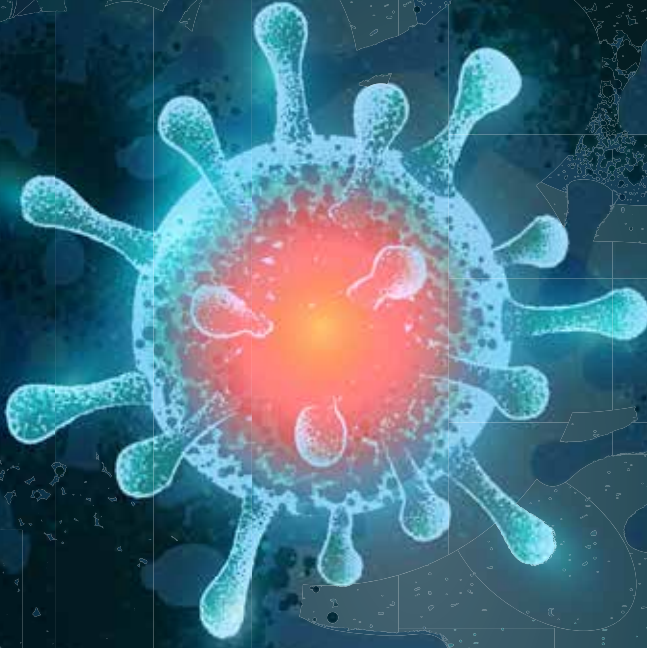


DENİZ aktüel



COVID-19 SONRASI İŞE DÖNÜŞ REHBERİ

- **Koronavirüs Sürecinde Devlet Destekleri**
- **Berat Albayrak, Denizli İş Dünyası Buluşması'nda Konuştu**
- **Memişoğlu: "Yeni Dönem Birçok Fırsatı da Beraberinde Getirecek"**
- **Özel Röportaj: Seval Kablo**

Türkiye

Gücünü ve
Potansiyelini Keşfet.

SOSYAL MEDYADAN BİZİ TAKİP EDİN



DENİB
DENİZLİ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ

İhracata ilişkin bilgiler ile
güncel etkinliklerimizi
anında öğrenmek çok kolay



/denibdenizli



/denibdenizli

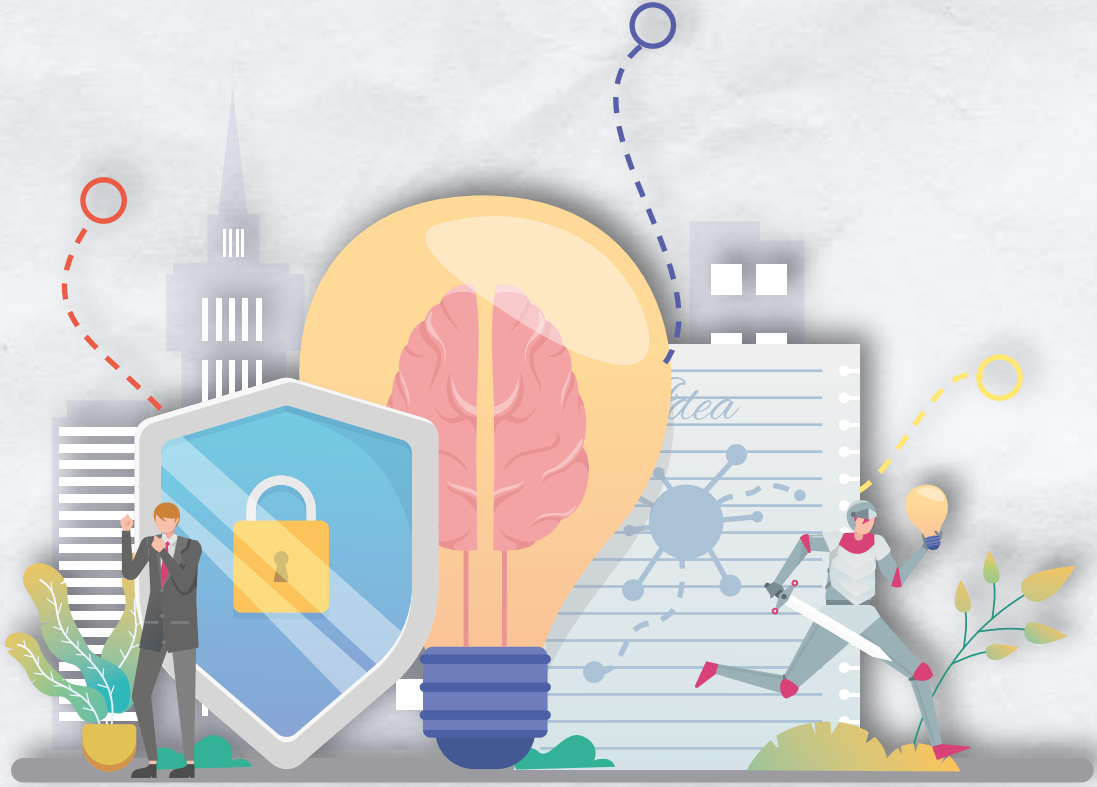


/denibdenizli



/Denizli İhracatçılar Birliği

FİKİRLERİNİZ KORUMA ALTINDA!



☎ 444 8 611

Hüdavendigar Mah. Bent Cad.
No:163/B Osmangazi/Bursa

www.bilenpatent.com.tr
www.univation.com.tr



Denizli İhracatçılar Birliği
Yönetim Kurulu Başkanı

HÜSEYİN MEMİŞOĞLU

SAĞLIK OLDUKTAN SONRA HER ŞEYİN ÜSTESİNDEN GELİRİZ

COVID-19 salgınının kontrol altına alınmasından sonra yeniden birlikteyiz. Tüm dünya gibi biz de bir süreliğine durduk; evlerimize kapandık ve sevdiğimiz insanların sağlığı için dua ettik. Bizim neslimizin görmediği türde bir felakete tanık olduk. Öncelikle hayatını kaybeden bütün hemşehrilerimize ve vatandaşlarımıza Allah'tan rahmet diliyorum. Allah bir daha bize böyle günler göstermesin.

Konunun ekonomik boyutu da ne yazık ki sağlık kadar büyük. Dev fabrikalar kapalı kaldı ve milyarlarca dolar değerindeki sipariş iptal oldu. Ödeme düzenleri bozuldu, küresel finansal hareketlilik durdu. Devletimizin ve hükümetimizin gerek pandemiyi kontrolü için verdiği mücadeleyi gerekse ekonomik olarak ülkemizi ayakta tutma çabalarını takdirle izledik. Özellikle Avrupa ve ABD'de de yaşananları gördükten sonra ülkemize ve insanımıza duyduğumuz güven pekişti. Biz pek çok sebeple iyimseriz. Ama insanımızın devletiyle zor zamanlarda bir olabilmesi gerçekten bizi diğerlerine göre avantajlı kılıyor.

Birliğimiz bu süreçte bilginin kesintiye uğramadan yayılması için çalıştı. Firmalarımızın hak ve hukuklarının korunması, firmalarımızın bunlardan haberdar olması için elimizden geleni yaptık. Şehrimizde ve bölgemizdeki sektörleri ve firmaları izledik. Tabiri caizse bir hasar tespiti yaptık. Görüş ve taleplerinizi doğru mercilere ilettik. İletmeye de devam edeceğiz. Şimdi tedbiri elden bırakmadan toparlanma zamanı.

2020 elbette rakamlar açısından önceki yılların gerisinde kalacak ama pek çok açıdan yeni bir dönemin de miladı olacak. Bu tespitin sonuçlarını 2021 itibarıyla görmeye başlayacağız. Ama her şeyden önemlisi sağlık. Hepiniz için sağlıklı bir hayat diliyorum. Sağlık olduktan sonra her şeyin üstesinden geliriz.

Saygılarımla,



TURKEY

Discover the potential

Türkiye hikayesini dünyaya anlatıyor!

Hem **Doğuyuz** hem **Batıyız** biz. **Medeniyetlerin buluştuğu** bu topraklarda birlikte güçlü, birlikte zengin bir harmoninin ahengiyiz. Azmi **inovasyonla** bilenen, genç ruhu tutkuyla **büyüyen** bir ülkeyiz biz.

Türkiye gücünü ve hikayesini **yeni markasıyla** dünyaya anlatıyor.

Potansiyeli keşfet:
turkeydiscoverthepotential.com

#gücünükeşfettürkiye



12

COVID 19'UN RAKAMLARA YANSIYAN YÖNÜ ELDE EDEBİLECEĞİMİZ GELİRİN YARISINI KAYBETTİK

Denizli'nin de lokomotifini olan tekstil ile birlikte otomotivde yaşanan ihracat kaybı 100 yıl içinde bir ilk. Sadece tekstil sektörünün ilk beş aydaki kaybı 1 milyar dolar. Bütün bunlara rağmen Denizli geleceğe umutla bakıyor.



20

“YENİ DÖNEM BİRÇOK FIRSATI DA BERABERİNDE GETİRECEK”

Salgının etkileri geçtiğinde yeni bir dönemin bizi beklediğini belirten DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu “Ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin yeniden şekilleneceği, belki de iş yapış biçimlerinin dönüşüme uğrayacağı yeni dönem birçok fırsatı da beraberinde getirecek” diyor.

24

Denizli İhracatını Arttıracak Proje

“SENDEN İHRACATÇI OLUR”



16

BERAT ALBAYRAK, DENİZLİ İŞ DÜNYASI BULUŞMASI'NDA KONUŞTU

SAHİBİ
Denizli İhracatçılar Birliği adına
Uğur Dayıoğlu

YAYIN KURULU
Hüseyin Memişoğlu
İbrahim Uzunoglu
Mukaddes Başkaya
Osman Ugurlu
Pelin Şensöz
Bekir Serdar Mutlubaş
Uğur Dayıoğlu
Şadiye Baykent

YÖNETİM YERİ
Akhan Mahallesi 246 Sokak
No: 8 Posta Kodu 20140 Pamukkale - Denizli
T.: 0 258 274 66 88
F.: 0 258 274 72 22-62
denib@denib.gov.tr
www.denib.gov.tr

YAPIM


küçük mucizeler
yayincilik ve iletisim

EDİTÖR
Ulaş Atay

GRAFİK TASARIM
Belkis Coşkun

REKLAM PLANLAMA KOORDİNATÖRÜ
Sinan Kayrancı
sinankayranci@kucukmucizeler.com

İLETİŞİM
Kaptanpaşa Mah. Darülaceze Cad.
Bilaş İş Merkezi A Blok No: 31 K: 6
D: 63 Şişli/İstanbul
(0212) 211 68 53 - 73

KATKIDA BULUNANLAR
Denizli İhracatçılar Birliği
ARGE, Eğitim ve Organizasyon Şubesi

BASKI
Plusone Basım
Maltepe Mahallesi Litros Yolu Cad.
2. Matbaacılar Sitesi, 34010 Topkapı / İSTANBUL
Tel : 0212 544 58 20
Web: www.plusone.com

Üç ayda bir yayımlanır.

DENİB AKTÜEL Dergisi DENİB adına Küçük Mucizeler Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti. tarafından yayına hazırlanmaktadır.

DENİB AKTÜEL Dergisi DENİB üyelerine ücretsiz olarak dağıtılır. DENİB AKTÜEL Dergisi adı kullanılarak alıntı yapılması yazılı izne tabidir. Gönderilen yazı ve fotoğraflar iade edilmez. Yayımlanan makalelerdeki görüşler yazarına aittir.



28

COVID-19 SONRASI İŞE DÖNÜŞ REHBERİ

Covid-19 salgını nedeniyle bir süredir işlerine ara vermek ya da çalışmalarını uzaktan yürütmek zorunda kalan herkesin işe dönmeye başladığı bugünlerde nelere dikkat edilmesi gerekiyor? Nelerin yapılması, nelerin yapılmaması, nelere dikkat edilmesi gerektiğine dair tüm yanıtları bu rehberde bulacaksınız.

38

 **SEVAL KABLO** | *40 Yıl*

“YENİ ÜRÜNLERE VE FİKİRLERE YATIRIM YAPAN DİNAMİK BİR BAKIŞ AÇISINA SAHİBİZ”



42

KORONAVİRÜS SÜRECİNDE DEVLET DESTEKLERİ

50



TARİHİN EN TARTIŞILAN KARMASINDAKİ GERÇEKLER

AVRUPA MERKEZ BANKASI FAİZ ORANINI SABİT TUTTU; PANDEMİ DESTEĞİNİ 600 MİLYAR EURO ARTTIRDI

Avrupa Merkez Bankası'nın (ECB) düzenlediği yönetim toplantısında faiz oranlarında değişikliğe gidilmemesi ve krize karşı destek programının artırılmasına karar verildi.

Banka, Pandemi Acil Varlık Alım Programı'na 600 milyar euro daha ekleyerek toplam mali desteğini 1,35 trilyon euro'ya çıkardığını duyurdu. Bu kapsamda ECB, uzun vadeli faiz oranlarını düşük tutabilmek için bankalardan şirket ve devlet senetleri satın almaya devam edecek. Merkez Bankası ayrıca yardımların 2020 yılı sonuna kadar değil, önümüzdeki yılın haziran ayına kadar devam edeceğini belirtti.

Bu yardımların belli ülkeler özelinde olmadığını açıklansa da ECB'nin İtalya'dan diğer ülkelere oranla daha fazla senet aldığı biliniyor. Banka bu sayede salgından en fazla etkilenen ekonomilerden birinin üzerindeki baskıları hafifletmeyi hedefliyor. Avrupa Merkez Bankası, bankalara verdiği kredide yüzde 0 faiz uyguluyor. Bu bankaların sahip olduğu fazla nakdi kredi olarak vermelerini teşvik içinse merkez bankası, depozitolara gecelik eksi 0,5 faiz uyguluyor.



ABD'DE İŞSİZLİK ORANI MAYISTA YÜZDE 13,3'E GERİLEDİ



ABD Çalışma Bakanlığı, mayıs ayına ilişkin istihdam raporunu açıkladı. Buna göre, ülkede tarım harici sektörlerde istihdam, mayısta 2,5 milyon kişi arttı. Tarım dışı istihdam verisine ilişkin piyasa beklentisi, mayısta 8 milyon kişi azalması yönündeydi. Bu dönemde tarım dışı istihdamın artmasında, yeni tip koronavirüs (Kovid-19) salgını ve buna karşı alınan önlemlerin etkisiyle mart ile nisan ayında kısıtlanan ekonomik faaliyetin mayıs ayında sınırlı bir şekilde yeniden normale dönmesi etkili oldu. İstihdam artışının mayısta en çok görüldüğü sektörler, dinlenme ve konaklama, inşaat, eğitim ve sağlık hizmetleri ile perakende ticaret olarak sıralandı.

Tarım dışı istihdam rakamlarına ilişkin mart ve nisan ayı verilerinde de revizyona gidildi. Buna göre, mart ayında tarım dışı istihdam azalışı, 881 binden 1,4 milyona ve nisan ayı verisindeki düşüş ise 20,5 milyondan 20,7 milyona revize edildi.



DÜNYA BANKASI “KALICI HASAR” UYARISINDA BULUNDU

Dünya Bankası, yeni tip koronavirüs (Kovid-19) salgınının uzun vadede gelişmekte olan ülkelerde kalıcı hasar bırakabileceğini ve potansiyel üretimle işgücü verimliliğini azaltabileceğini duyurdu. Bankanın Küresel Ekonomik Beklentiler Raporu'nun analitik bölümleri yayımlandı. Raporunda, Kovid-19 salgınının küresel ekonomiye ciddi bir darbe indirdiğine işaret edildi. Dünya Bankası'nın raporunda, “Halk sağlığını korumak için gereken önlemler, gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde derin resesyona neden olarak halihazırda kırılgan olan küresel ekonomiye zarar verdi” değerlendirilmesinde bulunuldu. Zayıf sağlık sistemine sahip gelişmekte olan ülkelerde ekonomileri küresel ticaret, turizm ve emtia ihracatına dayalı

olanların özellikle zorluk yaşayacağına dikkati çekilen raporda, enerji ihraç eden ülkelerin halk sağlığı krizinin yanı sıra petrol gelirlerindeki düşüşle bile mali pozisyonlarının kötüleştiği aktarıldı.

“Salgın, üretim ve verimliliği azaltacak”

Raporunda, “Salgın; uzun vadede gelişmekte olan ülkelere yatırımların azalması, eğitim ve iş kaybı nedeniyle fiziksel ve beşeri sermayenin erozyonu, küresel ticaret ve tedarik bağlantılarının azalmasıyla kalıcı hasar bırakacak. Bu etkiler, gelecekte potansiyel üretim ve işgücü verimliliğini azaltacak” ifadeleri kullanıldı.

Acil politika önlemlerinin sağlık sistemlerini desteklemesi, salgının ekonomik faaliyet ve

istihdam üzerindeki kısa vadeli etkisini hafifletmesi gerektiğinin altı çizilen raporda, salgının uzun vadeli büyüme beklentileri üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılması için kapsamlı reform çabalarına ihtiyaç olduğu kaydedildi.

Raporunda, Kovid-19 salgınına karşı alınan önlemlerin petrol talebinde de benzeri görülmemiş bir düşüşe, petrol stoklarında artışa ve mart ayında petrol fiyatlarında rekor düzeyde bir düşüşe neden olduğu hatırlatıldı. Diğer ülkelerde olduğu gibi enerji ihraç eden gelişmekte olan ülkelerin de benzeri görülmemiş bir halk sağlığı kriziyle karşı karşıya olduğu vurgulanan belirtildiği raporda, bu ülkelerin mali pozisyonlarının petrol fiyatlarında yaşanan düşüşten önce kötüleştiği aktarıldı.



JAPONYA EKONOMİSİNDE GÜVEN 10 YILIN EN DÜŞÜĞÜNDE

Japonya ticari güven endeksinde düşüş Mayıs ayında da devam etti ve endeks son on yılın en düşük seviyelerine geriledi. Ülkede şirketler, koronavirüs nedeniyle ekonomide daralma yaşanacak dönem için pozisyon alıyor.

Dünyanın en büyük üçüncü ekonomisi Japonya koronavirüsün hem ülke içindeki hem de dışındaki tüketicilerden gelen talebi kesmesi sonucu Ocak-Mart döneminde dört buçuk yıldan sonra ilk kez resesyona girdi.

Reuters Takan anket verilerine göre imalat sektöründe güven endeksi -30'dan -44'e gerileyerek Haziran 2009'dan bu yana en düşük seviyeye inerken, hizmet sektörü güven endeksi -23'ten -36'ya düşerek Aralık 2009'dan bu yana en düşük seviyeye geriledi. Bu rakamın negatif olması kötümserlerin iyimserlere baskın geldiği anlamına geliyor.

Anket önümüzdeki üç aylık dönem için güven endeksinin imalat sektöründe -51, hizmet sektöründe -48 seviyesine gerileyeceğine işaret ediyor.

AB'NİN 750 MİLYAR EURO TUTARINDAKİ KURTARMA PROGRAMI TEMMUZDA İMZALANABİLİR



AB'nin ekonomiden sorumlu komiseri Gentiloni, 750 milyar euro'luk kurtarma programının Temmuz'da tamamlanmasının beklendiğini kaydetti. Avrupa Birliği'nin (AB) ekonomi şefi, bazı ülkelerden masada bulunan taslağa yönelik muhalif seslerin gelmesine rağmen, topluluk ekonomilerinin koronavirüsün neden olduğu resesyondan çıkmasına yardımcı olabilmek için hazırlanan 750 milyar euro'luk paketin anlaşmasının Temmuz ayında imzalanabileceğini kaydetti.

Liderler AB'nin icra organı Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan ve bölge ülkelerine 500 milyar euroya kadar hibe ve 250 milyar euroya kadar kredi sağlamayı içeren planı yakında tartışmaya başlayacak. Yürürlüğe girmesi için halen AB hükümetlerinin onayı gereken program, topluluk için daha derin bir finansal entegrasyona yönelik önemli bir adım olan ortak tahvil ihracı yoluyla fonlanacak.

AB'nin Ekonomik İşlerden Sorumlu Komiseri Paolo Gentiloni, Bloomberg TV'ye yaptığı değerlendirmede, "Avrupa Konseyi'nin anlaşmasının Temmuz ayında imzalanmasının mümkün olduğunu düşünüyorum" dedi. Gentiloni, Almanya'nın 1 Temmuz'da birliğin dönem başkanlığını devralmasının paket konusunda anlaşmaya varılmasına yardımcı olacağını sözlerine ekledi.



MURAT ÖZYEĞİN: “DÜNYADA TÜRK ÜRÜNLERİNE TALEP GİDEREK ARTACAK”

Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Türkiye-Hollanda İş Konseyi Başkanı ve FİBA Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Murat Özyeğin, yeni tip koronavirüs (Kovid-19) salgınının, gelişmiş ekonomilere küresel tedarik zinciri içinde tek ülkeye, yani

Çin’e bağımlılığın ağır risklerini gösterdiğini belirterek, “Dünyanın pek çok noktasında olduğu gibi bu sürecin bir etkisi olarak Hollanda’da da tedarikçi ülkeleri çeşitlendirme eğilimi güçlenecektir. Bu süreçte Türkiye gibi Avrupa’ya

yakın mesafedeki alternatif ve güvenilir tedarikçilerin daha fazla aranacağını, özellikle Türk ürünlerine olan talebin giderek artacağını düşünüyorum” dedi. Türkiye ile Hollanda arasındaki ilişkilerin kökleri yüzlerce yıl öncesine dayanırken, iki ülke arasındaki ticaret hacmi de her geçen yıl artış gösteriyor. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, Türkiye, bu yılın ilk dört ayında Hollanda’ya 1,7 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken, bu ülkeden de 1,2 milyar dolarlık ithalat yaptı.

“Umuyoruz ki Türkiye, bu süreçten güçlenerek çıkan ülkeler arasında yer alacak”

Salgınla mücadelede alınan önlemler nedeniyle kesintiye uğrayan ticari faaliyetlerin, dünya ekonomisinin hızlı şekilde daralmasına sebep olduğunu belirten Özyeğin, pek çok gelişmiş ülkenin, ekonomik sistemlerini ayakta tutabilmek için kamu yardımlarına başvurduğunu hatırlattı. Özyeğin, devletlerin, şimdilik bu maliyetleri üstlendiğini ancak bu durumun kamu borçlarını da önemli ölçüde artırdığını söyledi. Bu borçların ödenebilmesi için ekonomik faaliyetlerin yeniden hız kazanması ve dünya ekonomisinin yeniden büyüme yoluna girmesi gerektiğini vurgulayan Özyeğin, “Diğer yandan, bu süreci tüm sektörlerin aynı ağırlıkta yaşadığını söyleyemeyiz. Tamamen duran faaliyet alanları olduğu gibi e-ticaret, kargo ve bazı teknolojik çözüm şirketleri gibi bu dönemde gelirleri artan sektörler de oldu. İyileşmenin hızı ve derinliği, her ülkede ve her sektörde farklı şekilde olacaktır. Umuyoruz ki Türkiye de bu süreçten güçlenerek çıkan ülkeler arasında yer alacaktır” diye konuştu.

BORSADAN ÜST ÜSTE YÜKSELİŞ RALLİSİ REKORU GELDİ

Borsa İstanbul'da BIST 100 endeksi, 5 Haziran 2020 itibarıyla üst üste 13'üncü işlem gününü de yükselişe tamamlayarak, tarihinde ilk kez bu türde bir ralliye imza attı. BIST 100 endeksi, 15 Mayıs'ta başlayan ve 5 Haziran'daki kapanışa kadar devam eden 13 günlük ralli ile tarihinin aralıksız en uzun soluklu çıkışını yaptı. Analistler, özellikle holding, ticaret ve gayrimenkul yatırım ortaklığı hisselerinde yoğunlaşan alımların genele yayılması durumunda BIST 100 endeksinin 111 bin direncini aşabileceğini ve sırasıyla 115 bin ve 120 bin seviyelerinin gündeme



gelebileceğini belirtti. Yeni tip koronavirüs salgını sonrası vaka sayısındaki azalma ve hükümetlerin karantina tedbirlerini kaldıracağına yönelik iyimserlikle başlayan pay piyasalarındaki yükseliş, küresel ekonomilerde

beklenenden iyi gelen makro ekonomik veriler, döviz kurlarında azalan oynaklık ve majör merkez bankalarının ekonomiyi desteklemeye devam edeceklerine yönelik açıklamalarıyla bugüne kadar devam etti.

TİSK BAŞKANI AKKOL: "TÜRKİYE 11 SEKTÖRDE ÇOK İDDİALİ"

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK), yeni dönemde Türkiye'nin avantajlı olabileceği sektörleri araştırdı. Konfederasyonun çalışmasında Avrupa ve çevresindeki 39 ülke kıyaslandı ve ayakkabı, kâğıt, tekstil, konfeksiyon, tarım, metal, toprağa dayalı (çimento, seramik gibi) alanlarında Türkiye'nin çekiciliği ve potansiyeli en güçlü ilk iki ülkeden biri olduğu görüldü. Ağaç, mobilya, mineral, savunma, kimya, gıda, plastik gibi endüstrilerde de Türkiye ilk 10'da yer alıyor. Almanya,

İspanya, Çekya, Polonya olası rakipler olarak öne çıkarken Bulgaristan, Romanya, Macaristan gibi ülkeler de yine rekabet içinde olunacak ülkeler arasında sayılıyor. TİSK Başkanı Özgür Burak Akkol, Avrupa ve ABD'de toplam 140 milyar dolarlık bir pazarın söz konusu olduğunu belirtirken, sadece ABD'nin ithalatındaki Çin payının 90 milyar dolar olduğunu vurguladı. Bu payın başka ülkelere kaydırılacağını ve Türkiye için büyük bir fırsat olduğunu



belirten Akkol şunları söyledi: "İhracat portföyümüze Avrupa ve Afrika'dan sonra Amerika'yı da ekleyebilmek önemli bir kazanım olacak. En önemli dış ticaret partnerlerimiz Almanya, İngiltere, İtalya ve Fransa'ya daha çok ihracat yapmamız da kaçınılmaz görünüyor."



BAKAN PEKCAN: “HAZİRAN AYI GEÇİŞ DÖNEMİ OLACAK”

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, İstişare Kurulu'nun video konferans yöntemiyle gerçekleştirilen 14'üncü toplantısında haziran ayının bir geçiş dönemi olacağını altını çizdi.

Önümüzdeki dönemi, Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin yeniden toparlanmasını beklediği ve dünya genelinde kademeli bir nor-

malleşmeye geçişin olacağını düşündüğü bir dönem olarak tanımlayan Pekcan sözlerine şu şekilde devam etti: “Mayısta ara ve yatırım mali ithalatı toplam ithalatın yüzde 91,2'sini oluşturdu. İnşallah bunun en kısa zamanda üretime ve ihracata dönmesini bekliyoruz. Haziran ayı bizim için bir geçiş dönemi olacak ama biz bu geçiş dönemini çok hızlı

atlamak durumundayız. Sağlık alanında göstermiş olduğumuz performansa dayalı ayrışmamızı ekonomi ve ticaret alanında da göstermek zorundayız. Bunun için el ele vererek sizlerle doğru, yerinde adımlar atmamız ve devletimizin kaynaklarını en uygun ölçüde, doğru adreslerde kullanmamız lazım. Ben bu süreci, üretim kapasitemiz, eğitimimiz, işgücümüz ve Türkiye’de iş insanlarımızın ve ihracatçılarımızın dinamizmiyle çok başarılı bir şekilde atlatacağımıza inanıyorum.”

“Yurt dışı lojistik merkezleri çalışmasını hızlandırıyoruz”

Salgının Türkiye ekonomisi üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılması, yerli sanayinin artan ithalat baskısına karşı korunması ve üretim kapasitesinin artırılması amacıyla yakın zamanda bazı ilave gümrük vergileri getirildiğini belirten Pekcan şunları kaydetti: “Dünyada olduğu gibi biz de bu geçici önlemleri almak zorundayız. Bu süreçte Türkiye’de üretilebilir bazı ürünlerin maalesef yurt dışından getirildiğini görüyoruz. Bizim aldığımız önlemler yerli üreticiyi korumaya yöneliktir. Yatırımcılarımıza, Ticaret Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı olarak her türlü desteği vermeye hazırız. Yeter ki iş insanlarımız Türkiye’nin dışa bağımlı olduğu ürünlere yönelik yatırım yapsın.” Pekcan, yurt dışı lojistik merkezleri çalışmasına da ağırlık vereceklerini ifade ederek, yeni dönemde artık hızlı teslimatların yapılabileceği lojistik merkezlerinin önem kazandığını, bu sebeple söz konusu çalışmayı hızlandıracaklarını söyledi.

COVID-19'UN RAKAMLARA YANSIYAN YÖNÜ

Denizli'nin de lokomotifini olan tekstil ile birlikte otomotivde yaşanan ihracat kaybı 100 yıl içinde bir ilk. Sadece tekstil sektörünün ilk beş aydaki kaybı 1 milyar dolar. Bütün bunlara rağmen Denizli geleceğe umutla bakıyor.

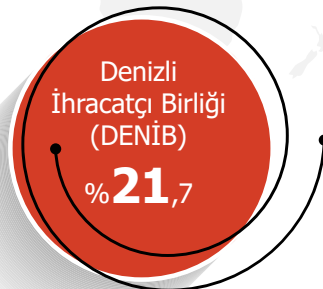
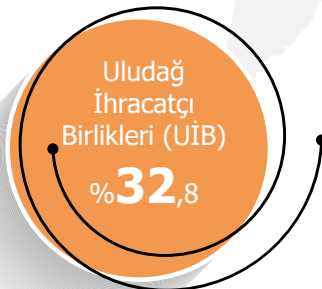
COVID-19'dan sonra nelerin eskisi gibi olmayacağını bekleyip göreceğiz. Ancak COVID-19 sırasında yaşanan kayıp artık rakamlara yansdı. Zor geçen 2019'un ardından 2020'ye büyük umutlarla girilmişti. Türkiye genel ihracatında 200 milyar dolar psikolojik sınırı yeni hedefti. Aslında ihracatçı yıla yine iyi başladı. 2020'nin ilk ayında genel ihracat 6,1 arttı. 12 aylık periyotta ise artış yüzde 2,2 oldu. Denizli için de 2020 kötü başlamadı; ocak ayında ihracat bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 4,7 oranında arttı. Ancak mart ayında salgının Avrupa'ya ulaşması ve Türkiye'de de ilk ölüm vakasıyla birlikte dramatik bir gerileme yaşandı. Denizli'nin ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre martta yüzde 16,6, nisanda yüzde 41,1 mayıs ayında

ise yüzde 48,4 oranında geriledi. Böylece yalnızca ilk beş ayda net 250 milyon dolar ihracat kaybı yaşandı. Bu, şu ana kadar rakamlara yansıyan kayıp. Kapanan fabrikalar, bozulan ödeme planları, ertelenen yatırımlar, kaybedilen yetişmiş işgücü, sektöre uğrayan lojistik ve sarsılan güvenin yarattığı alternatif maliyetlerle birlikte tam bir hasar raporu ancak bu yılın sonunda ortaya çıkacak.

Kayıp tekstil ve otomotivde çok büyük

İptal olan siparişlerin -dolayısıyla kaybolan ihracat gelirinin- sektörel bazda en çok tekstil, hazır giyim ve otomotiv sektörünü etkilediğini de ihracatçı birliklerinin ilk beş aylık performanslarını incelediğimizde görüyoruz. Otomotiv sektörünü içine alan Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB)

yılın ilk beş ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre ihracat gelirinin yüzde 32,8'ini kaybetmiş. Onu İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İTKİB) yüzde 28 ile takip ediyor. Aynı dönemde Denizli İhracatçı Birliği (DENİB) ise bir önceki yılın aynı dönemine göre tam yüzde 21,7 ihracat kaybı yaşamış. Bu sebeple tekstil sektörüne biraz daha yakından bakmakta fayda var. TİM kayıtlarına göre tekstil sektörü yıla (ocak ayı) 673 milyon dolar ihracatla başlıyor. Mayıs 2020'de ise aylık ihracat 369 milyon dolara kadar düşüyor. İlk beş ayda toplam tekstil ihracatı 2,5 milyar dolara güçlükle ulaşıyor. Sadece mayıs ayında tekstilin bir önceki yılın mayıs ayına göre ihracat kaybı yüzde 53. Ocak-mayıs döneminde ise kayıp yüzde 26. Bu kaybın rakamsal karşılığı tam bir milyar dolar.





Denizli iller arasında yerini koruyor

2020'nin ilk beş ayına iller bazında bakıldığında ise Denizli yine ilk 10 içindeki yerini korumayı başarıyor. Denizli, ocak-mayıs döneminde bir milyar dolar ve üzerinde ihracat yapan yalnızca dokuz şehirden biri. İhracatta illere göre yaşanan değişimler de tekstil ve otomotiv sektörünün yaşadığı kayıp belirleyici olmuş durumda. İstanbul, Kocaeli ve Bursa yine ilk üçte. Bu şehirler de hem tekstil hem de otomotiv üretiminin yoğun olduğu iller.

Dünyaya bir bakış

Fakat COVID-19 tam anlamıyla küresel bir kriz. ABD ve AB gibi

nispeten korunaklı ekonomiler belki de bir kez en az Çin kadar bu krizden etkilendiler. Böylece üretim kadar talep de durdu. Harcamalar azalırken, tasarruflar eridi. Kaybolan güven bozulan moraller sonrası ortaya çıkan sosyal sorunların maliyeti ise henüz hesaplanabilmiş değil. Ama bütün göstergeler küresel bir duraklama dönemine, üstelik bu kez hep beraber girmiş olduğumuzu gösteriyor. Dünya Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), 2020 yılının ilk yarısında dünya ekonomisinde yüzde 2,4 oranında keskin bir şekilde küçüldüğünü açıkladı. Uluslararası derecelendirme kuruluşlarından Fitch Ratings ise, 2020 yılında "derin" bir küresel resesyon beklediğini

ifade etti. Küresel ekonominin bu yıl yüzde 1,9 daralmasını öngören kuruluş, 2021 yılında dünya ekonomisinin yüzde 4,3'lük büyüme göstermesini bekliyor. Aynı kurum salgının devam etmesi durumunda, ABD ekonomisinin 2020 yılını yüzde 3,3, Avrupa Bölgesi'nin ise yüzde 4,2 daralma ile kapatacağını; Çin ekonomisinin ise bu yılki büyümesinin yüzde 1,6 olacağını hesaplıyor. Türkiye ekonomisinin 2020 yılını yüzde 0,8'lik büyüme ile kapatacağını öngören Fitch'e göre gelişmiş ülkeler 2020 yılında ortalama yüzde 3,4 daralırken, gelişen piyasalar ise 2020'de yüzde 0,7'lik bir büyüme gösterecek. Asya Kalkınma Bankası ise salgının altı ay sürmesi halinde dünya ekonomisine maliyetinin yaklaşık 350

milyar dolara ulaşacağını tahmin ediyor.

Tahminler

2020 yılının ardından kayıplar sarılmaya başlansa da en büyük sorun işsizlik olacak gibi görünüyor. Özellikle gelişmiş ekonomilerde işsizliğin çift basamaklara çıkması, bilhassa genç işsizliğinin artışı gerçekten de hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağını, hatta olamayacağını göstergesi gibi. Çin'in yüzde 2'nin altında büyü-

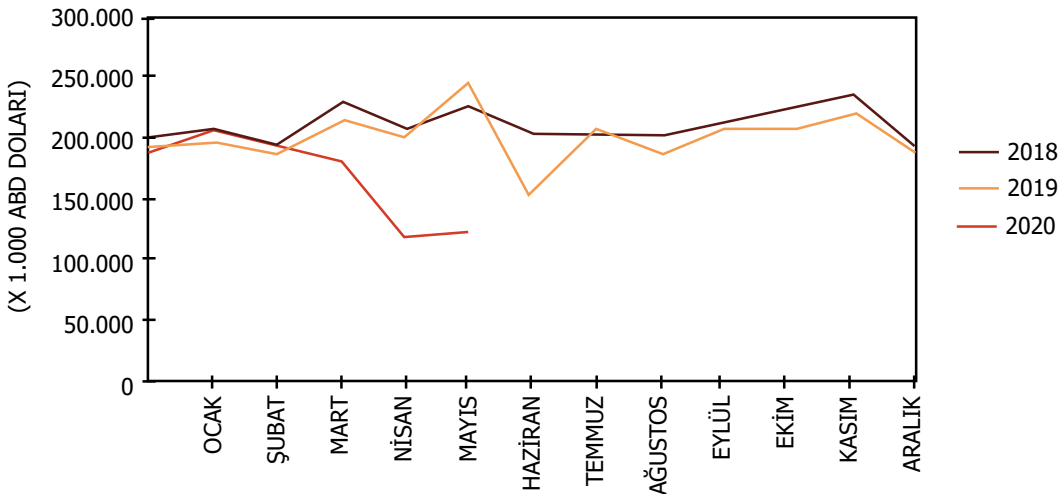
düğü, ABD ve AB'nin nisbi olarak küçüldüğü bir dönemde işsizlikle baş etmek için yeni yatırım üretmek de zor görünüyor. Üstelik bütün bunlar "Ticaret Savaşları" denen yeni bir zorlu döneme denk gelmiş durumda. Fakat iyimser olanlar, özellikle bu "Ticaret Savaşları" sürecinin ve Çin'in uzlaşmaz tavırlarının siparişleri Türkiye gibi alternatif ve yüzünü Batı'ya dönmüş ülkelere kaydıracağını söylüyor. Ucuz finansman, siyasi istikrar ve yönetilebilir girdi

maliyetleri ile Türkiye pek çok yerli ve yabancı uzmana göre avantajlı durumda.

Denizli İhracatçı Birliği Başkanı Hüseyin Memişoğlu da bu isimlerden biri. Memişoğlu "Ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin yeniden şekilleneceği, belki de iş yapış biçimlerinin dönüşüme uğrayacağı yeni dönem birçok fırsatı da beraberinde getirecek" diyor. (Başkan Memişoğlu'nun bu konudaki detaylı görüşlerini ilerleyen sayfalardaki röportajında okuyabilirsiniz.)

İLLER	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	TOPLAM
İSTANBUL	5.593.899,74	5.762.397,24	5.261.128,08	3.657.061,35	3.821.568,75	24.096.055,16
BURSA	1.170.875,09	1.298.094,38	1.097.971,31	436.989,48	575.290,36	4.579.220,63
KOCAELİ	1.299.521,63	1.066.838,56	1.087.497,10	466.052,97	626.002,47	4.545.912,73
İZMİR	877.631,77	748.646,59	793.610,17	582.478,82	588.706,70	3.591.074,05
ANKARA	619.083,34	597.507,14	600.778,80	551.493,32	549.882,33	2.918.744,93
GAZİANTEP	615.689,86	630.691,10	608.772,59	462.133,82	484.095,34	2.801.382,71
SAKARYA	509.408,86	504.197,83	301.737,11	36.178,55	171.703,73	1.523.226,07
MANİSA	272.128,32	310.681,74	326.247,56	247.377,18	254.433,73	1.410.868,53
DENİZLİ	259.354,65	244.948,88	240.409,22	165.129,67	163.962,68	1.073.805,11
HATAY	217.900,75	199.420,58	163.014,78	178.757,04	167.774,89	926.868,05

DENİZLİ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ
AYLIK İHRACAT KAYIT RAKAMLARI



FARKINIZ MARKANIZ OLSUN



Markiz Patent, 30 yıllık deneyimiyle
marka patent tescil
işlemleriniz için hizmetinizde

En büyük başarımız referanslarımız

MA[®]KİZ PATENT

www.markiz.com.tr  markizpatent

BERAT ALBAYRAK, DENİZLİ İŞ DÜNYASI BULUŞMASI'NDA KONUŞTU

Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak, "Denizli İş Dünyası Buluşması" kapsamında, Nihat Zeybekci Kongre ve Kültür Merkezi'nde gerçekleştirilen organizasyonda bir konuşma yaptı. Ülke ekonomisi için istihdam, katmadeğer ve ihracata bağlı olarak tekstil ve hazır giyim sektörünün desteklenmesi amacıyla yeni bir finansman programı hazırladıklarını belirten Albayrak, "Bu, sektör değer zinciri içerisinde yer alan, hammadde üretiminden perakende ticarete kadar tüm tekstil ve hazır giyim faaliyetlerini kapsayan genel bir paket" dedi.

Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak, 9 Mart 2020 tarihinde Nihat Zeybekci Kongre ve Kültür Merkezi'nde gerçekleştirilen "Denizli İş Dünyası Buluşması" organizasyonunda bir konuşma yaptı. Konuşmasına, "Bahar Kalkanı Harekati'nda şehit düşen askerlerimize Allah'tan rahmet diliyorum" diyerek başlayan Bakan Albayrak, yaralı askerlerimize de acil şifalar diledi.

"Son çeyrekte daha iyi bir büyüme görürseniz şaşırmayın"

Son açıklanan ekonomik verilerin Türkiye'de güvenin arttığını, yatırımların devreye alındığını ve üretimde güçlü toparlanmanın başladığını gösterdiğini vurgulayan Albayrak, "Enflasyondaki

kararlı duruş, bu yıl için hedeflediğimiz yüzde 8,5'lik oranı Allah'ın izniyle çok rahat bir şekilde yakalayacağımızı ortaya koyuyor. Bundan kimsenin şüphesi olmasın. Ocak çok iyi geldi, şubat rakamları gayet iyi. Bütçe, gelir, kapasite rakamları tüm bu çerçevede.

"Tekstilde yeni yatırımları, yerli makine ve ürün alımı koşuluyla ivme finansman paketi kapsamında stratejik sektörler içine alarak, bu çerçevede sektörde aynı ivmede olduğu gibi 0-7 yıl vadeli sabit yüzde 8,5 veya TLREF artı 1,5, 7-12 yıl vadeli TLREF artı 2 ile maliyetli finansman paketini hizmete sunuyoruz."

Rakamlara baktığımızda son çeyrek yüzde 6 büyümeden daha iyi bir ilk çeyrek büyümesi görürseniz şaşırmayın" değerlendirmesinde bulundu.

İhracatçıları desteklemeye devam edeceklerini, ithalatı artıracak gelişmeleri de gün gün yakından takip ettiklerini belirten Bakan Albayrak sözlerine şu şekilde devam etti: "İthal cep telefonları, beyaz eşya, otomotiv, ithalata dayalı eski Türkiye'de; ithalata dayalı tüketim ürünlerini biz taksit yaptırıp uzun taksitli bir şekilde bunlara avantajlı bir şekilde tüketim ortamı sağlayacağız; artık yok. Taksit imkânlarını da yerli ve yabancı firmalarımız arasında ayıracağız. Ben niye ithal mala kendi finansman ve likidite kaynağımla uzun vadeli



finansman ortamı sağlayayım? Yerli üreticilerin ürettiği mallara bu imkânı sağlamayacağım da niye ithale sağlayayım!"

"Ayakları yere sağlam basan bir ülke noktasındayız"

Daha 1,5 sene öncesine kadar "Türkiye battı" yorumlarının yapıldığını hatırlatan Albayrak şöyle konuştu: "Biz kimseden bir kuruş, bir dolar almadık, işimize baktık. Türkiye'nin kapasitesine, bilançosuna, potansiyeline, tüm bu saldırılara, tweetlere, şunlara bunlara, son bir yılda üç seçime rağmen, dünya negatif ayrışırken... Bugün küresel anlamda büyük bir 'Kara Pazartesi' konuşuluyor. Pozitif ayrışan, güçlü şekilde ayakları yere sağlam basan bir ülke noktasındayız. Bu daha başlangıç. Daha da iyi olacak. Son yedi yıldır, ülkemize karşı gerçekleştirilen her saldırı-

da olduğu gibi, Gezi, 17-25 Aralık, 15 Temmuz darbe girişimi, terör eylemleri, Suriye, Irak'ta olanlar... Son 1,5 yılda ekonomik operasyonun tamamında ülkemize karşı enformasyon savaşının gerçekleştirildiğini görüyoruz." Albayrak, AK Parti döneminde çalışana, işçiye, emekliye verilen hakların hiçbir dönemde verilmediğini belirterek, "Biz AK Parti iktidarı olarak milletine borçlu bir devlet teslim aldık ve 17 yılda geldiğimiz nokta da ortada" dedi.

"Ocak çok iyi geldi, şubat rakamları gayet iyi. Bütçe, gelir, kapasite rakamları tüm bu çerçevede. Rakamlara baktığımızda son çeyrek yüzde 6 büyümeye daha iyi bir ilk çeyrek büyümesi görürseniz şaşırmanın."

Vergi affı iddialarına Bakan'dan yanıt

Vergi affı geleceğine yönelik iddiaların doğru olmadığını belirten Albayrak şunları kaydetti: "Amaç ne? Yalan haberle ahlaklı bir şekilde vergi disiplini oturmaya başlayan vatandaş ne yapmaya çalışmak? 'Zaten vergi affı geliyor canım...'; yok. Biz ne dedik, 'Vergi affı yok.' Yapılandırmalar var, sıkıntıda olanlara destekler var... Baktılar ocak vergi rakamları iyi geliyor, şubat da fena değil. 'Bunların bütçe performansı iyi gidiyor, bunları nasıl sekteye uğratarız?' Sabahtan akşama yalan... Bu çerçevede 'Aflar dönemi bitti' demiştik. Ben buradan birinci ağızdan birilerinin yalanına kanmama noktasında bunu tekzip ediyorum." Bakan Albayrak, küresel ekonomi ve finans piyasalarının koronavirüs nedeniyle her gün biraz daha büyüyen bir belirsizliğe doğru

ilerlediğini ancak Türkiye’de hastalığın başladığı ilk günden itibaren en üst ciddiyette konuya yaklaşıldığını ve önlemlerin alındığını söyledi.

“Denizli’den tüm tekstil sektörüne güzel bir haber vermek istiyorum”

Konuşmasına, Denizli’den tüm tekstil sektörüne güzel bir haber vermek istediğini söyleyerek devam eden Albayrak sözlerini şu şekilde sürdürdü: “Ülkemiz ekonomisi için istihdam, katma-değer ve ihracata bağlı olarak tekstil ve hazır giyim sektörünün desteklenmesi amacıyla yeni bir finansman programı hazırladık. Bu, sektör değer zinciri içerisinde yer alan, hammadde üretiminden perakende ticarete kadar tüm tekstil ve hazır giyim faaliyetlerini

Bugün küresel anlamda büyük bir ‘Kara Pazartesi’ konuşuluyor. Pozitif ayrışan, güçlü şekilde ayakları yere sağlam basan bir ülke noktasındayız. Bu daha başlangıç. Daha da iyi olacak.

kapsayan genel bir paket. İşletme ve yatırım kredisi olarak ikiye ayırdık. İşletme başlığında hem imalat hem de ticarete 100 milyon liraya kadar imalat tarafında 12 ay anapara ödemesiz, 60 aya kadar vadeli sabit yüzde 9 veya TLREF artı yüzde 1,5’luk değişken faizli iki seçeneqli bir paket açıklıyoruz. Ticaret tarafında ise 9 aya kadar ana para ödemesiz 36 aya kadar sabit yüzde 10 ya da TLREF artı

yüzde 2’lik faiz seçenekleriyle birinci paketimizi devreye alacağız.” Tekstil sektörüne bir de yatırım finansmanı imkânı sağlayacakları müjdesini veren Albayrak, “Tekstilde yeni yatırımları, yerli makine ve ürün alımı koşuluyla ivme finansman paketi kapsamındaki stratejik sektörler içine alarak, bu çerçevede sektörde aynı ivmede olduğu gibi 0-7 yıl vadeli sabit yüzde 8,5 veya TLREF artı 1,5, 7-12 yıl vadeli TLREF artı 2 ile maliyetli finansman paketini hizmete sunuyoruz” dedi.

Bakan Albayrak, Denizli-Aydın Otoyolu için de “Ben buraya gelmeden Denizli-Aydın Otoyolu imzasını attım. Bakanlığa gönderdim, hayırlı uğurlu olsun. Biz onayı verdik, bizden çıktı” bilgisini de paylaştı.



E-ARŞİV FATURANIZA SERVET HARCAMAYIN

E-ARŞİV FATURANIZI
BİZ DÜZENLEYELİM
SİZ İŞİNİZE BAKIN

1 ₺'YE
e-ARŞİV
FATURA

E-ARŞİV FATURALARINIZI
SADECE 1 ₺'YE DÜZENLEYELİM



0 850 811 34 42
www.verimer.com.tr

“YENİ DÖNEM BİRÇOK FIRSATI DA BERABERİNDE GETİRECEK”

Salgının etkileri geçtiğinde yeni bir dönemin bizi beklediğini belirten DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu “Ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin yeniden şekilleneceği, belki de iş yapış biçimlerinin dönüşüme uğrayacağı yeni dönem birçok fırsatı da beraberinde getirecek” diyor.

DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, Covid-19 salgını sonrası dönemde, yenilikçi çözüm üretebilenlerin; teknolojiye, Ar-Ge’ye, inovasyona, tasarıma ve markalaşmaya her zamankinden daha fazla odaklananların rekabet noktasında ön plana çıkabileceğini düşünüyor.

2019 biterken 2020’ye dair ihracat hedefleri/planları ne yöndeydi sizden öğrenebilir miyiz?

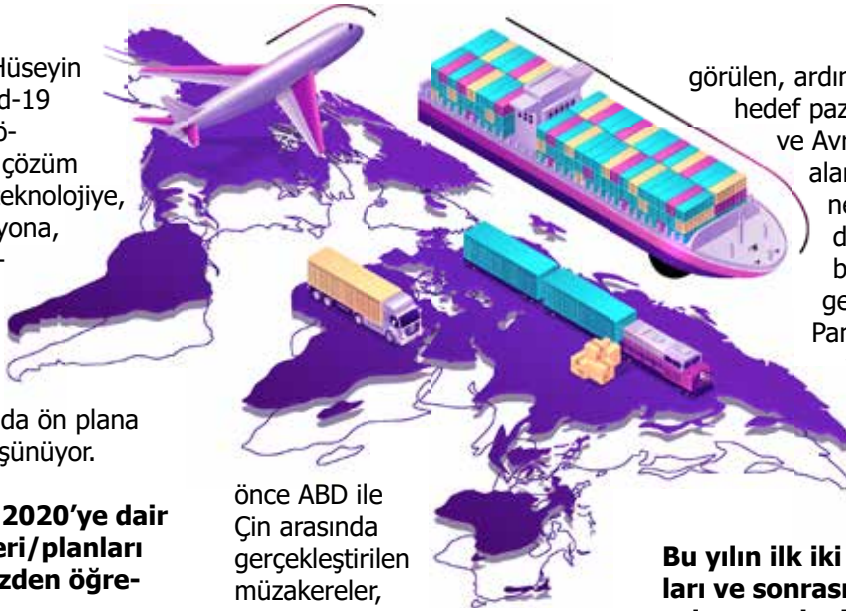
2019’un dünya ticareti adına iyi geçen bir yıl olmadığını söyleyebiliriz. Geçtiğimiz yıl “Ticaret Savaşları”, Brexit belirsizliği, korumacılık önlemleri, jeopolitik riskler gibi dünya ticaretini yakından ilgilendiren birçok olaya şahit olmuştuk. Ancak yılın sonlarına doğru

önce ABD ile Çin arasında gerçekleştirilen müzakereler, sonrasında da Brexit belirsizliğinin ortadan kalkması dünya ticareti adına daha iyimser bir rüzgâr estirmeye başlamıştı. 2020’ye de bu gelişmeler ışığında olumlu bir havada girmiştik. Hem Denizli hem de Türkiye ihracatında bir önceki yıl ulaştığımız rakamların üzerine çıkmayı hedefliyorduk. İlk olarak Çin’de

görülen, ardından en önemli hedef pazarlarımız olan ABD ve Avrupa’yı etkisi altına alan Covid-19 salgını neticesinde neredeyse tüm ülkelerde belirgin bir talep gerilemesi yaşandı. Pandemi, küresel büyüme ve ticarete yönelik beklentilerin aşağı yönlü revize edilmesine neden oldu.

Bu yılın ilk iki ayındaki rakamları ve sonrasına koronavirüs salgını nedeniyle dünyada yaşanan değişim sonrası Denizli’nin ve DENİB üyelerinin ihracat rakamlarını öğrenebilir miyiz?

Ocak ve şubat aylarını ihracat penceresinden değerlendirdiğimizde 2020 yılına çok iyi başladığımızı ifade edebiliriz. Yılın ilk iki ayında DENİB ihracatı geçtiğimiz yıla





kiyasla yüzde 3,2 artarak 400 milyon dolara ulaşmıştı. Denizli ihracatı ise yüzde 2,9 yükselmiş ve 500 milyon doları aşmıştı. Bilindiği gibi ilimiz ihracatının yaklaşık yüzde 60'ı Avrupa Birliği'ne yapılıyor. Bu sebeple euro/dolar paritesindeki artış ihracatımıza olumlu şekilde yansıyor. Ocak-şubat döneminde euro/dolar paritesi 1,14 seviyesinden 1,10 düzeyine düşmesine rağmen ihracatımızın arttığının altını çizmek istiyorum. Bu gelişme yılın geri kalan dönemi için de güçlü bir ipucu niteliğindedir bizim için.

Mart, nisan ve mayıs aylarında ise Covid-19 salgını ihracatımızı etkilemeye başladı. Çünkü salgının yeni merkez üssü en önemli hedef pazarlarımız olan ABD, Almanya, İtalya, Fransa, Hollanda, İspanya gibi ülkelere kaydı ve bu ülkelerde yaşamı neredeyse durma noktasına getirdi.

Çin'le olan ticari ilişkilerdeki dalgalı tutum Denizli'yi ve DENİB üyelerini ne yönde etkiledi?

Geçtiğimiz yıl ABD ile Çin'in başı çektiği "Ticaret Savaşları" dünya ticaretini fazlasıyla etkilemişti. Yüzde 2,6 büyüyen dünya ekonomisini göz önünde bulundurduğumuzda, 2019'un küresel ekonomi tarihinin en zayıf yıllarından biri olduğu yorumunu yapabiliriz.

"Geçtiğimiz yıl ABD ile Çin'in başı çektiği 'Ticaret Savaşları' dünya ticaretini fazlasıyla etkilemişti. Yüzde 2,6 büyüyen dünya ekonomisini göz önünde bulundurduğumuzda, 2019'un küresel ekonomi tarihinin en zayıf yıllarından biri olduğu yorumunu yapabiliriz."

Elbette dünya ekonomisinde yaşanan darboğaz birtakım belirsizlikleri de beraberinde getiriyor. Bu durum da, ithalatçı ülkelerin taleplerinde gerilemeye yol açıyor. Denizli, yılda yaklaşık 180 ülkeye ihracat gerçekleştiriyor ve ülkemizin en fazla ihracat yapan 9'uncu ili konumunda. Dünya ile bu derece entegre olan ve üretimin, ihracatın 7/24 devam ettiği Denizli'de, dünya ticaretinde yaşanan gelişmeler yakından izleniyor. Salgın sonrasında başta ABD olmak üzere, bazı ülkelerin Çin'e yaptırım uygulama düşüncesinin dünya ticaretinin önümüzdeki dönem seyri açısından önemli olduğunu düşünüyorum. Çünkü Çin, bugün dünyanın üretim fabrikası olarak addediliyor. Çin ekonomisinde yaşanacak olası bir yavaşlama dünya ticaretinde daralmayı beraberinde getirebilir. Öte yandan bilindiği gibi Çin birçok sektör için önemli bir tedarik merkezi. Bu açıdan değerlendirdiğimizde Çin'de yer alan tedarik noktalarının dünyanın çeşitli bölgelerine yayılabileceğini, Türkiye'nin de önemli bir tedarik merkezi olabileceğini öngörebiliriz.

"İlimiz ihracatında önemli paylara sahip olan hazır giyim ve konfeksiyon ile elektrik-elektronik sektörleri bu süreçten diğerlerine göre daha çok etkilendi. En az etkilenen sektörlerin ise tarım ve madencilik olduğunu söyleyebiliriz."

DENİB koronavirüs salgınına ne tür çalışmalar yaptı, önlemler aldı?

Salgının ilk gününden bu yana hem Birliğimizde hem de üye firmalarımızda önceliğimiz hep insan sağlığı oldu. Gerekli sağlık tedbirleri alınarak uygun çalışma ortamı

oluşturuldu. Bu noktada, planlamaları doğrultusunda üretim süreçlerine devam eden firmalarımız bulunduğu gibi faaliyetlerini geçici olarak durdurmayı tercih eden firmalarımız da oldu.

“Covid-19 salgınına iletişim yönünden bakacak olursak, söz konusu salgının iletişim şekillerini de belli ölçülerde değiştireceğini öngörüyoruz. Her yıl yüzbinlerce insana ev sahipliği yapan fuarların da özellikle yakın gelecekte bu değişimden etkileneceğini söyleyebiliriz.”

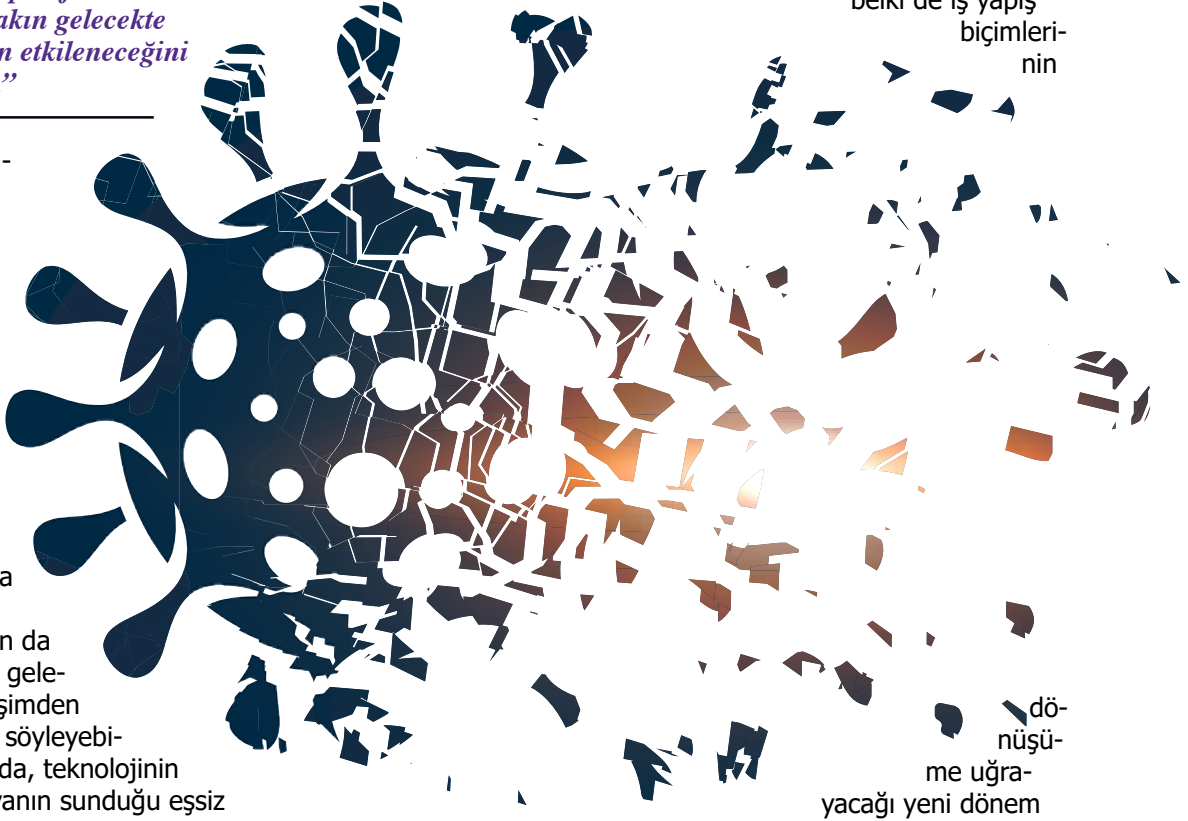
Covid-19 salgınına iletişim yönünden bakacak olursak, söz konusu salgının iletişim şekillerini de belli ölçülerde değiştireceğini öngörüyoruz. Her yıl yüzbinlerce insana ev sahipliği yapan fuarların da özellikle yakın gelecekte bu değişimden etkileneceğini söyleyebiliriz. Bu noktada, teknolojinin ve dijital dünyanın sunduğu eşsiz fırsatlar sayesinde sanal fuarlar ve heyetler daha çok gündeme gelebilir. DENİB olarak, bu konuyla ilgili yapılan çalışmaları yakından takip ediyoruz. Çalışmalarımızı Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile koordineli bir şekilde sürdürüyoruz.

Bundan sonrası için orta ve uzun vadede beklentileriniz nedir ve bu beklentilere göre tutumunuz ne yönde olacak detaylı bir şekilde alabilir miyiz sizden?

Dünya Ticaret Örgütü dünya mal ticaretine ilişkin miktar bazındaki beklentilerini iki farklı senaryo ile geçtiğimiz günlerde açıkladı. İyimser senaryoya göre, dünya mal ticaretinin miktar bazında

“Yenilikçi çözüm üretebilenlerin; teknolojiye, Ar-Ge’ye, inovasyona, tasarıma ve markalaşmaya her zamankinden daha fazla odaklananların rekabet noktasında ön plana çıkabileceğini düşünüyorum.”

yeni bir dönem bizi bekliyor olacak. Ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin yeniden şekilleneceği, belki de iş yapış biçimlerinin



yüzde 12,9, kötümser senaryoya göre ise yüzde 31,9 daralması bekleniyor. Öncü ekonomik göstergelerin büyük bölümü, salgının en yoğun görüldüğü ABD ve Avrupa’da da ciddi daralmalar yaşanacağını sinyali veriyor. Salgının etkileri geçtiğinde ise

birçok fırsatı da beraberinde getirecek. Bu noktada yenilikçi çözüm üretebilenlerin; teknolojiye, Ar-Ge’ye, inovasyona, tasarıma ve markalaşmaya her zamankinden daha fazla odaklananların rekabet noktasında ön plana çıkabileceğini düşünüyorum.

BAZI ŞEYLER OLMASA DA OLUR

Ama Eğitim Olmazsa Olmaz

0850
222
1863

darussafaka.org

Bu bayram siz de annesi ya da babası hayatta olmayan çocukların eğitimine destek olun.

Darüssafaka
1863 CEMİYET

Denizli İhracatını Arttıracak Proje “SEN DEN İHRACATÇI OLUR”

“Senden İhracatçı Olur”, Denizli’de henüz hiç ihracat yapmamış veya daha önce ihracat yapmış fakat süreklilik sağlayamamış olan firmalara ihracat konusunda farkındalık kazandırmayı ve ihracat girişimcilik ruhunu aşılarmayı hedefleyen bir proje. Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) yürüttüğü bu çalışma ile Denizli’de faaliyet gösteren firmaların ihracat yapabilmesi için gerekli eğitimleri almasını ve bu firmalara ihracat süreçlerinde destek sağlamayı amaçlıyor.

Yeni ihracatçılar kazanarak şehrin ihracat rakamlarının artmasını temel amaç olarak belirleyen proje kapsamında 5 Eylül-24 Aralık 2019 tarihleri arasında, Denizli’nin 14 ilçesinde bilgilendirme toplantıları gerçekleştirildi. Toplantılara ilçelerin belediye başkanları ve DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu da katıldı.



Acıpayam Bilgilendirme Toplantısı



Babadağ Bilgilendirme Toplantısı



Baklan Bilgilendirme Toplantısı



Beyağaç Bilgilendirme Toplantısı



Bozkurt Bilgilendirme Toplantısı



Buldan Bilgilendirme Toplantısı



Çal Bilgilendirme Toplantısı



Çameli Bilgilendirme Toplantısı



Çardak Bilgilendirme Toplantısı



Çivril Bilgilendirme Toplantısı



Kale Bilgilendirme Toplantısı



Sarayköy Bilgilendirme Toplantısı



Serinhisar Bilgilendirme Toplantısı



Tavas Bilgilendirme Toplantısı

COVID-19 SONRASI İŞE DÖNÜŞ REHBERİ



Covid-19 salgını nedeniyle bir süredir işlerine ara vermek ya da çalışmalarını uzaktan yürütmek zorunda kalan herkesin işe dönmeye başladığı bugünlerde nelere dikkat edilmesi gerekiyor? Nelerin yapılması, nelerin yapılmaması, nelere dikkat edilmesi gerektiğine dair tüm yanıtları bu rehberde bulacaksınız.

1

PERSONEL SERVİSİ, ŞİRKET ARAÇI VE ÖZEL ARAÇ KULLANIM TALİMATI

1.1 Personel servisi kullanımında dikkat edilmesi gereken hususlar, alınması gereken önlemler:

- Tüm servislerin günlük dezenfekte işlemi firma tarafından yapılmalıdır.
- Her araca firma tarafından içeriği şirket tarafından onaylanmış el dezenfektanı koyulmalıdır.
- Her gün şirkete gelen ve giden servisler, servis sahasında düzenli olarak şirket tarafından da dezenfekte edilmelidir. Dezenfeksiyon işleminin firma tarafından yapıldığı durumlarda şirket tarafından kontrolü sağlanmalıdır.
- Şoförlerin maske takması zorunludur. Takmayan servis şoförü, araç sorumlusu tarafından uyarılmalı ve takması sağlanmalıdır. Fabrika çıkış servislerinde denetim ve kontrol, sorumlu departman tarafından yapılmalıdır.
- Tüm servislerin doluluk oranları azami yüzde 50 limitine göre ayarlanmalı, 16 kişilik serviste azami 8 personel, 27 kişilik araçlarda ise azami 13 kişi bulunmalıdır.
- Servis yoğunluğunu azaltmak adına işyerine geliş ve işyerinden ayrılışlarda fasılalı planlama yapılmalıdır.
- Servisler durağına hareket etmeden evvel, şirket tarafından önceden verilen maske kullanılmalıdır.
- Servis durağında beklerken ve servise binerken sosyal mesafe kuralına dikkat edilmelidir.
- Her ikili koltuğa bir kişi oturmalı, servis tipine göre çapraz veya sadece cam kenarlarında oturacak şekilde planlama yapılmalıdır. Bu durum araç sorumlusu tarafından denetlenmelidir.
- Yolculuk esnasında mümkün olduğunca hiçbir yere temas edilmemeli, yiyecek-içecek tüketilmemeli ve mümkün olduğunca konuşulmamalıdır.
- Servislerdeki havalandırma klima yerine doğal havalandırma ile gerçekleştirilmelidir.

1.2 Şirket araçları ile ilgili dikkat edilmesi gereken hususlar, alınması gereken önlemler:

- Seyahat talimatı çerçevesinde şirket araçları kullanılmalıdır. Salgın sebebiyle öngörülen kısıtlamalar dikkate alınmalıdır.
- Tüm şirket araçları günlük olarak dezenfekte edilmelidir.
- Seyahatten gelen araçlar bir sonraki kullanıma verilmeden önce dezenfekte işlemi tamamlanmalıdır.
- Seyahatler araç başına şoför dâhil en fazla iki kişi olacak şekilde yapılmalıdır. Yolcu, şoföre göre çapraz şekilde oturmalıdır.
- Araçlardaki havalandırma klima yerine doğal havalandırma ile gerçekleştirilmelidir.
- Günlük rutin iş yapan personele araç tanımı garaj sorumlusu tarafından yapılmalı, aynı kişinin sürekli aynı aracı kullanması sağlanmalıdır.
- Araç kullanımı esnasında maske takılmalı, araçlarda mümkünse alkollü mendil bulundurulmalı; kullanılan maske ve mendiller garajda bulunan atık kutusuna atılmalıdır.

1.3 Şirkete ulaşım esnasında kullanılacak özel araçlar ile ilgili dikkat edilmesi gereken hususlar, alınması gereken önlemler:

- Yüksek ateş belirtisi kaydedilen personel karantina odasında veya benzeri bir alanda izolasyona alınmalı ve derhal işyeri sağlık merkezine bilgi verilerek, doktorlar tarafından genel muayene işlemi başlatılmalıdır.
- Aynı özel araçta azami iki kişi bulunmalı, yolcu arka koltuğa şoförü çaprazlayacak şekilde oturmalı ve maske takılmalıdır.
- Özel araç ile ulaşım sağlandıktan sonra fabrika girişleri ve çıkışları için yayınlanan talimata uygun hareket edilmelidir.

2 ŞİRKET GİRİŞ VE ÇIKIŞ KAPILARI İLE BEKLEME SALONLARI TALİMATI

2.1. Çalışanlara yönelik önlemler:

- Çalışanları getiren tüm servisler kapı-turnike girişlerinde ateş ölçümü nedeniyle oluşabilecek yığılmayı önleme amaçlı olarak en az 20 metre kadar uzakta veya lokasyonun durumuna göre uygun alanda indirme işlemine başlamalıdır.
- Tüm çalışanlar servislerden indikleri şekilde maskeli olarak giriş yapmalıdır.
- Vücut sıcaklığı turnike giriş kapılarında -varsa- termal kameralarla veya araçlı girişlerde manuel termometreler ile ölçülmelidir.
- Bakanlık genelgesine uygun olarak 37,5 °C ve üzeri ateşi tespit edilen çalışanların şirkete girmesine izin verilmemelidir.
- Yüksek ateş tespiti halinde, sağlık formu doldurularak, girişe yakın bölgede oluşturulan karantina odasında veya belirlenmiş benzeri bir alanda izolasyon sağlanarak sağlık ekibi kontrolünde bekletme ve ikinci bir ateş ölçümü yapılmalıdır.
- Yüksek ateş teyit edilirse, çalışanın işyerine girmesine izin verilmeden 112 aranarak ve/veya tedbir alınmış sürücü ve kendisi maskeli olacak şekilde, servis aracı ile hastaneye yönlendirilmelidir.

2.2. Ziyaretçi/nakliyeciler sürücüler/bekleme salonları önlemleri:

- Ziyaretçi girişleri sağlık kontrol formu ile içeri alınmalıdır.
- Tüm ziyaretçiler için kapı girişlerinde ateş ölçümü yapılmalıdır. 37,5 °C ve üzeri ateş tespit edilen ziyaretçiler izolasyon amaçlı karantina odasına veya belirlenmiş benzeri bir alana yönlendirilmelidir.
- Tüm ziyaretçiler kapı girişi itibarıyla maske kullanmalıdır.
- Şahsi kargoların kapılardaki banko veya muhaberat ofislerinden kabulü iptal edilmelidir.
- Nakliyeciler sürücü giriş kayıtları güvenlik odalarına girmeden, dışarıdan mobil cihazlar ile yapılmalıdır.
- Ziyaretçilere/tedarikçilere girişlerde el dezenfektanı kullanma imkânı sağlanmalıdır.
- Bekleme salonlarının genişliğine göre belirlenen sayıdan fazla ziyaretçi kabul edilmemelidir.
- Bekleme salonlarının haftada iki kez dezenfekte edilmesi sağlanmalıdır.
- Bekleme salonlarında masa var ise etrafındaki sandalye ve/veya koltuklar gerekli sosyal mesafeyi sağlayacak şekilde düzenlenmelidir.

3 SOYUNMA/GİYİNME ODALARI, DUŞ VE TUVALET ALANLARI KULLANIM TALİMATI

Soyunma-giyinme odaları, duş ve tuvalet alanları kullanımında dikkat edilmesi gereken hususlar, alınması gereken önlemler;

- Mümkünse soyunma-giyinme alanları kullanılmamalıdır. Yaptığı iş gereği soyunma dolabı kullanma zorunluluğu olan çalışanlar varsa da bu sayı asgari düzeyde tutulmalıdır.
- Soyunma dolabı kullanmayacak çalışanlara dönüşümlü giyimlik üzere yedek iş elbisesi ve yaptığı işe bağlı olarak gerekiyorsa tulum temin edilmelidir.
- Tüm soyunma-giyinme alanları günlük olarak dezenfekte edilmelidir.
- Şirket her soyunma-giyinme alanına, içeriği kendisi tarafından onaylanmış el dezenfektanı koymalıdır.
- Çalışanlar soyunma-giyinme alanlarına mutlaka maske ile girmelidir.
- Soyunma alanlarında kalma süresi sınırlandırılmalıdır.
- Soyunma dolapları arasındaki sosyal mesafeye uygun aralık bırakılmalıdır. Bunun sağlanamadığı durumlarda fasıllı olarak soyunma alanlarına gidilmesi için çalışma saatleri buna göre planlanmalıdır.
- Soyunma odalarında kesinlikle bir şey yenilip içilmemelidir.
- Duşlar sadece özel durumlarda kullanılmalıdır.
- Pisuvarlarda sosyal mesafeyi korumak için bir dolu, bir boş olacak şekilde bazıları kullanıma kapatılmalıdır.
- Soyunma odaları, tuvalet ve duşlarda bulunan kapı tutamakları, musluk, tırabzan ve elle temas edilen yüzeyler ile tuvaletler her zamankinden daha sık ve ayrıntılı olarak temizlenmelidir.
- Tuvaletlerde el kurutma makineleri iptal edilmelidir.
- Çalışanlar soyunma-giyinme alanlarına mutlaka maske ile girmelidir.
- Soyunma alanları giriş-çıkışlarında sosyal mesafenin korunması için önlemler alınmalıdır.
- Yoğunluğu düşük tutmak amacıyla soyunma odalarına gidiş-gelişler kademeli olarak yapılmalıdır.
- Yan yana olan lavabolar için sosyal mesafeyi korumak ve teması önlemek için bir dolu, bir boş olacak şekilde bazıları kullanıma kapatılmalı veya separatör yaptırılmalıdır.

4 ÜRETİM ALANLARINDA, EKİPMAN VE MAKİNELERDE HİJYENİK VE SAĞLIKLI ÇALIŞMA TALİMATI

4.1. Üretim alanlarına yönelik önlemler:

- Üretim/vardiya başında yapılan işbaşı toplantıları sosyal mesafeye uygun yapılmalıdır.
- Üretim hatlarındaki planlamalar, çalışanlar arası sosyal mesafeyi koruyacak şekilde yapılmalıdır.
- Tüm çalışanlar maskeli olarak çalışmalı, maskeler vardiyada en az iki kez değiştirilmeli, kullanımı biten maskeler uygun/belirlenmiş atık kutularına atılmalıdır.
- Mümkünse vardiya aralarında, mümkün değilse hafta sonları çalışma olmadığı zamanlarda tüm üretim alanları dezenfekte edilmelidir.
- İş kıyafetleri mümkün olan her fırsatta 60°-90° sıcaklıkta deterjan ile yıkanmalıdır.
- Üretim alanlarında kullanılan su sebillerinin dezenfeksiyon aralığı artırılmalı, tek kullanımlık su kapları veya bireysel su mataraları ile kullanılmalıdır.
- Atölye havalandırmaları ile taze hava girişinin artırılması optimizasyonu sağlanmalıdır.
- Mola süreleri, birikmeleri önleyebilmek amacıyla mümkünse fasıllı hale getirilmeli ve/veya uzatılmalıdır.
- Üretim sahasındaki panolara, ekranlara ve ortak alanlara bilgilendirme dokümanları konulmalıdır.

4.2. Ekipman, el aletleri ve makinelerine yönelik önlemler:

- Bütün çalışanlar kendi ekipman ve çalışma alanlarının dezenfeksiyonundan sorumlu tutulmalıdır.
- Her kullanım öncesi ve sonrası, önceden dağıtılmış olan yüzey dezenfeksiyon malzemeleri kullanılarak dezenfektasyon yapılmalıdır.
- Ortak kullanılan tüm ekipmanlar dezenfektanlı bez/havlu kâğıt ile temizlenmelidir. Bu temizlik şirketin çalışan sayısı ve fiziki özelliğine ve imkânlarına göre çalışma öncesi veya çalışma bittiği anda yapılmalıdır.
- Bu ekipman, ortak kullanımda olan ve elle temas edilerek kullanılan klavye, fare, el aleti vb. olarak düşünülmeli, tüm ekipman bu şekilde kontrol edilmelidir.
- Temizlik ve dezenfeksiyon işlemi yapılırken eldiven ve gözlük kullanılmalıdır.
- Üretim hatları ve bakım alanlarında kullanılan ortak temas yüzeyleri, kontrol panelleri ve aletler gerekli görülür ise streç gibi malzeme ile sarılmalı, bu malzemenin periyodik olarak yenilenmesi sağlanmalıdır.
- Havalandırma sistemi filtrelerinin periyodik kontrolü yapılmalıdır.
- Mola süreleri, birikmeleri önleyebilmek amacıyla mümkünse fasıllı hale getirilmeli ve/veya uzatılmalıdır.
- Aynı birime ait mola saatleri üretim süreci aksamayacak şekilde farklı zaman aralıklarına yayılmalıdır.

5 OFİS KULLANIM TALİMATI

5.1. Ofis kullanımına yönelik önlemler:

- Ofis personeline günde kaç adet ve hangi maskenin verileceği belirlenmelidir. (Genel tavsiye günde iki adet cerrahi maske kullanılması yönündedir.)
- Ofis giriş çıkışları mümkün olduğunca temassız hale getirilmeli, mümkün değilse kapıların daima açık kalıp kalamayacağı değerlendirilmelidir.
- Tüm ofis giriş ve çıkışlarında en az yüzde 70 izopropil alkol ya da etanol (etil alkol) içeren el antiseptiği dispenseri olması sağlanmalıdır.
- Ofis ekipmanlarının dezenfeksiyonunda kullanılacak kimyasal, el antiseptiğinden ayrı olarak belirlenmeli ve bulundurulmalıdır.
- Ofiste ortak olarak kullanılan yazıcı, faks gibi dokümanların yakınına veya doküman değişimi veya eşya değişimleri sonrasında çalışanı uyarıcı sosyal mesafeye dikkat çeken, elini dezenfekte etmesini hatırlatan görsel afişler asılmalıdır.
- Bulaş riski taşıyan atıkların atılacağı bir atık kovası belirlenmeli ve çalışanlar bilgilendirilmelidir.
- Ofislerde bulunan tüm kişisel atık kovaları iptal edilmeli, ortak atık ve çöp kovaları belirlenmelidir.
- Ofislerde bulaş riski taşıyan maske, vücut sürüntülerinin olabileceği peçete, kâğıt mendil, havlu gibi atıkların olabileceği atıklar için ayrı bir atık kovası bulundurulmalıdır. Bu atık kovası temassız açılır olmalı ve en az günlük ve 3/4'ü dolar dolmaz belirlenen tek temizlik görevlisi tarafından atık alanına götürülmelidir.
- Covid-19 salgını boyunca ofislerde uyulacak kurallar görünür şekilde ofislere asılmalı, tüm çalışanlar ilgilendirilmelidir.
- Ofislerde görev yapan çalışanların sosyal mesafeye uygun şekilde oturması sağlanmalıdır.
- Ofislerin günde en az üç kez, yarımşar saatlik periyotlarla havalandırılması sağlanmalıdır. Havalandırma klimalar ile yapılacaksa bunların bakımlarının tam ve filtrelerinin dezenfekte edilmiş ve uygun olduğundan emin olunmalıdır.
- Bulaş riskinin çok olduğu revir gibi alanlar ve vaka görülen ofislerde havalandırma için ofis hacmine uygun HEPA filtrelili, atmosferik plazmalı patojen iyonizatörü ile havalandırmanın yapılması sağlanmalıdır. Bunların ne kadar süre kullanılacağı İş Sağlığı ve Çevre Departmanı yetkilileri ile görüşülerek belirlenmelidir.
- Ofislere, ofis personeli dışında personelin girişi engellenmeli, ziyaretçiler ile görüşmelere kısıtlama getirilmeli, mutlaka görüşülecekse ayrı bir alanda ve sosyal mesafe kurallarına uygun ve kısa süre içinde görüşmeler gerçekleştirilmelidir.
- Ofis temizliğinde hangi kurallara uyulacağı ve özellikle bulaş riski taşıyan atıkların nasıl, ne şartlarda toplanacağı ve nerede biriktirileceğine dair kurallar hakkında temizlik çalışanları eğitilmelidir.
- Ofis temizliğini hep aynı kişinin yapması sağlanmalıdır.
- Ofis bulaş atıklarının en az üç gün bekletildikten sonra diğer atık kategorisinde bertaraf edilmesi sağlanmalıdır.

5.2. Ofislerde sağlıklı ve emniyetli bir şekilde çalışma gerçekleştirilmesine yönelik alınması gereken önlemler:

- Çalışma alanına gelmeden önce takılacak tek kullanımlık maskenin ağız ve burnu tam olarak kapadığından ve burun kısmına bastırarak yüze tam olarak oturduğundan emin olunmalıdır.
- Ofislere girmeden önce bulaş riski olan alanlara temas olması durumunda eller el antiseptiği ile dezenfekte edilmelidir.
- Kişisel çalışma alanları belirleyip sınırlandırmalı, mümkünse çizgi çekerek işaretlenmeli ve sosyal mesafeye uygun ortamlar yaratılmalıdır.
- Ofislere giriş ve çıkışlarda sosyal mesafeye dikkat edilmelidir.
- Kullanılan ofis ekipmanı dezenfektan ile dezenfekte edilmeli, dezenfeksiyon işlemi ile ilgili kurallara uygun hareket edilmelidir.
- Ofis malzemelerini dezenfekte etmek için verilen kimyasallar el antiseptiği olarak kullanılmamalıdır.
- Çalışmalar esnasında kesinlikle ele, ağıza, buruna ve göze dokunulmamalıdır.
- Ofislere gelen kargolar açıldıktan sonra kargo atıkları mutlaka uygun atık kutusuna atılmalı, ardından da hemen eller yıkanmalıdır.
- Sigara içmeden önce ve sonra, hapşırma veya öksürmeden sonra, tuvaletten sonra ve ofis içindeki belge değişimlerinden sonra eller yıkanmalıdır.
- Ofislerde yapılacak bakım çalışmalarının çalışma saatleri dışında yapılmasına özen gösterilmelidir. Bu mümkün değilse sosyal mesafe ve genel tedbirler uygulanarak bakım çalışması gerçekleştirilmelidir.

6

TOPLANTI ODALARI, EĞİTİM ODALARI VE KONFERANS SALONU KULLANIM TALİMATI

6.1. Toplantı ve uzaktan toplantı yaparken dikkat edilmesi gereken hususlar, alınması gereken önlemler:

- Şirket kültürü ve iş gereksinimleri de göz önüne alınarak toplantı sayısı en aza indirilmelidir.
- Toplantı ortamının kendisi katılımcılar için virüsün yayılım riskini arttırdığından, mümkün olan her durumda toplantı yerine uzaktan toplantı tercih edilmelidir.
- Uzaktan toplantı teknolojik altyapı, toplantının içeriği, toplantının yapılması gereken alan gibi sebeplerle mümkün değilse, toplantıya katılımcı sayısı en aza indirilmelidir. Sosyal mesafe kuralı dikkate alınarak, azami 15 dakika süreyle ve ayakta olacak şekilde toplantı yapılmalıdır.
- Toplantının içeriği, çalışma gereksinimi gibi sebeplerle, toplantı ayakta olacak şekilde yapılamıyorsa, toplantı odasında, katılımcı sayısı ve oturma düzeni sosyal mesafe kuralı dikkate alınarak belirlenmelidir. (Toplantı odasının kapasitesinin yarısı aşılmamalıdır).
- Toplantı odasında geçirecek süre 15 dakikanın üzerinde olacaksa, her 15 dakikada bir ara verilecek şekilde toplantı yapılmalıdır ve mümkünse toplam süre yarım saat ile sınırlandırılmalıdır.

- Toplantı katılımcılarının (şirket dışı katılımcılar dâhil) iletişim bilgileri (cep telefonları, e-posta adresleri, adresleri) kayıt altında olmalıdır. Herhangi bir katılımcı şüpheli bir bulaşıcı hastalığa yakalanırsa, iletişim bilgilerinin halk sağlığı yetkilileriyle paylaşılacağı açıkça katılımcılara bildirilmelidir. Toplantıya katılım bilgileri bir ay boyunca saklanmalıdır.
- Toplantı öncesi tüm katılımcılar ellerini yıkamalı ve dezenfektan ile dezenfekte edilmelidir.
- Doğal havalandırma (dış mekâna açılan cam veya kapı) imkânı bulunmayan toplantı odalarının toplantı amacıyla kullanılmaması sağlanmalıdır.
- Doğal havalandırma toplantı esnasında açık tutulmalıdır.
- Toplantıda katılımcılar maske kullanmalıdır.
- Üretim alanlarında ayakta yapılan rutin toplantılarda sosyal mesafeye uyum kuralları gereği yerlere işaretleme yapılarak, katılımcıların bu alanlarda bulunmaları sağlanmalıdır.
- Üretim alanında yapılan toplantılarda sosyal mesafeye uyum konusunda problem yaşama riski varsa, katılımcılar ve ilgili alanda çalışanlar da dâhil olmak üzere diğer koruyucu ekipmanları (siperlik, ffp2 maske vs.) kullanılmalıdır.
- Toplantı esnasında elden ele doküman/slayt gösterici gibi ekipman dolaştırılmamalıdır. Dokümanlar önceden toplantı masalarına dağıtılmalı veya herkesin dokümanı bırakılan yerden almaları sağlanmalıdır.

6.2. Eğitim odalarının kullanımı esnasında dikkat edilmesi gereken hususlar:

- Sınıf eğitimleri azami ölçüde ertelenmelidir.
- Yasal yükümlülükler sebebiyle ertelenemeyen eğitim varsa uzaktan eğitim yöntemiyle eğitimin yapılması sağlanmalıdır.
- Eğitimin içeriği gereği, uzaktan yapılamayan eğitimler olursa, sosyal mesafe ve fiziki temas kurallarına dikkat edilerek eğitim odaları işaretlenmeli ve katılımcıların eğitimlerini işaretlenen alanda alması garanti altına alınmalıdır.
- Sınıf eğitimi süresi boyunca eğitmen ve katılımcılar koruyucu maske takmalıdır.
- Katılımcılardan herhangi birinde hastalık belirtisi olması veya kendilerini iyi hissetmemeleri halinde eğitime katılmamalı, en hızlı şekilde sağlık servisine bilgi verilmelidir.
- Eğitim katılımcılarının (şirket dışı katılımcılar dâhil) iletişim bilgileri (cep telefonları, e-posta adresleri, adresleri) kayıt altında olmalıdır. Herhangi bir katılımcı şüpheli bir bulaşıcı hastalığa yakalanırsa, iletişim bilgilerinin halk sağlığı yetkilileriyle paylaşılacağı açıkça katılımcılara bildirilmelidir. Eğitime katılım bilgileri bir ay boyunca saklanmalıdır.
- Eğitim verilmesi durumunda eğitim odasında el dezenfektanı bulundurulmalıdır.
- Doğal havalandırması (dış mekâna açılan cam veya kapı) olmayan eğitim odaları kullanılmamalıdır.
- Eğitimlere her 15 dakikada bir mola verilmeli, mekân havalandırılmalıdır.
- Eğitim esnasında kullanılacak doküman/ekipman gibi materyaller elden ele dolaştırılmamalıdır. Eğitim dokümanları önceden toplantı masalarına dağıtılmalı veya herkesin dokümanı bırakılan yerden alması sağlanmalıdır.
- Eğitim öncesi ve sonrası katılımcılar ellerini yüzlerine sürmeden, pandemi talimatında belirtildiği şekilde ellerini yıkamalıdır.
- Çalışanların, Covid-19 virüsünün yayılımının engellenmesine yönelik bilgilendirme faaliyetlerinin yürütülmesi, elektronik ortamda mesajlar, medya paylaşımı ya da uzaktan eğitim aracıyla yürütülmesi sağlanmalıdır.
- Çalışanların uzaktan toplantıya ve/veya uzaktan eğitime katılabilmesi için, gerekli bilgisayar programlarını kullanmaları ve teknolojik araçları öğrenmeleri, elektronik ortamda mesajlar, medya paylaşımı ya da uzaktan eğitim aracılığıyla sağlanmalıdır.



6.3. Konferans salonlarının kullanımı esnasında dikkat edilmesi gereken hususlar:

- Salgın hastalığın yayılım riski göz önüne alınarak konferans salonları; konferans, toplantı, şirket çapında etkinlikler, ödüllendirmeler gibi çok katılımcının bir arada bulunduğu aktivitelere kapatılmalıdır. Aktiviteler pandemi sonrasına ertelenmelidir. Gerekli durumlarda uzaktan konferans yöntemi tercih edilmelidir.
- Sosyal mesafenin sağlanmadığı ofis ortamlarında bulunan çalışanlar varsa ve bu çalışanlar iş gerekliliği sebebiyle evden çalışmıyorsa ve bu çalışanları farklı ofislere kaydırmak mümkün değilse, konferans salonları yeniden sosyal mesafe kuralına göre düzenlenerek ilgili çalışanların ofis olarak kullanımına sunulabilir.

Yukarıda belirtilen şartlara rağmen, konferans salonu kullanımı gerekliliği olursa;

- Konferans öncesinde konferans odası dezenfekte edilmelidir. Katılımcılar sosyal mesafe kuralına uyarak daha öncesinde işaretlenmiş yerlerde oturmaları sağlanmalıdır.
- Konferans salonunda yapılacak etkinlik/oturum bu koşullarda en fazla 15 dakikalık süre içinde tamamlanmaya çalışılmalıdır. Daha uzun sürecekse 15 dakikada bir havalandırma yapılarak devam edilmelidir.
- Konferans katılımcılarının (şirket dışı katılımcılar dâhil) iletişim bilgileri (cep telefonları, e-posta adresleri, adresleri) kayıt altında olmalıdır. Herhangi bir katılımcı şüpheli bir bulaşıcı hastalığa yakalanırsa, iletişim bilgilerinin halk sağlığı yetkilileriyle paylaşılacağı açıkça katılımcılara belirtilmelidir. Eğer bu şart kabul edilmezse konferansa katılımları engellenmelidir. Konferansa katılım bilgileri bir ay boyunca saklanmalıdır.
- Katılımcılardan herhangi birinde hastalık belirtisi olması halinde veya kendilerini iyi hissetmemeleri halinde konferansa katılmamalıdır.
- Konferans salonu girişinde el dezenfektanı bulundurulmalıdır.
- Konferans salonunda tüm katılımcılar maske takmalıdır.
- Konferans salonunda kullanılacak doküman/ekipman gibi materyaller elden ele dolaştırılmamalıdır. Dokümanlar önceden belirlenmiş oturma alanına koyularak veya herkesin dokümanı bırakılan yerden alması sağlanacak şekilde konferans düzeni alınmalıdır.
- Konferans sonrası katılımcılar ellerini yüzlerine sürmeden, pandemi talimatında belirtildiği şekilde ellerini en az 20 saniye boyunca yıkamalıdır.

7

AÇIK VE KAPALI MOLA/DİNLENME ALANLARI TEDBİRLERİ TALİMATI

- Kapalı ve açık tüm dinlenme alanları periyodik olarak -tercihen haftada üç kez- dezenfekte edilmelidir.
- Bu alanlara giriş ve çıkışlarda kullanılabilecek şekilde el dezenfektanı konulmalıdır.
- Çay alanında kullanılan tüm malzemeler tek kullanımlık olmalıdır.
- Söz konusu tüm alanlara Sağlık Bakanlığı tarafından tavsiye edilen ve şirket tarafından hazırlanmış uyarıları içeren afiş ve görseller asılmalıdır.
- Açık/kapalı dinlenme alanlarında sosyal mesafe koruyucu işaretleme/sınırlandırmalar yapılmalıdır.
- Mola kapsamında kullanılacak olan tüm lavabo alanlarına bilgilendirme görselleri asılmalıdır.
- Mola alanlarında yer alan bank, sandalye, koltuk gibi oturma/dinlenme ekipmanlarında sosyal mesafe kuralının ihlal edilemeyeceği şekilde fiziki sınırlamalar yapılmalıdır.
- Söz konusu masa, sandalye ve koltukların yerlerinin değiştirilmemesi sağlanmalıdır.

- Havalandırma veya klima sistemlerinde gerekli dezenfeksiyon ve filtre temizliği işlemi yapılmalı ve bundan sonra kullanıma alınmalıdır.
- Eğer yapılacaksa, mola alanlarındaki çay dağıtımı eldivenli, maskeli bir kişi tarafından yapılmalıdır.
- Çalışanların bir arada sigara içmesi engellenmelidir.
- Herhangi bir anda, kapalı veya açık bir dinlenme/mola/çay/sigara içme istasyonunda, o alanın metrekaresine göre sosyal mesafe kuralını garanti eden, şirket tarafından belirlenecek sayıda maksimum çalışanın olabileceği şekilde tertip alınmalıdır.



YEMEKHANE, KAFETERYA, KANTİN, ÇAY OCAĞI, SOSYAL TESİS VB. HİZMET ALANLARI TALİMATI

8.1 Yemekhane, kafeterya, sosyal tesislere yönelik önlemler:

- Yemek servisi öncesi yığılmaları önlemek ve sosyal mesafe kuralını uygulayabilmek için gerekiyorsa birimlere göre yemek paydosu saatleri yeniden ayarlanmalı, bir oturumda yemek yiyen sayısı düşürülmeli, hatta gerekirse yemek molaları uzatılmalıdır.
- Tesislerdeki masalarda sandalyelerin yüzde 50 azaltılması sağlanmalı, sosyal mesafeyi koruyacak şekilde sandalyeler çapraz olarak yerleştirilmeli, çalışanların yemek yiyeceği masa ve sandalyeler belirlenmelidir. Herhangi bir Covid-19 pozitif vaka durumunda yakın temastaki kişilerin tespiti ve sonrasında izolasyon kolaylığı açısından çalışanların sürekli kendilerine tahsis edilen masa ve sandalyelerde oturup yemek yemeleri sağlanmalıdır.
- Kampüs içerisinde bulunması durumunda sosyal tesis, restoran ve tesis içi kafe kapatılmalı; ürünlerin, paket servis veya gel-al hizmeti ile verilmesi sağlanmalıdır.
- Yemekhaneye giriş-çıkış ve yemek dağıtım sırasında sosyal mesafeyi koruyacak şekilde zemin işaretlemeleri yapılmalıdır.
- Tesislerin girişine uygun atık kutusu ve el dezenfektanları konulmalıdır.
- Kapı kolları, kaydırma stantları, tutma noktaları dezenfektan ürünler ile servis esnasında temizlenmelidir.
- Çatal, bıçak ve kaşığın paket içinde ve el değmeden servis edilmesi sağlanmalıdır.
- Salata barlar iptal edilmeli, salata tek kapta hazır olarak verilmelidir.
- Masalardaki tuzluk, peçetelik, kürdanlıklar kaldırılmalı ve tek kullanımlık paketler halinde yemek alım esnasında verilmelidir.
- "Ekmek" poşetli, "Su" kapalı (bardak/pet şişe) olarak yemek alım sırasında görevli tarafından dağıtılmalıdır.
- Tesis çalışanlarının üretim ve dağıtım esnasında eldiven, maske ve bone takması sağlanmalıdır.
- Tesis çalışanlarının ateşleri gün içinde iki kez -öğle paydoslarından önce ve sonra- belirli aralıklarla ölçülmelidir.
- Tesis mal kabul işlemleri esnasında malzeme getiren kişilerin ateş ölçümü yapılmalı, eldiven ve maske takması sağlanmalıdır.
- Asgari hafta sonu mutfak ve tesislerin dezenfeksiyon işlemi yapılmalıdır.
- Bulaşık yıkama suyu sıcaklığı 72 °C üzerine çıkarılmalı, sebze ve meyveler için ilave yıkama ve durulama süreçleri devreye alınmalıdır.

8.2. Kantin ve çay ocaklarına yönelik önlemler:

- Kantin noktalarında sıra beklemede sosyal mesafeyi koruyacak şekilde zemin işaretlemeleri yapılmalıdır.
- Satışa sunulan poğaç, simit, açma vb. ürünlerin açıkta olmayacak şekilde, paketli dağıtımı ve satışı yapılmalıdır.
- Nakit yerine, kredi kartı veya özel kart sistemleri ile satış yapılmalıdır.
- Kantin çalışanlarının eldiven, maske ve bone takması sağlanmalıdır.
- Çay hazırlığı eldiven kullanılarak yapılmalı, dağıtım elemanları eldiven ve maske kullanarak hizmet vermelidir.
- Şeker kapalı ambalajda olmalı, çay/içecek sunumu tek kullanımlık bardak ile yapılmalıdır.
- Kantin çay ocakları ve ekipmanları asgari hafta sonlarında dezenfekte edilmelidir.

9

İŞYERİ SAĞLIK BİRİMLERİ ÇALIŞMA TALİMATI

- İşyeri sağlık personeli eş zamanlı çalışmamalıdır.
- Mümkün olması durumunda, merkez işyeri sağlık birimi dışında, tercihen fabrika girişinde bir karantina/izolasyon odası kurulmalıdır. Bu alan, fabrika girişlerinde çalışanların semptomları olması durumunda;
 - o İşe başladıktan sonra semptomların görülmesi durumunda muayene amacıyla kullanılmalıdır.
 - o Hastaneye sevk söz konusu olursa bu sağlık ünitesinden 112 aranarak hasta sevk edilmelidir.
 - o Hastanın hastaneye sevk edilmesi gerekiyorsa N95/FFP2 (ventilsiz) maske ile sevk gerçekleştirilmelidir.
- Çalışanlara acil durumlar dışında sağlık birimine gelmemeleri SMS ve/veya e-posta ile iletilmelidir. Hastalık durumunda öncelikle işyerinde iseler telefonla işyeri sağlık birimini arayarak durumları hakkında bilgi vermeleri ve uygun saate randevu almaları sağlanmalıdır. Evde iseler işe gelmemeleri ve telefonla destek almaları çalışanlara bildirilmelidir.
- Poliklinik muayenesi belirli saatler arasında yapılmalıdır. Periyodik muayeneler salgın gerileyene kadar ertelenmeli, yapılmamalıdır.
- İşe giriş muayeneleri için tamamlayıcı tetkikler mümkünse işyerinde yapılmalıdır. İşe giriş muayenesi için sağlık biriminden randevu alınmalıdır.
- Standartlara uygun, sağlığı koruyucu kişisel koruyucu donanım (KKD) seçilmiş olmalı, bu kıyafetler giyilmeden hasta muayene edilmemelidir. Tüm sağlık çalışanlarında N95/FFP2 (ventilsiz) maske, EN166 Koruyucu gözlük/vizör ve virüse karşı koruyucu olduğu piktogramla belli olan eldiven ve standarda uygun tulum giyilmelidir.
- Raporlu ilacı olan ve sürekli ilaç kullanan çalışanlar reçete yazdırmak için sağlık birimine gelmeyip, raporlarının ve ilaçlarının olduğu formu doktorlarına e-posta atarak e-reçete numarası almalıdır.
- İş Sağlığı ve Güvenliği (İSG) eğitimleri ertelenebiliyorsa ertelenmeli, zorunluluk halinde uzaktan eğitim yapılmalıdır.



“YENİ ÜRÜNLERE VE FİKİRLERE YATIRIM YAPAN DİNAMİK BİR BAKIŞ AÇISINA SAHİBİZ”

Türkiye kablo sektöründe 2014 yılından beri aralıksız ihracat şampiyonu olan Seval Kablo'nun Genel Müdürü Ahmet Turgut, her zaman yeni ürünlere ve fikirlere yatırım yapan dinamik bir bakış açısına sahip olduklarını; grup projelerini ödüllendirerek ve destekleyerek takım çalışmasını geliştirdiklerini dile getiriyor.



İstanbul, İzmir, Ankara ofislerdeki ekip ve idari kadro ile birlikte toplam 600 kişiye istihdam sağladıklarını belirten Seval

Kablo Genel Müdürü Ahmet Turgut, “Seval Kablo olarak ihracatta bizi rakiplerimizden ayıran en önemli özelliklerden

biri ise uluslararası kalite sertifikasyonlarına verdiğimiz önem diyebilirim. 10'un üzerinde uluslararası sertifikaya sahibiz. Bildiğim kadarıyla Türkiye'de hiçbir üreticide bizdeki kadar uluslararası belge bulunmuyor” diyor.

Seval Kablo'yu sizin cümlelerinizle tanıyabilir miyiz?

1980 yılında Denizli'deki 300 metrekairelik tesisinde enerji kabloları üretmeye başlayan Seval Kablo, bugün 50 bin metrekaresi kapalı toplam 70 bin metrekairelik alana sahip, altı entegre fabrikasıyla ve yılda 42 bin ton bakır, 75 bin ton PVC granül işleme kapasitesine ulaşmıştır. Bir başka deyişle yıllık



“ 2014 yılından bu yana Türkiye'nin ilk 1000 ihracatçı firması arasında kablo sektöründe 1'nci, elektrik-elektronik sektöründe ise Türkiye 5'ncisi olmayı başardık. Türkiye ve dünyadaki kalite belgelerini almaya hak kazanan ve kaliteden ödün vermeyen üretim politikamızla, çoğu Ortadoğu ve Avrupa'da olmak üzere yaklaşık 70 ülkede aktif bir şekilde, toplam 90 ülke ile çalışıyoruz. ”

üretim kapasitemiz yıllık 100 bin tonun üzerinde. Sektörün en büyük ve modern kalite kontrol sistemine ve tamamen akredite Ar-Ge laboratuvarlarına sahibiz. Özenli çalışmalarımızla iç ve dış pazarlara 100'ün üzerinde kablo çeşidi sunuyoruz ve bu alanda sektör lideri konumdayız. Tesislerimizde 69 kV'a kadar bakır ve alüminyum iletkenli orta gerilim kabloları, 0,6/1 kV alçak gerilim kabloları, yangına dayanıklı alev yaymayan kablolar, bakır ve çelik zırlı enerji kabloları, tesisat kabloları, kontrol kumanda kabloları, yağ ve hidrokarbona

dayanıklı kablolar, trafik sinyal ve solar kabloları ile birlikte müşterilerimizden gelen talepler doğrultusunda proje bazlı özel CPR kablolar üretebiliyoruz. 2014 yılından bu yana Türkiye'nin ilk 1000 ihracatçı firması arasında kablo sektöründe 1'nci, elektrik-elektronik sektöründe ise Türkiye 5'ncisi olmayı başardık. Türkiye ve dünyadaki kalite belgelerini almaya hak kazanan ve kaliteden ödün vermeyen üretim politikamızla, çoğu Ortadoğu ve Avrupa'da olmak üzere yaklaşık 70 ülkede aktif bir şekilde, toplam 90 ülke ile çalışıyoruz.

Seval Kablo 40'inci yılını kutlayan bir şirket olarak bu süre zarfında büyümesini, başarılı olmasını nasıl bir vizyona borçlu acaba?

Her zaman yeni ürünlere ve fikirlere yatırım yapan dinamik bir bakış açısına sahibiz. Üretim konusunda bilgi ve deneyim sahibi, alanında uzman yaklaşık 500 kişilik bir ekiple faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz. Ayrıca grup projelerini ödüllendirerek ve destekleyerek takım çalışmasını geliştirmek en temel ilkelerimizden biri. Seval Kablo başarı politikası olarak; kaliteli ürün, kaliteli hizmet ve istikrarlı müşteri memnuniyeti ilkelerini benimsemiş; 40 yıllık tarihinde personellerine her daim bu prensipleri aşılmalı, ürün yelpazesini gün geçtikçe genişletmiş, uzman ve alanında deneyimli personel yapısına

ulaşmıştır. Seval Kablo başarısının bir varış noktası değil, yolun kendisi olduğunun bilincindeki yönetim kadrosu ile hedeflerini her geçen gün büyütülmüştür.

“Seval Kablo başarı politikası olarak; kaliteli ürün, kaliteli hizmet ve istikrarlı müşteri memnuniyeti ilkelerini benimsemiş; 40 yıllık tarihinde personellerine her daim bu prensipleri aşlamış, ürün yelpazesini gün geçtikçe genişletmiş, uzman ve alanında deneyimli personel yapısına ulaşmıştır.”

Özellikle ihracat konusundaki başarınızı neye borçlusunuz, detaylarını öğrenebilir miyiz?

Seval Kablo olarak bugün itibarıyla üretimimizin yaklaşık yüzde 80-85’lik kısmını ihracata kalan yüzde 15-20 kısmını iç piyasaya sunuyoruz.

Bu oranlar bize kablo sektöründe ilk ihracat birinciliğini 2014 yılında getirdi. O günden bu yana da -yani aralıksız yedi yıldır- bu unvanı koruyoruz. Toplam ihracatımızın yüzde 50’sini oluşturan Avrupa en çok ürün sattığımız kıta konumunda. Burası rekabetin gerçekten çok yoğun olduğu ve girilmesi en zor pazarlardan biri. Fakat yıllardır sabırla yürüttüğümüz Ar-Ge yatırımlarımız, kalite sertifikasyonlarımız, rekabetçi fiyat politikamız ve kaliteden asla ödün vermeme anlayışımız ile özellikle son altı yılda bu pazarda oldukça güçlü ve kesinlikle tercih edilen bir marka haline geldiğimizi söyleyebilirim. Seval Kablo olarak ihracatta bizi rakiplerimizden ayıran en önemli özelliklerden biri ise uluslararası kalite sertifikasyonlarına verdiğimiz önem diyebilirim. Başta BASEC, KEMA, GOST, SII, HAR, VDE ve NF olmak üzere



10’un üzerinde uluslararası sertifikaya ve 100’den fazla kalite belgesine sahibiz.

Kaç çalışanı var Seval Kablo’nun? Bu çalışanlarını seçerken nelere dikkat ediyorsunuz?

Fabrikalarımızda 500 kişi çalışıyor. İstanbul, İzmir, Ankara ofislerdeki ekibi ve idari kadroyu da eklersek toplam 600 kişiye istihdam sağlıyoruz.

Bir firmayı ayakta tutan sadece ürettiği ürün, ürün kalitesi, fabrikanın işleyişi ya da kapasitesi değildir. Firmayı ayakta tutan en büyük etken çalışanlarımızdır.

Firmamız her zaman kaliteli personel yatırımlarına büyük özen göstermiştir. Seval Kablo



Soldan sağa: Ahmet Turgut, Ersin Turgut, Hasan Ali Turgut



olarak personellerimizi sadece bizim çalışanlarımız olarak değil, Seval Kablo ailesinin birer ferdi olarak gördük ve görmeye devam ediyoruz.

Yaşanan salgın süreci 2020 yılı için planlarınızı nasıl etkiledi? Sürece yönelik ne tür önlemler/kararlar aldınız?

Maalesef halihazırda içinde bulunduğumuz süreç tüm dünya markalarını olduğu gibi bizim şirketimizi de olumsuz etkiledi. Dünya çapında hayatı, sağlık, sosyokültürel ve ekonomik anlamda son derece sıkıntıya sokan global çaptaki bu salgının bir an önce kontrol altına alınmasını ve hayatın normal akışına girmesini ümit ediyoruz. Bu süreçte Seval Kablo olarak

hammadde tedarikimizi, üretimlerimizi ve sevkiyatlarımızı kesintisiz devam ettirmek için elimizden gelen tüm çabayı gösterdik ve göstermeye devam ediyoruz.

Çalışanlarımızı ve üretimimizin sürdürülebilirliğini korumak adına olabilecek en geniş kapsamlı ve yoğun tedbirleri almış bulunuyoruz.

Tüm iş seyahatlerimiz durdurduk.

Tesislerimiz ve ofislerimize herhangi bir sebeple ziyaretçi kabul etmiyoruz.

Üretim alanlarında üretim dışı personel kesinlikle bulundurmuyoruz. Tüm bölümlerimizin çabalarıyla üretimimizi kesintisiz olarak sürdürüebildik ve şu ana kadar

herhangi bir üretim kaybı ve duruşu yaşamadık. Fakat bazı ülkelerin hükümetleri tarafından alınan kararlar neticesinde kimi müşterilerimiz tarafından kısmi sipariş ertelemeleri oluyor. Bu salgının bir an önce kontrol altına alınmasını ve güzel ülkemizin bu durumdan en az hasarla çıkmasını diliyoruz.

“Bir firmayı ayakta tutan sadece ürettiği ürün, ürün kalitesi, fabrikanın işleyişi ya da kapasitesi değildir. Firmayı ayakta tutan en büyük etken personeldir. Firmamız her zaman kaliteli personel yatırımlarına büyük özen göstermiştir.”

Önümüzdeki dönem için Seval Kablo'nun orta ve uzun vadeli planlarını/projelerini öğrenebilir miyiz?

2018 yılında Aydın Buharkent Organize Sanayi Bölgesi'nde üç yıllık entegre üretim tesisi projemizi başlattık. Toplamda 300 dönüm arazi üzerine 150 dönümü kapalı olacak entegre tesisimiz tamamlandığında sadece ülkemizin değil, Avrupa'nın da en büyük kablo üretim tesislerinde biri olacak ve istihdama büyük bir katkı sağlayacak.

Bu yılın başında, yıllık 25 bin ton bakır işleme kapasitesine sahip 8 milimetre bakır döküm filmaşın üretim tesisimiz de faaliyete geçti.

Önümüzdeki dönemde bu yatırımların en sağlıklı şekilde üretim yapmasına odaklanacağız.

Tüm bu çalışmalarımızın şehrimize ve ülkemize önemli faydalar sağlanmasını diliyoruz.

KORONAVİRÜS SÜRECİNDE DEVLET DESTEKLERİ

KREDİ GARANTİ FONU KEFALET LİMİTLERİ

- Kredi Garanti Fonu'nun (KGF) sağladığı kefaletlerin bakiye tutarı 250 milyar TL'den 500 milyar TL'ye arttırılmıştır. KGF'nin kefalet limiti 25 milyar TL'den 50 milyar TL'ye çıkarılmıştır.

Resmi Gazete: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/03/20200330-8.pdf>

- Türkiye Kalkınma ve Yatırım Bankası'na kredinin açılış tarihinden itibaren başlamak üzere bireysel ve işletme kredilerinde 96 ay, yatırım kredilerinde ise 156 ayı aşmamak üzere birden fazla yapılandırma yapabilmeye ve kredinin vadesini değiştirme imkânı getirildi.

Resmi Gazete: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/03/20200330-8.pdf>

- Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından kefalet limiti:
 - KOBİ tanımını haiz yararlanıcılarda azami 12 milyon TL'den 35 milyon TL'ye,
 - KOBİ tanımı dışında kalan tüzel kişi yararlanıcılar için ise azami 200 milyon TL'den 250 milyon TL'ye çıkarıldı.



- o Kefalet limitlerinin 31 Aralık'a kadar; KOBİ tanımını haiz yararlanıcılar için 50 milyon TL, KOBİ tanımı dışında kalan tüzel kişi yararlanıcılar için ise azami 350 milyon TL olarak uygulanması hüküm altına alındı.
- o Başvurular Türkiye Halk Bankası A.Ş., Vakıfbank ya da T.C. Ziraat Bankası A.Ş. üzerinden yapılabilmektedir.

*** Detaylı Bilgi: <http://www.kgf.com.tr/index.php/tr/>

*** Resmi Gazete: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/03/20200330-8.pdf>

ÇEK ÖDEME DESTEK KREDİSİ VE EKONOMİK İSTİKRAR KALKANI KREDİ DESTEĞİ

Çek Ödeme Destek Kredisi ve Ekonomik İstikrar Kalkanı Kredi Desteği ile istihdamda azaltma yapmamaları önkoşulu ile:

- Çek Ödeme Destek Kredisi (KOBİ ve KOBİ Dışı İşletme bazında 1-10 milyon TL tutarında)
- Kredi Desteği (KOBİ ve KOBİ Dışı İşletme bazında 5-50 milyon TL tutarında) verilmeye başlandı.
- Her iki kredi de 3 ay anapara ve faiz ödemesiz, toplam 12 ay vadeli ve yıllık %9,5 faizle alınabilecektir.

Her iki destek için de;

- Yıllık ciro 0-25 milyon TL için azami 1 milyon TL
- Yıllık ciro 25-125 milyon TL için azami 5 milyon TL
- Yıllık ciro 125 milyon TL üzeri için azami 10 milyon TL tutarlarında faydalanılabilecektir.

Resmi Gazete: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/03/20200330-8.pdf>

TÜRK EXİMBANK DESTEKLERİ

- Türk Eximbank kendi kaynaklarından ve TCMB kaynaklarından kullandığı kredilerin vadesi haziran sonuna kadar gelecek kredi geri ödemelerinde firmaların talepleri doğrultusunda 3 ile 6 aya kadar uzattı. Bu bağlamda ihracatçıların faiz ödemelerine de 6 ay erteleme imkânı getirildi.
- Türk Eximbank kısa vadeli kredilerde 2 yıl olan taahhüt kapatma süresi:
 - o Henüz taahhüdü kapatılmamış ve taahhüt süresi dolmasına rağmen ceza uygulanmamış olan krediler,
 - o Haziran sonuna kadar kullanılacak tüm krediler için 3 yıla çıkarıldı.
- Türk Eximbank reeskont kredilerinin azami 1 yıl olan vadesi azami 2 yıla çıkarıldı.

Reeskont Kredileri Başvurusu İçin Gerekenler

- Kredi Talep Formu
- Niyet Mektubu
- Banka Avalini Taşıyan Bono veya Devredilebilir Kesin Banka Teminat Mektubu (Eximbank nezdinde gayrinakdi limiti olan bankalardan biri) ile birlikte aval taşımayan bono veya KGF avalini taşıyan bono evraklarının TürkEximbank'a ibrazı

Bu krediye ilk defa başvuruda bulunacak firmalar için (Yukarıdaki belgelerin yanı sıra):

- Mali analiz ve istihbarat çalışması için talep edilen bilgi ve belgeleri Eximbank'a sunmaları gerekmektedir.
- Bankada daha önce analiz ve istihbarat çalışması bulunan ancak son mali yıl ve analiz istihbarat

çalışması olmayan firmaların da söz konusu belgeleri Eximbank'a ibraz etmeleri gerekmektedir.

*** Detaylı Bilgi için: <https://www.eximbank.gov.tr/tr/urun-ve-hizmetlerimiz/krediler/kisa-vadeli-ihra-cat-kredileri/reeskont-kredisi#gerekli-belgeler>

TL Reeskont Kredisi

- Çalışanlara ücret ödemeleri,
- Tedarikçilere olan borçlara ve ticari borçlara ilişkin firmalara yapılan ödemeler,
- Kira ödemeleri,
- Yurtiçi mal ve hizmet alımları karşılığında yapılan ödemeler,
- Kamu kurum ve kuruluşlarına yapılan ödemeler finanse edilebilir.

* Bankalara olan kredi borcu ödemeleri ve vergi borçları finanse edilmeyecektir.

Firma Limiti Ne Kadardır?

KOBİ'ler için 25 milyon TL, KOBİ Dışı İşletmeler için 50 milyon TL.

Hangi Teminatlar Kullanılabilir?

- Devredilebilir Kesin Teminat Mektubu (DKTM),
- Avalli Bono veya KGF PGS Teminatı.

Vade, Faiz ve Ek Teminat Oranları

- DKTM ve Avalli Bono için yıllık %9,00
- KGF PGS için yıllık %7,75 KGF komisyon oranı %0,50
- Yalnızca 360 gün vadeli
- Risklerine karşı kredi tutarının %14,50'si oranında nakit blokaj, avalli bono veya teminat mektubu alınacaktır.

TL Reeskont Kredisinde İstihdam Şartları

İstihdam taahhüdü şartı esnetilmiş olup kredi vadesi süresince;

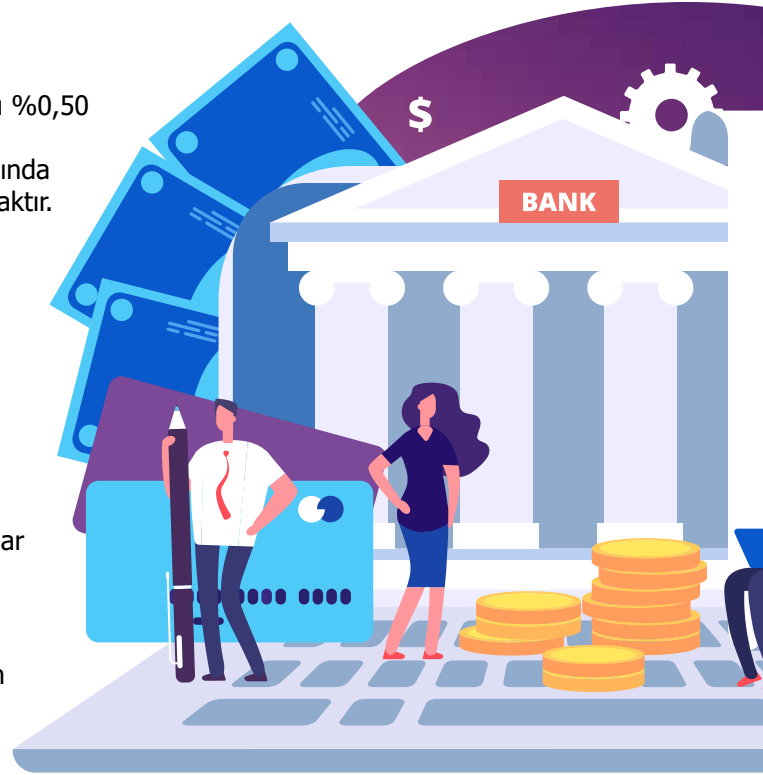
- Mart, haziran, eylül ve aralık aylarının sonu ile kredi vadesinin bulunduğu ayın sonundaki çalışan sayılarının ortalamasının Mart 2020 sonundaki çalışan sayısının altında olmaması gerekmektedir.
- Çalışanın istifası, vefatı, emekliliği gibi durumlar da istihdam şartında istisna kapsamındadır.

Stok Finansman Destek Paketi

- Stoklarını satamayıp taşıma zorunda kalan firmalar için
- 1 yıl vadeli TL reeskont kredisi
- Kredi faiz oranı yıllık %7,75
- KGF komisyonu %0,50

Türk Eximbank aracı bankalar üzerinden kullanılan sevk öncesi ihracat kredi (SÖİK) vadeleri uzatılmıştır;

- 01.04.2020 (dâhil) tarihinden 30.06.2020 (dâhil) tarihine kadar vadesi gelecek kredilerin (tek ödeme kalan kredilerde nihai vadesi veya taksit vadesi), firmanın talepte bulunması ve talebin ilgili aracı banka



tarafından uygun görülmesi koşulu ile 180 güne kadar vadesi uzatılabilecektir.

- Vadesi uzatılacak kredinin faizinin tahsil edilmesi veya ödeme gücü olmayan ve faizlerinde anapara eklenmesi yönünde talepte bulunan firmalar için faizler anaparaya eklenebilecektir.
- Vade uzatım işlemleri Eximbank tarafından belirlenecek vade uzatım faiz oranı ile gerçekleştirilecektir.

Başvuru İçin Gerekenler

- Başvuru Belgeleri
- Kredi Talep Formu
- Firma Taahhünamesi
- Muvafakatname ile birlikte aracı bankalara kredi müracaatı yapılması

İlk Defa Kredi Kullanacak Firmalardan İstenen Belgeler

- Kapasite Raporu
- Firma unvanının yer aldığı ilgili Ticaret Sicil Gazetesi'nin son sayısı,
- Alım-satım veya üretim faaliyetine ilişkin Faaliyet Ruhsatı (SB firmaları için),
- Altı aydan eski tarihli olmamak kaydıyla KKTC mevzuatı uyarınca düzenlenecek Ticaret veya Sanayi Odası Kayıt Belgesi ve Şirketler Mukayitliği Onay Belgesi veya Ticaret Dairesi tarafından düzenlenen İhracatçı Belgesi veya ilgili mevzuata göre bunların yerine geçecek belgelerin (KKTC firmaları için) fotokopileri
- Türk Eximbank Haziran ayı sonuna kadar alıcı firmaların sigortalı firmalardan talep edeceği 3 aya kadarki vade uzatımlarında sigortalı firmalardan herhangi bir ek sigorta primi alınmaması sağlandı.
 - Sigortalı firmalar tarafından ödenmekte olan sigorta primleri ve alıcı analiz ücretlerinin vadeleri 30 gün uzatıldı.

*** Türk Eximbank desteklerine dair detaylı bilgi: <https://www.eximbank.gov.tr/#size-nasil-yardimci-olabiliriz>

TİCARET BAKANLIĞI DESTEKLERİ

Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi Hakkında Karar

Karar çerçevesinde;

- Şirketlerin e-ticaret sitelerine üyelik giderleri, 2020 yılı için %80, takip eden yıllarda %60 oranında,
- Sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarlara katılım için iş dünyasını temsil eden çatı örgütlerinin (işbirliği kuruluşları) yapacağı masraflar ve sanal fuar organizasyonları giderleri %50 oranında, Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenecektir.

Bu krediye ilk defa başvuruda bulunacak firmalar için (Yukarıdaki belgelerin yanı sıra):

- Mali analiz ve istihbarat çalışması için talep edilen bilgi ve belgeleri Eximbank'a sunmaları gerekmektedir.
- Bankada daha önce analiz ve istihbarat çalışması bulunan ancak son mali yıl ve analiz istihbarat çalışması olmayan firmaların da söz konusu belgeleri Eximbank'a ibraz etmeleri gerekmektedir.

*** Detaylı Bilgi için: <https://ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri/pazara-giriste-dijital-faaliyetlerin-desteklenmesi>

YENİ TREND DİJİTALLEŞMEYE DEVLET DESTEĞİ

COVID19 sonrası dönemin dijital ortamda yaratacağı canlanma ilk sinyallerini vermeye başladı. Pazar Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi Hakkında Cumhurbaşkanı Kararı, normalleşmenin ilk günü ile birlikte Resmi Gazete’de yayımlandı. Bu bir ilk. Arkasının çok güçlü geleceğini Ticaret Bakanlığı’nın yaptığı açıklamadan anlayabiliyoruz. Sanal toplantılara alışan sanayiciler artık sanal fuarlar, sanal ticaret heyetleri gibi internet teknolojisine dayalı uygulamalara da hızla alışacak. Bu durum firmalar için yeni bir istihdam alanı anlamına da geliyor. İnternet teknolojilerine yapılan yatırım hız kazanacak.

Detaylar Ticaret Bakanından geldi

Bakan Pekcan, Cumhurbaşkanlığı kararnamesinin detaylarını Twitter hesabından paylaştı. Yeni tip koronavirüs (Kovid-19) pandemisiyle iş yapma pratiklerinin radikal bir şekilde değiştiğine dikkati çeken Pekcan, dijitalleşmenin önem kazandığı bu dönemde ihracata yönelik dijital faaliyetleri teşvik edecek yeni bir destek mekanizması geliştirdiklerini vurguladı. Kararın önemine işaret eden Pekcan şu bilgileri verdi: “Kararla firmalarımızın e-ticaret sitelerine üyeliklerini, sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarlara katılımını, sanal fuar düzenlenmesini destek kapsamına alıyoruz.

Bu çerçevede firmalarımızı e-ihracata özendirmek amacıyla e-ticaret sitelerine üyelik giderlerini 2020 yılı için yüzde 80, takip eden yıllarda yüzde 60 oranında destekleyeceğiz. Sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarlara katılım için iş dünyamızı temsil eden çatı örgütlerin yapacakları masraflar ve sanal fuar organizasyonları giderleri de yüzde 50 oranında desteklenecek. Bakanlık olarak firmalarımızın yeni ticaret dinamiklerine uyumlu olarak, dijitalleşme süreçlerinden en iyi şekilde faydalanmalarını sağlamaya ve yurt dışı pazarlara giriş faaliyetlerine destek olmaya devam edeceğiz.”

100 bin dolara kadar destek var

Resmi Gazete’de yayımlanan Cumhurbaşkanı Kararı’na göre, Türkiye’de sınai veya ticari faaliyette bulunan şirketler ile iş birliği kuruluşlarının pazara giriş ve pazarlamaya yönelik dijital faaliyetlerine ilişkin giderlerinin Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu’ndan karşılanması amaçlanıyor. Şirketlerin genelgede düzenlenen şartları haiz ve Bakanlıkça onaylanan e-ticaret sitelerine üyeliklerine ilişkin giderler yüzde 60 oranında ve e-ticaret sitesi başına yıllık 8 bin liraya kadar desteklenecek. Şirketler, bu destekten en fazla üç e-ticaret sitesi için ve e-ticaret sitesi başına en fazla iki yıl yararlanabilecek. Söz konusu destek oranı bu yıl yüzde 80 olacak.

Bakanlık koordinasyonunda işbirliği kuruluşlarının düzenlenen sanal ticaret heyeti faaliyetlerine ilişkin giderler yüzde 50 ve faaliyet başına 50 bin dolara kadar desteklenecek. İhracat Genel Müdürlüğü tarafından uygun görülen uluslararası niteliği haiz sanal fuarlara katılımcıların iştirak etmelerini sağlamak üzere işbirliği kuruluşlarının düzenlenen sanal fuarlara katılım organizasyonlarına, genelgede belirtilen giderler yüzde 50 ve faaliyet başına 50 bin dolara kadar desteklenerek katkı sağlanacak.

Ayrıca işbirliği kuruluşlarının düzenlenen sanal fuar organizasyonlarına dair genelgede belirtilen giderler için yüzde 50 oranında, faaliyet başına 100 bin dolara kadar destek verilecek.



KESİNLEŞEN KODLARI İLE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Bir perakende uzmanı “Bundan sonra soyunma kabinleri hiçbir zaman eskisi kadar dolu olmayacak” diyor. Ama aynı uzmana göre perakende altın çağının ilk günlerini yaşıyor. Ancak bu denklem herkes için geçerli değil. Değişimin kodlarını iyi okumak lazım. Enerjimizi, paramızı ve aklımızı ekonomik kullanmamız bir döneme giriyoruz. Yepyeni maliyet hesapları yapmaya, daha önce hiç düşünmediğimiz detayları düşünmeye ihtiyacımız olacak.

Artık her şeyin e-ticareti olabilir
Bazı ürünler, özellikle taze meyve sebze başta olmak üzere birçok gıda grubu, hijyen ürünleri gibi ürünler, genellikle tüketicilerin doğrudan fiziksel mağazalardan anlık olarak almayı tercih ettiği ürünlerdi. Her ne kadar e-ticaret ortamında bu ürünlere talep olsa da, bu talep hiçbir zaman fiziksel marketlerin önüne geçememişti. Ancak koronavirüs ile bu alanlarda bir devrim yaşandığı kesin.

İnanmıyorum, sizin hâlâ e-ticaret siteniz yok mu!

Birçok kişiye göre e-ticaret zaten olmaz denilebilecek bir unsurdur. Ancak piyasalardaki tüm kuralları baştan yazdıran salgın şoku artık ticarete bakış açısı en muhafazakar olan kişilerin bile kafalarındaki soru işaretlerini giderdi. Dolayısıyla artık A’dan Z’ye her işletme e-ticaret dünyasına adım atacaktır.

Sosyal medya olmadan dijital pazarlamada bir hiçsiniz

E-ticaret dünyasının da kendine özgü birtakım gelenekleri ve olmazsa olmazları bulunuyor. Bunların birçoğu halihazırda klasik ticaret dünyasında uzun süredir aşına olduğumuz şeyler. Aslında aradaki tek fark, e-ticaret dünyasında bu araçlar tamamen dijitalleşmiş durumdadır. Pazarlama bu konuda çok güzel bir örnektir. Bakacak olursak, pazarlama hem klasik ticaret dünyasında, hem de e-ticaret dünyasında aynı temel felsefe üzerine çalışır. Satış de keza

aynı şekilde. Ancak e-ticaret dünyasında oyunun kuralları daha farklıdır ve dijitaldir. Klasik pazarlama yöntemleri burada yerini daha karmaşık ve çok daha fazla metrik ve unsurdan meydana gelen araçlara, kanallara ve yöntemlere bırakır. Burada çok daha ileri uzmanlık isteyen konular mevcuttur ve dolayısı ile gidilecek olan yol epey uzundur.

Koronavirüsün yarattığı salgın şoku ile bir dönüşüm yaşayan ticaret ile ,artık dijital pazarda var olma yarışı içine giren oyuncular, burada artık dijital pazarlama konusunda da rekabet içine girmek durumundalar. Bu dönüşümün aslında çok olumlu bir katkısı oluyor hayatımıza. Yediden yetmişe herkesin alışverişlerini bir bakıma online kanallardan yapıyor olması, herkese ister istemez e-ticaret öğrenmenin kapılarını açıyor.

İlk başlarda tek yönlü olan bu etkileşim, zaman içinde daha fazla insanın masanın diğer tarafına geçmesi ve e-ticaret dünyasında satıcı olmasının da kapılarını açıyor.

Dolayısıyla bir bakıma bu durum akıllı telefon devrimi gibi düşünülebilir. Eskiden bilgisayar okur-yazarlığından söz edilirdi. Bilgisayar kullanmayı bilmek bir ayrıcalık sayılırdı ancak akıllı telefonların hayatımıza girmesiyle bilgisayarda yapılan hemen her işlem bu cihazlardan yapılabilir duruma geldi ve küçük istisnalar hariç çevremizdeki hemen herkes kendilerini bu değişime adapte etti. Şimdi aynı sürecin e-ticaret için de yaşanması bekleniyor.



TARİHİN EN TARTIŞILAN KARMASINDAKİ GERÇEKLER



Bülent Fidan
Marka Danışmanı

İşletmeler, iş süreçleri boyunca işletme dışı ve içi pek çok faktörden etkilenirler... Dış çevre faktörleri makro (kültür, ekonomi, demografik yapı, hukuk sistemi, doğal felaketler vb.) ve mikro (pazarın yapısı, pazardaki üretim faktörleri sahipleri, araçlar vb.) olarak ikiye ayrılır. Pazarlama yöneticisi makro çevre faktörlerine müdahale edemezken mikro çevre faktörlerine ise kısmen müdahale eder.

İşletmenin dış çevre faktörleri olduğu gibi bir de iç çevre faktörleri bulunmaktadır. İç çevre faktörleri pazarlama dışı faktörler (çalışanlar, finansman, Ar-Ge, kapasite, üretim hammaddeleri vb.) ve pazarlama karması (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) olarak iki bölümde incelenebilir. Pazarlama yöneticileri iç çevre faktörlerine, özellikle de pazarlama karmasına yoğun olarak müdahale edebilmektedirler. Pazarlama karması, pazarlama yöneticileri için bu nedenle büyük önem taşımaktadır. Planlama yaparken pazarlama karması unsurları

üzerinden hareket ederler. Pazarlamada "karma-mix" kavramını ilk olarak Harvard Üniversitesi'nde profesör olarak yer alan James Culliton, işletme yöneticilerini karar verirken belli formüllerin yanında farklı girdileri bir arada kullanarak çözüm üreten sanatkârlar olarak yorumlamış ve "girdilerin karıştırıcıları-mixers of ingredients" ifadesini kullanmıştır (bu ifade 1948 yılında yayınladığı The Management of Marketing Costs kitabında yer almıştır).

12P ve 4P Modeli

1948'de James Culliton tarafından "girdilerin karıştırıcısı" olarak adlandırılan olgu, Neil Borden tarafından 1964 yılında yayınlanan The Concept of The Marketing Mix (yayın: Journal of Advertising Research) makalesinde tam da bugünkü anlamında, "pazarlama karması" olarak kullanılmıştır. Yalnız Borden bu makalesinde karmayı üretim planlama, fiyatlandırma, markalama, dağıtım kanalları, kişisel satış, reklam,

tutundurma, ambalajlama, sergileme, hizmet, fiziksel dağıtım, veri toplama ve analiz olarak 12 bölümde ele almıştır. 1960'ta, ABD'li pazarlama profesörü Edmund Jerome McCarthy, Basic Marketing: A Managerial Approach kitabında ilk olarak pazarlama karması kavramını bir pazarlama modeli olarak sunmuş ve unsurların ilk harflerini alarak 4P şeklinde isimlendirmiştir. McCarthy'nin pazarlama karması modeli olan

4P:
Ürün-Product
Fiyat-Price
Dağıtım-Place
Tutundurma-Promotion

Borden'in belirlediği 12 maddelik pazarlama karmasındaki bazı unsurları bir araya getirerek dört ana unsur ile sınırlayan McCarthy'ye göre bu unsurların model olarak rekabetteki içerikleri şöyledir:

Ürün: Pazara sunulacak olan mal-hizmetin marka bütünlüğü, kalite, şekil, ambalaj, işlev, bakım, onarım ve benzeri kısımlarının planlanması ve rekabette öne çıkacak şekilde geliştirilmesidir.

Fiyat: Ürün-hizmetin pazarda hedef kitlesi ile buluşmasında, rekabette markanın değerine de etki eden en uygun fiyatın belirlenmesi için fiyat stratejisinin oluşturulmasıdır.

Dağıtım: Ürün-hizmetlerin hedef kitlelerine ulaştırılarak satın almalarını sağlayacak tüm hareketin işletme lehine planlanmasıdır.

Tutundurma: Bugün pazarlama iletişimi altında çok sayıda uzmanlık alanına yayılmış olan tanıtım yöntemleri yüz yüze satış, reklam, halkla ilişkiler ve satış geliştirme olarak dört temel başlıkta stratejik iletişim planı ve uygulamalarını içermektedir.

4P pazarlama modeli olarak oluşturduğu bu yapıda McCarthy'nin, modelde "satıcıyı aktif" ve "alıcıyı pasif" bir konumda değerlendirdiği ileri sürülerek eleştirilmiş ve bu tür farklı değerlendirmeler ile 4P'nin farklı uygulamaları doğmaya başlamıştır.

7P

1981'de ABD'li pazarlama profesörleri Bernard Booms ve Mary Bitner, McCarthy'nin ortaya koyduğu 4P pazarlama karması modelinin uygulamada mallar için geçerli olabileceğini, özellikle hizmet olarak sunulan pazarlama süreçlerinde eksik kaldığını belirtmişlerdir. Bu nedenle, hizmet sektöründe pazarlama karmasını 7P olarak geliştirmişler ve aşağıdaki gibi düzenlemişlerdir.

Ürün-Product
Fiyat-Price
Tutundurma-Promotion
Dağıtım-Place
Katılımcılar-Participants
Fiziksel Ortam-Physical Environmet
Süreç Yönetimi-Process Management

Eklene üç unsur içindeki Katılımcılar kısmı, işletme içinde çalışanlar ve hizmet verilen müşterilerden oluşmaktadır. Fiziksel Ortam, işletme ve müşterinin karşılıklı etkileşimde buldukları tüm durumları ifade eder. Süreç Yönetimi ise depolanamayan ve işletme ile müşterinin buluşma anında tüketilen hizmetin sunumunu ve kalite standartları ve çevresini anlatmaktadır.

6P

Bu dönemde ABD'li pazarlama profesörü Philip Kotler, Megamarketing isimli makalesinde, işletmelerin belli bir pazara girebilmesi ya da var olduğu pazarda devam edebilmesi için işletmede rekabete katkı sağlayacak güçleri bir araya getirmeli ve bunu halkla ilişkiler ile ortaya koymalı fikrini açıklamıştır. Burada McCarthy'nin 4P'sinin bu nedenle yetersiz olduğunu söyleyerek halkla ilişkiler-public relations ve güç-power unsurlarını

pazarlama karmasına eklemiştir. Böylece karma 6P olmuştur.

9P

McCarthy sonrasında günümüze kadar Harry Hansen, Albert Frey, W. Lazer, E. Kelley, Neil Borden, W. Mindak, S. Fine, D. J. Swartz, Leo Renaghan, Waughan Judd, Allyn Johnson, Jonathan Asher, Dick Berry, Tom Patty, C. Lovelock, Joel English, F. Robbins, Rick Brown, Larry LeDoux, Ranold Goldsmith, L. Wright ve diğer bazı uzmanlar 4P'ye eklemeler yapmışlardır.

Yine bunların arasında farklı bir söylem getiren ve yaklaşımıyla başka bir temele gönderme yapan Finlandiyalı Yönetim Profesörü Cristian Grönroos, ilişkisel pazarlama konusuna dikkat çekmiştir. İlişkisel pazarlama "müşteriler ve diğer ortaklarla kâra dayalı olarak, ilişkilerin kurulması, geliştirilmesi, sürdürülmesi ve böylece amaçlara ulaşılması" şeklinde tanımlanmıştır. Yine bu dönemde Lovecock ve Wright süreç-process, üretkenlik-productivity, kalite-quality, insan-people ve fiziksel unsurları-physical evidence ile 4P'ye eklemelerle 9P'ye ulaşmışlardır.

5V Modeli

ABD'li pazarlama danışmanı ve direktörü Anthony Bennett, tüketicilerin satın alma davranışında tatmin arama şeklinde bir tutum içinde olduklarını söylemiştir. Buradan yola çıkarak pazarlama kararlarını alan pazarama yöneticileri için 4P'den farklı olarak 5V modelinin mutlaka ele alınmasını tavsiye ederek farklı bir yol açmıştır.

Değer-Value
Kapasite/Kabiliyet-Viability
Miktar-Volume
Çeşitlilik-Variety
Doğruluk-Virtie

4C Modeli

İşletme odaklı pazarlama yönetiminden tüketici odaklı pazarlama yönetimine doğru ilerleyiş ile McCarthy'nin 4P'sini de Kotler ve diğer bazı uzmanlar

tüketici odaklı yaklaşıma çevirerek 4P'yi sürdürmüşlerdir. Pazarlama-reklam-iletişim alanındaki çalışmaları ile tanınan ABD'li Profesör Robert Lauterborn da işletmelerin 4P öncesinde 4C'ye odaklanmaları gerektiğini ortaya koymaya çalışmıştır.

Lauterborn 4P'deki unsurların yerine şunları koymaktadır: Ürün unsuru yerine Müşteri Değeri-Customer Value, fiyat yerine Müşteri Maliyeti-Customer Cost, tutundurma yerine Müşteri İletişimi-Customer Communication ve dağıtım yerine de Müşteriye Uygunluk-Customer Convenience.

Müşteri değeri: Müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini, onlarla güvene dayalı ilişkiler kurarak devam ettirmek. Değerler anlamında rakiplerden farklılık yaratacak stratejilerle hareket etmek.

Müşteri maliyeti: Müşterilerin, işletmenin ürettiği ürün ve hizmetleri satın alırken, satış noktasına ulaşmak, beklemek, başka alıcıların davranışlarına maruz kalmak, rakipler arasından seçme zorluğu gibi pek çok durum müşteri için bir maliyet unsuru olarak görülebilir.

Müşteri iletişimi: Ürün-hizmetin sunduğu değer, işletme tarafından müşteriye anlatılmasıdır. Müşteriye

Uygunluk: Ürün-hizmetlerin satın alınırken, kullanılırken ya da faydasından ortaya çıkacak olan uygunluklardır. Satın almaya eşlik edecek olan karar uygunluğu, ulaşım, işlem, fayda ve fayda sonrası uygunluklar.

Karar uygunluğu, müşterinin ürünü seçerken işletmenin ona ne kadar destek olduğudur. Ulaşım uygunluğu satın alma noktasının yakınlığı ve zaman etkisidir. İşlem uygunluğu işlemlerin gerçekleşmesindeki zaman ve hizmettir. Fayda uygunluğu çekirdek faydanın sağlayacağı yararlar için harcanacak zaman, emek ve diğer giderlerdir. Fayda sonrası uygunluk ise kullanıma başladığında ortaya çıkabilecek sorunların giderilmesi ve bu dönemde işletme tarafından ürünle ilgili taktiptir.

TÜRKİYE'NİN İLK SANAL FUARI YAPILDI

İhracatın sanal ortama aktarılmasıyla ilgili çalışmalar Zoom üzerinden yapılan toplantılarla henüz salgın sürerken başlamıştı. Yapılan çalışmalar henüz salgın tam olarak dünyayı ve ülkemizi terk etmeden ilk meyvesini verdi ve Shoedex 2020 Ayakkabı ve Saraciye Fuarı, Türkiye'nin ilk sanal fuarı olarak adını tarihe yazdırdı.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)'in Covid-19'la mücadele eylem planı kapsamında Türkiye'nin ilk sanal fuarı olma özelliği taşıyan Shoedex 2020 Ayakkabı ve Saraciye Fuarı, 1-3 Haziran tarihleri arasında yapıldı. Ülkemizin ilk sanal fuarı olan fuarının açılışını sanal ortamda yapan TİM Başkanı İsmail Güllü "Salgın sonrası dönemde güvenilir, tedarik kabiliyetine sahip ülkelerin bir adım önde olacağı aşikar. İçerisinde bulunduğumuz bu dönemde küresel değişim ve dönüşüm sürecinde yeniliklere açık olmak oldukça önemli. 20. yüzyılın sonlarına kadar konvansiyonel metotlarla ilerlemiş olan uluslararası ticareti, dijital platformlar sayesinde, bugün yepyeni bir modele, iş yapma anlayışına taşıyoruz. İhraç pazarlarımızda başlayan normalleşme adımları

ile beraber, sektörlerimizin hızlı bir rehabilitasyon süreciyle bizleri alıştırdıkları rekorlara yeniden kavuşturacağına hiç şüphe yok" dedi.

Fuar açığı, yüksek ve yerli teknolojiyle kapanacak Türkiye'nin 20 yılda 30 milyar dolardan 180 milyar dolara sıçrayan ihracatına rağmen fuar merkezi kapasitesinin sınırlı kaldığına dikkat çeken Güllü sözlerini şöyle sürdürdü: "Yeni normalde, bu açığımızı yüksek teknolojiyle kapatmaya çalışacağız. TİM olarak bizler de temalarımızda yüksek teknolojiyi kullanıyoruz. Sanal fuarlarımızı tamamen yerli yazılım ile gerçekleştiriyoruz. Sanal fuarcılığa da imkân sağlayan teknolojiyle donatılmış yeni nesil fuar merkezlerini Türkiye ekonomisine kazandırmamız gerekiyor. Tüm katılımcı

firmalarımızı, yenilikçi yaklaşımları ve cesur adımları sebebiyle tebrik etmek istiyorum. Ayakkabı ihracatında ilk vakanın görüldüğü 10 Mart'tan bu yana yüzde 83, deri eşya ve saraciye ihracatında ise yüzde 58'lik bir daralma yaşandı. İhracatçıların azmi ve kararlılığı, ihracat hedeflerimize giden yolu aydınlatıyor. İhraç pazarlarımızda başlayan normalleşme adımları ile beraber, sektörlerimizin hızlı bir rehabilitasyon süreciyle bizleri alıştırdığı rekorlara yeniden kavuşturacağına hiç şüphe yok."

Bütün sektörler yayılacak Sanal fuar bir ilk olmakla birlikte sanal ticaret heyeti çalışmaları ve fuarların buluşacağı platform için de çalışmalar sürüyor. 61 ihracatçı birliği, 27 sektörü ile 95 bin ihracatçıyı temsil eden TİM, "Yeni Nesil Ticaret Diplomasisi" adıyla bir proje başlattı. TİM, Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ile Özbekistan ve Kenya'da gerçekleştirilen ve ilerleyen aylarda 28 ülkede daha düzenlenmesi planlanan Sanal Ticaret Heyeti programlarına paralel olarak sanal fuar platformunu da açıldı. İsmail Güllü, "TİM olarak, ihracatçılarımızın 'yeni normale' adaptasyonları noktasında yapılacak olan tüm 'Yeni Nesil Ticaret Diplomasisi' faaliyetlerini destekliyoruz" dedi. Bu arada fuar platformu üzerinden 31 firma 250'nin üzerinde ikili ticaret görüşmesi gerçekleştirdi.



KARANFİL GROUP

DÜNYA BİZİMLE YAKIN

World Close *With Us!*

الدنيا اقرب معنا



CLOVE



poligon34



sas

TÖTEM

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

“KURUMSAL YÖNETİM İLE ŞİRKETİNİZİ NASIL GELECEĞE TAŞIRSINIZ?” PANELİ DENİB EV SAHİPLİĞİNDE GERÇEKLEŞTİRİLDİ



Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) ev sahipliğinde ve Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği (TKYD) işbirliği ile yapılan “Kurumsal Yönetim ile Şirketinizi Nasıl Geleceğe Taşırsınız?” paneli, 5 Şubat 2020 Çarşamba günü 13.30-16.00 saatleri

arasında DENİB Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi. Panelin açılış konuşmalarını DENİB Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Memişoğlu ile TKYD Yönetim Kurulu Başkanı ve BATIÇİM İcra Kurulu Üyesi

Feyyaz Ünal yaptı.

Ünal'ın yanı sıra TKYD Yönetim Kurulu Üyeleri Dr. Burak Koçer ve Ozan Altan'ın da katıldığı panelde, kurumsal yönetim süreçlerine ilişkin bilgi ve tecrübe paylaşımında bulunuldu. Denizlili sanayicilerin ve ihracatçıların yoğun ilgi gösterdiği panelde; kurumsal yönetim ile şirketleri geleceğe taşımanın önemi, halka kapalı şirketlerde temel sorunlar, aile şirketlerinde kurumsal yönetim açısından özel dinamikler, doğru yönetim kurulu nasıl oluşturulur, iyi kurumsal yönetim uygulaması olan şirketler kendilerini nasıl ayırıştırıyor, yatırımcılar şirketlerde kurumsal yönetim açısından ne gibi kavramlar var, profesyonel yönetim, aile fertlerinin şirkette yönetici olması, bağımsız yönetim kurulu üyesi kavramı gibi konularda bilgi verildi. Panel, soru-cevap bölümüyle sona erdi.

“2020/2021 EV TEKSTİL TRENDLERİ SEMİNERİ” DENİB KONFERANS SALONU'NDA GERÇEKLEŞTİRİLDİ

“2020/2021 Ev Tekstili Trendleri” ve “Trend Nasıl Okunur ve Nasıl Yansıtılır” konulu seminer, Uludağ İhracatçılar Birliği organizasyonunda, Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) ve Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TETSİAD) işbirliği ile 28 Şubat 2020 tarihinde DENİB'in ev sahipliğinde gerçekleştirildi.

TETSİAD organizasyonunda 21-25 Nisan 2020 tarihleri arasında düzenlenmesi planlanan 2020 EVTEKS Fuarı'nda tasarımcı Bahar Korçan liderliğinde oluşan ekibin tasarımı ile yapılacak olan bu yıl ki trend alanı sunumları hakkında firmaları bilgilendirmek amacıyla DENİB Konferans Salonu'nda gerçekleştirilen seminere, ev tekstili sektöründe faaliyet



gösteren çok sayıda firmadan tasarımcılar ve pazarlama müdürleri katıldı. “2020/2021 Ev Tekstili Trendleri” başlığı altında, “Trend nasıl okunur?” ve “Nasıl yansıtılır?” konularda katılımcılar Korçan

ve ekibi tarafından bilgilendirildi. Özellikle EVTEKS Fuarı'na katılacak olan ihracatçı firmalardan temsilcilerin yoğun ilgi gösterdiği seminer soru-cevap bölümüyle tamamlandı.



TİM'İN İNOVASYON ODAKLI MENTORLUK PROGRAMI SEMİNERİ DENİZLİ'DEYDİ

Türkiye'nin katma değerli ihracatının artırılması amacıyla Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşma çalışmalarına odaklanan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından yürütülmekte olan İnovasyon Odaklı Mentorluk Programı İnoSuit'in 2020 yılında düzenlenen bilgilendirme seminerleri turu Denizli'de devam etti.

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) ev sahipliğinde 12 Şubat 2020 Çarşamba günü düzenlenen toplantıda açılış konuşması yapan DENİB Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Memişoğlu'nun ardından İnoSuit Programı Akademik Danışmanı Dr. Merih Pasin, İnoSuit

sırasında firmaların, kurumsal inovasyon sistemleri kurgulayarak daha hızlı ve etkin İnovasyon yapma kapasitesini elde ettiklerine dikkat çekti. Katma değerli ve sürdürülebilir ihracat için inovasyon kültürünün KOBİ'lerde kurumsal kimliğe dönüştürülmesi amacıyla yapılan İnoSuit'e 2016 yılından bu yana 300'ün üzerinde firmanın başvurduğu bilgisini veren Pasin, "İnoSuit'te yer alan firmalarımızın mentorlerimizle yaptığı çalışma sonucunda hem iş hem ciro hem de yüksek katma değerli ihracat yapma yetkinlikleri artıyor. İnovasyon Proje Portföyü Yönetimi, Stratejik Yetkinlik Yönetimi ve Teknoloji Yönetimi üzerinde

çalışılan ana başlıklar" dedi. İnoSuit Programı bilgilendirme toplantısında, kurumsal inovasyon sistemi kurulumunda stratejik yaklaşımın önemi ve metotları, toplantıya katılan firma temsilcileri, akademisyenler ve üniversite öğrencileriyle paylaşıldı. Ayrıca İnosuit kapsamında bir firmanın mentorluğunu yapan Doç. Dr. Ceren Göde, toplantıya katılan firma temsilcilerine tecrübelerini aktardı. DENİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İbrahim Uzunoğlu ile DENİB Yönetim Kurulu Üyesi Süreyya Çalışkan'ın da katıldığı İnoSuit Bilgilendirme Toplantısı soru-cevap bölümüyle tamamlandı.

“TİM-KOBİ İHRACAT SEFERBERLİĞİ EĞİTİM PROGRAMI” DENİB EV SAHİPLİĞİNDE GERÇEKLEŞTİRİLDİ



KOBİ'lerin ihracata teşvik edilmesi amacıyla hazırlanan “TİM-KOBİ İhracat Seferberliği Eğitim Programı”, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonu ve Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) işbirliğinde DENİB Konferans Salonu'nda düzenlendi.

TİM tarafından KOBİ'lerin ihracata yönlendirilmesi ve ihracat yapmakta olan firmalarımızın ihracat desteklerinden maksimum oranda yararlanması amacıyla başlatılan program, 24-25 Şubat 2020 tarihlerinde yapıldı.

Program kapsamında Ticaret Bakanlığı, TİM, KOSGEB, Eximbank, TOSYÖV ve Kredi Garanti Fonu'ndan alanında yetkili isimler firmalarımıza nasıl ihracatçı olunacağı, ihracata ilişkin desteklerden nasıl yararlanılabileceği ve ihracatın

finansmanına kadar birçok konuda katılımcıları bilgilendirdi. Etkinliğe katılan TİM Strateji, İnovasyon ve Girişimcilik Şube Müdürü Kübra Ulutaş, TİM'in ihracatı artırmak ve teşvik etmek amacıyla yürüttüğü çalışmalarını anlatan bir sunum gerçekleştirdi.

Eğitim programından ilk gününde, İstanbul Ticaret Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü Başkan Vekili ve Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü Prof. Dr. Figen Yıldırım, “İhracatın Temelleri ve İhracatta Pazarlama Stratejileri”; Denizli KOSGEB İl Müdürü Aziz Acar, “İhracat Odaklı KOSGEB Destek Programları, Proje Hazırlama ve Kılavuz Eğitimi” ve TOSYÖV Eğitmeni Cüneyt Örkmez “KOBİ Destekleri ve İhracatta Dijitalleşme” başlıklı sunumlarıyla bu konularda güncel

bilgiler aktardı.

Programın ikinci günü, Ticaret Bakanlığı İhracatı Geliştirme Uzmanı Gözde Eroğlu'nun “İhracat Destek Programları” ile ilgili sunumu ile başladı. Ardından, Türk Eximbank Denizli Şubesi'nden Müdür Yardımcısı Vekili Muhammet Afşar, “İhracatın Finansmanı ve İhracat Kredileri ve Kredi Garanti Fonu”, daha sonra da aynı şubeden Yönetici Serkan Uzun “İhracatta Yönelik Kredi, Garanti ve Sigorta Programları ve Kefalet Uygulamaları ile İhracatın Finansmanında KGF Destekleri” başlıklı sunumlarını gerçekleştirdi.

Denizli'de faaliyet gösteren ihracatçı firma temsilcilerinin ve ilgililerin katıldığı eğitim programı soru-cevap bölümüyle sona erdi.



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

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





YERELDEN GLOBALE DİJİTAL PAZARLAMA & MARKALAŞMA VE ONLINE İTİBAR YÖNETİMİ EĞİTİMİ

DENİB AKADEMİ, "Yerelden Globale Dijital Pazarlama & Markalaşma ve Online İtibar Yönetimi Eğitimi"ni Denizli İhracatçılar Birliği'nde düzenledi.

Meva Dijital'den Merve Arık ve Baruthane İletişim Ajansı'ndan Canan Özpınar tarafından gerçekleştirilen eğitim programında; dijital pazarlama, marka oluşturma, online pazarlama kampanyaları, internet reklamcılığı, dijital medya planlama, hedef kitle analizi, sosyal medya iletişimi ve pazarlama, imaj yönetimi gibi konu başlıkları üzerinde duruldu.

Eğitmen Merve Arık, dijital medya planı oluştururken kampanya, hedef kitle, reklam bütçesi ve hedef doğrultusunda çalışmalarını efektif hale getirmek için veri analizi ve raporlamanın önemli olduğunu belir-

terek şunları söyledi: "Var olan e-ticaret sitenizin performansını etkileyen altyapısal problemler, harcadığımız reklam bütçesinin ölçümlenmesinde sorun yaratıyorsa veri analiziniz sağlıklı olmaz. Harcadığınız reklam bütçelerinin yansımalarını görebilmek adına veri analizini stratejik olarak ön planda tutmalısınız.

E-ihracatta hedef kitle analizi yapabilmek adına öncelikle o pazarda yer alacağınız ürünün fiyat politikasını doğru belirlemeli, o bölgenin kültürel ve alışveriş davranışlarını incelemeli, bölgenin ikliminden bireysel davranış alışkanlıklarından habermiz olmalı. Ve başarılı olabilmek için yalın ve özgün fotoğraflar ve içeriklerle kullanıcı karşısına çıkmalısınız."

Endüstrinin 4.0, pazarlamanın ise 3.0

olarak adlandırıldığı ve her alanda dijital dönüşümden bahsettiğimiz günümüzde, işletmeler için pazarlama süreçlerindeki "Dijital Markalaşma" kavramının hayati bir öneme sahip olduğunu belirten Eğitmen Canan Özpınar ise sözlerine şu şekilde devam etti: "Ulusal ve küresel çapta büyümeyi hedefleyen firmalar ne yazık ki 'Dijital Markalaşma' dönüşümünü tamamlamadan varlıklarını sürdürmeyecekler. Dijital markalaşma, bir markanın rakipleri arasında avantajlı konuma geçerek üstünlük kazanmasını sağlar. Ayrıca dijital pazarlama faaliyetlerindeki sürdürülebilirlik yine dijital markalaşma ile mümkündür". Eğitim programı, yapılan bilgilendirmelerin ve paylaşımların ardından soru-cevap bölümüyle sona erdi.

TÜRKİYE'NİN İLK
ORGANİK
EV TEKSTİLİ MARKASI



Tarihten Gelen
Miras

 e-ticaret **Turkey** TURKISH TOWELS
www.ecocotton.com.tr



ecocotton[®]
BACK TO NATURE

EKİP VE PERFORMANS YÖNETİMİ EĞİTİMİ

“Ekip ve Performans Yönetimi Eğitimi”, DENİB AKADEMİ tarafından Denizli İhracatçılar Birliği’nde düzenlendi. Perfosmart Eğitim ve Gelişim Çözümleri’nden Kemal Albayrak tarafından gerçekleştirilen eğitim programında; ekip yönetimine bütünsel yaklaşım, farklı liderlik modellerine bakış, ekibi ve performansını yönetmek, durumsal liderlik yaklaşımı ve ekibin dinamikleri, maksimum performans için liderlik stilini adapte etmek, farklı ekip üyelerini anlamak ve yönetmek, ekip yöneticisinin geliştirme görevi, çatışma ihtiyacı ve gelişim, değerler ve davranış normları, gelişim ihtiyaçlarını analiz etmek gibi konu başlıkları üzerinde duruldu. Yönetim ve liderliğin aslında kalıplara sokulması çok güç bir yetkinlik olduğunu vurgulayan Eğitmen Kemal Albayrak sözlerine şu şekilde devam etti: “Tüm çalışanlarınız birbirinden çok farklı davranış ve tutuma sahiptir. Bir yöneticinin kimi zaman etkin bir lider, bir danışman, bir arkadaş olması gerekir. Kimi zamansa görevlerin yönlendirilmesi konusunda daha otoriter bir yaklaşım sergilemesi



ve bunların hepsini aynı anda olmayı başarması önemlidir. Çalışanlarınız, işin doğası gereği duygusal iniş-çıkışlar yaşayabilir. Performanslar bazen en üst noktaya çıkarken, bazen durağan dönemler olabilir. Günümüz yöneticilerinin son derece sabırlı, iletişim becerilerinin oldukça iyi olması gerekir ki çalışanlarını

iyi yönetebilsin ve motive edebilsin. Üstün yöneticiler, farklı kişilikleri etkin bir takımın içine yedirebilen ve böylece beklenen performans sonuçlarını elde edebilen takım liderleridir.” Eğitim programı, yapılan bilgilendirmelerin ve paylaşımların ardından soru-cevap bölümüyle sona erdi.

İLERİ EXCEL UYGULAMALARI EĞİTİMİ



DENİB AKADEMİ, “İleri Excel Uygulamaları Eğitimi”ni Denizli İhracatçılar Birliği’nde düzenledi.

Vidoport.com’dan Ömer Bağcı tarafından sunulan eğitim programında; genel Excel kullanımı, koşullu biçimlendirmelerin uygulanması, verilerin girdisinin doğrulanması, çeşitli formüllerin kullanımı, pivottable gibi Excel’in farklı işlevleri anlatıldı ve tablolar üzerinden uygulamalı örnekler gerçekleştirildi.

Eğitmen Ömer Bağcı, işletmelerde satış listeleri üzerinden farklı şekillerde raporlamalar ve çalışmalar yapılabileceğini, katılımcıların uygulamaları kullanarak sürekli kendilerini geliştirebileceğini dile getirdi. Bağcı, bazen saatler alan işlemlerin bir formül veya raporlama ile birkaç dakikada yapılabileceğini sözlerine ekledi.

Eğitim programı, yapılan bilgilendirmelerin ve paylaşımların ardından soru-cevap bölümüyle sona erdi.

TRANSMEDYA HİKÂYE ANLATICILIĞI EĞİTİMİ



DENİB AKADEMİ, "Transmedya Hikâye Anlatıcılığı Eğitimi"ni Denizli İhracatçılar Birliği'nde düzenledi. İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde öğretim görevlisi ve Dijital Dönüşüm Mimarı Kozan Demircan tarafından gerçekleştirilen eğitim

programında; yeni medya iletişim kanalları, vizyon okuryazarlığı, marka geliştirme, yeni medyada marka imajı oluşturma, yaratıcı fikirler, başarı hikâyeleri, transmedya hikâye anlatıcılığı ve marka yönetimi, dijital iletişim teknolojileri ve global hedef

kitleler, Z ve Y kuşağı için dijital pazarlama iletişimi, yeni medyada PR ve tanıtım kampanyaları nasıl planlanır ve yürütülür gibi konu başlıkları üzerinde duruldu. Kişinin transmedya hikâyesinin global olması ve transmedya hikâye anlatıcılığının yaratıcı olması gerektiğini ifade eden Eğitimci Kozan Demircan şunları söyledi: "Yaratıcı olabilmek sürekli öğrenmeye dayanır. İkinci olarak da vizyon sahibi olmayı gerektirir. Transmedya hikâyesinin bir vizyonu olabilmesi için şirketinizin bir vizyona sahip olması esastır. Dünyada son gelişen teknolojiler ile ekonomide üretim biçimleri de her geçen gün değişmektedir. Üretim biçimlerinin değişmesi ile yönetim ve iş yapış şekilleri de değişmektedir. Bunun için gerek üretimimizde gerekse yönetimimizde ve iş yapış şekillerimizde de inovatif olmamız gerekiyor. Transmedya hikâye anlatıcılığı da yenilik açısından inovasyona bağlıdır." Eğitim programı, yapılan bilgilendirmelerin ve paylaşımların ardından soru-cevap bölümüyle sona erdi.

SÜREÇ VE SÜREÇ PERFORMANS YÖNETİMİ EĞİTİMİ

"Süreç ve Süreç Performans Yönetimi Eğitimi", DENİB AKADEMİ tarafından Denizli İhracatçılar Birliği'nde düzenlendi. Bor Eğitim ve Danışmanlık'tan Hülya Gülenay Bor tarafından gerçekleştirilen eğitim programında; işletmeler için süreç yönetiminin faydası, fonksiyonel yönetimden süreç odaklı yönetime geçişin önemi, süreçlerin birbiri ile ilişkisi, süreçsel ilişki yönetiminin önemi, kurum stratejilerine hizmet eden süreçleri belirleme esasları, müşteri ve sürecin sesi, süreç ölçüt dokümanları, ölçme, izleme araçlarının hazırlanması ve süreç iyileştirme yöntemleri ile Kaizen yaklaşımı gibi konu başlıkları üzerinde duruldu. Her sürecin müşterinin gereksinimini karşılamak için icra edildiğini, müşterinin, süreç sonundaki çıktıyı, ürünü ya da hizmeti beklediğini ve temel seviyede



süreç performans göstergesinin müşteri memnuniyeti olduğunu vurgulayan Eğitimci Hülya Gülenay Bor sözlerine şu şekilde devam etti: "Süreç yönetimi birçok iyileştirme metodolojisinden farklı olarak dışarıdan içeriye bir iyileştirme

öngörmektedir. Süreçlerin veya aktivitelerin kritikliği, ölçülmesi gereken noktalar, performans göstergelerinin neyi ölçmesi gerektiği, ölçüm sonrası iyileştirmelerin hangi odak noktasında olması gerektiği müşterinin sesi dinlenerek tespit edilir.



PROFESYONEL SATIŞ TEKNİKLERİ EĞİTİMİ

“Profesyonel Satış Teknikleri Eğitimi”, Denizli İhracatçılar Birliği’nde verildi. Humanica Yönetim Danışmanlığı’ndan Dr. Barbaros Kon tarafından gerçekleştirilen eğitim programında; değişim yüzyılında değişen trendler, müşteri kimdir, ne ister, müşteri beklentileri, hizmet kalitesi, markalaşmış müşteri deneyimi, satışa giriş, kişisel imaj, kişisel marka olmak, müşterilerde güven uyandırma, dostluk ilkesi, müşterinin özdeğerini yükseltme, fiyat direnciyle başa çıkarak fiyat itirazlarının karşılanması, satışta ve marka olmada basit olma ile liderin zıttı olma gibi konu başlıkları üzerinde duruldu. Satışın asıl amacının, şirket için en değerli müşteriye bulmak ve bu müşteriye onu sonsuza dek elinde tutacakmış gibi davranmak olduğunu, bu yaklaşımın doğal sonucu olarak da şirketin para kazandığını ve kâr elde ettiğini belirten Eğitmen Barbaros Kon şunları söyledi: “Kendilerine ve başkalarına olumlu tavırlar sergileyenler genellikle mükemmel

satıcı olur. Tecrübeler ve araştırmalar gösteriyor ki, farkındalığı yüksek olanlar kendilerinin farklı olduğunu bilir. Farklı olduğunu bilenler fayda yaratabilir. Fayda yaratabilenler fark yaratabilir. Fark yaratabilenler fırsatları değerlendirebilir ve ancak fırsatları değerlendirebilenler

finale koşabilir. Bu nedenle satış alanında başardığımız her şeyin yüzde 80’i dünyayla ilişkinizde kendinizi nasıl düşündüğünüz ve hissettiğinizin kalitesiyle belirlenir.” Eğitim programı, yapılan bilgilendirmelerin ve paylaşımların ardından soru-cevap bölümüyle sona erdi.



KORONA GÜNLERİNDE YAPILAN ONLINE EĞİTİMLER

EVDE ÇALIŞILAN GÜNLERDE MÜŞTERİ İLİŞKİLERİNİ ETKİN SÜRDÜRME EĞİTİMİ

Rönesans Değişim ve Yönetişim Bilimleri Enstitüsü'nden Hüseyin Mandacı tarafından verilen online eğitimde katılımcılara, evde çalışılan olağanüstü durumlarda mevcut müşterilerle, müşteri ilişkilerinin nasıl şekillenmesi gerektiği, ilişkilerin sürdürülebilirliğinin nasıl sağlanabileceği konularında farklı bir bakış açısı kazandırılmaya çalışıldı.

ZOR ZAMANLARDA GÜÇLÜ ÇALIŞAN OLMAK

İzgören Akademi'den İnan Acıloğlu, zor zamanlarda içsel motivasyonun nasıl artırabileceği ve yol haritası oluşturmak için neler yapılabileceği konularında katılımcılara bilgi verdi. Online eğitimde, "İkigai", "Zor durumlarla başa çıkabilmek", "Kendini güçlü tutmak", "İşinde güçlü olmak", "Güçlü olmak için yetkinliklerimizi geliştirmek" ve "Fayda sağlamak" başlıklarının üzerinde duruldu.



YENİ DÖNEMDE DEĞİŞEN YÖNETİM BECERİLERİ

Rönesans Değişim ve Yönetişim Bilimleri Enstitüsü'nden Sevtap Yasin, verdiği online eğitimde aşağıdaki konuların üzerinde durdu;

- Değişim nedir?
- Neler değişti, değişmekte?
- Yöneticinin seyir defterinde değişiklikler
- Yeni çalışma koşullarının iş süreçlerine olumlu katkıları
- Yeni koşullarda zor alanlar
- Evde çalışmaya uyum ve ekip olma bilinci
- Değişimin motivasyona dönüşümünü sağlamak
- Yeni sistemde yöneticinin dört temel becerisi

KAZANMA ALIŞKANLIĞINA SAHİP OLMANIN SIRRI

Academy Neuro'dan Mert Aydiner'in verdiği online eğitimde aşağıdaki konuların üzerinde duruldu;

- Kazanma alışkanlığını kültüre dönüştürmek
- Reaktif olmak yerine, proaktif bir anlayışa sahip olmanın avantajları nelerdir?
- Kazancımızı harcamalarımızın üzerinde nasıl tutabiliriz?
- Her zaman kazanan biri olmak için çevremizi nasıl dizayn etmeliyiz?
- Yaşadığımız zorlu süreci "fırsata çevirmek" için elimizdeki kaynakları nasıl kullanmalıyız?

DEĞİŞİM DİNAMİKLERİ- RÜZGÂR NEREYE DOĞRU ESİYOR

Rönesans Değişim ve Yönetişim Bilimleri Enstitüsü'nden Sevtap Yasin, verdiği online eğitimde aşağıdaki konuların üzerinde durdu;

- Değişim nedir?
- Neler değişti, değişmekte?
- Yöneticinin seyir defterinde değişiklikler
- Yeni çalışma koşullarının iş süreçlerine olumlu katkıları
- Yeni koşullarda zor alanlar
- Evde çalışmaya uyum ve ekip olma bilinci
- Değişimin motivasyona dönüşümünü sağlamak
- Yeni sistemde yöneticinin dört temel becerisi

DENİB İHRACATI

>> 01 Ocak 2020-31 Mayıs 2020 tarihleri arası DENİB tarafından kayda alınan ihracat rakamı yüzde 21,67 azalarak 825.8 milyon dolar olarak gerçekleşti. 2019 yılının ocak-mayıs döneminde gerçekleşen ihracat 1.054,3 milyon dolar oldu.

>> 2020 yılı mayıs ayı içerisinde, DENİB ihracatının ön sıralarında yer alan sektörlerden Hazır Giyim ve Konfeksiyon sektörünün ihracat kayıt rakamı, geçen yılın aynı ayına kıyasla yüzde 48,85 azalışla 50,4 milyon dolar, Tekstil ve Hammaddeleri sektörünün ihracat kayıt rakamı ise yüzde 41,03 azalışla 17,2 milyon dolar olarak kaydedildi.

MAYIS AYINDA DENİB İHRACATI

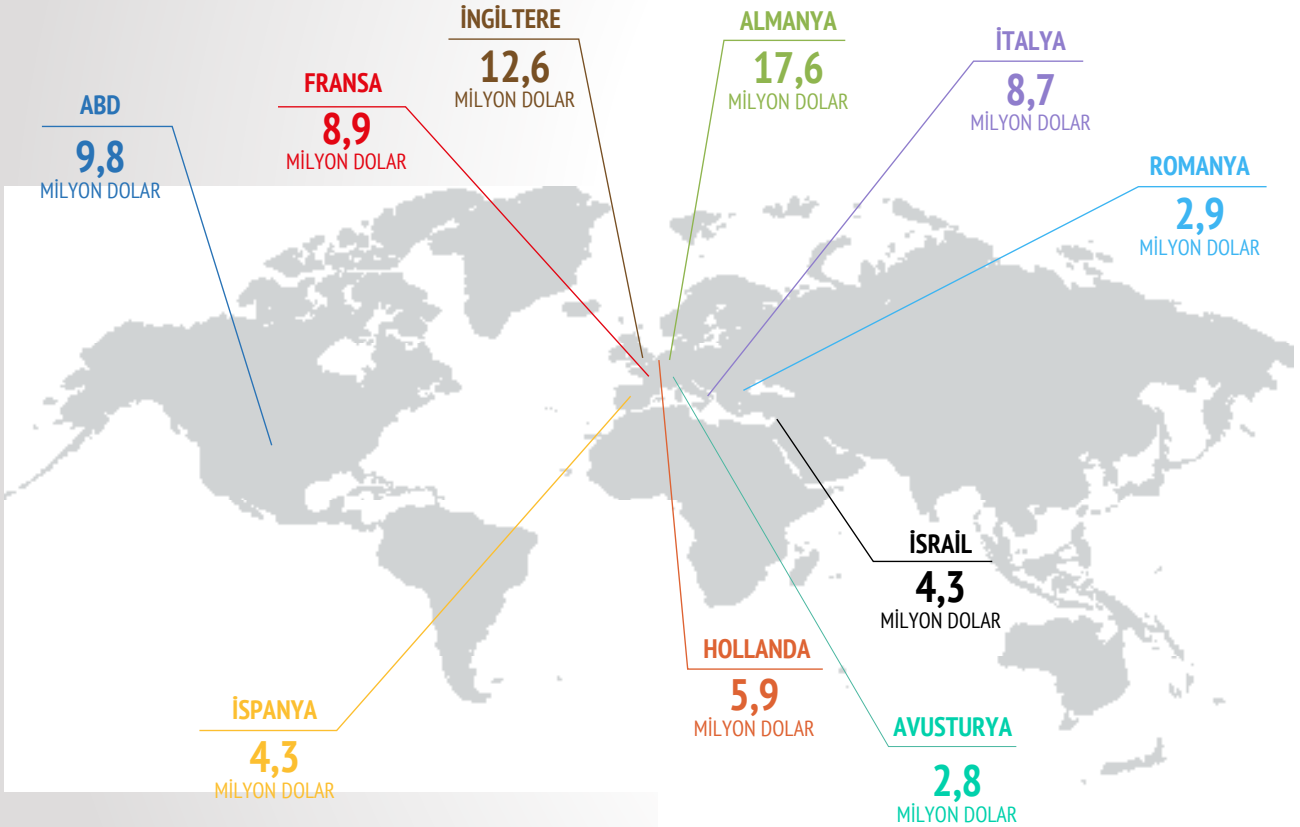
YÜZDE -48,35



125,8

MİLYON DOLAR OLARAK GERÇEKLEŞTİ.

ÜLKELERE GÖRE MAYIS AYI İHRACAT RAKAMLARI



MAYIS AYINDA SEKTÖRLERİN İHRACATTAN ALDIKLARI PAY



DENİB İHRACAT DEĞERLENDİRME RAPORU

- >> 2020 yılının ilk beş ayında 151 ülkeye ihracat gerçekleştirildi. (Geçen yıl aynı dönemde 163 ülkeye ihracat gerçekleştirilmişti.)
- >> Ocak-mayıs döneminde en çok ihracat yapılan ilk 10 ülkenin toplam ihracatımızdan aldığı pay yüzde 60,9, ilk üç ülkenin toplam ihracatımızdan aldığı pay ise yüzde 32,3.
- >> Avrupa Birliği üyesi ülkelere yapılan ihracat 2020 yılı mayıs ayında yüzde 46,23 azalışla 82 milyon dolar olarak gerçekleşti. Geçen yılın mayıs ayında ise, AB ülkelerine yapılan ihracat 153 milyon dolar olarak kaydedildi.

Belirli sektörlerin geçen yıl ile karşılaştırmalı ihracat kayıt rakamlarının yüzdeler oranları, değişimleri ve toplam ihracatımız içindeki payları aşağıdaki şekildedir:

SEKTÖR (FOB/1000 \$)	OCAK- MAYIS				MAYIS			
	2019	2020	Değişim %	Pay %	2019	2020	Değişim %	Pay %
TEKSTİL VE KONFEKSİYON	552.604	417.707	-24,41	50,58	127.794	67.649	-47,06	53,77
MADENCİLİK ÜRÜNLERİ	161.281	120.623	-25,21	14,61	35.456	15.418	-56,52	12,26
DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER	94.604	84.141	-11,06	10,19	21.629	11.551	-46,60	9,18
ELEKTRİK, ELEKTRONİK	60.293	52.201	-13,42	6,32	17.607	8.986	-48,96	7,14
DİĞER SEKTÖR ÜRÜNLERİ	185.508	151.143	-18,52	18,30	41.103	22.198	-45,99	17,65

- >> Birliğimizin 2020 yılı mayıs ayındaki toplam ihracatının, 33,6 milyon dolar ile yaklaşık yüzde 26,7'sini oluşturan Bornoz-Sabahlık, Havlu-Mutfak Bezleri ve Çarşaf-Nevresim ihracat kayıt rakamlarının 2019-2020 yılları karşılaştırmaları ise şu şekildedir:

(FOB/1000 \$)	OCAK- MAYIS				MAYIS			
	2019	2020	Değişim %	Pay %	2019	2020	Değişim %	Pay %
BORNOZ-SABAHLIK	48.077	32.302	-32,81	3,91	10.950	4.512	-58,80	3,59
ÖRME-DOKUMA, PAMUKLU BUKLE HAVLU	166.661	124.216	-25,53	15,03	39.874	19.406	-51,33	15,43
ÇARŞAF-NEVRESİM	76.907	61.565	-19,95	7,46	18.831	9.716	-48,40	7,72
TOPLAM	291.645	217.983	-25,26	26,40	69.655	33.634	-51,71	26,74

- >> Ülkeler bazında kayda alınan ihracat rakamlarının, içerisinde sekiz AB ülkesinin yer aldığı ilk on ülkeye göre yüzdeler oranları, değişimleri ve toplam ihracatımız içindeki payları şu şekildedir:

(FOB/1000 \$)	OCAK- MAYIS				MAYIS			
	2019	2020	Değişim %	Pay %	2019	2020	Değişim %	Pay %
BİRLEŞİK KRALLIK	151.291	101.028	-33,22	12,23	34.062	12.637	-62,90	10,05
ALMANYA	114.407	97.643	-14,65	11,82	24.468	17.648	-27,87	14,03
ABD	88.108	67.722	-23,14	8,20	21.769	9.817	-54,90	7,80
İTALYA	77.086	58.478	-24,14	7,08	17.955	8.726	-51,40	6,94
HOLLANDA	55.069	43.790	-20,48	5,30	13.425	5.889	-56,13	4,68
FRANSA	57.290	42.545	-25,74	5,15	14.601	8.923	-38,89	7,09
İSPANYA	34.839	28.286	-18,81	3,43	8.428	4.259	-49,47	3,39
İSRAİL	30.656	24.047	-21,56	2,91	5.697	4.259	-25,25	3,39
ROMANYA	24.621	19.724	-19,89	2,39	5.348	2.941	-45,02	2,34
AVUSTURYA	24.199	19.594	-19,03	2,37	5.349	2.753	-48,53	2,19
DİĞER ÜLKELER	396.726	322.960	-18,59	39,11	92.486	47.950	-48,15	38,12

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB)

Adres: Akhan Mahallesi
246 Sk. No: 8
PK. 402 20140
Pamukkale-Denizli
Tel: 0 258 274 66 88
Faks: 0 274 72 22-62
e-mail: denib@denib.gov.tr
İnternet: www.denib.gov.tr



Ticaret Bakanlığı

Adres: Söğütözü Mah. 2176 Sok. No: 63
06530 Çankaya-Ankara
Telefon: +90 312 204 75 00
İnternet: www.ticaret.gov.tr



**T.C. TİCARET
BAKANLIĞI**

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii
Sanayi Cd. B Blok Kat: 9 PK. 34196 Yenibosna-İstanbul
Tel: 0 212 454 04 90 / 454 04 91
Faks: 0 212 454 04 13 / 454 04 83
e-mail: tim@tim.org.tr
İnternet: www.tim.org.tr



BİRLİKLER

AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Tel: 0 324 325 37 37
Faks: 0 324 325 41 42
e-mail: akib@akib.org.tr
İnternet: www.akib.org.tr

BATİ AKDENİZ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ

Tel: 0 242 311 80 00
Faks: 0 242 311 79 00
e-mail: baib@baib.gov.tr
İnternet: www.baib.gov.tr

DOĞU ANADOLU İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

Tel: 0 442 214 11 85-86-87-88
Faks: 0 442 214 11 89-90-91
e-mail: daibarge@daib.org.tr
İnternet: www.daib.org.tr

DOĞU KARADENİZ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ

Tel: 0 462 326 16 01
Faks: 0 462 326 94 01-02
e-mail: dkib@dkib.org.tr
İnternet: www.dkib.org.tr

EGE İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Tel: 0 232 488 60 00
Faks: 0 232 488 61 00
e-mail: eib@egebirlirik.org.tr
İnternet: www.egebirlirik.org.tr

GÜNEYDOĞU ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Tel: 0 342 211 05 00
Faks: 0 342 211 05 09
e-mail: gaibevrak@gaib.org.tr
İnternet: www.gaib.org.tr

İSTANBUL İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Tel: 0 212 454 05 00
Faks: 0 212 454 05 01-02
e-mail: iib@iib.org.tr
İnternet: www.iib.org.tr

İSTANBUL MADEN VE METALLER İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Tel: 0 212 454 00 00
Faks: 0 212 454 00 01
e-mail: immib@immib.org.tr
İnternet: www.immib.org.tr

İSTANBUL TEKSTİL VE KONF. İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Tel: 0 212 454 02 00
Faks: 0 212 454 02 01
e-mail: info@itkib.org.tr
İnternet: www.itkib.org.tr

KARADENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Tel: 0 454 216 24 26
Faks: 0 454 216 48 42
e-mail: kib@kib.org.tr
İnternet: www.kib.org.tr

ORTA ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Tel: 0 312 447 27 40
Faks: 0 312 446 96 05
e-mail: oaibwebmaster@org.tr
İnternet: www.oaib.org.tr

ULUDAĞ İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Tel: 0 224 2191000
Faks: 0 224 2191090
e-mail: uludag@uib.org.tr
İnternet: www.uib.org.tr

İLGİLİ KURUMLAR

DENİZLİ VALİLİĞİ

Tel: 0 258 265 61 00
Faks: 0 258 241 66 88
e-mail: denizli@denizli.gov.tr
İnternet: www.denizli.gov.tr

PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ

Tel: 0 258 296 20 00
Faks: 0 258 296 23 38
e-mail: ozelkalem@pau.edu.tr
İnternet: www.pau.edu.tr

Denizli Ticaret Odası (DTO)

Tel: 0 258 263 67 14
Faks: 0 258 241 92 13
e-mail: dtof@dto.org.tr
İnternet: www.dto.org.tr

Denizli Sanayi Odası (DSO)

Tel: 0 258 242 10 04
Faks: 0 258 263 81 25
e-mail: dso@dso.org.tr
İnternet: www.dso.org.tr

Denizli Ticaret Borsası (DTB)

Tel: 0 258 261 10 66
Faks: 0 258 264 19 89
e-mail: dtb@dtb.org.tr
İnternet: www.dtb.org.tr

Denizli Esnaf Odaları Birliği (DESÖB)

Tel: 0 258 2427176
Faks: 0 258 242 71 78
e-mail: desob20@hotmail.com
e-mail: info@denizliesob.org
İnternet: www.denizliesob.org

DENİZLİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANLIĞI

Tel: 0 258 265 21 37
Faks: 0 258 280 29 99
e-mail: denizli@denizli.bel.tr
İnternet: www.denizli.bel.tr

Denizli Genç İş İnsanları Derneği (DEĞİAD)

Tel: 0 258 211 82 83
Faks: 0 258 211 92 82
e-mail: degiad@degriad.org
İnternet: www.degiad.org.tr

Denizli Nakış Sanayicileri Derneği (DENSAD)

Tel: 0 258 371 19 22
Faks: 0 258 371 81 37
e-mail: mustafa@maribor.com.tr
e-mail: info@densad.org
İnternet: www.densad.org

Denizli Sanayiciler ve İşadamları Derneği (DESIAD)

Tel: 0 258 213 87 83
Faks: 0 258 213 87 84
e-mail: desiad@desiad.org.tr
İnternet: www.desiad.org.tr

Denizli Tekstil ve Giyim Sanayicileri Derneği (DETGİS)

Tel: 0 258 382 81 23
Faks: 0 258 382 80 65
e-mail: detgis@detgis.org.tr
İnternet: www.detgis.org.tr

Babadağı Sanayici ve İşadamları Derneği (BASİAD)

Tel: 0 258 212 74 27
Faks: 0 258 212 74 24
e-mail: basiad@basiad.org.tr
İnternet: www.basiad.org.tr

Güney Ege Sanayiciler ve İşadamları Federasyonu (GESİFED)

Tel: 0 258 212 80 97
Faks: 0 258 213 87 84
e-mail: info@gesifed.org.tr
İnternet: www.gesifed.org.tr

Denizli Madenciler ve Mermereciler Derneği (DENMERDER)

Tel: 0 258 242 22 11
Faks: 0 258 263 29 40
e-mail: info@denmerder.org
İnternet: www.denmerder.org

Denizli Otelciler ve İşletmecileri Derneği (DENTUROD)

Tel: 0 258 265 15 13
Faks: 0 258 241 20 05
e-mail: info@denturod.com.tr
İnternet: www.denturod.com.tr

Avrasya Yönetici Sanayici ve İşadamları Derneği (AYSIAD)

Tel: 0 258 261 40 00
Faks: 0 258 261 40 00
e-mail: bilgi@aysiad.com.tr
İnternet: www.aysiad.com.tr

Tüm Sanayici ve İşadamları Derneği (TÜMSİAD) Denizli Şubesi

Tel: 0 258 264 78 84
Faks: 0 258 241 02 41
e-mail: denizli@tumsiad.org.tr
İnternet: www.denizli.tumsiad.org.tr

Anadolu Aslanları İşadamları Derneği (ASKON) Denizli Şubesi

Tel: 0 258 263 23 27
Faks: 0 258 241 85 38
e-mail: denizli@askon.org.tr
İnternet: www.askon.org.tr

Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) Denizli Şubesi

Tel: 0 258 263 21 21
Faks: 0 258 263 50 00
e-mail: denizli@musiad.org.tr
İnternet: www.musiad.org.tr

Makine Sanayici ve İş Adamları Derneği (MAKSİAD)

Tel: +90 542 788 78 82
e-mail: info@maksiad.org.tr
İnternet: www.maksiad.org.tr

Ulusal Sanayici ve İşadamları Derneği (USİAD) Denizli Şubesi

e-mail: modal20@hotmail.com
İnternet: www.usiad.net

Denizli Gazeteciler Cemiyeti

Tel: 0 258 263 47 17
e-mail: info@denizligazetecilercemiyeti.com
www.denizligazetecilercemiyeti.com

Denizlispor Kulübü

Tel: 0 258 372 25 81
Faks: 0 258 242 21 17
e-mail: info@denizlispor.org.tr
İnternet: www.denizlispor.org.tr

“ Dalgaların ve Bulutların Ötesinde ”

1992 yılından beri edindiğimiz tecrübeyle, **küresel lojistik ve uluslararası taşımacılık** alanında, her yönüyle **kaliteyi** ve **mükemmeliyeti** sağlayarak, müşterilerimize hizmet vermenin gururunu **taşıyoruz**.

Web sitemizden yüklerinizin anlık durumuna ve evraklarınıza ulaşabilmenin ayrıcalığını

ONLINE TAKİP SİSTEMİMİZ ile siz de yaşayın...



BATI NAKLIYAT VE TİCARET A.Ş. | İstanbul Headquarters

Buyukdere Caddesi Akabe Ticaret Merkezi No: 78-80 Fl: 2/202 Gayrettepe 34394 İstanbul, Turkey
Tel: +90 212 293 24 00 E-mail: istanbul@batigroup.com.tr Web: www.batigroup.com.tr

Turkey Offices : Izmir | Mersin | Bursa/Gemlik | Saniurfa | Istanbul Airport | Iskenderun | Canakkale | Gaziantep
Europe Office : Berlin - Germany
Membership : IATA | FIATA | ITCO | BIMCO | UTIKAD | COA | TIACA | TEİD | DTO
Certificates : ISO 9001:2015 | ISO 14001:2015 | OHSAS 18001:2007 | R2



batigroup



batigroup



batigroup

**hometextiles
sourcing**

**VIRTUAL EDITION
JULY 21–23, 2020**

A NEW WAY TO CONNECT

AND STAY RELEVANT IN THE US MARKET

AI-POWERED MATCHMAKING

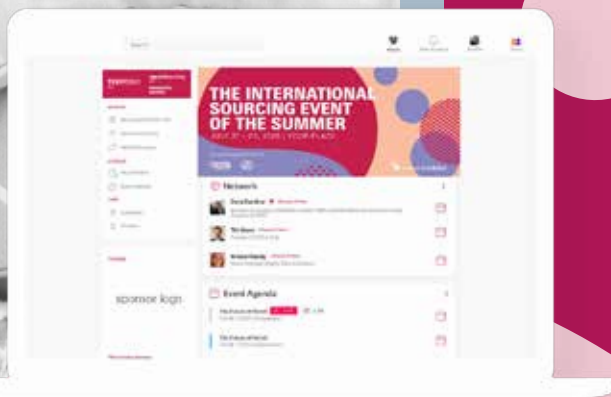
PERSONALIZED EXHIBITOR PAGE

1:1 VIDEO CALLS

CHAT FUNCTIONALITY

MEETING + AGENDA SCHEDULING TOOL

SEAMLESS USER EXPERIENCE



**INTERESTED IN EXHIBITING?
CONTACT US TODAY!**

htsesales@usa.messefrankfurt.com
www.hometextilessourcing.com



messe frankfurt