTA YÜZDE 42,2, İLK ÇEYREKTE YÜZDE 17,3 İHRACAT ARTIŞI

Mart ayı ve ilk çeyrekteki ihracat artışına konuşmasında vurgu yapan Gülle; "Mart ayında ihracatımız, geçtiğimiz yılın aynı ayına göre yüzde 42,2'lik artışla 18 milyar 985 milyon dolar oldu. 2021'in ilk çeyreğinde ise ihracatımız, yüzde 17,3'lik artışla 50 milyar 23 milyon dolara yükseldi. Yıllık ihracat hedefimiz 184 milyar dolardan çok daha yüksek rakamlara, 200 milyar dolarlara inşallah hep birlikte ulaşacağız. Bin 339 firmamız, mart ayında ilk kez ihracat yaptı. İhracata yeni başlayan bu firmalarımız 62 milyon 400 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Genel tabloya bakıldığında mart ayı içerisinde toplam 39 bin 170 firmamız ihracata imza attı. Böylelikle yılın ilk çeyreğinde ihracat gerçekleştiren firma sayımız 59 bin 913, ilk kez ihracat gerçekleştiren firma sayımız ise 4 bin 334 oldu." diye konuştu.

"7 SEKTÖR, TARİHLERİNİN EN YÜKSEK AYLIK İHRACATINA İMZA ATTI"

Mart ayında sektörlerin performanslarına da dikkat çeken Gülle şöyle devam etti: "Önceki yılın aynı ayına göre 24 sektörümüz ihracatını artırdı. Toplam 7 sektörümüz ise tarihlerinin en yüksek aylık ihracat performansına imza attı. Bu sektörler 'Kimyevi Maddeler ve Mamuller', 'Elektrik-Elektronik', 'Tekstil ve Ham Maddeleri', 'Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri', 'Mobilya Kağıt ve Orman Ürünleri', 'İklimlendirme Sanayi', 'Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri' oldu. Mart ayında 2 milyar 893 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren 'Otomotiv' sektörümüz liderliğini korurken 2 milyar dolara ulaşan 'Kimyevi Maddeler' sektörümüz ikinci, 1 milyar 678 milyon dolara ulaşan 'Hazır Giyim' sektörümüz ise üçüncü oldu. Bu ay en güçlü artış performansına imza atan sektörler yüzde 124 artışla 154 milyon dolara ulaşan 'Gemi ve Yat' sektörü, yüzde 75 artışla 247 milyon dolara ulaşan 'Savunma ve Havacılık', yüzde 58 artışla 1 milyar 547 milyon dolara ulaşan 'Çelik' sektörleri olarak belirlendi. Yılın ilk çeyreğinde ise 7 milyar 690 milyon dolarla 'Otomotiv' sektörümüz birinci, 5 milyar 310 milyon dolarla 'Kimyevi Maddeler' ikinci, 4 milyar 707 milyon dolarla 'Hazır Giyim' sektörü üçüncü oldu."

"Son dört ayı üst üste rekorla kapatma başarısı gösterdik. 6 aylık ihracatımız 100 milyar doları aştı. Yıllık ihracat hedefimiz olan 184 milyar dolardan çok daha yüksek rakamlara, 200 milyar dolarlara inşallah hep birlikte ulaşacağız."

İLK ÇEYREĞE SAVUNMA SANAYİ DAMGASI

İsmail Gülle, ilk üç ayda 'Savunma ve Havacılık' sektörünün, 647 milyon dolarla ihracatını yüzde 34 artırdığını aktardı. 'Madencilik' ürünleri ihracatının ise 1 milyar 215 milyon dolarla yüzde 30'luk önemli bir artış kaydettiğini belirten Gülle, 'Elektrik-Elektronik' sektörü ihracatının ise 3,2 milyar dolarlık ihracatla yüzde 28'lik arttığını ifade etti: "Mart ayında ihracatçılarımız Türk bayrağını 218 ülke ve bölgede dalgalandırmayı başardı. 150 ülkeye ihracatımızı artırma başarısı gösterdik. İhracatçılarımızın en çok ihracat gerçekleştirdiği ilk üç ülke 1 milyar 670 milyon dolarla Almanya, 1 milyar 240 milyon dolarla ABD ve 1 milyar 6 milyon dolarla Birleşik Krallık oldu. İhracatımızı tutar bazında en çok artırdığımız ülkeler ise 535 milyon dolarlık artışla Birleşik Arap Emirlikleri, 439 milyon dolarlık artışla İtalya ve 437 milyon dolarlık artışla Irak oldu."



1,6
MİLYAR DOLAR
Mart ayında Almanya'ya ihracat

59 BİN 913
Yılın ilk çeyreğinde ihracat gerçekleştiren firma sayısı

4 BİN 334
Yılın ilk çeyreğinde ilk kez ihracat gerçekleştiren firma sayısı

74 İL İHRACATINI ARTIRDI

Antalya, Denizli, İstanbul, Kahramanmaraş, Karabük, Kırşehir, Konya, Manisa, Niğde, Samsun ve Tekirdağ; tarihlerinin en yüksek aylık ihracatını mart ayında gerçekleştirdi. En çok ihracat gerçekleştiren ilk üç il sırasıyla 7 milyar 161 milyon dolarla İstanbul (%37 artış), 1 milyar 464 milyon dolarla Kocaeli (%40 artış), 1 milyar 333 milyon dolarla Bursa (%22 artış) oldu.

2021'in ilk çeyreğinde ise en çok ihracat gerçekleştiren ilk üç il sırasıyla 18 milyar 986 milyon dolarla İstanbul (%15 artış), 3 milyar 839 milyon dolarla Kocaeli (%13 artış) ve 3 milyar 700 milyon dolarla Bursa (%4 artış) olarak gerçekleşti.

Türk lirası ile açılan beyannamelere göre 174 ülkeye toplam 6,3 milyar TL tutarında Türk lirası ile ihracat yapıldı. 7 bin 175 firma ihracat işlemlerinde Türk lirasını tercih etti.

TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı **Adalet İnanç**

"Kadın girişimciler ihracattaki payını artırıyor"

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Kadın Konseyi tarafından TİM Woman Export Talks buluşması gerçekleşti. TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Adalet İnanç ve Gündüz Group Başkan Yardımcısı Ruken Mızraklı'nın konuşmacı olduğu buluşmada '"Kadın girişimcilerin önündeki engeller ve pandeminin kadın ihracatçılara etkisi" konuşuldu.







%60
İstanbul dışındaki kadın girişimci yüzdesi

158 MİLYON TL
Kadın girişimcilerin toplam cirosu

TİM Women Export Talks: Üniversite-İhracatçı Buluşmaları kapsamında kadın girişimciler üzerine yapılan toplantı, nisan ayında gerçekleşti. TİM'in canlı yayın yaptığı ve YouTube kanalı üzerinden yayımladığı görüşmenin moderatörlüğünü Altınbaş Üniversitesi Öğretim Görevlisi Dr. Arzu Girişken yaptı.

"KADIN YÖNETİMİNDEKİ ŞİRKETLERİN İHRACATTAKİ PAYI YÜZDE 13"

TİM-TEB Girişim Evi bünyesinde bugüne dek 150'ye yakın kadın girişimciye destek verildiğini belirten TİM Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı Adalet İnanç, pandemiden önce yüzde 11 olan kadın yönetimindeki şirketlerin ihracattaki payının yüzde 13'e çıktığını vurguladı. TİM TEB Girişim Evi'nin kadın ihracatçılara önemli destekler sağladığına dikkat çeken Adalet İnanç şu bilgileri verdi: "Türkiye'nin dört bir yanındaki inovatif iş fikirlerini ekonomiye kazandırmak ve girişimcilik ekosistemini geliştirmek amacıyla çalışmalar yapıyoruz. Yenilikçi ve katma değerli teknoloji firmalarının güçlü ve sağlam yapılara dönüşebilmeleri için destek oluyoruz. Girişimciler, TİM'in network ağı ve bilgi birikiminden yararlanabiliyor. Girişimcilere ayrıca, ulusal ve uluslararası inovasyon etkinliklerine katılarak stant kurma ya da sunum yapma gibi imkânlar sağlanıyor. Çeşitli yayın organları aracılığıyla da projelerini tanıtma ve anlatma fırsatı sunuluyor. TİM-TEB Girişim Evi çatısı altındaki kadın girişimciler, TİM ticaret heyetlerine katılarak hedef pazarlarındaki potansiyel alıcılarla buluşma hakkına sahip oluyor. Kadın girişimcilerin yoğunlaştığı ilk üç sektör yazılım, biyoteknoloji ve gıda. Destek verilen kadın girişimcilerin yüzde 60'ı İstanbul dışında ve bini aşkın kişiye istihdam sağlıyorlar. Kadın girişimcilerin toplam cirosu ise 158 milyon TL olarak gerçekleşti."

"KADIN GİRİŞİMCİ ORANI PANDEMİDE ARTTI"

Gündüz Group Başkan Yardımcısı Ruken Mızraklı ise Türkiye'nin kadın girişimciliğinde dünya ortalamasını yakalamak için çok uzun bir yol kat etmesi gerektiğini belirtti. Dünya Ekonomik Forumu tarafından her yıl yapılan araştırmaya göre Türkiye'nin; kadınların ekonomiye katılımı ve fırsat eşitliği açısından 140'ıncı, eğitime katılımda 101'inci, politikaya katılım açısından ise 114'üncü sırada yer aldığını kaydeden Mızraklı, bu veriler ışığında hızlı ve kati şekilde aksiyon alınmasını gerektiğini vurguladı. Yapay zeka, büyük veri, bulut bilişim, nesnelerin interneti, makine öğrenmesi gibi yeni teknolojilerin pandemide hız kazandığını vurgulayan Mızraklı; "Şirketler için artık vites yükseltme zamanı. Dünyanın en büyük 10 ekonomisi arasına girmek istiyorsak yüksek teknoloji üretmemiz gerekiyor. Yapay zekayı kullanmak artık kaçınılmaz." diye konuştu.



myTECHNIC

UÇAK BAKIM VE ONARIM MERKEZİ

www.mytechnic.aero

@mytechnic

@mytechnic.aero

@myTECHNIC_MRO

Sabiha Gökçen Havalimanı İstanbul/Türkiye

+90 216 5880570 Faks: +90 216 5880572

Sivas, ihracatını ikiye katladı

İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) düzenlediği "KOBİ İhracat Seferberliği Eğitim Programları" devam ediyor. Program kapsamında eğitimlerin sonuncusu, Sivas'a yönelik olarak online gerçekleştirildi.



KOBİ İhracat Seferberliği Eğitim Programları kapsamında düzenlenen programda katılımcılar birçok konuda bilgilendirildi. Yoğun ilgi gören programın açılışına Sivas Valisi Salih Ayhan ile TİM Başkanı İsmail Gülle katıldı.

90 ÜLKEYE İHRACAT YAPIYOR

Sivas'ın özellikle Avrupa ve Amerika ülkelerine başarılı bir ihracat performansı sergilediğine dikkat çeken TİM Başkanı İsmail Gülle; "Son 10 yılda Sivas'ın ihracatı, yüzde 53 gibi önemli bir yükselişle 76 milyon dolara yükseldi. Kentimizden yapılan ihracatın 2020 yılında 1 milyon doları aştığı ülkeler arasında bir önceki yıla göre Tayland'a ihracat yüzde 277, Avusturalya'ya yüzde 208, İsrail'e yüzde 83 arttı. Sivaslı ihracatçılarımız 2020 yılında ilk defa toplam 12 ülkeye ihracat yaptı. Sivas'tan en çok ihracatı 25,9 milyon dolarla 'Makine Aksamları Sektörü' gerçekleştirdi. Bu sektörü 17,8 milyon dolarla 'Madencilik', 5,9 milyon dolarla 'Demir ve Demir Dışı Metaller' takip etti. Geçtiğimiz ay, Sivas'ta ilk kez jeotermal su ile yetiştirilen yerli domatesin ihracatına başlandı. Sivas, artık dünyaya ihracat gerçekleştiriyor. Kentimiz 90 ülkeye ihracat yapıyor." dedi.

İhracatçıya 3 milyon TL'ye varan destek

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile İş Bankası arasında geçtiğimiz yıl imzalanan, ihracatçılara avantajlı faiz oranları da dahil birçok fayda ile finansmana erişim olanağı sağlayan protokol, 2021 yılında da yapılan güncellemelerle devam ediyor.



Protokol kapsamında Türkiye'nin itici gücü olan ihracatçı firmalara, uygun koşullu kredi ve ürünlerin yer aldığı pakette azami kullandırım tutarlarında artış gerçekleştirildi. Firma özelinde uygun koşullarda 500 bin Dolar-Euro veya 3 milyon TL tutarına kadar kredi imkânı sunuluyor. Protokol ile TİM üyesi olan kadın girişimciler daha indirimli faiz oranlarından yararlanabiliyor.

TİM ÜYESİ KADIN GİRİŞİMCİLERE ÖZEL İNDİRİMLİ FAİZ İMKÂNI

Protokol ile TİM üyesi olan kadın girişimciler daha indirimli faiz oranlarından yararlanabiliyor. Ayrıca paket kapsamında, sanal ve fiziki fuarlar için de uygun koşullarda döviz kredisi kullandırımı devam ediyor. Gümrükler Genel Müdürlüğü ve Eximbank'a hitaben e-teminat mektubu, TİM üyelerine özel bir komisyon oranıyla hazırlanabiliyor. Aynı zamanda kredi kullanan TİM üyeleri için Anadolu Sigorta A.Ş. tarafından emtia taşıma sigortası ürününde yüzde 10 indirim uygulaması da sürüyor.

Pandemiye rağmen rekor kırdılar

Ticaret Bakanlığı, ağustos ayı dış ticaret rakamlarını açıkladı. İhracat, ağustosta geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 5.74 azalarak 12 milyar 463 milyon dolar oldu. İthalat ise aynı dönemde yüzde 20.64 artarak 18 milyar 776 milyon dolar olarak gerçekleşti. Ağustosta küresel piyasalarda ons fiyatı 2.000 doları geçen altının ithalatı dört kat arttı. 4 milyar 82 milyon dolarlık ithalat gerçekleşti.İthalattaki artışın büyük kısmı da buradan kaynaklandı. İthalat, altın kalemi hariç tutulduğunda yıllık bazda yüzde 0.3 daraldı, ihracatın ithalatı karşılama oranı da yüzde 82.9'a çıktı. İthalattaki artışın büyük kısmı da buradan kaynaklandı. İthalat, altın kalemi hariç tutulduğunda yıllık bazda yüzde 0.3 daraldı, ihracatın ithalatı karşılama oranı da yüzde 82.9'a çıktı. Dış ticaret açığı da ağustosta 6.3 milyar dolar olarak belirlendi. Pandemi döneminin tüm olumsuzluklarına rağmen yaş meyve-sebze, çimento-cam, savunma ve havacılık, mobilya, kağıt-orman, hububat ve meyvesebze mamulleri gibi bazı önemli sektörler en iyi 8 aylık performansını gösterdi.

İlk yarıda 573 milyon dolarlık maske ve koruyucu giysi ihraç edildi

Türkiye, tüm dünyada salgının damga vurduğu 2020'nin ilk yarısında 573 milyon dolarlık tıbbi ve kumaş maske ile koruyucu giysi ihracatı gerçekleştirdi. Zorlu süreçte ülke ekonomisi için stratejik önemini bir kez daha kanıtlayan Türk hazır giyim endüstrisi, hem yurt içindeki ihtiyacı karşıladı hem de salgınla mücadele eden onlarca ülkenin imdadına yetişti. Türk hazır giyim endüstrisinin talebi karşılamak için üretim bantlarında hızla gerekli değişimi yaptığını aktaran Gültepe, "Bıçak gibi kesilen siparişler nedeniyle firmalarımız nisan ve mayısta kapasitelerini en aza düşürdü. Bazı firmalarımız geçici olarak üretimlerini durdurdu. İşte tam bu süreçte artan maske ve koruyucu giysi talebini karşılayarak hem salgınla mücadeleye katkı sunmak hem de istihdamı için için birçok firmamız bu alana yöneldi. Bu tesislerimizde öncelikle ülkemizin ihtiyacını karşıladık. Sektörün erken davranmasına rağmen bürokratik nedenlerle kumaş maske ihracatına geç başlandığını aktaran Gültepe, "Eğer daha hızlı hareket edebilseydik bugün dünyada çok daha fazla insana maske ulaştırabilir, 6 aylık ihracatta 1 milyar doları yakalayabilirdik." ifadesini kullandı.

İhracat hedefine adım adım

Yılın ilk 11 ayında Türkiye 151 milyar 704 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Kasım ayında ise 16 milyar 88 milyon dolarlık ihracat yapıldı. Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle, "Yeni Ekonomi Programı 2020 ihracat hedefimiz olan 165.9 milyar dolara emin adımlarla yürümeye devam ediyoruz" dedi.

Türkiye'nin kasım ayı ihracatı pandemi ve takvim etkisiyle geçen yılın aynı ayına kıyasla yüzde 0.95 azalarak 16 milyar 88 milyon dolar, ithalat ise yüzde 16.07 artışla 21 milyar 158 milyon dolar oldu. Twitter hesabından kasım ayı ihracat rakamlarına ilişkin değerlendirmede bulunan Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan,'Kasımda dış ticaret hacmimiz yüzde 8.05 artarak 37 milyar 246 milyon dolar olarak gerçekleşirken, ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 76.0, altın hariç karşılama oranı ise yüzde 86.3 olmuştur" dedi.

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

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Nejdat Sin, 2020 Mart ayında Türkiye'nin yaş meyve sebze ihracatının geçen yılın aynı ayına göre yüzde 25 artışla 179 milyon dolara ulaştığını, Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin ise bu dönemde yüzde 16 artış yakalayıp, 83 milyon dolarlık dış satım gerçekleştirdiğini açıkladı. Yaş meyve sebze sektörünün milyonlarca insanın geçim kaynağı olduğunu ve milli ekonomiye net döviz girdisi sağlayan sektörler arasında ilk sıralarda yer aldığını vurgulayan Başkan Sin, koronavirüs salgınının uluslararası alanda yaratmış olduğu etkiye rağmen Ekonomik İstikrar Kalkanı Tedbir Paketi ve Temassız İhracat Modeli gibi çözümler sayesinde yaş meyve sebze ihracatını kesintiye uğramadan devam ettirdiklerini söyledi. Mart ayında en çok ihraç edilen ürünlerin 52,53 milyon dolar ile domates, 29,46 milyon dolar ile limon ve 18,94 milyon dolar ile biber olduğu bilgisini verdi.

Biz bu yıl "umutları" taşıyoruz.

*Bu içerik 2021 Lima Lojistik mottosundan ilham alınarak oluşturulmuştur.

lima LOGISTICS

Kabine'ye üç yeni bakan

Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile 'Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı' ile 'Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı' kurulurken, kabineye 3 yeni isim atandı. Ticaret Bakanlığı'na Mehmet Muş getirildi.







Kabine'de değişiklik, Resmi Gazete'nin mükerrer sayısında yayımlanan Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile hayata geçti. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın yerine AK Parti İstanbul Milletvekili Mehmet Muş atandı.

MEHMET MUŞ

Doğu Akdeniz Üniversitesi İşletme ve Ekonomi Fakültesi İşletme Bölümü'nü bitiren Mehmet Muş, Washington State University School of Economic Sciences'ta Ekonomi alanında yüksek lisans yaptı. Marmara Üniversitesi İktisat Tarihi Ana Bilim Dalı'nda Ekonomi doktorasını tamamladı. Özel sektörde bütçe planlama ve raporlama uzmanı olarak çalıştı. AK Parti Halkla İlişkiler Başkan Yardımcılığı ve Ekonomi İşlerinden Sorumlu Genel Başkan Yardımcılığı görevini yürüttü. 24, 25 ve 26'ncı dönemde İstanbul Milletvekili seçildi.

DERYA YANIK

1995'te İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nden mezun olan Derya Yanık, kariyerine serbest avukat olarak devam etti. İstanbul Büyükşehir Belediyesi Hukuk Komisyonu Başkanlığı ve AK Parti Grup Sözcülüğü görevlerinde de bulunan Derya Yanık, AK Parti 7. Olağan Büyük Kongresi'nde Merkez Karar ve Yönetim Kurulu Üyeliğine seçilmişti.

VEDAT BİLGİN

Hacettepe Üniversitesi Sosyal ve İdari Bilimler Fakültesi mezunu olan Vedat Bilgin, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde "Şehirleşme ve Sanayileşme İlişkileri" konusunda yüksek lisans çalışmasını, "Türkiye'de Sanayileşme Politikaları ve Demokratikleşme Süreci" adlı çalışmasıyla da İktisat Sosyolojisi alanında doktorasını tamamladı. York Üniversitesinde misafir öğretim üyesi olarak bulunan Bilgin, Michigan Üniversitesinde "Orta Doğu Toplumlarında Modernleşme Sorunları" konulu uluslararası çalışmada yer aldı.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın imzasıyla Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı iki ayrı bakanlığa ayrıldı. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'na Derya Yanık, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'na Vedat Bilgin getirildi.

"RUHSAR PEKCAN'A TEŞEKKÜR, MEHMET MUŞ'U İSE TEBRİK EDERİZ"

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), kendi sosyal medya hesapları üzerinden hem Ruhsar Pekcan'a teşekkür etti hem de Yeni Ticaret Bakanı Mehmet Muş'u tebrik etti. TİM Başkanı İsmail Gülle, ihracat ailesine desteklerini konu alan tebrik mesajlarını şu şekilde paylaştı: "Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin ilk Ticaret Bakanı olan Sayın Ruhsar Pekcan ile birlikte ihracatta önemli başarılara imza attık. Kendisine görevde bulunduğu süre boyunca ihracat ailemize verdiği desteklerden dolayı teşekkürlerimi sunuyorum. Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın tensipleriyle Ticaret Bakanı olarak atanan Sayın Mehmet Muş'u canı gönülden tebrik ediyor; yeni görevinde başarılar diliyorum." TİM Başkanı Gülle ayrıca Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı olan Derya Yanık ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı görevini üstlenen Vedat Bilgin'i de tebrik ederek görevlerinde başarılar diledi.

Avrupa'nın ve Türkiye'nin
En Büyük Transformatör
Üretim Tesisi



Sektör Lideri

215. Türkiye'nin **EN BÜYÜK** sanayi kuruluşu

1000 MVA, 800 kV
Gerilim Seviyesine
Kadar Güç Transformatörleri

- **250 kVA - 25 MVA, 36 kV**
  Kuru Tip Transformatörler
- **50 kVA - 5 MVA, 36 kV Yıllık 20.000 adet**
  Dağıtım Transformatörü Üretimi





Dağıtım
Transformatörleri



Kuru Tip
Transformatörler



Hava Yalıtımlı
Modüler Hücreler



Beton Trafo
Merkezleri



Metal Clad
Hücreler

www.astoras.com.tr

Dünya ticaretinde büyüme hızlanıyor

DR. CAN FUAT GÜRLESEL

Küresel ticaret 2020 yılında karşılaşılan salgından özellikle yılın ikinci çeyrek döneminde sert şekilde etkilenmiş ve yüzde 20'nin üzerinde daralmıştı. Yılın ikinci yarısında ise ticaret, beklentilerin üzerinde bir toparlanma gösterdi. Hükümetlerin ekonomiye destekleri bunu sağladı ve 2020 yılının son çeyreğinde dünya mal ticareti yeniden büyümeye geçti. Böylece salgın nedeniyle yaşanan daralma üç çeyrek ardından sona erdi. Sektörlerin ve firmaların tedarik stratejilerindeki değişiklikler de ticarette büyümeye destek verdi.

2021 yılının ilk dört ayında ise dünya mal ticaretindeki büyümenin hızlandığı görülmektedir. Salgının üçüncü dalgasına ve uzayan sert kapatma ve kısıtlama önlemlerine rağmen mal ticaretinde hızlı bir büyüme yaşanmaktadır. Aşılamanın başlamış olması ve giderek yaygınlaşarak uygulanması ile yılın geri kalanına ilişkin beklentiler iyileşmektedir ve bu da artan tedarik ihtiyacına ve siparişlere yol açmaktadır.

Yılın geneline ilişkin bu görünüm içinde Dünya Ticaret Örgütü de 2021 yılına ilişkin ticaretteki büyüme tahminlerini yukarı yönlü güncellemiştir. Buna göre Dünya Ticaret Örgütü 2021 yılında mal ticaretinde miktar olarak yüzde 8,0 büyüme beklemektedir. Böylece 2020 yılında yüzde 5,3 olarak gerçekleşen miktar bazındaki daralmanın üzerinde bir büyüme öngörülmektedir. Dünya Ticaret Örgütü değer bazında bir ticaret büyüklüğü öngörüsü açıklamamaktadır. Ancak 2021 yılında emtia ve mal fiyatlarında yaşanan artışlar dikkate alındığında yıl genelinde değer olarak dünya mal ticareti yüzde 12-13 büyüyecektir. Bu büyüme beklentisine göre 2020 yılında 17,0 trilyon dolara gerileyen dünya mal ticareti, 2021 yılında 19,0 trilyon dolar seviyesine ulaşabilecektir.

Dünya mal ticaretindeki yılın ilk



dört ayında yaşanan büyüme 2021 yılı geneli için yapılan öngörülere de dayanak oluşturmaktadır. Aşılama ve büyük pazarlarda olası aşılamanın tamamlanması ve genel bağışıklık kazanma takvimleri, büyüme tarafındaki iyimserlikleri şekillendirmektedir. Asya pazarında aşılamada ülkeler farklı uygulamalar içindedir. Buna rağmen pazarda Çin başta olmak üzere önemli bir büyüme yaşanmaktadır. Çin, Güney Kore ve Japonya ihracatlarında önemli artışlar görülmektedir.

ABD'de aşılamanın mayıs ayı sonunda tamamlanması beklenmektedir. İngiltere'de en geç haziran ayı, Avrupa'da en geç temmuz ayı sonunda aşılamanın tamamlanması hedeflenmektedir. Buna bağlı olarak bu ülkelerde yılın geri kalanına ilişkin iyimserlikler ve büyüme tahminleri artmaktadır. Sektörler ve firmalar da yılın geri kalanında beklenen talep artışına yönelik üretimlerini, tedariklerini ve siparişlerini artırmaktadır. Bu da doğal olarak dünya ticaretinde büyümeyi desteklemektedir.

ABD'de uygulamaya konulan 1,9 trilyon dolar tutarındaki destek paketi hem ülke hem de dünya ekonomisine katkı sağlayacaktır. Bu destek paketi sonucu ABD'de ithalatın ilave olarak önümüzdeki iki yıl için 360 milyar dolar daha artacağı tahminleri yapılmaktadır. ABD'de yakın zamanda açıklanacak ve en azından 2,2 trilyon dolar olması beklenen altyapı yatırımları paketi de ayrıca hem büyümeyi hem de ticareti hızlandırıcı etki yapacaktır.

2021 yılının genelinde sırası ile Asya, ABD ve Avrupa pazarlarında ithalatta büyüme hızlanmaktadır. Gelişen ülke pazarlarında da ithalat hareketlenmeye başlamıştır. Sektörler olarak bakıldığında 'Petro-Kimya', 'Kimyasallar', 'Kâğıt Ürünleri', 'Plastik Ürünleri', 'Ana Metal Sanayi', 'Metal Eşya Sanayi', 'Makine ve Teçhizat Sanayi', 'Elektronik ve İletişim Ekipmanları', 'İlaç ve Medikal Ürünler' ticaretinde daha hızlı büyümeler yaşanmaktadır. Yılın ikinci yarısında talepteki artış beklentisi ile tüketim malı ticareti hareketlenmeye başlamıştır.

Dünya mal ticaretindeki büyüme ile salgının etkileri birleşince birçok artçı sonuç da ortaya çıkmaktadır. Ham madde ve girdi tedarik telaşı nedeniyle tedarik sıkıntıları, artan emtia ve girdi fiyatları, yüksek navlun fiyatları ve konteyner sıkıntıları, yıl genelinde sürecektir.

Dünya mal ticaretindeki hızlanan büyümeyi durduracak ve iyimser büyüme beklentilerini bozacak gelişmeler yine salgından kaynaklanabilecektir. Salgında beklenmedik yeni sert dalgalar ve ümit bağlanan aşılamaların başarısız olunması ile bunlara bağlı olarak kapatma ve kısıtlamaların artması ve uzaması, mal ticaretindeki büyümeyi sınırlayacaktır.

İyimser senaryo içinde kalınması halinde Türkiye'nin mal ihracatı da 2021 yılında 190 milyar dolar olarak gerçekleşebilecektir. İhracatımızın daha da yüksek seviyede gerçekleşmesi, hızlı büyüyen pazarlara yönelik verilecek özel destekler ve en önemlisi Türk lirasında sağlanacak istikrar ile mümkün olacaktır.

HOROZ LOJİSTİK

HOROZ BOLLORÉ LOGISTICS

Dünya üzerindeki geniş hizmet ağımız ve büyüyen güçlü ekiplerimiz ile denizyolu, havayolu, karayolu, depolama ve intermodal taşımacılık faaliyetlerinde,
Türkiye'den tüm dünyaya gönderilerinizde yükünüzü hafifletiyoruz.



www.**horoz**.com.tr

www.**horozbollore**.com.tr

“Yozlaşan liberalizm değil, kapitalizm...”

PROF. DR. EMRE ALKİN

Kavramları birbirine karıştırdıkça meselenin özünden uzaklaşıyoruz. Bu sebeple aklımdaki düşünce balonlarını düzene koyarak, bir akıl yürütmesi yapmaya karar verdim.
Ve başlıyorum: Bir ülkede bankacılık sisteminin varlığı, o ülkede yaşanan olumsuzlukların düzeleceği anlamına gelmiyor maalesef. Eğer hukuki, sosyal ve siyasal yapının yanında alışkanlıklar da gelişmenin önünde engel ise bankalar ve banka harici finans kurumlarının varlığı; yaşanan olumsuzlukları hafifletmez. Aksine bazen ağırlaştırabilir. 2001 bankacılık krizi ile ABD, Güney Kore ve Tayvan’daki örnekler hep göz önünde bulundurulmalı. Geçtiğimiz dönemde devasa bankaların bile çöküşüyle krizin ciddi boyutlara ulaştığını, kredi ihtiyacının karşılanamaması sebebiyle reel sektörün çok ciddi tehlikelere maruz kaldığını gördük. Bu tip gelişmeler birçok ülkede iktidar değişikliklerine bile yol açtı.

Demek ki bankacılık ne başlı başına sorunların sebebi ne de ülkelerdeki yapısal hastalıkların ilacı durumunda. Görevi fon arz edenlerle fon talep edenleri buluşturmak olan finans kurumlarının, genel yozlaşmaya katkısı, diğer sektörlerden daha az ya da fazla değil. Ancak bankalar ve finans kurumları olmadan yozlaşma çarkının hızlı dönmeyeceği de kesin. Ne de olsa bu kurumlar paranın idaresini gerçekleştirmektedir. Para da her şeyi idare etmektedir. Her şeyi idare edeni idare etmek başlı başına riskli bir durumdur. Düzenleyici otoritelerin sorumluluğunun büyüklüğü buradan anlaşılıyor.

Bankaların işlevi mevduat sahibinden tasarrufunu alıp reel sektöre yani iş kurmak ya da yapmak isteyenlere vermek iken bir anda devlet hazinesini fonlayan bir hale gelebiliyorlar. Devletin önerdiği faiz hem tatminkâr hem de garantili olduğundan, ‘Vatandaştan al-devlete ver’ sistemi birçok örnekte olduğu gibi sonra bankacılığın



pozitif yaratıcılığını en düşük seviyeye indiriveriyor. Bazen bankalar sermayelerini devlet iç borçlanma senetlerinde değerlendirmeye bile başlıyorlar. Bu durum sonraları bazılarının tarihe karışması sonucunu da doğuruyor. Devletler batmaz ama müesseseler batabilir. Buradan da anlaşıldığı gibi yozlaşmak için uygun ortamı yaratan bankalardan çok düzenleyici otoritelerdir. Bankaların ve finansal kurumların kamuyu beslemesi yanında bir başka tehlike de sıcak paradır, diyebilirim.

1980’lerdeki “Finansal Serbestlik Akımı” sonrası hem mal hem de sermaye trafiğini rahatlatmak için sınırlarını kaldıran ülkelerde cari açık, kronik ve yapısal hale gelirken yüksek faiz nedeniyle gelen portföy sermayesi giderek daha fazla bağımlılık yaratmaya başladı. Yani üretmek için ithal etmeye mecbur olunan mal ve hizmetlerden kaynaklanan dış açığı, her an ülkeden çıkıp gidecek bir kaynakla finanse etmek gibi bir yanlışa gidildi. Bu tehdit nedeniyle nominal faizler inse de reel faiz hep tatminkâr kaldı. Gelişmekte olan ülkelerin çoğu girdikleri faiz yarışında yorgun düştüler. Latin Amerika ülkelerinde sayısız defa krizler ortaya çıktı, Rusya ve Asya’da da ciddi darboğazlar meydana geldi.

Genelde ülkeler aldıkları borcu, bir gün tamamını ödemek amacıyla almazlar. Belki 30-40 yıl önceki motif ‘borçları ödemek’ olsa da, bugün hiçbir ülke sonunda ödemek için borçlanmamaktadır. Bunun nedeni borç sarmalının büyüklüğü kadar, borç verenin böyle bir talepte bulunmamasıdır. Çünkü önemli olan faiz kazancıdır ve ana para dönüp bakılmayacak kadar önemsizleşmiştir. Geçmişten günümüze gelene kadar ödenen faizlerin toplamı borcun ana parasını çoktan geride bırakmış durumdadır.

“DEVLET İLE HÜKÜMET AYNI ŞEY DEĞİL”

Gelişmekte olan ülkelerin sermaye piyasaları kurulup organize oldukça, borçlanma pazarı daha da genişledi. Bugün bono-tahvil piyasasında en çok işlem gören ülkelerin başında Brezilya ve Türkiye gelmektedir. Bunun nedeni alıcı ve satıcıların yarattığı hacim kadar, her iki ülkenin iç borcunun mutlak rakam olarak büyük olmasıdır. Borçlanma piyasasının likit ve derin olması bir yandan yatırımcıya cazibeli gelirken, diğer yandan parasını hızla dövize çevirip piyasadan çıkmasına da yardımcı olmaktadır. Aslında hepimiz biliyoruz ki, büyüme ve kalkınmanın en önemli anahtarı kişisel tasarruflardır. Ancak gelişen ülkelerdeki tasarruf açığı çare olarak bankacılık ve finans kurumlarını yaratmış, sermaye piyasalarının kurulmasına yardımcı olmuş, finans enstrümanlarının ikinci el piyasasını işlevsel hale getirmiştir. Ulusal tasarrufların yetersizliği, yatırımlar için finansmanın yurt dışından gelen kaynağa bel bağlanmasını gerektirmiştir. Asıl dengesizlik işte burada başlamaktadır.

Bugün liberal sistem eleştirisi başlığı altında aslında kapitalizm eleştiriliyor. Aslında kapitalizmi yıkmanın kolay olmadığı düşünüldüğü için ‘eşit haklarla özgür iş yapma’ anlamına gelen liberalizme yüklenerek oldukça yanlış bir doğrultuda gidiliyor desem yanlış olmaz.



Elektrik enerjisiyle ilgili
her türlü talebinizde yanınızdayız.

İşletmenize özel çözümler sunmak için
uzman ekibimizle size
ortağınız kadar yakınız!

sepaş enerji

hayatın her anına ışık tutuyoruz

/sepasenerji | www.sepas.com.tr | 444 5 186 | Sepaş Cebinde

AKKÖK HOLDING | CEZ GROUP



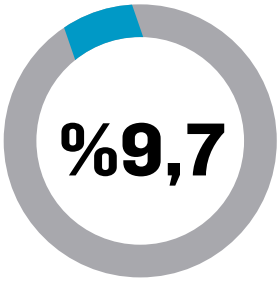
İhracatçıları hedefe ‘hızlı lojistik’ götürecek!

Covid-19 salgını nedeniyle tedarik zinciri haritasında konumunu güçlendirmeye başlayan Türk ihracatçısı, ham madde zamları ve navlun maliyetleri ile darboğaza girdi. Sanayiciler, yerli üretim yatırımlarıyla ham maddeye çözüm ararken Türkiye İhracatçılar Meclisi de uluslararası lojistik merkezleri ve lojistik portalı ile ihracatı hızlandıracak yollar arıyor. Ulaştırma Bakanlığı, demiryolu ağı ile doğu-batı ticaretinde Türkiye’nin stratejik konumunu güçlendirmeye çalışırken lojistik firmaları ise yeni yatırımlarla krizin aşılmasında sürece dahil oluyor.



REKOR İHRACAT SERİSİ

Yılın ilk çeyreğinde ihracat bir önceki yılın aynı dönemine göre artarak 18,9 milyar dolar oldu.



İTHALATTA SINIRLI ARTIŞ

İlk çeyrek ithalatı bir önceki yılın aynı dönemine göre artarak 61 milyar doları buldu.



İHRACAT HEDEFİ BÜYÜDÜ

184 milyar dolar ihracat hedefiyle yeni yıla başlayan ihracatçılar, hedef yükseltti.



KONTEYNER TRAFİĞİ ARTTI

İlk çeyrekte Türk limanlarında elleçlenen dış ticaret yük miktarı arttı.



Türkiye'nin ihracat yaptığı tüm sektörleri etkisi altına alan pandemi sürecinde küresel yayılım, tedarik zincirlerinde ölçümlemesi ve tahmini güç etkiler yaratmaya devam ediyor. Bir yandan ihracatçıların ürün sevkiyatında yaşadığı problemler, diğer yandan lojistik süreçlerinde artan sorunlar; ihracatçıları olumsuz etkilese de Türkiye tek yürek oldu. Yaşanan sorunlara çözüm arayışı noktasında elini taşın altına koyan kamu ve özel sektörle beraber STK'lar da mümkün mertebe sorunların aşılması konusunda güç birliğine gitti.

TEDARİK ZİNCİRİNDE HARİTA DEĞİŞTİ

Küresel lojistik sektörünün pandemiden büyük ölçüde darbe aldığı ortada... Pandeminin çıkış noktası Çin'de üretimin durdurulmasıyla sinyal vermeye başlayan arz-talep dengesi, hem tedarik süreçlerini hem de lojistik sektörünü derinden etkiledi.

Pandemi nedeniyle azalan ham madde üretimi, dalgalanan fiyatlar ve sekteye uğrayan lojistik operasyonlar; üretim yapan firmaların tedarik süreçlerini olumsuz etkiledi. Pandeminin bir sonucu olarak satışların tahmin edilemezliği; şirketleri, tedarik zinciri süreçlerini tekrar planlamaya veya anlık zor kararlar almaya itti. Keza bu durum iş süreçlerini karmaşaya sürüklerken müşteriler değişen pazar dinamikleri sebebiyle istedikleri ürün ve hizmetlerin teslimat zamanlamalarında gecikme yaşadı.

Dünyanın en büyük ihracatçısı konumunda bulunan Çin, Covid-19 virüsünün çıkış noktası olunca dünya ticareti bir anda kilitlendi. Çünkü Dünya Denizcilik Konseyi'ne (World Shipping Council) göre dünyanın ilk 10 limanının yedisi Çin'de bulunuyor. Yalnızca bu da değil, pandemi sürecinin küresel boyutta etkilerinin artmasıyla deniz limanları, kara yolu sınır kapıları ve uçakların hareketlerine yönelik alınan kısıtlayıcı önlem ve tedbirler, yüklerin taşınması konusunda lojistik firmalarını ve dolayısıyla üreticileri zor durumda bıraktı.

NAVLUNLARDAKİ ARTIŞ DURMUYOR

Aksayan deniz yolu taşımacılığında Uluslararası Denizcilik Örgütü'nün geçtiğimiz sene yürürlüğe

aldığı düşük sülfürlü yakıt uygulaması süreci, limanlarda biriken yükler, kapasitenin düşürülmesi, demuraj ücreti derken deniz yolu taşımacılığının üzerine darbe üzerine darbe oldu. Armatörler ilk başta Uzak Doğu-Avrupa hattında başlattıkları son yılların en yüksek navlun artışlarını; daha sonra Amerika, Afrika, Avrupa ve Akdeniz havzası koridorlarında da devam ettirdi. Durum böyle olunca da Türkiye'nin ticareti yavaşladı. Gemi kapasitelerinin azaltılması, boş konteyner krizi gibi faktörler; lojistik sektörünü kilitlenme noktasına getirdi. Global konteyner krizi ve ani artan ürün ticareti talebi sebebiyle navlunlar hiç olmadığı kadar arttı. Gemilerde rezervasyon yaptırmak giderek zorlaşıyor. Üstelik Ramazan'ın da etkisi ile Libya ve Tunus gibi ülkelere yapılan taşımalarda ocak ayında bin 200 dolar olan navlun, son 15 günde 3 bin doları aştı.


TİM Başkanı **İsmail Gülle**

Hava yolu taşımacılığında da navlun krizi sorunu var. Dünya çapında yolcu uçaklarına getirilen uçuş yasakları, kapasite daralmasına sebebiyet vererek havayolu kargo navlunlarının artmasına neden oldu. Genel olarak yolcu uçaklarında maliyetin yüzde 20'sini kargo ile gideren hava yolu şirketleri, uçak maliyetinin tamamını kargo ile karşılayınca hava kargo terminallerinde yükler çekilemedi. Bu durum da depolama kapasiteleri üzerinde baskı oluşturdu.

KARA YOLU TAŞIMACILIĞINDA YASAKLAR RAHATLATILDI

Kara yolu yüklerine dair taşımacılıkta; hafta sonu, tatil ve gece sürüş yasakları uygulandı. Gümrük kapılarında oluşan uzun kuyruklar ise dünya genelinde tedbir alınmasına itti. Avrupa Birliği, pandeminin etkilerini azaltmak için "Yeşil Hat-Green Lanes" uygulamasını yürürlüğe aldı. Yeşil hatlarda taşımacılıkla görevli personelin kontrolleri ve sağlık taramalarının hızlı şekilde gerçekleştirilmesi yönünde önlem alındı. Kara yolu yük taşımacılığının devamlılığının sağlanması amacıyla lisans, sertifika ve izinler için de süre uzatımı yapıldı. Kuzey Amerika'da Kanada, ABD ve Meksika hükümetleri, sınır prosedürlerinde iş birliğine gitti. Çin'de yol ücretleri kaldırıldı, araç muayeneleri ertelendi. Belarus daha farklı bir yeşil hat uygulaması ile gümrük ve transit işlemlerini hızlandırdı. Azerbaycan'ın İran ile uyguladığı "Transit yeşil hat" ile İran'ın Rusya ve tüm dünya ile olan bağlantısı devam ettirildi.

TİM, LOJİSTİK MERKEZ ÇALIŞMALARINI HIZLANDIRDI

Lojistik sektöründe yaşanan daralmalara karşı Türkiye'de hem kamu hem de STK'lar güç birliği oluşturdu. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracatçı firmaların en az zararla süreci yönetebilmesi adına; Türk ihracatçısının yeni pazarlara erişmesine hız kazandırmak için yurt dışı lojistik merkezleri konusunda düğmeye bastı. ABD'de açılması planlanan lojistik merkezi için detaylı bir çalışma gerçekleştirildi. Konuyla ilgili olarak TİM Başkanı İsmail Gülle; yurt dışı lojistik merkezlerinin ihracatçı için bir bölgesel üs görevi göreceğine, pazara erişim maliyetlerini düşüreceğine ve yeni pazarlara erişilmesine hız kazandıracağına dikkat çekti. Gülle, yapılan çalışmada farklı konulardan referanslar alınarak analizler yapıldığını açıkladı. Sektörlerden

T.C. ULAŞTIRMA VE ALT YAPI BAKANI ADİL KARAİSMAİLOĞLU

"TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ'Nİ TAKDİRLE İZLİYORUM"

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı olarak her daim yatırımlarla ihracatçıların yanında olmaya devam edeceklerini söyleyen Bakan Karaismailoğlu, Türkiye ihracatçılar Birliği ile ilgili olarak şunları ifade etti: "Üretken ve çalışkan iş dünyamız için biz de çok çalışarak uzakları yakın edeceğiz. Hayata geçen her projemiz ile dış ticaret faaliyetlerimize ivme kazandıracak ve ihracatçılarımızın rekabet gücünü artıracağız. Kurulduğu günden bu yana dış ticaretin ülkemiz menfaatine uygun olarak gelişmesini sağlamak ve ihracat yapan iş insanlarımızı en üst düzeyde temsil etmek üzere faaliyetlerini başarı ile sürdüren Türkiye İhracatçılar Meclisi'ni, takdirle izliyorum."

gelen katkılarla bu alandaki çalışmaları hızlandırdıklarını vurguladı ve en kısa sürede, yurt dışı lojistik merkezlerinin faaliyete geçeceğinin müjdesini verdi.

TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI: TÜRKİYE' NİN İHRACAT YÜKÜ, LOJİSTİK SEKTÖRÜ İLE BULUŞUYOR

Eş zamanlı olarak Türkiye Lojistik Portalı da devreye alındı. İhracatçıların katma değerini ve hacmini artırmak, yeni pazarlara girişi hızlandırmak adına; yeni nesil ticaret diplomasisine yönelik çalışmalar hızla devam ederken, ihracatçıya büyük kolaylık sağlaması hedeflenen lojistik portalı projesinin sonuna gelindi.

Türkiye Lojistik Portalı, ihracatçıların dünyaya açılan kapısı haline getiriliyor. Portal hakkında açıklamada bulunan TİM Başkanı İsmail Gülle; "İhracat hacmi artırılırken lojistik noktasında önemli avantajlar sunmasını hedeflediğimiz Türkiye Lojistik Portalı; lojistik firmalarıyla ihracatçılar arasında bir köprü vazifesi görecek. Ürünler, dünyanın dört bir köşesine artık daha hızlı, daha ucuz ve daha güvenli bir şekilde ulaşacak." dedi.

TÜRKİYE'NİN LOJİSTİK ALTYAPISINA DEVLET DESTEĞİ

İhracat ailesinin lojistik süreçlerine bir destek de T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı'ndan geldi. "Ticaretin altın kuralı; doğru zamanda, doğru yerde, doğru ürünle olmak. Kurduğumuz lokal, bölgesel ve küresel lojistik hakimiyetle, sanayicimizin ve ihracatçımızın yanındayız." diyerek ihracatçılara güç veren T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Adil Karaismailoğlu, yapılan çalışmaları anlattı. Zorlu bir dönemden geçildiğini ifade eden Karaismailoğlu; "Böylesi zorlu bir döneme rağmen 2020 yılını 169,5 milyar dolar ihracat ile rekor bir seviyede kapamış olmamız, ihracatçılarımızın azminin bir neticesidir. Bunun yanında, Türkiye'nin lojistik alanda kürenin tüm ticari koridorları ile bağlantılı bir ulaştırma ağı oluşturması ve bu ağı, uluslararası anlamda ticari hedeflere hizmet eden, multi-modal bir eko sistem halinde tasarlamasının katkıları büyüktür. Daha güçlü bir ekonominin inşası için uygulanan köklü reformlar ve özellikle ulaşımda hayata geçirilen dev yatırımlar, Türkiye ekonomisinin tüm olumsuz koşullara rağmen dünya tarafından da hayretle izlenen büyüme ivmesini destekledi." dedi.


T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanı **Adil Karaismailoğlu**

TİM Başkanı İsmail Gülle; "Türkiye Lojistik Portalı; lojistik firmalarıyla ihracatçılar arasında bir köprü vazifesi görecek." dedi.

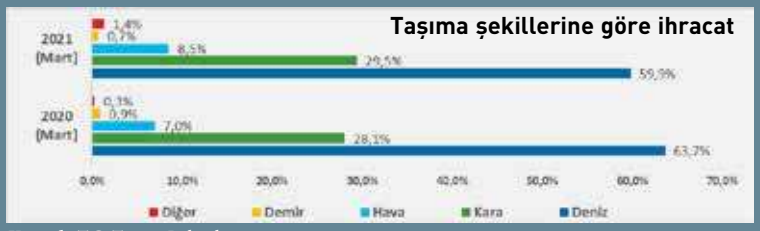
"ORTA KORİDOR'DAKİ İDDİAMIZ İHRACATTA REKABET GÜCÜMÜZÜ ARTIRIYOR"

"Yakın bir zaman önce Süveyş Kanalı'nda meydana gelen gemi kazası sonrası kanal faaliyetlerin hakkında dünya ticaretinde çok ciddi bir kriz yaşandığını hep birlikte gördük. Ever Given adlı geminin geçirdiği kaza nedeniyle kanal bir hafta boyunca kapalı kaldı. Ancak yaşanan bu küresel kriz ülkemiz için bir fırsat oluşturdu. Çünkü Süveyş Kanalı üzerinden gerçekleştirilen Uzak Doğu-Avrupa taşımacılığına doğu-batı ekseninde alternatif olabilecek en uygun rotanın, Britanya'dan başlayarak, ülkemiz üzerinden Çin'e ulaşan Hazar Geçişli 'Orta Koridor' olduğunu tüm dünya tekrar konuşmaya başladı." diyen Bakan Karaismailoğlu açıklamasını şu şekilde sürdürdü: "Kuzey Marmara Otoyolu, Ankara Niğde Otoyolu, İzmir-İstanbul Otobanı, Yavuz Sultan Selim Köprüsü, Osmangazi Köprüsü ve 2022 yılında tamamlayacağımız 1915 Çanakkale Köprüsü gibi stratejik projelerle Türkiye'nin her noktası Avrupa'ya daha da yaklaştı. Bugün kara yollarımızın dijitalleşmesini başlatmış durumdayız. Akıllı Ulaşım Sistemleri Strateji Belgesi ve 2020-2023 Eylem Planı

İHRACATÇI KONTEYNER BULAMAZKEN, İTHALATÇI BULUYOR

2021 yılı ilk çeyrek ihracat rakamı değerlendirmesine göre ihracat ailesi, ocak-mart döneminde 2020 yılındaki ilk çeyreğe göre yüzde 17,3'lük artışla 50 milyar 23 milyon dolarlık ihracatla da tüm zamanların en yüksek ilk çeyrek rakamına imza atsa da lojistik sektöründe yaşananlar bu başarıyı olumsuz etkiliyor. Deniz yolu taşımacılığında ortaya çıkan rakamlar, yaşanan konteyner krizinin ne denli büyük olduğunu gözler önüne seriyor.

T.C. Ticaret Bakanlığı'nın aylık verilerine bakıldığında taşıma şekillerine göre ilk çeyrekte lojistik sektörü en fazla deniz yolu taşımacılığı üzerinden yük taşımaya devam etti. 2020 yılının ilk üç çeyreğe göre deniz yolu taşımacılığı ocakta yüzde 1,9 gerileme yaşarken şubatta yüzde 1,8 artış oldu. Ancak martta yine gerileme yaşandı ve rakamlar yüzde 3,8 oranında aşağı yönlü ivmelenmeyi gösterdi. Yani ihracat ailesi yurt dışına ürünlerini gönderirken konteyner krizini tüm benliğinde hissetti. Ancak rakamlar ithalat kanadında yükselişte. İthalatçılara yönelik hazırlanan tablo değerlendirildiğinde işe ortada şu yükseliş tablosu görülüyor: Ocak yüzde 9,5 artış, şubatta yüzde 4,6 artış, mart ayında ise yüzde 5,4 artış.



Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı

doğrultusunda verimli, hızlı, güvenli bir kara yolu ulaşım sistemini, teknoloji temelli bir üstyapı ile oluşturuyoruz. 11 bin 590 km uzunluğundaki konvansiyonel demiryolu hattımızın tamamını yeniledik. Bakü-Tiflis-Kars Demir yolu Hattı projesi ile dünya demir yolu taşımacılığında kısa zamanda söz sahibi olduk. Türkiye; Pekin'den Londra'ya uzanan Orta Koridor'un ve Demir İpek Yolu'nun en stratejik bağlantı noktası haline geldi. Dünya ticaretinin yaklaşık yüzde 90'ını sırtlanan deniz yolları konusunda da kararlı bir şekilde ilerliyoruz."

LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN YÜZDE 70'İ BU YIL YENİ YATIRIM YAPACAK

2020'de dünya ekonomisi yüzde 3 daraldı. 2021'de düzelme beklendiği gibi devam ederse yüzde 5,8 büyüme bekleniyor. Gelişmiş ülkelerin Türkiye'den mal taleplerinin yüksek seyretmesi de beklenenler arasında. Çoğu çok uluslu şirket, Uzak Doğu odaklı üretim modelini bırakıp kaynaklarını çeşitlendirme yoluna gidiyor. Bu kaynak tedarikçi ve yeni üretim sahaları arayışında Türkiye önde geliyor.

Lojistik sektörünün Türkiye'deki çatı kuruluşu olan Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği de (UTİKAD) bu noktada sektörün nabzını yakından tutan bir çalışmaya imza attı. Geçtiğimiz günlerde Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Lojistik Yönetimi Bölüm Başkanı Prof. Dr. Okan Tuna ve ekibinin iş birliği ile sektöre yön verecek 'Lojistik Sektöründe Eğilimler ve Beklentiler Araştırması 2020' isimli raporu üyeleri ve kamuoyu ile paylaştı. Hazırlanan araştırmaya, UTİKAD üyelerinin de aralarında bulunduğu 477 firmanın temsilcisi katıldı. Çalışmada sorulan soruların başlıklarını; sektördeki güven ortamı, lojistik ekosistemindeki gelişmeler, firmaların finansman ve yatırım konularındaki görüşleri, insan kaynakları, dijitalleşme ve Endüstri 4.0 gelişmeleri, sürdürülebilirlik ve kamu ilişkileri oluşturdu. Araştırmanın sonuçlarına göre gelecek altı aylık dönemde katılımcıların yüzde 70'i yeni yatırım planlıyor. 2021 genelinde olumlu bir hava hâkim.

GLOBELİNK ÜNİMAR: "DİJİTAL ALTYAPIMIZI GÜÇLENDİRDİK"

Globelink Ünimar, CWT Globelink gibi güçlü bir hizmet ağının parçası olarak uluslararası deniz yolu, hava yolu ve kara yolu ana hizmetlerinin yanı sıra entegre lojistik hizmetlerini de kapsayan tedarik zinciri fonksiyonlarının tamamında hizmet sunuyor. 31 ülkede 100'den fazla Globelink ofisi ile birlikte geniş bir acente ağının gücü ile hareket eden firma; iş ortaklarına ham madde tedarik planlama aşamasından itibaren ürünün teslimine kadar uçtan uca hizmet sağlıyor. Çok yakın bir zamanda dijital altyapısını güçlendirerek Siber


Globelink Ünimar Kurucu Ortağı **Cihan Yusufi**



Yazılım ile bir iş birliği imzaladıklarını açıklayan Globelink Ünimar Kurucu Ortağı Cihan Yusufi; “Tedarik zinciri ve yönetiminin kusursuz işlemesi adına dijital gelişmelerden en üst düzeyde faydalanmaya devam ediyoruz. Lojistik operasyonlarımızı sürdürülebilir, kesintisiz ve verimli şekilde yönetebilmek bizi rekabette bir adım daha öne geçireceği için Siber Yazılım ile gerçekleştirdiğimiz iş birliğine çok önem veriyoruz. Bu gelişmeye ek olarak, tüm ödeme ağını tek bir sistem altında toplayarak devreye aldığımız sanal pos ödeme sistemiyle, müşterilerimize istedikleri her yerden hızlı ve güvenli bir şekilde kredi kartı ile ödeme yapma imkânı da sunmaya başladık. Müşterilerimize sunduğumuz gönderi takibi, web sitemiz üzerinden online teklif yaratma ve bunlarla birlikte e-lojistik alanında kullanılabilecek blockchain fırsatları uygulamaya başladığımız ve planladığımız dijitalleşme faaliyetlerinin başında geliyor. Faaliyetlerimize koşulsuz müşteri memnuniyeti anlayışıyla devam ederken, paydaşlarımızın hayatını kolaylaştıracak; hızlı, güvenilir ve esnek çözümler üretmemize katkı sağlayacak dijitalleşme ve teknoloji yatırımlarımızı bundan sonra da sürdüreceğiz.” dedi.

Globelink Ünimar’ın 2021 hedefleri doğrultusunda e-ticaret lojistiğine ağırlık vereceklerini ifade eden Yusufi; “Hâlihazırda sunmaya devam ettiğimiz bozulabilir ürün taşımacılığı çözümlerimizi yeni coğrafyalara ve yeni ürün gruplarına erişecek şekilde genişletmeyi planlıyoruz. Bu kapsamda özellikle Adana Havalimanı’na açmayı planladığımız ofisimiz ile bölgenin taleplerine daha hızlı cevap vermek istiyoruz. Kara yolu servislerimizde Türkiye içerisinde yurt içi parsiyel dağıtım ağımızı genişletirken Fransa’ya gerçekleştirdiğimiz kara yolu parsiyel taşımacılık servisimiz ile paydaşlarımıza hizmet sunmaya devam ediyoruz. Deniz yolu çözümlerimizde ise organizasyon yapımızda yaptığımız değişikliklerle; Kuzey Afrika’nın tamamına hızlı, güvenilir ve esnek çözümler üretmeyi planlıyoruz. Geçtiğimiz yıl yoğun şekilde devam eden hava kargo operasyonlarını hiçbir problem yaşamadan ve doğru hatlarla konsolide ederek ETGB potansiyeli olan yüklerle entegre edip müşterilerimizin kapıdan kapıya hizmet almasını sağladık.

DEMİR YOLU YATIRIMLARI İLE TÜRKİYE COĞRAFYANIN KÖPRÜSÜ OLACAK

• 2023'te demir yolunun ulaştırma yatırımlarında payı yüzde 60'a, yük taşımacılığında yüzde 10'a çıkacak.
• 2021 yılında Marmaray üzerinden Anadolu'dan Avrupa'ya tır kasası trenleri işletilmeye başlandı ve artarak devam edecek.
• Çin, Avrupa'ya göndereceği yıllık 5 bin blok trenin yüzde 30'unu Türkiye üzerinden taşımayı planlıyor.
• Türkiye-İran-Afganistan ve İran-Pakistan arasında yük trenlerinin işletilme çalışmalarına başlandı.
• Türkiye'den Çin'e İran üzerinden yük taşımacılığı yapılması planlar arasında bulunuyor.
• İran ile 2020 yılında 564 bin 201 tona ulaşan yük hacmi, bir milyon tona ulaştırılacak.

Bununla birlikte bu yıl içerisinde, depolama faaliyetlerinde ve yurt içi dağıtım ağı yaratılmasında yeni yatırımlarla yer almayı planlıyoruz. Önümüzdeki dönemde e-ticaret lojistiği özelinde yaptığımız çalışmalara hız vereceğiz ve Globelink Ünimar güvencesini bu alana da taşıyacağız." dedi.

LİMA LOJİSTİK: "İHRACAT AİLESİNİN DESTEKÇİSİYİZ"

Lima Lojistik daha çok hava yolu taşımalarıyla tanınsa da, kara yolu ve deniz yolu taşımalarında da uzman kadrolarıyla çok alternatifli hizmetler sunuyor. Kara yolunda komple ve parsiyel hizmetlerinin yanı sıra minivan taşımacılığında da son derece iddialı. Deniz yolunda, özellikle ekipman sıkıntısının yaşandığı bu dönemde müşterilerine esnek çözümler sunan firma; son dönemde demir yolu taşımacılığı alanında da hizmet vermeye başladı. Son yıllardaki yurt dışı yatırımlarıyla küresel firma olma yolunda emin adımlarla ilerleyen Lima Lojistik Kurucu Ortağı Sinan Türel ile görüştük: "İtalya'daki ofisimizle ülkemize döviz kazandırıyoruz. Otomotiv sektörüne yönelik katma değerli yeni servislerimizle İtalya-Türkiye ve Türkiye-Avrupa hava kargo trafiğini, salgınının olumsuz etkilerine rağmen çift yönlü olarak hızlandırıyoruz. Hava yolu taşımalarımızda; başta otomotiv sektörü olmak üzere tekstil, yaş meyve-sebze ve medikal sektörlerindeki önemli kuruluşlarla yaptığımız anlaşmalar büyümemize katkı sağladı. Türkiye'de adından söz ettiren büyük kuruluşlarla yüksek hacimli kontratlar imzaladık. Dünyanın neresinde üretilirse üretilsin tüm otomotiv yedek parçaları, kumaşlar, gıda ürünleri, medikal malzemeler ve her sektörün ihtiyaç duyabileceği üretim malzemeleri 24 saatten daha kısa bir sürede müşterilerimize ithalat ve ihracat servislerimizle ulaşıyor."


Lima Lojistik Kurucu Ortağı **Sinan Türel**

"Pandeminin maalesef başta ihracat olmak üzere tüm taşıma branşlarında, servis ve ekipman noktasında çok ciddi olumsuz etkileri oldu. Doğal olarak ihracat yapan müşterilerimiz bundan etkilendi." diyen Türel; ihracatçıların yaşadığı sorunlara şu şekilde destek olduklarını ifade etti: "Biz Lima Lojistik olarak gerek rekabetçi fiyatlarla gerekse alternatifli operasyonlarla elimizden geldiğince ihracat ailesine destek olmaya çalışıyoruz. Burada önemli olan müşterimizin yapacağı ihracat yüklemesinde hız ve maliyet konusundaki pozisyonunu açıkça belirtmesi. Örneğin hava yolu ile yükünü taşıtmak isteyen bir müşterimiz kapasite ya da fiyat noktasında bir sıkıntı yaşıyorsa, alternatif olarak hız ve maliyet kriterlerine uygun bir kara yolu servisini sunuyoruz. Lima olarak; salgın kaynaklı kriz durumundan taşıdığımız ürünlerin çeşitliliğini geliştirerek çıkabildik. Bugüne kadar çok fazla taşımadığımız maske, eldiven, önlük, solunum cihazı gibi medikal sağlık ürün taşımalarıyla krizin olumsuz etkilerini hafifletebildik."

Pandemi sürecinde yılın ikinci yarısıyla birlikte normalleşme sürecine geçmeyi ve tüm dünyada hareketlenme olmasını umut ettiklerini söyleyen Sinan Türel; "Bu yıl e-ticaret lojistiğinde iddialı bir konuma

İhracatçıların gündeminde lojistik var. Sektör oyuncularının yaşadığı problemlerin ardından Türkiye tek yürek oldu.

gelerek KOBİ'lere destek olmayı hedefliyoruz. E-ticaret alanındaki ihtiyaçlar; hız, rekabet avantajı yaratma, esneklik ve sorun çözme. Bugüne kadar hizmet verdiğimiz tüm taşıma alanlarında başarılı olduğumuzu gösterdik. Uluslararası arenadaki yaygın acente ağımız, Lima'nın tüm dünyada markalaşmasını sağladı. Müşteriler karşısında bilinilirliğimiz arttı ve bize yeni iş kapıları açıldı. 2021'de hizmetlerimiz arasına e-ticaret lojistiğini eklemeyi planlıyoruz." dedi.

TİM, ihracatçıların en az zararla süreci yönetebilmesi adına firmaların yeni pazarlara erişmesine hız kazandırmak için yurt dışı lojistik merkezleri konusunda düğmeye bastı.

OMSAN LOJİSTİK: "İHRACATÇILARA YÖNELİK AKSİYON ALDIK"

Türkiye'de demir yolu tren işletmeciliği yetki belgesi olan ilk özel tren işletmecisi kimliğine sahip OMSAN Lojistik, bu kapsamda 2017 yılından beri Demirdağ-İskenderun ve Hasançelebi-Demirdağ hattında cevher taşıması gerçekleştiriyor. TCDD Taşımacılık A.Ş. ile farklı hatlarda baca tozu taşıması yapan firmanın Genel Müdürü Cömert Varlık ile görüştük. "Vagon, lokomotif, konteynerlerden oluşan özmal ve kiralık demir yolu filomuzla Türkiye'nin çeşitli noktalarında kömür, petrokok, cevher, klinker, baca tozu ve rulo sac taşımaları gerçekleştiriyoruz. Önemli ekonomik değerlerimizden cevher, ham madde trafiğine sağladığımız katkının dışında yarattığımız en büyük katma değerin 'Yeşil Taşımacılık' olarak nitelendirilen demiryolu taşımacılığının yaygınlaştırılması olduğunu söyleyebilirim." dedi. Marmaray üzerinden dünyanın ilk kıtalar arası otomobil taşımacılığını da gerçekleştiren Varlık, söz konusu süreci şu şekilde anlattı: "2020'de dünyada bir ilke imza atarak Marmaray üzerinden, Avrupa'dan Asya'ya otomobil taşımacılığı gerçekleştirdik. Oto taşıma trenimizle 200'den fazla aracı Romanya'dan İzmit'e ulaştırarak, dünyada denizin altından bu derinlikte otomobil taşıyan ilk şirket unvanının sahibi olduk. Şirketimiz ve ülkemiz adına önemli bir operasyonu başarıyla tamamladık. Yeni uluslararası tren seferleri için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Demir yolunun artan önemiyle Fransa, Romanya ve Fas'taki şirketlerimizle farklı coğrafyalarda hizmetlerimizi genişletiyor, demir yolu taşımalarını stratejik hedeflerimiz kapsamında görüyoruz."


OMSAN Lojistik Genel Müdürü **Cömert Varlık**

Sektörde yaşanan sorunlar ve ihracat yapan firmaların dolaylı olarak karşılaştığı problemlere dair aldıkları aksiyonları aktaran Varlık; "Salgınla yaşanan belirsizlik ortamı, sınırların kapanması, alınan tedbirlere rağmen sektör hızla toparlandı. Bu dönemde, müşterilerimize teknolojik dönüşüm projeleri sunduk. Yeni iş modellerine, sürdürülebilirliğe, dijitalleşmeye, verimliliğe odaklanarak rekabet avantajı yakaladık. Müşterilerimizin uçtan uca tüm tedarik zincirini izleyebilmeleri için mevcut süreçlerinin dijital dönüşümünü tamamladık. Müşterilerimize anlık bilgi akışı sağlarken, takip sistemleri geliştirerek zaman ve maliyet avantajı sunduk." dedi. Varlık, 2021 hedefleri dahilinde açıklamasını şu şekilde noktaladı: "OMSAN Lojistik olarak iş süreçlerimizde dijitalleşmeye, müşteri memnuniyetine, yetişmiş insan unsuruna odaklanarak; entegre, çevreci, sürdürülebilir hizmetler sunan global lojistik firması olma hedefiyle çalışıyoruz. Lojistik süreçlerin etkin izlenebilmesi, operasyonel verimliliğin artırılması için iş süreçlerimizin dijital dönüşümünü gerçekleştiriyoruz. Yenilikçi uygulamalarımızla sektörün gelişimine katkı sağlamaya devam edeceğiz. 2021'de e-ticaret hacminin artmasını, bu alandaki firmaların pazar paylarını büyütmelerini ve sektörün eski ivmesine kavuşmasıyla birlikte insan kaynağı gereksiniminin de artmasını bekliyoruz. OMSAN Lojistik olarak, sektörün yeniden güçlenmesi için projelerimize ve istihdam sağlayarak sürdürülebilir büyümemize devam edeceğiz."

Yeni tedarik zincirine Covid-19'un etkileri ne olacak?

Covid-19 salgınından sonraki iyileşme süreci için tüm kurumların daha önce benzeri görülmemiş bir koordinasyon ve iş birliği sağlayarak normalleşmeyi yönetmesi gerekiyor. Özellikle tedarik ve satın alma zincirinde henüz yeni gün yüzüne çıkan kırılganlıkların da hesaplandığı satın alma ve tedarik süreci yönetimi, tam da bu noktada önem kazanıyor.



Covid-19 salgınıyla ilgili bir yığın belirsizlik hala mevcut olsa da yaşanan ani ekonomik çöküşün ardından hararetli bir normalleşmenin geleceği yapılan araştırmalarda öngörülüyor. İşletmelerin risklerini azaltan, dış etkilere karşı koruyan ve doğru proje için hedefleri yükselten satın alma stratejileri de firmaların bu nedenle odağına girdi. İşletmenin ihtiyaç duyduğu tüm kategorilerde emtia, teknik ekipman ve hizmet alımlarında aşama aşama doğru yapılanma ve aksiyonlar çok önemli. Bunun için firmalar yol haritaları hazırlanırken pek çok kıstası daha dikkate alıyor.

ODAK NOKTASI DEĞİŞTİ

Bir fabrikanın kapanması, tedarik zincirlerinde domino etkisi göstererek tedarikçi işletmenin ürün satamamasına, müşteri işletmenin girdi tedarik edememesine; dolayısıyla tüm tedarik zincirinin kesintiye uğramasına sebep oldu. Fortune 1000 işletmeleri üzerinde yapılan araştırmaya göre katılımcıların yüzde 94'ünün küresel ve yalın yapıları sebebiyle pandemi döneminde tedarik zinciri kesintisi yaşayacaklarını belirttiği ortaya çıktı. Bu nedenle stratejik satın alma konusu geleneksel yöntem olarak bilinen 'en düşük fiyata' odaklanmak yerine pandemi

ve pandemi sonrası süreçte firmaların tedarikten elde edilen değere evrilmesine yol açtı.

YENİ NORMALDEN PEK ÇOK SEKTÖR ETKİLENECEK

Yeni normale geçildikten sonra bazı ekonomistler süresi bilinmeyen bir derin durgunluk dönemi öngörürken bazısı da ani bir patlama yaşanacağı kanısında. Ancak sonuç ne olursa olsun ortaya çıkan en önemli nokta, işletmelerin tedarik zinciri ve satın alma süreçlerini optimize ederek yeni normale adapte olmaları gerektiği konusudur.

Yeni normal süreçten pek çok sektör etkilenecek. Pandemi sürecinin ilk yılında bazı tedarik zincirlerinin hayatta kalamayacağı düşünülürken otomotiv gibi bazı tedarik zincirlerinde ise üretimde ciddi duraklamalar yaşanacağı olası tahminler arasındaydı. Yaşanan gelişmeler de bu öngörünün maalesef ne kadar doğru olduğunu gösterdi. Bazı ürünler için geçerli 'kararlı talep düzeyinden düşük ancak istikrarlı talep düzeyi'nde inişe alışmak zaman alırken üretimde kısa zamanlı duruşlar görüldü ve pek çok alanda yeni planlamalar gerekti. Kısa dönemde özellikle de ekonomik büyümeye katkısı yüksek olan hızlı tüketim ürünleri sektörünün yüksek oranda etkileneceği yapılan tahminler arasında. Diğer sektörlerin ne düzeyde etkileneceği ise virüs yayılım hızına bağlı olarak ortaya çıkacak.

Chenneveau D., Eloot, K., Kuentz J.F. ve Lehnich; 2020 yılının mart ayında bir araştırma yayımladı. 200'den fazla üretim ve tedarik zinciri yöneticisi ile gerçekleştirilen çalışmada, araştırmaya katılanların yüzde 61'i kesintilerin sebep olduğu hasarların giderilmesinin altı aydan fazla süreceğini belirtti. Çalışmada temel problemler olarak sıralama sektörlere göre değişse de malzeme kesintisi, talepte düşüş, çalışan eksikliği, nakit akış problemi ve planlama konuları gösterildi.

YENİ NORMAL FIRSATLAR SUNUYOR

Yeni normal, satın alma ve tedarik zinciri yönetiminde olası riskleri beraberinde getirirken bazı fırsatları da oluşturacağa benziyor. Zer A.Ş. Genel Müdürü Mehmet Apak; yaşanması muhtemel fırsatlar

Zer A.Ş. Genel Müdürü Mehmet Apak; "2021 yılında da riskleri ve pek tabii fırsatları göz önünde bulundurarak hem hizmetlerimizle yarattığımız faydayı artırmayı hem de daha fazla sayıda iş ortağıyla ekosistemimizi büyütmeyi hedefliyoruz." dedi.

konusunda dijitalleşmeye vurgu yaptı. Apak pandemi sürecinde firmaların karşılaşacağı fırsatlarla ilgili olarak şu şekilde değerlendirmede bulundu: "Pandemi etkisi ile dijitalleşmenin faydalarının ve gerekliliğinin net bir şekilde görülmüş olması, dijital uygulamaların ivme kazanmasına neden oldu. Lojistikte multimodal taşımalar ve demir yolu taşımaları ile kesintisiz akışın ve doğru maliyetlerin sağlanması önem kazandı. Süreçlerde robotik otomasyonlar gibi kolaylaştırıcı teknolojilerin yanında karar destek mekanizmalarında etkili olan yapay zeka gibi kognitif teknolojilerin uygulanmaya başlaması ve dünyanın her yerinden yetkin insan kaynağına erişim; önümüzdeki uzun ve karmaşık yolu aşmamıza destek sağlayan fırsatlardan olacak. Diğer taraftan uluslararası regülasyonları hem fırsat hem risk olarak değerlendirmek mümkün. Örneğin AB Yeşil Mutabakatı veya RCEP gibi büyük bölgesel anlaşmalar tedarik zincirleri süreç yönetimlerine yeni perspektifler getirecek, özellikle sürdürülebilirlik alanında somut adımların atılmasıyla aksiyonların alınması için fırsatlar sunacaktır. Ancak öte yandan uyum sağlayamayan veya dışında kalacak aktörler için tüm bu regülasyonlar risk faktörü oluşturacaktır.



Zer A.Ş. Genel Müdürü **Mehmet Apak**

Önümüzdeki dönemde taleplerdeki muğlaklığın ve dalgalanmaların, emtia fiyatlarındaki ve kurlardaki değişimlerin önemli riskler olarak tedarik zincirlerini zorlayacağını bugünden öngörmek mümkün. Süveyş Kanalı'nda sıkışan gemi örneğini hatırlayacak olursak veya otomotiv sektörünün yaşadığı çip sıkıntısını anımsarsak farklı kesintiler ve anlık

krizlere hazırlıklı olma, esneklik kasımızı kuvvetlendirme gerekliliği gündemimizin önemli bir maddesi olmaya devam edecek. Tüm bu risklerden uzaklaşabilmek ve süreçleri fırsata çevirmek için şansımız amaç ve güven odaklı ekosistemler içinde olmak ve uzun soluklu, stratejik iş birliklerini hayata geçirmek olacak. Bütün kaynakların, bütün sınırların ve bütün araçların etkilenebileceği pandemi gibi bir risk senaryosunu aklımızda tutarak önümüzdeki fırsatları iyi değerlendirmeliyiz."

DİJİTALE OLAN YÖNELİM ARTIYOR

"Günümüzde satın alma, uygun fiyata en yüksek kalitede alım yapmakla tanımlanamayacak kadar kapsamlı süreçlerden oluşuyor. Tedarik zinciri ise mal ve hizmet akışından ziyade bilgi ve finans akışı olarak da değerlendirilmeye başlandı." diyen Mehmet Apak; söz konusu süreçlerin kapsamının değiştiğini belirtti. Satın alma ve tedarik zinciri yönetiminin süreç analizlerinden raporlamalara, tedarikçi performans yönetiminden katalog yönetimine kadar her aşamada stratejik bakış açısıyla yönetilmesi gereken bir uzmanlığa dönüştüğünü ifade eden Apak; inovasyon ve dijital dönüşümün en temel gelişim faktörü olarak karşımıza çıktığını söyledi. "Son yıllarda satın alma ve tedarik zinciri yönetiminde pandeminin de etkisiyle dijital çözümlere talep artıyor." diyen Mehmet Apak; operasyonel süreçlerin yanı sıra stratejik adımların da dijitale taşınmasının gerektiğini belirtti: "Sadece kritik veya stratejik öneme sahip olan değil, çemberin her katmanındaki tedarikçiler ile bilgi akışının standartlaşması ve bilginin işlenmesi gerekliliği önem kazandı. Yapay zeka, blokzincir, ileri veri analitiği ve bulut teknolojiler, her alanda olduğu gibi tedarik zincirlerinin uçtan uca yönetilmesi ve şeffaflaştırılması için de kullanılmaya başlandı. Birçok şirketin bu teknolojileri benimseyebilmek için vizyondan başlayan ve yetkinliklere inen bütüncül kültürel dönüşüm programları başlattığını görüyoruz."

"EKOSİSTEMİMİZİ GENİŞLETECEĞİZ"

Koç Topluluğu Şirketleri'nin endirekt satın almalarının merkezileştirilmesi amacıyla 2003 yılında kurulan ve yıllar içinde satın alma dünyasında yarattığı yenilikçi modelle sektöre yön veren Zer A.Ş.; müşterilerine satın alma faaliyetlerinde maliyet tasarrufu, etkin kaynak kullanımı ve süreçlerde verimlilik sağlayan hizmetler sunuyor. 2021 yılı hedefleriyle ilgili açıklamada bulunan firmanın Genel Müdürü Mehmet Apak son olarak şunları söyledi: "2020 yılı pandeminin de etkisiyle bizim müşterilerimize sağladığımız faydanın ve üstlendiğimiz rolün değerini çok daha artırdı. Bu dönemde hem müşterilerimiz hem de çözüm ortağımız olarak gördüğümüz tedarikçilerimiz için riskler karşısında güvenli liman olmayı başardık. Güvene dayalı, şeffaf iş birlikteliklerimizden aldığımız güçle zor şartlarda ekosistemimizi ayakta tutmaya hatta güçlendirmeye devam ettik. 2021 yılında da riskleri ve pek tabii fırsatları göz önünde bulundurarak hem hizmetlerimizle yarattığımız faydayı artırmayı hem de daha fazla sayıda iş ortağıyla ekosistemimizi büyütmeyi hedefliyoruz."

NE YAPMALI?

Dünya Ekonomik Forumu (The World Economic Forum, 2020), tedarik zincirlerinde gelecekte yaşanacak zorluklara karşı organizasyonların ve tedarik zincirlerinin yeniden tasarlanması gerektiğini söyledi. Yapılan çalışmalar ve saygın kurumların raporları, kesintilerden ciddi düzeyde etkilenen tedarik zincirleri ve zincirde yer alan işletmeler için yol haritası çıkararak faaliyetler bazında 'Yapılacaklar' listesi sundu:

✓Birinci seviye tedarikçilere odaklanmak ve tedarikçilere iyi davranmak

Genişletilmiş tedarik zincirini ortaya çıkarmak

✓Alternatif tedarik kaynaklarını araştırmak ve kullanmak

Stok politikalarını gözden geçirmek

✓Üretim çizelgesi esnekliğini sağlamak

Talepteki olası değişimleri anlamak

✓Dağıtım süreci ve alternatif lojistik kanalları oluşturmak

Potansiyel kanal değişimlerine hazır olmak

✓Satış noktasında yapılabilecekler

Çalışanlara odaklanmak

✓Tedarik zincirlerinde dijital dönüşüm

Tedarik zincirinde görünürlüğü/şeffaflığı sağlamak

✓Küreselleşmeden yerelleşmeye geçiş

Sürdürülebilirliği sağlamak

✓Ders çıkarmak

Entegre, dijital ve çevreci çözümlerle
daima yanınızdayız.

OMSAN 43 yaşında!



43

OMSAN LOJİSTİK

www.omsan.com



Yemeksepeti CEO'su **Nevzat Aydın**

"H-ticaret konusunu odağımıza aldık"

Türk internet tarihinin en yüksek değerli satışı unvanını elinde bulunduran Yemeksepeti, pandemiye rağmen büyümesini sürdürüyor. Yıl sonuna kadar 13 bin kişilik dev bir kadroya ulaşacaklarını belirten Yemeksepeti CEO'su Nevzat Aydın, 2021'de inovatif kimlikleriyle yeni nesil e-ticaret kavramı olan 'hızlı ticaret'e odaklandıklarını ifade etti.

Türkiye'de girişimcilik ve yatırımcılık denildiğinde akla ilk gelen başarılı iş insanlarından Nevzat Aydın, Yemeksepeti'nde CEO görevini üstleniyor. Firmanın kurulmasından bugüne geçen 20 yıllık başarı öyküsünü, dünyanın konuştuğu büyük satın almayı ve Yemeksepeti'nin bugünkü durumunu kendisine sorduk. 2021 yılında dijitalleşme konusunda yeni atılımlar yapacaklarını söyleyen Nevzat Aydın ile pandemiye rağmen sektörü değerlendirdik.

Yemeksepeti müthiş bir girişimcilik örneği olarak tarihe geçti. Markanın yolculuğuna başlamadan evvel bu seviyelere geleceğini tahmin etmiş miydiniz?

Bugün 20'nci yılını kutladığımız Yemeksepeti, 2001 yılında zamanın çok ötesinde bir girişimdi. Henüz telefonla siparişin dahi çok fazla tercih edilmediği bir dönemde online yemek siparişi fikriyle ortaya çıktı. Öncüsü olduğumuz sektörde hem restoranların hem de kullanıcıların bu alışkanlığı edinebilmesi için uzun bir süre

çalışarak Türkiye'deki e-ticaret anlayışının gelişmesine büyük bir katkı sağladığımızı düşünüyorum.

Yemeksepeti'ni kurarken insanlara hep "Yemeksepeti olmadan önce ne yapıyormuşuz?" dedirtmek istedim. 20'nci yılımızda ulaştığımız noktada, kurulduğu andan bu seviyelere geleceğine dair inancımı her daim sürdürdüğümü söyleyebilirim. Fakat tabii ki tek başıma değil. 20 yıl boyunca inançla ve tutkuyla çalışan, zorlu süreçlerde inatla devam eden, vazgeçmeyi aklına bile getirmeyen, doğru adımları atabilecek öngörüye sahip bir ekiple bu başarıyı kucaklıyoruz.

2010 yılında İOS ve Android sistemle mobil ticarete başladınız. Bu aslında ticaret hayatında dijitalliğin önemine bir vurgu… Zira söz konusu tarih itibarıyla Eylül 2018'de uygulamanın iPhone ve Android'de indirilme sayısı 9,6 milyon olurken verilen siparişlerin yüzde 76'sının mobil uygulamalardan geldiğini açıkladınız. Dünya sizce dijitalleşmede nereye gidiyor? Bir sonraki adım ne olur?
Pandemi dönemiyle beraber yaşadığımız dönüşüm, iş yapış şeklimizden günlük alışkanlıklarımıza kadar birçok konuda değişiklik yaşamamıza sebep oldu. Böylece belki daha uzun süreçte yaşayacağımız bir dönüşümün hızlandırılmış versiyonuyla karşı karşıya kaldık. Biz teknolojik inovasyonların takipçisi değil, öncüsü olduğumuz için değişen bu sürece kolay adapte olabilen bir firma olarak öne çıktık. Bu dönemi hazırlıklı karşıladığımızı söyleyebilirim.

Bu dönem özelikle inovatif kimliğimizle yeni nesil e-ticaret kavramı olan 'hızlı ticaret' ya da diğer adıyla 'h-ticaret' konusunu odak noktamıza almış bulunmaktayız. Öncüsü olduğumuz bu kavramı kullanıcılara yemek ya da market ürünlerini hızlı bir şekilde teslim etmenin ötesinde de ele alıyoruz. Örneğin hayata geçirdiğimiz bağış projesi ve kuryelere para alışverişi olmadan bahşiş vermeyi sağlayan bahşiş butonu da bu noktada geliştirdiğimiz yeniliklerden biri.

Sektörümüzde gelişen başka bir konu ise sipariş vermek için kullanılan telefon ve bilgisayar devriminin de dönüşmesi. Yavaş yavaş da olsa insanlar artık akıllı saatinden, televizyonundan veya arabasından sesli komut ile sipariş vermeye yöneliyor. Farklı platformlardan sipariş verme veya online alışveriş yapma trendinin gelecek yıllarda daha da yükseleceğini, hatta giyilebilir teknolojiler ile birleşerek hayatımızın bir parçası olacağını söyleyebiliriz. Yine sektörün, tüketici tarafından ortaya çıkan daha az efor harcayarak modern ses cihazlarından sipariş verme, şifresiz sipariş verme gibi isteklerine çeşitli çözümler ile cevap vermesi gerekiyor. Bu noktada 'sesli ticaret', online sohbet ile yapılan ticaretin bir türü olarak ses tanıma teknolojilerinin kullanılmasıyla karşımıza çıkıyor. Apple'ın Siri'si, Microsoft'un Cortana'sı, Amazon'un Alexa'sı ve Alphabet'in Google Now'ı gibi örnekler mevcut. Önümüzdeki dönemde sesli ticaretin, e-ticaretin daha da önemli bir parçası olacağı aşikâr. Ek olarak pandemi döneminde izlenmesi artan YouTube, Twitch, Netflix gibi streaming medya platformları da dönüşerek 'shopstreaming' kavramını ortaya çıkarttılar. Canlı yayınlar ile satış yapmaya başlanılan bu sistemin de e-ticaretin bir parçası olacağını öngörüyoruz.

Yemeksepeti, 2015 yılında Almanya merkezli global online yemek sipariş platformu Delivery Hero tarafından 589 milyon karşılığında satın alındı. Bu satış GittiGidiyor'un eBay'a satılışının üstüne çıkarak Türk internet tarihinin en yüksek değerli satışı oldu. Siz bu başarı için neler söylemek istersiniz?
Her şeyden önce Yemeksepeti'nin yatırım başarısının ardında büyük bir emeğin ve sabrın olduğunu söyleyebilirim. Yemeksepeti'ni yatırıma değer bir şirkete dönüştürebilmek için çok fazla emek harcadık. Kurulduğumuz günden itibaren bulunduğumuz ekosisteme birçok fayda sağladık ve farkındalık yarattık. Bununla birlikte bu yatırımın sabırlı davranmamızın da bir sonucu olduğunu söyleyebilirim. Yemeksepeti Delivery Hero öncesinde çok farklı şirketlerden, farklı zaman dilimlerinde çeşitli yatırım teklifleri aldı. Ancak ben gelen teklifleri kabul etmedim. Birçok kişi yapılan teklifleri kabul etmediğim zaman diliminde neden değerlendirmediğim konusunda çok farklı ve olumsuz yorumlarda bulundu. Ancak ben daha iyi bir teklifin ve iş



5 MİLYON

Yemeksepeti'nin 2020 yılı yeni kullanıcı sayısı

50 BİN

Üye restoran sayısı

20 MİLYON

Toplam kullanıcı sayısı

ortağının geleceği inancıyla ve sabırla beklemeyi tercih ettim ve öyle de oldu. Bu kapsamda hem doğru zamanda yapılmış bir işe hem de cumhuriyet tarihinin en büyük yatırımlarından birine imza atmış olduk. Dolayısıyla gerçekleştirdiğimiz bu başarıyla çok gurur duyduğumu söyleyebilirim.

Delivery Hero CEO'su Niklas Östberg'ın "Delivery Hero olarak bu sektördeki birçok şirketi derinlemesine analiz ediyoruz. Şimdiye kadar Yemeksepeti'nin gösterdiği performans kriterlerine yaklaşabilen bir örnekle daha karşılaşmadık." demişti. Bu başarıyı neye borçlusunuz?

Bu noktada Yemeksepeti olarak birçok avantaj ile öne çıktığımızı düşünüyoruz. Öncelikle dijitalde doğmuş ve dijital inovasyonlara her zaman öncelik etmiş bir şirketiz. Bu konumumuz da bize, rekabetin sürekli arttığı bir pazarda, trendleri takip edip dönüşümlere ayak uydurmamız konusunda yardımcı oluyor. Sektörün Türkiye'deki ilk oyuncusu olarak 20 yılı geride bırakmamız, hem yeme-içme hem de e-ticaret sektöründeki deneyimimiz ve bilgi birikimimiz bizi başarıya ulaştıran konular arasında yer alıyor. Bunun yanında genç nüfuslu bir ülke olarak sektördeki gelişmelere hızlı yanıt verebilmemiz, teknolojik gelişmeleri sürekli takip eden, dijitalleşen dünyanın bir parçası olmamız büyük bir avantaj sağlıyor. Tüm ekipler kendi yaptığı işin sorumluluğunu almaya hazır, sürekli üreten, işine bir şeyler katmak için çalışan insanlardan oluşuyor. Birlikte kurduğumuz bir kurum kültürümüz var ve tüm çalışanlarımız büyük bir aile olduğumuzu derinden hissediyor. Bunun yanında müşteri memnuniyeti odaklı bir şirketiz. Müşterilerimizin ihtiyaçları ve istekleri konusunda her daim inovasyon ve gelişim içerisindeyiz. Tüm bunlar Yemeksepeti ailesinin bugünkü ve sürekli büyüyen başarısını beraberinde getiriyor.

Pandemide yaşanan olumsuz şartlar sizin sektörünüzü de direkt etkiledi. Bu noktada 2020 yılı sizler için nasıl geçti?

Dijitalde doğmuş ve her zaman dijital yeniliklere öncülük etmiş bir şirket olarak bu zorlu süreçte de tüketicinin beklentileri kadar ihtiyaçları doğrultusunda da ürünlerimizi geliştirmeye devam ettik. Bu beklenti ve ihtiyaçlar üzerinde çalışarak tüketici davranışlarını sürekli analiz ediyor, aksiyonlarımızı analizlerimize göre yoğunlaştırıyoruz. Şu an için ajandamızın en önemli maddesi hızlı ticarette sağladığımız öncü konumumuzu devam ettirerek kullanıcılarımızı bu alandaki en iyi hizmetle buluşturabilmek.

Bunun yanında pandemi dönemiyle birlikte 2020 yılı, tüm şirketlerin sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmelerinin tam zamanıydı. Bu noktada şirketlerin 'Topluma nasıl ve hangi konuda fayda sağlayabilirim?' düşüncesiyle aksiyonlarını alması, kritik düzeyde önemliydi. Yemeksepeti olarak 20 yıldır verdiğimiz hizmetin yanında, kullanıcılarımızın bize verdiği sorumluluk bilinciyle hareket ediyor, topluma ve insana fayda sağlamak üzerine projeler üretmeyi önemsiyoruz. Dolayısıyla böyle bir dönemde Yemeksepeti olarak hem topluma hem de çalışanlarımıza karşı sorumluluğumuzun farkındalığıyla herkesin sağlıklı ve güvende olabilmesi için tüm önemleri aldık ve almaya da devam ediyoruz.

Gerek KOBİ'lere gerek restoranlara çeşitli projeler, programlar ve bağış kampanyaları düzenledik. Bu zorlu dönemin üstesinden birbirimizden aldığımız güçle gelmek için desteğimizi esirgemedik. Mutfaklarını sadece paket servis için açık tutan restoranlar için 'Emeksepeti' adını verdiğimiz bir destek kampanyasını harekete geçirdik. Diğer yandan Ticaret Bakanlığı'nın başlattığı 'E-ticaret Olarak KOBİ'lerin Yanındayız' kampanyasına TOBB iş birliği ile hayata geçirdiğimiz 'Kazandıran Restoran Destek Çeki' projesi ile destek verdik. Ek olarak yeni kısıtlamalarla birlikte sadece paket servis ve Gel-Al siparişlerle müşterilerine hizmet verebilen restoranların bu zorlu dönemde finansal yüklerini bir nebze olsun hafifletebilmek hedefiyle 20 milyon TL'lik 'Birbirimize Destek Zamanı' paketini açıkladık. Paket dahilinde, restoranlara ayda bir yaptığımız ödemeleri sıklaştırarak 15 günde bir olacak şekilde güncelledik ve kısıtlama dönemi boyunca listeleme ücretini de kaldırdık. Öte yandan kullanıcıların siparişlerini Yemeksepeti üzerinden oluşturup, yemeklerini restorandan kendilerinin teslim aldığı Gel-Al sipariş

"Bu dönem yeni nesil e-ticaret kavramı olan 'hızlı ticaret' ya da diğer adıyla 'h-ticaret' konusunu odağımıza aldık. Öncüsü olduğumuz bu kavramı pek çok konunun ötesinde ele alıyoruz."

modelini de bu dönemde 0 komisyon ile devreye alarak, restoranlara “0” maliyetli bir gelir kalemi yaratmayı hedefliyoruz. Tüm bunlara ek olarak Yemeksepeti’ndeki Cüzdan uygulaması kullanılarak verilen siparişlerden de bu dönemde komisyon ücreti almıyoruz. Destek paketinin yanı sıra son dönemde başlattığımız indirim yağmuru kampanyasıyla da dışarıdan verilen yemek siparişini daha cazip hale getiriyoruz. Kampanyaya katılan 4 binden fazla üye restoranımıza geniş çaplı pazarlama desteğinin yanı sıra kullanıcılarımıza da yüzde 25’ten başlayıp yüzde 50’ye varan indirimlerle sipariş verme imkânı tanıdık. Ayrıca Türkiye Lokantacılar ve Pastacılar Federasyonu aracılığıyla sektör çalışanlarına 1 milyon TL’lik destekte bulunduk. Yemeksepeti olarak verdiğimiz destekle Türkiye Lokantacılar ve Pastacılar Federasyonu çatısı altındaki iş yerlerinde çalışan 2 binden fazla sektör çalışanına, en az 300 TL en fazla 500 TL ödeme yaptık. Son olarak Tüm Restoranlar ve Turizmciler Derneği (TÜRES) üyesi işletmelere toplam 1 milyon TL’lik destekte bulunduk. Verdiğimiz destekle Tüm Restoranlar ve Turizmciler Derneği üyesi 500 işletmeye 2 bin TL’lik kira yardımı yaptık.

Pandemi döneminin doğal bir sonucu olarak insanlar evde kalırken yaşam standartlarını sürdürmek adına e-ticarete yönelmeye başladı ve dolayısıyla online alışverişe olan talebin de artış gösterdiğini söyleyebiliriz. Pandemi döneminde hem yemek siparişlerine hem de online market alışverişlerine ciddi bir talep artışı görüldü. Dolayısıyla bu durum sistemimizdeki kullanıcı sayısını da olumlu etkiledi. 2020 yılında Yemeksepeti’ne 5 milyonun üzerinde yeni kullanıcı üye oldu. Banabi’de ise yüzde 50 oranında bir artış gözlemledik.

Pandemi döneminin yarattığı olumsuz etkileri en aza indirgemek için hem desteğimize hem de çalışmalarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. Her ne kadar sancılı süreçleri geride bırakmışız gibi görülse de hala üst düzey tedbirler almamız gereken bir noktada olduğumuzun bilincindeyiz.

Yemeksepeti bünyesine katılan üye restoran sayınız artış gösteriyor. Bu ülke ekonomisine de katkı demek... 2021 itibarıyla kaç üye restoran var ve kaç kişi istihdam ediyorsunuz?



Yemeksepeti’ne üye restoran sayısı şu gün itibarıyla 50 bini geçti. Şu anda üye restoranlarımızla 20 milyonu aşkın kullanıcımıza hizmet veriyoruz. Özellikle belirtmek isterim ki bu restoranların çok ciddi bir kısmı tekil restoranlar, yani mahallemizdeki restoranlar. Onların işlerini sürdürebilmesi, yanlarında çalışan iş gücünü de hesap ettiğimizde en az 250-300 bin ailenin yani 1 buçuk milyon kişinin bu ortamda evine ekmek götürmeye devam edebilmesi bizim en büyük önceliğimiz.

Bununla birlikte 2020 yılının pandemi döneminde gerçekleştirdiğimiz 5 bin yeni işe alımla birlikte, yaklaşık 8 bin kişilik istihdam sayısına ulaştık. 2021 yılı için öngördüğümüz yeni işe alım sayısı ise 4-5 bin civarında; önümüzdeki aylarda böylece 12-13 bin kişilik büyük bir aile olacağız.

Delivery Hero Grubu’nun Yemeksepeti ve Banabi’ye 80 milyon dolarlık yatırım yapacağının söylemiştiniz. Son durum nedir?

2015 yılından beri yolculuğumuza Delivery Hero Grubu ile devam ediyoruz. O süreçten beri hem Yemeksepeti hem de Banabi tarafındaki iş geliştirme süreçlerimizin tümünde aktif bir şekilde rol alıyorlar ve bizi destekliyorlar. Birlikte büyümeye ve gelişmeye devam ediyoruz.



Nesnelerin yapay zekası AIoT

Endüstri 4.0, teknolojilerin ve değer zinciri organizasyonları kavramlarının kolektif bir bütünü olarak henüz daha yeni lugatımıza girmişti ki şu anda çok daha popüler ve bütünün bir üst versiyonu olarak karşımıza AIoT kavramı çıktı. Peki nesnelerin yapay zekası AIoT nedir ve ne işe yarayacak?

İnovasyonu sürdürmenin ve rekabet avantajı kazanmanın sadece cihazları birbirine bağlamak ve verileri bir araya getirmekle mümkün olmadığı ortaya çıktı. Nesnelerin internetini kullanan cihazların ürettiği verilerin değeri, yapay zeka desteği olmadan oldukça sınırlı. Diğer yandan ise yapay zeka, nesnelerin internetinin sağladığı veriler olmadan tek başına ciddi zorluklar yaşayabilir. Fakat işte tam da bu iki kavramı birbirine bağlayan 'Artifical Intelligence of Things' yani nesnelerin yapay zekası AIoT bu eksiği kapatıyor.

%10

Günümüzde IoT projelerinde yapay zeka kullanımı

%80

2022 yılına kadar IoT projelerinde yapay zeka kullanımı

Kaynak: Gartner

FİZİKSEL VE DİJİTAL DÜNYANIN İLETİŞİMİ

'Internet of Things-IoT' yani nesnelerin interneti, görülen hemen hemen her nesneyi internete bağlayıp data akışı sağlayabilmeye olanak tanıyor. Genellikle internete bağlanması mümkün olmayan nesneler için kullanılan IoT'yi artık evdeki buzdolabından iş yerindeki kahve makinesine kadar, içerisinde çip barındıran her nesne üzerinde görmek mümkün. İçindeki sensörlerle data akışı sağlanıp onlarla iletişim kurma fırsatını yakalamamızı sağlayan bu yapı; aynı zamanda Endüstri 4.0'ın da temeli kabul ediliyor.

Şu anda sanayiden hizmete hatta tarım sektörüne kadar pek çok alanda kullanılan milyonlarca IoT cihaz var. Bu sistem önümüzdeki beş sene içerisinde de milyarlarca sistemde kullanılmaya devam edecek. Endüstri 4.0'ın geleceği ise aslında IoT'nin türevleri şeklinde ilerleyecek. Zira fiziksel dünya ile dijital dünyayı birbirine bağlayan bu sistem içerisinde artık yapay zekanın içine dahil olduğu AIoT kavramı kullanıcılara sunuyor.

AIOT, DATAYI İŞLİYOR

Endüstriyel IoT sensörlerle ve yazılımlarla güçlenerek sanayide kullanılıyor. Peki ya AIoT? AIoT ise daha futuristik bir alan olarak dikkat çekiyor çünkü artık işin içine yapay zeka girdi. İşletmeler büyüdükçe rekabet, inovasyon ve çevikliğe olan ilgiyi de



Teknolojinin hızla değiştiği günümüzde, dijital dönüşüm yepyeni bir kavramı daha sahneye çıkarttı: "Artifical Intelligence of Things-AIoT"

artırıyor. Bu yüzden bilgiyi hızlı bir şekilde incelemek ve yeni ticari fikirler ortaya koymak birincil öncelik haline gelirken, IoT verilerinin işlenmesinde yapay zeka desteği de kaçınılmaz hale geldi.

Bütün bunların öncesinde AIoT'nin tam karşılığını örnekleyelim: IoT'i vücudunuzdaki sinir sistemi gibi düşünebilirsiniz. Mesela sıcak bir şeye dokundunuz ve sinir sistemleri bu datayı beyne iletti. Ve parmağınızı geri çektiniz. Sistem yaratıcıları AIoT'de ise işin içerisine beyni direkt dahil ediyor. Yani AIoT, sıcak cisme dokunmamanız gerektiğini söylüyor. Özetle IoT sinir sistemi ancak AIoT ise veriyi anlamlandıran ve işleyen mekanizma halini alıyor.

AIOT NELER GETİRECEK?

IoT ve benzeri gelişmelerin yaratacağı fırsatlar dijital dönüşümün anahtarları durumunda bulunuyor. Ancak AIoT'deki fırsat, aynı zamanda öğrenmeyi ve kişiselleştirmeyi de teşvik ettiği için sistemin bir adım ilerisi!

AIoT ile sensörler, kameralar ve mobil cihazların içeriğine dahil olan yapay zeka teknolojileri cihazların sınırlarını zorluyor. Bu teknolojileri, desteklenen cihazlar, işlemlerin de ihtiyaç duyduğu IoT analizlerini bulut tabanlı bilgisayarlardan kendi sistemlerine taşıyarak gecikmeye sebep olan durumların ortadan kalkmasına imkân veriyor. AIoT'i ise şimdiden perakende, savunma sanayi, bilgi teknolojileri, akıllı evler ve akıllı şehirlerde görmek mümkün.

AIoT İŞLETMELERE NE GİBİ AVANTAJLAR SUNUYOR?

Operasyonel üretkenlik ve verimin artırılması: Büyük miktarda veri, çok kısa sürede işlemden geçerek hesaplanabilir. Bu sayede iş yerinde verimin artması için gerekli önlemler hızla belirlenirken yetersiz üretkenlik problemleri ortadan kalkabilir.

Tasarruf: Tüm veriler işlenebildiği için anında müdahale yapılarak üretimden taviz vermeden tasarruf sağlanabiliyor.

Gelişmiş müşteri ilişkileri kurmak: AIoT sadece çalışanları değil, müşterileri de etkiliyor. Müşterilere kişiselleştirilmiş çözümler sunabiliyor.

Gelişen teknolojiler hayatları kurtarabilir: Riskli işlerde otomasyon seviyeleri geliştikçe insanların doğrudan yaşayacağı tehlikeler de önemli ölçüde azaltılabiliyor.

Gelişmiş güvenlik ve emniyet: Yapay zeka ve IoT birleşimi iş yeri güvenliğini önemli ölçüde artırabilir.



"İnovasyon; insan ihtiyaçlarını ürüne, servise, sürece tercüme etme sanatıdır"

Türkiye'de deri ve modayı bütünleştiren ilk marka olan Derimod; bugüne kadar yaptığı atılım ve ilklerin öncüsü olmasıyla dikkat çekiyor. Bu kapsamda yine pek çok başarıya imza atan Derimod'un Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Sedef Orman ile görüştük. 'İnovasyon' paralelinde gerçekleştirdiğimiz söyleşimizde aynı zamanda kadın girişimcileri konuştuk.

Moda sektörünün lokomotif oyuncularından Derimod, 45 yıldır sektöründe ilklerin öncüsü olmaya devam ediyor. 1982 yılında ABD Los Angeles/Beverly Hills'te açtığı mağaza ile sektöründe ilk kez yurt dışına açılan marka olan Derimod; yurt dışında moda çekimleri gerçekleştiren de ilk Türk deri markası.

Şimdi ise Derimod'un Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı koltuğunda Sedef Orman var. Şirkette aktif olarak rol alan başarılı iş kadını; son on yıldır deri ceket tasarım, planlama, üretim ve mağazacılık anlamında tüm operasyonu yönetiyor. Marka yönetimi ve kurumsal iletişim departmanlarının da başında yer alıyor.

İnovasyon sizin için nedir?
En basit haliyle inovasyonun bir stratejisi, bir iş planı ve hayatı kolaylaştıracak çözüm odaklı bir amacı olması gerekir. Stratejisi olmayan yaratıcılık ya da yenilikçiliğe ben daha çok 'sanat' gözüyle bakıyorum. Biz iş insanları inovatif olmak zorundayız ama aynı zamanda o inovasyon için strateji üretmeli ve iş planı oluşturmalıyız.

Peki iş akışınızda inovasyon sizin için kaçıncı sırada geliyor?
Bu hız dünyasında, bu rekabetçi ortamda inovasyon yapmadan hayatta kalmayı çok zor görüyorum. Şimdi bizim tip işlerde inovasyon hep yeni bir şeyler bulmak, yaratmak değildir. İnovasyon süreçleri geliştirmektir. Bu süreçler bazen teknoloji desteği ve hız ile inovatif olabilir, bazen de basit pragmatik düşünce ve eylemler ile inovatif olabilir. Bazen o kadar basit bir fikirle fark yaratabilirsiniz ki rakipler bile görünce bu kadar basit bir şey neden bizim aklımıza gelmedi diye düşünür.

Biz moda perakendecileri ihtiyaç satmıyoruz. Şimdilerde müşterinin başını döndürmezseniz, yok artık dedirtmezseniz olmuyor. O yüzden her anlamda inovatif olmak şart. Açıkçası inovasyon Derimod'un DNA'sında var. Kurulduğu günden bu yana deriyi moda ile birleştirerek sektöre en büyük yeniliği Derimod getirmiştir. Bugün de ürün geliştirmekten, mağazacılık deneyimine, online dijital süreçlerden, müşteri memnuniyetine kadar her alanda, yenilikçi ve inovatif fikirlerle ilerliyoruz.

> **"İnovasyon genel itibarıyla ihtiyaçtan doğuyor. İnovasyon yaparken başkalarının fikirlerinden esinlenebilirsiniz ama uygulama orijinal olmalı. Bu nedenle inovasyon; insan ihtiyaçlarını ürüne, servise, sürece tercüme etme sanatıdır."**

Sizce inovatif fikirler ortaya nasıl çıkıyor?
Benim tecrübeme göre inovatif fikirler en çok ihtiyaçtan ortaya çıkıyor. Gerçekten o ihtiyacı yerine getirmek, düzeltmek, tedarik etmek amacıyla çok basit ama etkili fikirler üretilebiliyor. Hatta ben şöyle bir cümle kuruyorum: 'İnovasyon; insan ihtiyaçlarını ürüne, servise, sürece tercüme etme sanatıdır.' Her türlü süreçte inovasyon, çok büyük ihtimalle ihtiyaçtan doğuyor. İnovasyon için başkalarının fikirlerinden esinlenebilirsiniz ama uygulama orijinal olmalı, bu çok önemli!

Bu açıdan baktığımızda kadın girişimcilerin sizce misyonu nedir?
Kadın girişimciliğinin ülkeyi kurtaracağına inanıyorum. Hatta ülkemizi elini taşın altına koyan, cesur kadın girişimcilerin kurtaracağından hiç şüphem yok. Türkiye'nin toprak altındaki doğal kaynaklarından daha büyük bir gücü varsa fışkırmak için uygun ekosistemi bekleyen kadın girişimci potansiyelidir. İnovatif fikirlerin ortaya çıkabilmesi için aslında uygun çevre ortamına yani ekosisteme ihtiyaç vardır. 600 yıllık imparatorluk ve 100 yıllık cumhuriyet topraklarında aslında çok da insan uygarlığının önünü açacak bir icadın yapıldığını söyleyemeyiz. Ben bunun başlıca sebebinin yaratıcılık ve yenilikçiliğin; bir tür hiza bozmak, çıkıntı olmak, düzen bozmak gibi algılanmış olmasına bağlıyorum. Tek başına inanılmaz işler beceren, acil ve şipşakçı çözümler üreten bu millet kendi yaratıcılığını sistematik ve sürdürülebilir bir inovasyona dönüştürememiş. Düşünsenize bu bir kalıp olarak bile dilimize yerleşmiş: "Başımıza yeni icat çıkartma, çıkıntılık yapma..."

Bu noktada TİM'in kadın girişimcileri için kurduğu ekosistem, inovasyon fikirlerinin çıkması için en güzel çevreyi oluşturan ortam oluyor. Bu girişimi çok başarılı buluyorum. Kadınlar maalesef eşit

fırsatlara sahip değiller. Ben inanıyorum ki eğitimden itibaren eşit fırsat verilen ve iş dünyasına girebileceğini bilen her kadın başarılı olur. Sadece fırsatların eşitlenmesi lazım.



Ama kadınların üzerinde başka iş yükleri ve sorumluluklar da var...
Bana hep "İş dünyasında kadın olmanın zorlukları nedir?" diye sorarlar. Bir kere zaten iş dünyasının içerisinde o kadar çok zorluk var, o kadar çok çözmek gereken problem var ki... Açıkçası ben bunların hangisi cinsiyetimden kaynaklı, hangisi işin gereği onu bile ayıştırmıyorum. Ben şanslıyım ki kadın olmanın zorluğunu pek yaşamadım. Ama şöyle bir şey var; sonuçta bizim meslektaşlarımız erkekler ve onlar mesaileri bitince eve gidip dinlenebiliyor. Hâlbuki ben işte çalıştıktan sonra eve geliyorum ve evin yönetimi için çalışmalarıma devam ediyorum. Bir kere çocukların bakımı kadının üzerinde, ayrıca yemek için yardımcınız olsa bile eve geldikten sonra da kadının görevi ve işi bitmiyor.

Kadın girişimcilerin gelişmesi noktasında zorlukların olduğunu görüyorum. Kendim de bunu bizzat yaşadım. Bizim Girişimcilik Vakfı'mız var, orada aktif olarak çalışmalarımı yürütüyorum. Genç kadınlara eğitim hayatlarından itibaren kendi seçtikleri bir geleceğin olabileceğine dair güveni verirsek, eğitim konusunda da devlet eşit şartlara sahip olabileceklerinin garantisini verebilirse, başka bir problem kalmaz. Ataerkil kültüre takılmadan her istediklerini yapabileceklerini bilmeliler. Bu inanç olduktan sonra kadınların başka bir şeye ihtiyacı yoktur.

Başarınızın sırrını bizimle paylaşır mısınız?
Ben çok şanslıyım çünkü önümde başarılı kadın girişimci olarak rol model aldığım annem var. Sonuçta 1970'li yıllarda deri üretim gibi erkek egemen bir sektörde deri ve modayı birleştirerek yola çıkan bir serüvenin başlangıcında imzası var. Son 40 yılda deri moda pazarlama süreçlerinde bugün kullanılan neredeyse bütün sistemler, bütün konfeksiyon teknikleri hala Ümit Zaim ve Zerrin Zaim tarafından sektöre getirilen yeniliklerdir. Bu tabii benim açımdan çok şanslı olduğum ve çok çok gurur duyduğum bir konu. Ben hep çalışan, üreten, kendi ayakları üzerinde duran bir annenin kızı olarak başarıya ulaşmak için onu örnek aldım.

Bunun yanı sıra genel olarak başarının sırrı bence önce tutku, inanmak ve çok çalışmak. Tutkuyla inanmak, tutkuyla bağlanmak, tutkuyla çalışmak, tutkuyla öğrenmek... Özetle, tutku olmadan bir kişinin başarılı olabileceğine inanmıyorum. Bir sanayici de ya da bir yemek şefinin de işini tutkuyla yapıyor olması gerekir ki başarılı olabilsin. İkinci konu ise bilginin güç olduğudur. İnsanlar kendi sektöründe ne kadar bilgi varsa öğrenmeli, yeniliklere açık olmalı, sektörüne hakim olmalı ve ciddi bir bilgi birikimine sahip olmalı. Bu donanıma sahip olan kişiler zaten rakiplerinin arasından hemen sıyrılıyor ve yarışa bir adım önde başlıyor. Ben sevdiğim bir işi yaptığım için de şanslıyım, insanların sevdikleri işi yapmasının başarının önemli bir anahtarı olduğunu düşünüyorum.

Peki bu noktada başarılı insanların ortak noktası nedir?
Başarılı insan meraklı, araştırmacı ve bilgiye aç; çok okuyan, gezen ve öğrenmek isteyen bir yapıya sahip oluyor. Bu benim genel gözlemim... Ayrıca diğer beyinlerden

"KADIN GİRİŞİMCİLERİN ARKASINDA DAĞ GİBİ TİM VAR"

Kadınların iş dünyasında aktif olarak rol alması gerektiğine vurgu yapan Derimod Yönetim Kurulu Başkanı Sedef Orman; "En basit mantıkla nüfusunun yarısı kadın olan bir ülkede, yarı gücü devre dışı bırakıp ilerlemek, kalkınmak mümkün değil. Bu sonsuza kadar tek ayak üzerinde durmak gibi bir şey... Düşünün ihracatçısınız ve dünyanın kalkınmış ülkeleri ile rekabet halindesiniz ve aynı sahada maç yapıyorsunuz. Onlar tüm güçleri ile sahaya 11 kişi çıkmışlar ve biz kadınları almadan sadece 5-6 erkekle sahadayız. Bu maçın eşit şartlarda olması ve kazanmamız mümkün mü?" dedi. TİM Kadın Konseyi için değerlendirmede bulunan Orman; "Bu noktada TİM kadın girişimcilere 'Siz de bu ekosistemin bir parçasısınız. Ayrıca arkanızda dağ gibi TİM var. Siz yola başlayın, ilerleyin.' demiştir. Bana göre İsmail Gülle, bu potansiyeli ortaya çıkartmak için çok yerinde bir adım attı." diyerek kadın girişimcilerin artması gerektiğine vurgu yaptı.

akıl alacak, esinlenecek kadar kompleksiz insanlar hayatta her zaman başarıyı yakalıyor. İlla kendi bildiklerini değil, başka bakış açılarını da alıp değerlendirebilen, sentez yapabilen insanlar başarıyı göğüslüyor. Öğrenmeye açık olmak önemli, kendi görüşüne ters düşen görüşlere dahi açık olmak gerekli. Kişiler hedeflerin peşinden koşmalı ve ısrarla hedeflerinin peşinden gitmeli. Hedef belirlemek, doğru iş planı yapmak ve o tutkuyla işin, hedefin peşinden koşmak başarılı insanların genel disiplinini oluşturuyor.

TİM bünyesinde oluşturulan TİM Kadın Konseyi için neler düşünüyorsunuz?
TİM bünyesinde İsmail Başkan çok güzel bir oluşum olan Kadın Konseyi'ni kurarak ve pek çok başarılı kadın ihracatçıları yönetime alıp mentorluk yapmalarını sağlayarak çok değerli bir şey yaptı. Kadın girişimci konusu benim bu topraklarda en çok inandığım ve desteklediğim şey. Gerçekten bunları ortaya çıkarmak için yapılan her hareket çok değerli. O yüzden Sayın Başkan'ın bir anlamda kadın girişimcilere uygun ekosistem yaratarak ve arkanızda dağ gibi TİM var, korkmayın diyerek attığı adımı çok başarılı buluyorum ve sonsuz destekliyorum.

Fikri olmayan hiç kimse girişimci olamaz. Ancak fikri olup adım atmaya korkan insanlara TİM'in Kadınlar Konseyi gibi bir destek sağlaması gerekliydi. Kişilerin bu yola çıktığında doğru insanlarla tanışmasını, doğru yönlendirilmesini sağlama konusunda bu adım çok değerli. Ben hayatımda kafasına bir hedef koymuş ve kalbiyle, beyniyle bu hedefi sahiplenip de başarıya ulaşmamış kadın görmedim. Yeter ki engellenmesin, yeter ki önü kesilmesin.

Anadolu topraklarında zaten yüzyıllar boyunca var olmuş ve tarihin şekillenmesinde büyük rol oynamış bir kadın gücü var. Efesli Artemis'den Kibele'ye, Nene Hatun'dan Hürrem Sultan'a tüm bu güçlü kadınların kültürel mirası bizim DNA'mızda zaten var. Onun için gerçekten kadınlar ne kadar şanslılar ki şu an TİM Kadın Konseyi gibi bir ortam yaratılmış. Onlar yalnızca TİM Kadın Konseyi'nin de gücüyle doğru finans ve doğru ortamla ilerlemeliler.



Son olarak girişimci kadınlara nasıl bir öneride bulunmak istersiniz?
Girişimci kadınlara en önemli önerim, kafalarındaki fikirleri projelendirsinler. Hayata geçirmek üzere somut iş planları yapsınlar. Sonra dünyadaki aynı iş dalındaki başarılı örnekleri araştırsınlar. Ellerinde TİM Kadınlar Konseyi gibi bir cevher var. Bundan maksimum faydalansınlar, mentorluk desteği alsınlar, her türlü sorularına cevap bulsunlar.

Zor zamanlardan geçiyoruz bu doğru ama bu dönemler de yaratıcı ve cesur insanlar için fırsattır. Sonuçta ortam kötü diye oturup bekleyemeyiz. Girişimci kadınlar aynı zamanda günümüzde sosyal medyanın önemini yadsımasınlar. Sosyal medya ile dünyanın her yerine ulaşabiliyor, kendi ürün ve fikrinizi gösterebiliyorsunuz. Son olarak kimseden onay beklemesinler, sonuçta fikir sizlerin fikri. Unutmayın ki dünyanın en başarılı fikirleri ilk önce gereksiz, anlamsız ya da saçma bulunmuştu. Siz kendinize inanıyorsanız tutkuyla peşinden gidin.



“Gençliği yetiştiriniz. Onlara bilim ve kültürün olumlu fikirlerini veriniz. Geleceğin aydınlığına onlarla kavuşacaksınız. Özgür fikirler uygulamaya geçtiği zaman, Türk milleti yükselecektir.”

M. Atatürk

TÜRKİYE İNOVATİF FİKİRLERLE YÜKSELİYOR

Mustafa Kemal Atatürk'ün Türk gençliğine hediye ettiği ve Türkiye Cumhuriyeti'nin dönüm noktalarından olan 19 Mayıs 1919'un 102'nci yıl dönümü vesilesiyle, dergimizin mayıs sayısında Türkiye'nin 'Yenilikçi Gençliği'ne mercek tuttuk. Cumhuriyetin 'Mücit Gençler'i Türkiye'nin geleceği için büyük umut veriyor.

Yerli başarı hikâyeleri gençleri girişimciliğe yönlendirirken, kamu ve özel kuruluşlar da destek mekanizmalarıyla gençleri inovasyona teşvik ediyor. TİM, İnovaTİM ile yaklaşık 3 bin öğrenciden oluşan Türkiye'nin en genç inovasyon ailesini, TİM TEB Girişim Evi ise Türkiye'nin en yaygın ve geniş kapsamlı girişimcilik ailesini oluşturdu.

7,7
MİLYAR DOLAR
Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ihracatı

3
MİLYAR DOLAR
Türkiye'de start-up ekosistemi hacmi

Her gelen kuşak, bir önceki kuşağın eleştirisine maruz kalır. Fakat Y kuşağının öncü girişimcileri, ortaya koyduğu yenilikçi fikirlerle dünyada bir dönüşümü tetikledi. Y ve Z kuşaklarının bazı karakteristik özellikleri hala eleştirilse de onların büyük buluşlara imza atmaya devam edecekleri konusunda herkes hem fikir. Küresel girişim ekosisteminin finansal büyüklüğü de bunu doğruluyor. 2019 yılında girişimcilik ekosistemine dünya çapında yapılan risk sermayesi yatırımları, 300 milyar dolara ulaştı. Türkiye, küresel ölçeğin gerisinde olsa da Sahibinden, Yemeksepeti, Trendyol, Getir ve son olarak PeakGames gibi yerli başarı hikâyeleri, gençleri inovasyona teşvik ederken Türkiye İhracatçılar Meclisi başta olmak üzere çok sayıda kurum da gençleri girişimciliğe teşvik edecek mekanizmalar geliştiriyor.

Türkiye girişimcilik ekosistemi, sağlanan olanaklar çerçevesinde ivmelenerek yükselişini sürdürüyor. Türkiye sahip olduğu girişim ekosistemi ve girişimcilerin aldığı yatırımlarla, Avrupa kıtasında henüz 2'nci ligde yer alıyor. 2020 yılı ülkenin girişim ekosistemi için rekorların yaşandığı bir yıl oldu. 2019 yılında 94 girişim 102 milyon dolar yatırım alırken 2020 yılında girişim sayısı 165'e, yatırım tutarı da 139 milyon dolara yükseldi. Ve Türkiye PeakGames ile ilk Unicorn'unu çıkarmış oldu.

Girişim ekosisteminin aldığı 2017 yılındaki toplam yatırım tutarının 51 milyon dolar olduğu düşünüldüğünde, üç yılda üç kata yakın bir artış dikkat çekiyor.

KÜRESEL ÖLÇEKTE 3 TRİLYON DOLAR DEĞER ÜRETİLİYOR

Derin teknolojiler başta olmak üzere inovatif buluşlarla büyüyen küresel girişimcilik ekonomisinin, yüzde 4 büyümeyle yaklaşık 3 trilyon dolarlık bir finansal değer ürettiği belirtiliyor. 2019 yılında girişimcilik ekosistemine dünya çapında yapılan risk sermayesi yatırımları 300 milyar dolara yaklaştı.

StartupMarket verilerine göre geçtiğimiz yıl Türkiye'deki start-up ekosistemi; satın almalar, birleşmeler, hisse alımları ve iş birlikleri de dahil olmak üzere 3 milyar doları aştı. StartupMarket'in yaptığı bir ankete göre insanların yüzde 80'i startuplara mentorluk yapmak istiyor. Ankete katılanların yüzde 90'ı da 5 bin TL de olsa gelecek yıl için start-up'lara yatırım ayırabileceğini belirtiyor. Veriler, destek miktarlarının ve yerli firmaların aldığı yüksek yatırımlar ekosistemin daha da büyüyeceğini gösteriyor.

YENİ PROJELERDEN 7,7 MİLYAR DOLAR İHRACAT

Son 20 yılda hayata geçen teknoparklar ve kuluçka merkezleri, girişimcilik ekosisteminin büyümesinde önemli rol oynuyor. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın Mart 2021 itibarıyla açıkladığı verilere göre Türkiye'de 73'ü aktif faaliyetine devam etmekle birlikte toplam 87 adet Teknoloji Geliştirme Bölgesi bulunuyor. Bu bölgelerde toplam firma sayısı ise 6 bin 474 civarında ve bu firmalarda 55 bin Ar-Ge personeli görev alıyor. Bugüne kadar yaklaşık 40 bin proje tamamlandı ve 10 binden fazla proje de devam ediyor. Bugüne kadarki yapılan projelerden elde edilen toplam satışların hacmi 123,4 milyar TL'ye ulaşırken 7,7 milyar dolar da ihracat gerçekleştirildi.

İNOVASYON İHRACATA DEĞER KATIYOR

İnovasyonu gençlere aşılayarak inovatif bir nesil yetiştirmek hedefiyle hayata geçirilen İnovaTİM projesi; bugün yaklaşık 3 bini üniversite 10 bini lise öğrencisi olmak üzere toplam 13 bin öğrenciden oluşan, Türkiye'nin en genç inovasyon ailesi oldu. TİM'in genç inovasyon temsilcileri, 72 ilden 150 üniversitede ve 32

TEKNOFEST MİLLİ TEKNOLOJİLERE ÖNCÜLÜK EDİYOR

Ülke genelinde özellikle milli teknolojinin geliştirilmesi noktasında önemli bir etkinlik olan TEKNOFEST, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın yürütücülüğünde gerçekleştiriliyor. Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı (T3 Vakfı) ve milli teknolojinin geliştirilmesi konusunda kritik rol oynayan birçok kuruluşun paydaşlığıyla düzenlenen Türkiye'nin ilk ve tek havacılık, uzay ve teknoloji festival TEKNOFEST; 2018 yılından bu yana organize ediliyor ve söz konusu etkinliğe başvuru sayısı da her yıl artıyor. Etkinliğin ilk yılında 14 farklı kategoride düzenlenen teknoloji yarışmalarına toplamda 4 bin 333 takım, 20 bin genç başvuru yaptı. 2019 yılında 19 farklı kategoride yapılan yarışmalara, 81 il ve 122 ülkeden 17 bin 373 takım ve 50 bin yarışmacı başvuru gerçekleştirdi. 2020 yılında ise Gaziantep'in ev sahipliğinde 21 farklı kategoride düzenlenen teknoloji yarışmalarına 81 il ve 84 ülkeden 20 bin 197 takım ve 100 bin genç başvuruda bulundu. 21-26 Eylül 2021 tarihinde, Atatürk Havalimanı'nda gerçekleştirilecek Teknofest 2021'e ise 35 kategoride 39 bin 684 takımın başvuru yaptığı açıklandı.

Savunma Sanayii Başkanlığı da öğrencilerinin yerli ve milli üretim farkındalığına kavuşturulması ve savunma sanayisi için nitelikli insan kaynağını sürdürülebilir kılmak amacıyla, bir Savunma Sanayii Akademi projesi olan Vizyoner Genç'i hayata geçirdi.

ilden 207 lisede inovasyonu gençlere aşılıyor.

TİM ve TEB iş birliğiyle kurulan Girişim Evleri de bulunduğu illerde, yenilikçi, yüksek katma değerli ve ihracat potansiyeline de sahip girişimcileri ve girişimci işletmeleri geliştirerek güçlendiriyor. TİM TEB Girişim Evi, teknoloji start-up'larının sürdürülebilirliğini ve hızla büyümesini sağlamaya yönelik inkübasyon, hızlandırma ve büyüme aşamalarındaki özgün programları ile ekosisteme yön veriyor.

2015 yılından bugüne kadar bin 200'ü aşkın teknoloji odaklı girişimciye ofis, mentorluk, network, tanıtım, eğitim ve devlet desteklerinden yararlanma gibi çeşitli destekler veriliyor. TİM TEB Girişim Evi, ekosistemdeki büyük kapasitesi ve tüm taraflarla olan güçlü ilişkileri sonucunda; hem kamu hem de özel yatırım gruplarıyla girişimcileri en geniş biçimde buluştururken, ayrıca girişimcilere TİM tarafından düzenlenen ticaret heyetleri ile muhtelif etkinliklere katılma imkânı ve proje ortağı TEB tarafından ayrıcalıklı finansman olanağı tanınıyor.

GENÇLER, GELECEĞİN EKOSİSTEMİNE IŞIK TUTUYOR

Geleceğin ekosisteminin şimdiden şekillendiği günümüz Türkiye'sinde gençler, fikirleriyle beğeni toplayıp bir yandan da yarattıkları inovasyonla adından söz ettirmeyi başarıyor. Ürettikleri inovatif fikirler ve geliştirdikleri yeni projeler ile dünya çapında da takdir toplayan geleceğin parlak iki ismiyle bir araya geldik: Selin Alara Örnek ve Elif Eda Güneş. Bu her iki genç de yaşıtlarına ve hatta büyüklerine örnek oldu, her ikisi de geleceğin ekosistemine şimdiden ışık tuttu.

İlk robotunu 10, sahnede ilk konuşmasını 11 yaşında yaptı Selin Alara Örnek. Yaşıtlarının çoğu sosyal medyada vakit geçirirken o robot tasarlıyor, üretiyor ve yazılımlarını yapıyor. Henüz 9'uncu sınıfta olsa da kodlamaya ilk kez 8 yaşında başlamış: "Okulda matematik projesi için babamın bir mühendis arkadaşıyla röportaj yapmıştım, orada kendisine köpeğim öldüğü için onu tekrar canlandırmak istediğimi ve nasıl yapacağımı sormuştum. Kendisi bana kodlama ve mekatronik öğrenmem gerektiğini söylemişti. Hemen iki konuyu da araştırmaya başladım ve böylelikle kodlama ile 8 yaşında tanıştım." Sonrasında ise Selin'in robot köpek projesi başladı. Robot köpek projesiyle "Coolest Projects" yarışmasında birinci oldu. Selin'i bu fikre yönelten şey ise gerçek hayatta yaşadığı büyük tecrübe: "Bu robot köpeği, ölen köpeğim Korsan'ın üzüntüsünü çok derin yaşadığımı hatırlayarak, görme engellilerin bu üzüntüyü daha çok yaşayabileceğini düşünerek yaptım... Üzerinde çok çalıştım ve çalışırken öğrendim. Kazanmak beni çok mutlu etti ve aynı zamanda sağlayacağı faydayı görmek, robotu geliştirmek için beni motive etti." diyor.


Selin Alara Örnek

AYRICA 3 ROBOTU VE PEK ÇOK PROJESİ VAR

Selin'in şu anda üzerinde çalıştığı pek çok proje var. Üç tane daha robotu olduğu anlatan Selin; "Okullarda öğrencilere, öğretmenlere ve çalışanlara yardımcı olan, zorbalığı engelleyen robotum 'BB4All', Google'ın Android'unu çok sevdiğim için yaptığım 'Haşmet the Android' ve Starwars fanatiği olduğum için yaptığım tek tekerlekli robotum 'D-O'. Şu anda hem BB4All hem de D-O üzerinde çalışıyorum. BB4All okul yardım robotu. Yüz tanıma sayesinde çocukları yüzlerinden tanıyıp sohbet edebiliyor. Onlara nasıl olduklarını soruyor, eğer kötü olduklarını söylerlerse robot onları rehber öğretmene yönlendirebiliyor. Bir de akıllı saat tasarladım. Saatin üzerinde nabız sensörü ve panik butonu var. Çocuğun nabzı artarsa veya panik butonuna basarsa robot çocuğu buluyor. Ses kaydı alabildiği ve yüz tanıma sistemi olduğu için zorbalığı engelleyeceğini düşünüyorum. Yakın dönemde, robotun dışını tekrar tasarladım ve daha sağlam olması için 3D baskı yaptım. D-O'nun ilk versiyonunda birkaç sorun vardı, onları çözmek için tamamen yeniden tasarladım. Bir de yeni bir projem var. Robot değil, bu defa sokak köpekleriyle ilgili bir proje. Farklı mahallelerde yaşayan sokak köpeklerinin tanınması ve bakımı ile ilgili bir çalışma. Yeni bir robot fikrim var ancak şu anda çok yoğun olduğum için birkaç ay sonra başlamayı planlıyorum." diye çalışmaları hakkında bilgi verdi.

TİM İNOVASYON VE GİRİŞİMCİLİK AKADEMİSİ

Harvard Bussiness School'un yaptığı 2019 tarihli bir araştırma, tüm start-up'ların yüzde 75'inin başarısızlıkla sonuçlandığını gösteriyor. Bu açıdan ekosistemdeki girişimcilerin ve projelerin artması büyük önem taşıyor. TİM başta olmak üzere kamu ve özel kurumlar, oluşturdukları yapılar ve desteklerle gençleri inovasyona teşvik etmeye çalışıyor. Türkiye İhracatçılar Meclisi, sekiz yıldır düzenlediği Türkiye İnovasyon Haftası ile global şirketlerin üst düzey yöneticilerinden inovasyonun fikir liderlerine, akademisyenlerden öğrencilere, Türkiye'nin önde gelen şirketlerinin yöneticilerinden kamunun en üst düzey temsilcilerine kadar inovasyona dokunan tüm paydaşları bir araya getiriyor. Ayrıca başarılı gençlerin projelerini bu organizasyonda tanıtılmasına da imkân sunuyor. TİM İnovasyon ve Girişimcilik Akademisi başta gençler olmak üzere, üzere girişimciler ve şirketlerin inovatif yönlerini geliştirmeye çalışıyor.



Elif Eda Güneş

139
MİLYON DOLAR
Türk girişimcilerin 2020'de aldığı yatırım tutarı

Kuşkusuz gençlerin bu alanlardaki çalışmaları için aile önemli bir faktör... Ailesinin destekleriyle ilgili kendisine çok yardım ettiklerini anlatan Selin de onlara müteşekkir: "Annem ve babam bana çok yardımcı ve destek oluyorlar. Babam tehlikeli işlerde yardımcı olurken, annem parça satın alma ve organizasyonlarla ilgileniyor. İkisi de bana sonsuz destek veriyorlar. Robotlarım ile birçok etkinliğe davet alıyorum, şimdi pandemiden dolayı birçoğu online ama yine de hep benimle geliyorlar ve robotlarımı taşıyorlar." diyor.

KODLAMAYI KENDİ BAŞINA ÖĞRENDİ

Elif Eda Güneş ise Yozgat'ta doğdu, köy okulunda güçlükle okudu. 15 yaşındayken kâğıt ve kalemle kodlamayı kendi başına öğrendi. Mars'a gönderilen keşif aracını tasarlayan şirketin yarışmasına proje gönderdi, yapay zeka geliştirdi.

DERİN TEKNOLOJİ GİRİŞİMİNDE REKABET KIZIŞIYOR

Dünyanın en büyük 10 şirketinden 7'si ve büyük küresel şirketlerin büyük çoğunluğu, teknoloji alanında faaliyet gösteriyor. Son 10 yılda özellikle derin teknolojilere yapılan yatırımlar arttı. Yapılan araştırmalar, 2010 yılında yüzde 22'lerde olan derin teknoloji girişimleri payının, 2018'de yüzde 45'i aştığını gösteriyor. 2020'de dünyada 51 farklı ülkede bin 305 farklı şehirde derin teknoloji yatırımı gerçekleşti. ABD ve Çin'in, 2015'ten 2018'e kadar derin teknoloji şirketlerine yapılan küresel yatırımların yaklaşık yüzde 81'i bulduğu görülüyor. Bu zamana kadar ABD'de 32,8 milyar dolar, Çin'de ise 14,6 milyar dolar derin teknoloji yatırımı yapıldı. Sektörde pek çok Avrupa ülkesi de öne çıkarken, Atomico'nun "The State of European Tech" (2020) raporuna göre 2016'da 3,9 milyar dolar tutarında olan Avrupalı şirketlere yapılan derin teknoloji yatırımları, 2019'da 10,2 milyar dolara çıkarak zirve yaptı. Bu rakam 2020'nin ilk 9 ayı itibarıyla 8,9 milyar doları buldu. 2016'dan bu yana Avrupa'daki derin teknoloji şirketlerine yapılan kümülatif yatırım ise 36 milyar doları aştı.

19 yaşındaki Elif Eda Güneş şimdi ise bir yandan çalışmalarını sürdürüp bir yandan da köy köy gezip kız çocuklarına ilham oluyor: "Yazılımı öğrenmeye başladığım ilk dönemde köyde olduğum için çıktısını aldığım PDF'leri kullanarak, fonksiyonları ve görevlerini öğrenmeye başladım. Daha sonra CodeAcademy, Udemy, Udacity gibi online platformlarda ilerledim. Lise dönemimde Erciyes Üniversitesi'nde algoritma dersi aldım. Yazılıma olan merakım Ancha Space ile başladı. Sanılanın aksine ben Ancha'ya yazılım bilgisiyle girmedim. Ancha'ya dahil olduktan sonra tanıştım. Yıllardır hayalini kurduğum büyük değişikliği (dünyayı değiştirme hayalimi) yazılım denen şeyle başarabileceğimi gördüm ve sıkı sıkı sarıldım. En büyük şansımın yazılım ile tanışmak olduğunu düşünüyorum."

Elif daha şimdiden kendinden sonraki çocuklara ilham olmaya başladı. Köy köy okulları gezip çocuklarla bir araya geldiğini anlatan genç yetenek, aile desteğinin de ne kadar önemli olduğunu vurguladı: "Ailem gerçekten çok büyük destek oluyor. İlk dönemlerde ne yazık ki ailemin pek desteğini görmüyordum fakat son zamanlarda onların yanımda olduğunu ve beni destekliklerini biliyorum. Bir diğer destekçim de erkek arkadaşım. Her konuda destek oluyor. Onunla daha güçlü hissediyorum. Köy köy gezip çocuklara rol model olmak için çaba gösteriyorum. Çocuklar beni ablaları olarak kabul edip seviyor, çok güzel şeyler söylüyor. Ne olursa olsun bir ablalarının olduğunun farkındalar. Bundan dolayı çok mutlu oluyorum. Ailem bu konuda da çok destekliyor. Erkek arkadaşım da benimle okullara gelip çocuklara tıp hakkında bilgi veriyor. Sorularını yanıtlıyor. Bir de belirtmeden geçmek istemiyorum; bu konuda Türkiye İhracatçılar Meclisi'ne, İsmail Gülle, Belma Ünal ve Kamil Mercimek'e de tüm destekleri için çok teşekkür ediyorum."

Elif artık bir projesini daha hayata geçiriyor. Dünyaya yazılımlarını ihraç etmeyi hedefleyen Elif bu mutlu haberi ise şöyle aktardı: "Bundan sonraki planım birkaç yıl kendimi en iyi şekilde geliştirip bir şirket kurmak. Bu şirket bünyesinde oluşturacağımız akademi ile çocuklarla bilim ve teknolojiyi buluşturmak. Çok güzel bir haber vermek istiyorum ki hedeflediğim şirket şu an kuruluş aşamasında ve çok yakında güzel bir proje ile faaliyete başlayacak. Sadece proje için olmayacak, global hale getirip yazılımlarımızı dünyaya ihraç etmeyi hedefliyoruz. Daha sonrası için de akademi kurup çocukları bilim ve teknoloji ile tanıştırma aşamasına geçeceğiz."

LOJiSTiK iHTiYAÇLARINIZA
ENTEGRE ÇÖZÜM ÜRETMEK

BiZE YÜK OLMAZ

İleri teknolojik altyapıya sahip depo ve antrepolarımız,
güçlü araç filolarımız ve ekipman donanımlarımız, yurt içi ve yurt dışına yayılmış hizmet ağımız,
inovatif lojistik anlayışımız ile küresel ölçekte çözümler üretiyoruz.



alişan logistics

alisangroup.com

Akçansa Genel Müdürü **Zeki Kanadıkırık**

“Sürdürülebilir büyüme kapsamında odağımızda başarı var”

Pazar odaklı ve çözüm yaratan yaklaşımlarıyla Türkiye çimento ihtiyacının yüzde 17’sini tek başına karşılayan Akçansa, yeni başarılara imza atmaya devam ediyor. Türkiye hazır beton sektöründe ilk defa Çevresel Ürün Beyanı Belgesi’ni almaya hak kazanan firmanın Genel Müdürü Zeki Kanadıkırık ile görüştük.



Sabancı Holding ve HeidelbergCement ortak kuruluşu olan Akçansa, Türkiye'nin en büyük çimento üreticisi ve sektörünün lider şirketi konumunda bulunuyor. Dünya kalite standartlarına uygun ürünleri, doğa dostu kimliği, üstün hizmet anlayışı ve yüksek teknoloji donanımlı tesisleriyle firma; Türkiye çimento ihtiyacının yüzde 17'sini karşılıyor. Son yıllarda önemli gelişme gösteren limancılık iş koluyla da faaliyet gösteren Akçansa, liman kapasite kullanım oranında yüzde 46 artış sağlarken; Akçansa Port Ambarlı Limanı'ndan geçtiğimiz yıl ilk kez yaklaşık 1 milyon ton klinker ihracat operasyonu gerçekleştirdi.

Türkiye çimento sektörü tarihinde 2019 finansal sonuçlarınızda en yüksek ihracat rakamına ulaştığınızı biliyoruz. Ancak pandemi pek çok sektörü etkiledi. Bu aşamada söz konusu süreçte Akçansa olarak nasıl bir önlem aldınız?
Son bir yıldır tüm dünya olarak daha önce hiç yaşanmamış çok zorlu bir süreçten geçiyoruz. İşçi sağlığı ve iş güvenliği konusuna yatırım yapan ve önceliklendiren bir şirket olarak bu dönemde genel merkezimiz, fabrikalarımız ve bütün tesislerimizde en üst düzeyde sağlık ve güvenlik tedbirleri aldık. Çalışanlarımız için sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı oluşturduk. Akçansa olarak pandemi döneminde özellikle ülkemize katma değer yaratacak uygulama ve çözümlerle faaliyetlerimizi farklılaştırdık. Özellikle çalışanlarımızın özverili katkıları ile tüm zorlu koşullara rağmen üretimimizi ve ihracatımızı aralıksız sürdürdük.

2020 yılında da Türkiye çimento pazarındaki daralmayı ihracatımızı artırarak başarıyla yönetip, çok güçlü bir finansal performans sergiledik. 2019 yılına göre yüzde 26,3 oranında artan ihracatın büyük etkisiyle, yılın genelinde 1 milyar 967 milyon TL satış geliri elde ettik. Ar-Ge çalışmalarımız ile pazarın ve mega projelerin ihtiyacı olan özel ürünleri ve hizmetleri geliştirmeye yoğunlaştık. Projelerde müşteriye değer yaratan sistemlere ve yenilikçi ürünlere yöneldik. Güçlü finansal performansımızın önemli bir göstergesi olarak FAVÖK değerimiz de yüzde 32,1 artış gösterdi.

"Faaliyet gösterdiğimiz alanlarda, yurt içi ve yurt dışı pazarlardaki konumumuzu daha da güçlendirmek amacıyla üretime, yatırımlarımıza ve ihracata hız kesmeden devam edeceğiz."

Güncel ihracat projeksiyonunuz hakkında bilgi alabilir miyiz?
2020'de etkin liman yönetimimiz ve uzun süreli güvene dayanan müşteri portföyümüzün de etkisiyle, ihracatta önemli ve yeni kalıcı pazarlar kazandık. Çevik lojistik kabiliyetimiz ile ihracattaki katma değerimizi artırarak yüksek kaliteli Türk çimentosunu dünyanın dört bir noktasına ulaştırdık. 2020 itibarıyla 3 fabrikadan 4 kıtadaki 17 ülkeye 4 milyon tonu aşkın ihracat gerçekleştirerek önemli rekorlara imza attık. Tüm bu faaliyetlerimizin neticesinde satış gelirlerimiz yüzde 8'e yakın bir oranda artarak 2 milyar TL'ye ulaştı. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen 2019-İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni'nde klinker ihracat birincisi seçildik.

Şirketimizin bu başarılı ihracat performansında, son yıllarda önemli gelişme gösteren limancılık iş kolumuzun büyük katkısı bulunuyor. Liman kapasite kullanım oranımızda yüzde 46 artış sağlarken, Akçansa Port Ambarlı Limanı'ndan geçtiğimiz yıl ilk kez yaklaşık 1 milyon ton klinker ihracat operasyonu gerçekleştirdik. Limanımızda büyük gemilerin yanaşabilmesi için teknik alt yapı yatırımları yapıldı, makine parkımız yenilendi ve 80.000 DWT gemilere iskelemize yanaşabilme imkânı sağlandı.

Henüz birkaç ay evvel Global Çimento ve Beton Birliği tarafından yürütülen çevresel ürün beyan sürecine katılarak, Türkiye'de bu belgeyi alan ilk hazır beton üreticisi oldunuz... Bu konunun öneminden bahseder misiniz?
Türkiye'de ilk defa hazır beton sektöründe çevresel ayak izini tüm şeffaflığı ile paylaşarak Global Çimento ve Beton Birliği tarafından Çevresel Ürün Beyanı Belgesi'ni (EPD) almaya hak kazandık. Hazır beton ürünlerimiz için müşterilerimize



sunduğumuz bu belgeyle ürünün çevresel etkilerini sorumlu ve şeffaf bir yaklaşımla ortaya koyuyoruz. Müşterilerimiz, kullandıkları ürünün çevresel ayak izi hakkında bilgi sahibi oluyor ve kıyaslama imkânı buluyorlar. Çevresel ürün beyanları, sorumlu kaynak kullanımını teşvik eden pazarlarda ve önde gelen yeşil bina sertifikalandırma sistemlerinde çevresel ayak izi düşük ürünler için talep avantajı oluşturuyor. Ayrıca düşük karbonlu bir gelecek için çevresel ayak izi düşük ürünlere yönelik çalışmalarımız için de bir temel oluşturuyor. Attığımız bu tür adımlar hem inovasyon ve Ar-Ge yaklaşımımızı şekillendiriyor hem de şirket genelinde önemli bir farkındalık ve tecrübe birikimi oluşmasına yardımcı oluyor.

Akçansa'nın önümüzdeki süreçteki yatırım hedeflerinde neler var?
Pandemi döneminde de sektöre katma değer katacak uygulama ve çözümlerle faaliyetlerimizi farklılaştırdık. 'Yeni Normal' adı verilen yeni dünya koşullarına hızla uyum sağlarken geleceğin Türkiye'sine yakışacak şekilde, gençlerimize ve insanımıza yatırım yapmaya devam ediyoruz. Akçansa olarak bizim için çok büyük önem taşıyan dijital dönüşüm alanında hayata geçirdiğimiz yenilikçi ürünlerin yanında, hala devam eden dijitalleşme projelerimizin çıktılarını birer dijital ürün haline getirme çalışmalarımızı hız kesmeden sürdürüyoruz. Geleceğin düşük karbonlu dünyasında fosil ve doğal kaynak tüketimimizi azaltacak, operasyonel gücümüzü yapay zeka ve dijital çözümlerle geliştirecek ve rekabet yeteneğimizi artıracak alanlara yatırım yapmayı amaçlıyoruz. Faaliyet gösterdiğimiz alanlarda, yurt içi ve yurt dışı pazarlardaki konumumuzu daha da güçlendirmek amacıyla üretime, yatırımlarımıza ve ihracata hız kesmeden devam edeceğiz.

Ülke ekonomisine de büyük katkılar sağlayan Akçansa'nın başarı sırları nedir?
Şirket vizyonumuzun bir parçası olan 'sürdürülebilir büyüme' kapsamında başarıyı her zaman odak noktamızda tutuyoruz. Pazar odaklı ve çözüm yaratan yaklaşımımızı ürün portföyümüze de taşıyarak sektörümüzde fark yaratıyor ve dünya kalite standartlarına uygun özel ürünler üretiyoruz. Tüm bunların yanında işimizin merkezine insanı koyuyoruz. Bugüne dek Akçansa'nın insan odaklı yönetim kültürü ve çalışanına yaptığı yatırımların, Investors In People tarafından 'Altın Standart' ile uluslararası alanda değerlendirilmesi ve bununla birlikte son 19 yıldır sektörün en beğenilen şirketi seçilmemiz de doğru işler yaptığımızın bir göstergesi. Akçansa çalışanlarının kıymetli emeği ile çıtamızı hep daha yükseğe koyarak başarı hanemize yenilerini ekliyoruz.

Paydaşlarımız için de sosyal, çevresel ve ekonomik boyutlarıyla yüksek düzeyde değer yaratmak, içinde bulunduğumuz toplumun yaşam kalitesini yükselterek daha güvenli ve refah dolu bir yarın oluşturulmasına katkı sağlamak amacıyla çalışıyoruz. Sürdürülebilir başarı için çalışanlarımıza, müşterilerimize, yatırımcılarımıza, topluma, çevreye karşı sorumlu davranmak bizi biz yapan değerler arasında yer alıyor.

Türkiye'de yapı malzemeleri sektörünün lideri olarak müşterilerimizin tüm taleplerini karşılayacak ürünler ve çözümler üretirken, aynı zamanda sektörümüzün gelişmesine yön verecek projelere imza atıyoruz. Hazır beton gibi geleneksel bir üründe dijital dönüşüm gerçekleştirmek ve sektörün geleceğine yön vermek hedefiyle geliştirdiğimiz "Smart beton" da bunun en iyi örneği. Hazır beton markamız Betonsa ve Vodafone Business iş birliği ile gerçekleştirdiğimiz Smart Beton projemiz sayesinde; betonun kalitesinin, içine yerleştirilen dijital sensörler yardımıyla anlık olarak ölçülebilmesini ve takip edilebilmesini sağladık. Dijital sensörler ve Vodafone'un teknolojik altyapısı ile kaydedilen bu veriler, Akçansa'nın müşterileriyle de güvenli bir şekilde paylaşılabiliyor. Bu ürünümüz ilk kez Türkiye'nin lokomotif inşaat projelerinden biri olan 1915 Çanakkale Köprü Projesi'nde kullanılmaya başlandı.

SabancıDx ile yakıt maliyetlerimizi düşürmek hedefiyle otonom üretim sistemlerinin geliştirme sürecine başladık. Operasyonlarımızı dijitalleştirmek için çalışan deneyimini iyileştirmeyi ve dinamiklerin hızla değiştiği iş ortamında çevik hareket edebilmeyi amaçlıyoruz. Bu kapsamda entegrasyon, otomasyon ve veri odağında yeni iş ve çalışma modelleri geliştirmeye devam ediyoruz.

Enerji tüketimi ve doğal kaynak kullanımının yoğun olduğu çimento sektöründe son yıllarda sürdürülebilirlik konusu, en önemli gündem maddelerimiz arasında yer alıyor. Akçansa'da sürdürülebilirlik yaklaşımımızla çevresel etkinin azaltılmasından toplumsal fayda yaratmaya kadar geniş ve olumlu etki yaratmayı amaçlıyoruz. Bu kapsamda, bir yandan geleneksel çimentoya alternatif oluşturacak sürdürülebilir ürünler üzerinde çalışıyor, bir yandan da düşük klinkerli çimento ve daha yüksek mineral katkı kullanımıyla, betonda çevresel ayak izini azaltmayı hedefliyoruz.

2021 özelinde neler söylemek istersiniz? Akçansa'nın uzun vadeli planlamalarında hedefleri nedir?

Ülkemiz ekonomisinin itici gücünü oluşturan inşaat sektörünün önümüzdeki birkaç yılda ivme kazanarak yükselişe geçeceğini ve Türkiye ekonomisine olumlu yansımaları olacağını öngörüyoruz. Türkiye'nin önde gelen şirketlerinden biri olarak iş süreçlerimize sürdürülebilir büyüme vizyonumuzla yön veriyoruz. Bu kapsamda dijitalleşmeye yönelik yatırımlarımızı artırmayı, şirketimiz için büyük önem taşıyan limancılık iş kolunu büyüterek kârlılığımızı yükseltmeyi ve hem sektörümüze hem de Türkiye ekonomisine katkı sağlamayı amaçlıyoruz.

Son olarak güncel rakamlarla Akçansa'nın büyüklüğünden kısaca bahseder misiniz?

Akçansa olarak İstanbul-Büyükçekmece, Çanakkale ve Samsun-Ladik'teki 3 fabrikamız, Karabük'te Kardemir ortaklığında kurulu öğütme değirmenimiz, hazır beton markamız Betonsa ile Karadeniz, Marmara ve Ege bölgelerine yayılmış 30'a yakın hazır beton tesisimiz, 4 çimento terminalimiz, 2 limanımız ile bine yakın öz çalışan ve binin üzerinde alt işverenden oluşan güçlü ekibimizle faaliyetlerimize devam ediyoruz. Ülkemizin çimento ihtiyacının yaklaşık yüzde 17'sini tek başımıza karşılarken, faaliyetlerimizi sürdürülebilir büyüme odaklı olarak devam ettiriyoruz. İnovasyonu çimento sektörüne taşıyarak üretimden pazarlamaya kadar kendimizi tüm iş süreçlerinde sürekli yeniliyor ve büyük altyapı projelerine imza atıyoruz. Ar-Ge alanındaki çalışmalarımız ve teknolojinin gücü sayesinde; çevresel etkisi düşük, yenilikçi ürünler tasarlayarak 4 kıtaya ihracat gerçekleştiriyoruz. Tüm bu gelişmeler finansal sonuçlarımıza da yansıyor. Özellikle pandemi döneminde çalışanlarımızın özverili katkıları ile şirketin satış geliri 1 milyar 967 milyon TL olarak gerçekleşirken, geçtiğimiz yıla göre yaklaşık yüzde 8 artış kaydedildi. Akçansa'nın brüt kârı 331,9 milyon TL, dönem kârı ise 114,8 milyon TL oldu. 2020 yılındaki Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Kar (FAVÖK) da yüzde 32,1 artışla 323,1 milyon TL'ye yükseldi.

Tüm iş süreçlerimize "sürdürülebilir büyüme" vizyonumuzla yön veriyoruz. 2021 yılında da kapasitemizi etkili kullanarak üretmeye ve Türkiye ekonomisine değer katmaya devam edeceğiz.

%17

Türkiye'nin toplam çimento ihtiyacını karşılama payı

1,967

MİLYAR TL

2020 yılı satış geliri

1

MİLYON TON

Akçansa Port Ambarlı Limanı'ndan 2020'de gerçekleşen klinker ihracatı

E-ticaret verileri açıklandı, rakamlar zirveyi işaret ediyor

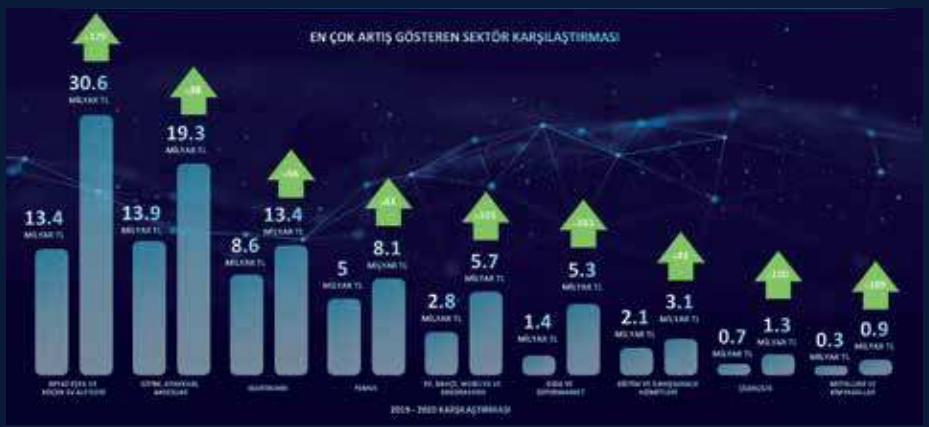
Dünyada e-ticaret yıllık bazda yüzde 18 büyüdü, 2020 yılı dünya e-ticaret hacminin ise 4,3 trilyon dolar olduğu açıklandı. Geçtiğimiz yıl itibarıyla Türkiye de pastadaki payını muhteşem bir ivmeyle artırdı. Türkiye e-ticaret hacmi 2019 yılına göre yüzde 66 artış gösterdi ve 136 milyar liradan 226 milyar 200 milyon liraya yükseldi.

%64

2020'de kaydedilen e-ticaret tutarının 207 milyar lirayla yüzde 91,4'ünün yurt içi harcamalardan, 9,3 milyar lirayla yüzde 4,2'sinin diğer ülkelerin Türkiye e-ticaret sitelerinden yaptığı harcamalardan, 9,9 milyar lira ile yüzde 4,4'ünün ise yurt dışından yapılan alımlardan oluştu. Toplam e-ticaret içindeki perakende ticaretin payı ise yüzde 64. E-ticarette sipariş adetleri de 2019 yılına göre yüzde 68 artışla 1 milyar 366 milyondan 2 milyar 297 milyona çıktı.



30,6 MİLYAR TL



E-ticaret verileri ışığında yapılan analizlerde en büyük artışı beyaz eşya sektörü göğüsledi. Pandemide 30,6 milyar TL değerinde satış gerçekleşti.

Kartlı işlemler

E-ticaret hacminin 138,4 milyar lirasını kartlı ödemeler, 80,4 milyar lirasını havale/EFT ödemeleri, 7,4 milyar lirasını kapıda ödemeleri oluşturuyor.



Pandemi salgının başladığı dönemlerde genel ticarette düşüş gözlemlenirken e-ticarette piyasanın aksine artış trendi başladı. T.C. Ticaret Bakanlığı'nın nisan ayında açıkladığı "2020 yılı e-ticaret verileri" de bunu doğrular nitelikte...



%58

Aracı hizmet sağlayıcılar üzerinden alışveriş yapanların yüzde 42'sini kadınlar, yüzde 58'ini erkekler oluşturuyor. E-ticaret sitelerinden alışveriş yapanların yüzde 63'ü, aracı hizmet sağlayıcılardan alışveriş yaparken mobil uygulama kullanmayı tercih ediyor. Bu oran dünyada yüzde 66.

İSTANBUL

Pandemi süreci, e-ticaret alışverişlerinin katlanarak artmasına sebep oldu. Alışveriş alışkanlıklarının değiştiği süreçte yüzde 35 oranında artışla sektörün en fazla büyüdüğü il İstanbul oldu. Onu yüzde 11 ile Ankara ve yüzde 6 ile İzmir takip etti.



Turizm sektörü yaralarını sarabilecek mi?

Küresel turizm sektörü, 2020 yılında tarihinin en zorlu dönemine tanıklık etti. Covid-19'un dünya turizm sektöründe, 1,3 trilyon dolar büyüklüğünde kayıp oluşturduğu tahmin ediliyor. Pandemi sürecinden olumsuz etkilenen Türkiye de bu süreçte gerileme yaşadı. Sektör temsilcileri, 2021 yılı için 34 milyon turisti hedefleyerek tablodaki eksiyi artıya çevirme noktasında kararlı.



51,7 MİLYON

2019 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı

11,2 MİLYON

2020 Ocak-Ekim döneminde gelen ziyaretçi sayısı

Turizm sektörü Türkiye ekonomisine önemli bir döviz girdisi oluşturarak dış açıkların giderilmesi, işsizliğin azaltılması ve güçlü bir ekonominin sağlanması için önemli bir paya sahip. Keza sektör, yapılan istatistiklere göre dünya çapında en fazla turist çeken 6'ncı ülke konumundaydı. Özellikle 2010 itibarıyla yükselen grafik eğilimini her sene artırdığı gözlenen bu tabloda turizm sektörü, pandemi öncesinde yıldızı en çok parlayan sektörler arasında gösteriliyordu. Ancak dünya çapında yaşanan pandemi ile paralel, tablodaki görünüm tamamen belirsizleşti. Globalde yaşanan gerileme Türkiye'yi de etkiledi. Tarihinin en zor senesini geride bırakan turizm sektörü temsilcileri açığın kapanması için birtakım tedbirler aldı, yeni hedefler belirledi. Türkiye turizm sektörü 2021 yılı hedefleri kapsamında 34 milyon turisti Türkiye'ye çekmek için çaba gösteriyor.

EN FAZLA RUS ZİYARETÇİ GELDİ

Pandemi öncesi dönem olarak ifade edilen 2019 yılı,

Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Nadir Alpaslan: "Geçtiğimiz yıl 12,5 milyar dolar civarında bir turizm gelirimiz olmuştu, bu sene 23 milyar dolar bandına yükselmesini bekliyoruz."

Türk turizm sektörünün son beş senedeki en güçlü yılı olarak tarihe geçti. 2019'da Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 14,1 oranında arttı ve 45 milyon 58 bin 286 seviyesine yükseldi. Bu sayıya yurt dışında yaşayan vatandaşlar da eklendiğinde 2019 yılında Türkiye'ye gelen toplam ziyaretçi sayısı 51,7 milyon kişiye ulaştı.

Ancak pandeminin etkili olduğu 2020 yılında bu sayılarda ciddi oranda gerileme yaşandı. 2020 yılının Ocak-Ekim ayları arasını kapsayan ilk on aylık dönemde Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısında, 2019 yılının aynı dönemine göre yüzde 72,5 oranında düşüş oldu. 2019 yılının Ocak-Ekim döneminde gelen yabancı ziyaretçi sayısı 40,7 milyondan 11,2 milyona geriledi. Bu dönemde en çok ziyaretçi gönderen ülkeler arasında ilk sırada Rusya yer alırken Rusya'yı Almanya, Bulgaristan, Ukrayna ve İngiltere takip etti.



YÜZDE 70-80 BANDINDA GERİLEME YAŞANDI

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın açıkladığı verilere göre Türkiye'nin ekonomi, kültür, sanat, tarih, gastronomi, ticaret ve turizm alanlarında kalbi konumunda yer alan İstanbul; 2019 yılında 12 milyon 690 bin 376 ziyaretçiyi ağırladı. Fakat pandeminin başlamasıyla beraber dünya genelinde kapılar kapatıldı ve bir süre gidiş ve gelişler yasaklandı. Sonrasında ülkeler kapıları açsa bile yaşanan tedirginlik talebe olan ilgiyi azalttı. Nihayetinde bu durum 2020 yılında yüzde 67,3 seviyesinde gerileme yansımasına sebebiyet verdi. 2020 yılında İstanbul'a yalnızca 4 milyon 154 bin 21 ziyaretçi geldi.

Deniz-güneş-kum turizmi denince akla gelen Antalya ise 2019 yılında 14 milyon 135 bin 788 ziyaretçiye ev sahipliği yaptı. 2020 yılında yüzde 78,1 oranında aşağı yönlü azalma göstererek 3 milyon 99 bin 687 ziyaretçi sayısına ulaştı. Türkiye'nin bir diğer önemli turizm destinasyonlarından Muğla, 2019 yılında 3 milyon 203 bin 258 ziyaretçi ağırlarken 2020 yılında yüzde 79,1 azalarak 668 bin 49 ziyaretçi sayısına geriledi. İzmir'in ise 2019 yılında

2020 YILINDA TÜRKİYE'Yİ EN ÇOK ZİYARET EDEN ÜLKELER

Rusya
Almanya
Bulgaristan
Ukrayna
İngiltere

AKTOB Başkanı Erkan Yağcı: "2020 birlik ve dayanışma yılı oldu, 2021 de atılım senesi olacak. 2021 yılında durumu iyi değerlendireceğimize ve sektörümüzün büyüyeceğine dair inancımız tamdır."

ulaştığı 1 milyon 150 bin 397 ziyaretçi sayısı yüzde 75,7 azaldı. 2020 yılında İzmir için bu rakam 280 bin 72 ziyaretçi olarak gerçekleşti.

GELİRDE AZALMA OLDU

Türkiye'de en yüksek turizm gelirinin elde edildiği rekor yıl 2019 oldu. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından açıklanan verilere göre 2019 yılında Türkiye'nin turizm geliri bir önceki yıla göre yüzde 17 artarak 34,5 milyar dolar seviyesine yükseldi. 2019 yılında kişi başı turizm gelirinin ise bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 3 oranında artarak 647 dolardan 666 dolara çıktığı belirlendi. Türkiye'nin 2019 yılı turizm giderinin 4,4 milyar dolar düzeyinde olduğu düşünüldüğünde ise net gelirin 30,1 milyar dolar olduğu saptandı.

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından açıklanan verilerde ise 2020 yılında olumsuzluklar tabloya yansıdı. Pandeminin başlamasının ardından yaşanan 2020'nin üçüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı çeyreğine göre yüzde 71,2 azalma yaşandığı tespit edildi. Rakamlar 14 milyar dolar seviyesinden 4 milyar 44 milyon 356 bin dolar seviyesine inildiğini gösterdi. TÜİK verilerine göre de durum farklı olmadı: 2020'nin 9 aylık döneminde yabancı ve yurt dışında yaşayan vatandaşların ziyaretlerinden elde edilen toplam kişi başı ortalama turizm geliri 724 dolar olarak kaydedildi. 2019 yılının Ocak-Eylül döneminde kişi başı turizm geliri ise 649 dolar olarak gerçekleşmişti.



Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı **Nadir Alpaslan**

İSTİHDAMDA DURUM ÇOK FARKLI DEĞİL

SGK verilerine göre pandemi çalışanları direkt etkiledi. Türkiye turizm sektörü istihdamı 2019 Ağustos döneminde toplam özel sektör istihdamının yaklaşık yüzde 8,9'unu oluştururken bu oran 2020 yılının aynı döneminde yüzde 7,69'a geriledi. Buna göre turizm sektöründeki istihdam 2019 Ağustos döneminde 1.252.332'den 1.133.762'ye düştü. Böylelikle turizm alanında gerçekleştirilen istihdamda yaklaşık 120 bin kişilik azalma yaşandığı ortaya çıktı.

YENİ NORMALLEŞME HEYECAN YARATTI

Dünya genelinde hükümetler sektörü desteklemek amacıyla destek paketleri açıkladı. Sektör genelinde işletmeler, bir yandan düzenlemelere uygun olarak gerekli güvenlik önlemlerini alırken bir yandan da yeni normale uyum sağlayacak şekilde çözümler geliştirdi.

Türkiye'de 2021'nin ilk çeyreği itibarıyla yurt içi seyahatler ve kısa hafta sonu tatilleri ön plana çıktı. Ülke genelinde oteller, evden çalışanlar için ortak ofis alanı hizmeti vermeye başladı. 2021 Nisan ayıyla beraber deniz-kum-güneş turizmi için oteller kapılarını açtı. Güvenli Turizm Sertifikasyonu ile sektör temsilcileri, pazar payını artırmak için çalışıyor.

"SEKTÖRÜN 23 MİLYAR DOLAR BANDINA YÜKSELMESİNİ BEKLİYORUZ"

Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Nadir Alpaslan; "2021'de geçtiğimiz yıla göre yüzde 100'lük artışlarla toplam 34 milyon yabancı ziyaretçiyi ülkemizde ağırlamayı bekliyoruz." dedi. 2019'un Türkiye turizmi açısından "olağanüstü" geçtiğine işaret eden Alpaslan; "2023 hedeflerimize emin adımlarla yürüyorduk. Rekor kırarak 52 milyon turisti ağırladık ve 35 milyar dolara yakın turizm geliri elde ettik." dedi. Geçtiğimiz yıla da yüksek beklentilerle girdiklerini belirten Alpaslan; "Yaklaşık 40 milyar dolarlık bir turizm geliri hedeflemekteydik. Piyasa göstergeleri ve rezervasyonlar bunun rahatlıkla sonuçlanabileceğini gösteriyordu. Maalesef, tüm dünyayı kasıp kavuran yeni tip koronavirüs salgınından en çok etkilenen sektörlerden birisi turizm oldu ve bu çerçevede biz de turizm açısından mevcut hedeflerimizin gerisine düşmek zorunda kaldık." ifadelerini kullandı.

Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı sayesinde Türkiye'nin 2020'yi rakip ülkelere kıyasla daha az kayıpla geçirdiğini vurgulayan Alpaslan; "Yine de geçtiğimiz yılı turizm sektöründe yüzde 65 düzeylerinde bir kayıpla kapattık." yorumunu yaptı. Salgın etkilerinin 2021'de

de devam ettiğine işaret ederek, Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı'nı daha da geliştirdiklerini ifade etti. Türkiye'ye gelecek turistlerin, sağlık açısından güvenli bir tatil yapabilmeleri için gerekli tüm tedbirlerin alındığını söyleyen Alpaslan; "Bu çerçevede başta Rus ziyaretçilerimiz olmak üzere yabancı ziyaretçileri güvenli ve konforlu bir şekilde ağırlayabilecek tüm tedbirlerimizi aldık. Nisanla beraber turizm sezonunun da açılmasıyla turizmde hareketliliğin başlamasını bekliyoruz." değerlendirmesinde bulundu. Alpaslan; "2019 rakamlarına ulaşamasak da 2021'de geçtiğimiz yıla göre yüzde 100'lük artışlarla toplam 34 milyon yabancı ziyaretçiyi ülkemizde ağırlamayı bekliyoruz. Geçtiğimiz yıl 12,5 milyar dolar civarında bir turizm gelirimiz olmuştu, bu sene 23 milyar dolar bandına yükselmesini bekliyoruz." dedi.

"RAKİP DESTİNASYONLAR GÜVEN KAYBEDİYOR"



Alternatif Turizm İşletmeleri Birliği (ATİB) Başkanı **Cem Karaca**

Antalya'da turistlerin sorunsuz ağırlandığını ifade eden Alternatif Turizm İşletmeleri Birliği (ATİB) Başkanı Cem Karaca, herkesin seyahat etmek için ciddi çekincelerinin olduğu bir dönemde Antalya'ya 3 milyonu aşkın insanın gelmesinin, Türkiye'ye duyulan güvenin en önemli işaretlerinden biri olduğunu belirtti. Karaca, turistlerin hiçbir sorun yaşamadan ülkelerine dönmüş olmasının da Türkiye'nin sağlık yönünden güvenilir bir destinasyon olduğunu kanıtladığına işaret ederek; "Bu yıl pandemi ve seyahat kısıtlamaları gibi nedenlerle az sayıda turisti misafir etmiş olsak da verdiğimiz bu başarılı sınavın 2021 yılında güçlü geri dönüşlere yol açacağını umuyoruz. Dünyada pandemi süreci devam etmesine karşın bu yıl Rus pazarında kısa sürede yaşanan hareketlilik bunun en önemli işaretlerinden biri." diye konuştu.

Avrupa ve dünyanın farklı noktalarında birçok ülkenin ikinci dalga nedeniyle salgının ilk günlerindeki sürece sürüklendiği yönünde haberler geldiğini aktaran Karaca, Türkiye'nin ise istikrarlı

ATİB Başkanı Cem Karaca: "İtalya, İspanya ve Yunanistan gibi Türkiye'nin rakibi konumundaki destinasyonlar güven kaybına uğrarken Türkiye'nin yıldızının parlayacağına inanıyoruz."

şekilde süreci yönettiğini ifade etti. Bu durumun turizm sektörüne de olumlu yansıdığını vurgulayan Karaca; "İtalya, İspanya ve Yunanistan gibi Türkiye'nin rakibi konumundaki destinasyonlar ciddi güven kaybına uğrarken bu süreçte Türkiye'nin yıldızının parlayacağına inanıyoruz." dedi. Karaca, salgın seyrindeki düşüş ya da aşıların bulunmasıyla 2021'de Antalya'nın yine 2019'daki gibi çok sayıda turisti ağırlayabileceğini dile getirdi.

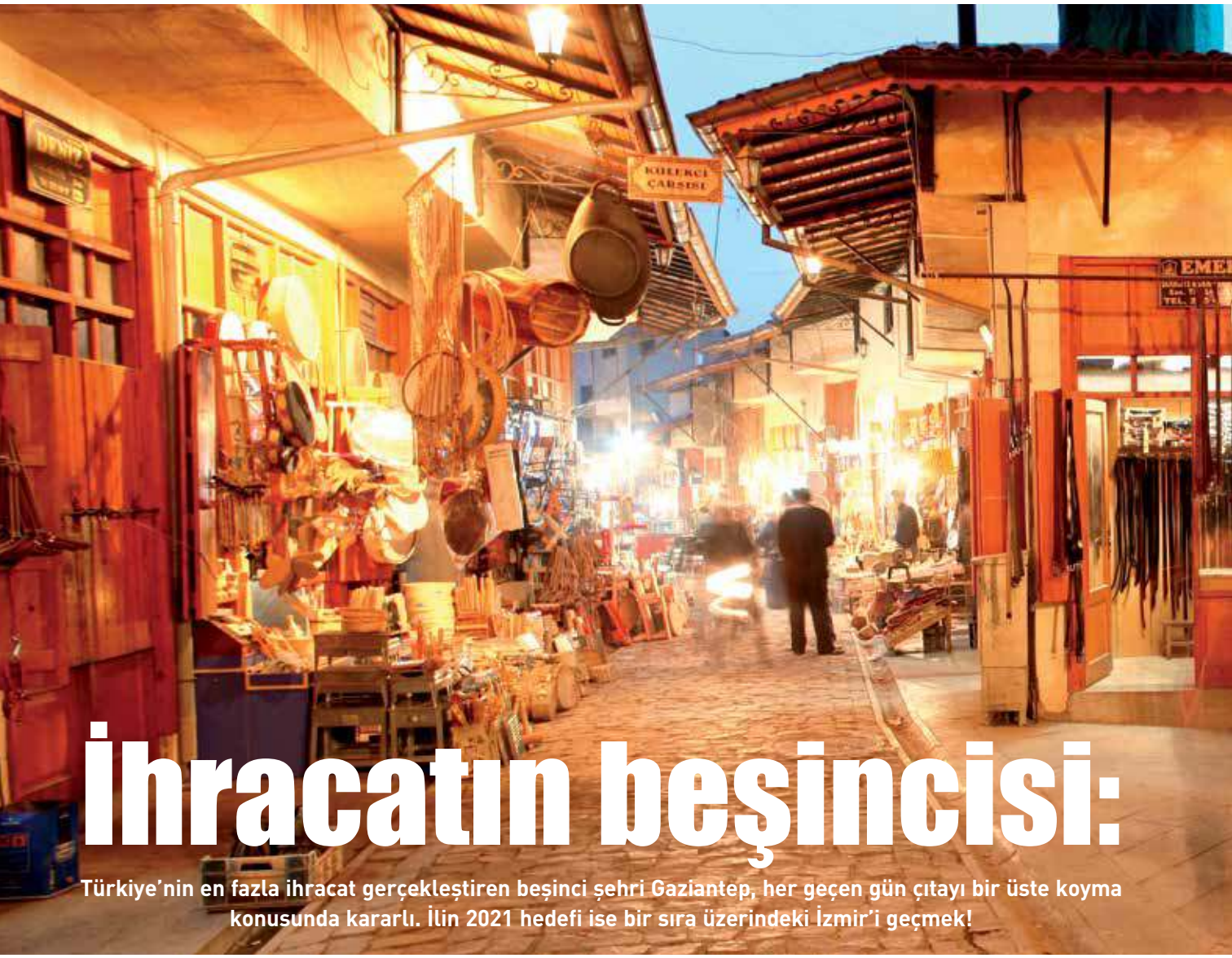
"2021 ATILIM SENESİ OLACAK"



Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (AKTOB) Başkanı **Erkan Yağcı**

Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (AKTOB) Başkanı Erkan Yağcı, yaptığı açıklamada yeni tip koronavirüs nedeniyle seyahat endüstrisinin tarihin en büyük krizini yaşadığını belirtti: "Daha önce yaşanmış krizlerden edinilmiş birikim ve deneyimlerin yanında böyle dönemlerde daha da önem kazanan kamu yönetimli iş birliği de önemli rol oynadı. Bu deneyim ve birikimlerimiz 2021 yılı için de yol gösterici rehberimiz olacak." değerlendirmesinde bulundu.

Turizmin yılı her zamankinden daha fazla birlik ve beraberlik içinde sonlandırdığını aktaran Yağcı, şunları kaydetti: "2020 birlik ve dayanışma yılı oldu, 2021 de atılım senesi olacak. 2021 yılında durumu iyi değerlendireceğimize ve sektörümüzün büyüyeceğine inancımız tamdır. Salgının ilan edilmesinden kısa bir süre sonra sektörümüzün desteklenmesi noktasında gece gündüz demeden çalışmalarımıza başladık ve devam etmekteyiz. Çalışmalarımızda uluslararası alandaki gelişimleri de takip ederek, pandeminin etkilerini azaltmak için gerekli önlemleri alarak ve üyelerimizi sürekli bilgilendirerek bugünlere geldik."



İhracatın beşincisi:

Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştiren beşinci şehri Gaziantep, her geçen gün çıtayı bir üste koyma konusunda kararlı. İlin 2021 hedefi ise bir sıra üzerindeki İzmir'i geçmek!

669,4
MİLYON DOLAR
Gaziantep'in
2021 Ocak ayı ihracatı

744,4
MİLYON DOLAR
Gaziantep'in
2021 Şubat ayı ihracatı

Yaşanan pandemiye rağmen sergilediği güçlü ihracat performansıyla tüm dikkatleri üzerine çeken Gaziantep, ilk çeyrekte 2 milyar 287 milyon 656 bin dolarlık ihracata imza attı. Geçtiğimiz yıla göre rakamlarını yüzde 23 oranında artırma başarısı gösteren il, son dönemde önemli pazarlarda ihracat yaparak pastadaki payını artırıyor. İstikrarlı bir biçimde yükseliş ivmesini sürdüren şehirde yılın ilk çeyreğinde bin 744 firma aktif olarak ihracat gerçekleştirdi. Firmaların 2021 hedeflerinde ise ihracat listesinde kendilerine en yakın şehir olan İzmir'i geçip ilk üç sırada yerini almak ve pastadaki payı artırmak var.

GAZİANTEP'İN HEDEFİ İLK ÜÇ

Türkiye ekonomisinin dışa açılan önemli kapılarından biri olan Gaziantep, ülkenin en fazla ihracat gerçekleştiren beşinci ili konumunda bulunuyor. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) açıkladığı rakamlara göre ilde ihracat her ay artış gösteriyor. Özellikle 2018 yılında TİM'in organize ettiği açık iletişim platformu niteliğindeki istişare buluşmalarından sonra Gaziantep, her ay büyümesini sürdürdü. İhracatçıların talepleriyle bölgesel soruların masaya yatırıldığı toplantı sonrasında "Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye" hedefi doğrultusunda çalışmalar hızlandı.

Her yıl ülke ve ürün skalasını genişleterek büyüyen şehir, artık Türkiye



Gaziantep

geneli ihracat listesinin beşinci sırasında yer alıyor. 2021'nin Ocak ayında 669,4 milyon dolar, Şubat ayında 744,4 milyon dolar ihracat yapan bölge; mart ayında ise yükselişini yine sürdürerek 873,7 milyon dolar rakamına ulaştı.

İhracatın ithalatı karşılama oranı da Gaziantep'i ön plana çıkıyor. Şehirde ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 148 seviyesinde yer alıyor. Bölgedeki ihracatçıların hedefi ise belli: İhracat atağına hız kesmeden devam ederek ilk üçe girmek.

ORTA DOĞU, AVRUPA VE ABD'YE İHRACAT YAPILIYOR

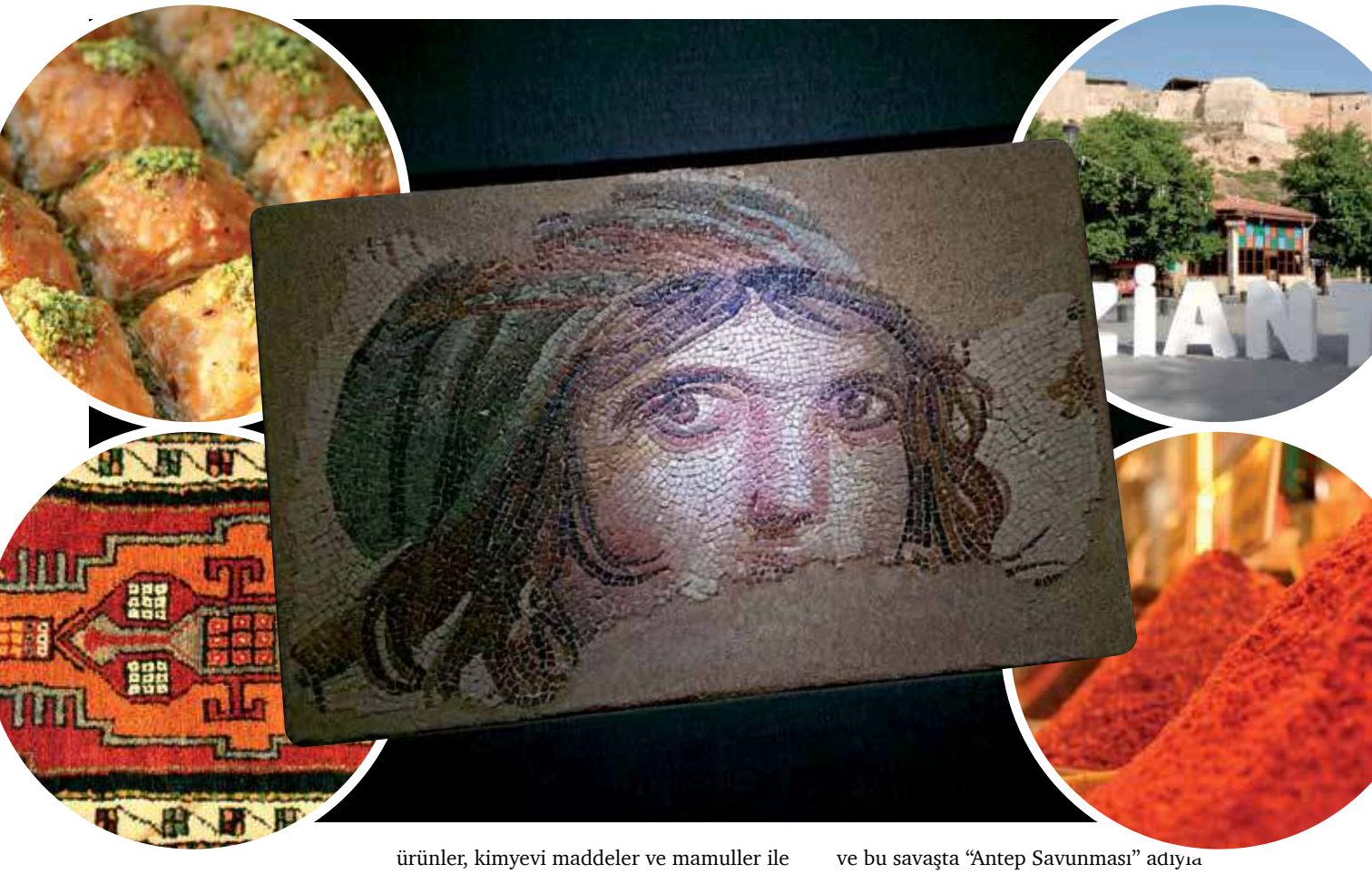
Gaziantep'in en fazla ihracat yaptığı bölgeler sıralamasında ise Orta Doğu ülkeleri yüzde 36,8 paya sahip. AB ülkeleri yüzde 19,6 payla ikinci ve Amerika ülkeleri de yüzde 14,4 payla üçüncü sırada yer alıyor.

2021'in Ocak-Mart ayları arasında toplam 185 ülkeye ihracat gerçekleştiren şehirden en fazla Irak, ABD, Suriye, İngiltere, İtalya, Almanya, İran, İsrail, Mısır ve Libya gibi ülkelere yönelik ihracat gerçekleşiyor.

ANA ÜRETİM GRUPLARINDA SANAYİ EN YÜKSEK PAYA SAHİP

Ana üretim gruplarında Gaziantep'in 2021 Ocak-Mart döneminde ihracatta en fazla payı sanayi grubu üstelendi. Alt ürün bazında tarıma dayalı işlenmiş

873,7
MİLYON DOLAR
Gaziantep'in
2021 Mart ayı ihracatı



ürünler, kimyevi maddeler ve mamuller ile sanayi mamulleri alanında şehir; yılın ilk çeyreğinde 604,9 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirdi. İkinci sırada ise madencilik ürünleri geldi. Söz konusu alanda şehirden ilk üç ayda toplam 358,8 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleşti. Sektörel bazdaki ihracat raporunda üçüncü sırada tarım yer aldı. 2021 Ocak-Mart aralığında Gaziantep'ten 268,4 milyon dolar seviyesinde ihracata imza atıldığı görülüyor.

HALI İÇİN ÖNEMLİ BİR MERKEZ

Gaziantep tarihinde İstiklal Savaşı'nın ve bu savaşta "Antep Savunması" adıyla geçen mücadelenin çok önemli bir yeri var. Anteplilerin 6 bin 317 şehit vererek, yaşadıkları toprakları savunması, şehre "Gazilik" unvanını kazandırdığı gibi şehir halkının mücadeleci kimliğinin de sembolü oldu.

Şehir halkının bu mücadeleci yapısı ticaretine de yansıyor. Gaziantep ürün grupları konusunda da pek çok alanda olduğu gibi lider konumda bulunuyor. Türkiye geneli tekstil ihracat dağılımında Gaziantep, İstanbul'dan sonra ikinci sırada geliyor. Payını 2020 yılına göre yüzde 19,4 oranında artıran şehirde, 2021'in ilk üç ayında 454,2 milyon dolar değerinde ürün ihraç edildi.

Konfeksiyon ürünleri ihracatında ise Gaziantep, Türkiye genelinde beşinci sırada yer alıyor. Şehirde 2020 Ocak-Mart ayları arasındaki dönemde 29,1 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleşirken 2021'nn aynı döneminde bu rakam 62,9 milyon dolar seviyesine yükseldi.

2020 yılında en fazla halı ihracatı 932,3 milyon dolar ile ABD'ye gerçekleşti.

"GAZİANTEP ROL MODEL BİR ŞEHİRDİR"

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB) Koordinatör Başkanı Ahmet Fikret Kileci; "Gaziantep, dış ticaret verileriyle Türkiye'ye rol model olabilecek bir şehir. Hedefimiz en kısa zamanda Gaziantep'i Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştiren illeri içinde daha da yukarılara taşımak." değerlendirmesinde bulundu. Kileci, Gaziantep'ten en çok ihraç edilen ürünlerin tekstil ve ham maddeleri, halı, hububat ve bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri, kimyevi maddeler ile ağaç ve orman ürünleri olduğunu sözlerine ekledi.

Türkiye'den en fazla ihracat yapan şehir ise 1 milyar 848 milyon dolar ile Gaziantep oldu. En çok halı ihracatı gerçekleştirilen ülkeler arasında ABD'den sonra Suudi Arabistan ve Almanya geliyor.

MODEL GÖSTERİLİYOR

Gelişmekte olan dünya kentlerine model gösterilen Gaziantep, Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınma sürecinde ekonomik ve sosyal gelişme dinamiklerini içinde barındıran Orta Doğu ve Batı arasında ekonomik entegrasyonu sağlayan ve aynı zamanda kültürel köprü görevi gören önemli bir il olarak tanınıyor.

2 bin yıllık İpek Yolu'nun üzerinde kurulan ve yükselen bölgede ticaret için önemli bir alan olan Gaziantep, gerçekleştirdiği üretim ve ihracat hacmi ile ülkemiz ekonomisine yön veren illerin başında geliyor. Coğrafi yönden ise GAP'ın giriş kapısı, sanayisi ve ticari hacmi ile GAP'ın merkezi konumunda bulunuyor. Ekonomik yönden çevresindeki birçok ili etkisi altında tutan şehirde son yıllarda turizm alanında da ciddi yatırımlar yapılıyor. Bu anlamda yerel yönetimler, meslek odaları, kurumlar ve Gaziantepli firmalar, son yıllarda dolaylı ya da dolaysız bir şekilde turizme yönelik çok özel çalışmalara imza attı. Ayrıca kent, açılan Suriye ve Irak resmi konsoloslukları ve artan fahri konsolosluk ile diplomasi merkezi yolunda ilerliyor.

MUTFAĞINI UNESCO TESCİLLEDİ

Gaziantep'in ihracat kotasını artıran önemli bir diğer konusu ise mutfağı. Tarihi zenginlikleriyle de Türkiye'ye pek çok turistin gelmesine öncülük eden şehrin önemli bir mutfağı var. Yurt dışına baklava, dürüm, baharat gibi ürünleri de ihraç eden bölge, UNESCO Yürütme Kurulu'nun aldığı karar doğrultusunda 116 şehrin katılımı ile kurulan Yaratıcı Şehirler Ağı Listesi'ne girdi ve dünya mutfakları arasında hak ettiği yeri aldı. Hemen hemen herkesin damak tadına hitap eden Gaziantep yemeklerindeki lezzetin sırrı, yalnız yemek pişirenlerin tecrübe ve becerisinden kaynaklanmıyor. Yörede doğal şartlarda üretilen bitkisel ve hayvansal ürünlerdeki yüksek aroma ve tadın da bu lezzette payı bulunuyor.



GAZİANTEP'İN STRATEJİK AVANTAJLARI

İhracatta önemli pazarlar olan Suriye, Irak ve diğer Orta Doğu ülkelerine yakın olması.

GAP'a en yakın sanayi ve ticaret merkezi olması.

Altyapısı ve sanayisi gelişmiş, kalifiye elemanı yeterli sanayi bölgesi olması.

Serbest bölge ve Ar-Ge çalışmaları için teknoparkının olması.

11 milyon metrekarelik alan üzerine kurulu 5. Organize Sanayi Bölgesi'nin de arsa tahsisine başlanmış olması.

Gaziantep Organize Sanayi Bölgesi içerisinde demir yolunun ve iyi bir konteyner terminalinin bulunması.

Tüm sanayi bölgelerine doğal gazın kullanılıyor olması.

Adana, Mersin ve İskenderun bölgelerine otoyol bağlantısının bulunması.

Uluslararası havaalanının bulunması.

Gaziantep ve çevresindeki illerde çok sayıda TIR filolarının bulunması.

Yerleşik köklü bir ticaret kültürü ve altyapısının bulunması.

Bütün bu avantajların yanı sıra Gaziantep, tarihin en eski medeniyetlerine ev sahipliği yapmış olmasının getirdiği avantajlar ile önemli bir turizm potansiyeline de sahiptir.

NAVLUNGO, lojistik süreçlerinin dijital asistanı oldu

Müşterilerinin lojistik süreçlerine katkı sağlayarak bugün 5 binden fazla firma için 230 ülkeye anında taşıma teklifi sunan Navlungo, büyümesini hızla sürdürüyor. Ayda ortalama 34 bine yakın teklif üreten firma; Amerika, Avrupa ve Dubai'de depo yatırımlarına başladı.



Navlungo Kurucu Ortağı
Ceren Tuna

Yüzlerce lojistik firmayı karşılaştırıp, müşteriye uygun taşıma yöntemini listeleyen Navlungo, sektörde 'dijital lojistik asistan' olarak tanınıyor. Navlungo'yu kullanarak zaman ve maliyetten tasarruf eden firmalar üzerine şirketin kurucu ortağı Ceren Tuna ile görüştük.

Endüstri mühendisliğinden mezun olduktan sonra İngiltere'de Tedarik Zinciri ana dalında MBA eğitimini tamamlayan Ceren Tuna, uzun yıllar Koç Holding bünyesinde çalışmalarını sürdürdü. Diğer kurucu ortaklarla beraber Navlungo'yu çok yakın bir zaman önce hayata geçirmiş olsa da, platform kısa sürede sektörden büyük beğeni topladı.

Navlungo ekibi ihracat ve ithalat yapan firmalara teklif toplama hizmeti, topladıkları lojistik tekliflerini yönetme, performans raporları alabilme, ölçme ve değerlendirme, karar destek sistemi sunuyor.

Navlungo'yu ne zaman hayata geçirdiniz? Karar verme süreci nasıl gelişti?
Serüvenimiz büyük bir kurumsal firmada çalıştığımız lojistik ve teknoloji alanında tecrübeli ekip arkadaşlarımızla birlikte, sektördeki sorunlara çözüm aramamız ile başladı. Sektör üzerinde kendi yaşadığımız sorunlara odaklanırken yurt dışı lojistik ve kargo fiyatlarının hızlıca alınıp karşılaştırıldığı, vakit kaybının olmadığı; pratik, dijital ve sistemli bir platform geliştirmenin çok gerekli olduğunu düşündük, hararetli bir fikir tartışması sürecine girdik. Böylece bu girişimin ilk adımları 2018'de fikren atılmış oldu. 2018 yılında yapılan yüzlerce saha çalışması, sarf edilen emek, tatlı heyecanlar, odaklanma, kararlılık ve içilen yüzlerce kahve ile 2019 Eylül'de, gelecekte dünyanın fiyat teklif robotu olacak bir girişim ortaya çıktı ve şimdilerde büyüyerek devam ediyor.

Dört kişi ile Navlungo hayata geçti ve şimdi 25 kişilik ekiple bu serüven gün geçtikçe büyüyor. Kendi alanında uzman yazılım ve operasyon ekibinin altyapısını geliştirdiği Navlungo ile binlerce paydaşımızın işini kolaylaştırıyoruz. Geleceğin sayılı global girişimlerinden biri olarak ihracat/ithalat yapan ve yurt dışına kargo gönderenler için lojistik teklifi bulma,

satın alma ve yönetme dijital platformu olmayı hedefliyoruz.

Lojistik özellikle ihracat ailesi için çok önemli bir süreç... Hangi firmalarla bu anlamda çalışıyorsunuz?
Şu anda Navlungo olarak bünyemizde bulunan 5 binden fazla ithalat ve ihracat şirketi ve yüzlerce uluslararası lojistik firması ile çalışıyoruz. Dünya üzerinde 230 ülkeye yaptığı binlerce gönderim ile ihracat/ithalat yapan, yurt dışına Amazon/Etsy gibi pazar yerlerinde ürün satanlar için lojistik teklifi alacaklar ve yöneteceklerle, bu platformda buluşuyoruz. Başladığımız günden bu yana yüzlerce e-ihracat paydaşımız ile birlikte büyümeye ve ticaretlerinin tüm süreçlerinde danışmanlık yapmaya devam ediyoruz. Özellikle pandemi döneminde e-ticaretin de yükselişte olduğunu düşünürsek Navlungo olarak ihracat yapanların işini oldukça kolaylaştırdığımızı söyleyebilirim.

Navlungo bünyesinde her ay ortalama kaç teklif üretiliyor? Bu sistemin ihracat yapan firmalara ne yönde katkısı var, anlatır mısınız?
Küçük ya da büyük ölçekli ihracat yapan firmaların uluslararası lojistik ihtiyaçlarını tek platformdan yönetmelerini sağlıyoruz. Aslında bir ihracatçı firmanın müşterisine numune göndermesinde ya da herhangi yurt dışı pazar yerinde yaptığı satışların müşterisine ulaştırılmasında, devamında büyük tonajlı yaptığı ihracata kadar olan bu süreçte lojistik teklifin bulunmasında ve yönetilmesinde katkı sağlayarak, bu firmaların dijital lojistik asistanı göreviyle hep yanlarında oluyoruz. Özellikle mikro ihracat yapan firmaların bir dakikada tüm lojistik işlemlerini halledebileceği bir platform haline geldik. Mikro ihracat danışmanlığının sektörde bilinmesini ve kullanılmasını artırmaya başlamış durumdayız. Şu anda Navlungo'da ortalama ayda 34 bine yakın teklif üretiliyor.

Daha çok hangi sektörler Navlungo'ya rağbet gösteriyor?
Büyük ve küçük yüklerini gönderen ithalat ve ihracatçılar Navlungo'da aradığını bulabiliyor. Özellikle son zamanlarda Amazon'da yüksek adetli satış yapan, ihracat yapan hazır giyim ve konfeksiyon sektöründeki firmalara kendi deniz yolu servisimizi açarak ticaretlerini büyütmeye devam ediyoruz.

> **"TİM TEB Girişim Evi'nden mezun olduktan sonra dahi iş modelimizle ilgili mentörlük ve destek almaya devam edebildiğimiz için Türk girişimciler olarak çok şanslı olduğumuzu düşünmekteyiz. TİM TED Girişim Evi ihtiyacımız olan her alanda yanımızdalar."**

Bunun yanında otomotiv endüstrisi, elektronik-elektronik, demir-çelik gibi sektörlerdeki gönderiler en çok payı alanlar arasında bulunuyor. Ses ve görüntü cihazları, tıbbi malzemeler, otomotiv yedek parçaları ise en çok yurt dışından ithal edilen ve dolayısıyla Navlungo'nun lojistiğini yaptığı ürünlerdendir.



Geçtiğimiz sene mobil start-up gibi yarışmalardan ödül aldığınızı biliyoruz. Bu başarınızdan bahseder misiniz?
Gelecekte dünyanın uluslararası lojistik fiyat teklif robotu olacak bir girişim olarak TÜBİTAK 1512 BİGG Programı'ndan hibe ve Koç Holding Ford Otosan'dan girişimcilik ödülü alarak yola çıktık. E-ihracat lojistiğinde ise doğru çözümler ile kendi yazılımını geliştiren tek alternatif olacağız.

Bunun yanında, Navlungo olarak QNBEYOND'un ikinci dönemine seçildik ve iş modelimiz ile QNB Finansbank Dijital Köprü KOBİ müşterilerine hizmet vermeye başladık. Ida Capital tarafından yürütülen Innovate21st hızlandırma yatırım programı kapsamında; Akiş Gyo, Akkök Holding, Etki Yatırım Girişim ve diğer yatırımcıların olduğu bir gruptan Seri A öncesi 250 bin dolar yatırım aldık.

NAVLUNGO DEPO YATIRIMLARINA BAŞLADI

"Geleceğe dair hem milli hem de global hedeflerimiz var." diyen Navlungo Kurucu Ortağı Ceren Tuna, 2021 yatırım hedeflerine değindi: "Biz sadece yaşanan sorunlara pratik çözümler bulmayı değil; sektörü büyütmeyi ve globalde ülkemizi temsil etmeyi amaçlıyoruz. Özellikle Amerika, Avrupa ve Dubai'de yaptığımız depo yatırımlarımızla, ağımızı güçlendirmek ve global müşteri sayımızı artırmak için çalışacağız. Global hedeflerimizden bir diğeri ise big datayı kullanarak dünyanın herhangi bir yerinde A noktasından B noktasına fiyat tahmini yapıp hizmet vererek tüm sınırları kaldırmak."

AKİB'in ilk çeyrek ihracatı 3,2 milyar dolar

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Huriye Yamanyılmaz, mart ayında geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 44 artışla 1,24 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiklerini, en güçlü yükselişi 11 katına yakın artışla Nijerya pazarında yakaladıklarını açıkladı.



Türkiye'nin mart ayındaki ihracatına yüzde 7,3 oranında destek verdiklerini kaydeden AKİB Koordinatör Başkanı Huriye Yamanyılmaz; "Covid-19 pandemisinin zorlu koşullarına rağmen birliğimiz; Avrupa, Afrika, Orta Doğu ve Bağımsız Devletler Topluluğu pazarlarında etkinliğini devam ettirip ülke ortalamasının üzerinde bir performans sergiledi. Bu ayda en fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz ülkeler listesinde yüzde 95 artış ve 92,7 milyon dolar değer ile Irak birinci, yüzde 122 artış ve 65,2 milyon dolar değer ile İtalya ikinci, yüzde 16 artış ve 63 milyon dolar ile Hollanda üçüncü sırada yer aldı." dedi. AKİB'in mart ayındaki ihracat hacminde en yüksek artış sağladığı ülkeleri değerlendiren Başkan Huriye Yamanyılmaz; "Pazar çeşitliliğinde yoğunlaştığımız Afrika kıtasının lider ülkelerinden Nijerya pazarında yüzde 1096 oranında artış sağlayarak 55,8 milyon dolar değer ile rekor kırdık. Nijerya'yı yüzde 337 artış ve 29,6 milyon dolar değer ile Yunanistan ve yüzde 140 artış ve 35,7 milyon dolar değer ile Birleşik Krallık takip etti." diye konuştu.

DKİB, fındığın ilk üç ayda artış trendine girdiğini açıkladı

Trabzon'dan ilk çeyrekte 32 bin 190 ton karşılığında 254 milyon 225 bin dolar değerinde fındık ihraç edildiğini açıklayan Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği (DKİB) Fındık ve Fındık Mamulleri Sektör Komitesi Başkanı Mehmet Cirav; üç aylık dönemde değer bazında yüzde 16 oranında artış yaşandığını söyledi.



Pandeminin uluslararası piyasalardaki olumsuz etkisine bağlı olarak düşüş trendinde olan fındık ihracatı, son üç aylık dönemde toparlanma sürecine girdi. Bu durumun yol açtığı sinerji ile üretim ve tüketim eğilimlerindeki artışlarla birlikte sektör ihracatının olumlu etkileneceğini belirten Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği (DKİB) Fındık ve Fındık Mamulleri Sektör Komitesi Başkanı Mehmet Cirav şu açıklamada bulundu: "Fındık ihracatı, yılın ilk üç ayında hızlı bir toparlanma gösterdi. Miktar olarak ihracatın şu anda yüzde 4 ekside olmasına rağmen ilerleyen aylarda bu açığın hızla kapanarak 2020/2021 sezonunu artış ile kapatmasını bekliyoruz. Ülke olarak fındıkta verim ve kalite olgusuna odaklanarak, birim başına verim ve kaliteyi artıracak çalışmalara önem verilmesi gerekiyor. Burada en önemli görev üreticiye düşüyor. Tarım mevsimine girdiğimiz bu aylarda bahçelerdeki bakıma çok büyük önem verilerek verimin artırılması ile kazancın da artırılmasının mümkün."

Ege İhracatçı Birlikleri 15 milyar dolar ihracat hedefine koşuyor

Ege İhracatçı Birlikleri, mart ayında ihracatını yüzde 18 artırarak 1 milyar 286 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. 2021'in ilk çeyreğinde ihracatını yüzde 8,5 yükselterek 3 milyar 515 milyon dolar rakamına ulaşan EİB, son bir yıllık dönemde 13 milyar 278 milyon dolarlık ihracata imza attı.

Pandemi sonrası ihracatta atağa geçtiklerini söyleyen Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, yaşanan artışla ilgili bilgi verdi: "Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği yüzde 81'lik artışla 35 milyon doları Türkiye'ye kazandırarak mart ayının da artış rekortmeni oldu. Ege Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği martta ihracatını yüzde 37 yükselişle 165 milyon dolara taşıyarak en fazla ihracat yapan birlik oldu. Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği ise yüzde 37'lik artışla 117 milyon dolarla en fazla ihracat yapan ikinci birlik olarak kayıtlara geçti. Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği ihracatını yüzde 42 yükselterek 101 milyon dolarla mart ayını geride bıraktı. Ege Maden İhracatçıları Birliği yüzde 8 artışla 88 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirirken, Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği yüzde 15 artışla 82 milyon dolarlık ihracata imza attı. Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği 63 milyon doları, Ege Mobilya Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği ise 57 milyon doları Türkiye'ye kazandırdı. Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin ihracatı 49 milyon dolar, Ege Tütün İhracatçıları Birliği'nin ise 42 milyon dolar oldu. Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği'nin ihracatı 14 milyon dolara ulaşırken, Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği ise yüzde 3 artışla 13 milyon dolar ihracat yapma başarısı gösterdi."



Doğu Karadeniz ihracatında yeni rekor



Doğu Karadeniz Bölgesi kapsamında Trabzon, Rize, Artvin ve Gümüşhane'den 2021 yılının Ocak-Mart döneminde 413.841.045 dolar tutarında ihracat gerçekleşti. DKİB Yönetim Kurulu Başkanı Saffet Kalyoncu yaptığı açıklamada ihracatta yüzde 17 artış yaşandığına dikkat çekti: "Doğu Karadeniz'den 2021 yılının ilk üç ayında 110 farklı ülkeye ihracat yapıldı. En fazla İtalya, Rusya Federasyonu, Polonya, Fransa ve Almanya'ya ihracat gerçekleşti. Ürün bazında ise 'Fındık ve Mamulleri' birinci sırada oldu. Söz konusu ürün grubunu 'Yaş Meyve Sebze' ve 'Maden ve Metal ürünleri' takip etti."



EİB Moda Tasarım Yarışması'nda dereceye girip dünyaya açıldılar

Ticaret Bakanlığı'nın desteğiyle Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin her yıl düzenlediği Moda Tasarım Yarışması'nda dereceye giren Orkun Sevim ve Harun Çifçi, İtalya-Milano'daki Istituto Marangoni moda okulunda eğitim görüp kendi markalarını yarattı.

EİB 11'inci Moda Tasarım Yarışması birincisi Orkun Sevim Milano'da Kuun Studio markasını, EİB 12'nci Moda Tasarım Yarışması ikincisi Harun Çifçi ise CFC HOUSE isimli markasını kurdu. Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Burak Sertbaş, kazananları ihracata hazırlandıklarını ifade etti. Açıklamalarında ülkece kalkınmanın yolunun tasarım ve inovasyondan geçtiğini belirtti.

Mobilyanın oskarları dağıtıldı

Orta Anadolu Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği'nin (OMKO) resmi YouTube kanalı üzerinden gerçekleşen canlı yayında, 12'nci Ulusal Mobilya Tasarım Yarışması ödülleri sahiplerini buldu.



'Mobilyanın oskarları' olarak anılan, 12'nci Ulusal Mobilya Tasarım Yarışması Ödül Töreni, 20 Mart 2021 tarihinde gerçekleşti. Törene Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle ve Orta Anadolu Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı A.Tahsin Ata'nın yanı sıra çeşitli kurum ve kuruluşların üst düzey yetkilileri, İhracatçı Birlikleri Yönetim Kurulu temsilcileri ve çok sayıda misafir katıldı. Ticaret Bakanlığı koordinatörlüğü, TİM iş birliği ve Orta Anadolu Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği'nin organizatörlüğünde düzenlenen 12'nci Ulusal Mobilya Tasarım Yarışması'na bu yıl 608 tasarımla başvuru yapıldı. Türkiye'nin gelecekte üreteceği, kullanacağı ve ihraç edeceği mobilyaları tasarlayan yarışmacıların katıldığı ödül töreninde 29 ayrı ödül, sahiplerini buldu.

AKAMİB'in ABD'ye ihracatı yüzde 100'ü aştı

Akdeniz Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği (AKAMİB), mart ayında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 67 artışla 82,2 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Birliğin en fazla ihracat yaptığı ülkelerden Irak'a ihracat yüzde 200'e yakın artışla 16 milyon dolara ulaşırken, mobilyada hedef pazar ABD'ye ihracat yüzde 112 oranında artarak 2,7 milyon dolar oldu.



İhracat rakamlarındaki artış oranını değerlendiren AKAMİB Başkanı Onur Kılıçer; "Geçtiğimiz yıl mart ayı, koronavirüs nedeniyle ülkelerin kapanmaya başladığı bir dönemdi ve birlik ihracatımız yüzde 22 gerilemişti. Bu yıl mart ayındaki yüzde 67'lik artışla işlerin iyi gittiğini ifade edebiliriz." dedi.

İHRACAT TABANA YAYILIYOR

Daha fazla ihracat yapmak ve sürdürülebilir büyüme için ihracatı tabana yaymak gerektiğini belirten Başkan Kılıçer; "Mart ayında birliğimiz bölgesinde yer alan Kayseri'nin ihracatını yüzde 63, Adana'nın yüzde 90, Mersin'in ise yüzde 108 artırmış olması çok sevindirici. Birliğimizin ve bölgemizin lokomotifi mobilya sektörünün yanında kağıt, karton ve matbu yayınlar sektöründeki yüzde 62; keresteler, sandık, kafes ve palet sektöründeki yüzde 53 ve orman tali ürünleri sektöründeki yüzde 106 oranındaki artışlar bölgemizin sahip olduğu potansiyeli gösteriyor." dedi.

OİB, dijital otomotiv ihracatında Amerika kıtasına uzandı

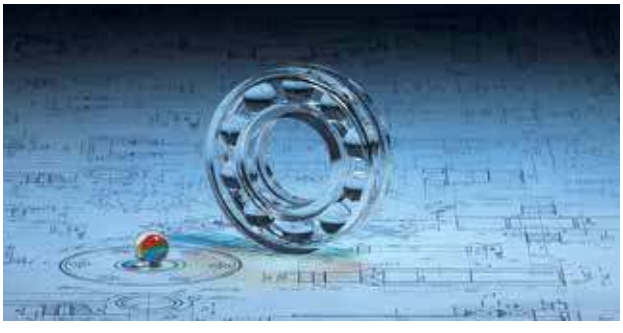
Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB), pandemi döneminde katma değerli ihracatın artırılması amacıyla düzenlediği dijital etkinliklerini sürdürüyor.

OİB, geçtiğimiz aralık ayında Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) koordinasyonu ve Automechanika İstanbul'un desteğiyle düzenlediği Türkiye'nin ilk 3D dijital otomotiv fuarı olan Auto Expo Türkiye'nin, ikincisini düzenliyor. OİB, 26-29 Nisan tarihleri arasında düzenlenecek Auto Expo Türkiye Kuzey ve Güney Amerika Dijital Fuarı ile Covid-19 salgını sonrası üyelerine yeni ihracat pazarlarının kapısını açmayı ve mevcut ihracat potansiyelini artırmayı planlıyor. Dünyadan çok sayıda ziyaretçinin ağırlanacağı fuara, toplam 58 Türk firması katılıyor.

OİB Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik fuarla ilgili olarak; "İlkini geçtiğimiz yıl düzenlediğimiz üç boyutlu dijital fuar AutoExpo ile Türk otomotiv sektörünü Amerika kıtası üzerinden tüm dünyadaki otomotiv firmalarına dört gün boyunca tanıtacağız. Fuar programı dahilinde Türk otomotiv sektörü ve genel ekonomik durum hakkında sektöründe uzmanların katılacağı webinar etkinlikleri ile de tanıtım faaliyetlerimizi güçlendirmeyi planlıyoruz. Fuarın üçüncüsünü ise haziran ayında Avrupa kıtasına yönelik olarak planlıyoruz." dedi.



Türkiye'nin makinecileri, sanal fuara katıldı



Metal işleme ve üretim teknolojileri alanında iki senede bir gerçekleşen Intec Fuarı, pandemi şartları nedeniyle dijital ortamda gerçekleşti. Türkiye'nin makinecileri fuara 4'üncü kez katılım gösterdi.

Intec Fuarı, bu sene 2-3 Mart 2021 tarihleri arasında sanal ortamda düzenlendi. 53 firmanın katıldığı fuara, Almanya'daki muhatap kuruluş olan Vemas ile birlikte katılındı ve ortak tanıtım faaliyetleri yürütüldü. Söz konusu faaliyetler kapsamında Almanya Danışmanı Ahmet Yılmaz, fuarın son gününde dijital ortamda Türkiye'nin Makinecileri'ni ve Türk makine sektörünü anlatan bir sunum gerçekleştirdi.



Tekstil ihracatı 2021'in ilk çeyreğinde rekor kırdı

Ocak ve şubat aylarından sonra mart ayında da yüzde 81'lik artışla 35 milyon doları Türkiye'ye kazandırarak artış rekortmeni olan Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği, 2021'in ilk çeyreğinde yüzde 65'lik yükselişle ihracatını 90 milyon dolara çıkardı.

Olağan Genel Kurul 2019-2020 Toplantısı'nda konuşma yapan Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Jak Eskinazi; "Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği olarak 2021 yılına, ayındaki ihracatımızda yüzde 50 artış sağlayarak başladık. Şubat ayında yüzde 65, mart ayında ise yüzde 81 ihracat artışını yakaladık. İlk üç ayda yüzde 65 ihracat artışıyla 90 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaştık." dedi.

Karbon azaltım sertifikaları ihracatta avantaj sağlıyor

Türkiye genelinde 4 milyon kişiye elektrik hizmeti sunan Sepaş Enerji, enerji danışmanlığı yaklaşımıyla iş ortaklarını yenilenebilir enerji kullanımına teşvik ediyor. Hedef, her yıl daha fazla şirketin elektrik tüketiminden doğan karbon ayak izini azaltmaya aracı olmak ve ihracatçıya destek sunmak.



Konutlardan ticarethane ve büyük sanayi kuruluşlarına dek uzanan geniş yelpazede enerji çözüm ortağı olarak hizmet veren Sepaş Enerji, müşterilerini yeşil enerji tüketimine davet ediyor. Sepaş Enerji CEO'su Çağrı Poyraz; "Sertifikalar ile elektrik tüketimi kaynaklı karbon salınımının minimize edilmesini amaçlanıyor. Geçtiğimiz yıl aralarında belediye, kamu kurumu, küçük ölçekli işletmeler ve büyük sanayi şirketlerinin yer aldığı 200'e yakın kuruluş; Sepaş Enerji'nin yönlendirmesi ile karbon azaltım sertifikası sahibi olmuştu. Ağırlıklı olarak uluslararası kültüre ve duyarlılığa sahip şirketler ile kamu kurumlarının öne çıktığını eklemem gerekir." dedi. Poyraz, sözlerinin devamında şunları kaydetti: "Yıl içinde EPİAŞ bünyesinde devreye alınması planlanan karbon piyasası ile bu yönde duyarlılığın ve dolayısıyla talebin artacağını düşünüyoruz. Sertifikalar, Avrupa Birliği'nin hayata geçirmeyi planladığı Sınırda Karbon Düzenlemesi nedeniyle ihracatçı firmalar için gündeme gelecek ek maliyetlere de çözüm sunuyor."

Alışan Lojistik, tehlikeli madde taşımacılığındaki iddiasini sürdürüyor

Kimya sektörünün en önemli konularından tehlikeli kimsayasalların taşınmasında hizmet sunan Alışan Lojistik, adım adım hedeflerinde ilerliyor. Firmanın Yönetim Kurulu Başkanı Damla Alışan; kimyasalların elleçlenmesinden, taşınmasına ve depolanmasına kadar olan tüm süreçleri yönettiklerini belirtirken 2021 hedeflerine değindi.



Alışan Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Damla Alışan 2019-2021 dönemi hakkında bilgi verdi. 2021 yılı hedeflerine de vurgu yapan Damla Alışan; "2019 yılını, hedeflediğimiz yıl sonu rakamlarına ulaşarak, 726 milyon TL ile kapatmıştık. 2020 yılını da pandemi ve diğer bütün olumsuzluklara rağmen makul bir büyüme ile kapattığımızı söyleyebilirim. 2021 yılına da yaklaşık yüzde 15 seviyelerinde bir büyüme hedefi öngördük. Alışan Lojistik bugün 500 adet özmal araç filosu ve Türkiye genelinde 32 farklı lokasyonda çalışan bin 500 çalışanı ile entegre lojistik hizmeti sunan köklü bir markadır. Firma olarak teknoloji ve dijitalizasyon anlamında çağın gereklerine uygun yeni çalışma ve iş yapış modülleri tasarlamak; müşterilerimizin iş takip sistemleriyle konuşan, entegrasyon kabiliyeti yüksek yazılım tekniklerini hayata geçirmek de yürüyen projelerimiz arasında yer alıyor." ifadelerini kullandı.

Şirketinize özel bir ürün kataloğu düşünün, üstelik size özel avantajlarla!

Online sipariş yönetimi platformu ZerOnline ile teknik endüstriyel malzemelerden ambalaj malzemelerine, ofis, gıda ve temizlik malzemelerinden teknolojik ürünlere birçok farklı kategoride ürünü şirketinize özel hazırlanan online ürün kataloğu arasından seçebilir ve satın alma hacminize özel belirlenen avantajlı fiyatlar ile sipariş edebilirsiniz.

ZerOnline'ı kullanın, satın alma süreçlerinizde uzmanlık, teknoloji ve tasarrufu bir arada yaşayın.

İletişim: zeronlinesatis@koczer.com



Zer

zeronline

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

‘Türkiye Lojistik Portalı’ çok yakında hizmetinizde!

15 saniyelik anketimize katılın



GET IT ON Google Play

Download on the App Store

KAHVE MOLASI



TASARIM

TASARIMA HAYAT VEREN DOKUNUŞLAR...

LUXURY

TESLA'NIN İLK GERÇEK RAKİBİ 'YILIN OTOMOBİLİ' SEÇİLDİ: PORSCHE TAYCAN



SANAT

TÜRK DİZİLERİ İHRACATTA REKOR KIRIYOR

HOBİ

KOLEKSİYONERLİĞİN DİJİTAL YANSIMASI: NFT



Tasarıma hayat veren dokunuşlar...

Dünya başlı başına bir tasarımdan ibaret...
Ancak hayatın ruhunu, tasarımla sanata dönüştürmek ayrıcalık gerektirir.

ÖZLEM TUNA ETMK'DA DA AKTİF

Tasarımcı Özlem Tuna'nın aktif olduğu Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu'nun (ETMK) 17. Olağan Genel Kurulu geçtiğimiz günlerde düzenlendi. Yönetim Kurulu Başkanı'nın Sertaç Ersayın olduğu ETMK'de 2021-2023 yılları arasında Özlem Tuna, Genel Sekreter olarak faaliyet gösterecek.

Bir fikri yalnızca düşünmek, asla başlı başına yeterli kriter değildir. Düşüncenin hayat bulması için tasarlamak, çizmek, tüm doneleri toparlamak ve ürüne dönüştürmek gerekir. Tüm bu dokunuşların sihri ise sanatta saklıdır. Sanatçılar kimi zaman melodileri müziğe, kimi zaman da toprağı eşyaya dönüştürür. Bazıları ise topraktan gelenleri lezzete...



Kendi ismiyle kurduğu atölyesiyle markalaşan Özlem Tuna, 2003 yılından bu yana toprağı şekillendiriyor. Hayatın lezzetlerini tasarımındaki dinginlikle bütünleyen usta tasarımcının yolu bir gün Türk yemeklerine modern dokunuşlarla kendi sanatsal, minimal ve modern yorumunu katan Maksut Aşkar ile kesişmiş. Maksut Bey'in yorumuyla 'ruhu doyuran' işlere imza atan, kendi alanlarının iki önemli temsilcisi Özlem Tuna ve Maksut Aşkar'a konuk olduk.

Özlem Hanım, bizlere biraz atölyenizden ve yaptığınız işlerden bahseder misiniz?
Özlem Tuna (ÖT): Özlem Tuna markasını 2003 yılında kurdum; ağırlıklı olarak masaüstü ev aksesuarları, kahve ve çay takımları seramonisi üzerine tasarımlar yapıyoruz. Kendi koleksiyonlarımın dışında, firma ve kurumlara özel tasarım projeleri hazırlıyor ve üretiyoruz. Proje dahilinde ürün tasarladığımız gibi kurumsal firmalar için de üretim gerçekleştiriyoruz. Karaköy'de hem çalışma alanım hem de showroom'um bulunuyor. İstanbul'da bulunan porselen atölyemizin yanı sıra metal ürünlerimiz için Kapalı Çarşı ve çevresindeki ustalarla iş birliği yapıyoruz. Oradaki geleneksel üretim ağıyla beraber kendi tasarımlarımız hayat buluyor. Ürünlerime ağırlıklı olarak yurt dışından talep geliyor.

Kapalı Çarşı, aynı zamanda da sizin hayat hikâyenizde de önemli bir yere sahip...
ÖT: Aslında seramik mezunuyum ama bir şekilde kuyumculukla yolum kesişti. Çalışma hayatımın bir kısmı Kapalı Çarşı'da geçti. Kendi firmamı kurunca biraz mücevherden kopmuş oldum.

Mücevher biraz detay işi gibi... Tasarım konusunda ufkunuzu açan bir tarafı da oldu mu?
ÖT: Yeni gelen tasarım öğrencilerine bunu hep söylüyorum. Gerçekten mücevherdeki detayları çözünce farklı alanlarda da ürün tasarımı yapılabiliyor. Kapalı Çarşı ile birlikte çevresindeki Bizans'tan Osmanlı'ya uzanan üretim olanaklarını günümüze getiren ustalarla birlikte çalışmanın ve onlardan bir şeyler öğrenmenin özel olduğunu düşünüyorum.

Özlem Tuna: "İyi tasarım, iyi hayat kalitesi demektir. Bu devinim yiyecekten başlıyor, çevremizdeki her şeyi etkiliyor."

Maksut Bey, biraz sizden bahsedelim... Siz de işletme kurdunuz ve markanızı geliştirdiniz. Kaç senedir mutfaktasınız?
Maksut Aşkar (MA): Son 14 senedir aşçıyım; 27 senedir de yeme içme sektöründe bilfiil çalışıyorum.

Aşçı olmaya nasıl karar verdiniz?
MA: Gıda sektöründeydim ama aşçı olmak hiç aklımda yoktu. Aslında mutfakla içli dışlıydım fakat aşçı olmayı düşünmemiştim. Ön taraftaki yoğun temponun ardından bir anda kendimi mutfakta buldum. Yemek pişirmek çok lezzetli bir his.

Özlem Hanım siz toprağı tabağa, fincana dönüştürürken Maksut Bey siz de yiyecekleri ekipmanla birleştirip leziz bir sunuma dönüştürüyorsunuz. Çok da güzel sentezler yapıyorsunuz... Peki, nasıl tanıştınız?
ÖT: Tasarım ve gastronomi üzerine aylık konuşmalar düzenleniyordu. İkimiz de Sibel Kutlusoy aracılığıyla o platformda tanıştık.
MA: Ondan sonra 'madem komşuyuz' dedim ve bir gün Özlem Hanım'ın atölyesini ziyaret ettim. Özlem Hanım'ın tasarımlarını inceledim. Beraber benim mutfağım için nasıl tabak tasarlayacağımızı konuştuk. Mutfağımda Özlem Hanım'ın keyifli tabakları var.

Özlem Hanım, tabağı tasarlarken pek çok konuyu bir araya getirdiğinizi tahmin ediyorum: Yaratıcılıkla beraber inovatiflik ve sürdürülebilirlik gibi kavramlar da devreye girmiştir. O süreci biraz anlatır mısınız?
ÖT: Özel projelerde kullanıcıyı iyi dinlemek çok önemli bir konu. İhtiyaçları yahut önemli noktaları saptamak mühim. Maksut Bey ile çalışmamızda tabağın büyüklüğü, sunulan







yemeklerin tarzı, rengi, hafifliği, formu ve daha pek çok nüansa dikkat edilmesi gerekiyordu. Bu noktada kendisinden aldığımız bilgilerle adım adım projemizi oluşturduk.

MA: Biz tabağı kullanırken dengeyi bulmamız çok mühim çünkü ne yemeğin tabağı ne de tabağın yemeyi taşımaması lazım. Amacımız her ikisinin de birbiriyle uyumlu olmasıydı. Bir yandan da o kadar değerli ve el emeği olan tabakların sağlıklı bir biçimde hayatını sürdürebilmesi ve sürdürülebilir olması için tasarımların efektif olması gerekiyor.

Biz evdeki gibi değil; bir sürü tabağı üst üste koyuyoruz. O tabakların dayanıklılığı, kenarlarının yıkanırken kırılıp kırılmaması önem teşkil ediyor. Restoranlarda çok sirkülasyon olur. Pek çok restoran bu saydığım nedenlerden ötürü tek tip, daha dayanıklı tabaklara yoğunlaşırken biz o tabakları doğru kullanmayı ve doğru özeni göstermeyi hedefledik. Bu nedenle Özlem Hanım da tabağı tasarlarken bu bilgileri baz aldı.

İkinizin de gelenekselci bir yapıya sahip olduğunu görüyorum... Kendi tasarımlarınızı oluştururken çizdiğiniz yöntemde benzerlikler var. Özlem Hanım seramiğe şekil verirken toprağı harmanlıyor, Maksut Bey siz de doğal yiyeceklere yöneliyorsunuz. Keza pek çok ürünü bir bahçeden temin ettiğinizi biliyoruz. Tasarımlarınızda sizleri doğallığı iten neydi?

ÖT: Arkeolog bir babayla büyümek insanın belli bir yön çizmesine neden oluyor. Ben çocukluğumdan bu yana sanat tarihi ve arkeolojinin içerisinde yer aldım. Üniversite hayatım bittikten sonra tasarım yapmaya ve onları üretmeye başlayınca kendimi Kapalı Çarşı'daki üretim ağının içerisinde buldum. O ağ da benim tasarıma bakış açımda bir yön oluşturdu. Çevrenizdeki olanakları zorlayıp nasıl hayata

DESIGN WEEK TURKEY, BU SENE ONLINE DÜZENLENECEK

Türkiye'nin en geniş kapsamlı tasarım etkinliği Design Week Turkey, düzenlendiği günden bu yana tüm yaratıcı endüstrileri, yurt içinden ve yurt dışından 120 binden fazla ziyaretçiyi bir araya getiriyor. Türkiye'nin tasarım kimliğini ve bu kapsamda gelişebilecek ekonomik başarısını, tasarım ve endüstri entegrasyonuyla harmanlayan etkinlik bu sene ilk kez online düzenlenecek. 2016 yılından bu yana Design Week Turkey'e katkı sağlayan Özlem Tuna da etkinlik kapsamında pek çok çalışmaya imza atıyor: "Bu sene Design Week ilk defa online olacak. Ben de endüstriyel meslek kuruluşunda yeni dönemde yönetim kurulu üyesi seçildim. Çalışmalarımıza başladık ve zaman çok kısa. O nedenle pek tabii endişe oluyor var ama elimden geldiğince Design Week Turkey tarafında arka planda var gücümle çalışıyor olacağım. Dijital ortamda da tüm Türkiye ile bunu deneyimleyeceğiz."

geçirebileceğinizi düşündüğünüzde yön buluyorsunuz. Geleneklerimizle günümüz alışkanlıklarımızı birleştiren tasarım yaklaşımını benimsiyorum.
MA: Evet, ben Beyhan Uzunçarşılıoğlu'nun bahçesinden ürünlerimi alıyorum. Yaklaşık altı seneden uzun süredir o bahçenin mahsullerini kullanıyoruz. Aslında çocukluğumda yediğim lezzetlerin tadını arıyorum. Bunun için de kışın çilek ya da yazın pırasa yemeyi özlemeniz gerekir. Her meyveyi, sebzeyi her zaman yememeniz lazım, hepsinin bir zamanı var.

Bu bir arayış ve bu da gelenekselci yapıda buluyor. Geleneği sürdürülebilir kılmanız için topraktan başlamanız gerekiyor. Hepsi birbirinin içerisine geçmiş durumda... O gelenekleri sürdüren insanların ürettiği ürünlerin ve malzemelerin peşinden koşuyorum. Bunu da istekle aşkla yaptığım için sonuç ortaya bu şekilde çıkıyor.

Geçmişten günümüze her şey dijital bir dünyaya evriliyor. Kendi alanlarınız hakkında önümüzdeki süreç için neler öngörüyorsunuz?
MA: Tasarımdır ruhu doyuran! Dolayısıyla insanlar ruhunu doyurmak için tasarımın peşinden gitmek zorunda ve gidecek de... Bunu insanların iç güdüsü belirliyor. Koronavirüs değil, dinamikler değil, ekonomi değil... Bununla beraber pandemi sürecinde de elbette karnımızı doyuracağız. Bunu yaparken gerçekten ruhumuzu da doyurmak istediğimiz için ne olursa olsun, hangi koşulda olursak olalım tasarımla yemeğin evliliği (biyonikleşmediğimiz sürece) asla yıkılmayacak.
ÖT: Gerçekten hiçbir şeyi mevsiminde yemiyoruz. Bu çok önemli bir problem. Üretim ve tüketimdeki sorunlarımız gerçekten yiyecekleri zamanında yemediğimiz için başımıza geliyor. Sebzeleri zamanında yiyip, özlemek lazım.

İyi tasarım, iyi hayat kalitesi demektir. Şehircilik planlamasından tutun da araçlarımıza, eşyalarımıza kadar her yerde tasarım var. Ancak bu devinim yiyecekten başlıyor, çevremizdeki her şeyi etkiliyor.
MA: Bir yandan da şu konu var. Evlerimize yemekler plastiklerde, kartonda geliyor. Onun içinden yemekleri yiyip ruhumuzu öldürecek değiliz. Ruhun doyması için tasarım öncelikli konudur.

Maksut Aşkar: "Tasarımdır ruhu doyuran! Dolayısıyla insanlar ruhunu doyurmak için tasarımın peşinden gitmek zorunda ve gidecek de... Bunu insanların iç güdüsü belirliyor. Koronavirüs değil, dinamikler değil, ekonomi değil..."

Tabaklarınızdaki sunumlarınızda da aslında sade bir şıklık hakim. Bunun hakkında neler söylemek istersiniz?
MA: Daha fazlasına ihtiyaç yok. Zaten Anadolu'nun mutfağı çok sade, net ve yalın. Yemekte deneyimlenecek her tabağın aslında yukarı yönlü ilerleyecek bir ivmelenmesi yok. Anadolu mutfağı ya da bizim mutfak kültürümüz hep belirli bir düzende giden, belli bir yapıya sahip. Ben bir imambayıldıyı ancak onu çok iyi sunarak ve çok kaliteli malzeme kullanarak ve ciddi anlamda bir tasarımcı gözüyle bir tabağa yansıtarak size kabul ettirebilirim. Onun dışında imambayıldıyı zaten evde anneniz yahut sizler de yapıyorsunuzdur. Siz nasıl bir sergiyi izlemek için para ödüyorsanız aslında buna da o gözle bakmak lazım. İnsanlar oradaki tasarımı deneyimleyip aynı zamanda karnını doyurmak için para ödüyor.



Özlem Hanım siz ne düşünüyorsunuz zira sizin de tasarımlarınız aslında kendi içinde bir ahenge sahip...
ÖT: Ürünlerimizin hepsi el emeği, yoğun bir süreçten geçiyor. Böyle olunca kullanıcıların da dikkatli ve özenli kullanması istiyoruz. İnsanların şimdiki alışkanlıklarında her şeyi hızlı tükettiğini ve tüketim toplumu olduğumuzu daha net gözlemliyorum. Kullanıcıların tüketicilikten geri adım atıp her şeyin tadını çıkararak, daha yavaş yaşaması lazım.

Tesla'nın ilk gerçek rakibi "Yılın Otomobili" seçildi:

Porsche Taycan

Gündemi uzun zamandır meşgul eden ve otomobil tutkunlarının merakla beklediği Porsche Taycan, yılın en iyi performans otomobili ödülünü aldı. Tam elektrikli Porsche Taycan'dan 2020'nin son çeyreğinde Tükiye'ye yalnızca 50 tane geldi.



Turbo ve Turbo S versiyonlarıyla tanıtılan Taycan'ın amiral gemisi versiyonu olan Turbo S, Launch Control ve Overboost özellikleriyle 750 hp güce kadar çıkabiliyor. Bir altında yer alan Taycan Turbo için bu rakam 670 hp olarak belirtildi. Merak edilen 0-100 km/s hızlanma süresi ise Turbo S için 2,6 saniye olarak dizayn edildi. Bu rakamın yanında Turbo'nunki biraz daha düşük olsa da çoğu süper otomobile taş çıkaran 3 saniyelik 0-100 hızlanma süresi de gayet etkileyici.

ŞARJ SÜRESİ 22,5 DAKİKA

800 voltluk sistem voltajına sahip ilk seri üretim modeli olan Taycan'ın şarj süresi yüzde 5 ile yüzde 80 aralığı için 22,5 dakika olarak lanse edildi. Tabii bu süre sadece 270 kWh'lık üst düzey şarj istasyonlarında mümkün. 93,4 kWh'lık batarya kapasitesi sunan otomobilin menzili Turbo versiyonunda maksimum 450 km olarak karşımıza çıkıyor. Gerçek kullanım koşullarında bu verinin 400 km olacağı söyleniyor. İki versiyonun teknik verileri ise tutkunlarını kendine hayran bırakıyor.

ELEKTRİK ENERJİSİ DEPOLUYOR

Fren konusunda ciddi çalışmalar yapan Porsche, 265 kW›a kadar fren gücüyle elektrik enerjisi depolayabiliyor. Yapılan açıklamalarda frenlemenin yüzde 90'ında fren sistemini kullanmadan elektrik motorları vasıtasıyla otomobilin yavaşladığı söyleniyor.





UZUN SEYEHATLERDE İDEAL

Tasarım olarak baktığımızda Porsche Taycan yine farkını ortaya koyuyor. Zira muhteşem yapısıyla prototiplerin örtüsü kalkmış bir versiyonu olarak gördüğümüz Taycan'ın rüzgâr direnci kat sayısı 0,22 olarak karşımıza çıkıyor. Bu da otomobilin uzun seyahatlerde daha verimli olmasına olanak tanıyor.

"HEY PORSCHE"

Dış mekanı gösterilse de lansmanında iç mekanı gizli tutulan Taycan'ın kabini, Porsche DNA'sından çok uzak olmamakla beraber farklı görünmeyi başarmış ve etkileyiciliğini koruyor. Kavisli gösterge paneli torpido panelinin zirvesinde yer alıyor. Ortada daha altta konumlandırılan bilgi ve eğlence sistemi ekranına, yolcunun önüne de opsiyonel olarak konumlandırılabilen 10,9 inçlik bir diğer bilgi ve eğlence ekranı eşlik ediyor.

Porsche bütün bilgi ve eğlence sisteminin arayüzünü Taycan için özel olarak baştan tasarlamış. Bu nedenle de kokpitteki fiziksel butonların sayısı bir hayli azalmış görünüyor. Gelişmiş sesli komut teknolojisine de geçiş yapan Taycan'da çoğu kontrol "Hey Porsche" komutuyla sağlanabiliyor.







Taze Hava Akımının Öncüsü İhracatla Büyüyor





Klima santralleri sektöründe pazar lideri olan Systemair HSK, hem global arenada Türkiye'yi en iyi şekilde temsil etmek hem de ekonomiye katkı sağlamak için ihracat odağıyla çalışmalarını sürdürüyor. 2020 yılından itibaren ihracat faaliyetlerini Orta Doğu ve Türki Cumhuriyetlere yoğunlaştırdıklarını ve aynı zamanda Avrupa pazarındaki paylarını artırmaya başladıklarını belirten Systemair HSK Genel Müdürü Ayça Eroğlu, sözlerini şöyle sürdürdü: "Dilovası'ndaki yeni nesil fabrikamızda ürettiğimiz iklimlendirme ürünlerimizi iç tedariğin yanı sıra 25'ten fazla ülkeye ihracat ediyoruz. 2020 yılında ihracatımızın toplam ciromuz içindeki payı yüzde 30'un üzerine çıktı. Gelecek sene bu oranı yüzde 35'e taşımayı, önümüzdeki birkaç yıl içinde ise bu payı yüzde 50'ye çıkarmayı planlıyoruz."

DEV PROJELERİN İKLİMLENDİRMESİNİ SAĞLIYOR

Ulusal ve uluslararası çapta çok önemli projelerde yer aldıklarını vurgulayan Eroğlu; "Türkiye'de başta İstanbul Havalimanı olmak üzere şehir hastaneleri, stratejik savunma sanayi projeleri, Kuzey Marmara Otoyolu Tünelleri gibi dev projelerin yanı sıra yurt içi ve yurt dışında maden sahaları, fabrikalar, hastaneler, AVM'ler, büyük çaplı konut ve ofis binalarının iklimlendirmesini sağlıyoruz. Tüm bu alanlardaki güçlü konumumuza ek olarak 2020 yılı itibarıyla ağır sanayi, gıda, petrokimya, endüstriyel mutfak ve ilaç sektörlerine odaklanmaya başladık. Endüstriyel mutfak uygulamaları için ürettiğimiz ekoloji ünitesi VOClean'e olan talep gün geçtikçe artıyor. Yine bu sene hayata geçireceğimiz veri merkezi test laboratuvarı yatırımımızla da sektöre yeni bir soluk getireceğiz ve Avrupa'nın en yüksek kapasiteli test merkezi olacağız. Diğer öncelikli sektörlerin yanı sıra bu alanda da ihracata katkıda bulunmak için çalışacağız." şeklinde konuştu.

İHRACATTA ALDIĞI ÖDÜLLERLE BAŞARILARINI TAÇLANDIRIYOR

Operasyonel verimliliklerini son yıllarda maksimuma çıkararak hem Türkiye hem de ihracat gerçekleştirdikleri pazarlardaki coğrafi şartların ihtiyaçlarına göre yoğun mühendislik gerektiren farklı çözümler ürettiklerini söyleyen Ayça Eroğlu; "Bu inovatif çözümlerimiz ışığında, İklimlendirme Sanayicileri İhracatçıları Birliği (İSİB) tarafından verilen ödül kapsamında; 2019 senesinde en çok klima santrali, rooftop ve fancoil ihracatı yapan firmalar arasında ilk üçte yer aldık. 2021 senesinde de tam 10 yıldır havalandırma ürünleri ihracatındaki başarı geleneğimizi korumayı ve bu performansımızı artan bir ivmeyle sürdürmeyi hedefliyoruz." dedi.



Advertorial

Türk dizileri ihracatta rekor kırıyor

Orta Doğu ve Balkanlar'da başlayan Türk dizi furyası, İspanya'da fenomen haline geldi. Latin Amerika'da Türk dizilerini yayımlamayan ülke kalmadı. Türk dizileri dünya çapında milyonlar tarafından izleniyor.

Röportaj: **Songül Hatısaru**

Orijinal hikayeleri ve yüksek yapım kalitesiyle Türk dizi ve filmleri artık dünyada kabul görüyor. İlk Türk dizisinin satışı yaklaşık 15 yıl önce Kazakistan'a yapıldı. Ardından Türk dizi trendi özellikle Orta Doğu ve Balkanlar'da yükselmeye başladı. Kısa sürede büyük bir hızla ilerleyerek uluslararası satış hacmi ve küresel izleyici sayısı bakımından global bir sektör haline geldi. Yurt dışına çok satılıyor olmasının yanı sıra Türk içerikleri yayımlandıkları her ülkede ciddi başarılar elde ediyor. Tabii ki bu da sektöre ciddi bir motivasyon olarak devamlılık sağlıyor. Türk içeriklerinin dünya çapında kabul görmesinin ve bu kadar başarılı olmasının ana nedeni; Türkiye'nin bulunduğu coğrafya bakımından içinde ve geçmişinde barındırdığı çeşitli kültür ve hikâyeler. Buradan bakınca Türkiye'nin anlatacak daha çok hikâyesi var. Türk dizi sektöründeki son trendleri, Inter Medya'nın Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Beatriz Cea Okan anlattı.



Inter Medya Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı **Beatriz Cea Okan**

144 ÜLKEYE DİZİ İHRACATI

Sizi tanıyabilir miyiz?

İspanya'nın Zaragoza kentinde doğdum ve büyüdüm. Üniversiteyi İspanya'da tamamladıktan sonra eğitimime İngiltere'de devam ettim. Ardından İspanya'ya dönerek uzunca bir süre turizm sektöründe çalıştım. 2014 yılında eşim Can Okan ile evlendim ve Türkiye'ye taşındım. O zamandan beri

İstanbul'da yaşıyorum. Yakın zaman önce Türk vatandaşlığına geçtim. Satış temsilcisi olarak başladığım Inter Medya'da yedi yıldır çalışıyorum. Şu anda Inter Medya'nın Başkan Yardımcısı ve aynı zamanda Latin Amerika, Hispanik Amerika, Brezilya, İspanya, Portekiz gibi bölgelerin içerik satışlarından sorumlu yöneticisiyim. Daha önceki işim gereği farklı ülkelere seyahat ederek değişik kültürleri tanıma fırsatım oldu. Şimdi ise Türk kültürünü içeriklerimiz aracılığıyla bu ülkelere ulaştırıyor ve tanıtıyor olmaktan çok mutluyum. Her zaman farklı insanlar ile tanışmış olmanın bu sektöre ve yaptığımız işe dair bana farklı ve pozitif bir bakış açısı kazandırdığına inanıyorum.

Film ve televizyon hikâyeniz nasıl başladı?

Inter Medya 1992 yılında, Türkiye'de o zaman açılmaya başlayan kanallar için yurt dışından içerik tedarik eden bir dağıtım şirketi olarak kuruldu. 2000 yılından itibaren yurt dışından tedarik ettiği içerikleri Türkiye'nin yanı sıra Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri ile BDT ülkelerine de ihraç etmeye başladı. 2008 yılında Türk dizilerinin dünyada popüler olmasıyla içerik ihracatına başladı. Bu misyonu hala başarıyla sürdürüyor. Ben de bu yolculuğa 2014 yılında katıldım.

Kaç ülkeye ihracat yapıyorsunuz?

Inter Medya olarak Türk film ve dizilerinin 144 ülkeye ihracatını gerçekleştirmiş durumdayız.

Film ve dizilerimiz en çok hangi ülke ve bölgelerde ilgi görüyor?

Son üç-dört yılda en büyük ihracat artışı yaşadığımız bölge Latin Amerika ve ABD. Bu bölgedeki bazı ülkelerde ekonomik ve sosyal sorunlar yaşansa da Latin Amerika'da Türk içeriklerinin yayımlanmadığı ülke kalmadı diyebiliriz. Amerika Birleşik Devletleri'nde de İspanyolca konuşan yaklaşık 65 milyonluk bir nüfus var. Orada da İspanyolca yayım yapan kanallarda yayımlanan dizilerimiz milyonlar tarafından izleniyor.

"Gerek satıldığı ülke sayısı gerekse ihracat geliri olarak Kara Para Aşk dizisi liste başı olurken, Muhteşem Yüzyıl, Kara Sevda, Bir Zamanlar Çukurova ve Sefirin Kızı gibi yapımlar onu takip ediyor."


Akrep


Bir Zamanlar Çukurova


Maraşlı


Ramo

İspanya'da Türk dizileri, fenomen olma yolunda ilerliyor. Son üç yıldır birçok içeriğimizi İspanya'da lisansladık ve dizilerimiz büyük başarılar elde etti. Avrupa'da, özellikle Fransa ve İtalya'da Türk içeriklerine büyük ilgi var.

ORTA DOĞU KLASİK DRAMALARI SEVİYOR

Orta Doğu'da büyük talep vardı. Bu ilgi devam ediyor mu?

Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesinde Türk dizileri için hala ciddi bir ilgi var. Burada klasik dramalarımız çok başarılı oluyor, ilginin hiçbir zaman azalacağını düşünmüyoruz. Başta Rusya ve Ukrayna olmak üzere BDT ülkelerinde de Türk dizi ve filmlerine büyük bir talep var. Kazakistan ve Özbekistan başta olmak üzere birçok Orta Asya ülkelerinde dizilerimiz yayımlanıyor. Gürcistan da neredeyse tüm içeriklerimizi ihraç ettiğimiz ülkeler arasında.

NETFLIX DOLAYLI İHRACAT

Netflix ve benzeri yabancı dijital platformlara lisansladığımız içerikler de ülke ekonomisine katkı sağlıyor. Dolayısıyla bu da bir ihracat modeli tabii ki. Açık kanallara yaptığımız satışlardan farklı olarak dijital platformlar hem yapımcılar için hem de distribüsyon şirketleri için tek bir platform üzerinden farklı ülkelere ve geniş kitlelere ulaşma imkânı sağlıyor. Özellikle son yıllarda bu platformların sayısı ve popülaritesi çok arttı. Bu da bize yeni ülkelere girmek ve kataloğumuzu farklı türler ile daha da zenginleştirmek adına bir fırsat sağladı. Bu platformların izleyici kitlesi ile açık kanalların izleyicileri tabii ki aynı değil. Hazır içerik satışlarının yanı sıra bu uluslararası dijital platformlar için ülkemizde üretilen içerikler de yeni bir ihracat kalemi olarak hayatımıza girdi.


Sefirin Kızı


Son Yaz

Bir dizinin ihraç edilmesi için olmazsa olmazı nedir?
Her türlü projenin yurt dışında mutlaka bir alıcısı var. Ülkelere olan satışlar; pazarlama stratejilerine, kuvvetli ilişkilere ve güvene dayanıyor. Tabii ki bizim sektörümüzde de belli kıstaslar oluyor. Biz, Türk kültürünü farklı kültürler ile buluşturuyoruz. Alıcılar tarafından yapılan tercihler ülkenin eğlence ve içerik tüketim alışkanlıklarına göre farklılık gösteriyor. Dizinin kadrosunda hangi oyuncuların olduğu, hangi yapım şirketi tarafından hayata geçirildiği, dizinin iç pazardaki başarısı önemli oluyor. Genelleme yaparsak; dönem dramaları, aile unsurunun hakim olduğu ve romantik ilişkilerin çevresinde gelişen hikâyeler olmazsa olmazlardan. Bir yapım hikâyesinde ne kadar aksiyon ve suç unsurları bulundurursa bulundursun, o hikâyede bir aşk aksı aranıyor.

Yurt dışı satışlar için mekan seçimi önemli mi?
Yüksek yapım kalitesi, güçlü karakterler, dikkat çeken kostümler her zaman avantaj sağlayan unsurlardan. Türk dizileri kuvvetli anlatımlarıyla izleyicilerin duygularına dokunuyor. İzleyiciler karakterler ile bağ kurarak sürükleyici hikâyelere dahil oluyor. Başarılı mekan ve müzik kullanımı da bu bağı kuvvetlendiriyor. Bir diziyi ve filmi satabilmek için dizinin evrensel kodları taşıması ve başka kültürlerin değerleriyle buluşabilmesi çok önemli. Her zaman üzerine basarak söylediğimiz gibi Türkiye'nin barındırdığı kültürel zenginlik ve çeşitlilik bu noktada başarının anahtarı oluyor. İçeriklerin evrensel anlamda, dünyanın her yerinden izleyiciye hitap edebilmesini sağlıyor.

Yabancılar bugünlerde en çok hangi oyuncularımızı beğeniyor?
Bazı oyuncuların yurt dışında çok güçlü hayran grupları var. Engin Akyürek, Neslihan Atagül Doğulu, Kıvanç Tatlıtuğ, Tuba Büyüküstün gibi isimlerin olduğu işler büyük ilgi görüyor. Murat Yıldırım, Beren Saat ve Aras Bulut İynemli'yi de bu listede sayabiliriz. Hem müşteri tarafındaki arayışlardan hem de takip ettiğimiz sosyal medya verilerinden de gördüğümüz kadarıyla son zamanlarda Burak Deniz, Dilan Çiçek Deniz, Boran Kuzum, Miray Daner gibi yeni nesil yıldızı parlayan oyuncularımızın da yurt dışında çok sağlam hayran kitleleri var.

İhraç ettiğiniz dizilerin ortak noktası ne?
Dizilerimiz başarılı oyuncu kadroları ve yüksek prodüksiyon kaliteleri ile zirveyi zorluyor. Hepsi de hem Türkiye'de hem de diğer ülkelerde adlarından söz ettirerek başarılı oldu.

Dizi sektörünün yıllık ihracat hacmi ne kadar?
Türk dizi sektörü ülkemiz için çok önemli ve hala büyüyen ihracat kanallarından biri. Kesin rakam verememekle birlikte 2020 yılında yaklaşık 350-400 milyon dolarlık içerik ihracatı gerçekleşmiş olduğunu öngörüyoruz. Önümüzdeki yıllarda Türkiye'de dizi ve film ihracatından elde edilen gelirin 1 milyar dolara ulaşması hedefleniyor.

Öte yandan bu rakamlar buz dağının sadece görünen kısmı. İhracat yaptığımız ülkelere, dizilerde izledikleri ve beğendikleri tekstil, mücevherat, mobilya gibi birçok Türk ürününün ihracatına katkımız olduğu kanaatindeyim. Bunun yanı sıra turizme ciddi katma değer sağlıyor ve hepsinden daha önemlisi Türk kültürünü dünyaya yayıyoruz.

Pandemi sürecinde satışlar nasıl etkilendi?
Birçok ülkede çekimlere ara verilmiş olmasına rağmen ülkemizde bu süre bir hayli kısa sürdü ve üretimlerimiz devam etti. Evde kalma süresinin artmasına paralel bir şekilde tüm dünyada içerik tüketim süresi de arttı. Bu da tabii ki alıcı tarafında talep artışına sebep oldu. Pandemi başlangıcından itibaren bazı ülke ve bölgelerde ekonomik zorluklar baş göstermiş olsa dahi, izleme sürelerinin artışı sebebiyle hazır içerik çok değerli bir meta haline geldi. Bu nedenle ihracatımız sekteye uğramadan son sürat devam etti.

İHRAÇ KATALOĞUNDAKİ SON İÇERİKLER

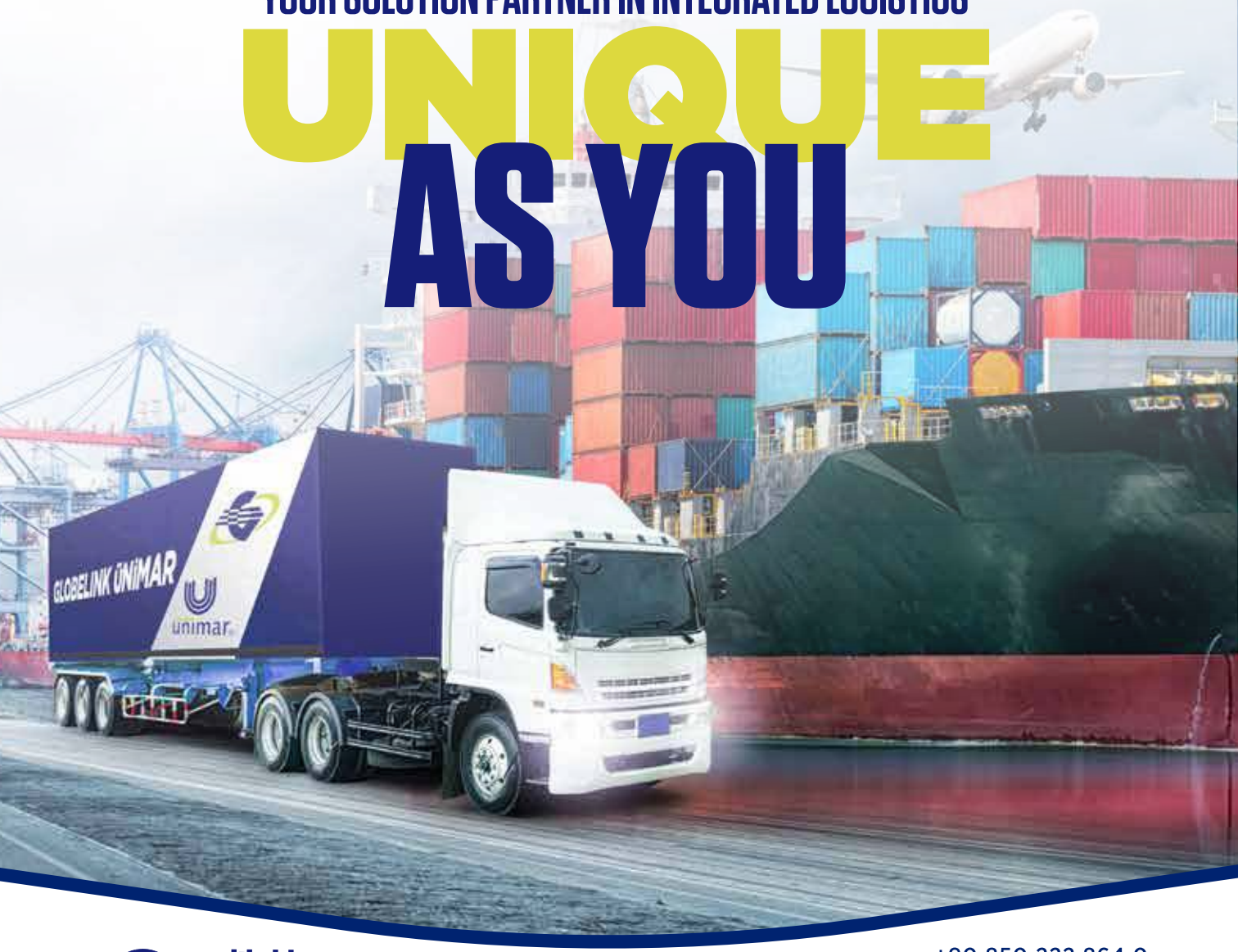
Maraşlı, Son Yaz ve Akrep dizileri kataloğumuzda yakın zaman önce uluslararası pazara lanse ettiğimiz dizilerimiz. Bu üç dizimiz de her açıdan çok değerli ve yurt dışı pazarında avantaj sağlayan unsurlara sahip içerikler. Daha yayımlanmaya başlamadan müşterilerimiz tarafından büyük ilgi gördüler. Yakın zamanda üç dizi için de uluslararası alandaki başarıları hakkında duyurular yapacağımıza eminiz. Ramo da bu sezon kataloğumuzun parlayan dizilerinden biri; iki sezondur çok iyi performans gösteriyor. Birçok ülkeye lisansladık. Sefirin Kızı ve Bir Zamanlar Çukurova dizileri hala hem yerelde hem de yurt dışında çok iyi performans gösteriyor. İkisi de çok başarılı, Türk dizi tarihinde yer edinmiş ve yayımlandıkları platformları, kanalları zenginleştirmiş işler.

GLOBELINK ÜNİMAR

- International Seafreight
  - Products Services
  - Export-Import
  - Weekly LCL Shipments on a Regular Basis
- International Airfreight
  - Products Services
  - ECCD-Micro Export/Import
  - Weekly Consolidation Services on a Regular Basis
- International Road Transportation
  - Products Services
  - Export-Import
  - Weekly LTL-FTL Services on a Regular Basis
- Integrated Logistics Services
  - Warehousing and Domestic Distrubition
  - Customs Clearance and Insurance

YOUR SOLUTION PARTNER IN INTEGRATED LOGISTICS

UNIQUE AS YOU



unimar®

+90 850 222 864 0

www.globelink-unimar.com

/unimarglobelink



O İLK GÜNKÜ VİZYON, BUGÜNÜN HAKLI GURURU

Turgut İlaçları'nın Gebze'de kurduğu **"Türkiye'nin ilk uçtan uca Biyobenzer Monoklonal Antikor geliştiren, üreten ve Faz 1 çalışmasını tamamlamış olan Biyofarmasötik tesisi, TİTCK Onaylı GMP Sertifikasını"** aldı.

Sağlıklı ve Mutlu İnsanlara... Umut Dolu Bir Geleceğe Armağan Olsun!

Tesisimiz TİTCK,EMA,FDA ve diğer tüm uluslararası otoritelerin belirlediği GMP kurallarını kapsamaktadır.

turgutilac.com.tr

TURGUT®
İLAÇLARI A.Ş.

“GELECEĞE UMUTLA BAKABİLMEK İÇİN DURMAKSIZIN ÇALIŞIYORUZ”



Turgut İlaçları A.Ş. olarak, 60 yılı aşkın deneyimimiz ve güçlü finansal yapımız ile ilaç sanayimizin önemli girişimci kuruluşlarından biriyiz. Türkiye’nin ilkleri arasında yer alan önemli ilaç hammaddesi ve bitmiş tıbbi ürün üretim tesislerinin tasarımını, yapımını ve işletmesini gerçekleştirdik. Aynı zamanda, birçok dünya şirketi ile kurduğumuzbaşarılı ve uzun dönemli iş birlikleri ile çok sayıda ilacın üretimini ve pazarlamasını yaptık.

M. Tunç Turgut
Turgut İlaçları A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO

Şirketimizin biyoteknoloji alanındaki temel amacı, Türkiye’de uluslararası standartlara sahip bir biyoteknoloji altyapısı oluşturarak, dünya pazarına yönelik yüksek kaliteli biyoteknoloji ürünleri geliştirmek, üretmek ve pazarlamaktır.

Turgut İlaçları A.Ş’nin baş yöneticisi (CEO) olarak, 2014 yılında başlayan biyobenzer ürün geliştirme yolculuğumuza ilk etapta yerli ve uluslararası uzman kuruluşlarla iş birlikleri oluşturarak başlayıp, dünya standartlarında biyobenzer ilaç geliştirilmesi ve üretimi için gerekli temel ihtiyaçları belirleyip ülkemizin biyoteknoloji alanındaki altyapısını inceledik. Ülkemizin mevcut koşullarında sürdürülebilir biyoteknoloji altyapısının en hızlı şekilde kurulması ve yüksek kaliteli monoklonal antikor (mAb) yapısında biyobenzer ürünlerin geliştirilerek Türkiye ve dünya pazarına sunulmasını sağlayacak çözümleri içeren ve somut verilere dayanan bir stratejik plan hazırlayıp hayata geçirdik. Bu stratejik planın hayata geçirilmesi için yaptığımız 100 milyon doları aşkın yatırım, Türkiye’nin biyoteknoloji alanındaki en büyük yatırımlarından biridir. Hedefimiz bu stratejik plan çerçevesinde, GMP sertifikasına sahip biyoteknolojik üretim tesisimiz ile gerçekleştirdiğimiz yerli ve uluslararası iş birliklerine dayalı Ar-Ge temelli ürün geliştirmeyi, üretmeyi ve pazarlamayı temel alan,Türkiye’de dünya standartlarına sahip bir biyoteknoloji platformunu oluşturmaktır.
Şirketimizin yerli üretim stratejisinin temelini oluşturan, Türkiye’nin ilk amaca yönelik biyoteknoloji üretim tesisinin Gebze Organize Sanayi Bölgesi’nde Haziran 2016 itibari ile inşaatına başlanmış olup, üretim hatlarının kurulumunun ardından 2020 yılı başında faaliyete geçmiştir.

Biyoteknoloji üretim tesisimizin içerisinde;
Tam donanımlı bir biyoteknoloji geliştirme merkezi
Endüstriyel hücre soyu geliştirme alanı
Üst akım üretim prosesi geliştirme alanı
Alt akım üretim prosesi geliştirme alanı
Protein analiz platformu
yer almaktadır. Ayrıca tesisimizde TİTCK, EMA, FDA GMP kriterleriyle tam uyumlu, 15.000 m2 alanda toplam üretim hacmi 4.400 L olan 3 bağımsız üretim hattı, GMP ana hücre ve çalışma hücre bankası saklama alanı, steril dolum hattı, kalite kontrol ve proses bilimleri laboratuvarlarımız da mevcuttur.

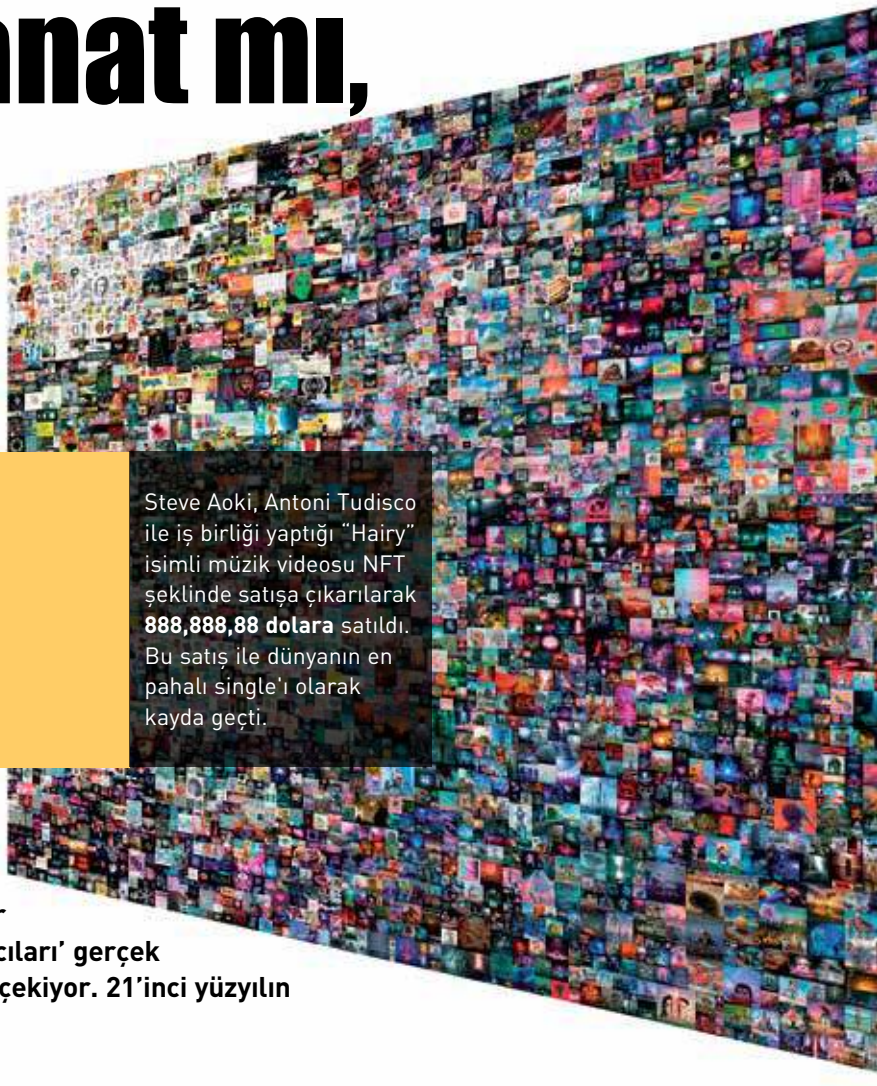
Turgut İlaçları Biyofarmasötik Üretim Tesisimiz, monoklonal antikor yapısında biyobenzer ürünlerin hücre kültüründen başlayarak prototip üretim aşamasına kadar geliştirilmesi ve referans ürün ile karşılaştırmalı tüm protein analizlerinin yapılması için gerekli yetkinliklerle donatılmıştır.

Bunun için gerekli tüm teknik altyapıya ve yetişmiş insan gücüne sahip, uçtan uca biyobenzer monoklonal antikor geliştiren, üreten, Faz I çalışmasını tamamlamış olan Türkiye’nin ilk biyofarmasötik tesisiyiz. Tesisimiz Mart 2017’de Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’ndan Ar-Ge merkezi onayını almıştır. 1 Nisan 2017 tarihinden itibaren Ar-Ge merkezi olarak faaliyetlerine devam etmiştir.

Bugün GMP Tesis Sertifikası, GMP Aşı Sertifikası ve TSE Covid-19 Güvenli Üretim Merkezi Sertifikalarına da sahip olan bu tesisimiz, ülkemizde ve tüm dünyada endüstri olarak yaşanan biyoteknolojik ilaç dönüşümüne önemli bir katkı sağlayacaktır.

Yeni bir sanat mı, yoksa trend mi?

NFT



Steve Aoki, Antoni Tudisco ile iş birliği yaptığı "Hairy" isimli müzik videosu NFT şeklinde satışa çıkarılarak **888,888,88 dolara** satıldı. Bu satış ile dünyanın en pahalı single'ı olarak kayda geçti.

Sanal dünya, simülasyon, kripto para derken son dönemde çığır açan yepyeni bir dalga 'kişileri' yani dijital karşılığı 'kullanıcıları' gerçek dünyadan uzaklaştırıp yeni dünyanın içine çekiyor. 21'inci yüzyılın yeni sanat akımı NFT ise oldukça popüler!

Sanat, yüzyıllardır bir devinim içerisinde ilerliyor. Tablolar, heykeller hatta antik dünyadan günümüze kalanlar; hepsi kendi içerisinde eşsiz, tek ve özel bir andan ibaret. Ancak 2000'li yılların kapılarının aralanmasıyla başlayan dijital dünyadaki varoluş sürecinde, yepyeni bir döneme girildi. Sanal gerçeklikle adım atılan yeni dünyada sanatseverler NFT ile oldukça eşsiz, tek ve özel bir alanda buluşuyor. Non-Fungible Token-NFT yani dönüştürülemez, takas edilemez, fiziksel olmayan dijital varlıkları içeriyor. Yani koleksiyonerliğin sanal dünyada vücut bulmuş hali, hem de daha kapsamlı!

Daha kapsamlı çünkü koleksiyonerlikte odak noktası tablolar, yağlı boya gibi fiziki varlıklarken NFT'de bu anda saklı; evet anda... Bir başka deyişle fikri mülkiyete sahip fotoğraf, grafik, resim, gif, çizim, video ve belli bir ana tanıklık eden herhangi bir paylaşım dahi NFT kabul ediliyor ve bu NFT'ler kripto para üzerinden milyon dolarlık rakamlara satılıyor.

POPÜLERLİĞİ BU SENE ARTTI

Dijtal sanat, video oyunu, müzik dosyaları gibi dijital kreasyonları metalaştıran bu sistemde ilk NFT'ler Ethereum tabanlı olarak 2015 yılında ortaya çıktı. Yatırımcıların artan hacimlerle NFT'leri alıp satması ise pazara olan ilgiyi arttırdı. Öyle ki 19 Şubat'ta, Nyan Cat'in animasyonlu bir gif'i 500 bin dolardan fazla değere satıldı. Birkaç hafta sonra müzisyen Grimes'in dijital sanatının bir kısmı 6 milyon dolardan fazlaya alıcı buldu.

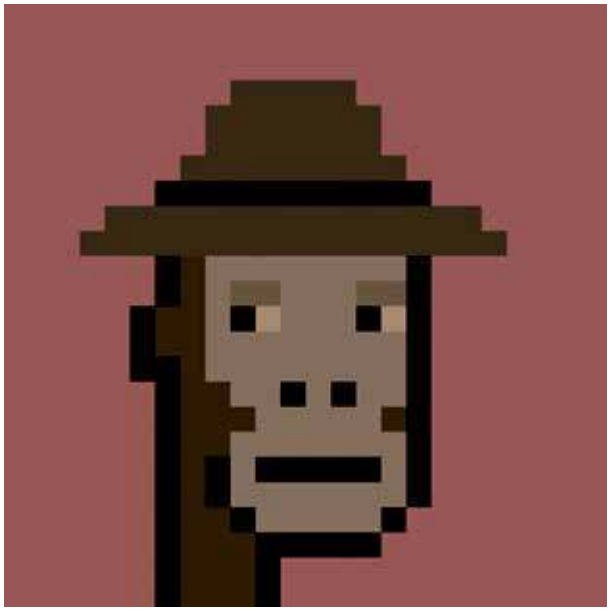
Mart ayının en çok konuşulan NFT satın almasını Türkiye de yakından takip etti. Zira satılan NFT, Twitter'ın CEO'su Jack Dorsey'in 2006 yılındaki ilk tweetini satışa çıkarmasıyla başladı. Farklı isimlerden pek çok teklif gelse de kripto para alım ve satım platformu Cryptoland'in ve Malezya merkezli Bridge Oracle'ın CEO'su Türk asıllı Sina Estavi 2,5 milyon dolar ödeyerek söz konusu tweet'i yani NFT'yi satın aldı. Christie'nin dijital sanatçı Beeple tarafından 69 milyon dolara NFT satmasıyla da dijital sanatta yeni bir rekor kırıldı.

Amerikan Profesyonel Basketbol Ligi'nin lisanslı koleksiyon ürün satış noktası NBA Top Shots, 2020 yılının ikinci çeyreğinde bu pazarın malzemesi oldu. Milyon dolarları aşan bu pazarda son olarak, rekor bedelle LeBron James'in performans içerikleri satıldı.





Beeple tarafından yapılan crossroad **6,6 milyon dolar.**



Cryptopunk **1,54 milyon dolar.**



Twitter'ın CEO'su Jack Dorsey'in tweeti **2,5 milyon dolar.**



Nyan Cat'in animasyonlu gif'i **500 bin dolar.**

TÜRKİYE'DE NASIL SES GETİRDİ?

Türkiye'den de ünlü sanatçı ve isimlerin katıldığı NFT furyasında Gülben Ergen kendisiyle bütünleşen "Bana unutmayın ki hiçbir şey olmaz" sözünü satışa çıkardığını açıklamıştı. Ünlü sunucu Saba Tümer de kahkahasını 90 bin liraya NFT olarak satarken, fenomen restoran işletmecisi Nusret Gökçe de 2017 yılında attığı bir tweeti 6 bin dolara NFT olarak satmıştı.

Fenerbahçeli futbolcu Mesut Özil'in Genies Wearable'la iş birliği sonucunda, Özil'in ayakkabılarının ve formasının ikonları yaratıldı. NiftyGateway adlı pazar yerinde açık artırmaya çıkarılan ikon ayakkabılar bin 886 dolara, forma ise 2 bin 525 dolara satıldı.

NFT, sanat dünyasındaki dengeleri de değiştirdi. NFT'ye aktarılan sanat eserleri, dijital pazar yerlerinde galericilerin aracılığına ihtiyaç duymadan alıcılarla buluşuyor. Sanatçı Tarık Tolunay'ın satışa çıkardığı "Fractal İstanbul-Pandemi" eseri, Türkiye'nin NFT'ye çevrilerek satılan ilk eseri oldu. Kendisini 'kentçizer' olarak niteleyen sanatçı Tarık Tolunay'ın karantina sürecinde tamamladığı ve Eminönü, Tarihi Galata Köprüsü ve Karaköy'ü resmeden "Pandemi" eseri geçtiğimiz günlerde yaklaşık 36 bin dolara (yaklaşık 260.000 TL) İranlı bir koleksiyonere satıldı.

Ünlü karikatür dergisi Uykusuz da NFT galerisinin hazırlanmasında sona yaklaştıklarını belirtti.

Oyuncu Bensu Soral ise "RIP Black Mamba" adlı eserini NFT'ye dönüştürerek "OpenSea" adlı pazar yerinde satışa sundu.



İlim Yayma Ödülleri



TÜRKİYE'NİN AKADEMİ ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ ARIYOR

WWW.ILIMYAYMAODULLERI.ORG

/IYODULLERI

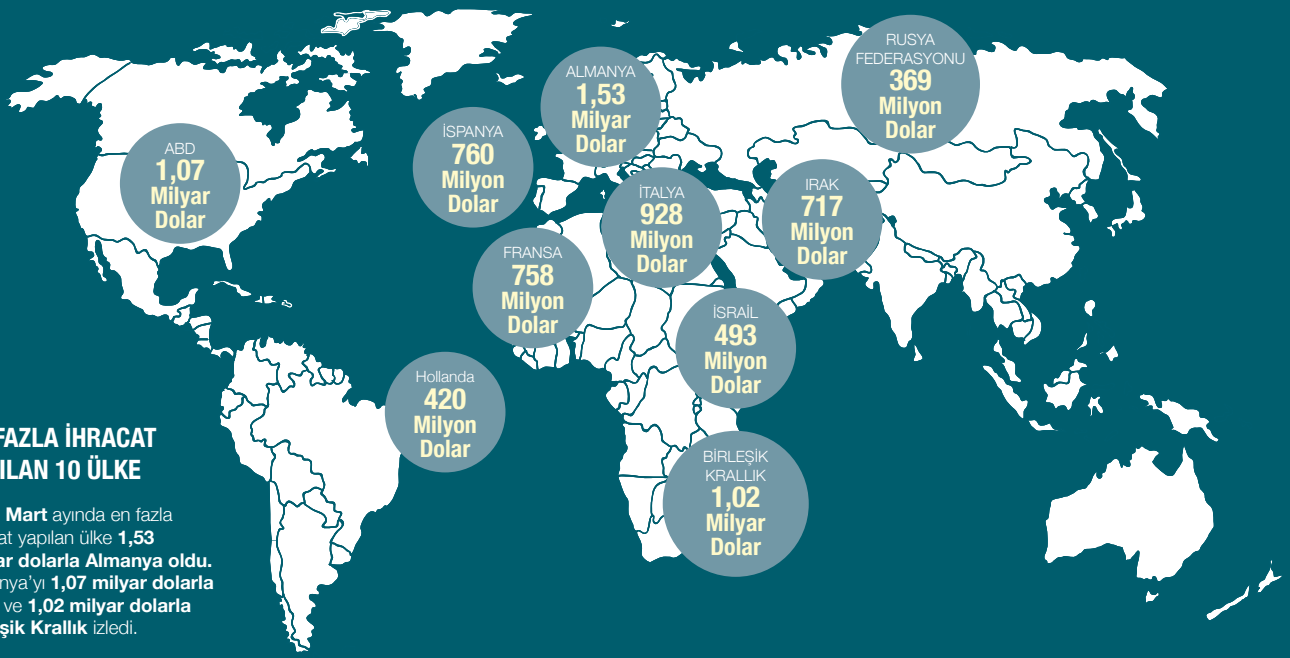
BAŞVURU BAŞLANGIÇ TARİHİ: 20 MAYIS 2021

18 MİLYAR DOLARI GEÇEN MART AYI İHRACATI, **CUMHURİYET TARİHİ REKORUNU KIRDI.**

2020 MART AYINA GÖRE 2021 MART AYI İHRACATI **YÜZDE 42,2 ORANINDA ARTTI.**

MART AYINDA BİR ÖNCEKİ YILIN AYNI AYINA GÖRE **24 SEKTÖR İHRACATINI ARTIRDI.**

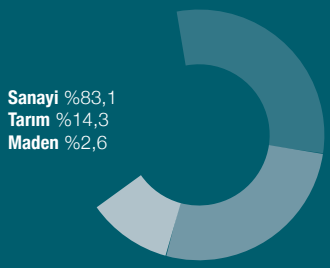
YÜZDE 124 ARTIŞLA EN GÜÇLÜ PERFORMANSA **'GEMİ VE YAT' SEKTÖRÜ İMZA ATTI.**



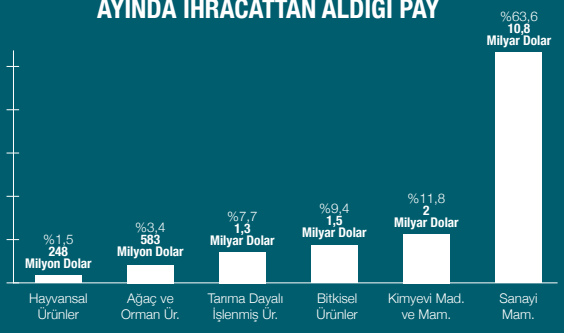
EN FAZLA İHRACAT YAPILAN 10 ÜLKE

2021 Mart ayında en fazla ihracat yapılan ülke **1,53 milyar dolarla Almanya oldu.** Almanya'yı **1,07 milyar dolarla ABD** ve **1,02 milyar dolarla Birleşik Krallık** izledi.

ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2021 MART AYINDA İHRACATTA ALDIĞI PAY



ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2021 MART AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



2021 MART AYINDA İHRACATI EN FAZLA ARTIRAN İL



VAN

%517,2

İLLERE GÖRE 2021 MART AYINDAKİ İHRACAT DAĞILIMI

İSTANBUL 7,1 MİLYAR DOLAR	**KOCAELİ** 1,4 MİLYAR DOLAR	**BURSA** 1,3 MİLYAR DOLAR	**İZMİR** 938,2 MİLYON DOLAR	**GAZİANTEP** 873,7 MİLYON DOLAR
ANKARA 795,4 MİLYON DOLAR	**MANİSA** 490,8 MİLYON DOLAR	**SAKARYA** 480,2 MİLYON DOLAR	**DENİZLİ** 351,4 MİLYON DOLAR	**KONYA** 296,7 MİLYON DOLAR

1-31 MART İHRACAT RAKAMLARI
SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1.000 $

	1-31 MART				1 OCAK-31 MART			
SEKTÖRLER	2019	2020	Değişim ('20/'19)	Pay(20) (%)	2019	2020	Değişim ('20/'19)	Pay(20) (%)
I. TARIM	2,031,690	2,430,627	19.6	14.3	6,014,460	6,621,084	10.1	14.7
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,422,661	1,599,407	12.4	9.4	4,089,619	4,430,969	8.3	9.8
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	631,410	784,306	24.2	4.6	1,807,990	2,020,173	11.7	4.5
Yaş Meyve ve Sebze	178,133	246,797	38.5	1.4	636,844	774,793	21.7	1.7
Meyve Sebze Mamulleri	162,233	164,514	1.4	1.0	420,950	440,091	4.5	1.0
Kuru Meyve ve Mamulleri	123,199	126,340	2.5	0.7	336,706	347,198	3.1	0.8
Fındık ve Mamulleri	207,314	184,112	-11.2	1.1	553,707	576,656	4.1	1.3
Zeytin ve Zeytinyağı	29,417	26,653	-9.4	0.2	78,595	68,741	-12.5	0.2
Tütün	78,806	49,300	-37.4	0.3	218,609	157,618	-27.9	0.3
Süs Bitkileri ve Mam.	12,150	17,384	43.1	0.1	36,218	45,700	26.2	0.1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	182,293	248,173	36.1	1.5	600,588	674,162	12.3	1.5
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	182,293	248,173	36.1	1.5	600,588	674,162	12.3	1.5
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	426,736	583,047	36.6	3.4	1,324,254	1,515,952	14.5	3.4
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	426,736	583,047	36.6	3.4	1,324,254	1,515,952	14.5	3.4
II. SANAYİ	9,959,773	14,162,011	42.2	83.1	32,184,340	37,218,155	15.6	82.6
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	934,917	1,314,719	40.6	7.7	2,976,108	3,511,999	18.0	7.8
Tekstil ve Ham maddeleri	584,625	869,643	48.8	5.1	1,903,425	2,345,439	23.2	5.2
Deri ve Deri Mamulleri	130,397	157,803	21.0	0.9	414,497	396,961	-4.2	0.9
Halı	219,896	287,272	30.6	1.7	658,186	769,599	16.9	1.7
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,489,082	2,002,718	34.5	11.8	4,658,777	5,310,578	14.0	11.8
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,489,082	2,002,718	34.5	11.8	4,658,777	5,310,578	14.0	11.8
C. SANAYİ MAMULLERİ	7,535,775	10,844,574	43.9	63.6	24,549,455	28,395,578	15.7	63.0
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,209,798	1,677,874	38.7	9.8	4,217,009	4,707,223	11.6	10.4
Otomotiv Endüstrisi	2,060,600	2,892,730	40.4	17.0	6,976,729	7,690,521	10.2	17.1
Gemi ve Yat	68,798	153,993	123.8	0.9	325,110	211,215	-35.0	0.5
Elektrik Elektronik	828,821	1,259,053	51.9	7.4	2,513,981	3,219,178	28.1	7.1
Makine ve Aksamları	625,408	785,224	25.6	4.6	1,882,701	2,121,908	12.7	4.7
Demir ve Demir Dışı Metaller	671,348	979,919	46.0	5.8	2,062,784	2,573,572	24.8	5.7
Çelik	980,771	1,546,621	57.7	9.1	3,114,235	3,813,479	22.5	8.5
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	316,475	403,176	27.4	2.4	913,397	1,012,497	10.8	2.2
Mücevher	229,228	340,005	48.3	2.0	894,012	975,647	9.1	2.2
Savunma ve Havacılık Sanayii	141,494	247,097	74.6	1.5	482,209	647,319	34.2	1.4
İklimlendirme Sanayii	396,009	547,044	38.1	3.2	1,144,562	1,393,256	21.7	3.1
Diğer Sanayi Ürünleri	7,025	11,838	68.5	0.1	22,727	29,763	31.0	0.1
III. MADENCİLİK	323,949	446,771	37.9	2.6	935,462	1,215,414	29.9	2.7
Madencilik Ürünleri	323,949	446,771	37.9	2.6	935,462	1,215,414	29.9	2.7
T O P L A M (TİM*)	12,315,412	17,039,408	38.4	100.0	39,134,263	45,054,652	15.1	100.0
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat	1,038,062	1,946,064	87.5	10.3	3,529,131	4,968,760	40.8	9.9
GENEL İHRACAT TOPLAMI	13,353,475	18,985,472	42.2	100.0	42,663,394	50,023,412	17.3	100.0

Birlik adresleri

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

Genel Sekreter V.
Senem Sanal Sezerer

Genel Sekreter Yrd. V.
Mustafa Seçilmiş

Genel Sekreter Yrd. V.
Yiğit Tufan Eser

Genel Sekreter Yrd. V.
Kübra Ulutaş

Genel Sekreter Yrd. T.
Mehmet Genç

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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





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



SANMAR

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

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

Fuar yatırımlarınızı anında kazanca dönüştürün.

EXPONEC
reach the edge

Fuar Standı Ziyaretçi Takip Yazılımı



- Fuar standı ziyaretçi kaydı
- Ziyaretçi dilinde karşılama e-postası
- Sipariş ve teklif kaydı
- Ülke, fuar ve ziyaretçi raporlama
- Toplu e-posta gönderimi
- Personel performansı
- Derinlikli analiz ve istatistik
- Anlık mesajlaşma
- İnternet gerektirmeden kolayca kaydedin ve puanlayın.
- Toplantı fotoğrafı ve .pdf ekli anlık e-posta gönderin.
- Ziyaretçinizi sıcağı sıcağına müşteriye dönüştürün.
- Ülkeden personele kadar çoklu raporlama yapın.
- Tanıtım, kampanya vs sınırsız toplu e-posta gönderin.
- Hangi personelin kaç ziyaretçi karşıladığını görün.
- Yıllara göre derinlikli fuar verimlilik analizi yapın.
- Şirket içi birebir anlık personel iletişimi sağlayın.

Fuar yatırımlarınızın geri dönüşümünü artırın. Anketlere göre fuarları ziyaret eden kişilerin %86'sı satın alma potansiyeline sahip. Buna rağmen, fuar standı ziyaretçilerinin %79'unun hiç takip edilmediği, ziyaretçilere geri dönüş yapılmadığı tespit edilmiştir.

www.exponec.com

Demo Talebi

TÜRKİYE CUMHURİYETİ TİCARET BAKANLIĞI

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

Türkiye Gücünü ve Potansiyelini Keşfet

Turkish Software