

DENİB aktüel

Küresel Ticarete 'Kutu' Sendromu KONTEYNER KRİZİ

**NİSAN AYI İHRACATI
ÖNCEKİ YILA GÖRE
İKİ KATTAN FAZLA ARTTI**

**GELİŞİM PARAMETRESİ
ELEKTRİK ELEKTRONİK
SEKTÖRÜ**

**DENİZLİ'NİN KABLO
SEKTÖRÜNDEKİ
DİNAMOSU: ER-BAKIR**

• Mislina Home | A trademark of Zeyd Group.

Mislina Home®

Mislina Home, insan sağlığını koruyan ve yaşam konforunu artıran yüksek kalitede sıvı geçirmez alez ve yatak koruyucusu üretiminde uzmandır.

www.mislinahome.com

Zeyd Tekstil® A.ř.

Telefon: +90 0258 371 02 85

E-posta: info@mislinahome.com - info@zeydtekstil.com

Web: www.zeydtekstil.com - www.mislinahome.com

Adres: Akeşme Mah. 2023 Sok. No:11 Merkezefendi - DENİZLİ

matress protector



YÖNETİM KURULU BAŞKANI
HÜSEYİN MEMİŞOĞLU

Yeni rekorlarla yolumuza devam ediyoruz

Dünya ekonomilerini derinden sarsan pandeminin yarattığı tüm talihsizliklere rağmen tecrübesi, her koşulda üretebilme becerisi ve proaktif hamleleri ile Türkiye dış ticaretinde rekorlara imza atan Türk ihracatçıları, 2021 yılında da bu başarısını ortaya koymaya devam ediyor. İhracatçılarımız ilk çeyrekte yakaladığı 50 milyar 23 milyon dolarlık ihracat ile hem benzersiz bir rekor elde etmiş hem de sonraki dönemler için olumlu bir hava yaratmıştı. Nisan ayında açıklanan rakamlar da bu olumlu havayı destekler nitelikte oldu. Nisan ayında ülkemizin yakaladığı 18,8 milyar dolarlık ihracat, 2021 yılı için konulan 184 milyar dolarlık ihracat hedefine yönelik beklentileri de artırdı.

Ülkemizin ihracatında ön sıralarda yer alan Denizli'miz de ülke ihracatının ivmelenmesine paralel bir başarı ortaya koydu. Mart ayında rekor kırarak en yüksek aylık değerine ulaşan DENİB üyelerimizin nisan ayı ihracatı da öngörülerin ötesinde bir artış kaydetti, bir önceki yılın aynı ayına göre iki kattan fazla bir yükseliş yaşadı. DENİB üyelerince yapılan ihracat, yüzde 129,2 yükselişle 277 milyon dolar olurken, Denizli ihracatı ise yüzde 128,6 artışla 376 milyon doları aştı. Burada asıl kıymetli olan pandeminin her geçen gün yenisini ürettiği zorluklar karşısında bu başarıları ortaya koyuyor olmamız. Bu sebeple de ihracat ailesinin her bir üyesine teşekkürü borç biliriz.

Son dönemlerde ham madde fiyatlarında yaşanan artış ve tedarik sürecindeki sıkıntılarla ihracatçıyı bunaltan salgının neden olduğu olağanüstü olaylar dizisi, konteyner krizi bunun beraberinde getirdiği navlun fiyatlarındaki yükselişlerle sürüyor. Pandemi, küresel ticareti temelden bozmaya devam ettiğinden son bir yıldır nakliyede zaman çizelgesi oluşturmak hayli güç. Gemilerin limanlara ulaşımı ve geri dönüşü arasındaki sürenin uzaması da ticaretin dengesini sarsmaya devam ediyor.

DENİB ve diğer ihracatçı birlikleri olarak, TİM ve Ticaret Bakanlığımız başta olmak üzere ilgili kurumlarla ihracatçılarımızın konteyner, ham madde fiyatları ve tedarik konusundaki sıkıntıları aşması için yoğun bir mesai harcıyoruz. Ham madde tedarikindeki sorunların

çözümü için taleplerimizi iletmiş bulunuyoruz. Konteyner ve bağlantılı navlun sorununun ne zaman biteceği net değil ancak yaygın aşılama, süreci kısaltabilir. Dünya genelinde yaşanan bu ve benzeri sıkıntıların aşılması adına aşı çalışmalarının daha da hızlanması gerekiyor. Aşının piyasaya sürülmesi ivmelendikçe tüketici davranışları normalleşecektir; bu da dünya ekonomi dengesinin rayına girmesinde bir domino etkisi yaratacağı diye düşünüyorum. Bundan sonrasında da, krizlerden daha güçlü tecrübemizi ve elimizdeki olanakları en verimli şekilde kullanmaya ve ülkemiz için artı değerler üretmeye devam edeceğiz.

Pandemi koşullarında ihracatın kaldırıcı haline gelen dijitalleşme ile sorunları aşmaya yönelik çabalarımız ve girişimlerimiz de hız kazandı. Dijitalleşmenin artık bir yenilik olmadığını, bir ticaret kuralına dönüştüğünün bilinci ile hareket etmek ve agresif bir tutum sergilemek gerekiyor.

Salgının ve 2020 yılında kırılan ihracat rekorlarının sektörlerimizi dijitalleşme için motive ettiğini görmek bizim de oluşumlarımıza yenilerini koymamız, daha inovatif tavır sergilememiz gerektiğini ifade ediyor. Biz de DENİB olarak ihracatçılarımızın motivasyon ve yaklaşımlarına, ürettiğimiz çalışmalarla yanıt veriyoruz. Bu doğrultuda son olarak hayat geçirdiğimiz Online B2B Odamızın, üyelerimizin dijital ihracatına büyük katkı sağlayacağını umut ediyoruz.

İş hayatının ve ekonominin yeni düzenleyicilere ve mekanizmalara ihtiyaç duyduğu bu dönemde dijitalleşme; ticari, ekonomik ve kültürel anlamda bir değişimin yaşanması gerektiğine işaret ediyor. Pandemi ise kendi üretebilen ülke modeline yön gösteriyor. Ben her zaman ihracatçının ülke için önemli bir rol model olduğuna inanmışımdır. Üreten, gelir oluşturan, küresel sahnede tavır belirleyen ve üzerine koyan kişilerdir ihracatçılar. Bundan dolayı da yeni dünyanın işaret ettiklerine ihracatçı ailesi olarak örnek olacağız ve bu değişimin eğitimden kültüre, ev yaşantısından ekonomiye her alana ve her kesime nüfuz edecek şekilde yayılmasına önderlik edeceğiz.

İÇİNDEKİLER



KAPAK

20 KÜRESEL TİCARETTE 'KUTU' SENDROMU
KONTEYNER KRİZİ



DENİB HABERLER

06

NİSAN AYI İHRACATI ÖNCEKİ YILA
GÖRE İKİ KATTAN FAZLA ARTTI



ANALİZ

38

DEVLET
TEŞVİKLERİ



DUAYEN ROPÖRTAJI

26

ASİL NAKİŞ YÖNETİM KURULU
BAŞKANI SÜLEYMAN İLGERİ



DOSYA KONUSU

44

ELEKTRİK ELEKTRONİK
SEKTÖRÜ



MERCEK

30

AB YEŞİL MUTABAKATI



İHRACATTA KADIN

48

PİVOTTEX GENEL MÜDÜRÜ
MELTEM GÜNALP

SAHİBİ

DENİZLİ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ ADINA
Levent ÖZTAS

YAYIN KURULU

Hüseyin MEMİŞOĞLU

İbrahim UZUNOĞLU

Mukaddes BASKAYA

Osman UĞURLU

Pelin ŞENSÖZ

Bekir Serdar MUTLUBAS

Levent ÖZTAS

Sadiye BAYKENT



DENİB
RÖPORTAJ

34 ER-BAKIR YÖNETİM KURULU BAŞKANI
SEDAT ERİKOĞLU



GİRİŞİM
EKOSİSTEMİ

52 TİM-TEB
GİRİŞİM EVLERİ



DENİZLİ'DE
YAŞAM

56 DOĞANIN CÖMERTLİĞİNDE GELİŞEN
BİR YER: ÇAMELİ



YAYINA HAZIRLIK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Selda YEŞİLTAS

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ
Murat ERDOĞAN

BAŞ EDİTÖR
Peri ERBUL

EDİTÖRLER
Gizem İRİS
Simge SOYEL

Zeynep TÜTÜNCÜ GÜNGÖR

GÖRSEL YÖNETMEN
Yılmaz MERMER

FOTOĞRAF EDİTÖRÜ
Fatih YALÇIN

REKLAM MÜDÜRÜ
İlknur ULUSOY

REKLAM SORUMLUSU
Sırma SAMAY YABANCI
sirma@viyamedya.com

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI YUNUS

APT. NO: 45 KAT: 3

NİSANTASI - SİSLİ / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

BASKI

ŞAN OFSET

Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No: 2006
Kâğıthane / İstanbul / Türkiye

Derginizde yayımlanan yazı ve fotoğraflar izinsiz kullanılamaz.
Derginizde yer alan ilan, yazı ve fotoğrafların sorumluluğu sahiplerine aittir.

Nisan ayı ihracatı önceki yıla göre iki kattan fazla arttı

Nisan ayı ihracat rakamlarına ilişkin değerlendirmede bulunan DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, “Hem Türkiye hem de DENİB ve Denizli ihracatları bir önceki yılın nisan ayına kıyasla iki kattan fazla artış gösterdi” dedi.

Mart ayında hem Türkiye hem de DENİB ve Denizli ihracatı yaşadığı güçlü artışla, ilk çeyreğin sonunda büyük bir başarıya imza atmıştı. Türkiye, 2021’in mart ayında 42,2’lik bir ihracat artışı ile 18 milyar 985 milyon dolarlık bir dış ticaret gelirine sahip olurken; DENİB ihracatı yüzde 42,5’lik yükselişle 259 milyon dolar, Denizli ihracatı ise yüzde 46,4 artışla 351,4 milyon dolar olarak kayıtlara geçmiş ve en yüksek aylık değerlerine ulaşmıştı. Bu başarı, ikinci çeyreğin ilk ayında da devam etti.

“İHRACATIMIZ 2019’A GÖRE DE ARTTI”

Nisan ayı ihracat rakamlarını değerlendiren Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Başkanı Hüseyin Memişoğlu, “2020’nin nisan ayında, pandeminin ihracatımız üzerindeki etkisini çok yoğun şekilde hissetmiştik. Gerek hedef pazarlarımızda gerekse ülkemizde alınan COVID-19 önlemleri neticesinde, DENİB üzerinden gerçekleştirilen ihracat, geçtiğimiz yılın nisan ayında 121 milyon dolar olmuştur.

Bu sene nisanda yakaladığımız yüzde 129 oranındaki ihracat artışında, elbette 2020’den gelen güçlü bir baz etkisi bulunuyor. Ancak bu noktada, ihracat rakamlarımızı 2019’un aynı ayıyla kıyaslamamızın ihracatımızdaki olumlu seyri kuvvetli biçimde desteklediğini söyleyebiliriz.

Nisan 2021’de ulaştığımız ve rekor kırdığımız 277 milyon dolar değerindeki ihracatımızı, nisan 2019’daki 207 milyon dolar olan ihracatımızla kıyasladığımızda da ihracatımızın iki sene önceye göre yüzde 34 arttığını görüyoruz” dedi.

İhracatın 11 aydır kesintisiz şekilde devam ettiğine dikkat çeken Başkan Hüseyin Memişoğlu, sözlerini şöyle tamamladı: “Ev tekstilinden kabloya, dış giyimden bakır tele, doğal taştan makineye, tarımdan kimyevi maddelere kadar 27 farklı sektörde ihracata imza atıyoruz ve 11 aydır aralıksız devam eden ihracat artış ivmesi yakaladık. Geçtiğimiz sene haziran ayında başlayan ve hiç ara vermeden bugüne kadar yükselen ihracatımız için tüm ihracatçılarımıza teşekkür ediyoruz.”

Nisan 2021’de ulaştığımız 277 milyon dolar değerindeki ihracatımız, nisan 2019’daki ihracatımıza göre yüzde 34 arttı.



Türkiye, DENİB ve Denizli ihracatları bir önceki yılın nisan ayına kıyasla iki kattan fazla artış gösterdi. Türkiye ihracatı nisan ayında yüzde 109 artışla 18,8 milyar dolar olurken, DENİB üyelerince yapılan ihracat yüzde 129,2 yükselişle 277 milyon dolar olarak kaydedildi. Denizli ihracatı ise, yüzde 128,6 artışla 376 milyon doları aştı.

18,8
MİLYAR DOLAR
Türkiye ihracatı

277
MİLYON DOLAR
DENİB ihracatı

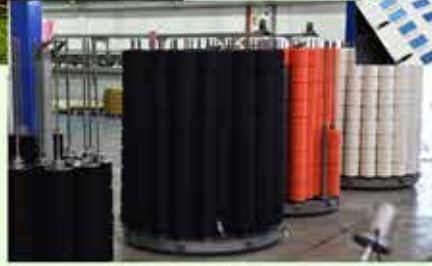
376
MİLYON DOLAR
Denizli ihracatı



DOĞADAN ALDIĞIMIZ ENERJİ İLE EN DOĞAL RENKLERİ BOYUYORUZ

Sürdürülebilir bir üretim için, doğayı ve ekosistemimizi korumak birincil hedefimizdir.

Güneş enerjisi ve doğal gazla dayalı üretim faaliyetlerimiz ile ekolojik ayak izimizi en aza indirgeyerek üretmeye devam ediyoruz.



AKURUN

T E K S T İ L A.Ş.



akurun@akurun.com.tr

www.akurun.com.tr

DENİB, Olağan Genel Kurul'da 2020'yi değerlendirdi, 2021'i oyladı

DENİB, 2019-20 Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda 2021'de ortaya koyacağı çalışmaları ve bütçe programını oy birliği ile kabul etti.

Kayıp olarak nitelendirilebilecek 2020 yılı, ihracat deneyimimiz ve ihracatçılarımızın dinamik yapısı sayesinde pozitifte döndü.

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) 2019-2020 Yılları Olağan Genel Kurul Toplantısı, 12 Nisan 2021 tarihinde, DENİB Konferans Salonu'nda üyelerin katılımı ile gerçekleşti.

Geçtiğimiz sene pandeminin getirmiş olduğu kısıtlılıklar sebebiyle gerçekleştirilemeyen genel kurul toplantısı bu sene hem 2019 hem de 2020 yılı çalışma ve programlarını kapsayacak şekilde yapıldı.

Başkanlık Divanı'nın seçilmesinin ardından 2019-2020 yılları yönetim kurulu çalışma raporu, hesap raporu, bilanço, gelir-gider hesapları ve denetim kurulu raporlarının ibra edildiği mali kurul toplantısında 2021 yılı için hazırlanan

bütçe ve iş programları oy birliği ile kabul edildi.

"2020 YILI İHRACAT DENEYİMİMİZ VE DİNAMİK YAPIMIZ SAYESİNDE POZİTİFE DÖNDÜ"

Toplantının açılışında konuşma gerçekleştiren DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, sözlerine 2019 ve 2020 yıllarının Türkiye ile Denizli ekonomisi ve ihracatı üzerindeki etkilerini ve nasıl bir performans sergilendiği hakkında bilgi vererek başladı. Türkiye ve Denizli'nin 2020'ye hızlı ve başarılı bir şekilde girdiğini ve yılın ilk çeyreğinde ihracat anlamında önemli bir başarı yakaladığını kaydeden Başkan Memişoğlu, sonraki iki ayda yaşanan olumsuzluklara rağmen ihracatçının yılı yüksek rakamlarla kapattığını söyleyerek şöyle devam etti: "Pandeminin ihracatımız üzerindeki etkisiyle kayıp olarak nitelendirilebilecek 2020 yılı, ihracat deneyimimiz ve ihracatçılarımızın dinamik yapısı sayesinde pozitifte döndü. Bu vesileyle, bu zorlu yılı ihracat artışıyla noktalamamızı sağlayan tüm ihracatçılarımıza teşekkürlerimi sunarım."

Yönetim kurulunun 2019 ve 2020 yılları içerisinde gerçekleştirdiği çalışmalardan örnekler veren Başkan Memişoğlu, 2019 yılında başlatılan ve 2020'de pandemi koşulları çerçevesinde üye firmalara yönelik düzenlenen sektörel ziyaretlere bu sene de devam edileceğini ve mevcut proje çalışmalarının sürdüğünü söyledi. Memişoğlu, önümüzdeki yıllarda bu projeleri ve buluşmaları daha kapsamlı şekilde sürdüreceklerini belirterek sözlerini tamamladı.



HAVLU



MASKE



NEVRESİM TAKIMI çift kişilik



tek kişilik



BORNOZ



PEŞTAMAL



ZEMZEM TEKSTİL

📍 Pınarkent Mah. Ankara Asfaltı
10 Km No: Z 1 / DENİZLİ

☎ 0 850 281 8462 Fax: 0258 999 1363
0 545 963 1366

🌐 www.zemzemtekstil.com.tr

✉ info@zemzemtekstil.com.tr



DENİB İhracatın Yıldızları'nı ödüllendiriyor

DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu ve Yönetim Kurulu Üyeleri, 2019-2020 yıllarında ihracat başarısına imza atan firmaları ziyaret ederek, ekonomiye katkılarından dolayı teşekkür ediyor.

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Başkanı Hüseyin Memişoğlu ve Yönetim Kurulu Üyeleri 2019-2020 yıllarında DENİB üzerinden gerçekleştirilen imalatçı bazında ihracat kayıtlarına göre Denizli ve Türkiye ihracatına katkı sağlayan firmaları ziyaret ederek, başarılarından dolayı plaket takdim ediyor.

Denizli'nin Türkiye ihracatında dokuzuncu sırada yer aldığını ve geçtiğimiz sene dış ekonomik gelirlere 3,1 milyar dolarlık katkı sağladığını kaydeden

Memişoğlu, pandemiye rağmen bir önceki yılı geride bırakarak, önemli bir başarıya imza atan ihracatçılara teşekkür etti.

Memişoğlu, ihracatçının ülke ve şehir ekonomisi içindeki yerine değinerek, "3 bine yakın ihracatçımızla 180'in üzerinde ülkeye 2 bin 500'e yakın ürünün ihracatını gerçekleştiriyoruz. Yılda ortalama 3,5 milyar dolar civarında gerçekleşen ihracatımızla hem şehrin hem de ülkenin ekonomisine büyük bir katkı sunuyoruz. Tüm olumsuzluklara rağmen bu katkıyı sürdürmeye devam



2019 / 2020 İHRACATIN YILDIZLARI

İHRACATIMIZA KATKI SAĞLAYARAK BİZLERİ GURURLANDIRAN
TÜM İHRACATÇILARIMIZA TEŞEKKÜRLERİMİZLE...

ER-BAKIR A.Ş. 2019 1. 2020 2.	SEVAL KABLO A.Ş. 2019 2. 2020 1.	GAMATEKS TEKSTİL A.Ş. 2019 3. 2020 3.	DENİZ TEKSTİL A.Ş. 2019 4. 2020 4.
ÖZGÜVEN KABLO LTD.ŞTİ. 2019 5. 2020 5.	VERİTAS TEKSTİL A.Ş. 2019 6. 2020 7.	DÖHLER GIDA SAN. A.Ş. 2019 7. 2020 7.	MENDERES TEKSTİL A.Ş. 2019 8. 2020 13.
OZANTEKS TEKSTİL A.Ş. 2019 9. 2020 6.	KIMIL TEKSTİL A.Ş. 2019 10. 2020 9.	CMK KABLO LTD.ŞTİ. 2019 11. 2020 8.	HÜRSAN HAVLU A.Ş. 2019 12. 2020 11.
KÜÇÜKER TEKSTİL A.Ş. 2019 13. 2020 10.	ABALIOĞLU BALIK VE GIDA A.Ş. 2019 14. 2020 16.	SÜRÜ TEKSTİL LTD.ŞTİ. 2019 15. 2020 14.	FİLİDEA TEKSTİL A.Ş. 2019 16. 2020 16.
DENİZLİ RATEKS TEKSTİL A.Ş. 2019 17. 2020 18.	USPAR TEKSTİL A.Ş. 2019 18. 2020 17.	ÇARTIK KABLO A.Ş. 2019 19. 2020 19.	NESA TEKSTİL A.Ş. 2019 20. 2020 21.
KEMAL UĞURLU TEKSTİL A.Ş. 2020 20.	DTS DİŞ TİC. A.Ş. EN ÇOK İHRACAT GERÇEKLEŞTİREN DİŞ TİCARET FİRMASI		DENİZLİ KAYA TEKSTİL LTD.ŞTİ. 2020 20.
UŞAK			
AĞAOĞLU TEKSTİL A.Ş. 2019 1. 2020 1.	ÖZERDEM MENSUCAT A.Ş. 2019 2. 2020 2.	UŞAK CEVAHİR DERİ TEKSTİL LTD.ŞTİ. 2019 3. 2020 3.	ÇOBAN TEKSTİL A.Ş. 2020 1.

Türkiye



+90 12581 274 66 88

denib.gov.tr

denibdenizli

DenizDenizli

Denizli İhracatçılar Birliği

DenizDenizli

Denizli İhracatçılar Birliği

2019 / 2020 yıllarına ait DENİB üzerinden gerçekleştirilen imalatçı bazında ihracat kayıtları esas alınmıştır.

ediyoruz ki, bu seneye de oldukça başarılı bir şekilde başladık ve mart ayında ihracat rekoru kırdık.

Denizli'yi ülkemizin ihracatında üst basamaklara taşıyan ve Avrupa'dan Afrika'ya, Uzak Doğu'dan Orta Doğu'ya kadar taşıdıkları ürünlerle hem şehrin hem de ülkenin tanıtımına ve ekonomisine katkı sağlayan ihracatçılarımız tebrik ve teşekkürün en büyüğünü hak ediyor" dedi.

Denizli'de 2019 yılı ihracatına göre Er-Bakır birinci, Seval Kablo ikinci,

Gamateks üçüncü sırada yer alırken; 2020 yılında en fazla ihracat gerçekleştiren firmalar sırasıyla Seval Kablo, Er-Bakır ve Gamateks oldu. Özgüven Kablo, Veritas Tekstil, Döhler Gıda, Ozanteks, Kimil Tekstil, CMK Kablo, Küçüker Tekstil, Abalioğlu Balık Gıda, Rateks, Sürü Tekstil, Uspar, Çartık Kablo, Kemal Uğurlu Tekstil, Deniz Tekstil, Menderes Tekstil, Hürsan Havlu, Filidea Tekstil, Nesa Tekstil, Kaya Tekstil ve DTS Dış Ticaret en fazla ihracat gerçekleştiren şirketler oldu.

2020 yılında en fazla ihracat gerçekleştiren firmalar sırasıyla Seval Kablo, Er-Bakır ve Gamateks oldu.

İstişare toplantısında ihracatçının sorunları masaya yatırıldı

TİM Başkanı İsmail Gülle'nin ev sahipliğinde gerçekleşen istişare toplantısında Başkan Hüseyin Memişoğlu, ihracatçının sorunlarını paylaştı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) 2021 yılı içerisinde "Milletin İhracatçıları Millet'in Evinde" sloganıyla başlattığı "Türkiye İhracat Şurası" toplantılarına DENİB ile devam etti.

TİM Başkanı İsmail Gülle'nin ev sahipliğinde 27 Nisan tarihinde gerçekleşen Türkiye İhracat Şurası DENİB Bölgesel İstişare Toplantısı'na DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, DENİB Yönetim Kurulu Üyeleri, TİM Delegeleri ve üye ihracatçılar katıldı.

İhracatın önündeki fırsat ve tehditlerin, bölgesel ihracatın artması için neler yapılabileceğinin ve ihracatın gündemindeki konuların masaya yatırıldığı toplantıda, üyelere alınır geri dönüşler değerlendirildi.

TİM Başkanı İsmail Gülle, yapılan istişare toplantıları ile ihracatçılar tarafından belirtilen sorunlara yönelik daha hızlı ve sektöre özel çözümler aldıklarını ve toplantılardan çıkan talepleri bakanlıklara ilettiklerini söyledi.

DENİB'in, geride kalan aylarda salgına rağmen başarılı bir ihracat seyri yakaladığını kaydeden Başkan Gülle, DENİB'in salgın öncesi rakamları geride bıraktığını söyleyerek, ihracatçıları tebrik etti ve

"Çok daha yüksek rakamlara ulaşacağımıza inanıyorum" dedi.

"İHRACATIMIZ 2020'NİN HAZİRAN AYINDAN BERİ ARALIKSIZ ARTIYOR"

Toplantının açılışında konuşan Başkan Memişoğlu, Denizli'nin ülke ihracatının en önemli oyuncularından biri olduğuna dikkat çekerek, geçtiğimiz yıl, pandemiye rağmen ilin ihracatının yüzde 0,25 artışla 3,2 milyar dolar olduğunu söyledi ve şöyle devam etti: "2020 yılında Denizli olarak 183 ülkeye, 27 sektörde, 2 bin 915 farklı GTİP'te ürünün ihracatını gerçekleştirmeyi başardık. Çoğu kesimlerce sadece ev tekstili şehri olarak bilinen Denizli; bugün kablodan bakır tele, doğal taştan makineye, gıdadan kimyevi maddelere kadar 27 sektörde ihracat yapıyor, ülkemizin ihracat bayrağını dünyanın farklı coğrafyalarında gururla dalgalandırıyor. İhracatımızın 2021 yılına da çok hızlı başladığını söyleyebiliriz. 2020 haziranında artış trendine başlayan ihracatımız, aylardır aralıksız olarak artıyor. Ocak ve şubat aylarında çift haneli artan ihracatımız, mart ayında yüzde 46,4 artarak Denizli tarihinin en yüksek ihracatına ulaşarak rekor kırdı ve 351 milyon dolar olarak kaydedildi."

Gerçekleştirdikleri üye ziyaretleri ile ihracata ilişkin fikir alışverişinde bulduklarını ve ihracatın geliştirilmesine yönelik cevaplar aradıklarını belirten Memişoğlu, "Son dönem ziyaretlerimizde sahadan aldığımız geri bildirimlerle ihracatımızda yaşanan temel sorunları özetle; kurlardaki volatilité, konteyner problemi ve yükselen lojistik maliyetleri, ham madde fiyatlarındaki yükseliş, iplikte yaşanan gelişmeler ve ihracat bedellerinin yurda getirilmesinde bankacılık sisteminin gelişmediği ülkelerde yaşanan sorunlar belirtebiliriz" dedi.



Turkish Towels şampiyonların yanında

Turkish Towels, TEB-BNP Paribas Tenis Şampiyonası'nda da sporcuların yanında oldu. Konuya dair açıklama yapan Hüseyin Memişoğlu, "Son yedi senede 70'e yakın etkinliğe imza attık" dedi.

TEB-BNP Paribas Tenis Şampiyonası 19-25 Nisan 2021 tarihleri arasında Türkiye Tenis Federasyonu İstanbul Tenis Merkezi'nde gerçekleştirildi. Uluslararası birçok kanal tarafından canlı olarak yayınlanan etkinlikte ünlü tenisçiler şampiyonluk için yarıştı. Çağla Büyükakçay, Elise Mertens, Sorana Cirstea, Sara Errani, Ana Konjuh, Qiang Wang,

Anastasia Potapova, Katerina Siniakova, Christina Bucsa gibi ünlü tenisçilerin mücadele ettiği organizasyonun en önemli destekçilerinden biri ise "Turkish Towels" oldu.

KAZANAN TURKISH TOWELS OLDU

Denizli İhracatçılar Birliği'nin (DENİB) "Turkish Towels" markasıyla yer aldığı turnuvaya ilişkin değerlendirmelerde bulunan DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, Türk havlusunun markalaşma yolculuğunun pandemi etkisine rağmen devam ettiğinin altını çizdi.

Turkish Towels markasıyla son yıllarda önemli etkinliklerde yer aldıklarını belirten Başkan Hüseyin Memişoğlu, Türk havlusunun, markalaşma potansiyeli yüksek bir ürün olduğunu belirterek şöyle devam etti: "DENİB olarak Türk havlusunu markalaştırma çalışmalarımız devam ediyor. Turkish Towels markamızla son yedi senede, 20'nin üzerinde ülkede 70'e yakın etkinliğe imza attık. Tarihi bir değeri olan Türk havlusu aynı zamanda geleceğe de emin adımlarla yürüyor.

Geçtiğimiz yıllarda çeşitli spor organizasyonlarında ilimizde üretilen havlular boy göstermişti. Olimpiyatlarda, dünya kupalarında ve uluslararası üst düzeydeki pek çok organizasyonda sporcuların yanında olduk.

Bu defa da TEB-BNP Paribas Tenis Turnuvası'nda 'Turkish Towels' markamızla bir kez daha ünlü tenisçilerin yanında yer almayı sürdürdük. Turnuvada şampiyonluk için kıyasıya yarışan tüm sporcuları tebrik ediyoruz. Bu tarz turnuvalardan sonra Türk havlusunun kalitesinin çeşitli mecralarda uluslararası anlamda da takdiri aslında kazananın bir anlamda 'Turkish Towels' olduğunu gösteriyor."



Genç MÜSİAD'dan DENİB'e ziyaret



Kısa bir süre önce bayrak değişimi gerçekleştiren Genç MÜSİAD Denizli Şubesi Başkanı Ahmet Ali Demiröz ve Yönetim Kurulu Üyelerinden oluşan heyet, Denizli İhracatçılar Birliği'ne (DENİB) ziyarette bulundu. DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu'nun evsahipliğinde gerçekleşen ziyarette, Denizli ekonomisi ve ihracatı hakkında fikir alışverişinde bulunuldu.

Başkan Demiröz, yeni yönetim kurulunu şehre tanıtmak için ziyaretler gerçekleştirdiklerini ve Denizli'nin kalkınmasına katkıda bulunan kurum ve kuruluşlarla iş birlikleri gerçekleştirmek istediklerini belirterek, "Önümüzdeki dönemde birlikte güzel işlere imza atmaktan mutluluk duyacağız" dedi.

Başkan Memişoğlu ise ziyaretlerinden dolayı Genç MÜSİAD yönetimine teşekkür ederek, çalışmalarında ve faaliyetlerinde başarılar diledi.

"Denizli marka şehir olma yolunda son yıllarda önemli adımlar attı"

Türkiye Patent Hareketi Platformu ve Adres Patent iş birliğiyle düzenlenen "Marka Şehir Denizli: Patentlerin Katma Değere Dönüştürülmesi Ekonomiye ve İhracata Katkısı" isimli panel, 15 Nisan tarihinde gerçekleştirildi.



Kamu, özel sektör ve akademiden birçok ismin katıldığı organizasyonda, konuşmacı olarak yer alan DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, konuşmasında markalaşmaya

ve markalaşmanın ihracata olan katkısına değindi. Memişoğlu, "Denizli, marka şehir olma yolunda son yıllarda önemli adımlar attı. Üreticilerimiz ve firmalarımız markalaşmanın ve patent sahibi olmanın önemi konusunda artık daha bilinçli ve bu konuda adımlar atıyorlar. Özellikle son üç yılda ciddi yol katedildi. Son 25 yıldaki 447 başvurunun 145'i, 689 faydalı model başvurusunun 116'sı, 21 bin 944 marka başvurusunun ise 5 bin 182'si son üç yılda yapıldı" dedi.

Son yıllardaki bu agresif yaklaşımda ihracatın da büyük katkısı olduğuna dikkat çeken Memişoğlu, artan ihracatla beraber firmaların bu konuda daha bilinçli davrandığını söyledi.

“Online B2B Odası” dijital ihracata katkı sunacak

DENİB, akıllı tahta ve yüksek çözünürlüklü kameralara sahip Online B2B Odası'nı ihracatçıların kullanımına sundu. Platform, firmaların ihracatını artırmaya ve dijital dünyaya hızlı şekilde adapte olmasına katkı sunacak.

Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB) tarafından; pandemi ile beraber yükselişe geçen dijital dünyaya daha hızlı adapte olunması, ihracatın artırılması amacıyla hayata geçirilen “Online B2B Odası”, DENİB üyelerinin ihracat pazarlarına daha aktif erişimlerini sağlayacak, müşteri ile iletişimlerini kolaylaştıracak.

DENİB hizmet binasında düzenlenen lansman ile açıklanan online platformun tanıtımını DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu ve ASIES International Genel Direktörü Okan Oğuz gerçekleştirdi.

“FİRMALAR ÜRÜNLERİNİ ANINDA TANITIP ANINDA BİLGİ ALABİLECEKLER”

Platformun tanıtım lansmanında açıklamalarda bulunan Başkan Hüseyin Memişoğlu, “Üyelerimiz burada yüksek çözünürlüklü kameralar ve akıllı tahta aracılığıyla müşterileri ile birebir görüşmeler yapabilecekler. Akıllı tahtanın marifetlerinden faydalanabilecekler. Akıllı tahta bilgisayarlarda olmayan birçok özelliğe



sahip. Firmalar, kendi kataloglarını, fotoğraflarını buradan yükleyerek bilgileri anında kullanıp ve bu bilgileri tekrar yanlarında götürebiliyorlar. Buradan maile gönderim ve toplantı anında düzenleme gibi işlemleri yapabilecekler. Bu görüşmeler kayıt altında olacağı için isterlerse daha sonra yeniden talep edebilecekler. Üye firmalarımızın tek yapması gereken ise birliğimizi arayarak randevu talep etmeleri. Umarım platformumuz ihracatçılarımız için hayırlı olur” ifadelerini kullandı.

Açıklamaların ardından Rusya'dan bir firma ile ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi ve ürünler akıllı tahta aracılığıyla firmaya tanıtıldı.

Denizli Platformu'nda devir teslim

Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB) tarafından yürütülen Denizli Sanayici, Tüccar ve İşadamları Platformu Dönem Sözcülüğü görevi Denizli Sanayi Odası'na (DSO) devredildi. Görevin devir teslimi için Denizli İhracatçıları Birliği'nde düzenlenen törende platformun eski sözcüsü DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, görevi DSO Başkanı Müjdat Keçeci'ye teslim etti. Bir yıllık görev süresini dolduran Başkan Memişoğlu, görev teslim töreninde Başkan Keçeci'ye başarılar dilerken, Keçeci, Memişoğlu'na katkılarından ve çalışmalarından dolayı teşekkür etti.



İhracatın geleceği uluslararası iş örgütleri üzerinden değerlendirildi

DENİB Akademi tarafından 14 Nisan tarihinde düzenlenen “Uluslararası İş Örgütleri Bağlamında İhracatta Rekabet Stratejileri Gelecek Senaryoları” eğitiminde küresel örgütlerin ihracat ile ticaretteki yeri ve bu kurumların KOBİ'lere olan katkıları anlatıldı.

CO Akademi'den Cüneyt Örkmaz tarafından verilen ve online olarak gerçekleştirilen eğitime ilgi yoğun

oldu. Cüneyt Örkmaz, Birleşmiş Milletler, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD), Karadeniz Ekonomik İşbirliği Teşkilatı (KEİ), İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT), Asya'da Güven Artırıcı Önlemler Konferansı (CICA) gibi küresel kuruluşların gerçekleştirdikleri faaliyetleri, kapsadıkları ülkeleri ve bu kuruluşların iş dünyasındaki yerine dair bilgiler aktardı.

Örkmaz, bu kurumlarla birlikte KOBİ'lere yönelik çeşitli iş birlikleri yapıldığını belirterek, yürütülen ortak faaliyetlerle KOBİ'lerin iş hayatındaki yerinin güçlendirilmeye çalışıldığını söyledi. Örkmaz; gün geçtikçe birbirine daha da entegre olan dünyada, ekonomik olarak güçlü ve rekabetçi bir yapıda kalmak için dış ilişkiler kurmanın ve dünyaya açılmanın önemine değindi.

5N1K eğitiminde yönetsel problemlere kalıcı çözümler sunuldu



“5N1K: Problem Çözmede Güncel Yaklaşımlar” eğitimi, 7 Nisan tarihinde Fırtına Değişim Eğitim ve Yönetim Danışmanlık'tan A. Efsun Fırtına tarafından verildi. Büyük bir ilgi ile takip edilen online eğitimde; modern eğitim teknikleri, geleceğin liderlerinin özellikleri, zamanı yönetme ve planlama, dağınık beyin sendromu ile 5N1K kuralı nedir, ne zaman uygulanır, uygulama adımları ve dikkat edilmesi gereken noktalar hangileridir başlıkları ele alındı. Firmanın karşılaşılabileceği veya karşılaştığı herhangi bir sorunun çözümlenmesine yönelik bilgiler aktarıldı.

Gizli israfları önlemenin yolları anlatıldı

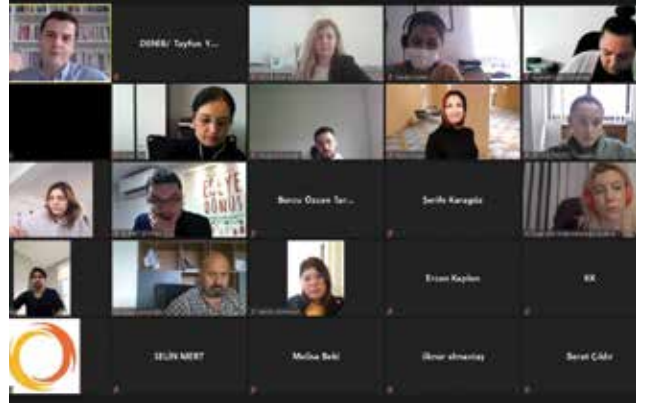
DENİB Akademi tarafından 31 Mart tarihinde düzenlenen “Organizasyonlardaki Gizli İsrafların Önlenmesi” başlıklı eğitim, OPM-D Danışmanlık'tan İnan Acıloğlu tarafından online olarak verildi.

Farkında olunmadan şirket kaynaklarını tüketen rutinler, katma değersiz iş akışları ve ölçülemeyen performans metrikleri gibi başlıkların değerlendirildiği eğitimde, şirketlerin satış ve kârlılık odaklarına gizli şekilde etki eden sorunlara ve bunların nasıl tespit edileceğine, ne şekilde engellenebileceğine ve örnek vaka çalışmalarına yer verildi.



Nöro pazarlama ile müşteri davranışlarını anlamak

Son yılların en fazla ilgi gören kavramlarından olan nöro pazarlama, DENİB Akademi çatısı altında Academy Neuro'den Mert Aydın'ın sunumuyla DENİB üyelerine anlatıldı. 17 Mart tarihinde "Nöro Pazarlama Yöntemleri" başlığıyla online olarak gerçekleştirilen eğitimde insan davranışlarındaki karar verme mekanizmasında bilinç altının nasıl ve ne kadar etkili olduğu paylaşıldı. Nöro pazarlama ile müşteri davranışlarını anlamadaki değeri ve uygulama alanlarını irdeleyen eğitimde katılımcıların farklı bakış açıları ile olaya yaklaşabilmesi ve doğru soruları sorabilmesi amaçlandı. Eğitimde ürün geliştirmeden iletişimi stratejilerine, markalaşma sürecinden pazarlamaya kadar nöro pazarlamaya yönelik bilgiler ve örnek vakalar anlatıldı.



İnsan belirsizlik ortamında nasıl hareket eder?

"Belirsizlik Ortamında İnsan" programı, 26 Ocak tarihinde Azor Brand & People Solutions'dan Emre Başkan'ın anlatımıyla gerçekleşti.

VUCA ve TUNA dünyası, beynimiz, karar alma mekanizmalarımız, stres ve bilişsel performansımız arasındaki ilişki, konfor alanı psikolojisi ve belirsizlik ortamında insan yönetimi başlıklarının ele alındığı programda,



insanın belirsizlik ortamında sergilediği eğilimler; nörobilim, hormonlar ve konfor alanı psikolojisi konularına değinilerek bilimsel bir temele oturtulmaya çalışıldı. Programda VUCA dünyasında insanı daha iyi anlayabilmek ve yönetebilmek için söz konusu bilimsel başlıkların nasıl uygulanması gerektiği tartışıldı.

Dijital dünyada ve sosyal medyada imaj yönetimi

"Dijital Dünyada ve Sosyal Medyada İmaj Yönetimi" eğitimi, 23 Şubat tarihinde DENİB ile UTSO iş birliğiyle Rönesans Değişim ve Yönetişim Bilimleri Enstitüsü'nden Ekin Kopkiman tarafından online olarak verildi.

Eğitimde imaj yönetimi taktikleri, sosyal medyada yaygın kullanılan ağlar, gerçek yaşam ile sanal dünya arasındaki tutarlılık, fiziksel ve sosyal mesafeli çalışma ortamları, dijital ticaretin ekonomik ve sosyal yaşama etkileri, sosyal medya ve sanal dünyanın e-ticarette yarattığı faydalar, kimlerin ne şekilde sosyal medyanın çıktılarından yararlanması gerektiği konuları üzerinde duruldu.





İhracatçının yeni dönem yol haritası

İHRACAT 2021 RAPORU

TİM, “İhracat Raporu”nun üçüncü edisyonunu mart ayında yayınladı. TİM Başkanı İsmail Güle, Küresel Tedarik Zincirindeki Değişim temasıyla yayınlanan raporun Türk ihracatçısının gelecek vizyon, hedef ve planlarına ışık tutacağını söyledi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Türk ürünlerini 220’den fazla ülkeye satan ve Türkiye’nin tanıtımına ve ekonomisine büyük katkı sağlayan ihracatçılar için yeni yol haritası ve vizyon niteliğindeki çalışması “İhracat 2021 Raporu”nu paylaştı. Bu yıl üçüncüsü yayınlanan; ihracat beklenti ve öngörülerinin detaylarıyla yer aldığı rapor, özellikle pandemi sonrası için ihracatçıya rehber niteliği taşıyor.

Raporda odak tema “Küresel Tedarik Zincirindeki Değişim” olarak belirlendi. İhracatın geleceğine ışık tutacak olan rapor dört ana başlık üzerine oluşturuldu: “Küresel Ekonomi ve Türkiye Ekonomisi: 2020 Performansı ve 2021 Beklentileri”, “Küresel Ticarete Orta ve Uzun Vadeli Trendler: Türkiye için Fırsatlar ve Riskler”, “Odak: Küresel Tedarik Zincirindeki Dönüşüm Süreci” ve “TİM 2021 Ajandası”.

Türkiye’nin 2010-2019 dönemi birleşik yıllık büyüme oranından (CAGR) faydalanılarak hazırlanan raporda, Türkiye’nin 2021 yılında 30. en büyük ihracatçı ülke olacağı; 2030’da 29. sıraya, 2035’te ise 28. sıraya yükseleceği belirtildi. İhracattaki performans artışıyla

dış ticaret açığının azalacağı belirtildi.

Raporda gelecek dönemde ihracatta en çok hangi sektörlerin büyüyeceği ve yıllık ihracat öngörülleri de yer aldı. 2035 yılında 69,9 milyar dolarlık ihracat yapması beklenen otomotiv endüstrisinin ilk sırada, 42,2 milyar dolar ile kimyevi maddeler ve mamullerinin ikinci sırada, 24 milyar dolar ile hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün üçüncü sırada olacağı öngörüsü rapora yansdı. 2035’te ihracat artışının en fazla yaşanacağı sektörün savunma ve havacılık sanayii olacağı paylaşıldı. Yüzde 425 büyüme kaydetmesi beklenen sektörü sırasıyla, yüzde 297 artışla su ürünleri ve hayvansal mamuller, yüzde 179 artışla makine ve aksamları, yüzde 164 artışla halı ve yüzde 156 artışla mücevher sektörünün takip edeceği öngörülüyor.

“Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye” hedefi ile çalışan TİM, rapor lansmanında tek tuşla ihracatçıyı dünya ile buluşturarak ihracat hacmini artıracak bir lojistik portalın da faaliyete geçeceğini belirtti.

Raporda, orta yüksek teknoloji yoğunluklu imalat sanayii üretimi

yapan ülkeler arasında gösterilen Türkiye'nin küresel tedarik yapılarındaki değişimlerden en fazla yararlanabilecek ülkeler arasında olacağı ve bu noktada en yüksek potansiyeli hazır giyim, ayakkabı ve deri sektörünün taşıdığı belirtiliyor.

Raporda Türkiye'nin güçlü yönleri; sanayi üretiminde ürün ve sektör çeşitliliği, gelişmiş yan sanayi, esnek ve hızlı üretim yapısı, ürün standartlarında AB ile uyumu, güçlü lojistik hizmetler, yüksek liman ve taşımacılık kapasitesi, gelişmiş ihracat finansman olanakları olarak sıralandı. Bu sayede Türkiye'nin AB için tedarikte önemli bir ülke olduğuna dikkat çekildi.

Küresel ihracata yönelik verilerin de yer aldığı İhracat Raporu'na göre, küresel ihracatın 2030 yılında 29,2 trilyon dolar, 2035 yılında ise 37,66 trilyon dolar olması öngörülüyor. Çin'in 2035 yılında en büyük ihracatçı olması beklenirken onu ABD'nin takip edeceği tahmin ediliyor. Bu dönemde ABD'nin dış ticaret açığının daha da artacağı ve bunun da yeni ticaret savaşlarına yol açabileceği olasılığı da rapora yansıyan başlıklardan biri. Rapor, dünyanın en büyük ihracatçısı olan Almanya'nın ise yerini koruyacağını aktarıyor.

“GELECEK 15 YILDA İHRACATIMIZIN BÜYÜK İVMEYLE ARTMASINI BEKLİYORUZ”

Raporun lansmanında konuşan TİM Başkanı İsmail Gülle, geçen yıl başlayan pandeminin tedarikte tek kaynağa bağımlı olmanın olumsuzluklarını tecrübe ettirdiğini söyleyerek, buradan yola çıkıp raporun ana temasını “Küresel Tedarik Zincirindeki Dönüşüm Süreci” olarak belirlediklerini söyledi ve Türkiye'nin kriz anlarında alternatif bir güvenilir tedarikçi olarak öne çıktığına değindi.

İhracat ailesine pusula olacak raporun yayınlamalarındaki asıl amacın dünya ticaretinde değişimin ve dönüşümün bu denli hızlı olduğu bir dönemde, ihracatımızın dünden ve bugünden kopmadan, geleceğe emin adımlarla yürümesini sağlamak olduğunu aktaran Gülle, sözlerini şöyle sürdürdü:

“Raporumuzda yer alan, sektörel ve hedef pazar bazlı, orta ve uzun vadeli projeksiyonlarımızla, ihracatçıların sektörlerinde potansiyeli yüksek pazarlara yönelmelerini hedefliyoruz. Raporumuzda, Türkiye'nin küresel tedarik zincirindeki dönüşüm sürecinde durumunu analiz ettik. Ülkemiz küresel tedarik yapılarındaki değişimden en çok yararlanabilecek ülkeler arasında.”

2025-2030 ve 2035 için küresel ticaret ve ekonomi projeksiyonlarına da raporda yer verdiklerinin altını çizen Gülle, şunları söyledi: “Önümüzdeki 15 yıl içerisinde, ihracatımızın büyük ivmeyle artmasını bekliyoruz. O günler geldiğinde, 2030 yılında, 2035 yılında, sizlerle buluşup ‘İhracatçılarımız öyle bir performans gösterdi ki, 2021 yılında öngördüğümüz rakamlar düşük kaldı’ demek istiyorum. Bu cümleyi kurabilmek, projeksiyonların üzerine çıkabilmek amacıyla aralıksız bir şekilde çalışıyoruz.

Her ay bin 500 firmamız ihracat ailesine katılıyor. Son altı aylık ihracatımız, 100 milyar doları aştı. Bu ülke için daha fazla üretmeye, tanıtmaya, ihraç etmeye devam ediyoruz ve edeceğiz de. Çünkü büyük bir vizyonumuz var. İhracatla yükselen Türkiye’de sanayici de üretici de vatandaş da yükselecek. ‘Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye’ hedefimize adım adım ilerliyoruz. Hedeflerimiz makul, hayallerimiz sınırsız.”

Raporda, Türkiye'nin 2021 yılında 30. en büyük ihracatçı ülke olacağı belirtildi.

TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI İHRACATÇININ DÜNYAYA AÇILAN KAPISI OLACAK

Rapor lansmanında ihracatçıya büyük kolaylık sağlayacak olan lojistik portalı müjdesini de veren İsmail Gülle, “TİM olarak, lojistikte küresel olarak yaşanan sorunları dikkatle takip ediyoruz. Bu küresel soruna, ulusal bir çözüm getirmek adına hazırlıklarımızı tamamladık. Çok yakında ‘Türkiye Lojistik Portalı’mızı faaliyete geçireceğiz. Bu portal, ihracatçılarımızın dünyaya açılan kapısı haline gelecek. Portal ile ihracat hacmimiz artarken, lojistik noktasında önemli avantajlar elde edeceğiz. Portal, lojistik firmalarıyla ihracatçılarımız arasında bir köprü vazifesi görecek. Ürünlerimiz, dünyanın dört bir köşesine artık daha hızlı, daha ucuz ve daha güvenli bir şekilde ulaşacak” şeklinde konuştu.



Küresel Ticarete ‘Kutu’ Sendromu **KONTEYNER KRİZİ**

2020'nin son çeyreğinden bu yana devam eden “konteyner krizi”, küresel ticarete bir domino etkisi yaratarak hem alıcının hem satıcının hem de tüketicinin sorun yaşamasına neden oluyor. Ürünlerin depoda tutulmasına sebep olan ve navlun fiyatlarında benzersiz bir artış yaratan krizin ne zaman sona ereceği ise belirsizliğini koruyor.



Uluslararası lojistik sektörü, bir seneyi aşkın bir süredir devam eden pandemi krizi karşısında en fazla hırpalanan sektörlerden biri oldu. Bu süreçte kısıtlılık, kapanan yollar, azalan üretim, tedarik zincirindeki kırılma gibi birçok sorunla karşılaşan sektörün son “sorunlu gündem”i ise konteyner krizi. Dünya ticaretinin kilit unsurlarından olan konteynerin eksikliği, tüm tedarik zincirlerini kademeli olarak geçen yılın kasım ayından bu yana etkiliyor.

Bugün dünya taşımacılığının yüzde 90’ı deniz yolu ile gerçekleştiriliyor. Konteyner taşımacılığının ise deniz yolu taşımacılığı içindeki payı yüzde 80 ve küresel konteyner gemileri toplam 30 milyon TEU bir kapasiteye sahip. Bu kapasite, son dönemde artan taleplerle beraber, hatlar arasında değişiklik göstermekle beraber yüzde 100-300 arasında bir artış gösterdi. Şangay Konteynerli Yük Endeksi’ne göre, artış, Türkiye’nin de dahil olduğu Akdeniz hatlarında yüzde 194, Asya ticaret limanları arasında ise yüzde 450 seviyelerinde.

Konteyner kıtlığında yaşanan bu kriz, satıcıların ve aracı firmaların maliyetlerine de yansımış durumda. Şubat ayının başında gelmeye başlayan veriler, konteyner başına nakliye maliyetinin bin 500 dolar seviyelerinden 6-9 bin dolara çıktığını gösteriyor. 2020 yılının son çeyreğinden bu yana 12 metrelik (40 fit) bir konteynerin Asya’dan Avrupa’ya nakliye maliyeti üç kat arttı ve 8 bin dolara ulaştı.

Diğer yandan artan talep ve maliyetlere paralel olarak konteyner üreticileri de fazladan ücret talep etmeye başladılar. Dünyanın en büyük üreticilerinden olan Çin, dünya konteyner üretiminin de çok büyük bir kısmını domine ediyor ve Çinli üreticiler, 2020 yılında bin 600 dolara piyasaya sundukları konteynerler için bugün 2 bin dolar istiyorlar.

Küresel bir kriz olan konteyner sorununun arkasında; gemi sayılarındaki azalmaya bağlı olarak yer bulamama sorunu, salgın kısıtlamaları nedeniyle limanlardaki işçi sayılarının azaltılmış olması, kapanan sınırlardan kaynaklı gümrüklerde yaşanan aksaklık, nakliye sürelerindeki gecikme gibi birçok neden bulunuyor. Bunlar içinde en fazla ön plana çıkan ise Amerika ile Çin arasında 2018 yılından bu yana devam eden ticaret savaşları.

TİCARET SAVAŞLARI KONTEYNER KRİZİNİ DERİNLEŞTİRİYOR

Dünyanın en büyük ihracatçısı konumunda bulunan Çin’in pandemiye yakalanması ile birlikte dünya ticareti bir anda kilitlenme noktasına geldi çünkü Çin, dünyanın en önemli limanlarının bir kısmını elinde tutuyor. Dünya Denizcilik Konseyi’ne göre küresel pazarın en büyük ilk 10 limanının yedisi Çin’de bulunuyor. Çin’in COVID-19’a yakalanan ilk ülke olması ile yaşanan kriz, yine salgından ilk çıkan ülke olması ile devam etti. Dev güç, kısa bir süre içinde üretimini ve ihracatını kaldığı yerden sürdürürken; diğer ülkeler pandemi

Konteyner başına nakliye maliyeti, 2020’nin son çeyreğinden bu yana bin 500 dolar seviyelerinden 6-9 bin dolara çıktı.



%90Küresel taşımacılıkta
denizciliğin payı**%80**Deniz taşımacılığında
konteyner
taşımacılığının payı

Çin boş konteynerleri kendi limanlarında bekletirken, ABD mal alımı yapılmadan konteyner çıkışına izin vermiyor.

ile boğuşmaya devam etti. Ülkelerin büyük bir kısmında hâlâ işçi sıkıntısı, kısıtlamalar gibi problemler yoğun şekilde yaşanıyor. Çin, erken atlattığı salgın krizi sonrası boş konteynerlerin büyük bir kısmını kendi limanlarına çekerek, talebe büyük bir darbe vurdu. Bunun yanında yaşanan ticaret savaşının bir karşılığı olarak Amerika da mal alımı gerçekleşmeden boş konteyner çıkışına izin vermeyeceğini açıkladı ve limanlarına gemi yanaştırmıyor. Boş konteyner çıkışına izin vermeyen başka ülkeler de oluşmaya başladı. Son dönemde İsrail, Suudi Arabistan gibi ülkeler de limanlarından mal almadan konteyner çıkışına izin vermeyen ülkelerden oldu. Konteyner havuzunda neredeyse hiç boş konteyner kalmayan Türkiye ise yalnızca Mısır ve Yunanistan üzerinden temin gerçekleştirebiliyor. Bunun yanında Çin'in boş konteyner talebini hâlâ ısrarlı bir şekilde sürdürmesi, armatörler üzerinde de bir baskı oluşturuyor. Armatörler daha kârlı olduğundan boş konteynerleri Çin'de konumlandırıyor.

Çin ve Amerika arasında yaşanan bu boş konteyner sorunu şu anda sadece Kuzey Amerika Bölgesi'nde yüzde 40 oranında bir ticaret dengesizliği oluşturmuş durumda. Bu, her 10 konteynerden altısının varış limanında bekletildiği anlamına geliyor. Ancak bu soruna rağmen, iki dev ülke arasındaki ticaret hacmi de tüm zamanların en yüksek seviyelerinde seyrediyor. Özellikle de medikal ürünler ve ilaç ticaretindeki talep ile beraber iki ülke arasındaki ilk çeyrek ticaret hacmi, normal bir yılın ilk çeyreğine oranla yüzde 23,3 arttı. Artan bu yoğunluk 40 HC konteynerlerin bulunmasında büyük bir sıkıntı yarattığından, ihracatçılar 40 DC konteynere yoğunlaştı ancak bu konteyner tipinde yaşanan talep artışı sebebiyle 40 DC bulmak bile imkansız hale geldi.

Konteyner krizi beraberinde bir navlun problemi de oluşturdu. Çin ile Amerika arasında artan ticaret yoğunluğu sebebiyle iki ülke arasındaki navlunlar, diğer bölgelere göre daha da arttı ve



KONTEYNERDE VIP MÜŞTERİ SİSTEMİ

Boş konteyner krizi ile alakalı olarak ihracatçılar, armatörlerin iş hacmi yüksek firmaları önceliklediğini ve bunun bir "VIP müşteri" listesine dönüştüğünü söylüyorlar. Armatörlerin başlatmış olduğu bu VIP müşteri sistemi, ihracatçının da ithalatçının da maliyetlerini yükseltiyor. Taşıma firmalarının, yüklü ve kontratlı müşterilerin yüklerini taşımayı tercih edip, daha küçük ölçekli firmaların taleplerine cevap vermiyor oluşu ihracatçının içinde bulunduğu durumu daha da zorlaştırıyor.

İTKİB Başkanı Ahmet Öksüz, bu konuyla alakalı

Dünya gazetesine verdiği demeçte, geçen yılki navlun fiyatlarının 4-5 kat arttığını, bu seviyeden navlun fiyatı ile konteyner bulmanın zor olduğunu belirterek, "Bazı armatörler bu sıkıntının önüne geçmek için üst seviye olarak nitelendirilen VIP navlun sistemini hayata geçirdiler. Zaten yüksek seviyelerde olan navluna ek olarak, duruma göre bin dolar daha fazla ödenmesi koşuluyla ekipman sağlayabiliyorlar. Daha çok ithalat yönlü taşımalarda uygulanan bu sistem, ihracatçının ve ithalatçının maliyetini yükseltiyor" açıklamasında bulundu.



Türkiye'deki ihracatçılar, geciken teslimattan dolayı sipariş iptalleri ile karşı karşıya olduklarını dile getiriyorlar.

neredeşey iki katına çıktı. Hal böyleyken armatörler de konteynerlerin büyük bir kısmını Çin'den Amerika'ya taşımayı tercih ediyor. Bunların yanında gemilerde yaşanan yer bulma problemleri ile beraber ihracatçılar oldukça zorlanıyor; mallar haftalarca beklemek zorunda kalıyor. Gemi piyasasında son beş aydır yaşanan yoğunluk ve kısa sürede gelen ilave tonaj talepleri, boş gemi bulma sorunun arkasındaki nedenlerden. Gemi kiralalarının da beklenmedik seviyelerde yükselmesi ve firmaların yıllık fiyatlarla kiralama yapması, uzmanlar için 2021 yılında da hareketliliğin devam edeceği ve navlun fiyatlarının bir süre daha yüksek kalacağı öngörüsünü doğuruyor.

Sağlığın önceliğe alınması ile beraber limanlarda çalışan sayısının azaltılması ise gemilerin tahliyelerinde yaşanan süreleri uzattı. İhracatçılar, pandemi öncesinde bir iki gün yaşanan aksaklığın şimdilerde bir haftayı aşan sürelerle vardığını, bu durumun arz-talep dengesinde domino etkisi yarattığını belirtiyor.

KONTEYNER KRİZİ İHRACATI BASKILIYOR

Küresel ticaretin devamlılığında çok önemli bir yer tutan konteynerde yaşanan kriz, hemen tüm sektörleri ve ihracatı baskılayan bir unsura dönüştü. Elektrik elektronik, makine ürünleri ve değerli eşyalar gibi sektörlerde sorun minimum düzeyde olsa da diğer ürünlerin

nakliyesindeki sorunlar aylardır devam ediyor. Bu kriz, özellikle Asya sanayisinin ana damarlarından birini oluşturan tekstil ve hazır giyimde telafisi zor problemler yarattı.

Navlun fiyatlarındaki muazzam artış, özellikle de küçük marjlarla çalışan birçok tekstil fabrikasını dünya genelinde kapanma noktasına getirdi. Teslimat gecikmelerinin birkaç haftaya ulaşması pek çok ihracatçının alıcı ile pazarlığa oturmasına neden oluyor, diğer yandan kurlarda yaşanan dalgalanmalar, gecikmelerle beraber ihracatçıya zarar olarak yansıyor. Türkiye'deki ihracatçılar, aksayan teslimattan dolayı sipariş iptalleri ile karşı karşıya olduklarını dile getiriyorlar. Malların belirtilen tarihte ulaştırılamaması, imalatın yanında ham madde ithalatına da darbe vurdu. Gidişatı pek olumlu okumayan Türk ihracatçısı, sorunun bu senenin tamamına yayılabileceğini söylüyor.

Diğer yandan konteyner bulma sıkıntısı, ihracat taşımalarında yeni trendler oluşturdu; VIP müşteri ve erken rezervasyon sistemi gibi. VIP müşteri özellikle küçük ölçekli ihracatçıyı zor durumda bırakırken, erken rezervasyon ise soruna çözüm olarak sunuluyor. Uzmanlar da özellikle küçük çaplı üreticilere düzgün bir zamanlama planı yapmalarını ve sevkiyatlarda yaşanan gecikmeleri göz önünde bulundurarak hareket etmelerini öneriyorlar.

Ticaret Bakanlığı, sorunun uzun vadede çözüme kavuşması ve benzeri krizlere hazırlıklı olunması adına konteyner üretiminin desteklerle artırılmasını sağlayacak.

KONTEYNER ÜRETİMİNE TEŞVİK

2021 yılı ilk çeyrek ihracat rakamı değerlendirmesine göre Türkiye ihracat ailesi, ocak-mart döneminde 2020 yılının aynı dönemine göre yüzde 17,3'lik artışla 50 milyar 23 milyon dolarlık ihracata imza attı. Sorunlara rağmen başarı devam etse de deniz yolu taşımacılığındaki süreç daha iyi sonuçların alınmasına ket vuruyor. Deniz taşımacılığı verileri, konteyner krizinin büyüklüğünü gözler önüne seriyor. Yılın ilk üç ayında deniz yolu taşımacılığında ocakta yüzde 1,9, şubatta yüzde 1,8 ve mart ayında yüzde 3,8'lik bir kayıp yaşandı.

İhracatçılar ve konunun uzmanları, yetersiz konteyner ve yüksek navlun fiyatlarına yönelik sürecin ihracatı olumsuz etkilediğini ve bu durumun bir cari açık ve enflasyon sorununa dönüşeceğini vurgulayıp çözüm talebinde bulunurken, Ticaret Bakanlığı konuya yönelik hamlede bulundu ve konteyner üretimin destekleneceğini açıkladı. Ticaret Bakanlığı, uzun vadede deniz



yolu taşımacılığında sorunun devam edebileceği öngörüsü ve yeni benzeri krizlere hazırlıklı olunması adına, yerli konteyner üretiminin desteklenmesinin ve üretimin artırılmasının daha kalıcı bir çözüm olacağını açıkladı.

Bazı firmalarda üretimi durma noktasına getiren kriz karşısında çözüm yollarından biri olarak da Ro-Ro taşımacılığı gösteriliyor. Ticaret Bakanlığı, bu taşımacılık modunun geliştirilmesi için ilgili kurum ve sektör temsilcilerinin katılımıyla çalışma grupları oluşturdu. Bu grup nezdinde sorunlara yönelik aksiyon planları oluşturulmasını hedefleyen Bakanlık, ayrıca navlun maliyet faktörlerinin detaylı bir analizini yaparak yönetilebilir maliyet sistemi oluşturmayı planlıyor. Bu plan kapsamında Türkiye Karasu Limanı ile Romanya'nın Köstence Limanı arasında kurulan Ro-Ro hattı, 3 Şubat tarihi ile seferlere başladı.

DENİB BAŞKANI HÜSEYİN MEMİŞOĞLU “KONTEYNER HATTINDA MİLLİ PARKUR OLUŞTURULMALI”

İhracatçılar yıl başından bu yana döviz kurundaki dalgalanmalar ve ham madde fiyatlarında yaşanan artış sorunlarının yanında bir de geçen yılın kasım ayından bu yana devam eden konteyner sorunu ile uğraşılıyor. Konteyner krizinin yanı sıra navlun fiyatlarında yaşanan artış da ihracatta zorluklar yaratıyor. Konteyner başına bin 800 dolar civarında olan navlun fiyatları bir sene içinde 4 bin dolara kadar çıktı. Krizin tam olarak ne zaman normale döneceği tam olarak belli değil ancak üretim ve tüketim dengesi pandemi öncesi normal seyrine döndüğünde tüm bu problemlerin ortadan kalkacağını düşünüyoruz.

DENİB olarak, bu süreçte yaşanan aksaklıkları Ticaret Bakanlığı'na iletip çözüm sürecine dahil olmaya ve ihracatçının nefes almasını sağlamaya çalışıyoruz. Biz, konteyner hattında oluşturulacak bir milli parkurla bu tür krizlere hazırlıklı olunabileceğini düşünüyoruz. Bakanlık da bu konuda üretim yapan firmalara destek vereceğini açıkladı.



KRİZİN NE ZAMAN BİTECEĞİ NET DEĞİL

Konteyner krizinin tam olarak ne zaman sona ereceğine yönelik kesin bir bilgi de yok. En iyimser senaryo, yılın üçüncü çeyreğini işaret ederken; özellikle işin ihracat ve üretici ayağında bulunanlar, bu senenin sonuna dek sorunun yaşanacağını ve navlunların da yüksek kalacağını düşünüyor. Diğer yandan ticaretteki sorunların normale dönmesinin aşılamanın yaygınlaşması ile mümkün olabileceği herkesin ortak görüşü.

Küresel ticarete şu an bir kara borsa etkisi yaratan konteyner krizinde kesin olansa konteyneri olanın iş yapabileceği. Bu sebeple de bu krizin küresel ticarete kartları yeniden dağıtacağı da belirtiliyor.



YUVAM
HOME FASHION



AGAOGU

TEKSTİL SANAYİ ve TİCARET A.Ş
TEL: +90-276-231 12 90 FAX: +90-276-231 16 89
www.agaoglu.com www.homeharmony.com.tr
UŞAK / TÜRKİYE

HOME HARMONY

ASİL NAKIŞ YÖNETİM KURULU BAŞKANI
SÜLEYMAN İLGERİ

“TEKSTİL SEKTÖRÜNÜ SEÇMEMDE DENİZLİ ETKEN OLDU”

İş hayatında pek çok farklı alandaki tecrübeden sonra Denizli'nin sunduğu tekstil gücü ile beraber bu sektöre geçiş yapan Süleyman İlgeri, bugün firması Asil Nakış ile dünyanın 30 ülkesine tekstil ürünleri ihraç ediyor.

Tekstil sektörüne 40 yıllık tecrübesi ile hizmet vermeye devam eden Asil Nakış Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman İlgeri, pek çok arayıştan sonra tekstile geçişine yönelik “Elbette bunda tekstilin dinamolarından olan Denizli'nin katkısı var” diyor. Denizli'nin tekstil sektöründe sahip olduğu güç ve bilinirliğin bu ekosistemin içinde yer alan her bir aktör için çok büyük artılar sağladığını kaydediyor.

Asil Nakış olarak geçen seneyi pek çok şirket gibi birtakım aksiliklerle geçirdiklerini kaydeden Süleyman İlgeri, 2020 hedefini tutturamadıklarını ama aldıkları aksiyonlarla üretime devam ettiklerini ve 2020'nin tecrübesi ile bu seneye hazırladıklarını söylüyor.

Pandeminin yarattığı aksiliklerin ihracatçılar için sorun oluşturmaya devam ettiğine de değinen İlgeri, son dönemde tekstil sektörünün ana gündemini oluşturan ham madde konusuna özellikle dikkat çekiyor. Tarım politikalarındaki eksik uygulamalar sebebiyle mevcut potansiyelin kullanılmadığının ve pamuk üretiminin her geçen gün azaldığının altını çizen İlgeri, bu konuda acilen önlem alınması gerektiğine vurgu yapıyor.

Asil Nakış olarak pandemi yol haritanız nasıl şekillendi?

Dünyada büyük hasar yaratan pandemiyi bilhassa Avrupa'da oluşturduğu tahribat, 2020 yılı hedeflerimize büyük oranda

sekte vurdu. En büyük pazarımızı Avrupa ülkeleri oluşturduğundan sipariş ve yükleme iptalleri ile ödeme ertelemeleri gibi durumlarla karşı karşıya kaldık. Bu durumları özellikle de Fransa ve İtalya'da yaşadık. Bu da 2020 yılının ilk üç ayındaki siparişlerimizi baz alarak öngördüğümüz, 2020 yılı ciro hedefimizi yakalamamızı imkânsız duruma getirdi.

Mart ayı ile beraber Türkiye'ye de sıçrayan pandemi sebebiyle biz de birkaç ay üretimimizi durdurmak zorunda kaldık. 2020'nin haziran ayında başlayan normalleşme sürecinde ise üretime yeniden başladık ve ardından çok iyi sipariş miktarları almamıza rağmen, maalesef 2020 yılı 2019'a kıyasla firmamız için pek verimli geçmedi.

Bugün üretiminizin ne kadarını ihracata yönelik hazırlıyorsunuz? Ağırlıklı olarak hangi ülkelere ürün satıyorsunuz? Pandemi hedef pazar seçiminde nasıl bir rol oynuyor?

Asil Nakış firması kurulduğu günden bugüne tamamıyla ihracat hedefi doğrultusunda üretim yapmıştır. Bazı yıllarda yüzde 95'lere varan ihracat hacimleri oluşturduk.

2020 yılı rakamlarını baz alacak olursak, firmamız, üretiminin yüzde 80'ini ihraç etmiştir. Ağırlıklı olarak Avrupa ülkelerine özellikle de Fransa, İtalya, Almanya, Slovenya, Litvanya ve İngiltere'ye ihracat gerçekleştirmekteyiz.

Bunun yanı sıra Rusya ve ABD de önemli ihracat pazarlarımız arasında yer alıyor. Asil Nakış olarak bugün 30 ülkeye ürünlerimizi gönderiyoruz.

2020 yılındaki pandemi ihracat dağılımındaki dengemizi biraz değiştirdi. Avrupa'daki sıkı kapanış ile beraber ağırlığı Rusya ve Amerika'ya verdik. Bu bir tercih değildi. Tamamıyla pandemi koşulları bizi bu pazarlara yöneltti. Muhtemelen önümüzdeki günlerde de pandemi süreçlerine göre pozisyon alacağız.

Hangi ürünlere yönelik üretim gerçekleştiriyorsunuz, Asil Nakış'ın ev tekstilinde ortaya koyduğu fark nedir?

Firmamızın amiral gemilerini havlu ve bornoz oluşturuyor. Bunun yanı sıra mutfak havluları, mutfak önlükleri ve

bebek banyo ürünlerinde de üretim gerçekleştirilmekteyiz. Asil Nakış'ın farkı, 40 yıllık nakış tecrübesidir. Bu tecrübeyi özellikle ürettiğimiz mutfak ürünlerinde çok iyi kullanmamızdan dolayı, müşterilerimiz ve rakiplerimiz nazarında ev tekstili sektöründeki en iyi mutfak tekstili üreticilerinin başında gelmekteyiz. Bununla birlikte özellikle yurt dışındaki özel günler için tasarladığımız ürünlerimiz büyük beğeni almaktadır.

Asil Nakış “yüksek kalite” anlayışı ile hareket ediyor ama şunu da artık biliyoruz ki, inovasyon, Ar-Ge ve teknoloji kullanımı, rekabeti ve farkı ortaya koyan önemli unsurlar. Siz bu noktada ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

Sektörümüz geçmiş yıllara göre oldukça ileri teknolojilere sahip ve şu anda da dünyanın en prestijli firmalarına üretim yapabilen duruma gelmiştir. Özellikle ilimiz bu konuda büyük bir küme şeklinde çalışarak, bir ürünün ham maddesinden en küçük aksesuarına kadar dünya standartları üstünde bir kalite sunmaktadır.

Firmamız için Ar-Ge ve teknoloji her zaman bir öncelik olmuştur. Bunun ana etkeninin de insan olduğunu söyleyebiliriz. Bu nedenle evvela yetişmiş ve tecrübeli elemanlarımızı korumak ana prensibimizdir. Bugün firmamızdaki elemanların ortalama çalışma süresi 10 yılın üzerindedir. Büyük bir aile olarak kuruluşumuzdan bu yana bütün çalışma arkadaşlarımızla kenetlenmiş durumdayız.

Ayrıca ev tekstili, tamamıyla yenilik odaklı bir sektördür. Müşteriler her zaman yeni desen, yeni koleksiyon, farklı ürün talep ederler. Firma olarak bu talepleri yeterince karşıladığımızı düşünüyorum.



Denizli ham madde yönünden çok büyük bir imkana sahip olmasına rağmen, tarım politikalarından kaynaklanan eksik uygulamalar nedeniyle pamuk üretimi her geçen gün geri gitmiştir.

2020 yılında Avrupa'daki sıkı kapanma ile beraber ihracatta ağırlığı Rusya ve Amerika'ya verdik.



Sizce Türkiye sektörde yeteri kadar bir Ar-Ge kullanımı gerçekleştirebiliyor mu, ev tekstilinde sahip olduğu küresel gücü koruyabilecek seviyede mi?

Bugün ülkemiz tüm dünyada ev tekstili sektörü denilince akla gelen ilk ülkelerden biridir. Dünyanın her ülkesinde bir kalite göstergesi olan “Turkish Towels” yani Türk havlusu diye bir kavram vardır. Bu nedenle ben inanıyorum ki, daha uzun yıllar ülkemiz bu itibarını koruyacaktır.

İş yaşamınızda çok farklı deneyimlerden sonra ev tekstiline geçiyorsunuz, bu tercihin temelinde Denizli var demek doğru olur mu?

İş hayatımda hep arayış içinde oldum. Değişik sektörlerde deneme yanılma yaparak bu sektörde karar kıldım. Tabi ki bunun temelinde Denizli var demek doğru olur. Denizli'nin en eski zamanlarda bile tekstil ve üretim ile iç içe olduğunu görmek mümkün. İster istemez Denizli'de yaşayan herkes bir şekilde ev tekstiline temas etmektedir. Benim de iş yaşamımda ev tekstili ile temas ettiğim bir dönem oldu ve bunda başarı kazanacağıma inandım. Cenab-ı Hak da nasibimizi buradan verince, bu sektörün her kademesinde ve sivil toplum kuruluşlarında görev aldım ve sektörün, şehrin gelişimine katkı sunmaya çalıştım.

“GEÇMİŞİN TECRÜBELERİNİ BUGÜNÜN DEĞERLERİ İLE SENTEZLEMELERİ GEREKİYOR”

Yeni yetişen gençlere tavsiyem, geçmişlerini unutmamaları. Geçmişini iyi analiz edip buradan aldıkları tecrübeleri, günümüz bilgi ve birikimleri ile harmanlayıp güzel bir sentez yapmalarıdır. Elbette çalışma hayatının olmazsa olmazı

çok çalışmaktır. Ancak bu çalışmayı yaptıkları işe sürekli değer katacak ve geliştirecek şekilde yapmalı. Biliyoruz ki, günümüz dünyasında artık işe, çalışılan sektöre bir yenilik katmak rekabetçi olma yolunda önemli bir kriter.

Denizli'nin şu an tekstil ve sanayileşme noktasında geldiği seviyeyi nasıl değerlendirirsiniz?

Denizli'nin sanayi geçmişinde emeği olan biri olarak geldiğimiz yere bakınca çok büyük bir yol katettiğimizi görebiliyorum. Bu yeterli midir? Tabi ki hayır. “İki günü müsavi olan aldanmıştır” mantığından yürüdüğümüzde daima ileri bakmak ve çok çalışmak gerekmektedir.



30

İhracat yapılan ülke

%80

2020 İhracatı

Özellikle yurt dışındaki özel günler için tasarladığımız ürünlerimiz büyük beğeni almaktadır.

Denizli başarılı bir tekstil şehri, peki kendisi için bir ham madde şehri de diyebilir miyiz? Tekstil ülkenin en önemli kozlarından biri olsa da ham madde konusunda dışa olan bağımlılığı da bir gerçek. Bu konuda neler söylersiniz?

Denizli ham madde yönünden çok büyük bir imkana sahip olmasına rağmen, tarım politikalarından kaynaklanan eksik uygulamalar nedeniyle pamuk üretimi her geçen gün geri gitmiştir. Dünyanın en kaliteli pamukları Ege’de yetişmektedir ancak işçilik ve teknoloji eksikliği ve yeterli destek sağlanmadığından rekolte her geçen gün düşmektedir. Bunun sonucu olarak ithalat girdileri de dövize bağlı olduğu için ham madde her zaman, biz sanayicilerin en büyük problemlerinden biridir.

Denizli’de üretim sorunu yoktur. Ancak pazar ve satış yönünde alınması gereken

önlemler vardır. Bu önlemler ve destekler bir an evvel hayata geçirilerek ihracatçının önü açılmalıdır. Ayrıca ham maddeye ulaşım kolay ve rekabet edilebilir seviyede olmalıdır.

Genel olarak sektördeki değişimi ve yeni eğilimleri nasıl okuyorsunuz? Beklenti ve öngörülerinizi paylaşır mısınız?

Bugün ülkemizin ve dünyanın gündemindeki temel problem içine düştüğümüz bu sağlık temelli her alanı bağlayan pandemidir. Ülkemiz ve dünya bir an evvel bu beladan kurtulmak için azami gayret ve hassasiyet göstermeli, tüm tedbirlere harfiyen uyarak bu krizi en kısa zamanda yenmeliyiz. Bugün bu yük dünyadaki ilgili ya da ilgisiz her bir bireyin sorumluluğundadır. Çünkü bu hastalığı yenmeden ne ticaret eskisi gibi olur ne de sosyal hayat.

AB YEŞİL MUTABAKATI

Küresel Ekonomide Standartları Değiştirecek

AB'nin amiral gemisi girişimi AB Yeşil Mutabakatı bir yandan iklim nötr kıta misyonunu taşıırken diğer yandan sürdürülebilir bir ekonomik büyüme amacı güdüyor. Ancak mutabakat, sadece AB ile sınırlı kalmayıp küresel ekonomide standartları değiştirecek bir çerçeve sunuyor.

Avrupa Birliği (AB) Komisyonu'nun amiral gemisi girişimi olan AB Yeşil Mutabakatı (Green Deal), mali, ticari ve düzenleyici rejimleri elden geçirerek, AB'nin 2050 yılına kadar iklim nötr kıta olma hedefini yansıtıyor. Paket, küresel iklim krizini AB için bir fırsata dönüştürmek amacıyla 2019'un aralık ayında AB Komisyonu Başkanı Ursula von der Leyen tarafından açıklandı.

Avrupa Birliği, bu mutabakat ile 1990'lı yıllarda amaçladığı yüzde 40 seviyesindeki azaltma hedefine karşılık 2030 yılına kadar sera gazı (GHG) emisyonlarını yüzde 55 azaltmayı ve 2050 yılına kadar bir önceki hedef olan yüzde 80 azaltmaya karşılık net sıfır karbon emisyonuna ulaşmayı planlıyor. Bu doğrultuda bir politika çerçevesi sunan bu çok yıllık proje, AB'nin ilk iklim yasası da dahil olmak üzere mevcut politikaları yenileyecek ve yeni politikalar yaratacak. İddialı, geniş kapsamlı ve ekonominin neredeyse tüm sektörlerini etkileyecek.

Paket ayrıca temiz ve uygun fiyatlı enerji tedarikini sağlamak, dögüsel bir ekonomi oluşturmak, kirliliği ortadan kaldırmak, biyolojik çeşitliliği korumak ve sürdürülebilir

gıda ile ulaşım sistemleri oluşturmak için politika ve stratejiler oluşturacak.

AB'nin salgınla mücadele ve salgından kurtulma planının da merkezinde yer alması beklenen paket, ilk açıklandığında büyük şüphelerle karşılanmasına rağmen COVID-19 salgınından sonra daha fazla rağbet görmeye başladı. Avrupalı politikacılar, şirketler, aktivistler ve kurumlar, COVID-19 salgınından sonra yeşil yatırımlarla büyümeyi güçlendirmek istiyorlar çünkü iklim değişikliği ile mücadelenin ve biyolojik çeşitliliği teşvik etmenin daha güçlü ve dirençli ekonomileri yeniden inşa edeceğine inanıyorlar.

1990-2018 yılları arasında sera gazı emisyonlarını yüzde 23 oranında azaltan Avrupa Birliği, ekonomisini de yüzde 61 oranında büyütmeyi başardı. Ancak dünya genelinde mevcut eğilimlerin devam etmesi halinde sera gazı emisyonlarının, evrensel kabul edilen küresel sıcaklık artışını iklim bilimine uygun olarak 1,5 santigrat derecede sınırlama hedefine ulaşmada yeterli olmayacağı artık bir gerçek. Yeşil Mutabakat ile fosil yakıtlardan ve çevresel bozulmadan uzak bir geçiş için kapsamlı bir yaklaşım benimseniyor. Bu yaklaşımda AB

ekonomisinin ve vatandaşlarının hayatının birçok yönüne odaklanan 47 kilit eylem belirlendi. Bu eylem planlarının gerçekleştirilmesi amacıyla Avrupa Birliği Komisyonu, Sürdürülebilir Avrupa Yatırım Planı'nı da devreye aldı. Plan kapsamında 2027 yılı sonuna kadar AB bütçesinden tahsis edilecek 1 trilyon Euro'nun sürdürülebilir yatırımlara ayrılması hedefleniyor.

2030 hedefi doğrultusunda karbon nötr hedefine ulaşılmasını sağlamak amacıyla ETS, enerji verimliliği direktifi, yenilenebilir enerji direktifi, enerji vergilendirme direktifi, binek ve hafif ticari araçların karbon emisyon performans standardı, sürdürülebilir ve akıllı mobilite stratejisi gibi mevcut mevzuatların 30 Haziran 2021'e kadar gözden geçirilmesi bekleniyor.

Yeşil Anlaşma'nın önümüzdeki 10 yıllarda AB ekonomisi için büyük yapısal etkileri olacağı ve bunun üretme gücünden kullanma şekillerine, seyahat etmeden ısınma ve hatta yemeye kadar her şeyi etkileyeceği kesin. Ancak bu tüm etkiler sadece AB sınırları ile kısıtlı kalmayacak. Küresel bir standart belirleyen anlaşma, başarılı bir şekilde uygulanabilirse, dünyanın sürdürülebilir ekonomik büyümeye nasıl ulaşacağını yeniden tanımlamada öncü bir rol üstleniyor olacak. Ayrıca AB'nin dünyanın en büyük ithalatçısı olduğu göz önüne alındığında, kendisiyle ilişkisi olan ve partner konumunda bulunan tüm ülkeleri, ekonomileri ve sektörleri de bağlayıcı olacak.

Yeni AB politikaları, ekonominin tüm sektörlerini etkileyecek ancak ulaşım, enerji, tarım, inşaat, tekstil, kimya, çelik, çimento ve beyaz eşya gibi kaynak yoğun sektörleri daha fazla kapsayacak ve bu

endüstrilere yönelik daha fazla önlem alacak. Bu sebeple de işletmeler, Avrupa ile iş yaparken ve üretim gerçekleştirirken yeni politikaları yakından takip etmek zorunda. Yeşil Mutabakat ticaretin kurallarını değiştirdiğinde, AB'ye ihracat gerçekleştiren firmalar kullandıkları enerji türünü, üretim sürecinde çıkan emisyon oranını ve karbon ayak izini belgelemek zorunda kalacak.



Yeni AB politikaları; ulaşım, enerji, tarım, inşaat, tekstil, kimya, çelik, çimento ve beyaz eşya sektörlerini daha yoğun şekilde kapsayacak.

HEM FIRSAT HEM TEHDİT

Mutabakatın etkileyeceği öncelikli ülkeler arasında Türkiye yer alıyor. AB'nin en önemli partnerlerinden olan Türkiye'nin ihracatında bölge, birinci sırada yer alıyor. Türkiye, geçtiğimiz sene AB'ye 69 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. Bu rakam, ülkemizin toplam ihracatının yüzde 41,3'üne denk geliyor. AB Yeşil Mutabakatı'nın ihracatta yeni bir rekabetçilik doğuracağı da hesaba katılırsa, AB'ye yapılan ihracatın artması ve yeni fırsatların değerlendirilmesi noktasında iş dünyasının yeşil ekonomi çerçevesinde atacağı adımların önemi daha da büyüyor.

Yeşil Mutabakat, her ne kadar ilk etapta çevre odaklı bir inisiyatif olsa da AB bu proje ile hem bir büyüme stratejisi oluşturuyor hem de ticaretin kurallarını yeniden çiziyor. Sanayi Devrimi'nden bu yana dünyanın kaynaklarını sömüren

hırslı ve kirletici büyümenin yerine aldığı bu ticaret devrimindeki alt düzenleyiciler, partnerleri doğrudan ilgilendirecek. Bunlardan biri olan "sınırdaki karbon düzenlemesi" (SKD) ile AB, ithalat ve ihracatta mutabakat kurallarını partner ülkeler için işleme sokacak. Sektörel yol haritalarının çıkarılmasının önem arz ettiği bu süreçte, karbon kaçacağını azaltmak amacıyla SKD mekanizması, ticarete yeni vergiler ve tarife dışı engeller ile örülmüş yeni bir korumacı sistem anlamına geliyor. SKD'ye ilişkin henüz netleşmiş bir tasarım bulunmasa da birçok seçenek üzerinde duruluyor. SKD, AB yatırımcısının karbon düzenlemesi zayıf olan ülkelere yönelmesini önlemek ve AB iç pazarındaki aktörlerin bu ülkelere gelen ürünler karşısında rekabet güçlerini korumak amacıyla "karbon kaçığı riskli" ürünleri belirleyerek, AB pazarına ihraç edilecek ürünlerin içerdiği karbon yoğunluğuna göre vergilendirilmesini öngörüyor.

SKD, 2015 yılının aralık ayında kabul edilen ve Türkiye'nin imzacısı olduğu "Paris İklim Anlaşması" ile paralel hareket edecek. Düzenleme kapsamında karbon salınım oranları, lojistikten tedarik zincirinin her aşamasına ürün bazında maliyet artışı anlamına geliyor. AB'nin sınırdaki karbon vergisi oranlarını bu yılın haziran ayında açıklaması bekleniyor. Uygulama ise 2022'de başlayacak. Ancak düzenlemenin çelik, alüminyum ve çimento gibi sektörlerle 2021 itibarıyla uygulanmaya başlayacağı ifade ediliyor. Yani ihracatçı firma ve ülkelerin bir seneden az bir zamanı kaldı.



ÇEVRE DOSTU PROJELER İÇİN 1 MİLYON EURO

AB Komisyonu'nun 2020 yılında açtığı Yeşil Mutabakat Çağrısı, Türkiye'de TÜBİTAK tarafından yürütülüyor. Türkiye'de 22 Eylül 2020 tarihinden bu yana bu kapsamdaki projeler başvuru almaya başladı. Çağrı kapsamında

enerji başlığında toplam 128 milyon Euro, binalarda enerji verimliliği için 60 milyon Euro, çevreci havalimanları ve limanlar için 10 milyon Euro, tarladan sofraya stratejisine destek olacak projeler için 74 milyon Euro

kaynak ayrılmış durumda. Avrupalı iş birlikçiler ile Afrika'da enerji alanında yapılacak projeler için ise 40 milyon Euro kaynak ayrıldı. Tüm projeler için ayrılan toplam bütçe ise 1 milyon Euro ve 10 alanı kapsıyor.

SKD'DEN EN ÇOK ÇİMENTO SEKTÖRÜ ETKİLENECEK

TÜSİAD'ın eylül ayında yayınlanan Ekonomik Göstergeler Merceğinden Yeni İklim Rejimi Raporu'na göre AB pazarına yapılan ihracat kaynaklı karbon emisyonu için ton başına 30 Euro ödenmek zorunda kalınması durumunda bundan en çok 170 milyon Euro ile çimento sektörünün etkileneceği görülüyor. Çimento sektörünü makine, otomotiv, demir çelik ve tekstil ürünleri izliyor. Bu sektörlerde karbon maliyetini düşürmenin sektörel çabaları gerektirirken, emisyonun

ağırlıklı olduğu sektörlerin karbon maliyetini düşürmek için ekonomi düzeyinde bir dönüşüm gerektiği de ortaya çıkıyor. Raporda düşük karbon ekonomisine geçişi kolaylaştıracak alternatif teknolojilere yatırımı özendiren vergi avantajlarının büyük fayda sağlayacağı vurgulanıyor. Rapora göre, TÜİK Sera Gazı Emisyonu Envanteri'nde 2018 yılında en çok emisyonu sebep olan sektörler elektrik, ulaştırma, çimento, tarım ve demir-çelik

oldu. Uygulanacak yeşil dönüşüm odaklı politikaların sektörel ve makroekonomik görünümü; verimlilik, üretim, ihracat ve emisyon performansı bakımından olumlu yöne çevireceği belirtiliyor. Bu noktada Ar-Ge, teknolojik gelişim ve inovasyona yönelik destekler hızla önem kazanırken, karbon fiyatlama sistemi kurularak Türkiye'de sektörlerin yeşil dönüşümü için fon havuzu oluşturulması da mümkün görünüyor.

69
MİLYAR DOLAR

Türkiye'nin
2020 AB ihracatı

73
MİLYAR DOLAR

Türkiye'nin
2020 AB ithalatı

%41,3
2020 toplam ihracatında
AB'nin payı

Diğer yandan Paris İklim Anlaşması'nın Yeşil Mutabakat içinde söyle bir önemi de var: AB, Paris İklim Anlaşması'nı imzalamayan ülkelerle yeni serbest ticaret anlaşması imzalamayacak. Bu noktada şunu da belirtmek gerekir ki, Türkiye anlaşmayı imzalamakla beraber henüz meclisten geçirmedi ancak bununla alakalı çalışmalar yapılıyor. Aynı zamanda AB, ürünler için yeni standartlar belirleyecek ve eko-etiketleme şartını devreye alacak.

Konunun aktörleri AB Yeşil Mutabakatı konusunda yapılacak çalışmalarda asıl önemli hususun Ticaret Bakanlığı başta olmak üzere kurumlar arasındaki koordinasyondan geçtiğine dikkat çekiyor. Türkiye'nin AB ile olan ticaretinin yoğunluğu göz önüne alındığında Yeşil Anlaşma, beraberinde riskleri getirmekle birlikte doğru şekilde değerlendirildiğinde

fırsatlara dönüşebilir. Bu noktada mutabakatın Türkiye dış ticaretine getireceği yeni düzenlemeleri, sanayi firmalarının iş yapış biçimlerine doğru şekilde yansıtıp, öngörülü davranmaları gerekiyor.

Diğer yandan dünyanın gerçekliğinin sürdürülebilir ve çevreci bir anlayışa yöneldiği hesaba katılırsa Türkiye'nin kendine yeşil bir yol haritası çıkarması, sadece AB ile ticaret için değil, sanayi, ulaşım ve inşaat gibi karbon yoğun üretim yapan sektörleri sürdürülebilir ve döngüsel bir platforma oturtabilmesi için de faydalı olacaktır. Örneğin Türkiye'nin ulaşım için çok büyük bir paya sahip olan kara yolu taşımacılığını deniz yolu ve raylı sistemlere kısmen kaydırarak hem masraflarını düşürmesi hem de daha az karbon üretmesi mümkün. Yeşil ekonomi ve döngüsel ekonomi alanında atılacak hızlı adımlar her şeyden önce Türkiye'nin geleceğin ticaretinde sağlam bir yere kavuşması ve rekabetçi yapısını güçlendirmesi adına büyük önem arz ediyor. Bu açıdan ele alındığında bir dayatma gibi duran AB Yeşil Anlaşması'nın Türkiye'nin milli ve yerli olma, kendi kendine yetebilen ülke hedeflerine katkı sağlayacağı söylenebilir. Türkiye'nin yapacağı yatırımlar ve dönüşüm hamleleri ile daha az ithal eden ve daha çok üreten bir ülke olmaya daha fazla yaklaşması mümkün.





ER-BAKIR YÖNETİM KURULU BAŞKAN VEKİLİ

SEDAT ERİKOĞLU

**“Katma değerli ihracatımızı
artırma hedefindeyiz”**

Er-Bakır'ın ayrılan tarafının katma değerli üretim ve nitelikli ihracat olduğuna vurgu yapan Sedat Erikoğlu, bunu artırma hedefi ile yatırımlarına devam ettiklerini söylüyor.

Denizli ve Türkiye'nin bakır sektöründeki öncü firmalarından olan Er-Bakır'ın Avrupa'da ve dünyada da sayılı üreticilerden biri olduğuna dikkat çeken Er-Bakır Yönetim Kurulu Başkan Vekili Sedat Erikoğlu, şirketin sektördeki en temel özelliğinin ürettikleri kapasitenin büyük kısmının katma değerli ürünlerden oluşması ve ihracatta bu ürünlerle fark yaratması olduğunu söylüyor. Yarattıkları katma değerli ürünlerle Türkiye'nin bu noktadaki ihracat hedeflerine de destek sunduklarını kaydeden Erikoğlu, bunu daha da geliştirmek adına Ar-Ge'ye sürekli yatırım yaptıklarını belirtiyor.

Er-Bakır olarak geçtiğimiz seneyi nasıl kapattınız? 2021 hedef ve politikalarınız neler?

2020'de pandeminin etkisini sadece nisan ve mayıs aylarında hissettik diyebiliriz. Hazirandan itibaren yükselişe geçen üretim ve satışlarımız, eylülle beraber bütçe hedeflerimize ulaştı ve yılı bütçemizin sadece yüzde 8 gerisinde kapattık. Bu sene pandemi öncesi beklentilere göre hazırlanmış 2020 bütçemize yakın bir bütçe oluşturarak, süratle pandemi öncesine dönüşü yani büyüme hedefledik. Gerek pandemi döneminde gerekse sonrasında iç ve dış piyasalarda en büyük silahımız, çok çeşitli sektörlere yüksek nitelikli ürünler sunma konusunda uzun yıllardır uyguladığımız politikalar ve bu doğrultudaki yatırımlarımız olmuştur.

Ürün gamınız, yıllık üretim hacminiz ve kapasiteniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Er-Bakır, 225 bin ton döküm kapasitesiyle Türkiye'de en büyük, Avrupa ve dünyada ise sayılı üreticilerden biridir. Bu kapasite kullanımında belirleyici olan yüksek katma değerli ürünlerimizin varlığıdır. Er-Bakır, döküm kapasitesinin yarısından fazlasını bu tür ürünlerin üretimine tahsis etmektedir. Bu anlamda döküm kapasite kullanımı yıllar itibarıyla yüzde 75-85 arasında seyrederken söz konusu ürünlerde kapasite kullanımı şu anda yüzde 90'ların üzerindedir. Bu tür

ürünlerimiz arasında saç telinden daha ince 0,05 mm kalınlığa kadar inceltilmiş kalay ve nikel kaplı ürünlerden emaye bobin tellerine kadar 4 binden fazla çeşit söz konusudur.

Ağırlıklı olarak hangi sektörlerle hizmet sunuyorsunuz?

Enerjiden otomotive, data transferinden havacılığa ve uzay sanayiine, su altı enerji hatlarından yenilenebilir enerjinin her alanına hizmet veriyoruz. Elektrik ve elektroniğin olduğu her alanda sadece Türkiye'de değil, dünyanın da hemen her yerinde bir Er-Bakır ürününe rastlamanız muhtemeldir.



Üretimin ne kadarı iç piyasaya, ne kadarı ihracata ayrılıyor? Yeni hedef pazar oluşturma girişimleriniz var mı?

Altı kıtada 40'tan fazla ülkeye ihracat yapıyoruz. Müşterilerimiz büyük ölçüde Avrupa ve Amerika pazarlarındaki yüksek teknoloji firmaları ve bunların global tedarikçilerinden oluşuyor. Miktar olarak geçen yıl toplam üretimimizin yüzde 45'ini ihraç ettik. Ancak yukarıda bahsettiğim nitelikli ihraç ürünlerimizin etkisiyle bakır hariç ciroda ihracat oranı yüzde 55 seviyelerindedir. Bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da hedefimiz, ülkemizin ihracatta ihtiyaç duyduğu bu tür yüksek katma değerli ürün ihracatını daha da artırmaktır. Bu anlamda Ar-Ge ve üretim alanlarında, bakır alaşımları gibi konularda önemli yatırımlar yaptık, yapmaya devam ediyoruz. Böylece Türkiye artık hızlı ve yüksek hızlı tren projelerinde dışa bağımlı değil, tüm havai hatlar Er-Bakır alaşım ürünleriyle yapılabilmektedir.

Diğer taraftan 2014 yılında 70 milyon dolarlık bir yatırımla ABD'nin New Mexico eyaletinde kurduğumuz

Elektrik ve elektroniğin olduğu her alanda sadece Türkiye’de değil, dünyanın da hemen her yerinde bir Er-Bakır ürününe rastlamanız muhtemeldir.

üretim tesisi, bugün başarıyla faaliyetini sürdürmektedir. Tesis bir yandan iç pazara hitap ederken diğer yandan Kanada, Meksika ve diğer bazı Güney Amerika ülkelerine ihracat yapmaktadır. Bu yatırımlarımız, büyüklüğü itibarıyla o tarihe kadar yüzde 100 Türk sermayesi ile ABD’de yapılan en büyük yatırım olarak tarihe geçmiştir.

2020’nin martında son derece gerileyen bakırın ton fiyatı bir sene sonrasında iki katına çıkmış durumda. Bunu neye bağlıyorsunuz?

Biz bakırın borsa değeri ile değil, ona

kattığımız değerle büyür ve gelişiriz. Bu nedenle kendimizi borsadaki dalgalanmalara karşı yine borsa enstrümanları ile hedge ederiz. Bakırın riski bizim için stoklarımız ve müşterilerimize sağladığımız vadeler dolayısıyla işletme sermayesi ihtiyacı ile sınırlıdır. Bu durum, geçen yıl ortalaması ile 2021’in ilk çeyreğine baktığımızda yüzde 40 civarında ciddi bir artış gösterdi. Bunun iki önemli nedeni var. Birincisi pandemi sonrası Çin’de başlayan üretim artışı ve ABD ile Avrupa’daki yüksek büyüme beklentileri nedeniyle fiziksel bakır talebinin artması. İkincisi ise gelişmiş ülke ekonomilerinde faizlerin hâlâ sıfır ve eksi seviyelerde seyretmesi nedeniyle kıymetli madenlerin hemen arkasından bakırın güvenli liman ve alternatif yatırım aracı olma özelliğini sürdürmesidir.

Bakıra olan ilginin artmasında çevreci teknolojilere ve sürdürülebilirliğe olan talep de gösteriliyor. Siz bu konuda neler yapıyorsunuz?

Bakır, yüzde 100’e yakın oranda geri kazanılabilen bir madendir. Bu bakımdan Er-Bakır’da hem kendi üretim hurdalarını hem de müşterilerinin hurdalarını işleyip geri kazanmak için kurulmuş bir geri kazanım tesisi mevcuttur. Ayrıca bugün için pek çok sektörde olağan karşılanmasına rağmen 1992 yılını düşündüğümüzde Denizli’imizde ve sektöründe ilk atık su arıtım tesisini Er-Bakır’ın devreye alması önemli bir duyarlılık göstergesidir. 2002 yılından bu yana ISO 14001 Çevre Yönetim Sistem Belgesi’ne sahip Er-Bakır’da iş süreçlerimizin tamamında doğal kaynaklardan tasarruf, doğayı tehdit eden kimyasal ürünlerin tüketimi, tehlikeli atıklar da dâhil olmak üzere tüm atıkların azaltılması ve imhasının düzenlenmesi konularında sistematik iyileştirme projeleri yürütülmektedir. Bugün rüzgâr ve güneş enerjisi sistemlerinin tümünde hem üretim hem de enerji nakli açısından pek çok Er-Bakır ürününe ihtiyaç vardır. Bu konudaki Ar-Ge ve kapasite artış çalışmalarımızı sürdürüyoruz.



“EĞİTİMİN VE BİLİMİN ÖNEMİNE İNANAN BİR ŞİRKETİZ”

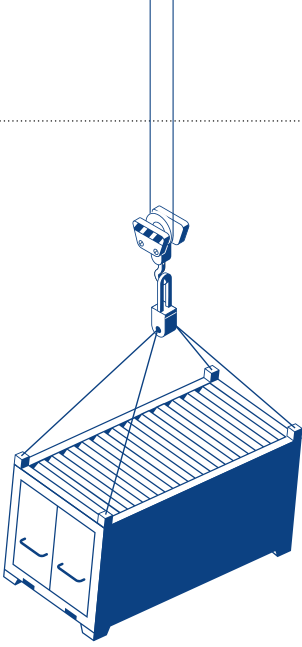
Er-Bakır Grup, sosyal sorumluluk projelerine de önem veren bir kurumdur. 1999 yılında hayata geçirip Milli Eğitim Bakanlığı’na teslim ettiğimiz Er-Bakır Fen Lisesi bizim için öne çıkıyor. Eğitimin ve bilimin önemine inanan kuruluşumuz, bugün 500’e yakın öğrencinin yatılı/yatısız eğitim gördüğü okulumuza maddi ve manevi desteğini devam ettirmektedir. Ayrıca 2006 yılından bu yana yine ülkemizde ilk ve tek olan “Atatürk Matematik ve Fen Bilimleri Ders Olimpiyatları” okulumuz bünyesinde düzenlenmektedir.

Diğer taraftan her yıl belirlenen kontenjan çerçevesinde lise ve üniversite öğrencilerine staj imkânı sağlıyoruz.

2006 yılından bu yana şirket çalışanlarının üniversitede okuyan çocuklarına burs verilmektedir. Bu kapsamda şimdiye dek yüze yakın gencimize burs verilmiştir.

Ayrıca bugün ebediyete intikal etmiş olan şirketimizin kurucusu babam Ahmet Nuri Erikoğlu ve annem Saadet Erikoğlu’nun adını taşıyan iki ilkokul yaptırıldı.

Tüm bunların yanında grubumuz daha pek çok sosyal sorumluluk projesine destek vermiş ve vermeye devam etmektedir.



40+

İhracat yapılan ülke sayısı

225

BİN TON

Döküm kapasitesi

4+ BİN

Ürün çeşidi

Pandemi sonrası özellikle Çin'de bakıra olan talep artışı ile birlikte dünyada bakırın alternatif bir yatırım aracı olarak görülmesi, bakır fiyatlarını yukarı çeken etkenler oldu.

Madencilik sektöründe bakırın ve Denizli'nin Türkiye'deki yeri nedir?

Türkiye ortalama 450 bin ton kullanımıyla Avrupa bakır tüketiminin yüzde 15'ini gerçekleştirmektedir. Geri dönüşümle birlikte bu tüketimin kabaca yüzde 35'i iç kaynaklardan karşılanırken kalanı büyük ölçüde katot bakır formunda girdi olarak ithal edilmektedir. Er-Bakır'ın Denizli'de kurulu olması nedeniyle bugün bölgemizde çeşitli büyüklüklerde 14 kablo ve iki tane emaye bobin teli fabrikası bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında gerek Er-Bakır'ın Türkiye'nin toplam iletken ihracatının yaklaşık yarısını kapsayan ihracatı gerekse bu kablo kümelenmesinin önemli büyüklükte ihracatı nedeniyle Denizli ekonomisinde bakır çok önemli bir yer tutmaktadır. Her ne kadar bakır madeninde dışa bağımlılığın dış ticaret dengemize katkısı istenen oranda olmasa da ülkemizin kalkınması ve gelişmiş teknolojilere yatırım yapabilmesi açısından vazgeçilmez ürünler olan bakır iletken ve kabloda dışa bağımlı olmamamızda Er-Bakır ve Denizli kablo fabrikalarının katkısı çok büyüktür.

Er-Bakır Denizli'de sağladığı istihdamın ötesinde makine, yedek parça, nakliye ve hizmet gibi birçok sektörün önemli bir müşterisi. Denizli'de 40 yıllık Er-Bakır yolculuğumuzda yan sanayilerden birçoğunu biz geliştirdik ve hâlâ bu alanda çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bunların bir kısmının dünyaya mal satan tesisler haline geldiğini memnuniyetle izliyoruz.

Dünya genelinde bakıra olan talep şu an ne durumda? Türkiye, bakır sektöründe dünyada nasıl bir konumlanmaya sahip, yeteri yatağa sahip miyiz?

Genel olarak yarım milyon ton eksiği ya da fazlası ile bakır piyasası, arz ve talep açısından 2020 yılı itibarıyla büyük ölçüde dengededeydi diyebiliriz. Pandemi sonrası bakıra olan talep arttı ve artmaya devam etmekte; bu da bakır fiyatlarını yukarı çeken bir etken olmaktadır. Fiyatların yüksek seyretmesi önümüzdeki dönemde dünyada yeni bakır maden ve izabe tesisi yatırımlarının hayata geçmesini teşvik edebilir. Aksi durumda her yıl en az



Türkiye kadar büyüyen Çin'in talep artışını bile karşılamak mümkün olmayacaktır. Türkiye'de madenden bakır katot üreten yani bizlerin kullanabileceği girdiyi temin eden tek tesis Samsun'daki Eti Bakır'dır. Bunun haricinde diğer bölgelerden çıkarılan bakır, yeterli izabe tesisi olmadığı için bakır konsantresi olarak ihraç edilmektedir. Ülkemiz kuzey ve güneyde iki ana bakır maden kuşağının ortasında bulunmaktadır ve teorik olarak yeni madenler açılmasına elverişlidir. Ancak yukarıda belirttiğim nedenler burada belirleyici olmaktadır.

Son olarak sektörün geleceğine yönelik beklenti ve öngörülerinizi paylaşır mısınız?

Bakır, bugün dünyanın en iyi üçüncü iletkeni olarak, uygun fiyatıyla beraber endüstriyel anlamda en gelişmiş ve dünyada kullanımı her geçen gün artan tek metaldir. Zaman zaman fiyatı yükseldiğinde ikame malzemeler gündeme gelse de çeşitli fiziki ve elektriksel şartlar dolayısıyla bazı küçük kullanımlar dışında hiçbir ikame tamamen bakıra tercih edilememiştir.

Er-Bakır için önemli olansa bakır sektöründe, gelecekteki değer zincirinin neresinde olacağımızdır. Bu noktada tüm planlarımızı yüksek teknoloji üreten sektörlerle daha yakın olma üzerine kurguluyoruz.



DESTEK VE TEŞVİKLER 2021'DE DE İHRACATÇININ İTİCİ GÜCÜ OLACAK

Pandeminin ekonomi ve ihracat üzerinde yarattığı olumsuz etkileri sunduğu teşvik ve destek paketleri ile kırarak, yılın ikinci yarısından itibaren ihracat atağı başlatan Türkiye, bu başarının bu sene de devam edebilmesi adına ihracatçıya ve ihracata başlamak isteyenlere desteklerine devam ediyor.

COVİD-19'un dış ticaret üzerindeki etkilerini azaltmak ve ekonominin sürdürülebilir şekilde devam etmesini sağlamak adına geçtiğimiz sene temassız ticaret, sanal ticaret heyeti, sanal fuar organizasyonları, Kolay İhracat Platformu ve 81 ilde İhracata İlk Adım projelerini hayata geçiren ve verdiği destek ile teşviklerle ihracatçının ayakta kalmasını sağlayan Türkiye, bu çalışmalarına ve desteklerine bu sene de devam ediyor.

Alınan bu önlemler ve uygulamalarla, geçtiğimiz yılın özellikle ilk yarısında pandeminin olumsuz etkilerinin yoğun şekilde yaşandığı ihracatta rakamlar yılın ikinci yarısı ile beraber toparlanmaya başladı ve pek çok sektörde ihracat

rekorları kırıldı. Başta Ticaret Bakanlığı olmak üzere ilgili kurumlar, bu sürecin devam etmesi için bir yandan yeni teşvikleri devreye almaya çalışırken diğer yandan mevcut teşvik ve desteklerin içeriğini geliştirerek, ihracatçının dış ticarete ilerleyişine katkı sunmaya devam ediyor. Küresel salgın koşullarının egemen olduğu 2020 yılını belirlenen hedefin üzerinde 169,5 milyar dolarlık ihracat ile kapatan Türkiye'de 2021 hedefi 184 milyar dolar. Bu hedefin yakalanmasında ihracatçıya sağlanan kredi desteğinin önemi büyük. Geçtiğimize sene bu kapsamda en büyük destek sunan kurumlardan biri Türk Eximbank oldu. Dönemin Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, "2021 Hedefleri" konulu

toplantıda, geçtiğimiz sene ihracatçıya 28,5 milyar dolar kredi ve 17,1 milyar dolar ihracat kredisi sunan Eximbank'ın bu sene desteğini yüzde 11 artırarak 50 milyar doların üzerine taşıyacağını söyledi. Pekcan, yaptığı açıklamada, Eximbank'ın sigorta koruması altına alınan ihracatçı sayısını artıracığını ve hizmet ihracatını da alacak sigortası kapsamına ekleyeceğini açıkladı.

Ruhsar Pekcan, 2020'nin kasım ayında başlatılan "81 ilde İhracata İlk Adım" projesinin çıktılarının bu sene alınabileceğini söylerken, potansiyel ihracatçı KOBİ'lere desteklerini devam ettirerek, ihracatçı KOBİ sayısının ve toplam ihracatın artışına daha fazla katkı sağlayacaklarını da sözlerine ekledi. Yine "İhracata Yönelik İşletme Sermayesi Kredisi" programı azami beş yıl vadeyle, İhracata Yönelik Yatırım Kredisi programı ise iki yılı geri ödemesiz toplam 10 yıla varan vadelerle ihracatçılara sunulmaya devam edecek.

DÖVİZ KURUNDAKİ DALGANMALARIN YARATTIĞI GÜVENSİZLİĞE TL GÜVENCESİ

Merkez Bankası da teşvik belgeli yatırımlara kredi desteği veriyor. Kalkınma Yatırım Bankası olarak T.C. Merkez Bankası, 10 yıla kadar vadeli TL yatırım taahhütlü avans kredisi imkanını yüzde 16,5 sabit faizli yatırım destek TL kredisi ile Yeni Ekonomi Programı kapsamında öncelikli olan sektörlerin hizmetine sunuyor. 400 milyon TL ile sınırlanan kredinin amacı, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine destek sunmak, istihdamı artırmak, katma değeri yüksek üretim yapan yatırımları güçlendirmek ve dışa bağımlılığı azaltmak. TL olarak kullanılacak olan kredi, yatırımcıları, döviz kurundaki dalgalanmaların yarattığı güvensizlik karşısında TL ile güvenceye almayı ve sabit faizle korumayı hedefliyor.

Türkiye'de sınai veya ticari faaliyet gösteren şirketler ile iş birliği kuruluşları üyelerinin yurt dışında gerçekleştirdiği tanıtım, marka tescili giderleri ve mal ticareti yapmak amacıyla yurt dışına açtıkları birimlere ilişkin kira giderleri

ve Türkiye Ticaret Merkezlerine ilişkin giderlerin bir kısmını da devlet karşılıyor. Destek kapsamında aranan koşul ise yurt dışındaki şirket ile Türkiye'deki ana şirket arasında organik bağın olması.

Ticaret Bakanlığı sınır ötesi e-ticaret kapsamındaki hizmet, ürün ya da yurt içinde tescili yapılmış markaların yurt dışındaki tescili ve koruması için harcanacak giderleri de yüzde 60 oranında karşılıyor. Ancak tescilin yenilenmesine yönelik giderler bu desteğin kapsamı içinde yer almıyor.

Yurt dışı pazarlara girişte ihracatçıya verilen bir başka destek ise akreditasyona yönelik. Şirketler tarafından çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyum sağlanabilmesini temin eden akredite edilmiş kurum ve kuruluşlardan alınan yurt dışı pazarlara girişte belgelendirme işlemleri ile ara malı üretim ve ihracat yetkinliklerinin artırılmasına yönelik yapılan harcamaların bir kısmı, Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan karşılanıyor. Bu destek kapsamında şirketin bir projesini destekleyen Bakanlık, giderlerin yüzde 50'sini karşılarken, şirket başına yıllık 250 bin dolar temin ediyor. Küresel tedarik zinciri yetkinlik projesi kapsamında ise genelge kapsamındaki giderler iki yıl süre ile yüzde 50 oranında 1 milyon dolar ile destekleniyor.

Şirketlerin uluslararası rekabet gücünü geliştirmesini önemseyen Ticaret Bakanlığı'nın bu doğrultuda verdiği desteklerden biri de UR-GE'lere yönelik. UR-GE projesi kapsamında gerçekleştirilecek olan ihtiyaç analizi, eğitim ve danışmanlık faaliyetleri ile küme tanıtım faaliyetleri yüzde 75 oranında ve 400 bin dolar üst sınırında desteklenirken, yurt dışı pazarlama faaliyetleri için yüzde 75 destek oranı ve 150 bin dolar veriliyor. Alım heyeti çalışmaları yüzde 75 oranında 100 bin dolar ile destekleniyor. Bireysel danışmanlık hizmetleri ise yüzde 70 ile 50 bin dolara kadar destek kapsamında. Bakanlık, UR-GE projeleri için faaliyet gösterecek iki personeli de yüzde 75 oranında destekleyerek firmalara mali katkı sunuyor.



45,6
MİLYON DOLAR
Eximbank'ın 2020'de
verdiği kredi desteği

50
MİLYON DOLAR
2021 hedefi

Eximbank'ın sigorta koruması kapsamına hizmet sektörü de dahil edilecek.



%60

E-ticaret sitelerine üyelikte karşılanan giderler

9,6 BİN TL

Site başına verilen destek miktarı

Ticaret Bakanlığı sınır ötesi e-ticaret kapsamındaki hizmet, ürün ya da yurt içinde tescilli yapılmış markaların yurt dışındaki tescili ve koruması için harcanacak giderleri yüzde 60 oranında karşılıyor.

DİJİTAL İHRACATA DESTEK DEVAM EDİYOR

Geçtiğimiz sene fiziki şartları ortadan kaldıran pandeminin ekonomi, işleyiş ve ihracattaki yıkıcı etkilerini ortadan kaldırmada ve sürdürülebilirlik yakalamada e-ticaret ve dijitalleşme en büyük kurtarıcılar oldu. Tüm hayatın sanala kaydığı ortamda ihracatçının yükünü hafifletecek, satışını devam ettirecek pek çok dijital destek ve teşvik programı devreye alındı. Pandeminin ikinci senesinde hayatın hâlâ dijitalize devam etmesi ile bu destek ve teşvikler, eklenen yeni paket ve maddelerle kurtarıcı olmayı sürdürüyor.

Salgın sonrasında dünya genelinde çapını büyüten e-ticaret ve sanal organizasyonlar en fazla desteklenen alanlardan oldu. Ticaret Bakanlığı, bu alanlardaki mevcudiyeti geliştirmek adına “Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi Hakkında Karar”ı yürürlüğe aldı. Şirketlerin ticari faaliyetlerinde teknolojik imkanlardan en üst seviyede faydalanmaları ve dijital pazarlama yöntemlerini etkin şekilde kullanmaları amacını taşıyan karar, e-ticaret sitelerine üyelik, sanal fuar ve organizasyonlar başlıklarını kapsıyor.

Karar doğrultusunda Bakanlık, onay verdiği e-ticaret sitelerine üyelik giderlerinin yüzde 60’ını karşılayarak, e-ticaret sitesi başına yıllık 9 bin 590 TL’ye kadar yardımda bulunuyor. Destek en fazla üç e-ticaret sitesini kapsarken site başına süre ise iki yıl ile sınırlı. Destekten yararlanmak isteyen şirketlerin ticari faaliyetleriyle ilgili en az bir yabancı dil desteği olan internet sitelerini tercih etmesi zorunlu.

UR-GE projeleri kapsamında ihtiyaç analizi, eğitim ve/veya danışmanlık faaliyetlerine katılan işletmeler sanal yurt dışı pazarlama desteği çerçevesinde destekleniyor. Azami 10 adet sanal yurt dışı pazarlama faaliyeti, reklam, tanıtım giderleri, eşleştirme, ikili görüşme organizasyonu, platform ücretleri, planlama ve koordinasyon hizmeti yüzde 75 oranında ve faaliyet başına 50 bin dolar olacak şekilde destekleniyor.

Bakanlık koordinasyonunda iş birliğindeki kuruluşlarca düzenlenen sanal ticaret heyeti faaliyetlerinde; heyetin tanıtımına yönelik internet, mobil ve benzeri dijital ortamları da içeren yazılı ve görsel iletişim veya reklam kampanyalarına dair hizmet giderleri; eşleştirme ve ikili iş görüşmelerinin organizasyonuna ilişkin giderler ile heyetin gerçekleştirildiği platformlara ödenen ücretler ve tercümanlık giderleri yüzde 50 oranında ve faaliyet başına 50 bin dolara kadar destekleniyor.

Sanal fuar organizasyonları tanıtımı kapsamındaki harcamaların en az yüzde 80’i yurt dışına yönelik olmak kaydıyla, internet, mobil ve benzeri dijital ortamları da içeren yazılı ve görsel iletişim veya reklam kampanyalarına dair hizmet giderleri, ikili ilişkilere yönelik giderler, organizasyonun hazırlandığı platformlara verilen ücretler ve planlamaya dahil olan hizmet giderlerin yüzde 50’si Bakanlıkça karşılanıyor. Bakanlık faaliyet başına 100 bin dolara kadar destek sunuyor. Sanal fuarlara katılımı ise giderlerin yüzde 50’si destekleniyor ve faaliyet başına 50 bin dolara kadar ücret tahsis ediliyor.

2021’DE 55 TİCARET BİLGİLENDİRME SEMİNERİ VERİLECEK

Ticaret Bakanlığı, ihracat gerçekleştiren firmaların dış ticaret işlemleri, bu alanda verilen devlet teşvik mekanizmaları, potansiyel ihracat pazarları, ihracat kredisi sigorta ve garanti programları, gümrük mevzuatları ve uygulamaları, pazara girişte yaşanan sorunlar ve bunların çözüm yollarına ilişkin yöntemler hakkında bilgilendirmek amacıyla düzenlediği seminerleri, pandemi sonrasında yaşanan yeni gelişmeler ışığında geliştirerek vermeye devam ediyor. Bu doğrultuda geçtiğimiz sene e-ticaret stratejisi geliştiren ve sanal ortam üzerinden ihracatçının dünyaya açılması hedefine destek sunan seminerlerine e-ihracat ve e-ticaret uygulamalarını daha geniş kapsamda ekleyen Bakanlık, bu yıl, 55 dış ticaret bilgilendirme semineri düzenlemeyi planlıyor.



Küresel ticaretteki en büyük risk: Maliyetler

Ekonomist

PROF. DR. EMRE ALK N

Nisan ayının başından beri TIM'in "ihracat şurası" hazırlığı için sanal ortamda iş insanlarıyla bir araya geliyoruz. İstisnasız hepsi artan navlun fiyatlarından şikayet ediyorlar. Bir de üzerine konteyner maliyetleri eklenince rekabetçiliği kaybetmek de söz konusu elbette.

"Acaba güzel bir haber verebilir miyiz" diye araştırırken karşımıza uluslararası kredi derecelendirme kuruluğu Fitch Ratings'in açıklaması çıktı: "Küresel navlun fiyatları kısa vadede yüksek kalmaya devam edecek, ancak uzun vadede tedarik zincirindeki aksaklıklar giderildiğinde ve daha fazla yeni gemi konuşlandırıldığında daha ılımlı hale gelebilir."

Aslında bu açıklama bana muğlak geldi. Bir sonraki cümle de bu intibar doğruladı: "Konteyner taşıyan şirketler yüksek navlun fiyatlarından faydalanıyorlar."

şikayet eden sektörlerin başında her türlü ekipman, mobilya ve bahçe üniteleri geliyor. Bu arada konteyner ve limanlarda tedarik zinciri aksıyor ama diğer taraftan konteyner taşımacılığına yönelik talep ise sürekli artıyor. Büyük bir konteyner gemisinin batmış olması da talihsiz bir

gelişme oldu diyebilirim.

Fitch açıklamasında, salgına yönelik kısıtlamalar kaldırıldığında deniz ticareti ve navlun fiyatlarının bir süre daha yüksek kalmasının beklendiği ifade edilmiş.

Anlıyoruz ki, küresel olarak navlun fiyatları orta vadede de yüksek kalmaya devam edecek. Tek umudumuz, uzun vadede tedarik zincirindeki aksaklıkların giderilmesi ve daha fazla yeni geminin oyuna girmesi.

Fitch, deniz yoluyla yapılan ticaretin "yeni normal"e alişmasının daha uzun s reeğini ve orta vadede verimsizlik üretmeye devam edeeğini vurguluyor. Ancak herkes mevcut nakliye ücretlerinin sürdürülemez olduğunu kabul ediyor. Belki de konteyner sıkıntısı çözüldüğünde bu ücretlerin düşmesi beklenebilir.

Pandemi bizlere her gün yeni sorunlar ortaya çıkarırken, ne kadar çabuk normale dönersek sistemin o kadar iyi olacağı anlaşılıyor. Aksi takdirde, tam olarak toparlanmadan talep kaynaklı olmayan enflasyonun ekonomi yönetimlerini gafil avlayacağını söyleyebilirim. Bu sorunu gidermek için faizleri yükseltmek de are olmayacaktır.



Fitch, deniz yoluyla yapılan ticaretin "yeni normal"e alişmasının daha uzun s reeğini ve orta vadede verimsizlik üretmeye devam edeeğini vurguluyor.



İhracatın engeli düşüşteki döviz kuru ve yüksek faiz

DENİB Akademi Eğitmeni

REŞAT BAĞCIOĞLU

İhracatçı tacirler, yurt dışına sattıkları mallardan oldukça yüklü para kazanmazlar çünkü küresel ticarete ihracatçının görünen ve görünmeyen rakipleri vardır. İhracatçı, bu global pazarda mevcut rakiplerinden daha iyi bir fiyatlama yaparsa, yurt dışında fiyat tutturabilir, malını satabilir. Çoğu kez ihracatçılar minimum kâr marjı ile mallarını satmakta. İhracat bedeli dövizler, yurt dışından ülkemize geldiğinde, döviz kurlarındaki normal yükselişten elde edeceği kur farkı kazancı ile yaptığı ihracat işleminden genel anlamda kâr sağlayabilir. Göstergeler normal çalışırsa, banka faizleri yatırım yapılabilir düzeyde, döviz kurları ise günden güne ortalama ülkede oluşan enflasyon oranında yükseliş gösterirse, ihracatımızın kâr etmesi söz konusu olabilir.

DÜŞÜŞE GEÇEN DÖVİZ KURU MALİYETİ ARTIRIR

Üretim maliyetine fiyatlama yapan ihracatçılar, kurların enflasyon oranında yükseliş göstermesi halinde, yaptıkları ihracat işleminden kâr edebilirler. Ancak ihracatçı maliyetine yurt dışına fiyat verilir ve tüm kâr umutları, kurların yükselmesine bağlanırsa, piyasada ters rüzgarlar esmesinden dolayı döviz kurları sürekli aşağı yönlü düşüş gösterdiğinde ihracatçının bırakın başa baş maliyetini çıkartması, zarar etmesi kaçınılmazdır. Kurların sürekli düşüş göstermesi, piyasa dinamiklerinin tersine olup, kur tahmini yapılmasını zorlaştırır, rekabet şansını ortadan kaldırır.

YÜKSEK FAİZ YATIRIMI ENGELLER

Hiçbir ülke yüksek faiz politikası ile kalkınma sağlayamamıştır çünkü yüksek

faiz ile bankadan kredi alan dış ticaret taciri bu faiz maliyetinin üzerine üretim maliyetlerini de eklediğinde, oluşan maliyet ile yurt dışına mal satması olası değildir. Yüksek faiz ancak sıcak parayı ülkemize çeker, sıcak paranın gelmesi ile ülke, suni bir ferahlık gösterse de sıcak para ülkeyi terk ettiğinde ciddi anlamda sıkıntıya girecektir. Zira sıcak para, dövizlerini bozdurup yerel para cinsinden parasını bono, tahvil, hisse senedine yatırdığında, belli bir vadenin sonunda ana parası ve faizini tekrar dövizde çevirir ve ülkemizi terk eder. Diğer taraftan yüksek faiz politikası ülkemizde yatırım yapmayı engeller, mevcut istihdamı ise eritir, insanlar işlerini kaybeder.

İhracatın engeli kesinlikle yüksek faiz ve düşük kur politikasıdır. Yüksek faiz, belli koşullarda yükselen döviz kurunu frenlemede önemli bir araç olsa da yüksek faizle birlikte döviz baskı unsuru yaratacak sıkı para politikası çerçevesinde alınan kararlarla, döviz enstrümanlarının piyasa ayarlarını döviz aleyhine sıkılaştırma yoluna gidildiğinde, dövizin düşüşü daha da hızlanır. Yatırım yapılamaz düzeyde bir faiz oranı oluşması halindeyse, ihracata acı fren yapılır. Yüksek kur, düşük kur politikası ihracatının panzehri niteliğindedir. Bu durum kime yarar dersiniz; sadece ithalatçılara. İthalatçılar yükselmeyen kur karşısında maliyetlerini daha da aşağı çekerek mal ithal ederler. İthalat patlar, ihracatın ise sadece lastiği patlar ve ileriye gidemez.

Tüm bunlar neticesinde, yurt içinde belli bir enflasyon mevcut olmasına rağmen, üretim maliyetleri artarken ve faizler yüksek seyrederken, düşüş halindeki kurlarla ihracatımızın artması olası mıdır?



YURT İÇİ - YURT DIŞI
YÜZLERCE BAŞARILI PROJE

KALİTE BELGELERİ
İLE
SEKTÖRÜNDE ÖNCÜ

PROJE
TASARIM
İMALAT
MONTAJ

ZEYTAS
ÇELİK & MAKİNA

ÇELİK KONSTRÜKSİYON

DEPREME DAYANIKLI ÇELİK YAPI ÇÖZÜMLERİ

ÇELİK KONSTRÜKSİYON FABRİKALAR

ENDÜSTRİYEL YAPILAR

ÇELİK KONSTRÜKSİYON BİNALAR

ÇELİK ANTREPO-DEPO PROJELERİ

ÇELİK HANGARLAR

ÇELİK ÇATILAR

ARA KAT PROJELERİ

MAKİNA KONSTRÜKSİYONU



BİZİ ARAYIN

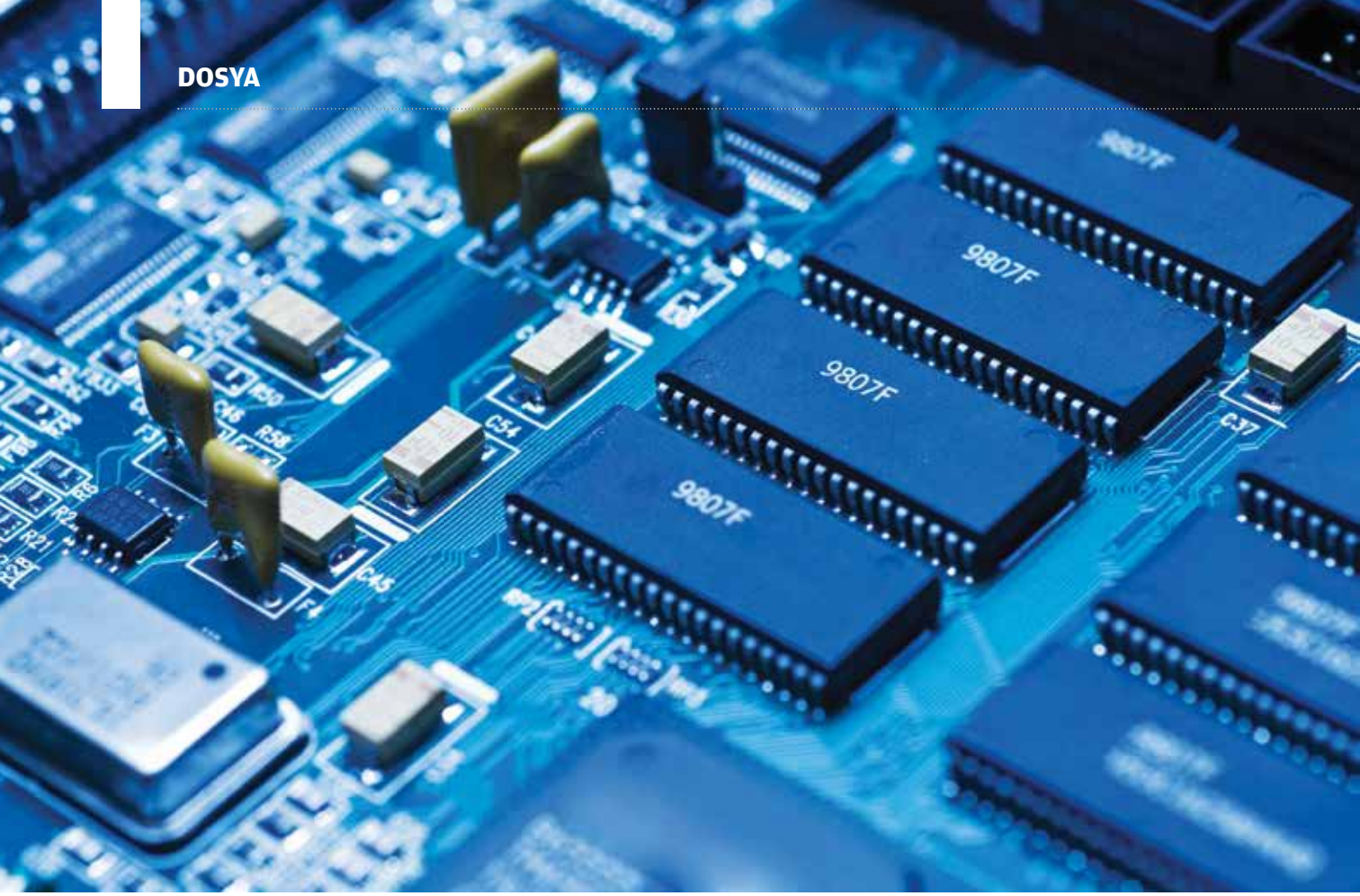
+90 258 372 22 32



Merkezefendi / DENİZLİ

www.zey-tas.com





Ülkenin Gelişim Parametresi ELEKTRİK ELEKTRONİK SEKTÖRÜ

Türkiye'nin ihracatında ve gelişiminde en büyük paylardan birine sahip olan elektrik elektronik sektörü, pandeminin yarattığı tüm olumsuzluklara rağmen hızlı gelişimini ve ihracat başarısını sürdürüyor. Yılın ilk çeyreğini 3 milyar 219 milyon dolarlık dış satışla kapatan sektöre en önemli katkı sunan şehirlerden biri yine Denizli oldu.



Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin, sürekli büyümeleri ve bu doğrultuda vatandaşlarına istihdam sağlayabilmeleri için bilgi ve Ar-Ge'ye dayanan rekabetçi bir sanayi oluşturmaları günümüzde kaçınılmaz oldu. Bu rekabetçi sanayi için başarılı bir imalat sanayii oluşturmak gerekiyor; imalat bütününün en önemli ayağını ise elektrik elektronik sektörü oluşturuyor.

Türkiye elektrik elektronik sektörüne küresel ekonomi açısından bakıldığında, sektörün iç dinamiklerle birleştiği ancak rekabetçi yapısını güçlendirecek ve dünya pazarları ile boy ölçüşecek şekilde bilgiye dayanan üretim altyapısına henüz tam olarak kavuşmadığı görülüyor. Ancak hem üretim hem de ihracat anlamında büyük bir potansiyel barındıran sektörün bu potansiyeli somutlaştırabilmesi adına

pek çok eylem ve tedbir geliştirilmeye çalışılıyor. Bu çerçevede 11. Kalkınma Planı'nda elektrik elektronik, öncelikli sektörler içinde değerlendirildi. Planda sektöre yönelik temel amaç, sektörde Ar-Ge'ye dayalı rekabetçi üretim ve ihracatın artırılması olarak açıklandı. Amaç çerçevesinde yerli üretim ile yenilikçi ve yıkıcı teknolojilerin üretilmesi hedefleniyor. Ayrıca detayda incelendiğinde Türkiye'nin yüksek teknolojili ürünler üretebilmesi için sektörün önemli ve büyük yatırımlara imza atması gerekiyor. Bunun yanında elektrikli teçhizat üretiminde bölgede önemli bir üretim üssü haline gelen Türkiye'nin rekabetçi tarafını geliştirmek için pazar alanını da genişletmesi gerekiyor. Bundan dolayı da sektör hem Milli Teknoloji Hamlesi hem de Uçtan Uca Yerlileştirme Programı kapsamında üretim, katma değerli üretim, Ar-Ge ve inovasyon temelinde destekleniyor.

Dünya ticareti içerisinde elektrikli teçhizatın ihracat değerine bakıldığında 2015 yılından 2019 yılına kadar yüzde 14,7 oranında bir artış yaşandığı görülürken, Türkiye'de bu oran aynı dönem içinde yüzde 5,2 oldu.

Türkiye elektrik elektronik sektörünün dünya ticaretinde aldığı pay şu an için dünya ortalamasının epey bir altında olsa da ve son yıllarda iç tüketim de bir daralma yaşasa da ihracat odaklı büyümesini artan bir şekilde büyütüyor. Elektrik elektronik sektöründe gerçekleşen üretimin yüzde 75'e yakını ihraç ediliyor. Son derece geniş bir ürün yelpazesine sahip olan Türk elektrik elektronik endüstrisi, beyaz esyadan tüketici elektroniğine, telekomünikasyondan bilgisayar cihazlarına, profesyonel ve endüstriyel cihazlardan savunma elektroniğine kadar çok sayıda alt sektöre ürün üretme kabiliyetine sahip. Türkiye'nin son yıllarda teknolojik altyapısını hızla geliştirmesi ve teknolojik gelişimin hızı ile beraber ürün çeşitliliği de her geçen gün artış gösteriyor.

Diğer taraftan üretim ve ihracat artışına paralel olarak, Türkiye'de



sektörün ithalatı da taleple beraber artış gösteriyor. Geçtiğimiz yılı ihracat anlamında büyük bir başarı ile noktlayan elektrik elektronik endüstrisinin ithalatı 2019 yılında ihracattan yüzde 66 daha fazla gerçekleşerek 22,4 milyar dolar oldu. Ancak sadece Türkiye'de değil, dünya genelinde de sektörün ithalatı oldukça yüksek. Geçtiğimiz seneyi ithalatta kimyevi maddeler sektörünün ardından ikinci sırada tamamlayan elektrik elektronik, küresel olarak 2,3 trilyon dolarlık ithalata imza attı. 2019 yılı ile kıyaslandığında sektörün 2020 ithalatının yüzde 0,7 daraldığı görülüyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) hazırladığı "İhracat 2021 Raporu"na göre, sektör, önümüzdeki yıllarda da ithalat anlamında artış yaşayacak. Raporla belirtilen mevcut ithalat büyüme eğilimine göre, elektrik elektronik sektörünün ithalatının 2025 yılına gelindiğinde 4,7 trilyon dolar, 2030 yılında 6 trilyon dolar ve 2035 yılında 7,7 trilyon dolar olarak gerçekleşmesi öngörülüyor.

Başta makine, otomotiv, sağlık ve kimya olmak üzere 26 sektöre girdi sağlayan elektrik elektronik sektörü, Türkiye'nin ihracatında ve gelişiminde büyük pay sahibi olan sektörlerle olan bağı ile ekonominin ve milli gelirin itici

11. Kalkınma Planı'nda öncelikli sektörler arasında yer alan elektrik elektronik sektörü için planda temel amaç, sektörde Ar-Ge'ye dayalı rekabetçi üretim ve ihracatın artırılması olarak açıklandı.

3,2
MİLYAR DOLAR
Sektörün ülke genelinde ilk
çeyrek ihracatı

%28,1
Geçen yılın aynı dönemine
göre yaşanan artış



güçlerinden biri. Uluslararası rekabette ülkeye güç katan en önemli sektörlerden olan elektrik elektronik, istihdama da büyük bir katkı sağlayarak, büyümeye ciddi bir ivme kazandırıyor. Endüstrinin doğrudan istihdamı 187 bin civarında olup, sektörle alakalı mühendislik ve hizmet faaliyetlerinden sağlanan dolaylı istihdam ile beraber bu rakam çok daha artıyor. Sektörde faaliyet gösteren işletme sayısı ise 2018 yılında 8 bin 407 olarak kayıtlara geçti.

2021'İN İLK ÇEYREĞİNDE DE REKOR BAŞARI DEVAM EDİYOR

Elektrik elektronik sektörü son yıllarda ortaya koyduğu başarıyı, tüm sektörlerin dara girmesine sebep olan pandemi koşullarında da devam ettirdi. 2020 yılını tüm zorluklara rağmen 169 milyar 482 milyon dolarlık ihracatla kapatan Türkiye'de, yakalanan başarının önde gelen mimarlarından biri de elektrik elektronik sektörü oldu. 11 milyar 55 milyon dolar dış satış ile toplam ihracata katkı sunan sektör, ihracat sıralamasında beşinci sırada yer aldı. Sektör, 2020'nin aralık ayında 1,22 milyar dolar ile kendisinin en yüksek ihracat rekoruna imza atarak yılı kapattı.

2020 senesindeki başarısını 2021'e de taşıyan elektrik elektronik endüstrisinin bu yılın ilk çeyreğinde gerçekleştirdiği

ihracat 2020'nin aynı dönemine kıyasla yüzde 28,1 artarak 3 milyar 219 milyon dolar oldu. Geçen yılın ilk çeyreğinde bu rakam 2 milyar 513 milyon dolardı.

Türkiye ihracatçıları Meclisi'nin verilerine göre, elektrik elektronik sektörünün geçen yıl mart ayında 828 milyon 821 bin dolar olan ihracatı, 2021'in aynı ayında yüzde 51,9 artarak 1 milyar 259 milyon dolara yükseldi.

Sektörün ülke grupları baz alındığında en fazla ihracat yaptığı bölge, geçtiğimiz aylarda olduğu gibi Avrupa Birliği oldu. 2020'nin mart ayında AB ülkelerine 350 milyon 160 bin dolarlık ihracat yapan sektör, bu yıl yüzde 59,7 artışla 559 milyon 132 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. AB'yi yüzde 71 artış ve 233 milyon 460 bin dolarlık ihracatla diğer kıta ülkeleri izledi.

Ülkeler bazında gerçekleştirilen ihracat dağılımına göz atıldığında ise mart ayında en fazla ihracatın 194,2 milyon dolarla Birleşik Krallık'a yapıldığı görülüyor. Ülkeye yapılan ihracat 2020'nin aynı dönemine göre yüzde 76,7'lik bir artış kaydetti. Birleşik Krallık'ı yüzde 47,2'lik artış ve 124,2 milyon dolarla Almanya ve yüzde 68,1 artış oranı ve 80,8 milyon dolarla Fransa takip etti.

Elektrik elektronik endüstrisinin en önemli pazarları arasında yer alan İtalya'ya olan ihracatı ise ciddi bir artış gösterdi. Geçtiğimiz senenin martında 25 milyon dolarlık ürün ihracatına karşılık bu yıl yüzde 155,7'lik rekor bir yükselişle 63,9 milyon dolar ihracata imza atıldı. Benzer şekilde İspanya'ya da yüzde 78,2'lik bir artış oldu ve 54,2 milyon dolarlık bir ihracat yakalandı.

ABD'ye yüzde 62,7 artışla 43 milyon dolar, Irak'a yüzde 110,9 artışla 37,7 milyon dolar, İsrail'e ise yüzde 39,4 artışla 33,8 milyon dolarlık elektrik-elektronik ihracatı gerçekleştirildi.

Elektrik elektronik sektörü mart ayı itibarıyla Türkiye'nin ihracatında en fazla pay alan beşinci sektör oldu. Sektörün ihracatına en fazla katkı sunan şehirler ise sırasıyla İstanbul (652 milyon 242 bin dolar), Manisa (257 milyon 591 bin dolar), Denizli (58,4 milyon dolar) ve Kocaeli (57,3 milyon dolar) oldu.

2020 yılında
11 milyar 55 milyon
dolar dış satış ile
toplam ihracata
katkı sunan
sektör, ihracat
sıralamasında
beşinci sırada
yer aldı.

168,3
MİLYON DOLAR

Denizli'nin ilk çeyrek
sektör ihracatı

120,9
MİLYON DOLAR

DENİB'in ilk çeyrek
sektör ihracatı

DENİZLİ'NİN İHRACATININ ARTIŞINDA ÖNEMLİ ROL OYNUYOR

Denizli'nin ihracatına tekstil ve konfeksiyon sektöründen sonra en fazla katkı sunan ikinci sektör olan elektrik elektronik sektörü, geçtiğimiz yıl şehrin ihracatına 494,6 milyon dolarlık bir katkı sundu. Bu katkının 376,3 milyar doları ise Denizli'nin ihracat ve ekonomi anlamında dinamlarından olan DENİB'in üyelerinden geldi. 2020 yılında bir önceki yıla göre yüzde 0,19'luk bir yükseliş grafiği yakalayan DENİB elektrik elektronik sektörü, birliğin genel ihracatından ise yüzde 15,43'lük bir pay aldı.

Pandeminin devam eden etkileri ve kapalı olan sınırlara rağmen dış satıştaki başarısını bu sene de devam ettiren elektrik elektronik endüstrisi, 2021'e de hızlı bir giriş yaptı. Yılın ilk ayında sektörde ihracatını yüzde 8,6 artıran ve 33,5 milyon dolarlık ihracata ulaşan DENİB üyeleri, mart ayında ise 42 milyon 883 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Birlik üyelerinin ilk çeyrek ihracatı ise 120 milyon 880 bin dolar olarak kayıtlara geçti. DENİB'in geçtiğimiz yılın ilk çeyreğinde elde ettiği ihracat ise 89 milyon 327 bin dolar olmuştu. Bu açıdan bakıldığında DENİB elektrik elektronik



sektörünün ihracatını geçtiğimiz yılın ilk çeyreğine oranla yüzde 35,2 artırdığı görülüyor. DENİB elektrik elektronik sektörü üyelerinin ilk çeyrekte, DENİB'in gerçekleştirdiği toplam 719 milyon 435 bin dolarlık ihracattan aldığı pay ise yüzde 16,79 oldu.

**Türkiye elektrik
elektronik
sektöründe
gerçekleşen
üretim yüzde
75'e yakını ihraç
ediliyor.**

AR-GE'YE VERİLEN DESTEKLER SEKTÖRÜ GELİŞTİRİYOR

Türkiye'de son yıllarda teknoloji alanında kaydedilen önemli gelişmeler ve Ar-Ge'ye verilen destekler sayesinde 2000 yılında yüzde 0,48 olan Ar-Ge yoğunluğu, 2018'de yüzde 1 seviyelerine ulaştı. 2023 yılında bu rakamın yüzde 1,82'ye çıkarılması hedefleniyor. Diğer taraftan geçtiğimiz 10 yıl içinde faaliyete geçen Ar-Ge merkezi sayısı da bini aşmış durumda. Elektrik elektronik sektöründe 2019 yılı itibarıyla Ar-Ge merkezi 79'a, tasarım merkezi sayısı ise 13'e ulaştı. Bölgede Ar-Ge ve üretim merkezi olma ve dünya pazarlarında daha fazla pay yakalama vizyonu ile hareket eden elektrik elektronik sektörü, kamu-üniversite-sanayi iş birliğini de artırarak, temel bileşenlerin ve ürünlerin yerli olarak geliştirilmesini ve daha yüksek katma değer elde etmeyi hedefliyor. 2023 yılı için 45 milyar dolarlık ihracat hedefleyen sektör, nesnelerin interneti, Endüstri 4.0, 5G, yenilenebilir enerji gibi sadece bugünün değil, gelecek dönemin de gündeminde bulunan alanlarda da iddialı bir pozisyon yakalamak için sıkı bir çalışma içinde.



PİVOTTEX GENEL MÜDÜRÜ MELTEM GÜNALP “Yapay zeka teknolojili ürünlerimizle sektörde ayrışıyoruz”

Pivottex Makine'nin ortaya koyduğu ürünleri sektörde ayrıştıran ve rekabette öne geçiren temel özelliğın yapay zeka olduğuna vurgu yapan Meltem Günalp, ürettikleri makinelerin hem kendileri hem de ülke için daha katma değerli hale gelmesi için Ar-Ge'ye yatırım yapmaya devam edeceklerini söylüyor.

Maske üretimi noktasında devreye aldığımız makinelerimizle üretimimizi devam ettirmenin yanında sağlık alanına da önemli bir fayda sağladığımızı düşünüyorum.

Pandeminin ekonomi ve sağlık alanında yarattığı zorlukları devreye aldıkları maske makineleri ile yenmeye çalıştıklarını ifade eden Pivottex Makine Genel Müdürü Meltem Günalp, her şeye rağmen seneyi yüzde 40 ihracat fazlasıyla kapattıklarını ve yakın dönemde üretim kapasitelerini yüzde 20 artırma hedefinde olduklarını söylüyor. Pandemiye rağmen elde ettikleri ihracat başarısını daha da artırmak ve ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlamak için yurt dışı pazar paylarını artırma hedefinde olduklarını kaydeden Günalp, özellikle Uzak Doğu ve Orta Doğu'da hedef büyüttüklerini sözlerine ekliyor.

Firma olarak sahip oldukları temel ayrıcalığın ürünlerinin yapay zeka ve yeni nesil teknolojilerle entegre olmasından geçtiğinin altını çizen Meltem Günalp, firmanın katma değerini artırmak ve bunun ülkeye bir girdi olarak yansımaya adına Ar-Ge'ye sürekli yatırım yaptıklarını söylüyor. Yeni dünya düzeninin ortaya koyduğu kişiye özel çözüm, çevre odaklı üretim ve dijitalizasyon gibi tüm yeni anlayış ve tercihleri müşterilerine sunmak için hareket ettiklerini belirten Günalp, çalışmalarını, yeni dönem hedeflerini ve sektörün genel durumunu DENİB Aktüel'e değerlendirdi.

Pivottex Makine, geçtiğimiz seneyi nasıl tamamladı? Dillendirilen yeni düzen karşısında nasıl bir yol haritası belirlediniz, şu an öncelik alanlarınızı neler belirliyor?

Geçtiğimiz sene, tüm dünyanın COVID-19 ile tanışması ve bunun sonucunda yaşanan aksaklıklar neticesinde hemen tüm sektörlerin olumsuz etkilendiği bir yıl oldu. Bu doğrultuda biz de diğer tüm firmalar gibi önceliğe sağlığı alarak bir çalışma disiplini geliştirdik. Pandeminin ilk dönemlerinde neredeyse tüm sektörlerde üretim durma aşamasına geldi ancak maske başta olmak üzere

kişisel koruyucu ürünlere olan ihtiyaç arttı. Biz de Pivottex olarak, üretim yelpazemize dahil ettiğimiz iki farklı maske makinesi ile bu sürecin içine dahil olduk ve bu alanda geceli gündüzlü bir çalışma gerçekleştirdik.

Maske üretimi noktasında devreye aldığımız makinelerimizle üretimimizi devam ettirmenin yanında sağlık alanına önemli bir fayda sağladığımızı ve bu süreçte en fazla mücadele veren sağlık çalışanlarına bir nebze de olsa katkı sunduğumuzu umuyoruz.

Pandemi varlığını hâlâ güçlü şekilde gösteriyor olsa da geçen süre zarfında edinilen tecrübeler, aşı çalışmaları durumu az daha normalleştirmiş durumda. Biz de ilk sokun atlatılmasının ardından temel faaliyet alanımızı oluşturan tekstil konfeksiyon makineleri imalatında çalışmalarımıza kaldığımız yerden devam ediyoruz.

Pandemi tekstil makine sektörünü nasıl etkiledi? Bu durum sizin rakamlarınıza, ihracatınıza nasıl yansdı? Yeni hedef pazarlar gündeminizde mi?

Pandemi döneminde hemen tüm sektörlerde olduğu gibi tekstil makine sektöründe de bazı zorluklar görüldü. Sektörün ihracatı 2020 yılında bir önceki seneye kıyaslandığında yüzde 5,9'luk bir düşüş yaşadı ama bu rakam pek çok sektörle karşılaştırıldığında tekstil makineleri sektörünün pandemi senesini başarıyla kapattığı fark edilir. Dünya genelinde bu rakam yüzde 25-30 bandında seyrediyor. Diğer yandan buradaki genel düşüşe rağmen hedef pazarların bir kısmında ihracat artışları da yaşandı. Biz de Pivottex olarak geçtiğimiz seneyi ihracat bazında artışla kapanan firmalardan bir tanesiyiz. Pandemiye rağmen ihracatımız yüzde 40 oranında artış kaydetti. Bunun yanında pazar payımızı artırmak da gündemimizde olan bir konu. Özellikle

Yapay zeka ve teknolojinin getirdiği son yenilikleri makinelerimize çok hızlı bir şekilde entegre ederek, sektörde büyük bir ayrışma yakalamış durumdayız.

Uzak Doğu ve Orta Doğu'da pazar payımızı artırmanın yanında yeni pazarları da olgunlaşan şartlar doğrultusunda değerlendiriyoruz, bununla alakalı çalışmalarımızı yürütüyoruz.

Şirketin istihdam ve üretim kapasitesi nedir?

Pivottex olarak 25 kişilik bir istihdama ve ayda 20 makine üretim hacmine sahibiz. Çalışanlarımızın yüzde 15'lik kısmı kadınlardan oluşuyor. Ancak kadının toplumdaki yerini güçlendirme

ve iş hayatı içinde daha aktif olmalarını hedefleyen bir firma olarak bu rakamı daha da yukarı taşımak, işleyiş politikamız için öncelikli maddelerden biri.

Denizli'nin tekstil kenti kimliği size nasıl fayda sağlıyor?

Denizli, Türkiye tekstil ekosistemi içinde öncü kimliği ile dikkat çekiyor. Bin 500 yılı aşkın bir süredir tekstil ile iç içe olan bu kent hem üretim hacmi hem yarattığı istihdam hem de ihracatı ile Türkiye tekstil ekonomisinin dinamolarından biri. Yarattığı ürünlerin kalitesi, bugün tüm dünya tarafından kabul ediliyor; bu açıdan bakıldığında, Denizli, dünya tekstil sahnesinde de çok önemli bir yerde duruyor. Dolayısıyla, bu kadar bilinen ve güçlü bir ekosistemin içinde yer almak, bize olumlu geri dönüşler sağlıyor ve doğal PR sunuyor.

Hem Türkiye'deki hem de dünyadaki tekstil müşterileri, Denizli ile temasa geçtiklerinde tekstil ekosistemi içinde yer alan tüm firmaları da görüyorlar. Biz de bunun avantajlarını satışlar ve bilinirlik yakalama anlamında görüyoruz.

Sizin ürünlerinizi farklı kılan taraflar neler? Ürünleriniz teknolojik anlamda ne kadar modern ve yenilikçi?

Bizi ve ürünlerimizi farklı kılan yönler,



“GÜNÜMÜZ ŞARTLARINDA CİNSİYETE GÖRE DEĞİL YETKİNLİĞE GÖRE TERCİH YAPILMALI”

Her sektörde olduğu gibi tekstil ve makine sektöründe de özellikle yönetim kademesinde kadına daha çok yer verilmeli. Bu sadece kurumsal ve toplumsal ekonomik gelişmenin değil; kültürel, sosyolojik ve toplumsal refahın gelişimi adına da büyük önem taşıyor.

Pek çok sektör için tanımlanan “erkek işi” kavramı sadece algısal bir durum. Şu bir gerçek ki, kadınlar imkan sağlandığında daha fazlasını yapabilecek potansiyele sahip. Hatta çalışma ortamında ortaya koydukları titizlik sayesinde mükemmel yakın sonuçlar yarattıklarını söylemek mümkün. Kaldı ki, günümüz şartlarında şirketlerin sürdürülebilir bir yapıda işleyebilmesi için cinsiyete göre değil, beceriye ve yetkinliğe göre iş verilmesi gerektiğini düşünüyorum.

“PANDEMİDE KARAVAN SEKTÖRÜNE GİRİŞ YAPTIK”

Pivottex olarak, pandeminin getirdiği sosyal mesafe anlayışının bir yansıması olan yeni yaşam anlayışı doğrultusunda karavan imalatına başladık. Müşteri talebine göre basic, normal ve VIP şeklinde üç ürün geliştirip her kesimden insanın zevkine, konforuna ve en önemlisi bütçesine uyacak karavan modelleri tasarladık. Tüm modellerimizde, opsiyonel özellikler ekleme seçeneği sunarak yüzde 100 müşteri memnuniyeti sağlamak temel önceliklerimizden biri. Hedefimiz, kısa bir süre içinde karavan sektörünün de önde gelen isimlerinden biri olmak.



20

MAKİNE

Aylık üretim kapasitesi

%40

2020 yılı ihracat artışı



25

İstihdam sayısı

%15

Kadınların
İstihdamdaki payı

yapay zeka ve teknolojinin getirdiği son yenilikleri makinelerimize çok hızlı bir şekilde entegre ederek müşteri memnuniyetini sağlamak, servis ağımızın çok güçlü olması ve tabii ki ithal makinelere oranla çok daha uygun fiyatlı olmamız. Ayrıca ürünlerimizi müşteriye özel olacak ve direkt olarak onun sorununa çözüm sunacak şekilde geliştiriyoruz. Kişiyeye özel üretim yeni çağın öncelikli başlıkları arasında yer alıyor ve biz, başından beri bu şekilde hareket eden bir firma olarak, müşterilerimizden bir adım daha öndeyiz.

Çağımızın getirdiği tüm yenilikleri ürünlerinde kullanan ve bu sayede rekabetçi piyasada ayrışma yakalayan bir firma olarak, bütçemizin yüzde 70'ini Ar-Ge'ye ayırıyoruz. Önümüzdeki dönemde bu oranı daha da yükselterek hem firmamızın hem de Türkiye'nin katma değerli üretimine büyük bir katkı sunmayı hedefliyoruz.

Ar-Ge çalışmalarımız içinde son yıllarda varlığını ve söylemini daha da güçlendiren sürdürülebilirlik ve çevreci teknolojilere de büyük oranda yer ayırıyoruz.

Yakın zamanda yeni yatırımlar söz konusu mu, yeni dönem hedefleriniz neler?

Kısa vadede üretim kapasitemizi artırmak

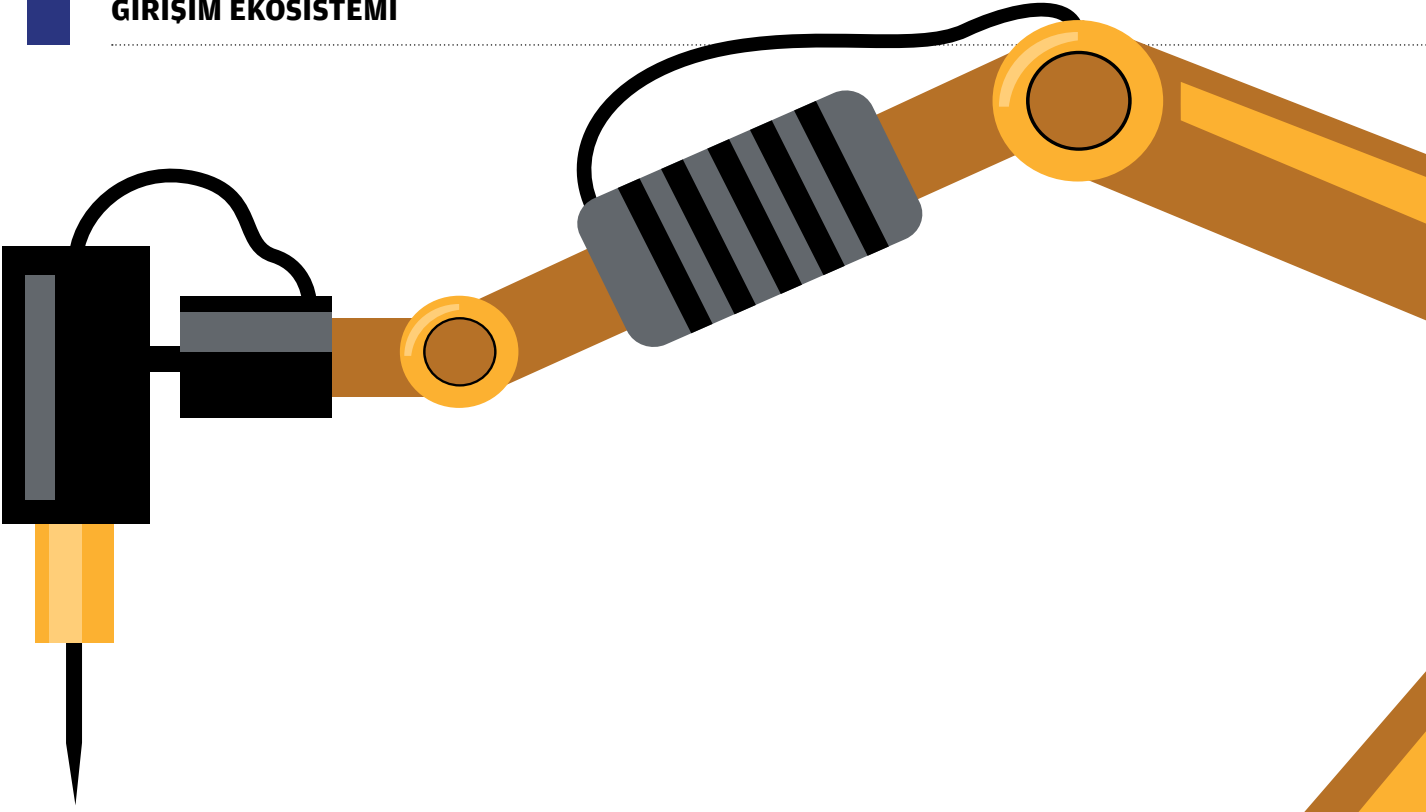
için üretim parkurumuzu genişletmek adına çalışmalarımızı başlattık, konuyla ilgili görüşmelerimiz devam ediyor. Hedefimiz, yeni dönemde üretimimizi yüzde 20 seviyelerinde artırmak.

Tekstil ve hazır giyim Türkiye'nin ihracat anlamında lokomotiflerinden biri. Ancak tekstil makineleri anlamında yoğun bir dışa bağımlılık söz konusu. Sizce pandeminin pek çok alanda yerliliğe yaptığı vurgu, tekstil makineleri sektörüne nasıl yansıdı?

Sadece tekstil makinelerinde değil, genel olarak makine sektöründe dışa bağımlılık merakımız var, ne yazık ki. Fakat bu önyargıyı Makina Sanayicileri İş İnsanları Derneğimizle (MAKSİAD) birlikte kırmayı hedefliyoruz. Burada eksik olan ayaklardan birinin tanıtım ve farkındalık olduğunu düşünüyorum çünkü yerli makineleri kullanan firmalar, kişiler ve kurumlar ithal ürün tercih etmekle yapılan hatayı ve yerli ürünün kalitesini net şekilde anlıyorlar.

Kalitemizle, uygun fiyatlarımızla, servis ağımızla dünya makinecileriyle yarışır durumdayız. Bu bağımlılığın giderilmesi için daha çok tanıtıma ihtiyacımız var. Tanıtım konusunda devletimiz teşvik veriyor ama bu teşvik oranları biraz daha artırılırsa, çok daha iyi satışlar yapabileceğimize inanıyorum.

Denizli, dünya tekstil sahnesinde çok önemli bir yerde duruyor. Dolayısıyla, bu kadar bilinen ve güçlü bir ekosistemin içinde yer almak bize olumlu geri dönüşler sağlıyor, bilinirliğimizi artırıyor.



Girişim Ekosisteminde Bir Çarpan TİM-TEB GİRİŞİM EVİ

Türkiye’de teknoloji girişimciliğinin geliştirilmesi ve katma değerli ihracatın artırılması amacıyla çalışmalar yürüten TİM-TEB Girişim Evi, Anadolu’nun farklı bölgelerinde açtığı şubelerle girişimciliğin daha sürdürülebilir bir yapıda ilerlemesini sağlıyor.

Türkiye’de teknoloji girişimciliğinin geliştirilmesi ve katma değerli ihracatın artırılması amacıyla Ar-Ge, inovasyon, girişimcilik, tasarım ve markalaşma çalışmalarına odaklanan, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile Türk Ekonomi Bankası (TEB) ortaklığıyla yürütülen TİM-TEB Girişim Evleri bünyesinde, 2020 yılında İstanbul,

Ankara, İzmir, Denizli, Gaziantep, Bursa ve Mersin’de; sektörlerin girişkenliğini artıracak, Türkiye’de var olan girişim kültürünün yaygınlaşmasını sağlayacak ve girişim firmalarının daha da görünür olmasını sağlayacak birçok farklı çalışmaya ve projeye imza atıldı. Trabzon ve Erzurum’da ise benzeri çalışmalar TİM Girişim Evi çatısı altında hayata geçirildi.

2021 1. DÖNEM START-UP PROGRAMI'NA DENİZLİ'DEN 8 GİRİŞİMCİ DAHİL OLDU

2021 1. Dönem TİM-TEB Girişim Evi Start-up Programı'nın yeni girişimcileri belli oldu. TİM İnovasyon Komite Üyeleri, ihracatçı birlikleri yönetim kurulu üyeleri ve genel sekreterlik temsilcileri, teknokentler, teknoloji transfer ofisleri, kurumsal firmaların üst düzey yöneticileri ve yatırımcılardan oluşan toplamda 100'den fazla önde gelen jürinin katılımı ve destekleri ile Ankara, Bursa, Denizli, İstanbul, Mersin, İzmir ve Gaziantep'te toplamda 50 start-up firması programa kabul edildi. Girişimci firmalardan sekizi Denizli'den programa dahil oldu.



TİM-TEB Girişim Evi'nin sadece İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyükşehirlerde konumlanmayıp, Anadolu'nun çeşitli yerlerinde de varlık göstermesi; girişim ekosisteminin daha da genişlemesi, ilerlemesi ve girişim firmalarından çıkan ürünlerin ticarileşerek ülkenin katma değerli ilerleyişinde bir çıktıyla dönüşmesi adına büyük bir fayda sağlıyor. Girişim evreninde yarattığı çarpan etkisi ile girişimciliğin her geçen gün daha da büyümesini sağlayan ve bunun sürdürülebilir olması için ihtiyaç duyulan her alanda çözümcül bir yaklaşım sergileyen TİM-TEB Girişim Evi'nin daha

fazla yerde kurumsallaşması ile etki daha da büyüyecek.

Geçtiğimiz sene pandeminin yarattığı tüm sorunsallara ve kısıtlamalara rağmen girişim kültürünün ve girişimcilerin ilerlemesi adına çalışmalarını devam ettiren TİM-TEB Girişim Evi, 2021 yılında da çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor. TİM-TEB Girişim Evi, dokuz ilde, teknoloji odaklı girişimcilere ofis, mentorluk, danışmanlık başta olmak üzere çeşitli destekler vermeye ve geliştirilen yerel, ulusal ve uluslararası iş birlikleri ile girişimcilik ekosistemine katkı sağlamaya devam ediyor.



Denizli TİM-TEB Girişim Evi'nde Start-up, Level up ve Global up Programları ile bugüne kadar toplam 128 firmaya destek verildi.

DENİZLİ TİM-TEB GİRİŞİM EVİ

Denizli TİM-TEB Girişim Evi 2015 yılında Türkiye İhracatçılar Meclisi ve Türk Ekonomi Bankası iş birliği ile açıldı, 2015'in ikinci yarısında Pamukkale Teknopark'ta faaliyetlerine başladı.

Denizli TİM-TEB Girişim Evi'nde Start-up, Level up ve Global up Programları ile bugüne kadar toplam 128 firmaya destek verildi.

2015 yılında faaliyetlerine Start-up Programı ile başlayan girişim evi, bugün itibarıyla verdiği çeşitli danışmanlık hizmetleri ile daha fazla girişimciye dokunuyor, daha fazla firma ile bire bir görüşme gerçekleştiriyor.

Denizli'nin ihracatçı ve sanayi şehri potansiyelini yenilik, inovasyon ve yeni teknolojilerle destekleme noktasında önemli bir görev gören Denizli TİM-TEB Girişim Evi, girişimciler için bir kuluçka merkezi rolü üstlenmesinin yanında mevcut teknoloji firmalarının daha da güçlenmesi, network'ünü, iş birliklerini ve yatırımlarını daha da artırmaları noktasında da çalışmalar gerçekleştiriyor.

İlk günden bu yana girişimcilik potansiyelini yükseltmek adına çalışmalar yapan Denizli TİM-TEB Girişim Evi, pandemide de çalışmalarına ara vermedi ve 2020 yılında öne çıkan birçok faaliyet gerçekleştirdi.

2020 yılında öne çıkan bazı faaliyetler şunlar oldu:

TÜBİTAK BİGG 1512: Denizli TİM-TEB Girişim Evi, yürütmekte olduğu TÜBİTAK 1512 Bireysel Genç Girişimcilik Desteği kapsamında, Step up Programı'nı başarılı bir şekilde yürüttü. Bugüne kadar pek çok girişimci, bu desteği almaya hak kazandı. Step up Programı ile girişimcilerin ticari hayatları yakından takip edilerek, gerekli yönlendirmeler de yapılıyor.

Eğitimler: Denizli TİM-TEB Girişim Evi, girişimcilerin fonksiyonlarını artırmak adına pek çok eğitim çalışması yürütüyor.

● Teknoloji Yönetimi Eğitimi:

Step up Programı kapsamında verilen bu eğitim ile girişimcilerin günümüzün

rekabetçi dünyasında bir dizi teknolojik yönetim becerisini kazanması sağlanıyor.

● Tekno girişimciler için Stratejik Planlama ve Program Metodu Eğitimi:

Firmalara uzun vadeli stratejik bakış açısı ve organizasyonun bu bakış açısı çerçevesinde yapılandırılması, hedefe daha organizasyonel gidilmesi amacıyla düzenlenen bu eğitim, Start-up Programı kapsamında verildi.



● Şirketlerde Pratik Stratejik

Yönetim Uygulamaları Eğitimi: DENİZLİ iş birliğinde verilen eğitimde büyümeyi amaçlayan şirketlerin stratejik planlama ve yönetim konusunda hızlı gelişimi adına uygulaması gereken pratik uygulamalar anlatıldı.

Aylık toplantılar: TİM-TEB Girişim Evi girişimcileri, TİM Sektörler Konseyi ve Yönetim Kurulu Üyeleri ile aylık toplantılarda tanışmaya başladı. Denizli Start-up Programı'ndaki firmalar bir yandan ürün ve hizmetlerini tanıtırken diğer yandan potansiyel iş birliği görüşmelerine zemin hazırlandı.

TİM Pakistan Ticaret Heyeti:

20-24 Temmuz 2020 tarihleri arasında gerçekleşen ticaret heyetine, dokunma ve görüntü teknolojileri firması olan ve ürünlerini Türkiye'nin dört bir yanına satan Denizli merkezli HNC Akıllı Tahta'nın da katılımı sağlandı. Denizli TİM-TEB Girişim Evi girişimcilerinden HNC Akıllı Tahta, 19 firma ile online B2B görüşmeler gerçekleştirdi.

TİM-TEB GİRİŞİM EVLERİNDE 2020 YILINDA ÖNE ÇIKAN BAŞLICA FAALİYETLER

- Ekosistemdeki büyük kapasitesi ve tüm taraflarla olan güçlü ilişkileri sonucunda hem kamu hem de özel yatırım gruplarıyla girişimcileri en geniş platformda bir araya getiren TİM-TEB Girişim Evlerinde, 2020 yılı sonu itibarıyla, bin 200'den fazla teknoloji odaklı girişimciye destek verildi.
- 2020 yılında iki ayrı dönemde yürütülen inkübasyon, hızlandırma ve büyüme aşamalarındaki özgün programları ile (Start-up, Level up, Global up Programları) dokuz farklı ilde, 224 girişimciye bin 300 saati aşkın danışmanlık verildi.
- Start-up-kurumsal iş birliği programlarına (S2C etkinlikleri) toplam 67 kurumsal firma ile 148 girişimci katıldı, potansiyel iş birliklerinin adımları atıldı.
- 2020 yılında ilk defa dijital ortamda düzenlenen "teknoday ve demo day" etkinlikleri ile girişimciler, birçok yatırımcı ve kurumsal firma ile buluşturuldu.
- 26 Ağustos 2020 tarihinde TİM- TEB Girişim Evi Teknoloji Girişimcileri Buluşması, TİM Başkanı İsmail Gülle ve TEB Genel Müdürü Ümit Leblebici ile TİM-TEB Girişim Evi 2020 I. dönem Start-up ve Level up Programı'nı tamamlayan girişimcilerimizin katılımlarıyla online ortamda gerçekleştirildi.
- TİM Yönetim Kurulu ve Sektörler Konseyi'nde girişimcilere inovatif ürün ve projelerini tanıtmaya imkân sağlandı.
- Yıl boyunca devlet destekleri ve fon kaynaklarına erişimden yatırım süreçleri ve girişimci-yatırımcı ilişkilerinin geleceğine, 5G teknolojisinden temel hukuki konulara kadar geniş bir perspektifte

15 farklı video konferans serisi bini aşkın girişimcinin katılımlarıyla düzenlendi.

- Global Girişimcilik Haftası kapsamında düzenlenen "Speed Mentoring" etkinliği ile online ortamda girişimcilik ekosisteminin yetkin isimlerinden oluşan 21 mentor, 55 girişimci ile buluşturularak, iş birliğine veya satışa dönmesi muhtemel toplam 93 görüşmenin gerçekleştirilmesi sağlandı.
- Dijital pazarlama ve tanıtımın öneminin artması sonucunda, girişimcilerin ürünleri, kurumsal sosyal medya hesaplarından ve timlegirisim.com web sitesinden yoğun bir şekilde duyuruldu.
- 25-26 Aralık 2020 tarihlerinde sanal ortamda düzenlenen Türkiye İnovasyon Haftası'nda girişimcilere sunum imkânı tanındı.
- Yıl içerisinde hazırlanan ilgili tüm basılı yayın, rapor ve bültenlerde girişimcilerin tanıtımlarına yer verildi.
- Türkiye'nin en yaygın girişimcilik ailesi olan TİM-TEB Girişim Evi, ihracatçı birlikleri ve Teknokent iş birliğinde, toplam 32 eğitim programı düzenledi.
- Girişimcilerin sürdürülebilir büyümeleri adına sağlanan çeşitli desteklerin yanında, ihracat rakamlarını artırmak adına girişimciler TİM Sanal Ticaret Heyetlerine dahil edilerek global potansiyel alıcılar ile buluşturuldu.
- 94 ülkede, 100'den fazla kurum en büyük ve prestijli hızlandırıcı, ortak ve yatırımcı gruplarının yer aldığı ve Türkiye'den sadece TİM-TEB Girişim Evi'nin üye olduğu Global Accelerator Network (GAN) Topluluğu ile online etkinlikler düzenlendi, uluslararası network sağlandı.

TİM-TEB Girişim Evlerinde, 2020 yılı sonu itibarıyla, bin 200'den fazla teknoloji odaklı girişimciye destek verildi.



15

Farklı başlıklarda verilen video konferanslar



224

2020'de danışmanlık verilen girişimci



32

Eğitim programı

Doğanın cömertliğinde gelişen bir yer



ÇAMELİ

Son yıllarda eko turizm ve ekolojik tarım alanında ortaya koyduğu çalışmalarla adını daha da duyuran Çameli, Denizli ekosistemi içindeki varlığını daha da güçlendirerek hem şehir hem de ülke ekonomisine, kültürüne ve sosyolojisine sunduğu faydayı artırma hedefinde.

Denizli'nin en güneyindeki ilçesi Çameli, Malazgirt Savaşı sonrası Türkleşen Anadolu'nun ortaya çıkardığı yerleşim yerlerinden biri ancak Çameli'de ve civar köylerde yapılan araştırmalar, ilçenin tarihinin MÖ 2 binli yıllara kadar uzandığını gösteriyor.

Türklerin Denizli ve Muğla kıyılarına yerleştiği dönemlerde bir karargah ve üs görevi gören Çameli'nin etrafındaki kale ve sur kalıntıları da tarih boyunca savunma ve sığınma yeri olarak kullanıldığının en önemli referanslarından biri.

Tarih sahnesinde her daim önemli bir yerleşim yeri olan Çameli, savunma bakımından ortaya koyduğu değerlerin yanında ticaret anlamında da başarılı bir kent oldu. Ekolojik üstünlüğü ve barındırdığı ormanların kalitesinin yarattığı avantaj ile yüzyıllar boyunca dünyanın farklı yerlerine Fethiye Körfezi üzerinden kereste ve odun ticareti yaptı. Yörede bugün hâlâ kereste imalatı devam ederken, ağaç bir zanaat olarak da Çameli'de varlığını devam ettiriyor. Ayrıca bölgedeki insanlar, Orta Asya'dan aldıkları kilim üretme başarısını da güçlü bir ticaret yöntemine dönüştürdüler. Bugün dahi ilçenin pek çok köyünde ve mahallesinde halı, kilim, namazlık ve dokumacılık faaliyetleri sürdürülüyor. Örgü ve nakış işlemeciliği, Çameli'nin tüm köylerinde hem kültürel değerlerin korunması hem de ekonomik bir faaliyet olarak dünden bugüne devam ettiriliyor.

Zanaat ve el işçiliği bakımından oldukça becerikli olan Çameli sakinleri, geçmişten şimdiye ulaşan ağaç işçiliğinin yanında taş, demir ve bakır işlemeciliği yapıyor.

TARIMDA EKOLOJİK ANLAYIŞ GENİŞLİYOR

İlçe, bugün daha ziyade tarıma dayalı bir ekonomi ile hareket ediyor. Dağlık ve ormanlık bir alan üzerinde genişleyen Çameli, toprak kalitesinin yüksekliği sayesinde verimli tarımsal araziler barındırıyor. Hava koşullarının genellikle

Çameli, ekolojik üstünlüğü ve barındırdığı ormanların kalitesinin yarattığı avantaj ile yüzyıllardır dünyanın farklı yerlerine kereste ticareti yapıyor.

DENİZLİ’NİN TESCİLLİ DEĞERLERİ ÇAMELİ KİLİMİ VE ELMALI BEZİ

Yün ipliklerden el emeği ile üretilen Çameli kilimi ve 250 yıllık Elmalı bezinin kültürel değeri, 2020 yılı itibarıyla tescillendi. Coğrafi İşaret Belgesi alan iki yöresel değer, Yörük kültürünün bir yansıması.



Çameli’nin Elmalı Mahallesi’nde, kadınlarcailmekilmek dokunan Elmalı bezi; sarı, kırmızı, mor ve mavi renklerin hakim olduğu sağlam bir kumaş. Yüzde 100 yün, kök boya ve kirman ipi kullanılarak dokunan el yapımı kilimler de yine canlı renkleri ve hareketli motifleri ile dikkat çekiyor. Kilimlerin üzerlerindeki motifler, yaşanan çağın özelliklerinin yanında yörenin kültür, gelenek, mutluluk, hüzün gibi değer ve duygularını ve aynı zamanda dokuyan kadının beklentilerini anlatıyor.

çetin olması sebebiyle, daha ziyade soğuk iklimlere dayanıklı ürünlere yönelinmiş.

Son yıllarda pek çok alanda büyük bir dönüşümün ve modernizasyon sürecinin içine giren Çameli, tarım alanında da yenilikçi çözümler peşinde. Kırsal alanlarda üretimi artırmak ve çiftçinin kalkınmasına katkı sunmak amacıyla pek çok proje devreye alındı. Tarımsal alanlarda rekolte ve kalitenin artırılması için sulama projesi hayata geçirildi; ürünlerde verimi artırmak ve yeni ürünleri tanıtmak amacıyla tarım danışmanlık bürosu açıldı. Danışmanlık bürosu kapsamında tarıma ve ürüne yönelik bilimsel çalışmalar da gerçekleştiriliyor. Ayrıca seracılık alanında da çiftçiye -özellikle domates ve ceviz konusunda- teknik destek sunuluyor. İlçede 2017 yılında kurulan Seracılar Üreticiler Birliği ile bugün sera faaliyet alanı 500 dönümü aşmış durumda. Bu çalışmalar kapsamında Çameli domatesi, dünyanın değişik ülkelerine ihraç edilmeye başlandı; ceviz rekoltesinin ise 2025 yılına

kadar bin tona çıkarılması hedefleniyor. Çameli’nin en değerli tarımsal ürünleri arasında yer alan fasulyesinin ve cevizinin milli ekonomiye kazandırılması için projeler yürütülüyor. Bu hedeflerin gerçekleştirilmesi için Denizli Büyükşehir Belediyesi de çiftçilere modern tarım araç ve makineleri ile destek veriyor.

Son yıllarda tarım alanında birçok projeye imza atan Çameli Belediyesi, hayata geçirdiği mikrohavza projeleri ile de bölgede yaşanacak sel ve erozyonun önlenmesi, toprağın korunması, doğal kaynakların geliştirilmesini ve böylece topraktan ve mahsulden alınan verimin artırılmasını hedefliyor. Belediye ayrıca Devlet Su İşleri ortaklığında sulama göletleri çalışmaları da gerçekleştiriyor.

Çameli Belediyesi’nin tarım alanındaki en önemli projelerinden birini ise özel tarımdan ekolojik tarıma geçiş oluşturuyor. Ünlü Çameli fasulyesi ve cevizi ile Coğrafi İşaret Belgesi’ne sahip olan ilçe, elma, bal, kiraz gibi diğer ünlü ürünlerinde de aynı belgeyi almak ve dünya çapında bir bilinirliğe kavuşmak istiyor. Son yıllarda “İyi Tarım ve Organik Tarım” felsefesi ile hareket eden ilçe, kimyasaldan ve tarım ilaçlarından uzak, sürdürülebilir bir tarımcılık anlayışını genişletmek için üretimin her aşamasında şeffaflık yöntemini benimsiyor. Yapılan bu çalışmalar doğrultusunda Çameli’de sertifikalı ekolojik üretici sayısı her geçen yıl artıyor.

Çameli’nin geçim kaynakları arasında en az tarım kadar değerli yer tutan alanlardan biri de alabalık üreticiliği.

Yılın büyük bir kısmı karla kaplı dağlarda oluşan kaynak sularından beslenerek akan Kanlıçay Nehri üzerinde yıl boyunca alabalık üretimi yapılıyor. Suların serin ve bol mineralli yapısı lezzetli ve besin değeri yüksek alabalıkların üremesini sağlıyor. Toplam 101 işletmede sene boyunca 4 bin ton civarında alabalık üretimi yapılıyor.

Ceviz rekoltesinin 2025 yılına kadar bin tona çıkarılması hedefleniyor.



Çameli fasulyesi ve Çameli cevizi Coğrafi İşaret Belgesi'ne sahip.

İlçe, Denizli'nin toplam su ürünleri yetiştiriciliğinin yüzde 50'sinden fazlasını tek başına temin ediyor. Türkiye'deki alabalık üretiminin ise yüzde 3'ünü karşılıyor.

İlçenin kendine has alabalığının lezzeti yurt dışında da büyük rağbet görüyor. Türkiye'nin su ürünleri ihracatının yüzde 10'unu karşılayan ilçenin işlenmiş alabalıkları; Almanya, Hollanda, Romanya, İtalya ve Danimarka gibi Avrupa ülkelerine ihraç ediliyor.

ÇAMELİ CİTTA SLOW ŞEHİR OLMA HEDEFİNDE

Fethiye'ye 80 kilometre uzaklıkta yer alan ilçe, ekonomik ve kültürel değerlerinin yanında doğal güzellikleri ile de dikkat çekiyor. Etrafındaki pek çok alanın aksine doğal güzelliklerini bozulmadan korumayı başarmış olan ilçe, sakin ve sürdürülebilir özellikleriyle şehrin karmaşasından kaçıp, doğayla iç içe kalmak isteyenler için başarılı bir alternatif. Yemyeşil alanları, tertemiz doğası, irili ufaklı gölleri, mesire alanları ve zengin bitki örtüsü ile kendini gösteren Çameli'de huzurlu bir gezi için aranan her şey mevcut.

Şehirde doğayla iç içe vakit geçirebilmenizi sağlayan birçok fenomen var. Mesire ve park alanı olan Kolak Gölü, bir şelalenin devamındaki oturma alanları, piknik ve barbekü yerleri ve büyüleyici güzelliği ile ön plana çıkıyor. Paşa Dere mesire alanı da en az Kolak kadar popüler. Çalışma, dinlenme, piknik, çocuk oyun alanları, fitness bölümü ile yerli yabancı gezginlere kompakt bir keyif alanı

sunuyor. Kamp, trekking, fotoğrafçılık gibi aktivitelere olanak sağlıyor. Daha ziyade piknik için kullanılan mesire alanlarından İmamlar Gediği, el değmemiş doğası ve tertemiz havası ile başarılı bir yorgunluk giderici. Diğer bir doğal çekim noktası olan Yörük Oturağı, Çameli'ne kuş bakışı manzarası ile gelenleri cezbediyor. Kız Tüydü ise Türkiye'nin en güzel trekking ve rafting alanlarından biri. Doğanın içine çizilmiş hissi veren Çameli, trekking severler için en uygun destinasyonlardan biri. Mağaraları, selaleleri, endemik bitkileri ve doğal

BİNBİR ÇİÇEĞİN ÖZÜ

Çameli'nin doğal ve ekolojik yapısı, zengin bir bitki deseni ve flora oluşmasını sağlamış. Bu flora da arıcılık için en doğal ortamı oluşturmuş durumda. Aynı zamanda Çameli'nin Muğla ile olan komşuluğu ve Muğla'nın da bitki bakımından zenginliği, gezici arıcılığa imkan tanıyor. Bu sebeple de son derece zengin ve natürel bir bal ortaya çıkıyor ve bu yayla balına olan talep oldukça yüksek. Bu talebin karşılanması ve arıcılığın daha da verimli hale gelmesi için ilçede pek çok arıcılık kursu açılmış durumda. İlçede yaklaşık 12 bin 200 koloni bulunuyor ve her koloniden yılda ortalama 5-20 kilogram arası bal alınıyor.



**Çameli yönetimi,
turistik bir
değer olan
ilçenin “Citta
Slow Ağı”na
dahil olması için
çalışmalarını
başlattı.**

yüzme havuzları üzerinden güzelliğini yansıtan Sazak Kanyonu trekking meraklıları ve doğa sporu ile uğraşanlar için her zaman denk gelinmeyecek bir yer. İlçenin turizm potansiyelini artıran olanaklarından biri de yamaç paraşütüne imkan tanınması. Alternatif turizm açısından büyük bir potansiyel barındıran Yaylacık Dağı, yüksek konumu itibarıyla yüksek termiklere sahip olup yamaç paraşütçülerinin ve delta kanat sporcularının güvenli ve keyifli uçuşlar yapmasını sağlıyor. Yaylacık; dünya kupası, dünya kupası süper finali ve Türkiye şampiyonları da dahil olmak üzere birçok yamaç paraşütü etkinliğine de ev sahipliği yaptı.

Çameli, doğal güzelliklerinin yanında çok uzun yıllardır tarih sahnesinde olmasından ve yüzyıllar içinde pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olmasından dolayı, birçok tarihi ve antik değer de barındırıyor. Bunlar içinde en fazla öne çıkanı Kibyra antik kenti. Dokusunu büyük oranda korumayı başarmış olan kent, Likya, Karya, Pisidya ve Frigya kültür bölgelerinin

kesişme noktasında bulunuyor. Doğa anasının kucağında yaşayan ilçede rakımın yüksekliği ve yaz aylarının başka yerlere oranla serin geçmesi ve bitki örtüsünün zenginliği, son yıllarda hızla ilerleyen bir yayla turizmi doğurdu ve özellikle sahil kesiminde yaşayanlar tarafından büyük talep görüyor. Haziran ayının ortalarından ağustos ayının sonlarına kadar devam eden yayla turizminin ilçeye kattığı sosyolojik ve ekonomik hareketliliğin artırılması için ilçe yönetimi tarafından çalışmalar yapılıyor. Özellikle festival, etkinlik ve eğlencelerle bu hareketliliğin artırılması hedefleniyor.

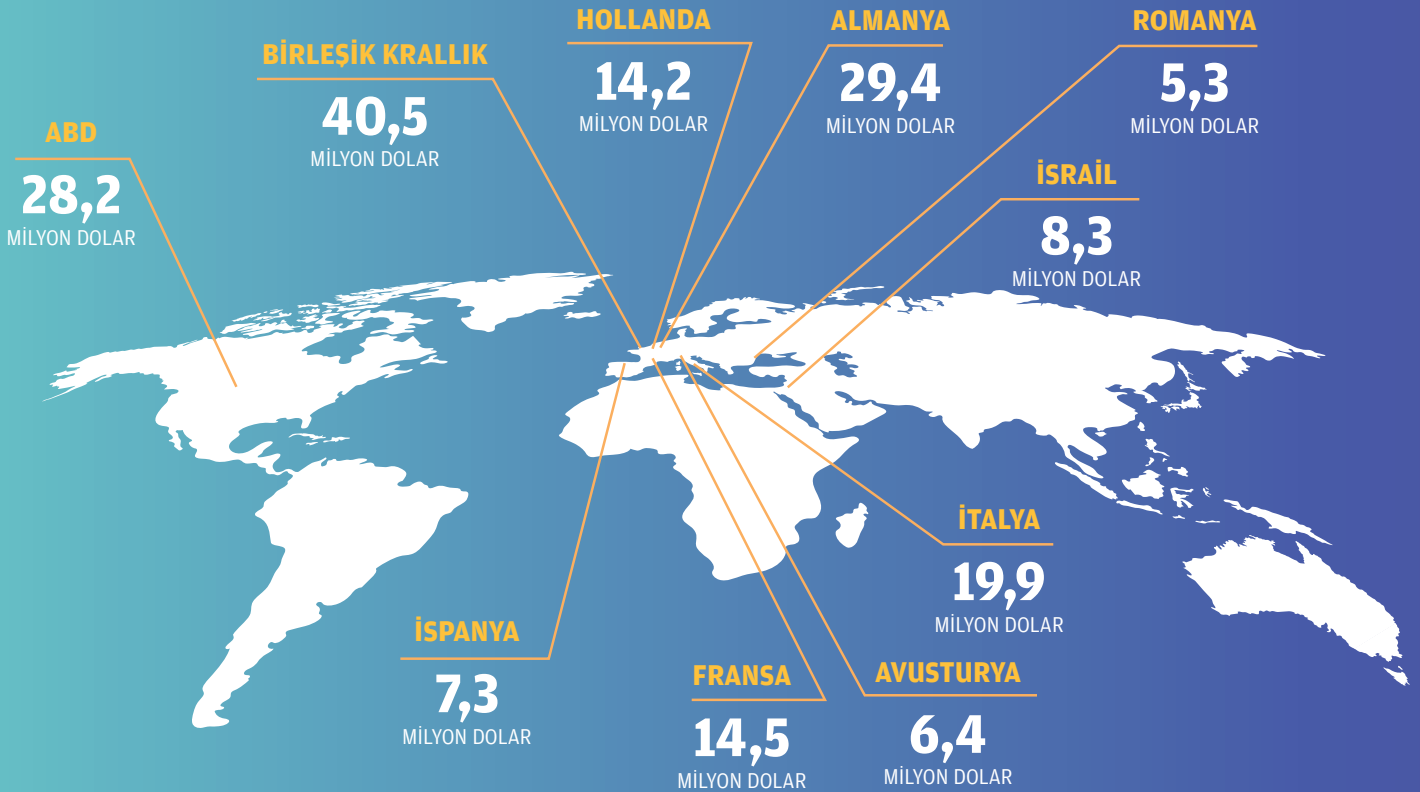
Turizm anlamında sahip olduğu bu eşsiz değerleri bir markaya dönüştürme hedefinde olan Çameli yönetimi, ilçenin “Citta Slow Ağı”na dahil olması için çalışmalarını başlatmış durumda. Hayatın hızlı akışında büyükşehirlerin yarattığı yorgunluklara maruz kalan insanların doğa ile iç içe ve huzurla dinlenebilecekleri ve kendini sirküle edecek bir kent oluşturmak için adaylık başvurusunda bulunuldu.

DENİB İHRACATI

- 1 Ocak-30 Nisan 2021 tarihleri arasında DENİB tarafından kayda alınan ihracat rakamı 996,5 milyon dolar olarak gerçekleşti.
- 2020 yılı nisan ayında 120,9 milyon dolar olan DENİB ihracatı, 2021 yılı nisan ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 129,2 artarak 277,17 milyon dolar olarak gerçekleşti.
- 2021 yılı nisan ayı içerisinde, DENİB ihracatının ön sıralarında yer alan sektörlerden hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ihracat kayıt rakamı, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 163,6 artışla 104 milyon dolar, tekstil ve ham maddeleri sektörünün ihracat kayıt rakamı ise 140,6 artışla 35,9 milyon dolar olarak kaydedilmiştir.



**NİSAN AYINDA
DENİB İHRACATI**
%129,2
277,17
MİLYON DOLAR



SEKTÖRLERİN NİSAN AYI İHRACATI



**TEKSTİL VE
KONFEKSİYON**

**ELEKTRİK
ELEKTRONİK**



**DEMİR VE DEMİR
DIŞI METALLER**

32,8
MİLYON DOLAR



**MADENCİLİK
ÜRÜNLERİ**



DENİB İHRACAT DEĞERLENDİRME RAPORU

- › 2021 yılının ilk dört ayında DENİB üyeleri toplam 149 ülkeye ihracat gerçekleştirdi.
- › Ocak-nisan döneminde, en çok ihracat gerçekleştirilen ilk 10 ülkenin toplam DENİB ihracatından aldığı pay yüzde 64,11; ilk üç ülkenin toplam DENİB ihracatından aldığı pay ise yüzde 36,38'dir.
- › DENİB üyeleri tarafından Avrupa Birliği üyesi ülkelere yapılan ihracat 2021 yılı nisan ayında yüzde 116,5 artışla 135,9 milyon dolar olarak gerçekleşti. 2020'nin nisan ayında ise AB ülkelerine yapılan ihracat 62,7 milyon dolar olarak kayıtlara geçti.

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

SEKTÖR (FOB/1000 \$)	NİSAN				OCAK - NİSAN			
	2020	2021	Değişim %	Pay % (2020)	2020	2021	Değişim %	Pay % (2020)
TEKSTİL VE KONFEKSİYON	54.387	139.957	157,34	50,50	349.603	512.054	46,47	51,38
ELEKTRİK, ELEKTRONİK	315.811	48.266	205,27	17,41	105.138	169.067	60,80	16,97
DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER	13.454	32.806	143,84	11,84	72.591	112.603	55,12	11,30
MADENCİLİK ÜRÜNLERİ	11.113	16.240	46,13	5,86	43.192	60.370	39,77	6,06
DİĞER SEKTÖR ÜRÜNLERİ	26.154	39.900	52,56	14,39	128.933	142.428	10,47	14,29

DENİB 2021 yılı nisan ayındaki toplam ihracatının, 73,3 milyon dolar ile yaklaşık yüzde 26,4'ünü oluşturan 'bornoz-sabahlık, havlu-mutfak bezleri ve çarşaf-nevresim' ihracat kayıt rakamlarının karşılaştırmaları ise şu şekildedir:

(FOB/1000 \$)	NİSAN				OCAK - NİSAN			
	2020	2021	Değişim %	Pay % (2021)	2020	2021	Değişim %	Pay % (2021)
BORNOZ- SABAHLIK	3.316	11.703	252,89	4,22	27.790	43.396	56,16	4,35
ÖRME-DOKUMA, PAMUKLU BUKLE HAVLU	14.195	41.123	189,70	14,84	104.428	144.027	37,92	14,45
ÇARŞAF-NEVRESİM	8.738	20.443	133,95	7,38	51.827	83.679	61,46	8,40

Ülkeler bazında kayda alınan ihracat rakamlarının, içerisinde altı AB ülkesinin yer aldığı ilk 10 ülkeye göre yüzdeler oranları, değişimleri ve toplam ihracatımız içindeki payları şu şekildedir:

SEKTÖR (FOB/1000 \$)	NİSAN				OCAK - NİSAN			
	2020	2021	Değişim %	Pay % (2021)	2020	2021	Değişim %	Pay % (2021)
BİRLEŞİK KRALLIK	10.645	40.558	280,99	14,63	88.391	148.262	67,74	14,88
ALMANYA	16.192	29.429	81,75	10,62	79.975	108.870	36,13	10,93
ABD	11.082	28.227	154,70	10,18	57.907	105.438	82,08	10,58
İTALYA	7.107	19.894	179,91	7,18	49.750	69.212	39,12	6,95
FRANSA	5.699	14.558	155,46	5,25	33.613	54.234	61,35	5,44
HOLLANDA	5.958	14.241	139,02	5,14	37.897	47.463	25,24	4,76
İSRAİL	2.645	8.311	214,17	3,00	19.788	35.379	78,79	3,55
İSPANYA	5.201	7.311	40,56	2,64	23.796	28.575	20,09	2,87
AVUSTURYA	3.487	6.446	84,84	2,33	16.841	22.594	34,16	2,27
ROMANYA	2.965	5.304	78,88	1,91	16.783	18.884	12,52	1,90
DİĞER ÜLKELER	49.936	102.890	106,04	37,12	274.715	357.610	30,17	35,89



DENİZLİ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ

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

TİCARET BAKANLIĞI

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

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi Cobançeşme 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



Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Limonluk Mah. Vali Hüseyin Aksoy Cad. No: 4 Yenisehir/Mersin
Tel: 0 324 325 37 37 Faks: 0 324 325 41 42
E-Posta: akib@akib.org.tr
Web Adresi: www.akib.org.tr



Doğu Karadeniz İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği

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



İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi C-Blok Coban Çeşme Mevkii
Sanayi Cad. Yenibosna-Bahçelievler/İstanbul
Tel: 0 212 454 05 00 Faks: 0 212 454 05 01 - 02
E-Posta: iib@iib.org.tr
Web Adresi: www.iib.org.tr



Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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



Batı Akdeniz İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği

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



Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Atatürk Cad. No:382 Alsancak/İzmir
Tel: 0 232 488 60 00 - Faks: 0 232 488 61 00
E-Posta: eib@egebirlik.org.tr
Web Adresi: www.egebirlik.org.tr



İstanbul Maden Ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi A-Blok
Coban Çeşme Mevkii Sanayi Caddesi
Yenibosna-Bahçelievler/İstanbul
Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01
E-Posta: immib@immib.org.tr
Web Adresi: www.immib.org.tr



Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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



Doğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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



Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012
No'lu Sk. No: 6 27090 Sehitkamil/Gaziantep
Tel: 0 342 211 05 00 Faks: 0 342 221 05 09-10
E-Posta: gaibvrak@gaib.org.tr
Web Adresi: www.gaib.org.tr



İstanbul Tekstil Ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi B-Blok
Coban Çeşme Mevkii Sanayi Cad.
Yenibosna-Bahçelievler/İstanbul
Tel: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01
E-Posta: info@itkib.org.tr
Web Adresi: www.itkib.org.tr



Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

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

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

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: dto@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 (DESOB)

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

Güney Ege Sanayicileri 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 Genç İş İnsanları Derneği (DEĞİAD)

Tel: 0 258 211 82 83
Faks: 0 258 211 92 82
e-mail: degiad@degiad.org.tr
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 İş İnsanları Derneği (DESİAD)

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

Babadagli Sanayicileri 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

Denizli Madencilik ve Mermerciler Derneği (DENMERDER)

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

Makine Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (MAKSİAD)

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

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 Sanayicileri ve İşadamları Derneği (AYSİAD)

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

Tüm Sanayicileri 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 Sanayicileri 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

Ulusal Sanayicileri 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

New Stone

Grey Emperador

Son yıllarda kullanımı artan doğal taş ürünlerine yönelik kendi ocaklarımızdan temin ettiğimiz farklı renk ve desende **Mermer, Traverten ve Limestone**'dan oluşan ürünlerimizi sektörün trend ve ihtiyaçlarına göre şekillendiriyoruz. Duvar ve yer kaplamaları, merdiven basamakları, sütun, mozaik ve eskitme ürünlerinin yanı sıra projeye özel üretim yapabilme kabiliyetimiz sayesinde birçok yerli ve yabancı prestijli projede mimar ve tasarımcıların ilk tercihi olmaktayız.

tam 30 yıldan beri



DENİZLİ HEAD OFFICE / FACTORY

Organize Sanayi Bölgesi

T. 0258 269 11 38

F. 0258 269 11 39

info@basaranlar.com.tr

İSTANBUL OFFICE

Ferhatpaşa Mah. G-101 Sk.

T. 0216 660 15 91

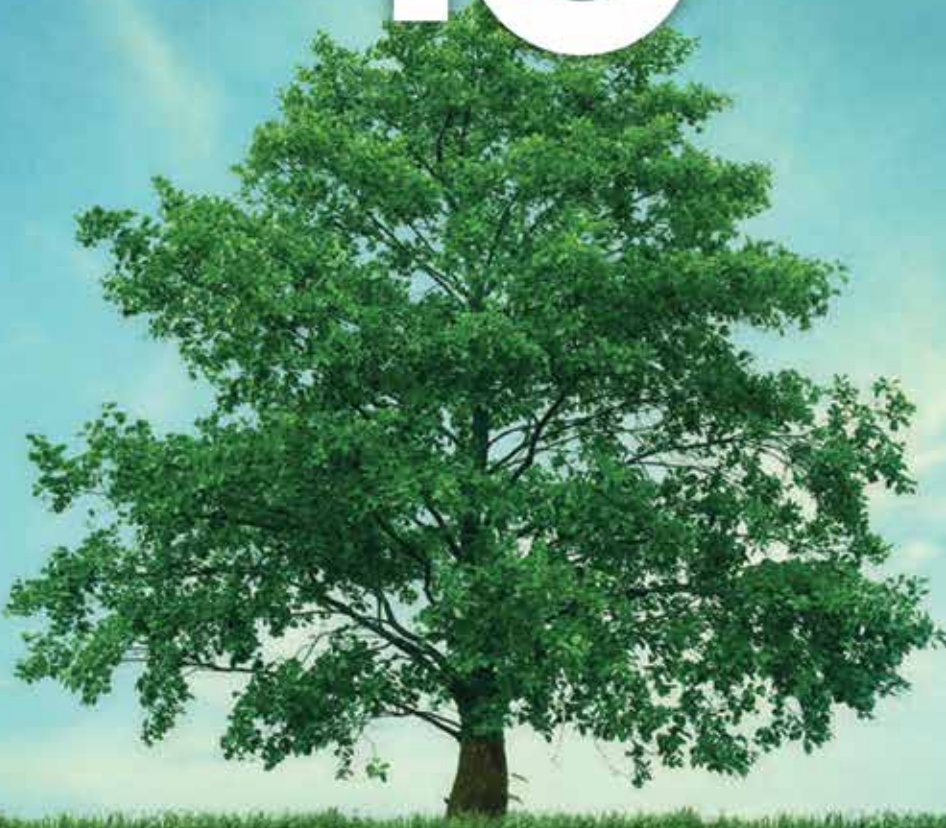
F. 0216 660 15 98

istanbul@basaranlar.com.tr

www.basaranlar.com.tr

40

.yıl



40 yıldır özünde bir'lik var



ER-BAKIR
elektrolitik bakır mamülleri a.ş.