

DENİB aktüel



DENİB DESIGN
Ödülleri
Sahiplerini
Buldu

DENİZLİ “TASARIM MERKEZİ”

OLMA YOLUNDA

DENİZLİ İHRACATI
17 AYDIR ARALIKSIZ
ARTIYOR

VOLKAN BAŞAR
“2022’DE SÜRPRİZ
YATIRIMLARA İMZA ATACAĞIZ”

DENİZ BALTALI
“KADIN İSTİHDAM
ORANI ARTMALI”




YUVAM
HOME FASHION



AGA OGLU

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



YÖNETİM KURULU BAŞKANI
HÜSEYİN MEMİŞOĞLU

Denizli'yi, dünya arenasında daha görünür kılacağız

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) olarak katma değerli ihracat noktasındaki çalışmalarımızı hız kesmeden sürdürüyoruz. DENİB üyeleri tarafından kaydedilen başarılı ihracat rakamları, Türkiye'nin her ay rekor üzerine rekor kırdığı ihracat yapılanmasına var gücüyle destek oluyor. İhracatımızın, 2020 yılı haziran ayından bu yana aralıksız artmasında şüphesiz tüm ihracatçılarımızın çok büyük payı var. İlimiz ve ülkemiz ekonomisine katkılarını sürdüren ihracatçılarımıza teşekkür ediyoruz.

Pandemi sonrası güncel koşullar değerlendirildiğinde, ülkemize yönelik ciddi bir talep olduğunu görüyoruz. Hem jeopolitik konumumuz hem de ihracat tecrübemiz sayesinde lehimize gelişen bu durumun ihracatımıza da güçlü bir şekilde yansdığına şahit oluyoruz.

Son 12 aylık veriler incelendiğinde; ülkemiz ihracatının 215 milyar doların üzerine çıkması, Denizli ihracatının ise 4,4 milyar dolar seviyelerinde seyretmesi bu tezi destekler nitelikte. Her iki değer de tarihî rekor olarak kayıtlara geçtiğinin altını çizebiliriz.

Öte yandan kilogram başına ihracat değeri olarak adlandırdığımız birim fiyat artışına da ayrı bir paragraf açmamız gerekiyor. Geçen sene 1,65 dolar olan ihracattaki birim fiyatımız, bu sene 2,05 dolar olarak karşımıza çıkıyor. Bu başarının arkasında ise hiç kuşkusuz ülkemizin stratejisi, ihracat ailemizin başarı ve yoğun emekleri var.

Denizli'de firmalarımızın marka değerini yükseltmek, inovasyon odaklı üretimimizi desteklemek, ihracat hedeflerimiz doğrultusunda sürdürülebilir büyümemizi sağlamak adına elimizi taşın altına koymaktan çekinmiyoruz. DENİB Akademi tarafından düzenlenen eğitimlerimize katılım oranı oldukça yüksek. Pandemi sonrası stratejik planlamadan müşteri ilişkileri yönetimine, sosyal medyanın etkin kullanımından e-ticaretin

detaylarına kadar geniş kapsamda ele aldığımız konular; uzman isimler tarafından düzenlenen konferanslarla katılımcılarımızla paylaşılıyor.

DENİB organizatörlüğünde, Ticaret Bakanlığı'nın destekleri ile düzenlediğimiz Fashion Tech İzmir Fuarı, 15-17 Eylül günleri arasında kapılarını ziyaretçilere açtı. Tekstil makineleri sektöründe ihracatımızı artırma amacıyla organize ettiğimiz Özbekistan, Mısır, Fas ve İran Alım Heyeti programını fuar ile eş zamanlı gerçekleştirdik.

Denizli aynı zamanda mermer ve doğal taşa kalitesiyle ve güvenilirliğiyle dünyanın önemli merkezlerinden biri olarak ön plana çıkıyor. Bu kapsamda 25-28 Ağustos günleri arasında kapılarını ziyaretçilere açan Marble İzmir Fuarı'nda, Denizli'yi temsil eden 21 firmamızın yanında olduk. Katılımcı firmalarımızı ziyaret ederek, ilimizin makine sektöründeki gelişimini de yakından takip ettik.

Son olarak yedi senedir "Ev ve Plaj Giyimi" adıyla düzenlediğimiz yarışmamızı bu sene "DENİB DESIGN Ev ve Banyo Tekstili Tasarım Yarışması" adıyla revize ettik. Türk ev tekstilinin asırları aşan tasarım gücünü, DENİB Design 1. Ev ve Banyo Tekstili Tasarım Yarışması ile gösterdik. Nihat Zeybekçi Kongre ve Kültür Merkezi'nde düzenlediğimiz etkinlik boyunca üretimleri tamamlanan tasarımlar, her finalist için hazırlanan ayrı stantlarda halka açık sergilendi. Bu vesileyle hem kazananları tebrik hem de katılımcılarımıza teşekkür ediyoruz.

Ülkemizi küresel arenada temsil edecek başarılarla ulaşmak için öncelikle kendimizi geliştirmemiz ve bölgesel başarıları yakalamamız gerektiği bilinciyle hareket ediyoruz. Dünya arenasında Denizli'yi daha fazla görünür kılmak ve ülke ihracatına olan katkımızı en üst seviyeye çıkarmak; ihracatçılarımızın elinde... Bugün DENİB üyelerinin gösterdiği ivmelenme, gelecekte yakalayacağımız başarıların teminatıdır.



Rekor üzerine rekor kıran ihracat performansımızın arkasında hiç kuşkusuz ülkemizin stratejisi, ihracat ailemizin başarı ve yoğun emekleri var.

İÇİNDEKİLER



**DENİB
HABER**

12 DENİB DESIGN YARIŞMASI'NDA
BÜYÜK FİNAL HEYECANI SONA ERDİ



ANALİZ

06

CUMHURİYETİN 98'İNCİ YILINDA
DÖRT CUMHURİYET REKORU



MERCEK

26

TEDARİK ZİNCİRİNDE HAM MADDE
KRİZİ İHRACATI ZORA SOKUYOR



DENİB AKADEMİ

20

“RUSYA'DA E-İHRACAT” KAPSAMLI
OLARAK ANLATILDI



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

32

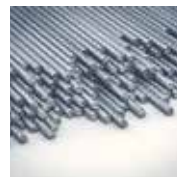
PARİS İKLİM ANLAŞMASI,
YA SONRASI...



TÜRKİYE'DEN HABERLER

22

TİM SANAYİDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
BİLİM KOMİTESİ KURULDU



DOSYA

36

SANAYİNİN METALİK GÜCÜ “DEMİR VE
DEMİR DIŞI METALLER”

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



**İHRACATTA
KADIN**

40 BALTALI GRUP YÖNETİM KURULU
BAŞKAN YARDIMCISI DENİZ BALTALI



RÖPORTAJ

44 NORTHSHIRE DEKORASYON ÜRÜNLERİ
LTD ŞTİ KURUCU ORTAĞI VOLKAN BAŞAR



**DENİZLİ'DE
YAŞAM**

50 DÜNYANIN MASALSI SİLÜETİ
“PAMUKKALE”



YAYINA HAZIRLIK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ

Murat ERDOĞAN

EDİTÖR

Simge SOYEL

MUHABİR

Melis ALPAY

GÖRSEL YÖNETMEN

Erkan ALTINDAĞ

FOTOĞRAF EDİTÖRÜ

Fatih YALÇIN

REKLAM MÜDÜRÜ

İlknur ULUSOY

REKLAM SORUMLUSU

Sirma SAMAY YABANCI

sirma@viyamedya.com

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI YUNUS

APT. NO: 45 KAT: 3

NİSANTASI - SİSİLİ / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

BASKI

ÖZLEM MATBAA

Litros yolu 2. matbaacılar sit. No: 1BA11
Topkapı / İstanbul / Türkiye

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

Cumhuriyetin 98'inci yılında DÖRT CUMHURİYET REKORU

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) ekim ayında açıkladığı verilere göre Türkiye ihracatı 20,8 milyar dolara ulaştı. Geçen seneye göre yüzde 20,2'lik artışın yaşandığı dikkat çeken rakamlara göre hem tüm zamanların aylık ihracatı hem son 12 ayın rekoru ile hem yılın ilk 10 ayı ve geçen seneye göre ihracat rakamı kıyaslarında rekorlar ile kırıldı.

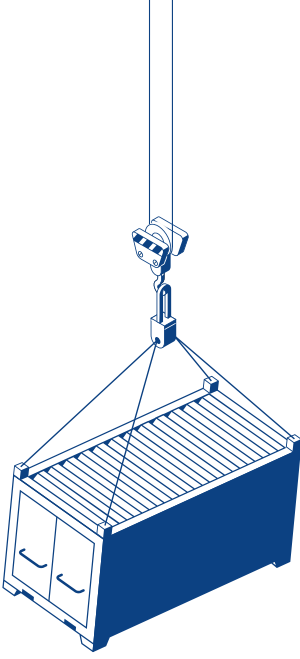
İhracat ailesi, eylülünden sonra ekim ayında da bir kez daha 20 milyar dolar eşiğini geçti. Yılın ilk 10 ayında, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 34'lük artışla 181,8 milyar dolarlık ihracata imza atıldı. Ticaret diplomasinin saha neferleri olan Türk ihracatçısı, son 12 ayda 215,7 milyar dolarlık ihracatla da 211 milyar dolarlık yıllık hedefini bir kez daha aştı. Ekimde geçen yılın aynı ayına göre 22 sektör ihracatını artırdı. Otomotiv sektörü 2,6 milyar dolarlık ihracatla zirvede yer aldı. Türk bayrağını 217 ülke ve bölgede dalgalandıran ihracat

ailesi, 157 ülkeye ihracatını artırma başarısı gösterdi. Aralarında İtalya, İsrail, Yunanistan, Senegal ve Kanada'nın da bulunduğu 15 ülkede aylık ihracat rekoru kırdı. 61 il ihracatını yükseltirken, dokuz il tarihinin en yüksek aylık ihracat rakamlarına ulaştı. Geçen ay 2 bin 477 firma ilk kez ihracat yaparken, yılbaşından bu yana ilk defa ihracata katılan firma sayısı ise 87 bini aştı. Ekimde ihracata "merhaba" diyen firmalar 107 milyon dolarlık ihracat yaptı. 171 ülkeye toplam 6,6 milyar TL tutarında Türk Lirası ile ihracat gerçekleştirildi.

TİM Başkanı İsmail Gülle:
"Türkiye yılı yüzde 9'luk bir büyüme ile kapatacak. Bu büyümenin 6 puanı doğrudan ya da dolaylı olarak ihracatla ilgili... Yani ihracatla büyüyor, ihracatla güçleniyoruz."

"242 MİLYAR DOLARA EMİN ADIMLARLA İLERLİYORUZ"

Cumhuriyetin 98'inci yılını gururla kutlandığı ekim ayında, her sektörün başarılı bir ihracat performansı sergilediğine dikkat çeken TİM Başkanı İsmail Gülle: "İhracatçılarımız, ulaştığı Cumhuriyet tarihi aylık ihracat rekoruyla



20,8

MİLYAR DOLAR
Ekim ayı ihracatı

181,8

MİLYAR DOLAR
Yılın ilk 10 ayı ihracatı

215,7

MİLYAR DOLAR
Son 12 ayda
gerçekleşen ihracat

bizlere adeta çifte bayram yaşattılar. Ekim ayında ihracatımız, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 20,2'lik artışla 20,8 milyar dolar oldu. Bu rakamla beraber, tarihimizin en yüksek aylık ihracat rakamına imza attık. 20 milyar dolar sınırını bir kez daha aşarak, ihracatta yeni bir lige çıktığımızı tescilledik. Gururla ifade ediyorum ki, takvimin olumsuz etkisine rağmen bu rakam; tarihimizin en yüksek ihracat rakamı oldu. Bu rekorla beraber, Ocak-Ekim dönemi ihracatımız 181,8 milyar dolara ulaştı. Son 12 ayda ise 215,7 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek, yıllık ihracat hedefimiz olan 211 milyar doları şimdiden aştık. Öyle ki, son 12 ayın 10'unda ihracat rekorları kırdık. Böylelikle Orta Vadeli Program'daki hedefimizi şimdiden yakalamış olduk. İhracat ailemizle iftihar ediyoruz. Yıl sonu hedeflerimiz için önemli bir kilometre taşını başarıyla geride bıraktık. Yıl sonu hedefimiz 211 milyar dolardı; mevcut ivme gösteriyor ki bu rakamı rahatlıkla aşacak hatta 220 milyar dolar seviyesini zorlayacağız. Bizler, "İhracatla Yükselen Türkiye" için aralıksız çalışmayı ve tüm hedeflerimizi birer birer gerçekleştirmeyi sürdüreceğiz. İhracat, bir cumhuriyet projesidir. Cumhuriyetimizin ilk yılında 50,8 milyon dolar ihracat gerçekleştirirken, 50'nci yılda 1 milyar doları, 64'üncü yılda 10 milyar doları, 84'üncü yılda 100 milyar doları ve 98'inci yılda 215 milyar doları aşmayı başardık. Orta Vadeli Program'da 100'üncü yıl hedefimiz olan 242 milyar dolara doğru emin adımlarla ilerliyoruz. Mevcut ivmeyle bu rakama 100'üncü yıldan önce ulaşacağız." dedi.

"OTOMOTİV ZİRVEDE; 22 SEKTÖR İHRACATINI ARTIRDI"

Ekim ayında sektörlerin performanslarıyla ilgili bilgiler veren Güllü: "Tam 22 sektörümüzün ihracatını artırdı. 2,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren "Otomotiv" sektörümüz ilk sırada yer alırken (yüzde 10,6 düşüş), 2,3 milyar dolara ulaşan "Kimyevi Maddeler" sektörümüz ikinci (yüzde 34,4 artış) ve 2,3 milyar dolara yaklaşan "Çelik" sektörümüz ise (yüzde 108 artış) üçüncü oldu. Bununla birlikte, ihracat birim fiyatımızda da oldukça pozitif bir ivme görmekteyiz. Birim ihracat değerimiz geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 16 artışla 1,38 dolara yükseldi. Bu ay birim ihracat değerini en çok artıran sektörlerimiz yüzde 72 artışla "Gemi ve Yat", yüzde 68 artışla "Çelik", yüzde 33 artışla "Kimyevi Maddeler" sektörlerimiz oldu. Katma değerli ve markalı ihracatımız arttıkça, ürünlerimizin değeri daha da artacak. Sektörel anlamda en dikkat çekici artışlar ise geçen yıla göre ihracatını 1,2 milyar dolar artıran "Çelik", 591 milyon dolar artıran "Kimyevi Maddeler" ve 344 milyon dolar artıran "Demir ve Demir Dışı Metaller" sektörlerimizde yaşandı. "Hububat" sektörümüz ise 903 milyon doları aşan ihracatıyla tarihinin en yüksek rakamına erişti." ifadelerini kullandı.

"İSTİKRARLI KUR, İSTİKRARLI İHRACAT DEMEKTİR"

İhracatın büyümeye olan katkısına da değinen Güllü: "İhracatçılarımız hiçbir zaman döviz kurlarında spekülatif artıştan yana olmamıştır. İBizler için istikrarlı kur, istikrarlı ihracat demektir. Kurun seviyesi ne olursa olsun ihracatta rekor üzerine rekor kırmayı sürdürüyoruz. Bizler üretim, istihdam, Türkiye'nin müreffeh yarınları için çalışan kocaman bir aileyiz. Yıl sonunda, birçok uluslararası kuruluşun değerlendirmesine göre Türkiye yılı yüzde 9'luk bir büyüme ile kapatacak. Bu büyümenin 2 puanı doğrudan ihracattan, 3 puanı ihracatın tetiklediği sanayi üretim artışından ve 1 puanı yine ihracatla yükselişe geçen yeni yatırımlardan gelecek. Yani ihracatla büyüyor, ihracatla güçleniyoruz." diye konuştu.

Denizli ihracatı 17 aydır aralıksız artıyor

Türkiye ihracatı, ekim ayında yüzde 20,2 artışla 20,8 milyar dolar seviyesine yükseldi. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) tarafından açıklanan Denizli ihracatı ise yüzde 28,4 yükselişle 424 milyon dolar olarak kaydedildi.



İhracat artış trendini 17 aydır üst üste sürdüren Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) üyeleri, Türkiye ihracatının kırdığı rekorlar serisine verdiği desteği artırdı. DENİB üyeleri tarafından kaydedilen ekim ayı ihracatı, yüzde 21,4 artışla 306 milyon dolara ulaştı.

LİDER SEKTÖR “TEKSTİL-KONFEKSİYON”, LİDER ÜLKE “İNGİLTERE”

Denizli'nin ekim ayındaki ihracatı sektörel olarak incelendiğinde, önde gelen sektörlerdeki artışlar dikkat çekti. İhracatta lider konumda bulunan “Tekstil-konfeksiyon” sektörünün ihracatı yüzde 11,5 artışla 162 milyon dolara ulaştı. Benzer şekilde “Elektrik-elektronik”

sektörü ihracatını yüzde 19,3 artırarak 64 milyon dolara taşırken, “Demir-demir dışı metaller” sektörünün ihracatı yüzde 23,1 yükselişle 56 milyon dolar oldu. “Madencilik” sektörünün ihracatı ise yüzde 9,6 arttı ve 22,5 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Denizli'nin ekim ayındaki ihracatı ülke bazında değerlendirildiğinde ise zirvede bulunan İngiltere'ye olan ihracatın yüzde 14,1 arttığı ve 60,8 milyon dolara ulaştığı görüldü. Ekim ayı ihracatında Almanya yüzde 7,68 artışla 38,2 milyon dolar seviyesine ikinci sırada bulundu. Listede sırasıyla ABD yüzde 7,4 azalışla 35,3 milyon dolar, İtalya yüzde 47,6 artışla 28,7 milyon dolar ve Fransa yüzde 84 artışla 21 milyon dolar düzeyinde ihracatla yer aldı.

“YENİ NORMALDE ÜLKEMİZ ÜRÜNLERİNE CİDDİ BİR TALEP VAR”

Pandemi sonrasında ortaya çıkan güncel koşullar değerlendirildiğinde, Türkiye'ye yönelik ciddi bir talep olduğunu vurgulayan DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu ekim ayı ihracatıyla ilgili şu şekilde açıklama yaptı: “Hem jeopolitik konumumuz hem de ihracat tecrübemiz sayesinde lehimize gelişen bu durumun ihracatımıza da güçlü bir şekilde yansıtıldığına şahit oluyoruz. Son 12 aylık veriler incelendiğinde Türkiye ihracatının 215 milyar doların üzerine çıkması, Denizli ihracatının ise 4,4 milyar dolar seviyelerinde seyretmesi bu tezi destekler nitelikte. Her iki değer de tarihi rekor olarak kayıtlara geçtiğinin altını çizebiliriz. Öte yandan kilogram başına ihracat değeri olarak adlandırdığımız birim fiyat artışına da ayrı bir paragraf açmamız gerekiyor. Geçen sene 1,65 dolar olan ihracattaki birim fiyatımız bu sene 2,05 dolar olarak karşımıza çıkıyor. Denizli İhracatçılar Birliği olarak katma değerli ihracat noktasındaki çalışmalarımızı da hız kesmeden sürdürüyoruz.”

20,8

MİLYAR DOLAR
Türkiye'nin ekim ayı ihracatı

306

MİLYON DOLAR
DENİB üyelerinin ekim ayı ihracatı

424

MİLYON DOLAR
Denizli ekim ayı ihracatı

DENİB, tekstil makineleri sektörüne yönelik alım heyeti düzenledi

İZFAŞ tarafından 15-17 Eylül 2021 günlerinde organize edilen Fashion Tech İzmir Fuarı ile eş zamanlı olarak tekstil makineleri sektörüne yönelik Özbekistan, Mısır, Fas ve İran Alım Heyeti programı düzenlendi.



İZFAŞ tarafından 15-17 Eylül 2021 günlerinde organize edilen Fashion Tech İzmir Fuarı ile eş zamanlı olarak Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) organizatörlüğünde gerçekleştirilen alım heyeti programı; ihracatın artırılması, yeni pazarların bulunması, Türkiye'nin ekonomik ve ticari açıdan tanıtımı amacıyla düzenlendi. Geçen yıllarda olduğu gibi bu sene de İZFAŞ fuar alanında iki gün boyunca devam eden fuar süresince Denizlili tekstil makinesi ihracatçısı firmalar ikili iş görüşmelerine imza attı.

Programa katılım gösteren ihracatçı firmalar, ikili görüşmelerin son derece verimli geçtiğini belirterek, sektör özelinde düzenlenen faaliyetlerin rekabetçiliklerini artırdığını dile getirdi. Yabancı katılımcılar ise düzenlenen faaliyetten dolayı duydukları memnuniyetlerini ifade ederken Denizli tekstil makinelerinin kalitesine vurgu yaptılar.

“TEKSTİL MAKİNELERİNİN İHRACATÇI YAPISINI GÜÇLENDİRMEK İSTİYORUZ”

DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu yaptığı açıklamada makine sektörünün,

tüm imalat sektörünü kapsayan ve gelişimi ile birlikte diğer sektörlerde kaldıraç etkisi oluşturan bir sektör olduğuna dikkat çekti. Sektördeki ilerleme ve büyümenin diğer sektörleri de pozitif olarak etkilediğini sözlerine ekleyen DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu konuşmasını şu şekilde sürdürdü: “Denizli tekstil makineleri ihracatımız, makine ve aksamları sektörü ihracatımızın yüzde 25'ini oluşturmaktadır. Sektörün ihracatçı yapısını güçlendirebilmek adına alım heyetlerini ve yurt dışı faaliyetleri çok önemsiyoruz. Kümelenme projeleri ile de desteklediğimiz makine ve aksamları sektörüne yönelik dört ülkeden 50'nin üzerinde katılımcıyı İzmir'de ağırladık.”

heyetlerini ve yurt dışı faaliyetleri çok önemsiyoruz. Kümelenme projeleri ile de desteklediğimiz makine ve aksamları sektörüne yönelik dört ülkeden 50'nin üzerinde katılımcıyı İzmir'de ağırladık.”

“TİCARET VE ALIM HEYETİ, FUAR KATILIMLARI FAALİYETLERİMİZ DEVAM EDECEK”

Düzenlenen alım heyeti programı kapsamında da değerlendirmelerde bulunan DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu şu ifadeleri kullandı: “Özbekistan, Mısır, Fas ve İran'dan önemli ithalatçı firmalar etkinliğe katılım sağladı. Bu noktada, alım heyeti konusunda iş birliği içinde bulunduğumuz İZFAŞ'a teşekkür ediyoruz. Etkinlik kapsamında Denizlili ihracatçılarımızla bir araya gelen satın alımcılar, ikili iş görüşmeleri gerçekleştirdiler. Görüşmelerin ticari bağlantılara dönüşerek ihracatımıza katkı sağlamasını temenni ediyoruz. Önümüzdeki dönemde de ihracatçı sektörlerimizi güçlendirmek adına ticaret ve alım heyeti, fuar katılımları faaliyetlerimize DENİB olarak devam edeceğiz.”

DENİB ev sahipliğinde “E-İhracat Lojistik Stratejileri Konferansı” düzenlendi

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) ve Horoz Lojistik iş birliğiyle 13 Ekim’de “E- İhracat Lojistik Stratejileri Konferansı” düzenlendi. Denizli İhracatçılar Birliği Konferans Salonu’nda gerçekleştirilen etkinlik sürecince katılımcılar e-ihracat ve lojistik konularında bilgi aldı.



Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB), e-ihracatta lojistik stratejilerini konu alan konferansa ev sahipliği yaptı. DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu ve Horoz Lojistik İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Gürkan Gürbüz’ün katılım sağladığı organizasyon, 13 Ekim’de Denizli İhracatçılar Birliği Konferans Salonu’nda düzenlendi. Etkinlikte DSV Lojistik CEO’su Ozan Önder, Horoz Lojistik E-İhracat Direktörü Utku Uymaz ile DGM Genel Müdür Yardımcısı Bülent Eryılmaz konuşma yaptı. E-ihracat lojistik stratejileri ve sağladığı avantajlar, gümrük prosedürleri ve Horoz Lojistik-Alibaba iş birliği fırsatları konularında yapılan bilgilendirmeler katılımcılarla paylaşıldı.

“E-TİCARET HACMİ ARTTI”
Konferansın açılışında konuşma

yapan DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu; e-ihracatın önemi ile ilgili değerlendirmelerde bulundu. E-ihracatın son dönemde ivmelenme yaşadığına dikkat çeken DENİB Başkanı: “Hepimizin malumu olduğu üzere e-ihracat günümüzün ticaret ekosisteminde çok önemli bir yere sahip. 2020 yılında 2,8 milyar kişi çevrim içi platformlar üzerinden alışveriş yaptı. Dünya nüfusunun 7,5 milyar kişi olduğunu düşündüğümüzde, toplam nüfusun yaklaşık yüzde 40’ının çevrim içi alışveriş yaptığını görüyoruz.” dedi.

“MİKRO İHRACATIN PAYI ARTIYOR”

E-ihracat ile birlikte lojistiğin de önemine değinen DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu sözlerini şu şekilde sürdürdü: “E-ihracattan bahsederken, hızlı teslimatın önemini de vurgulamamız gerekiyor. Çünkü internet kullanıcıları, çok benzer ürünlere dünyanın farklı lokasyonlarından ulaşabiliyor. Bu noktada hızlı ve kaliteli teslimatın fark yarattığını ifade edebiliriz. 300 kg ve 15 bin euro’ya kadar, gümrük beyannamesi açılmadan “elektronik ticaret gümrük beyannamesi” sayesinde gönderilerimizi mikro ihracat kapsamında yurt dışına sevk edebiliyoruz. Mikro ihracatın toplam ihracatımız içindeki payı, her geçen sene biraz daha artıyor. Bu noktada, ihracatçılarımızın rekabetçiliklerini artırmak için lojistik ve tedarik sistemleri gibi başlıkların çok önemli olduğunu biliyoruz. Bugün gerçekleştirilen toplantının tüm ihracatçılarımız adına faydalı olmasını diliyoruz.”

Konferans, yapılan bilgilendirmelerin ve paylaşımların ardından soru-cevap bölümüyle tamamlandı.

DENİB, MARBLE 2021 Mermer Fuarı'na ziyaret etti

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Başkanı Hüseyin Memişoğlu ve Başkan Yardımcısı İbrahim Uzunoglu'nun katıldığı Marble İzmir Fuarı'nda Denizli'yi 21 firma temsil etti.



Marble İzmir (21. Uluslararası Doğaltaş ve Teknolojileri) Fuarı, 25-28 Ağustos günleri arasında kapılarını ziyaretçilere açtı. Denizli'nin 21 firmayla temsil edildiği fuarda, açılış töreninin ardından katılımcı firmaları ziyaret eden DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu değerlendirmelerde bulundu: "Denizli mermer ve doğal taşa kalitesiyle ve güvenilirliğiyle dünyanın önemli merkezlerinden biri olarak ön plana çıkıyor. 2020 yılında sektör ihracatı 202 milyon dolar ile Denizli'nin toplam ihracatından yüzde 6,3 pay aldı. Yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar grubunda 2020 yılında 163 milyon dolar düzeyinde ihracata imza atan Denizli, Türkiye ihracatında yüzde 16 oranında paya sahip oldu ve böylelikle Türkiye'nin en büyük ikinci ihracatçısı konumunda yer aldı. 2021 yılı Ocak-Temmuz dönemi arasında ise sektörün ihracatı yüzde 45 artarak 160 milyon dolara yükseldi. Marble İzmir Fuarı'nda doğal taş ihracatçılarımızın yanı sıra mermer makinesi üreticisi ve ihracatçısı firmalarımız da yer alıyor. İlimizin makine sektöründeki gelişimini de yakından takip ediyoruz."

DENİB ev sahipliğinde "Alibaba.com ve E-İhracat"



Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) ile Alibaba.com iş birliğinde "Alibaba.com ve E-İhracat" Bilgilendirme Toplantısı düzenlendi. DENİB Konferans Salonu'nda organize edilen toplantı, 16 Eylül'de gerçekleştirildi.

E-ihracat odaklı düzenlenen

toplantıda açılış konuşmasını Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Başkanı Hüseyin Memişoğlu yaptı. Alibaba.com Türkiye temsilcilerinden TradeFive CEO'su Emrah Cora; Alibaba.com'un avantajlarını ve e-ihracat fırsatlarını anlattı. Alibaba.com'da en çok talep alan sektörler, 7/24 aktif mağaza oluşturma ile onaylanmış satıcı avantajlarını da katılımcılara aktaran Cora; üyelik farklılıkları, devlet desteği ve Alibaba.com'un kullanımı konularında bilgilendirmede bulundu. Toplantı, yapılan bilgilendirmelerin ve paylaşımların ardından soru-cevap bölümüyle sonlandı.



DENİB yönetimi, TİM Delegeler Buluşması'na katıldı

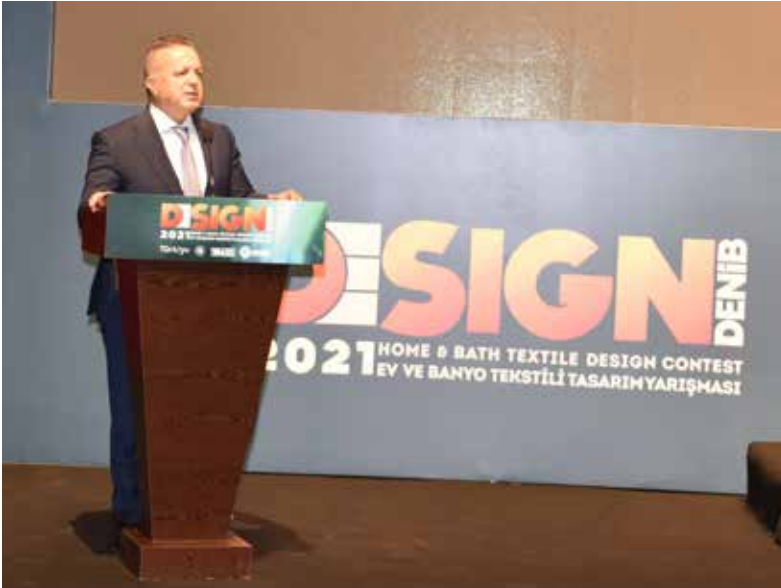
Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) her yıl organize ettiği TİM Delegeler Buluşması, Antalya'da gerçekleştirildi. TİM Başkanı İsmail Güllü'nün ev sahipliğinde düzenlenen buluşmaya, TİM üyesi ihracatçıyı temsilen delegeler ile TİM Yönetim Kurulu Üyeleri'nin de aralarında bulunduğu 600'ü aşkın ihracatçı katıldı.

1-3 Ekim 2021 günlerinde yapılan TİM Delegeler Buluşması'na, DENİB Yönetimi'nden ve delegelerinden oluşan 11 kişilik heyetle katılım sağlandı.

Geçen yıl pandemi nedeniyle yapılamayan Delegeler Buluşması'nda bu yıl da, alanında önemli isimlerle iki gün boyunca ekonomi, 300 milyar dolarlık ihracat hedefi, teknoloji, küresel ticaret, dünyadaki güncel gelişmeler, sağlık ve yaşam konuları, başarı hikâyeleri konuşuldu.



DENİB DESIGN Yarışması'nda büyük final heyecanı sona erdi



Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) tarafından T.C. Ticaret Bakanlığı desteği ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) koordinatörlüğünde düzenlenen DENİB DESIGN Ev ve Banyo Tekstili Tasarım Yarışması'nın 1.'sinde ödüller sahiplerini buldu.





DENİB DESIGN Ev ve Banyo Tekstili Tasarım Yarışması, Denizli'de Nihat Zeybekci Kongre ve Kültür Merkezi'nde 3-4 Kasım günlerinde düzenlendi. Geleceğin tasarımcılarını ev ve banyo tekstili sektörü ile buluşturmak, yeni tasarımcıların yetiştirilmesine teşvik etmek, yenilikçi ve özgün tasarımcı kimliğinin güçlenmesine yardımcı olmak amacıyla hayat bulan organizasyon sektörün yoğun katılımıyla gerçekleşti. Denizli'nin marka ve tasarım merkezi olma hedefi doğrultusunda yola çıkılan etkinlikte üretimleri tamamlanan tasarımlar, her finalist için hazırlanan ayrı stantlarda halka açık sergilenerek ilgilenenlerin beğenisine sunuldu. Yaklaşık yedi ay süren uzun maratonun ardından hazırlanan DENİB DESIGN Yarışması; Önceki Dönem Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, Denizli Valisi Ali Fuat Atik, Denizli Büyükşehir Belediyesi Başkan Osman Zolan, TİM Başkanı İsmail Güllü, DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu ile İhracatçı Birlikleri başkanları, DSO-DTO_DTB ve DSOB başkanları, sponsor firmalar ve çok sayıda davetlinin katıldığı görkemli Final Gecesi ve Ödül Töreni ile tamamlandı.



“DENİZLİ İHRACATI 4,5 MİLYAR DOLARA KOŞUYOR”

DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu DENİB DESIGN Yarışması'nın Final Gecesi'nde; Denizli'nin ihracat rakamları hakkında bilgi vererek konuşmasına başladı: “Ülkemizin en önemli ihracatçıları arasında yer alan güzide ilimiz Denizli'de, bu sene ilkini düzenlediğimiz DENİB DESIGN Ev ve Banyo Tekstili Tasarım Yarışmamızın Ödül Töreni'nde sizlerle bir arada olmaktan dolayı çok büyük mutluluk duyuyoruz. Denizli ihracatı bu sene oldukça iyi gidiyor. 2020 yılının tamamında ulaştığımız 3,2 milyar doları eylül sonu itibarıyla geride bıraktık. Yılısonu için kendimize 4 milyar dolarlık bir hedef koymuştuk. Bu hedefi 4,2 milyar dolar olarak revize ettik. Son 12 aylık ihracatımız 4,4 milyar dolara ulaştı. 27 sektörde, sayıları 4 bine yaklaşan ihracatçılarımız sayesinde Denizli ihracatının 4,5 milyar dolara hızlı ve emin adımlarla yürüdüğünü, hatta koştuğunu ifade edebiliriz. Denizlili ihracatçılar olarak





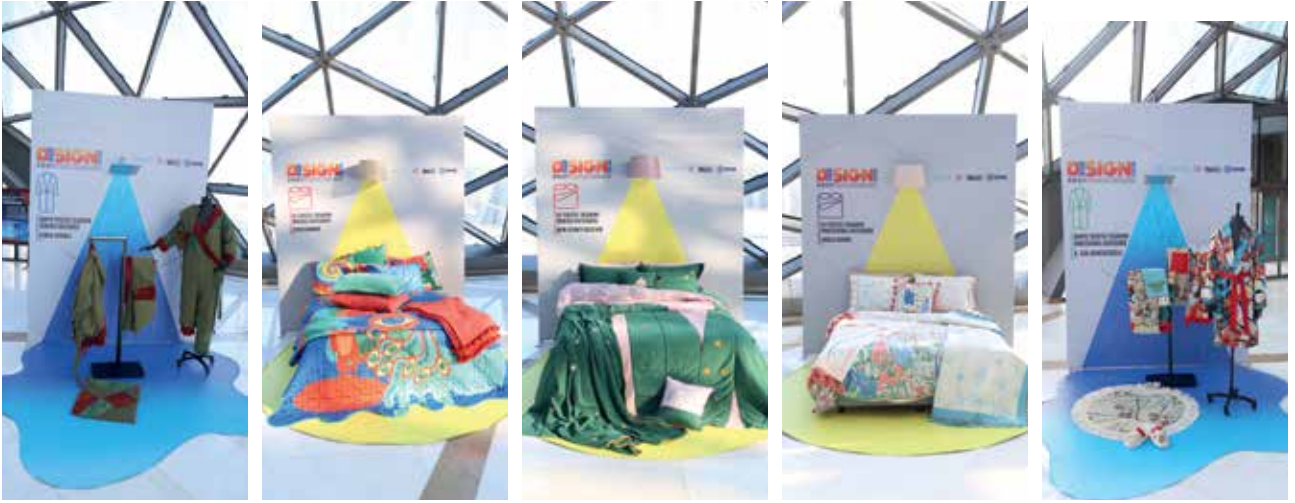
biz büyük bir aileyiz. DENİB ailemizin içinde yer alan her bir ihracatçımıza teşekkürlerimizi sunuyoruz. İlimiz ve ülkemiz ekonomisine sunduğunuz katkılar için şükranlarımızı takdim ediyoruz, onları ayakta alkışlıyoruz.”

“HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON GÖZ BEBEĞİMİZ”

Denizli ihracatında hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün önemli bir paya sahip olduğuna dikkat DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu: “İhracatımız içinde en büyük payı; ev tekstili grubunun da içinde yer aldığı hazır giyim ve konfeksiyon sektörü alıyor. Sektörün, toplam ihracatımız içindeki payı yüzde 40 seviyelerinde seyrediyor. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünü gerek yarattığı istihdam gerek ilimiz ve

ülkemiz ekonomisine katkısı sebebiyle göz bebeğimiz olarak görüyoruz. Öte yandan sektörün önemli bir katma değeri de mevcut. İlimizin kilogram başına ihracatı 31 Ekim 2021 itibarıyla 2,05 dolar seviyelerinde seyrediyor. Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe ise bu değer 10,60 dolar olarak karşımıza çıkıyor. Denizli ihracatçılar Birliği olarak AR-GE ve inovasyonun önemini farkındayız. Bu noktada, ihracatçılar olarak bizlere de önemli görevler düşüyor. Katma değerli üretimin, rekabetçilik anlamında güçlü bir avantaj sunduğunu her seferinde bir kez daha deneyimliyoruz. Bugünün değişen ve dönüşen ticaret ekosisteminde çok üretmenin değil, yaratıcılık katarak üretmenin daha önemli hâle geldiğinin bilincindeyiz. Bu bilinçle düzenlediğimiz DENİB Design 1. Ev ve Banyo Tekstili Tasarım Yarışması'nı güzelleşme temasıyla organize ediyoruz. Amacımız Denizli'yi tasarım merkezi hâline getirmek. Merkezde havlu, bornoz ve uyku grubunun yer aldığı yarışmamızda iki ayrı kategori ve iki ayrı katılımcı profili yer alıyor. Ev tekstili ve banyo tekstili kategorilerinin bulunduğu etkinliğimizde, öğrenciler ve profesyoneller olmak üzere toplam 20

TİM Başkanı İsmail Gülle: “Bu güzide organizasyonun düzenlenmesinde emeği geçen başta DENİB Başkanımız Hüseyin Memişoğlu olmak üzere tüm DENİB ailesini tebrik ediyorum.”



finalistimiz var. Sözlerimi noktalarken, organizasyon sürecinin ilk gününden bu yana büyük bir özveriyle çalışan ve yoğun çaba sarf eden DENİB Tasarım Yarışması Komite Üyelerimize, projeleri ince eleyip sık dokuyarak inceleyen proje ekibimize, jüri üyelerimize, mentorümüze ve moderatörlerimize, sponsor firmalarımıza, emeği geçen bütün destekçilerimize, değerli paydaşlarımıza ve DENİB’de görev yapan mesai arkadaşlarımıza Yönetim Kurulumuz ve şahsım adına teşekkür ediyorum. Muhteşem finalde yarışacak tüm adaylarımıza bir kez daha başarılar diliyorum.” dedi.

“DENİB AİLESİNİ TEBRİK EDİYORUM”

DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu’nun açılış konuşmasının ardından sahneye Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle davet edildi. Konuşmasında tasarımın önemine vurgu yapan TİM Başkanı Gülle: “Hayatının önemli bir bölümünü tekstil sektörüne adanmış ve yıllarca İTHİB çatısı altında tasarım yarışmaları düzenlemiş biri olarak bu tür yarışmaların ne denli önemli olduğunu çok iyi biliyorum. Yerli ve milli üretim atılımında, kilit rol oynayan tasarımcılarımızın desteklenmesi ve



DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu: “DENİB Design 1. Ev ve Banyo Tekstili Tasarım Yarışması’nı güzelleştirme temasıyla organize ettik. Amacımız Denizli’yi tasarım merkezi hâline getirmektir.”



sektöre yeni tasarımcıların kazandırılması için atılan bu adımlar ülkemizin katma değerli ürün ihracatına katkı sağlamaktadır ve sağlamaya devam edecektir. İhracat tarafında bizleri güzel yarınlar bekliyor. Oluşturduğumuz ihracat projeksiyonlarına göre Türkiye, önümüzdeki beş sene içerisinde ihracatını yıllık 300 milyar doların üzerine çıkartacak. Yeter ki, ihracatçılarımız çalışmaktan, başarıya inanmaktan vazgeçmesinler. AR-GE, tasarım, inovasyon ve markalaşma konularında yoğunlaşmaktan geri durmasınlar. Bizler, Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak elimizden gelen ne varsa ihracatımız için yapmaya hazırız. Ülkemizde tasarıma olan ilginin artması, yeni yeteneklerin her zaman desteklenmesinden geçiyor. Bu anlamda birliklerimizin düzenlediği, yarışmalar oldukça önem verdiğimiz organizasyonlardır. Bu yarışmalarda hem yeni yetenekler ile tanışıyor hem de sektöre yeni soluk getirebilecek yeni ürün ve teknolojileri öne çıkartıyoruz. Tasarım, beraberinde getirdiği know-how ile rekabette bizleri her zaman bir adım öne geçiriyor. Burada “Marifet İltifata Tâbidir” diyerek, tasarımcılarımızı ödüllendirdik. Ödül alsın almasın; tüm tasarımcılarımızı tebrik ediyorum. Türkiye, tasarımcılarımızın hayalleri ve tasarımlarıyla ihracatta yükselecek. Bu güzide organizasyonun düzenlenmesinde emeği geçen başta DENİB Başkanımız Hüseyin Memişoğlu olmak üzere tüm DENİB ailesini tebrik ediyorum. Tasarımlarıyla bizleri gururlandıran genç tasarımcılarımıza ayrı ayrı teşekkür ediyor, başarılarının daim olmasını diliyorum.” dedi.

TEKSTİL DÜNYASININ ÖNEMLİ İSİMLERİ JÜRİ OLDU

Denizli Nihat Zeybekci Kongre ve Kültür Merkezi’nde gerçekleşen 20 finalistin tasarımları tekstil dünyasının öne çıkan isimleri tarafından değerlendirildi. Jüride Ahu Barut (Trendpie Türkiye Temsilcisi), Ali Sami Aydın (Aydın Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı), Derya Yavuz (English Home Tekstil Kategori Müdürü), Erkan Demiroğlu (Moda Tasarımcısı), Fatih Dereköylü (Zorluteks Tekstil İcra Kurulu Üyesi), İlhan

DERECEYE GİREN İSİMLER

ÖĞRENCİ EV TEKSTİLİ KATEGORİSİ:

ECEM ÇANKAYA

ÖĞRENCİ BANYO TEKSTİLİ KATEGORİSİ:

KÜBRA AYDINLI

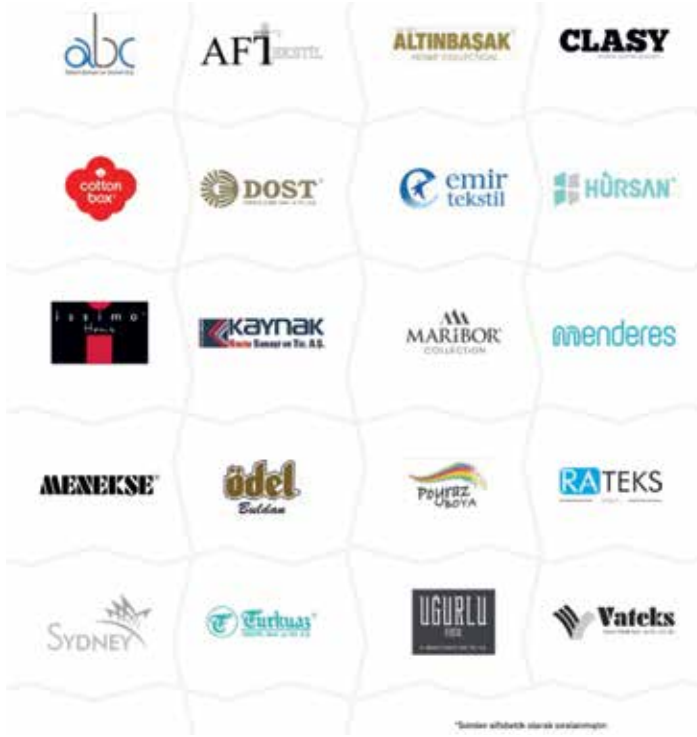
PROFESYONEL EV TEKSTİLİ KATEGORİSİ:

ANGELA BURNS

PROFESYONEL BANYO TEKSTİLİ KATEGORİSİ: **DUYGU EDA SEMERCİOĞLU**

JÜRİ ÖZEL ÖDÜLÜ:

İREM ZEYNEP GÜLTEKİN



Sicimli (Dantela Tekstil) Mukaddes Başkaya (DENİB Tasarım Yarışma Komitesi Başkanı), Osman Nuri Kes (DENİB Tasarım Yarışma Komitesi Üyesi), Pelin Şensöz (DENİB Tasarım Yarışma Komitesi Üyesi), Yasemin Savcı (Home Art Dergisi Genel Yayın Yönetmeni), Yavuz Demirel (Maya Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı-Penelope) gibi sektörün önemli isimleri yer aldı.

PARA ÖDÜLÜNÜN YANISIRA YURT DIŞI EĞİTİMİNE BAŞVURU İMKÂNİ

“Flourish-Güzelleşme” temasıyla düzenlenen yarışma, öğrenciler ve profesyonellere yönelik olarak dört kategoride öğrenci ev tekstili ve öğrenci banyo tekstili, profesyonel ev tekstili ve profesyonel banyo tekstili alanında finale kalan 20 finalistin, 20 Denizlili tekstil firmasıyla eşleştirilerek üretimleri gerçekleştirildi.

Dört kategoride değerlendirmeye tabi tutulan tasarımlar arasından derece giren isimler belli oldu. Genç tasarımcıları sektöre kazandırmak amacıyla düzenlenen yarışmada para ödülü olarak dört birinciye 20’şer bin TL ve jüri özel ödülü sahibine ise 5 bin TL takdim edildi. Ayrıca dereceye giren dört birinci yurt dışında verilen tasarım eğitimine başvurma imkânı kazandı.

Final Gecesi’nde dereceye giren finalistlerin yanı sıra yarışmaya katılım sağlayan 20 finaliste, finalistlerin üretimlerinde destek olan sponsor firmalara ve destek veren kurumlara, yarışma jürisi üyelerine, yarışma moderatör ve mentörlerine teşekkür plaketi verildi.



Denizli’de, iki büyük toplantı gerçekleşti

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB), Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle’nin teşrifleriyle kasım ayının ilk haftasında ihracatı artıracak iki önemli toplantıya ev sahipliği yaptı.



Genç TİM
Tanışma Toplantısı

tabana yayılması için 10 Ağustos’ta Genç TİM’i kamuoyuna paylaştı. Ardından “ihracatın gençlik aşısı” olarak lanse edilen Genç TİM kapsamında Tanışma Toplantısı, 4 Kasım’da Denizli’de düzenlendi. Toplantı, TİM Başkanı İsmail Gülle’nin teşrifleriyle DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, Genç TİM Başkan Yardımcısı Okan Oğuz ve Genç TİM Denizli Bölge Komitesi

üyeleri ile gerçekleşti. Toplantıya Genç TİM’in Denizli’deki 29 üyesi olan genç iş insanları katıldı. Genç TİM hakkında bilgilendirmelerin yapıldığı görüşmede, karşılıklı fikir alışverişinde bulunuldu.

Genç TİM’de tüm sektörlerin önde gelen şirketlerinde çalışmalar yapan genç ihracatçılar yer alıyor. Genç TİM’in Yönetim Kurulu’ndayer alan Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Yönetim Kurulu Üyesi Okan Oğuz, toplantıyla ilgili şu bilgileri paylaştı: “Genç TİM’in ilk bölge toplantısını Denizli’de yaptık. Bir başka ilk ise TİM Başkanı İsmail Gülle’nin ilkk katıldığı toplantı oldu. Genç TİM, şimdilik Denizli’de 29 üyeye yola çıktı. Türkiye genelinde 500 sayısını aştık. TİM’in resmi sitesinde başvurular devam ediyor.”



Hazırgiyim ve Konfeksiyon
Sektör Kurulu Toplantısı

Denizli’de 4 Kasım’da Genç TİM Denizli Bölge Komitesi Tanışma Toplantısı düzenlendi. Organizasyonun ardından aynı gün içinde DENİB ev sahipliğinde Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu Toplantısı gerçekleşti.

İHRACATA GENÇLİK AŞISI DENİZLİ’DE BAŞLADI

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), toplumun tüm kesimlerinin ihracata özendirilmesi ile ihracat bilincinin

HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON’UN NABZI TUTULDU

Genç TİM Tanışma Toplantısı’nın ardından DENİB ev sahipliğinde Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu Toplantısı düzenlendi. TİM Başkanı İsmail Gülle’nin teşrifleriyle düzenlenen toplantıya, Sektör Kurulu üyeleri de iştirak etti. Toplantıda hazırgiyim ve konfeksiyon sektörünün güncel ihracat performansı da ele alındı.

TİM, ihracatçılara teminat olacak

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile Eximbank, ihracatçıların finansmana erişimini kolaylaştırmak ve kredi kefalet sorunlarının çözümüne katkı sağlamak amacıyla İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi'ni (İGE) kurdu. Böylece Türk ihracatçısı, çok büyük bir ekosistemle destekleneceğini bilerek finansmanı düşünmeden ihracat yapacak.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracatçı firmaların finansmana erişimini kolaylaştırmak amacıyla Ticaret Bakanlığı'nın koordinasyonunda Eximbank'la 14 Ekim'de 10 milyon lira sermaye ile İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi'ni (İGE) kurdu. İhracatçıların kolayca ulaşabileceği ve finansmana erişiminde teminat sorununu ortadan kaldırmayı amaçlayan bir fon olarak kurulan şirkette, TİM'in yüzde 95 (9 milyon 500 bin lira) ve Eximbank'ın yüzde 5 (500 bin lira) ortaklığı bulunuyor.

İHRACAT HEDEFİ İÇİN ÖNEMLİ BİR İTİCİ GÜÇ

İlerleyen süreçlerde 61 ihracatçı birliğinin de gerekli sermaye katkısıyla şirkete ortak olması yönünde kanun çalışmalarının devam ettiğini söyleyen TİM Başkanı İsmail Güllü, İGE'nin 1 Ocak 2022 itibarıyla ihracatçılara hizmet vereceğini açıkladı. Konuyla ilgili değerlendirmede bulunan TİM Başkanı İsmail Güllü: "Kurduğumuz İhracatı

Geliştirme (İGE) Anonim Şirketi, yeni yatırımların hayata geçmesi için KOBİ'ler başta olmak üzere ihracatçı şirketlere finansman desteği sağlayacak. Bir fon olarak kurulan şirketimiz sayesinde ihracatçılarımız, teminatsız TİM'in kefaletiyle oluşacak bir sistemle krediye direkt ulaşabilecek; çok büyük hacimli kredi kullanabilecek. İGE, 300 milyar dolarlık ihracat hedefimiz için önemli bir itici güç olacak." dedi.

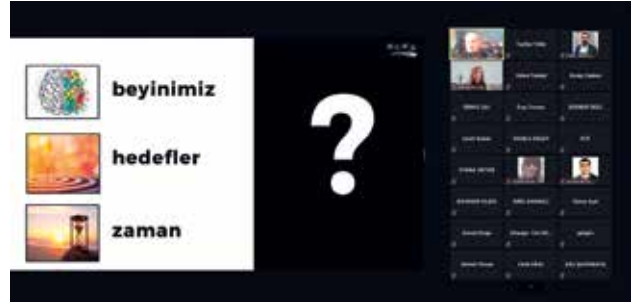
RESMİ GAZETE'DE YAYIMLANDI

TBMM Genel Kurulu'nda kabul edilen Türkiye İhracatçılar Meclisi ile İhracatçı Birliklerinin Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, Resmi Gazete'de yayımlandı. Kanuna göre Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Türkiye İhracat Kredi Bankası Anonim Şirketi'nin öz kaynaklarıyla kurulan İhracatı Geliştirme Anonim Şirketi'ne, ihracatçı birliklerince gerekli sermaye katkısı sağlanacak. İhracatı Geliştirme AŞ'ye aktarılmak üzere FOB ihracat bedelinin on binde üçüne kadar (hizmet sektörlerinde brüt asgari ücretin on katına kadar) kesinti yapılacaktır. Türkiye İhracat Kredi Bankası AŞ, diğer kamu bankalarına halihazırda tanınan istisna ve muafiyetlere sahip olacak. Serbest bölge kurucu ve işletici şirketlerin, serbest bölgelerin kurulması ve işletilmesiyle ilgili faaliyetlerden elde ettikleri kazançlar, 30 yılı geçmemek üzere gelir veya kurumlar vergisinden istisna tutulacaktır. Bu istisna, münhasıran alım satım veya depo işletmeciliği faaliyet ruhsatı sahibi kullanıcılarından elde edilen kazançları kapsamayacaktır.

“Mühendis insanı olmak”



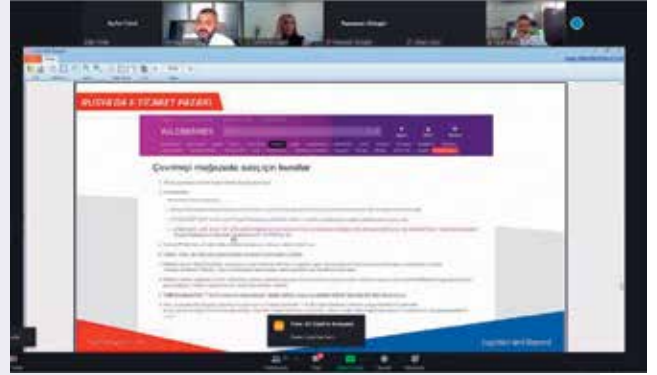
DENİB Akademi tarafından düzenlenen “Mühendis İnsanı Olmak” eğitimi, 28 Temmuz’da Mins Danışmanlık’tan Gökhan Aydoğdu tarafından çevrim içi olarak gerçekleşti. Beyinde zorluklarla nasıl başa çıkıldığı, algı ve kültürün nasıl oluştuğu hakkında bilgilerin verildiği eğitimde;



hedef koymanın önemi ve farkındalığa vurgu yapıldı. Aydoğdu’nun çalışma ve şansın ne kadar önemli olduğunu anlattığı eğitim programında ayrıca bir günün nasıl geçirildiği, zamanın en çok nerede harcandığı, kuşak farklılıkları ve geleceğe değinildi.

Rusya’da e-ihracat kapsamlı olarak anlatıldı

DENİB Akademi organizasyonunda 12 Ağustos’ta Logitrans Lojistik’ten Sertalp Demirağ tarafından “Rusya’da E-İhracat” konusunda çevrim içi eğitim düzenlendi. Dünyada e-ihracat ve pazar yerleri hakkında bilgilendirmeyle başlayan eğitimde Sertalp Demirağ; sınır ötesi e-ticaretin zorluklarından, firmaları hangi ülkeleri hedeflemesi gerektiğine kadar kapsamlı bir anlatım gerçekleştirdi. Demirağ; Rusya özelinde verdiği e-ihracat eğitiminde çevrim içi pazaryerlerine nasıl girileceğini, Rusya’nın tüketici alışkanlıklarını, ürünlerin nasıl hızlı kargo ile gönderilebileceğini, yurt dışında ürünlerin depolanmasını ve para transferi konularında bilgilendirmeye bulundu.



LinkedIn etkin kullanımı

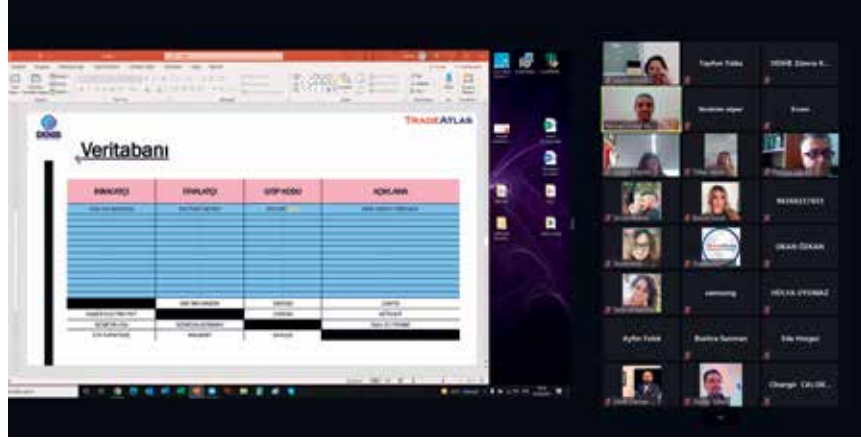


DENİB Akademi çatısı altında “LinkedIn Etkin Kullanımı” hakkında kapsamlı bir eğitim düzenledi. RC Group Linkedtips’ten Rabia Altunay’ın 18 Ağustos’ta verdiği çevrim içi eğitimde LinkedIn pek çok başlık altında ele alındı. LinkedIn’in Ekim 2020 verilerinin paylaşıldığı eğitimde Altunay; etkin LinkedIn kullanım yolları, LinkedIn’de güçlü bireysel profil (kişisel marka) yaratmak, LinkedIn’de doğru network geliştirmek ve LinkedIn’de içerik oluşturmak-etkileşime geçmek konularını detaylarıyla katılımcılarla paylaştı.



Ticari istihbarat konuşuldu

Trade Atlas'tan Nevsal Zülküf Alhas tarafından "Ticari İstihbarat" konusunda DENİB Akademi için eğitim düzenlendi. Ticari istihbaratın tanımıyla başlayan eğitimde Alhas, yeni müşteriler bulmak için nasıl kullanıldığını ve rakiplerin müşterileri ile tedarikçilerini görüntülemesini aktardı. Nevsal Zülküf Alhas eğitim kapsamında firma düzeyinde fiyat bilgisi, birim fiyat analizi; detaylı istihbarat yöntemleri (benzer ve tamamlayıcı ürünler, girdi çıktı analizleri), küresel tedarik zincirlerini çözümü konularının yanı sıra firma, ürün ve sektör özelinde katılımcıların talebi doğrultusunda canlı örnek çözümlerini anlattı.



Pandemi sonrası stratejik planlama

DENİB Akademi'nin eylül ayı takviminde düzenlediği ilk eğitim, "Pandemi Sonrası Stratejik Planlama" üzerine gerçekleşti. TİM-TEB Girişim Evi'nden Taner Baltacı'nın verdiği çevrim içi eğitim 1 Eylül Çarşamba günü düzenlendi. Baltacı katılımcılara stratejik yönetime geçiş, şirketlerde problemlerin, kurumsallaşma ve gelişmenin göstergeleri, stratejik planlamanın iş akışı, stratejik açılımlar ve stratejik planlama hedefler ağ hakkında bilgilendirmede bulundu.



Yeni dönemde müşteri ilişkileri yönetimi



Academy İstanbul'dan Cenk Kurt tarafından verilen "Yeni Dönemde Müşteri İlişkileri Yönetimi" eğitimi DENİB Akademi organizasyonunda 9 Eylül'de gerçekleşti. Geleneksel müşteri davranışları ile yeni nesil müşteri davranışlarının anlatıldığı eğitimde Cenk Kurt; misafir ziyareti ile müşteri ziyareti karşılaştırmasına değindi. Müşteri ilişkilerini ölçme tekniklerini paylaşan Kurt; uzaktan müşteri yönetimi, yeni nesil ilişki yönetimi ve puzzle yöntemi ile müşteri yönetimini katılımcılara aktardı.

TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi kuruldu



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), “Dünyayı Tüketmeden, Dünya için Üretiyoruz” mesajıyla duyurduğu TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı’nın ilk hedefine yönelik TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi oluşturdu. Komite; İklim Değişikliği, Sürdürülebilirlik ve Avrupa Yeşil Mutabakatı hedefleri doğrultusunda ihracatçılara yol göstermek amacıyla çalışacak.

TİM Sürdürülebilirlik Eylem Planı’nın ilk hedefine yönelik TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi oluşturdu.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracat hedefine ulaşmak, “Made in Türkiye” markasını güçlendirmek ve gelecek nesillere daha iyi bir Türkiye bırakmak amacıyla çalışmalarına tüm hızıyla devam ediyor. TİM bu kapsamda başlattığı Eylem Planı’nın ilk hedefine yönelik TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi’ni oluşturdu. Bilim Komitesi’nin ilk istişare toplantısı, TİM Başkanı İsmail Gülle’nin ev sahipliğinde; iş insanları, rektörler, akademisyenler, İhracatçı Birlikleri Sektör Kurulları temsilcileri, kamu ve özel sektörden ilgili paydaşların katılımıyla yapıldı. Komite üyelerine Eylem Planı’nı aktaran Gülle, üyelerin görüş ve önerilerini dinledi.

TİM Başkanı İsmail Gülle, Türkiye İhracatçılar Meclisi ve İhracatçı Birlikleri ile sürecin başarıyla tamamlanabilmesi adına var gücüyle çalıştıklarını belirterek şunları kaydetti: “Çalışmalarımıza yol göstermesi amacıyla TİM tarihinde ilk kez İklim Değişikliği Komitesi ve Kadın Konseyimiz bünyesinde “Sürdürülebilirlik ve İklim” başlıklarında alt çalışma komiteleri oluşturduk. Enerji Yoğun, Kaynak Yoğun ve Tarım Sektörü ana gruplandırması ile üç farklı TİM Avrupa Yeşil Mutabakatı

Farkındalık Toplantısı düzenledik. İhracatçı Birlikleri bünyesinde görev yapan personelimizin iklim değişikliği konusunda yeterliliğini artırmak amacıyla Boğaziçi Üniversitesi İklim Değişikliği ve Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi iş birliğinde İklim Değişikliği ve AB Yeşil Düzen Eğitimi düzenledik. Avrupa Katılım Öncesi Yardım Aracı IPA III Proje çağrısını Yeşil Gündem ve Sürdürülebilirlik başlığında hazırladık. İSTKA proje çağrısı için ihracatçılarımızın sınırda karbon düzenlemesine uyum sağlaması amacıyla Sıfır Karbon Fasilitasyon Merkez” proje başvurusunda bulunduk. COSME Programı Avrupa Hafif Sanayisinde İnovasyon ve Teknoloji çağrısı çerçevesinde ihracatçılarımızın dijital, teknolojik ve yeşil dönüşüm adımlarını hızlandıracak bir proje başvurusu yaptık. İTÜBİTAK Ağlara Üyelik Desteği kapsamında Avrupa İklim Ağına üyelik başvurumuz kabul edildi. Ayrıca İklim Sohbetleri serisine başladık. İlk programı AB Türkiye Delegasyonu Başkanı, Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut teşrifleriyle gerçekleştirdik. İEylem Planımızdaki 12 ana hedefle çıktığımız bu yolda sürdürülebilirlik noktasında ülkemizi markalaştıracamız.”

TİM Kadın Konseyi, yol haritasını paylaştı

TİM Kadın Konseyi, Ankara'da Ticaret Bakanı Mehmet Muş ile eylül ayının ilk haftasında bir araya geldi. Konsey, yaptığı ziyarette Ticaret Bakanı Muş'a yol haritasını ve projelerini aktarma imkânı buldu.



TİM Kadın Konseyi, Ankara'da TİM Başkanı İsmail Gülle'nin başkanlığında, 3 Eylül'de Ticaret Bakanı Mehmet Muş'u ziyaret ederek projelerini ve yol haritasını paylaştı.

“KONSEYİMİZ ÇALIŞMALARINI İLE DİKKAT ÇEKİYOR”

TİM Kadın Konseyi'nin her geçen gün daha da büyüdüğünü dile getiren TİM Başkanı İsmail Gülle: “Konseyimiz; Dijital İletişim'den, Uluslararası İlişkiler'e; Eğitim ve Mentorluk faaliyetlerinden, Toplumsal Farkındalık ve iklim çalışmalarına kadar geniş bir

yelpazede dokuz ayrı komiteyi bünyesinde barındırıyor ve üye sayımız her geçen gün artıyor. Bu çerçevede konsey üyelerimiz, çok kısa bir süre içerisinde TİM Women Export Talks'lardan, fiziki ve sanal ticaret heyetlerine, ihracatta Sıfır Atık Projesi'nden, TİM Kadın Sürdürülebilirlik Raporu'na kadar pek çok önemli projeye imza atarak, önemli bir sorumluluk üstlendiler. TİM olarak, yeni dönemde de, kadın girişimcilerimize yönelik projelerimize hız kesmeden devam edeceğiz. Bu kapsamda önde gelen çalışmalarımız arasında Turkish Women In Global Trade Projesi, Türkiye Kadın İhracatçılar Çalıştayı, İhracatın Güçlü Kadınları Ödül Töreni, İhracatın Güçlü Kadınları Film, TİM-TEB Girişim Evi Kadın Girişimci Hızlandırma Programı bulunuyor.” ifadelerini kullandı.

TİM ve THY'den yeni iş birliği

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM), ihracatçının lojistik maliyetlerini azaltmak için Türk Hava Yolları (THY) ile daha önce yapmış olduğu indirimli kargo taşımacılığına yönelik iş birliği anlaşmasının kapsamı genişletildi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracatçının hava kargo taşımacılığında maliyetlerini azaltarak ihracatını artırması için yaptığı çalışmalara tüm hızıyla devam ediyor. Bu kapsamda TİM ve THY, geçen yıl küresel ticarete Türk ihracatçısına büyük avantaj sağlayan bir iş birliğine imza attı. Turkish Cargo ek kapasite ve ihracatçıların yoğun olarak kullandığı 28 destinasyon için yüzde 10 ile yüzde 30 arasında indirim uyguluyordu. Türkiye'nin ihracat seferberliğine büyük katkıda bulunan iş birliği sayesinde dört ayda toplam 1,2 milyar dolara yakın yüksek katma değerli ürün ihracatı gerçekleştirilirken, söz konusu anlaşmanın kapsamı da genişletildi.

35 ÜLKEDE, 46 DESTİNASYON

TİM ve THY arasında imzalanan yeni protokolle genel kargo, yumurta, yaş meyve ve sebze ile balık kapsamındaki Türk ihracat ürünlerinin yurt dışındaki 35 ülkedeki 46 destinasyonda hava kargo ile taşınmasında yüzde 10 ila yüzde 35 aralığında indirim uygulanacak. Kampanya ile 6 bin 50 tonluk ek bir kapasite ayrılırken, ürün gamları da genişletildi. Ürün muhteviyatlarıyla birlikte ürün gamları sadece ton özelinde değil, ton altında da sağlandığı kampanya 31 Aralık 2021 tarihine kadar devam edecek.



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İŞ ÖDÜLLERİ

DENİB üyesi üç firma finalde

Değişimi teşvik etmek ve sürdürülebilir iş modellerine geçişi hızlandırmak adına ekim ayında düzenlenen Sürdürülebilir İş Ödülleri 2021 için jüri toplam 15 kategoride, finale kalan firmaları belirledi. DENİB üyesi üç firma, projeleri ile finale kalmaya hak kazandı.



Sürdürülebilir gelecek için iş dünyasının ekonomik, çevresel ve sosyal etkilerini proaktif olarak ele alıp yöneterek önemli etkiler yaratmış projelerini vurgulamak, model oluşturarak değişimi teşvik etmek amacıyla bu yıl sekizincisi verilecek ödüllerde finalistler belli oldu. Jürinin zorlu bir değerlendirme süreci ile 15 kategoride belirlediği firmalar arasında Denizli'den üç firma var. "Sürdürülebilirliğin Oscarları"nı kazananlar, kasım ayında yapılacak çevrim içi Ödül Töreni'nde açıklanacak.



ASLITEKS

**SU YÖNETİMİ KATEGORİSİ
FİNALİSTİ**

Tekstil Terbiye İşletmelerinde Kumaş Üretim Proseslerinde Sürdürülebilirliği Artırmaya, Su Tüketimini Azaltmaya Yönelik Çalışmalar



OZANTEKS

**SÜRDÜRÜLEBİLİR İNOVASYON-
PROSES FİNALİSTİ**

Tekstil Materyallerinin Sürdürülebilir Doğal Boyar Maddelerle Boyanması



ZORLUTEKS

**ÇEŞİTLİLİK VE KAPSAYICILIK
FİNALİSTİ**

EcoDesign



ASLITEKS GENEL MÜDÜRÜ SELİM KASAPOĞLU: “SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ARTTI, SU TÜKETİMİ AZALDI”

“Kurumların çeşitli alanlarda etki yaratmış projelerini öne çıkararak sürdürülebilir iş modellerine geçişi hızlandırmak amacıyla düzenlenen Sürdürülebilir İş Ödülleri’nde Aslitek olarak “Su Yönetimi” kategorisinde finale kalmayı başardık. Yaşanabilir bir gelecek için tekstil terbiye işletmelerinde ve kumaş üretim proseslerinde sürdürülebilirliği artırmaya, su tüketimini azaltmaya yönelik çalışmaları önemsiyoruz.”



OZANTEKS GENEL MÜDÜRÜ OZAN KATRANCI: “ATIK DEĞERLENİRKEN FAYDALI BİR ÜRÜN ELDE EDİLDİ”

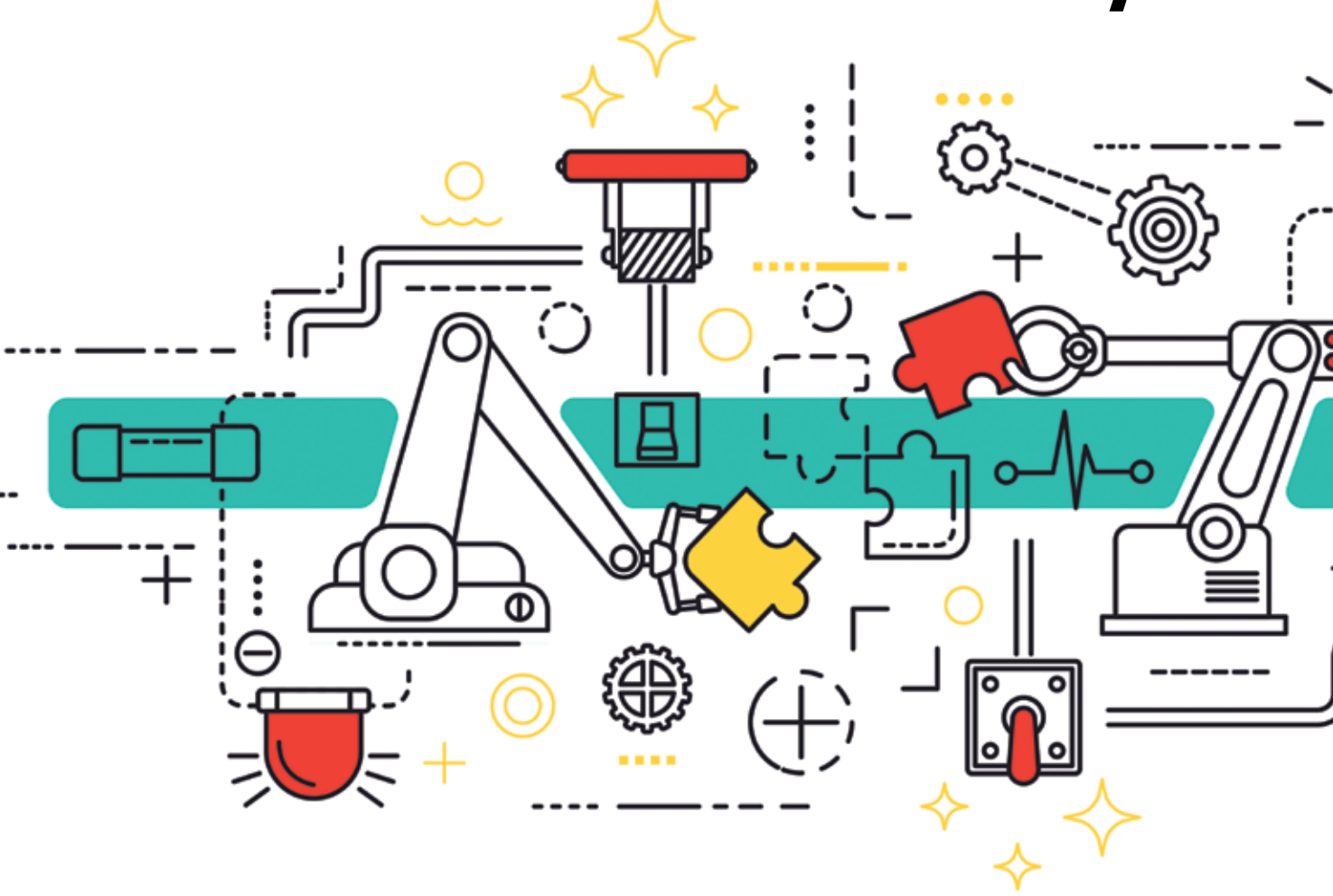
“Ozanteks ailesi olarak tekstil endüstrisinin dünyayı en fazla kirleten ikincil endüstri olduğunun farkındayız. Bu sebeple hizmet ve ürünlerimizin tasarımından müşteriye teslimine kadar olan tüm aşamalarda; çevre etkileşimlerini gözden geçiren, çevreye verilebilecek olumsuz etkilerin en aza indirilmek için yapılacak çalışmalara yön veren bir sürdürülebilirlik yaklaşımı benimsiyoruz. Ozanteks olarak AR-GE faaliyetlerimizde çevresel sürdürülebilirlik kavramının değerini ön planda tutuyoruz. Toplam kurulu gücü 20 MW aşan güneş enerjisi santrallerimiz ile üretim yapmak için tükettiğimiz enerjinin tamamını temiz enerji ile karşılıyoruz. Doğal kaynakların sürdürülebilirliğinin değerini benimsiyor ve yaşadığımız dünyanın gelecek nesillere yaşanması bir biçimde aktarılması gerektiğine inanıyoruz. Doğal boyalar toksik madde içermemeleri, alerjik olmamaları ve çevreye zarar vermemeleri nedeniyle son yıllarda daha çok ilgi çekiyor. Sürdürülebilirlik İş Ödülleri’nde finale kaldığımız bu çalışmamızda kullanılan doğal boyar maddelerin, bitkisel atıklardan ve ülkemiz bitki örtüsünde çokça yetişen bitkilerden elde edilmesi amaçlandı. Bu sayede hem bir atığın değerlendirilmesi hem de çevre ve sağlık açısından faydalı bir ürün elde edilmesi sağlandı. Ayrıca standart boyama prosesine (reaktif boyama) oranla doğal boyama yapılarak; yüzde 60 kimyasal, yüzde 50 su ve yüzde 15 oranında enerji tasarrufu elde edildi. Yaptığımız bu yenilikçi çalışmamız için patent başvurumuz da gerçekleşti.”



ZORLUTEKS GENEL MÜDÜRÜ CEMİL ÇİÇEK: “KARBON AYAK İZİ YÜZDE 50’YE VARAN ORANDA AZALDI”

“Zorluteks olarak Zorlu Holding’in Akıllı Hayat 2030 strateji çerçevesinde yenileyici iş modelimizle sürdürülebilir geleceğin inşasına katkı sağlamaya devam ediyoruz. Bu konudaki etkimizi Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ve Avrupa Yeşil Mutabakat Çağrısı’nı (European Green Deal) rehber alarak yönetiyoruz. Bu çerçevede yaptığımız AR-GE ve teknoloji yatırımlarıyla ürün bazında su ve karbon ayak izini hesaplayabiliyoruz. Aynı zamanda sürdürülebilir ürün kategorisini önümüzdeki süreçte daha da genişletmeyi hedefliyoruz. Bu amaçla Zorluteks olarak tüketicilerin beğenisine sunduğumuz ve Sürdürülebilir İş Ödülleri’nde bu sene finale kalan Ecodesign projemiz ile karbon ayak izini yüzde 50’ye varan oranda azaltıyoruz. Daha az su, enerji ve kimyasal kullanılarak üretilen Ecodesign ürün gamı kapsamında nevresim takımı, masa örtüsü, dekoratif yastık kılıfı gibi birçok ürün üretilebilecek. Zorluteks olarak sürdürülebilirlikte sahip olduğumuz bu uzmanlıkla önümüzdeki dönemde de Türkiye’de ve dünyada çevre dostu üretimin öncüsü olmaya devam edeceğiz.”

Tedarik zincirinde HAM MADDE KRİZİ ihracatı zora sokuyor



Türk imalatçıları, küresel pandemi krizinden siparişlerini artırarak toparlanma sürecini sürdürülebilir kılmayı başardı. Fakat siparişlerin çoğalması, istihdama katkı sağlasa da tedarik zincirindeki kırılmalar, ihracatı olumsuz etkiliyor. Firmaların tedarik zincirlerindeki kesintilerden ve ham madde krizinden korunmak için güvenlik stoku oluşturmaları; üretim öncesi stoklarda 2017'nin sonlarından bu yana gözlenen en hızlı artışa yol açtı.

Türkiye imalat sektörü, 2017 yılından bu yana en yüksek stok artışını eylül ayında yaşadı. Rakamların bu denli yükselişte olduğu ise İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) paylaştığı ekim ayı Türkiye İmalat Satınalma Yöneticileri Endeksi (PMI) ile gözler önüne serildi.

Satınalma Yöneticileri Endeksleri (Purchasing Managers' Indices-PMI), ekonomik faaliyet koşullarının ölçümü konusunda gerek küresel piyasalar gerekse ekonomi basını tarafından yakından takip edilen göstergeler arasında yer alıyor. PMI'ların 50'den büyük olması önceki aya kıyasla bir iyileşmeye ya da artışa işaret ederken 50'den küçük rakamlar önceki aya göre kötüleşme ya da düşüş olarak değerlendiriliyor. Bu çerçevede son dört aya bakılırsa PMI endeksinin 51,2 düzeyinde olduğu gözüküyor.

TEMMUZ: PMI 54,0

İmalat sektörü temmuz ayında yükselişini sürdürdü. Ekonomistler bu rakamlar ışığında temmuz ayını şu şekilde değerlendirdi: Kısıtlamaların gevşetilmesine bağlı olarak üretim, 2020'den bu yana en güçlü artışını kaydetti. İstihdam ve satın alma faaliyetlerinde büyüme hız kazandı. Ancak girdi maliyetlerinde yıl başından beri en hızlı artış gerçekleşti.

AĞUSTOS: PMI 54,1

Üreticiler ağustos ayında da çalışmalarına hız kesmeden devam etti. Ekonomistler PMI 54,1'i şu şekilde değerlendirdi: İhracattaki güçlü büyüme, yeni siparişlerin artmasına yardımcı oldu. İstihdamda 2020'ninbaşından bu yana en hızlı artış kaydedildi. Ancak tedarik zincirlerinde aksamalar devam etti.

EYLÜL: PMI 52,5

Sinyaller bu ay daha hızlı çalmaya başladı. PMI 50'nin altına düşmemiş olsa da ekonomistler şu değerlendirmede bulundu: Üretim ve yeni siparişlerde üst üste dördüncü artış kaydedildi. Artan iş yükü nedeniyle firmalar istihdamı ve satın alma faaliyetlerini genişletti. Ancak enflasyon oranları yüksek seviyelerini korudu.

EKİM: PMI 52,2

Üretim son beş ayda ilk kez yavaşladı. İhracattaki büyümeye rağmen yeni siparişler hız kesti. Hem nihai ürün fiyatları hem de girdi maliyetlerinde daha keskin artışlar kaydedildi.

RAKAMLAR, İŞ HACMİNDE BÜYÜMEYE İŞARET EDİYOR

Türkiye ekonomisinde yaşanan iş hacmindeki büyüme, firmaların pandeminin etkilerini bertaraf ettiğinin büyük bir göstergesi... Aynı zamanda yeni siparişlerdeki artış, istihdamda da olumlu ivmelenmeyi işaret ediyor. Sektörlerin çoğunda yeni siparişler arttı. Üretimde olduğu gibi yeni siparişlerde de en hızlı büyüyen sektör giyim ve deri ürünleri oldu. Son anketin genel sonuçlarından birisi, uluslararası talepteki iyileşmenin toplam yeni siparişleri desteklemesi yönünde. Kara ve deniz taşıtları sektörü istisna olmak üzere dokuz sektörde yeni ihracat siparişleri yükseldi. Ana metaller ile makine ve metal ürünler sektörleri, üçüncü çeyrek sonunda istihdam artışına öncülük etti. Kapasite artışları, çoğu sektörde firmaların iş yüklerini genel anlamda yönetebilmelerini sağladı. Birikmiş işler yalnızca kimyasallar, plastik ve kauçuk sektöründe arttı. Fakat geçen sene dünyayı etkileyen çip kriziyle beraber ham madde tedarikinde yaşadığı zorlanma, döviz kurunun girdi maliyetlerindeki artışı; üreticileri teslimat sürelerinde gecikmeye ve satın alma stok hacminde dengesizliğe itiyor.

Arz tarafında yaşanan zorluklar enflasyonist baskıların artmasına katkı yaptı ve girdi maliyetleri enflasyonu

Türkiye ekonomisinde yaşanan iş hacmindeki büyüme, firmaların pandeminin etkilerini bertaraf ettiğinin büyük bir göstergesi oldu.



genel olarak yüksek düzeyde kaldı. En hızlı artış metalik olmayan mineral ürünler sektöründe gerçekleşirken bu sektörü kimyasal, plastik ve kauçuk ürünler yakından takip etti. 10 sektörün tümünde satış fiyatları artış kaydederken, en hızlı artış metalik olmayan mineral ürünler sektöründe yaşandı.

Girdi stoklarının artış ve azalış gösterdiği sektör sayısının aynı olması, stok biriktirme yönünde kimi çabalar olduğuna işaret ediyor. Öte yandan makine ve metal ürünleri ile ana metaller sektörlerinde stoklar uzun süreli düşüşün ardından yatay seyretti. Tedarik zincirindeki söz konusu düzensizlik ise denge kurmaya çalışan ihracatçıyı etkiliyor.

HAM MADDE KRİZİ TESLİMAT SÜRELERİNİ ARTIRIYOR

Dünya Bankası'nın haziran ayı raporuna göre Ham Madde Fiyat Endeksi, geçen seneye kıyasla yaklaşık yüzde 18 daha yüksek. Bu rakam elbette her sektörde farklılık gösterse de günün sonunda sanayicinin üretim bandında yavaşlamaya gittiği gözlemleniyor. Ham madde fiyatlarının artması ise beraberinde nihai üründe fiyat artışı ve teslimat sürelerinin gecikmesine neden oluyor. Tüketici de bu fiyat artışından direkt etkileniyor.

Açıklanan verilere göre Türk imalat sanayinde ham madde krizi yaşamayan sektör yok gibi... Her

ne kadar sektör temsilcileri, 2022 yılında bu ivmelenmenin bir nebze aşağı yönlü ineceği kanısında olsa da rakamlar oldukça çarpıcı... Örneğin plastik sektöründe ham madde olarak kullanılan Polivinil Klorid'in (PVC) ton fiyatı geçen yıl Mayıs aylarında 700 dolar bandında iken bu rakam Eylül itibarıyla 2 bin 800 dolar seviyelerine kadar yükseldi. Alçak Yoğunluk Polietilen'nin (AYPE) ton fiyatı geçen yıl 900 dolar seviyelerinde seyrederken şu an bin 950 dolar düzeyine çıkmış durumda. Çimento sektöründe de rakamlar yukarı yönlü hızlı bir şekilde ilerliyor. Pandeminin de etkilerinin yansıdığı 2016-2020 yılları arasında petrokok fiyatlarına yüzde 175, elektrik fiyatlarına yüzde 127, ithal kömür fiyatlarına ise yüzde 125 oranında zam geldi. Üretici Fiyatları Endeksi'ne (ÜFE) göre 2016-2020 döneminde çimento fiyat endeksi yüzde 80 arttı. Çelik sektöründe ham madde olarak kullanılan hurdanın ton fiyatı ise Eylül ayında, geçen senenin aynı ayına göre yüzde 46 yükselerek 434 dolara ulaştı.

Elbette navlun fiyatlarındaki yükseliş ve konteyner krizi gibi etkenler de ihracatçıyı zora sokmaya devam ediyor.

GÜVENLİK STOKLARI OLUŞTURULUYOR

İmalatçılar ve özellikle ihracat yapan üreticiler, satın alma politikaları doğrultusunda çeşitli stratejiler geliştiriyor. Bu konuda en yaygın alınan önlem ise üretim gereksinimlerindeki yükselişe bağlı olarak girdi stoklarını arttırma yönünde. Çünkü firmalar tahminlerindeki belirsizlik ve talebin tahmin edileni aşması durumunda ürün yokluğu ile karşılaşılmasından dolayı bu yönde bir tutum izlemeye üretim çok önemli boyutlarda aksayabiliyor.

PMI veri değerlendirmelerinde de bu durum tabloya açıkça yansımış durumda. Zira stok hacminin üst üste ikinci ay arttığı görülüyor. Ayrıca firmaların tedarik zincirlerindeki kesintilerden korunmak için güvenlik stoku oluşturmaları, üretim öncesi stoklarda

Pamuktaki istikrarlı üretim fiyata, tekstil fiyatı konfeksiyona, üretilen ürünler de ihracata yansıyor. Ancak geçen sene patlak veren pamuk krizi, sektörü zorlamaya devam ediyor.

Gübre üretiminde kullanılan ham maddeler bakımından yüzde 95 dışa bağımlı olan Türk tarım sektörü, dünyada yaşanan doğalgaz ve buna bağlı amonyak krizi ile dövizdeki artışa bağlı olarak ciddi sorunlarla karşı karşıya kalıyor.

2017'nin sonlarından bu yana gözlenen en hızlı artışa yol açtı.

TEKSTİLDE PAMUK KRİZİ BÜYÜYOR

Türkiye, dünyada sayılı tekstil ve konfeksiyon ihracatçıları arasında yerini sağlamlaştırdı. Bu alandaki ihracatla dünya beşincisi konumunda bulunuyor ve Avrupa'nın tedarikinde Çin'den sonra ikinci sırada yer alıyor. Ev tekstilinden giyim eşyalarına kadar tüm tekstil ürünlerinin ham maddesi kabul edilen pamukta ise fiyatlar, üreticiyi zora sokuyor. Üretimde pamuk fiyatlarının uzun vadeli seyrinde istikrar önemli. Pamuktaki istikrarlı üretim fiyata, tekstil fiyatı konfeksiyona, üretilen ürünler de ihracata yansıyor. Ancak geçen sene patlak veren pamuk krizi, sektörü zorlamaya devam ediyor.

Enerji ve gıda ürünlerinin ardından başta tekstil olmak üzere sanayide stratejik bir ham madde olan pamuğun yön verdiği kumaş ve iplik fiyatları, artık günlük olarak değişiyor. Pamuk fiyatları uluslararası borsalarda eylül ayında yüzde 14, 2021 yılı Ocak-Eylül arasındaki dönemde ise yüzde 47 arttı. Son bir yılda ise pamuk fiyatları 67 dolardan 114 dolara çıktı, değişim yüzde 70'i buldu.

Bu göstergeler ise pamuk fiyatlarının son 10 yılın en yüksek düzeyine çıktığının resmi oldu.

TARIMDA HAM MADDE KRİZİ, GIDAYI TEHDİT EDİYOR

Tarım sektöründe üreticiler, son dönemde hiç olmadığı kadar zora girdi. Zira gübre fiyatları, yukarı yönlü seyrini durmaksızın sürdürüyor. Gübre fiyatlarının aşırı yükselmesi, tarım ve gıdanın geleceğini tehdit ediyor ve bu süreç tamamen farklı alanların birbirini tetiklemesi ile oluşuyor. Gübre üretiminde kullanılan ham maddeler bakımından yüzde 95 dışa bağımlı olan Türkiye, dünyada yaşanan doğalgaz ve buna bağlı amonyak krizi ile dövizdeki artışa bağlı olarak ciddi sorunlarla karşı karşıya kalıyor.

Ham maddesi doğalgaz olan amonyak, büyük oranda gübre üretiminde kullanılıyor. Amonyak üretim tesisleri doğalgazı hem ham madde hem de üretimde enerji olarak kullandığından, zamlardan çift yönlü etkileniyor. Bu da globalde amonyak tesislerinin kapanmasına veya üretimin azalmasına yol açtı.

OTOMOTİVDE KRİZ ÜSTÜNE KRİZ

Otomotiv üretiminde de bir kriz bitmeden diğeri başlıyor. Yarı iletken (çip) krizi derinleştiği için dünya çapında birçok fabrikada üretimde yeni duruşlar açıklanırken, küresel tedarik zincirinde yaşanan problemlere yenileri eklendi. Otomotivcinin küresel tedarik zincirinde yarı iletken bulamaması, ham madde fiyat artışları ve konteyner krizi kaynaklı yaşadığı darboğazlara

Otomotivcinin küresel tedarik zincirinde yarı iletken bulamaması, ham madde fiyat artışları ve konteyner krizi kaynaklı yaşadığı darboğazlara yenileri eklendi. Liman sıkışıklığı, sürücü bulunurluğu ve magnezyum tedariki sorunları üretimi daha da yavaşlattı.



yenileri eklendi. Liman sıkışıklığı, sürücü bulunurluğu ve magnezyum tedariki sorunları üretimi daha da yavaşlattı.

Yarı iletken tedarikindeki sıkıntılar nedeniyle bu yıl 7,7 milyon adet üretim açığının oluşması ve bunun sektörde 210 milyar dolarlık gelir kaybına yol açması bekleniyor.

Tedarikçi tarafında ise bu gelişmeler nedeniyle ani sipariş iptalleri artıyor.

Özellikle küçük tedarikçiler, ayakta kalma mücadelesi veriyor ve bu durum giderek zorlaşıyor. Volkswagen'in

Wolfsburg fabrikasında bu yıl, şimdiye dek 300 bin araç üretildi. Bunun 1958 yılından bu yana kaydedilen en düşük sayı olduğu açıklandı. Kaynaklar, 1958 yılından bu yana geçen 63 yıllık süreçteki

en düşük sayı olduğunu söylüyor. Üstelik bu rakam, söz konusu fabrikanın pandemiden önceki ortalamasının da çok altında. En büyük iki otomotiv yarı iletken alıcısı olarak Volkswagen ve Toyota'nın 4'er milyar dolar değerinde yarı iletken aldığı biliniyor.

Yarı iletkene ihtiyaç duyan sektörler elbette yalnızca otomotiv değil. Bilişimden savunma sanayine, makine imalatından beyaz eşyaya kadar pek çok sektörü etkiliyor. Otomotiv sektöründe yaşanan kriz, gözleri yarı iletkenlere çevirmiş olsa da küresel otomobil endüstrisi yaklaşık 37 milyar dolar değerinde çip satın alırken, Apple tek başına 56 milyar dolar değerinde yarı iletken tedarik ediyor. Samsung ise 36 milyar dolar değerinde yarı iletken kullanıyor.

ENERJİ KRİZİ, DÜNYA EKONOMİSİNİ ÇARPTI

Enerji krizi, birdenbire dünya ekonomisini etkisi altına aldı. Eylül ayında ortalama ham petrol fiyatı, geçen yılının eylül ayına göre yaklaşık yüzde 80, kömür fiyatı yüzde 240, doğal gaz fiyatı yüzde 470, sıvılaştırılmış doğal gaz (LNG) fiyatı ise yüzde 135 oranında arttı. Enerji ham madde fiyatlarındaki artış, senenin ilk aylarından bu yana hızlandı ise de asıl



Yükselen gaz fiyatları, gaz ithal ettiği ülkelerle sözleşmelerinin bu yıl sona ermesi sebebiyle Türkiye'yi de etkileyecek.



yukarı doğru hızlı ivme haziranda başladı. Petrol ve kömürde fiyatlar, finansal kriz öncesine geri döndü.

İngiltere’de toptan elektrik fiyatları, son on yılın ortalamasının 10 katından fazla arttı. Avrupa, gaz fiyatlarında şimdiye kadar yüzde 600’e varan bir yükseliş yaşadı. Almanya’da elektrik fiyatları, 2008 zirvesini aştı. Türkiye’de ise yılın son çeyreğinde artan fiyatların, çok daha yükselmesi bekleniyor. Çünkü yükselen gaz fiyatları, gaz ithal ettiği ülkelerle sözleşmelerinin bu yıl sona ermesi sebebiyle Türkiye’yi de etkileyecek. T.C Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Fatih Dönmez’in de işaret ettiği gibi başta gaz olmak üzere petrol, kömür ve genel olarak enerji fiyatları rekor seviyelere çıkmış durumda.

Yükselen enerji fiyatlarının, enflasyon üzerinde yarattığı baskı; ekonomik toparlanmaya yönelik riskler oluşturuyor. Doğalgaz, konutların ısınmasını ve bazı enerji santrallerinin çalışmasını sağladığı için şu anda tam da kış gelirken büyük önem taşıyan bir

meta hâlini almış durumda...

MOBİLYAYA HAM MADDE ZAMMI KAPIDA

Mobilya üretiminin ana ham maddesi olan ham MDF son bir yılda yüzde 100 zamlanırken, boya fiyatları da yükselmeye devam ediyor. Üretimde yaşanan maliyet artışlarının henüz fiyatlara yansımadağına işaret eden üreticiler, vatandaşa yansıyacak zamların kaçınılmaz olduğunu söylüyor. Bu durum elbette ihracatçı açısından da önem arz ediyor.

Mobilya sektörünün kapasite kullanım oranı Ocak-Eylül 2021 arasında yüzde 76 seviyelerinde seyretti. Ancak bu oran küçük işletmelerde yüzde 40’a kadar geriledi. Bunlara rağmen yılın dokuz ayında Türkiye’den yapılan mobilya, kâğıt ve orman ürünleri ihracatı; 2020’nin aynı dönemine kıyasla yüzde 28 artarak 4,97 milyar dolara ulaştı. Fakat hem üretim kapasitesi hem de kapasite kullanımının artırılması hâlinde dünya pazarından daha yüksek pay alabilir.

PARİS İKLİM ANLAŞMASI, YA SONRASI...

Şeffaflık ve hesap verebilirlik üzerine kurulu olan Paris İklim Anlaşması'na taraf olan Türkiye'nin bu süreçte hangi adımları atması gerektiğini mercek altına aldık.

Paris Anlaşması'nın onaylanmasının uygun bulunduğu dair kanun teklifi, TBMM Genel Kurulu'nda kabul edilmesinin ardından Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girdi. Ancak Türkiye, iklim krizine verdiği desteğin arkasında durmaya devam ediyor.

İKLİM KRİZİ ŞİDDETLENİYOR

İklim krizinin önüne geçmek amacıyla 197 ülkenin ortak hareket etmesi gerektiğini beyan ettiği Paris İklim Anlaşması; küresel sıcaklık artışını, 1,5°C ila 2°C arasında sınırlandırmayı amaçlıyor. Bu noktada 0,1°C'lik farklar bile hem halk sağlığı hem de iklim ve ekosistem dengesi için önem teşkil ediyor.

Zira Birleşmiş Milletler bünyesindeki Hükümetler Arası İklim Değişikliği Paneli'nin (IPCC) verilerine göre iklim krizi her yerde ve daha önce hiç görülmemiş düzeyde kötüleşmiş durumda. Rapor, küresel ısınmayla birlikte sıcak hava dalgalarının artacağını, sıcak mevsimlerin uzarken soğuk mevsimlerin de kısılacığı vurguluyor. IPCC verileri, ortalama yüzey sıcaklığındaki artış 1,5 dereceyi bulduğunda, yüzde 100 artması beklenen sel riskinin 2 derecelik bir ısınmayla yüzde 170'e ulaşacağını ortaya koyuyor. Şiddetli kuraklığa maruz kalan insan sayısı 1,5 derecelik bir artışta 350, 2 derecelik bir artışta ise 410 milyona çıkması öngörülüyor. Aşırı sıcak hava dalgalarının da dünya nüfusunun yüzde 9'u yerine, yüzde 28'ini etkileyebileceği söyleniyor.

TÜRKİYE ANLAŞMAYI İMZALARKEN EMİSYON AZALTIM TAAHHÜDÜ VERDİ Mİ?

İklimi korumak adına emisyonların azaltılması ve fosil yakıtların kullanılmaması önemli olsa da Paris İklim Anlaşması; taraf ülkelere belli bir emisyon azaltım hedefi dayatmıyor. Taraf ülkeler ne zaman ve ne kadar sera gazı azaltım taahhüdünde bulunacağına kendileri karar veriyor ve ulusal katkı beyanlarıyla iletiyor. Anlaşma, taraf ülkelerin kendi şartlarına göre hazırladıkları bu beyanları baz alıyor ve söz konusu ülkeleri her beş yılda bir bu beyanlarını iyileştirmeye

davet ediyor. 197 ülkenin niyet beyanı incelendiğinde 61 ülke mutlak azaltım, 10 ülke emisyon yoğunluğunu kontrol etme, 83 ülke ise referans senaryodan azaltım hedefliyor.

Türkiye, 2016'da Paris İklim Anlaşması'nı imzalarken BM Sekretaryası'na sunduğu ulusal katkı beyanı çerçevesinde karbon salınımını azaltma taahhüdü vermezken iki katından fazla artırabileceğini de belirtmişti. Beyana göre hiçbir önlem alınmadığı referans senaryoda karbon salınımının 1 milyar 175 tona ulaşacağı belirtilirken Türkiye "artıştan yüzde 21 azaltım" hedefiyle bunu 929 milyon tonda tutmaya çalışacağını söylüyordu. Ancak şimdi, Türkiye'nin ilk adım olarak "enerji, atık, ulaşım, binalar ve tarım" sektörlerindeki emisyon azaltım hedeflerini içeren ulusal katkı beyanlarını güncelleyip, BM Sekretaryası'na sunması planlanıyor. Yapılacak çalışmalar, Ocak 2022'de yapılacak İklim Şurası'nda değerlendirilecek.

Veriler, Türkiye'nin emisyon azaltımı için hiçbir önlem almadan bile hesapladığı miktarın çok altında sera gazı emisyonu ürettiğini ortaya koyuyor. TÜİK'in yayımladığı son sera gazı emisyonu envanterine göre 2019 yılında toplam emisyonlar 506,1 milyon ton CO2 olarak gerçekleşti ve azalma eğilimini sürdürdü.

Ancak Türkiye'nin Niyet Edilen Ulusal Katkı Beyanı'nda verdiği hedefin yeterli olmadığını belirtmekte fayda var. Zira tüm ülkeler Türkiye gibi hedefler sunduğu takdirde, ortalama yüzey sıcaklığındaki artışın 4 dereceyi geçebileceği iddia ediliyor. Halbuki ısınmanın 1,5 ya da en kötü olasılıkla 2 derecenin altında tutulması gerekiyor.

Türkiye'nin akranları olarak değerlendirilebilecek ülkelerden Arjantin ve Brezilya, emisyonlarını 2030 yılında 2005 yılı seviyesinin altına indirmeyi, Meksika ise 2026 yılında en yüksek emisyon seviyesine ulaştıktan sonra emisyonlarını düşürmeyi hedefliyor. AB, 2030 yılına kadar emisyonlarını 1990 yılına kıyasla yüzde 55 oranında azaltmayı ve en geç 2050'de karbon nötr olmayı



planlıyor. Çin ise 2060 için karbon nötr olma hedefini açıkladı.

Yakın zamana kadar Türkiye'nin bu yönde bir hedef veya öngörüsü bulunmuyordu ancak Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan geçen ay, Türkiye'nin 2053 yılında sıfır emisyonlu bir ekonomiye dönüşmesi yönünde bir vizyon oluşturulacağına ve bir yeşil kalkınma devrimi başlatılacağına da dikkat çekti. Bu kapsamda, yeşil teknolojik dönüşümü sağlayacak yeni teknolojik firmalar ortaya çıkacağı ve iklim tabanlı teknolojinin finansmanında değişimler yaşanacağı öngörülüyor. Ayrıca fosil

yakıt olan kömür hayatımızdan kademeli olarak çıkacakken, Türkiye'nin uzun vadeye yayarak gerçekleştirdiği planlama ile kömür tüketimini 2053'e kadar sınırlayacağı belirtiliyor.

TÜRKİYE'NİN ANLAŞMAYA TARAF OLMASI EKONOMİYİ VE SANAYİYİ NASIL ETKİLİYOR?

Paris İklim Anlaşması enerjiden ulaşım, kentleşmeden sanayiye tüm sektörleri ilgilendiriyor ve iş yapış biçimlerini değiştiriyor. Hâliyle Türkiye'nin ekonomisinin zorunlu olarak yeniden şekilleneceği dile getiriliyor. Hazırlanacak yeni bir kalkınma modeline göre idari ve mevzuat yapılanmasında düzenlemelere gidileceği belirtiliyor.

Sanayiciler başta olmak üzere ihracat yapan tüm şirketler, Avrupa'nın sınırda karbon vergisine takılmamak için üretim teknolojilerini yeni kriterlere göre şekillendirecekken; üretilen makina, motor, tekstil, gıda, demir, çelik gibi ürünlerin ne kadar sera gazı emisyonu saldığı bilineceği ve uluslararası standartlara ulaşması için azaltılacağı belirtiliyor. Azaltamayan şirketlerin ise karbon vergisi vereceği söyleniyor.

Yapılan araştırmalar, Türkiye'nin aktif bir iklim politikası yürütmesi



TÜRKİYE'YE 3 MİLYAR 157 MİLYON DOLARLIK KAYNAK

T.C. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Paris Anlaşması kapsamında Türkiye'ye 3 milyar 157 milyon dolarlık kaynak sağlanacağını duyurdu. İklim değişikliğinin yol açtığı sorunları Yeşil Kalkınma Devrimi ile aşacaklarını dile getiren Erdoğan, Yeşil Kalkınma Devrimi ile de aynı başarıyı "karbon nötr" hedefli yatırımlarla her alanda yakalamakta kararlı olduklarını vurguladı. Erdoğan: "Ülkemizi her karış toprağı ile geliştirecek, milletimizin her bir ferдинin refahını artıracak projeleri hayata geçirmeye, yatırımları yapmaya, eserleri inşa etmeye devam edeceğiz. Bu vesile ile bir süredir müzakereleri yürütülen, ülkemize Yeşil İklim Fonu'ndan 3 milyar 157 milyon dolar kaynak sağlanmasıyla ilgili mutabakat zaptının imzalandığının müjdesini sizlerle paylaşmak istiyorum." dedi.

Sanayiciler başta olmak üzere ihracat yapan tüm şirketler, Avrupa'nın sınırda karbon vergisine takılmamak için üretim teknolojilerini yeni kriterlere göre şekillendirecek.

%7

Aktif iklim politikası sonrasında Türkiye'deki beklenen milli gelir artışı

%50

Türkiye'nin Şubat 2021 sonu itibarıyla kurulu enerji gücündeki payı



13

Türkiye, güneş enerjisinde dünyanın en büyük 13'üncüsü konumunda

15

Dünyada yenilenebilir enerji kapasitesine sahip ülkeler arasında Türkiye 15'inci sırada

hâlinde milli gelirinin yüzde 7 artacağını gösteriyor. Enerjide yüzde 70'in üzerinde dışa bağımlı olan Türkiye, enerjide fosil yakıtlardan yenilenebilir enerjiye doğru gerçekleştireceği bir dönüşümle hem iklimin korunmasına sunduğu katkıyı artıracak hem de dışa bağımlılığını da azaltabilecek potansiyele sahip. Ayrıca güneş ve rüzgârdan elektrik üretim kapasitesinin artmasının sanayi üretimindeki değer zincirini de önemli oranda büyüteceği işaret ediliyor.

Her yıl büyümeye devam eden yenilenebilir enerji piyasasının 2025'te küresel büyüklüğünün 1,5 trilyon dolara çıkması öngörülüyor. 20 yılda Türkiye'deki kurulu güç içindeki payı sadece 0,2 olan yenilenebilir enerji, Şubat 2021 sonunda kurulu güçte yüzde 50 paya ulaştı. Türkiye, 2019'da en fazla yenilenebilir enerji kapasitesine sahip ülkeler arasında Avrupa'da beşinci, dünyada 15'inci oldu. Güneş enerjisinde dünyanın en büyük 13'üncüsü konumunda bulunan Türkiye, Avrupa'nın da yedincisi. Yapılan araştırmalara göre güneşte 15-25 GW'lık kapasite ilaveleri,

0,8 milyar dolar olan üretimi 6,8-11,3 milyara kadar artırabiliyor.

Söz konusu istihdam yaratma potansiyeli olduğunda, iklim krizi ile mücadeleyi destekleyecek düşük karbonlu bir gelişme, fosile dayalı ekonomik yatırımlara göre daha fazla istihdam yaratıyor. İstatistikler her 1 milyon dolarlık yatırımın, sürdürülebilir enerjide 15-30, enerji depolamada 4-12, enerji verimliliğinde 10-18, çevre dostu şehir altyapılarının geliştirilmesinde 10-15, atık ve geri dönüşümde 15-40 kişiye yeni istihdam yaratma potansiyeli olduğunu gözler önüne seriyor.

Karbon nötr olma hedefleri açıklayan birçok ülke, karbonsuzluğa dayanan yeni bir ekonomik düzen kuruyor. Haliyle bu yeni düzene adapte olmak, güneş ve rüzgâr gibi yenilenebilir enerji potansiyeli yüksek Türkiye'ye bazı fırsatları da beraberinde getiriyor. Örneğin Avrupa Birliği, Sınırda Karbon Düzelenleme Mekanizması ile 2050 karbonsuzlaşma hedefine giden yolda, ticari ilişkileri olduğu ülkelerin de dönüşmesini bekliyor. AB, ihracatının neredeyse yarısını bu ülkelere yapan Türkiye için büyük önem taşıyan bir ticaret ortağı. Hâliyle Türkiye'nin de Paris Anlaşması'nı onaylaması, bu mekanizmaların ilgili endüstrilerinin karbon ayak izini azaltmasına ve bir iklim finansmanı desteğine dönüşmesine fırsat yaratıyor.

TÜRKİYE'DE PARİS İKLİM ANLAŞMASI SONRASI NELER DEĞİŞECEK?

- ▲ Hazırlanacak yeni kalkınma modeli ile ekonominin yeniden şekillendirilmesi
- ▲ İklim kanunu ile çevre ve iklim konularının tek merkezden yürütülmesi
- ▲ Yeşil teknolojik dönüşümü sağlayacak yeni teknolojik firmalar ortaya çıkması
- ▲ İklim tabanlı teknolojinin finansmanında değişimler yaşanması
- ▲ Fosil yakıt olan kömür tüketiminin 2053'e kadar sıfırlanması
- ▲ Denizleri kirletecek faaliyetlerin yeşil teknoloji ile durdurulması
- ▲ İleri atık su arıtma tesisleri yapılması
- ▲ İnşaat sektöründe sıfır emisyon binaların tercih edilmesi
- ▲ Daha fazla hibrit ve elektrikli araç kullanılması

Sanayinin metalik gücü

Demir ve demir dışı metaller

Türkiye ihracatında, ana üretim grupları arasında yüzde 58’lik payla ihracatın en fazla gerçekleştiği “Sanayi Mamulleri” kalemi; ekim ayında 12,1 milyar dolarlık dış satıma imza attı. Söz konusu ivmelenmeye ekim ayında Türkiye İhracatçılar Birliği’ne göre (TİM) 1,1 milyar dolarla katkı sağlayan “Demir ve Demir Dışı Metaller” sektörü geçen seneye göre ihracatını yüzde 43 artırdı. Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) üyeleri ise bu rakama 29,8 milyon dolarla destek verdi.

Demir ve demir dışı metaller sektörü, bugün Türkiye’nin ihracatında önemli bir pay sahibi. Alüminyum, bakır, döküm, kaynak malzemeleri, metal ambalaj, metal hırdavat, yapı malzemeleri, ev ve mutfak eşyaları kalemleri “Demir ve demir dışı metaller”in alt sektörlerini oluşturuyor.

2021 yılının 10 ayında Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) üyelerinin genel ihracattan aldığı yüzde 10,54 oranında pay ile söz konusu sektör

temsilcileri; 2020 yılında 174,5 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirdi. Bu rakam 2021 yılının aynı döneminde ise 290,3 milyona yükseldi. DENİB üyelerinin ilk 10 aylık ihracatının genel toplamı ise 2020 yılına göre yüzde 44,21 artarak 2,7 milyar dolar bandına çıktı.

EN FAZLA ALMANYA’YA İHRACAT GERÇEKLEŞİYOR

“Demir ve Demir Dışı Metaller” sektörü Türkiye Dış Ticaret verilerine göre



2021 yılının Ekim ayında en fazla ihracatı Almanya'ya yönelik yaptı. Geçen yılın aynı ayına göre ihracat 158,6 milyon dolar düzeyinde gerçekleşti. İkinci sırada ise İtalya var. Demir ve demir dışı metaller sektörü temsilcileri İtalya'ya yönelik dış satımını 83,9 milyon dolar seviyesine yükseltti. Üçüncü sırada ise İngiltere yer aldı. İngiltere'ye yapılan ihracat ise 65,7 milyon dolar bandına yükseldi. Listenin dördüncü sırasında ABD (61,7 milyon dolar) bulunuyor.

İHRACATINI EN FAZLA ALÜMİNYUM ARTIRDI

“Demir ve Demir Dışı Metaller” sektöründe hafifliği ve yüzde 100 geri dönüşüme uygunluğu nedeniyle ön planda olan alüminyumun kullanım alanını inşaat, otomotiv, ambalaj, savunma, havacılık oluşturuyor. Fakat son dönemde sağlık, enerji gibi alanlarda da önemi artan alüminyuma talep; yeni nesil araç ve yapılarda da yükseliyor. Öte yandan sadece sanayide değil, günlük yaşantıda da kullanım alanı genişliyor.

Türkiye genelinde alüminyum sektörde yaklaşık bin 500 firma faaliyet gösteriyor. Bu firmalar da 30 binin üzerinde çalışana istihdam sağlıyor. Sektör son 10 yılda yüzde 10 oranında büyüme sağlayarak, yüzde 35'lik payla da Demir ve Demir Dışı Metaller sektör ihracatında ilk sırada yer alıyor.

“Demir ve Demir Dışı Metaller” sektöründe en fazla paya sahip olan alüminyum sektörü, Ocak-Ekim 2021 döneminde 3,98 milyar dolar değer bazında ihracat gerçekleştirdi.

BAKIR, YÜKSELİŞTE İKİNCİ SIRADA

Endüstride iletkenlik özelliği sayesinde yaygın olarak ihtiyaç duyulup, ihraç edilen bakır metali bugün elektrik ve elektronikten enerjiye, ulaşımdan otomotive, inşaat; kuyumculuk, süs eşyaları ve hatta kimya sektörüne kadar geniş bir yelpazede kullanım alanına sahip. Bakır aynı zamanda finans piyasalarında da işlem gören değerli bir emtia olarak da karşımıza çıkıyor.

Ekonomik ve teknolojik gelişmelerle birlikte inovasyon, katma değerli ürün üretimi ve marka gibi kavramların ön plana çıktığı günümüzde bakır metaline olan ihtiyaç giderek artıyor.

Bu nedenle “Demir ve Demir Dışı Metaller” sektöründe Ocak-Ekim 2021 döneminde ihracatını 1,84 milyar dolara yükseltti.

EV VE MUTFAK EŞYALARI SEKTÖRÜ DÜNYA İHRACATINDA DOKUZUNCU SIRADA

Türk ev ve mutfak eşyaları sektörü; Türkiye genelinde 4 bin 700 ihracatçı firması ve 90 bin sektör çalışanı ile 200'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Sektör temsilcileri Türkiye'yi dünyada ilgili sektörde en fazla ihracat yapan dokuzuncu ülke konumuna getirdi. Türk ev ve mutfak eşyaları sektörü, 25 yılı aşkın süredir Avrupa, Asya ve ABD'de düzenlenen dünyanın önde gelen sektör fuarlarına aktif olarak katılarak; en son trend, moda ve teknolojileri yakından takip ediyor.

“Demir ve demir dışı metaller” sektörünün alt sektörleri arasında bulunan “Mutfak Eşyaları” kalemi Ocak-Ekim 2021 döneminde yüzde 38,5, “Endüstriyel Mutfak” ise yüzde 38,4 artış gösterdi.

ÇEVRE DOSTU METAL AMBALAJA İLGİ ARTIYOR

Metal ambalaj sektörü ürünlerin paketlenmesini yüzde 100 geri dönüştürülebilirlikle sağlayan doğa dostu bir sektör olarak son dönemde giderek önem kazanıyor. Yüksek kaliteli ürün ve hizmet olanakları ile her geçen gün ihracatını ve ihracat pazarlarını artıran metal ambalaj sektörü temsilcileri, 2020 yılında 174 ülkeye ihracat gerçekleştirdi. Sektörün ihracatı ise geçen senenin Ocak-Ekim ayına kıyasla yüzde 24 arttı.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA CARI FAZLA VEREN SEKTÖRÜ: YAPI MALZEMELERİ

219 ülkeye ürün satan Türk yapı malzemeleri sektörü, ihracatta yükselişine





174,5

MİLYON DOLAR
DENİB üyelerinin 2020 yılı
Ocak-Ekim dönemi ihracatı

290,3

MİLYON DOLAR
DENİB üyelerinin 2021 yılı
Ocak-Ekim dönemi ihracatı

devam ediyor. Üretim ve istihdam odaklı çalışan sektörün ihracatı bu yıl ocak-ekim döneminde, bir yıl öncesinin aynı dönemine göre yüzde 48,5 oranında artarak 23 milyar dolar olarak hesaplandı. Sektör temsilcileri 2020 yılında yaptığı ihracatla dünyada ilk 10'a girmeyi başarıp, dokuzuncu sıraya yerleşmişti. Böylelikle dünya yapı malzemeleri ihracatında yüzde 2,35 paya sahip olmuştu. Ancak 2021 yılının ilk 10 aylık göstergeleri, yapılan ihracatın artış göstermesiyle dünya sıralamasındaki yerini yükselteceğe benziyor.

Yapı malzemeleri sektörü eylül ayında ise en fazla ihracatı 217 milyon dolar ile Amerika Birleşik Devletleri'ne gerçekleştirdi. Romanya 199 milyon dolar ihracatla ikinci sırada yer alırken, Almanya 194 milyon dolarla üçüncü sırada yer aldı.

DÖKÜM, AVRUPA'NIN EN BÜYÜK İKİNCİ ÜRETİM KAPASİTESİNE SAHİP SEKTÖRÜ

Türk döküm sektörü; dünyada 11'inci, Avrupa'da ise en büyük ikinci üretim

DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER AYLIK İHRACAT RAKAMLARI

DÖNEM	DEĞER (USD)
Ocak	758.811
Şubat	832.971
Mart	978.715
Nisan	1.048.758
Mayıs	937.424
Haziran	1.125.656
Temmuz	929.241
Ağustos	1.022.734
Eylül	1.148.390
Ekim	1.144.850
TOPLAM	9.927,055

Kaynak: TİM verileri

“Demir ve Demir Dışı Metaller” sektörü, 2021 yılının Ekim ayında en fazla ihracatı Almanya’ya yönelik yaptı. Listede ikinci sırada İtalya, üçüncü sırada ise İngiltere var.

kapasitesi ve ihracat hacmi ile dünya döküm sektöründe önemli bir paya sahip. Türk döküm sektörü temsilcilerinin pek çok sektöre çeşitli metotlarla üretim yapabilecek kapasitesi bulunuyor. Geniş üretim yelpazesinin yanı sıra yüksek kalite, ileri teknoloji bilgisi, uzun yıllara dayanan tecrübesi ve zamanında teslimat ile dünya çapına bilinen firmalar tarafından talep görüyor. Türk döküm sektörü 150’den fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Döküm ihracatçıları 2021 yılının Ocak-Ekim döneminde geçen senenin aynı dönemine kıyasla yüzde 33 oranında ihracatını artırma performansı sergiledi.

SANAYİNİN OLMAZSA OLMAZI: KAYNAK MALZEMELERİ

Üretimin yapı taşları arasında yer alan kaynak malzemeleri, Türkiye ihracatı için kritik olan endüstrilerden başta otomotiv olmak üzere inşaat, altyapı, enerji gibi birçok sektörde kullanılıyor. Yerli kaynak malzemeleri üreticileri ise bugün Avrupa’nın en büyük üreticileri arasında gösteriliyor. 2020 yılında sektör ihracatının yüzde 39’u, ihracatımızdaki en önemli pazar olan Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleşti. Avrupa Birliği

ülkelerine olan ihracatta, geçen yıla oranla yüzde 11 olarak gözlemlenen artış ivmelenmesi, yükselişi işaret ediyor. Aynı zamanda “Demir ve Demir Dışı Metaller”in alt sektörleri arasında yer alan “Kaynak Malzemeleri”, Ocak-Ekim 2021 döneminde yüzde 69 oranıyla en yüksek ihracat artış oranını yakalayan alan oldu.

METAL HIRDAVAT İHRACATI DÜNYAYA BAĞLIYOR

Hırdavat sektörü temel olarak bağlantı elemanları, kilitler, el aletleri, mobilya aksesuarları gibi inşaat, otomotiv, savunma, enerji gibi sektörlerin tamamlayıcısı olarak karşımıza çıkıyor. Sektör olarak 2020 yılı içerisinde 1,65 milyar dolar ihracat ve 1,37 milyar dolar ithalat gerçekleştirerek fazla veren ve Türkiye ekonomisine pozitif katkı sağlayan sektörlerden biri olarak dikkat çekiyor.

Metal hırdavat kapsamında gerçekleştirilen ihracatın yüzde 55’i Avrupa Bölgesi’ne, yüzde 25’i MENA, yüzde 10’u Amerika kıtası, yüzde 10’u da Uzak Doğu ve diğer bölgelere yapılıyor. Söz konusu sektör yılın ilk 10 ayında yüzde 34,5 ihracatını artırma başarısı gösterdi.

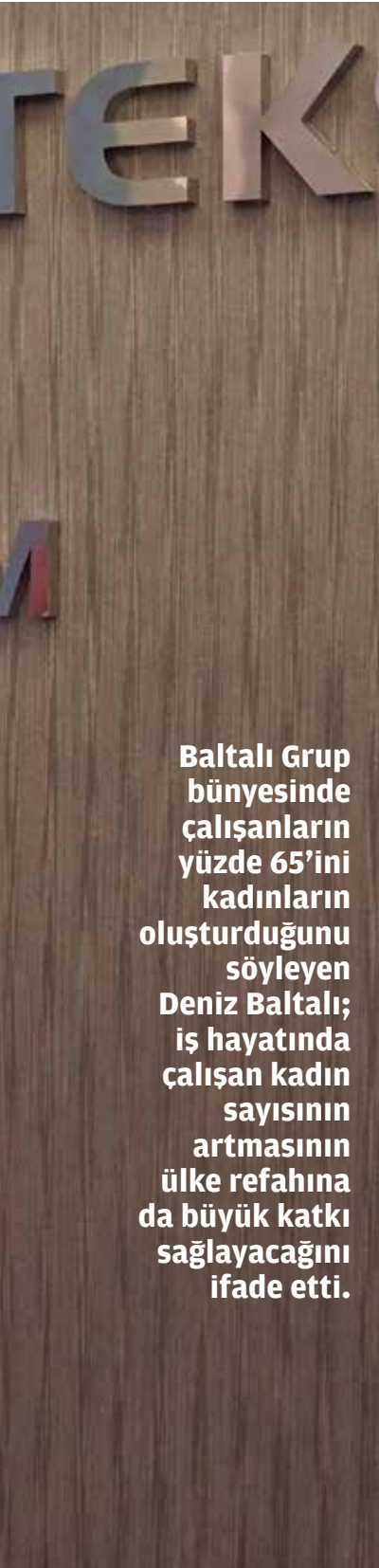


DENİZ

SHOWROOM

BALTALI GRUP YÖNETİM KURULU BAŞKAN
YARDIMCISI **DENİZ BALTALI**

**“KADIN
İSTİHDAM
ORANI
ARTMALI”**



Baltalı Grup bünyesinde çalışanların yüzde 65'ini kadınların oluşturduğunu söyleyen Deniz Baltalı; iş hayatında çalışan kadın sayısının artmasının ülke refahına da büyük katkı sağlayacağını ifade etti.

Profesyonel iş hayatında aktif olarak çalışmalarını sürdüren Deniz Baltalı; bugün hem Denizli'de hem de Türk tekstil sektöründe pek çok kadına çalışma kültürü ve özverisiyle örnek oluyor. Baltalı Grup Yönetim Kurulu Başkanı Derya Baltalı'nın kurduğu sistemi ve ondan aldığı vizyonu daha ilerilere taşımak için var gücüyle çalışıyor. Grup bünyesinde enerji, turizm, inşaat ve sigortacılık gibi sektörlerde faaliyet gösterilse de grubun amiral gemisinin tekstil olduğunu ifade eden Deniz Baltalı ile görüştük. Denizli'de "Sıfır Atık" belgesini alan tekstil sektöründeki ilk firma olan Deniz Tekstil de dahil olmak üzere pandemi koşullarında değişen çalışma kültürünü, kadınların iş hayatındaki yerini ve ihracat yapılanmasını konu edindik.

Deniz Hanım, iş hayatında oldukça aktif olarak görev alıyorsunuz. Profesyonel olarak iş hayatına nasıl başladınız?

Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümünden mezun oldum. Üniversiteyi bitirir bitirmez iş hayatında çalışmaya başladım. 2003 yılının yaz aylarından itibaren fabrikada farklı departmanlarda sorumluluk aldım. Baltalı Grup bünyesinde müşteri temsilciliği yaparak profesyonel iş yaşamına adım attım. Daha sonra sırasıyla satınalma ve finans departmanlarında çalıştım.

Farklı departmanlarda çalışma süreci nasıl gelişti?

Giyim ve moda sektörüne olan ilgim küçük yaşlardan beri vardı ve fabrikada da çalışınca bu konuya olan merakım biraz daha ön plana çıktı. Farklı departmanlarda sorumluluk almak ise hem sektörü hem işletmeyi hem de çalışanlarımızı daha yakından tanımam için büyük bir fırsat oldu. Böylelikle iş hayatına çok daha hızlı ve kolay adapte oldum. Farklı departmanlarda çalışarak pek çok konu hakkında bilgi edindim.

Tekstil sektörü kadın çalışan istihdamına en fazla katkı sağlayan sektörlerin başında geliyor ancak bildiğimiz kadarıyla Baltalı Group bünyesinde istihdamın yarısından

fazlasını kadınlar oluşturuyor... Kadınların iş gücüne katılımı konusunda neler söylemek istersiniz?

Baltalı Grup olarak çalışanlarımızın yüzde 65'ini kadınlar oluşturuyor. Her geçen gün onların iş hayatında katılımını artırıp, yeteneklerine değer katarak pozisyonlarını yükseltmeye çalışmak şirketimizdeki en önemli amaçlarımız arasında yer alıyor.

Kadınların sosyal hayattaki yerini sağlamlaştırmak ve kendilerine olan özgüvenini arttırmak gerekiyor. Kadınlar ancak iş hayatında daha aktif katılım gösterdikleri takdirde topluma faydalı, ailesine karşı ise daha fazla bilinçli ve sorumluluk sahibi bireyler olabilirler. Bununla beraber kadınlar, doğuştan gelen becerilere sahiptir. Örneğin kadınlar olaylara farklı açılardan bakıp, birçok sorumluluğu üstlenebilecek yetilere haiz. Pek çok konuda da duygusal ve pratik zekâları yüksek. Dolayısıyla kadınların Türkiye ekonomisine katkıları ve iş hayatındaki yerleri bu açıdan bakıldığında son derece önem teşkil ediyor.

Siz bildiğimiz kadarıyla 7/24 çalışıyorsunuz... Tavas'ta açılan konfeksiyon fabrikası için her Pazar İstanbul'dan Denizli'ye bizzat gittiğinizi biliyoruz. Hem iş hem özel hayatınızı bu tempoyla sürdürmek yorucu olmuyor mu?

Yoğun bir iş temposuyla çalıştığım doğru. Fakat beni yoran aslında iş hayatı değil, şehir dışında çalışan bir anne olmak. İki oğlum var; büyük olanı 13, küçük ise 10 yaşında. Ancak onlar bu yaşa gelene kadar vicdani anlamda çok huzursuzluk yaşadım. Bunu yalnızca benim gibi şehir dışında çalışan ya da akşam çocuğunun yanında olamayan anneler anlayabilir.

Biz aslında Baltalı Grup olarak 5 bin kişiden oluşan büyük bir aileyiz. Sorumluluklarımı hep bu bilinçle yerine getirdim. Fakat ekstra yoğun olduğumuz dönemlerde, bazen çocuklarım "Bütün çocukların anneleri yanlarında ama sen yoksun..." dedikleri zaman üzülüyorum. Örneğin Tavas'ta açtığımız konfeksiyon fabrikasında da buna benzer durumlar yaşadım. Bir sabah havalimanına gitmek için evden çıkmaya hazırlanıyorken çocuklarım

öyle çok ağladı ki pijamalarının üstüne montlarını giydirdim ve havalimanına kadar beraber gittik. Yol boyunca onlara sarılıp, neden gitmem gerektiğini anlatmaya çalıştım. Sonra araçtan inip, onları eve uğurlayıp, uçağa bindim ve Denizli'ye geldim. Bunlar bir anı olarak kalacak ve ileri de çocuklarım bu yaptığımız fedakarlıkların önemini anlayacak diye düşünüyorum. Bir taraftan da sözünü ettiğim bu vicdani rahatsızlık, haliyle beni her konuda fazlaca anlayışlı bir birey yapıyor. Evet annelik kimliğimle bazen taviz vermede ya da kural koymada zorlansam da bu hem onların iyiliği hem de şirketimizin geleceği için yaşanmak durumunda.

Anlattıklarınız gerçekten zor ancak bir yandan da istihdam yaratarak pek çok ailenin yaşamına dokunuyorsunuz...

Peki, ülkemizde kadınların iş hayatında daha aktif olmasının Türk ekonomisine olan katkılarından bahsedebilir misiniz?

Türkiye'de kadınlar iş hayatında maalesef henüz erkekler kadar aktif değil. Ancak bunun dengede olması için tekstil sektörünün önemli bir ivmelenme yarattığı

yadsınamaz. Türkiye geneli hazır giyim ve tekstil sektöründeki kadın istihdam oranının 2020 yılı itibarıyla yüzde 55 olduğu açıklandı. Bu rakamın pandemi sonrası ihracatta artış nedeniyle artması bekleniyor. Zira artması da yerinde olacaktır. Kadınlar annedir, eştir, evlattır, kardeştir. İş hayatında aktif olan kadın; çocuklarına daha bilinçli yaklaşır, kısıtlı beraber olduğu vakti daha kıymetli kullanır. Aile sorumluluğunu eşyle üstlendiğinde onu anlaması, sorunları beraber çözülmesi mümkün olur. Anne ve babasına varsa kardeşlerine yol gösterici ve destek olur, evlendiğinde de evlatları olmaya devam eder.

Deniz Tekstil bünyesinde çalışanlarınızla bir aile olmak sizler için önemli... Bu konu hakkındaki hassasiyetiniz ve bakış açınızı öğrenebilir miyiz?

Hepimiz birbirimize ihtiyacımız olduğu bilinciyle çalışıyoruz. Sahip olduğum imkânlarda onların emeği bulunuyor. Planlarımız, çocuklarımızın geleceği için kurduğumuz hayallerimiz var. Onlarla emek vermek, ekibin bir parçası olmak, sorunlara beraber çözüm bulmaya çalışmak, fikirlerine değer vermek benim onlara duyduğum sevgi ve saygının sonucudur. Biz birlikte bir aileyiz, biz birlikte güçlüyüz.

Avrupa'nın önemli firmalarına Baltalı Group bünyesinde Hürsan Havlu Sanayi ve Deniz Tekstil üzerinden ihracat gerçekleştiriyorsunuz. Geçen yıldan bu yana devam eden pandemi ile beraber yeni bir şekillenme yaşadınız mı? Pandemi firmanızın satış ve pazarlama tarafına nasıl etki etti?

Hürsan olarak ihracatımızı Intermondial ve Hürsan, Deniz Tekstil olarak ihracatımızı Alper Dış Ticaret ve Deniz Tekstil üzerinden yapıyoruz. Pandemi ile beraber herkes gibi önce ciddi bir endişe yaşadık. Sipariş iptallerimiz söz konusu oldu. Sistem, Türkiye ve dünyada yavaş yavaş da olsa toparlanmaya başlayıp; mağazaların açılması mümkün hâle gelince yeni pazarlama yolları aramaya başladık.

Daha önce kimsenin ihtiyaç duymadığı dijital toplantı odaları, sanal showroom ziyaretleri gibi alternatif çözümler; bugün





hayatımızın rutin bir parçası hâline geldi. Yüz yüze toplantıların sıcaklığı ve samimiyeti tabii ki çok ayrı ancak toplantıya katılmak için şehir değiştirmek zorunlulukları, pazarlama masraflarının azalması gibi gerekçeler bu dijital ortamları hayatımızda sürekli kılacak kanaatindeyim.

Sektörün artan değerlerine ve yükselen rakamlarına rağmen büyük oranda bir dışa bağımlılık da söz konusu. Bunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Artık ülkemizdeki tarım alanlarının maalesef çok azı pamuk ekimi için kullanılıyor. Tekstil ve hazır giyim sektörü için belirtmem gerekirse ihtiyacımız olan pamuğun iki bölü üçünü ithal etmek durumundayız. Uzak Doğu'daki enerji krizi başta olmak üzere dünya ticaretindeki sıkıntılar ve pandemi sebebiyle Türkiye pazarına yönelen çok sayıda sipariş var ancak siparişleri üretecek pamuğu

“Baltalı Grup olarak çalışanlarımızın yüzde 65’ini kadınlar oluşturuyor. Her geçen gün onların iş hayatında katılımını artırıp, yeteneklerine değer katarak pozisyonlarını yükseltmeye çalışmak şirketimizdeki en önemli amaçlarımız arasında yer alıyor.”

bulmakta üretici firmalar zorlanıyor.

Doların yükselmesiyle boyahanelerin ithal ettiği boya fiyatları arttı. Enerji fiyatlarındaki artışı da eklemek gerek... euro/dolar paritesinin düşük olması ham madde bulabilen üreticinin kâr marjının da düşmesine yol açıyor.

Çevre konusuna da değinmek istiyoruz. Deniz Tekstil, Denizli’de “Sıfır Atık” belgesini alan tekstil sektöründeki ilk firma oldu. Bununla ilgili neler söylemek istersiniz?

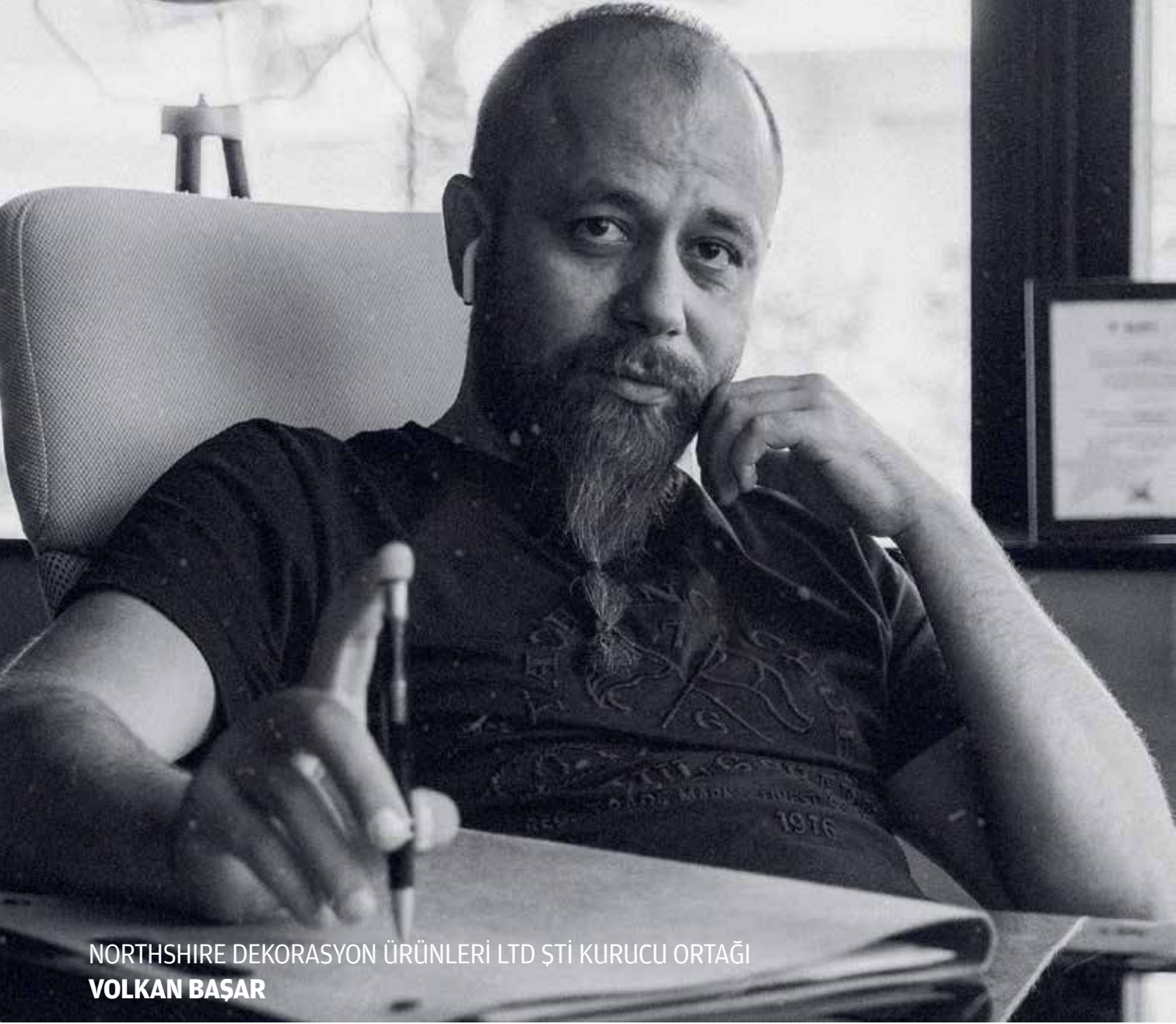
Çevre dostu ve sürdürülebilir üretim esaslarına dayanan üretim ve yönetim anlayışı ile çalışan boyahanemiz, sıfır Atık Belgesi’ni 3 Aralık 2020 tarihinde aldı. 2019 yılında oluşan atıkların geri dönüşüm ve kazanıma gitmesiyle beraber 600 adet ağacın kesilmesi önlenirken; 1 milyon metre küp su tasarrufu, 300 bin kwh elektrik enerjisi tasarrufu sağlandı. Bunun dışında iplik örgü ve konfeksiyonlarımızda tekstil atıkları için de farklı projeler içinde yer alıyor, atıkların geri kazanımıyla ilgili çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Baltalı Grup olarak aslında yalnızca tekstil değil; enerji, inşaat gibi alanlarda da faaliyetleriniz oluyor. Gelecek dönemde sizleri diğer sektörlerde de aktif olarak göreceğ miyiz?

Baltalı Grup olarak bahsettiğiniz gibi enerji, turizm, inşaat ve sigortacılık gibi sektörlerde de aktif olarak faaliyet gösteriyoruz. Ancak biz bu hikâyeye tekstil ile başladık. Tekstil firmalarımız, tüm bu grupların amiral gemisidir. Ondan elde ettiğimiz kazançlarla farklı sektörlerde yatırım yapma imkânı bulduk. Benim önceliğim ise bu sektördeki gücümüzü arttırmaya yönelik olacaktır.

Gelecek dönem hedefleriniz nelerdir?

Derya Baltalı’nın kurduğu sistemi ve ondan aldığım vizyonu kendi becerilerimle birleştirip, Baltalı Grup adına görev ve sorumluluklarımı öncelikle büyük ailem yani firmalarımız, sonrasında şehrimiz ve ülkemiz adına elimden geldiğince iyi bir şekilde yerine getirmek ve grubumuzu daha iyi noktalara taşımaktır.



NORTHSHIRE DEKORASYON ÜRÜNLERİ LTD ŞTİ KURUCU ORTAĞI
VOLKAN BAŞAR

“2022’DE SÜRPRİZ YATIRIMLARA İMZA ATACAĞIZ”

Ev dekorasyon sektörünün önemli oyuncularından Northshire Dekorasyon Ürünleri Kurucu Ortağı Volkan Başar; yurt dışı depo yatırımlarını tamamladıklarını söyledi. Northshire’ı 2022’de daha ileri bir seviyeye çıkarmayı hedeflediklerini aktaran Başar; yeni yılda sürpriz projeleri hayata geçireceklerini müjdeledi.

Denizli'den dünyaya açılan Northshire markası, 2017 yılında Volkan Başar ile Uğur Saraç'ın ortaklığından doğdu. Kısa zamanda önce Amerika New Jersey, sonra Avusturya Linz'de açtıkları şirketleriyle uluslararası arenada büyük bir e-ticaret hacmine ulaşan marka; pandemi sürecinde kurulan imalathane ile aynı zamanda üretici kimliğini de kazandı. Son olarak Northshire, Florida'da da depo açarak depo sayısını artırdı. Bugün dünyanın dört bir yanında, binlerce ürünle ev dekorasyon sektörünün aranan markası hâline gelen Northshire Dekorasyon Ürünleri Kurucu Ortağı Volkan Başar ile bir araya geldik.

Northshire'in ürün grupları arasında neler var?

Northshire, ev dekorasyon sektörünün aranan markaları arasında yer alıyor. Bünyemizde metal dekor, poster setleri, duvar örtüsü, epoxy masa ve duvar heykelleri ürün gruplarını kapsayan çeşitlerimiz bulunuyor. En yoğun ilgi ise metal ürünlerimiz ve poster setlerimize geliyor.

Şu anda Northshire'in büyüklüğü nedir? Rakamsal bazda bilgi alabilir miyiz?

Northshire, 2017 yılında genç bir arkadaşın fikri ve benim ona melek yatırımcı olarak ortak olmamla bir apartmanın bodrum katında dört, beş kişilik kadroyla yola çıkmıştı. Şirketimiz, dört yılı bulmadan kısa bir sürede şu an üç kıtada hizmet veren; imalathanesi, genel merkezi, Avrupa ve Amerika'da depo ve ofisleriyle 35'i aşkın çalışanı ve

“Northshire olarak Amerika'da New Jersey'den sonra Florida'da da depo yatırımlarımızı devreye aldık. Avusturya Linz'deki depomuzu daha büyük bir yere taşıdık. Oradaki operasyonu kolaylaştırmak için depo süreçlerini optimize edebileceğimiz araçlar satın aldık ve yeni bir imalathane açtık.”



yüzlerce tedarikçiyle çalışan sektöründe en kuvvetli firmalardan biri oldu. Kurulduğu ilk günden beri hep büyüme gösteren firmamız, özellikle 2018 sonu ihracata yönelmesi, yurt dışında kurduğu yeni şirket, depolar kurarak büyüme ivmesini katlayarak artırdı.

Peki Northshire için 2021 yılı nasıl geçiyor?

Pandeminin ilk dönemlerinde firmamız önemli ölçüde ilerleme kaydedince,

“2022 yılında ön görüşmeleri yapılmış, sektörümüzle ilgili sürpriz yatırımlarımız olacak. Son çeyrekteki satışlara göre Northshire için işi başka yönlere evirecek bazı projelerimiz var.”

büyümemizi destekleyecek bazı yapılanmalar gerçekleştirdik. Fakat 2020 yılında arkamızdan esen rüzgâr, aşının bulunmasıyla 2021'in ikinci çeyreğinin sonlarına doğru bir miktar tersine döndü. Aşılama çalışmalarının hız kazanması, maske kullanımı, kapanan restoranların açılması çevrim içi satış sitelerinin arkasından esen rüzgârı yavaşlattı. Özellikle bir yıl boyunca ev dekorasyonu satan bizleri bu süreç, diğer sektörlerle göre daha fazla etkiledi.

Benim düşüncem, aslında çevrim içi satış rakamlarına geri döndü. Pandemi döneminde çok satış yapan firmalar, pandemi bittikten ya da yavaşladıktan sonra daha fazla etkilendi. Biz de 2021 yılının ilk iki çeyreğini güzel geçirdikten sonra üçüncü çeyrekte bu yavaşlamayı hissetmeye başladık.

Söz konusu yavaşlama tekrar “Black Friday” ve “Christmas” dönemlerinde düzelecektir. Hatta bunun ilk sinyallerini ekim ayının başındaki satışlardan hissetmeye başladık. Yıl sonuna doğru yine hareketli bir satış dönemi olacağını, cirolarımızın artacağını düşünüyoruz. Tabi geçen yıl pandeminin etkisiyle girdiğimiz bu dönemde, biz de bu yıl satışların nasıl seyredeceğini merak ediyoruz. Nasıl olacağı ile ilgili bizim de çok ciddi bir öngörümüz yok ama ekim ayında aldığımız ilk sinyallere göre geçen yılı yakalayamasak bile yaklaşacağımızı düşünüyorum.

Pandemi sürecinde artan talep karşısında ne gibi önlemler aldınız?

Pandemi başladıktan sonra rakamlarımız önceki yıllara göre çok ciddi boyutta artış gösterdi. Bu olumlu ivmelenme, bizi de oldukça şaşırttı. Yaşanan yoğun talep doğrultusunda hızlıca önlemlerimizi aldık.

Avrupa ve Amerika'daki depolarımızı büyütüp, operasyonu genişlettik.

Amerika'da New Jersey'den sonra Florida'da da depo yatırımlarımızı devreye aldık. Avusturya Linz'deki depomuzu daha büyük bir yere taşıdık ve oradaki operasyonu kolaylaştırmak için depo operasyonunu daha kolay optimize edebileceğimiz araçlar satın aldık.

Aynı şekilde Amerika'ya da ek bir depo açtık. Mevcut depomuzdaki üretim bandının gelen talebi karşılayamaması ihtimaline karşı yeni bir imalathane kurduk. Yoğun talebe yetişmek için ürün kapasitemizi neredeyse 10 katına çıkardık.

Netice itibarıyla ürünlerinizde metal aksamları yahut kumaş çeşitlerini yoğunluklu kullanıyorsunuz... Peki, söz konusu süreçte özellikle ham madde konusunda sorun yaşadınız mı?

Ham madde tedarikinin yüzde 90'ını kendi ürettiğimiz ürünlerden ya da fason ürettirdiğimiz ürünlerden sağlıyoruz. Bu sebeple pandemi döneminde tedarik konusunda ciddi bir sorun yaşamadık. Ancak Uzak Doğu'dan ithal ettiğimiz bazı ürünlerde özellikle Türkiye ve Amerika depolarına çektiğimiz ürünlerde şöyle bir problem yaşadık: Altı ay önce konteyner fiyatlarında ciddi bir artış yaşandı ve Türkiye'den Amerika'ya yaklaşık iki buçuk, üç katı bir fiyat artışı yaşanırken Çin'den Amerika'ya dört, beş kat kadar büyük artışlar görüldü. Bu dönemde ithalat bizi biraz zorladı. Mesela Xiamen'den Tampa'ya en son aldığımız 40'lık konteyner fiyatı 22 bin dolar civarındaydı ve iptal etmemiz mümkün değildi çünkü malı ürettirmiştik. Bundan bir sene önce bunun fiyatı dörtte biri ya da beşte biri civarındaydı.

Yurt dışında yoğunluklu olarak çalıştığınız ülke ve bölgeler neresi?

Northshire olarak hedefimiz her zaman dünyanın çeşitli bölgelerine ulaşmak oldu. Bu hedefimizi de büyük ölçüde gerçekleştirdik. Bugün Kanada ya da Afrika ülkelerinden dahi müşterimiz var. Dolayısıyla dünyanın birçok yerine yoğun olarak ürün gönderiyoruz. Ancak ağırlıklı olarak Avrupa ve Kuzey Amerika'da satışlarımızın olduğunu söyleyebiliriz.





E-ticaretin gelişiminde sizce pandeminin payı oldu mu?

2020 yılı öncesinde büyümekte olan e-ticaret ve çevrim içi satış sektörü, pandeminin başlamasıyla beraber önemli bir ivme kazandı. Pandemi “Evde Kal” çağrısıyla dünyada büyük bir kesim evlere kapandı ve harcamalarının yönü değişti. İnternette alışveriş yapan müşteri kitlesinde büyük bir artış yaşandı. Bu durum ev dekorasyon harcamalarını da arttırdı. Tüm e-ticaret şirketleri gibi biz de bu kapanmadan olumlu yönde etkilendik. Bizim de bu süreçte yurt dışı satışlarımızda beklenmedik şekilde büyük bir artış yaşandı.

“Dünyanın birçok yerine yoğun olarak ürün gönderiyor olsak da ağırlıklı olarak Avrupa ve Kuzey Amerika’da satışlarımız gerçekleşiyor.”

Bu sürecin ev dekorasyon sektörüne yansımaları nasıl oldu?

Dünyanın dört bir yanında yaşanan büyük korkuyla dışarı çıkılamayan, evlere kapanılan pandeminin ilk dönemlerinde e-ticaret arttı. İnsanlar dışarı çıkamadıkları için özellikle Avrupa ve Amerika’da, evlerini ve yaşam alanlarını güzelleştirmek amacıyla alternatif dekorasyon ürünlerine yöneldi. Bu süreç en çok ev dekorasyon sektöründe faaliyet gösteren firmaları olumlu yönde etkiledi. Sektörümüz açısından değerlendirsek duvar dekor ürünleri, bu dönemde çok büyük bir gelişme gösterdi.

2022 hedeflerinizden bahsedermisiniz?

Önümüzdeki dönemlerde, hedef ülkelerde depo açma gibi niyetlerimiz hâlâ var fakat şu an pandeminin bize ne getireceği belirsiz. Önümüzdeki “Black Friday” ve “Christmas” dönemlerini geçtikten sonra daha doğru planlayabileceğimizi düşünüyoruz. 2022 yılı için hedef ve planlamalarımızı bu yıl sonundaki satış rakamlarını, pandeminin gidişatı ve aşılmanın tamamlanmasıyla müşteri davranışına etkilerini daha iyi görüp daha iyi inceleyebileceğiz.

2022 başında ilk çeyrekte yapacağımız işleri tekrar planlayacağız. Bu süreç içerisinde yeni ürün geliştirmek, kendi ürünlerimizin dizaynlarını geliştirmek, daha çeşitli ürünlere girerek dış tedarikle daha çeşitli ürün gamı yaratmak ve Northshire’ı daha da ileri bir seviyeye çıkarmak istiyoruz. Zaten piyasada en geniş ürün gamı olan firma biziz. Sadece metal değil, yaptığımız ürünler. Mesela duvar örtüleri, ahşap duvar maskeleri, duvar heykelleri, epoksi masa ve sehpalar... Ve daha değişik ürünler de geliştirmeyi planlıyoruz. 2022 yılında ön görüşmeleri yapılmış, şirketimiz ile ilgili sürpriz yatırımlarımız olacak. Son çeyrekteki satışlara göre Northshire için işi başka yönlere evirecek bazı projelerimiz var. Gerçekleşmediği için şimdilik bu projelerimizi gizli tutmaktayız.



Bankalarca garanti edilen poliçelerin özellikleri

Rblecturer Dış Ticaret Eğitimleri
Eğitmen

REŞAT BAĞCIOĞLU

Yurt dışına yapılan vadeli satışlardan alınan poliçeler; müşteri kabullü (garantisiz) ve müşteri kabullü banka avallli (garantili) şeklindedir.

Müşteri kabullü poliçeler; adeta sadece ithalatçının borçlu olup, ihracatçının alacaklı olduğu bir borç senedi niteliğinde değerli evraktır. Poliçe vadesinde, borçlunun mali gücünde bir bozulma olmamış ve niyetinde de bir değişiklik yoksa poliçe bedeli ödenir. Ancak poliçenin vadesinde ödenmemesi hâlinde ise poliçenin protestosu söz konusu olur. Poliçe üzerinde ithalatçıdan başka kefalet imzası olmadığından dolayı bu tür poliçeler garantili poliçeler olarak kabul edilmezler.

İhracatçı hem malından hem de parasından olmamak için poliçenin belli bir vadede ödenmesinin garanti edilmesini istemesi doğaldır. İşte böyle durumlarda ihracatçı poliçesini hazırlar ve ithalatçının bankasına gönderir. Poliçenin kambiyo mevzuatına göre bir borç senedi niteliğine dönüşmesi için bu poliçeye öncelikle borçlu olan ithalatçının borçlu sıfatı ile imza koyması gerekmektedir. İthalatçı tarafından imza konulan poliçe, kambiyo senedi hâline dönüşür ki; bu poliçede ithalatçının borçlu konumda olduğu kesinleşmiştir. Ancak poliçede sadece ithalatçının imzasının var olması demek, poliçe ödemesinin garanti altına alınmadığı anlamına gelir. Bu durumda ithalatçının bankası, poliçeye garantör sıfatı ile aval verir. Poliçede avalin olması demek, banka tarafından poliçe bedelinin borçlu adına banka tarafından garanti edildiği anlamı ortaya çıkar.

BANKA AVALİ, GARANTİ DEMEKTİR

Bankanın poliçeye aval vermesi; poliçe bedelinin, borçlu adına poliçe vadesinde banka tarafından ödeneceğinin garanti altına alındığını ifade edilir. Poliçe vadesi

geldiğinde bankalar, poliçe bedelini borçlu olan ithalatçıdan tahsil edip etmediğine bakmaksızın, poliçe bedelini ödemekle yükümlüdür. Çünkü poliçenin avalisti (garantörü) konumundalar.

Banka avallli (garantili) poliçe, ihracatçının tam anlamıyla güvencesidir. En az cebinizdeki para kadar garantilidir ki ihracatçı bu poliçeyi eline aldığı anda bilmelidir ki poliçe vadesinde alacağı banka tarafından ödenecektir.

İhracatçımız bu poliçe bedelini poliçe vadesinde tahsil edeceğinden emin olmakla birlikte, elindeki bu poliçe ile poliçe vadesi gelmeden şunları yapabilir:

- ◆ Poliçeyi teminata verip, bankadan kredi çekebilir.
- ◆ Poliçeyi gerek bankadan gerekse forfaiting şirketlerinden vadesinden önce iskonto ettirmek sureti ile parasına kavuşabilir.
- ◆ Poliçeyi bir banka aracılığı ile tahsile verebilir.
- ◆ Poliçeyi ithalatçının bankasında muhafaza ettirip, poliçe vadesinde ithalatçının bankasından parasını talep edebilir.
- ◆ Poliçe sayesinde likiditesini ayarlayabilir.
- ◆ Poliçe bir şekilde kaybolursa da hukuki süreç sonunda kaybolan poliçenin yerine yenisini alabilir. Ancak kaybolan poliçe değil de paranız olsaydı, siz bu kaybolan paranızın yerine bankadan veya herhangi bir yerden yenisini temin edemezsiniz. Para kaybolduysa paranızı unutacaksınız. Ancak banka avallli poliçeniz kaybolursa da hukuki süreç sonunda, siz poliçenize tekrar kavuşabilirsiniz ve kaybınız söz konusu olmayacaktır.

Bu durumda banka avallli poliçeler, paradan daha garantilidir. Kaybolursa dahi hukuki süreç tamamlandıktan sonra ihracatçı hiçbir maddi kayba uğramadan parasına kavuşabileceğinden dolayı, banka avallli poliçenin garantisi tartışılmazdır, diyebiliriz.



Banka avallli (garantili) poliçe, ihracatçının tam anlamıyla güvencesidir. En az cebinizdeki para kadar garantilidir ki ihracatçı bu poliçeyi eline aldığı anda bilmelidir ki poliçe vadesinde alacağı banka tarafından ödenecektir.

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

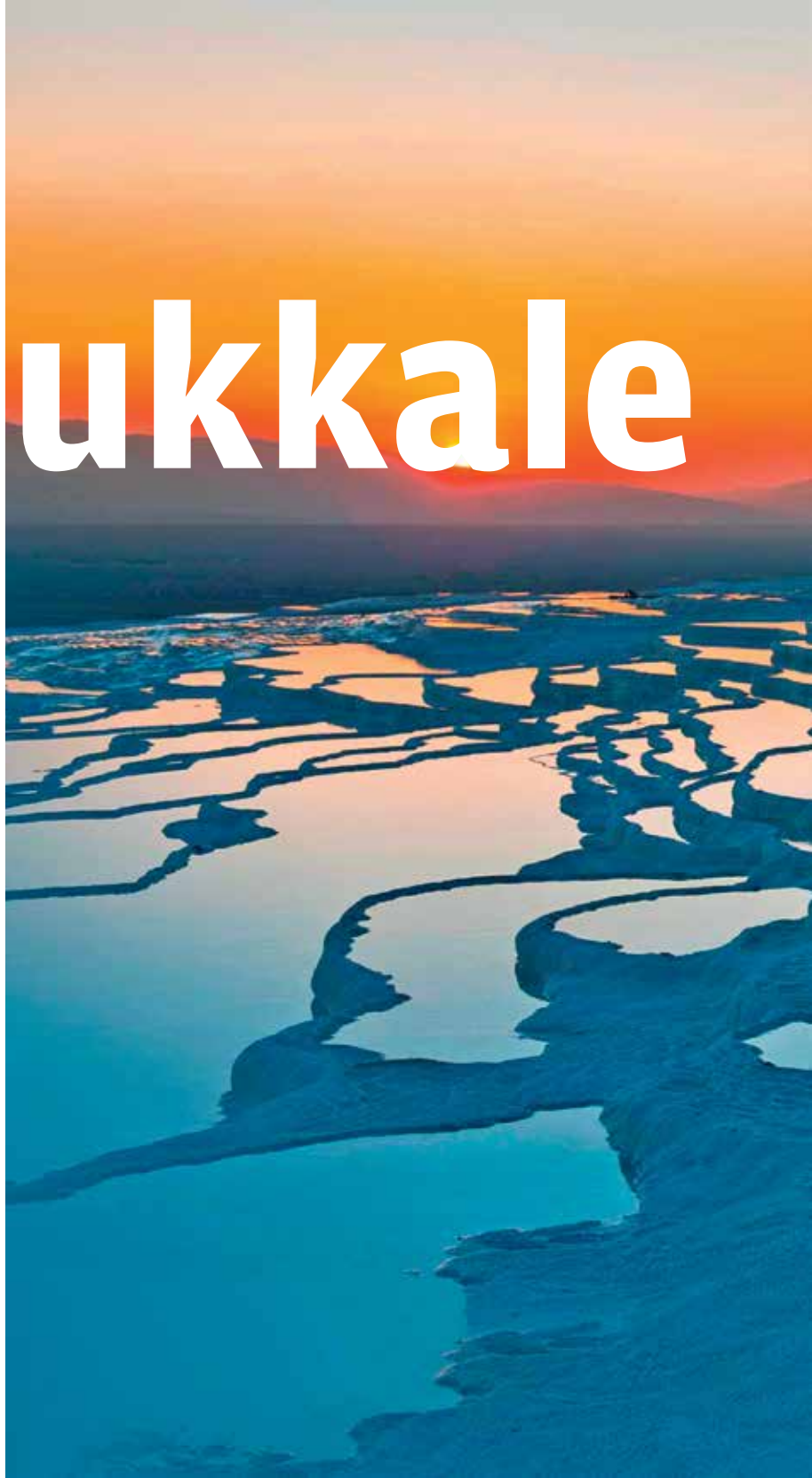


Dünyanın masalsı silüeti

Pamukkale

Denizli'nin en kalabalık lokasyonu, termal ve kültür turizminin uğrak noktası Pamukkale'nin eşsiz tabiatı; her sene yerli ve yabancı on binlerce turistin ziyareti ile bölgeyi çekim noktası hâline getiriyor. Narin ve beyaz güzelliği ile dünyada bir eşinin daha bulunmadığı nadide şehrin güzide topraklarında; dünyaya açılan markalar hayat buluyor.

Devlet Hatun'un, Yıldırım Beyazıt ile olan evliliğinde Osmanlı Devleti'ne çeyiz olarak takdim ettiği bilinen Denizli'nin (13. yüzyıl) en görkemli süslerinin başında Pamukkale gelir. Pamukkale; literatürde de Denizli'nin incisi olarak kabul edilir. Zira travertenleriyle ünlü beyaz cennet Pamukkale, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan, başka bir yerde görülemeyecek güzellikteki görsel şölenle bambaşka bir atmosfer sunar. Dünya sıralamasında mutlaka görülmesi gereken yerler listelerinin neredeyse tamamında yer verilen bölge, her yıl 2 milyondan







fazla turisti ağırlar.

Denizli'ye yalnızca 17 kilometre uzaklıkta bulunan Pamukkale, Hierapolis Antik Kenti'nin hemen yanında konumlanır. Pamukkale'yi Pamukkale yapan yalnızca travertenleri değildir; tarihî ve kültürel mirasıyla dünya çapında dikkat çeker. Bölge müzeleri, antik havuzu, tiyatroları ve birbirinden farklı yapılarıyla ziyaretçilerine eşsiz deneyimler sunar.

Pamukkale'nin mitolojide nasıl oluştuğuna dair anlatılagelen pek çok hikâyeleri vardır. Fakat en çok bilineni, bu benzersiz coğrafyanın yakışıklı çoban Endymion ile Ay Tanrıçası Selene'nin aşkının ürünü olduğu yönündedir: Anlatılan odur ki Çoban Endymion, aşkı Selene'ye Pamukkale'de kavuşur. Bir araya gelmenin mutluluğuyla kendinden geçen ikili, ineklerini sağmayı unuttur ve

ineklerin memelerinden süzülen sütler, Pamukkale'yi oluşturur...

PAMUKKALE'YE ADINI VEREN TRAVERTENLER

Pamukkale Travertenleri gerek Denizli gerekse Türkiye turizmde en fazla paya sahip olan ve dünya çapında kendine turist çeken yegâne bölgelerden biridir. Peki, turistlerin pandemide dahi uğrak noktalarından olmasının asıl sebebi nedir? Traverten dünyada çok fazla yerde bulunan bir oluşum değil ancak dört bir yana dağıldığını da söylemek mümkün. Kartpostallara en yakışan kareler arasında yer alan travertenler bugün Tibet, Çin, Guatemala, İran, Meksika gibi ülkelerde de görülebiliyor. Fakat en ihtişamlıları sıralandığında Türkiye, Pamukkale ile listenin en başlarında yer alıyor.

Pamukkale Travertenleri, Türkiye'nin

Travertenler her ne kadar turistik açıdan mutlaka görülmeye değer bir cazibe merkezi olsa da aynı zamanda mermerle birlikte işlenen bir yapı malzemesi olarak da kullanılarak yurt dışına ihraç ediliyor.

UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne giren 18 yerden biri olma özelliğini taşıyor. "Beyaz Cennet" olarak anılan bu doğa harikasının, yaklaşık bin yıldır kaplıca hizmeti verdiği biliniyor. Bir tarafında şehir merkezi bulunan bölgenin etrafında yemyeşil bir doğa, yanında ise bembeyaz tabiatı ile travertenler ziyaretçilerini selamlıyor. 50 metre yüksekliğinde, yaklaşık 3 kilometre uzunluğunda ve 250-600 metre genişliğe sahip travertenler; bölgede 33-100 derece sıcaklık aralıklarında yaklaşık 17 adet sıcak su kaynağının birleşmesiyle hayat buluyor.



BİR PAMUKKALE BAŞARISI: ZAFER GAZOZU

Elbette buran buram tarih kokan Pamukkale'de mutlaka tadılması gereken lezzet ise Zafer'den başkası değil. Zira yerel halk, "gazoz" demek yerine "Zafer"i tercih ediyor. Bu da markanın nasıl da öne geçtiğini gözler önüne seriyor. Şehrin 80 yıllık değişmeyen içeceği tam bir efsane...

Zafer Gazozu, Türkiye'nin yurt dışına açılan önemli bir markası. Öyle ki Pamukkale'den Denizli'ye yayılan lezzet, artık kendi müdavimlerine sahip. Hatta o müdavimler öyle talepkâr ki, firmayı yurt dışına ihracat yapmaya dahi itmiş durumda.

Zafer Meşrubat ve Gıda Sanayi, Türkiye'nin de en köklü meşrubat firmaları arasında yer alıyor. Zafer'in Kurucusu Mustafa Lütfi Özdemir, 1934 yılında Denizli'de "Yeşil Denizli Zafer Gazozhanesi" adı altında gazoz üretimine başlamış. 1992 yılından itibaren Denizli Zeytinköy'deki yeni tesislerinde oğlu Muammer Özdemir yönetiminde üretim devam ediyor. Zafer Meşrubat, 80 yılı aşan çalışma hayatında tüketicilerine kaliteyi ve hiç değişmeyen orijinal tadı sunmayı sürdürüyor. Bu kaliteyi koruyabilmek için kaliteli ham maddeleri son teknolojiyi kullanarak, hijyenik koşullarda üretim yapılıyor. Tüketicilerin yıllardır "gazoz" değil, "Zafer" adıyla istedikleri bu efsane tadı korumak adına üretimde hâlâ yüzde yüz gerçek şeker kullanılıyor.



Travertenlerin oluşumunu termal sular sağlıyor. Suyun içerisinde bulunan bol miktardaki kalsiyum hidrokarbonat kaynaktan çıktıktan sonra oksijen ile temas ederek çözülmeye başlıyor. Temas esnasında karbondioksit ve karbonmonoksit buharlaşırken geriye kalan kalsiyum karbonat ise çökerek zaman içerisinde kaya formunu alıyor. İşte o kayaların yumuşaklığı da bölge isminin nereden aldığını anlatan, önemli bir gösterge olduğunu yeri gelmişken belirtelim.

Travertenler her ne kadar turistik açıdan mutlaka görülmeye değer bir cazibe merkezi olsa da aynı zamanda mermerle birlikte işlenen bir yapı malzemesi olarak da kullanılıyor. Traverten ocaklarında üretilen malzeme blok veya moloz olarak ya da fabrikalarda işlenerek ebatlı honlu, cilalı traverten gibi mamuller hâlinde iç piyasaya sunuluyor. Söz konusu malzeme büyük oranda yurt dışına ihraç ediliyor. Denizli Sanayi Odası'nın rakamlarına göre "Mermer, Traverten ve Madencilik Ürünleri" kaleminde 2019 yılında 225 milyar dolar düzeyinde ihracat gerçekleşti. Söz konusu ürünün ihracat rakamları 2020 yılında ise yüzde 11,11 artış göstererek 250 milyar dolar seviyesine yükseldi.



DÜNYANIN EN SIRA DIŞI YÜZME DENEYİMİ

Pamukkale'nin bir başka masalsı diyarlarından biri de hiç kuşkusuz "Antik Havuz" olarak bilinen namıdiğer "Kleopatra Havuzu"dur. Bu eşsiz cennet mekân UNESCO koruması altında, Dünya Kültür Mirası Listesi'ndeki sit alanı Hierapolis Antik Kenti'nin içinde, Pamukkale Travertenleri'nin hemen yukarısındaki alanda konumlanıyor.

Kleopatra Havuzu'nda görülen hiçbir sey dekor değil! Yani ziyaretçiler bu

havuza geldiklerinde gerçekten de tarihin tozlu sayfaları arasında kulaç atıyor. Yani milattan sonra 7. yüzyıla tarihlenen doğa harikasının içerisinde yüzmek mümkün... Bundan tam 14 yüzyıl öncesine mühürlenmiş bölgede meydana gelen bir deprem, şehrin ortasında bir çukur açılmasına sebebiyet veriyor ve anlatılanlara göre sütunların savrulmasıyla özgür kalan termal suları havuzu dolduruyor. Dünya üzerinde bu tip havuzlara girilmediği, en iyi ihtimalle dilek havuzuna dönüştürüldüğü düşünülürse Kleopatra Havuzu'nda yüzmek; muhtemelen yaşanabilecek en sıra dışı maceralardan biri olur!

KUTSAL KENT'İN İHTİŞAMI

Kleopatra Havuzu'nu anlatırken, Dünya Kültür Mirası Listesi'ndeki sit alanı Hierapolis Antik Kenti'nin içinde bulunduğunu belirttik ancak şimdi sıra detaylarına geldi. Gerçeküstü güzelliğiyle arkeoloji literatüründe de "Kutsal kent Holy city" anlamına gelen Hierapolis Antik Kenti, bundan tam 2 bin yıl önce Bergama Krallığı'nın bölgenin cazibesine dayanamayıp inşa etmesiyle tarihe sahnesine çıkmış. Zira bölgedeki termal suların da etkisiyle binlerce yıl boyunca Anadolu'nun farklı yerlerinden gelip sağlık ve güzellik arayan kişiler tarafından ziyaret edilmiş. Antik kentin içerisinde konumlanan Roma Hamamı da bunun en iyi göstergeleri arasında bulunuyor. Günümüzde arkeoloji müzesi olarak kullanılan Roma Hamamı'nın yanı sıra antik kent içerisinde çok sayıda heykel ve kalıntı ile beraber antik tiyatro, tapınaklar, anıtsal çeşmeler, mezarlar, agora, gymnasium gibi yapılar yer alıyor.

Özellikle Roma Dönemi'nde cehennemin girişi olduğuna inanılan Ploutonium da antik kent içerisinde mutlaka ziyaret edilmesi gereken yerlerin başında geliyor. Hikâyeleri ile de ziyaretçilerini şaşırtan Ploutonium ve 40 metre kadar ilerisinde bulunan Cin Deliği'dir. Arkeologlar, Hierapolis'in kurulduğu yıllarda sıcak suyun, buharın ve karbon gazının çıktığı çatlaklar için o günün insanların buraları "cehenneme açılan kapı" olarak

ROMA DÖNEMİNDEN BU YANA ŞİFA KAYNAĞI: KIRMIZI SU

Ünlü Pamukkale travertenlerinin beş kilometre kuzeyinde konumlanan Karahayıt Kaplıcaları, beyaz travertenlerin aksine kırmızı su travertenlerinden gelen muazzam görünümü ve şifalı kırmızı suları ile dikkat çekiyor. Karahayıt Kaplıcaları'nın suları birçok hastalığın tedavisinde yardımcı unsur olarak rol oynuyor. Yılın her mevsiminde ana kaynağından 58 derece şifalı su fışkıran Karahayıt'ın kendine has kırmızı renkli şifalı termal suyu ve termal çamurunun zengin mineralleri akademi çevrelerce hazırlanan raporlarla da tescillendi. 35 derece dolayındaki kaplıca suları ve bu suların mineral bileşimi Karahayıt'ı, sağlık turizmi açısından Türkiye'nin önemli merkezlerinden biri hâline getiriyor. Suyunun bileşimi ünlü Pamukkale'yi andıran Karahayıt'ta su sıcaklığı aynı olsa da serbest karbondioksit oranı daha az.

Pamukkale’de yetişen hicaz narı; Almanya, Hollanda, İngiltere, İsviçre, Kanada, Ukrayna ve Rusya olmak üzere dünyanın birçok ülkesine ihraç ediliyor.

tanımladığını anlatıyor. Yunan ve Roma mitolojilerinde bu mağaraların ölüler dünyasına ve Yer Altı Tanrısı Hades’e geçiş kapısı olarak nitelendirildiğini yazıyor. Gerçekte olan ise bölgenin deprem kuşağında yer almasından başka bir şey değil. Hierapolis Antik Kenti’nin aktif faylar üzerinde kurulu olması, tarih boyunca çok şiddetli depremlere sahne olması; magmaya uzanan çatlaklar arasından sıcak suyun, buharın ve karbon gazının çıkmasına neden oluyor.

HRİSTİYANLIK AÇISINDAN DA KUTSAL BİR YERLEŞİM YERİ

Pamukkale’nin Hristiyanlar için “kutsal” kabul edilmesinin bir başka nedeni ise İsa’nın 12 havarisinden biri olan Phillippus’tur. Kaynaklar Phillippus’un Hierapolis Antik Kenti’nde öldürüldüğünü ve mezarının burada bulunduğuna işaret ediyor. Bunun yanı sıra antik kentin içerisinde vaftiz teknesi ve piskopos ayin mekânlarının yer aldığı 6. yüzyıl katedrali ile 7. yüzyıla tarihlendirilen Direkli Kilise diğer önemli Hristiyan yapıları arasında bulunuyor. Daha küçük pek çok kilise de kentin çeşitli yerlerine dağılmış durumda... Tüm bu yapılar Hierapolis’in

Bizans Dönemi’nde önemli bir dinsel merkez olduğunu kanıtlıyor.

PAMUKKALE’NİN ZÜMRÜT DOĞASI

Tarihî ve kültürel zenginliklerinin yanı sıra Pamukkale; doğa ananın oldukça cömert davrandığı, tabiatın eşsiz güzellikleriyle bezediği bir alandır. Balıkların ve kümes hayvanlarının yetiştirildiği, yeşilliğin ve selalenin bol olduğu Pamukkale’de en çok ziyaret edilen yerlerden birisi de Yeşildere Şelalesi’dir. Şelalenin bulunduğu bölgeye, halk arasında “Ağlayan Kaya” da denilir.

55 metre yükseklikten akan Yeşildere Şelalesi’nin genişliği kış mevsiminde artar. Zemininde sünger görünümünde kayalar ile zümrüt yeşilinde yosunların bulunduğu şelalede, yüzlerce yıl yaşamış olan çınar ağaçları vardır. Yeşildere Şelalesi’ni bulunduğu bölge, çam ormanlarıyla kaplıdır. İnsana huzur veren şelale ve çınar ağaçları eşliğinde güzel bir doğa yürüyüşü yapmanın yanı sıra avcılık ve jeep safari etkinlikleri için gelen ziyaretçileri görmeniz muhtemel... Yeşildere Şelalesi’nde piknik alanı da bulunuyor. Soğuk suyun etkisiyle havanın sert olduğu bu şelalede çok lezzetli alabalıkların da tadına doyum olmadığını belirtelim.

PAMUKKALE’NİN BEREKETİ: HICAZ NARI

Denizli’nin Pamukkale ilçesine bağlı Irlıganlı Mahallesi’nde yaklaşık 24 bin dekada üretimi yapılan hicaz narında tufanda hasat başladı. Nar üretiminde Denizli’nin Ege Bölgesi’nde ikinci sırada, Türkiye’de ise dördüncü sırada yer alan bu özel nar; parlak kırmızı rengiyle iştah açıcı, bol taneli, hafif ekşi ve tatlıdır. Hicaz narı çekirdeğindeki etken madde kanser oluşumunu önlerken nar suyundaki etken maddeler de kalp ve dolaşım sistemini korur, bağışıklık sistemini güçlendirir,

enerji verir, yorgunluğu giderir. Mikro klima özelliğine sahip

Irlıganlı Ovası’da yaklaşık 24 bin dekar alanda üretimi

yapılan hicaz narı, depolarda yapılan boylama

işleminin ardından özel ambalajlara koyularak başta

Almanya, Hollanda, İngiltere, İsviçre, Kanada,

Ukrayna ve Rusya olmak üzere dünyanın birçok

ülkesine ihraç ediliyor. Tat, renk, aroma,

kalite ve yüksek kalitesiyle ihracatçı

firmaların tercih ettiği hicaz narı,

geçen yıl bin 200 ton ihraç edildi.

Üreticiler bu yılda aynı ihraç

rakamına ulaşılmasını bekliyor.



Üretim ve ihracatın



hızı artacak

Dünya, 5G teknolojisiyle yeni bir düzene adım atıyor. Pandemiyle birlikte yeni dünyaya adapte olan firmalar, son yıllarda “İnternetin beşinci nesli” olarak kabul edilen 5G teknolojisi ile tanışıyor. Dünyanın ticaret dengesini yeniden şekillendiren teknoloji, “Dijital Türkiye” hedefi kapsamında 2023 itibarıyla Türkiye’de de entegre olacak.

Hızın daha önce hissedilmediği kadar güçlü yansımalarının yaşanacağı yeni nesil internet 5G ile firmalar, rekabete bir adım önde başlayacak. Eskiden var olan sektörler arası rekabeti yok edip, yerine dijital dünyada yeni nesil ticaretin kalbini oluşturacak söz konusu teknolojiye hızlı bağlananlar ise bu süreçten kârlı çıkacak. Dünya çapında Güney Kore başta olmak üzere ABD, Japonya, İngiltere gibi ülkeler 5G alt yapılarını tamamlayarak abonelik yapısını oluşturmaya başladı. Türkiye ise en geç 2023 yılında 5G’ye adapte olmak için alt yapı çalışmalarını hızlandırdı.

EN YÜKSEK YERLİLİK ORANIYLA KURULUM TAMAMLANACAK

Dünyada etkisini göstermeye başlayan 5G teknolojisinin, Türkiye’de de alt yapı çalışmalarını tamamlanıyor. Söz konusu sistem için pilot bölge olarak İstanbul Havalimanı seçildi. Bölgede Huawei ile kurulan 5G altyapısı için T.C. Ulaştırma Bakanlığı ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu; üç GSM operatörü ile birlikte 5G’de aynı baz istasyonlarını

kullanabilecekleri örnek bir sistem oluşturdu.

T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakan Yardımcısı Dr. Ömer Fatih Sayan, 2023 yılında vatandaşların en yüksek yerlilik oranına sahip olacak şekilde 5G’yi kullanmaya başlamasını hedeflediklerini söyledi. Haberleşme alanında üstün olanların ilk çağlardan bugüne liderliğe sahip olduğunun altını çizen Sayan: “Eskiden ulağa sahip olan ve onun taşıdığı mesajı bilen kişinin, savaşın seyrini değiştirebildiğini biliyoruz. 5G, dünyanın seyrini değiştirebilecek bir alan. Eğitim, sağlık, tarım, sanayi, turizm aklınıza ne gelirse gelsin diğer tüm sektörlerde elektronik haberleşme sektörünün etkin ve verimli kullanılması, bu sektörlerdeki verimliliğin anahtarıdır.” diye konuştu. Türkiye’de haberleşme alanındaki yerleşme çabalarına dair detaylar veren T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakan Yardımcısı Dr. Ömer Fatih Sayan, şöyle devam etti: “Türkiye’de haberleşme oranlarına baktığımız zaman yerlilik oranımız yüzde 1 idi. Bugün baktığımız

Pilot bölge İstanbul Havalimanı'nda Huawei ile kurulan 5G altyapısı için T.C. Ulaştırma Bakanlığı ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu; üç GSM operatörü ile birlikte 5G'de aynı baz istasyonlarını kullanabilecekleri örnek bir sistem oluşturdu.

zaman yüzde 22. İyi bir yerde miyiz? Henüz değil ama yüzde 1'den yüzde 22'ye çıkışı biz üç yıl içerisinde başardığımız, önümüzdeki süreçte bu oranın nasıl katlanarak artabileceğini ve nasıl bunu başarabileceğimizi de biliyoruz. Hedefimiz 2023 yılında vatandaşlarımızın en yüksek yerlilik oranına sahip olacak şekilde 5G'yi kullanmaya başlıyor olması.”

5G, BÜYÜMEYİ TETİKLEYECEK

Hangi sektörde faaliyet gösterilirse gösterilsin gerek dünya gerekse Türkiye; Endüstri 4.0 ile birlikte yoğun otomasyonlu sistemlere geçiş yaptı. Akıllı endüstrinin anahtarı internet sayesinde daha az maliyet, minimum enerji tüketimi, yüksek hızlı ve güvenilir üretim, hata oranlarının azaltılması, makine yoğun üretim gibi pek çok unsurda kazanım sağlandı. 5G teknolojisi ise firmalara daha yüksek hız, daha düşük gecikme süreleri ve tek seferde daha fazla cihaz bağlama imkânı tanıyor. 5G'nin dördüncü nesil teknolojinin yaklaşık 10 katı veri iletim hızına imkân tanıdığı biliniyor.

5G VE ARTIRILMIŞ GERÇEKLIK İLE “UZAKTAN TEKNİK DESTEK”

Türk Telekom, artırılmış gerçeklik teknolojisi ve 5G altyapısını kullanarak gerçekleştirdiği simülasyonda uzaktan bakım ve teknik destek hizmeti sağlayarak Türkiye'de bir ilke imza attı. Türk Telekom, Nokia iş birliği ile 5G üzerinden uzaktan bakım ve teknik destek hizmetlerini, artırılmış gerçeklik teknolojisini kullanarak test etti. Bu kapsamda sahadaki teknisyene, merkezdeki uzman tarafından VSight Remote uzaktan bakım ve teknik destek platformu üzerinden artırılmış gerçeklik destekli, gerçek zamanlı, yüksek çözünürlüklü, çok düşük gecikmeli destek sağlandı.



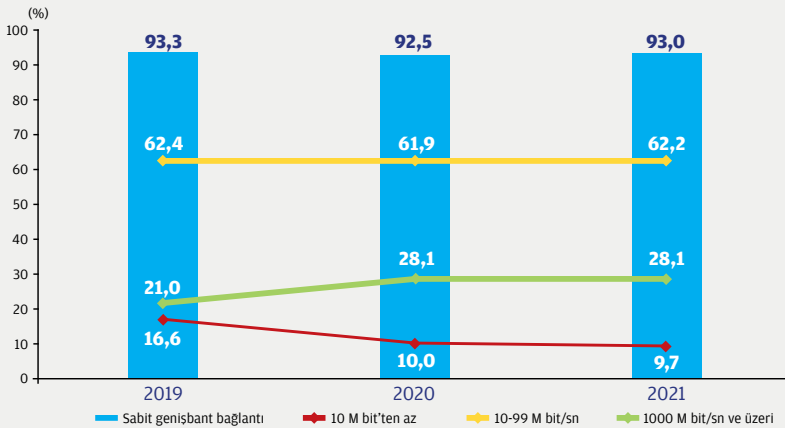
Sanayiden otomotive, tarımdan kimyaya tüm alanlarda dengelerin değişmesine neden olan bu teknoloji ile veri alışverişi hızlandıkça büyümede görülen çift haneli yükselişler de tırmanacak.

5G İLE NELER DEĞİŞECEK?

Yıl sonuna kadar ülkede faaliyet gösteren operatörlerin 4,5G ve 5G yetenekli tüm altyapı ihtiyaçlarına talip oldukları biliniyor. Bu çalışmalar tamamlandığında ise firmalar, mobil ağ servislerinden kullandıkları enerji maliyetlerinde yüzde 90 azalma yaşayacak.

- ◆ En büyük avantajı ise hız. 5G teknolojisi ile daha yüksek hızda indirme gerçekleştirecek. 5G, 1 Gbps'nin üzerindeki hızlara ulaşacak.
- ◆ Daha fazla kapsama alanına sahip.
- ◆ Mobil ağların pil ömrünü uzatarak, enerji tüketimini minimum seviyelere indirecek.
- ◆ Gecikme sürelerinin 1-10 milisaniyeler seviyesine düşecek.
- ◆ Öğrenciler ve öğretmenler internetin hız artışı sayesinde daha kolay araştırma

T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakan Yardımcısı Ömer Fatih Sayan, 2022 yılında 5G frekans ihalesini tamamlamayı, 2023 yılında da ilk sinyali vatandaşların hizmetine sunmayı hedeflediklerini açıkladı.



yapabilmek ve sanal gerçeklik sayesinde alanına göre birçok eğitimsel denemeler gerçekleştirilebilecek. Bu durum elbette üretim ve AR-GE'ye odaklanan firmalara da yarar sağlayacak.

► Yüksek hızda hareket halindeyken bile kesintisiz iletişim devam edecek.

TÜRKİYE, 5G KULLANIMI İÇİN TARİH VERDİ

Türkiye'yi küresel rekabette öne çıkaracak, yüksek katma değer taşıyan,

Kullanım amacı	(%)
Tesislerin güvenliği	82,1
Enerji tüketimi yönetimi	36,2
Lojistik yönetimi	32,9
Üretim süreçleri	24,7
Müşteri hizmetleri	18,3
Duruma dayalı bakım	17,3
Diğer	14,7

Birden fazla seçenek işaretlenebildiği için toplam 100 olmayabilir

ekonomik bağımsızlık için stratejik değeri olan ve dijital dönüşümde kritik seviyede önemli teknolojik ürün ve hizmetlerin milli ve özgün olarak geliştirilmesi ve üretilmesi amacıyla Milli Teknoloji Hamlesi programı yürütülüyor. Bu kapsamda T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakan Yardımcısı Ömer Fatih Sayan, 2022 yılında 5G frekans ihalesini tamamlamayı, 2023 yılında da ilk sinyali vatandaşların hizmetine sunmayı hedeflediklerini açıkladı. 5G'ye erken geçen ülkeler özellikle fabrika otomasyonlarında kullandıkları ölçüde, avantajları erkenden görecek. Ancak sistemin işlenebilir olması için altyapı, test çalışmaları gibi uzun ve zorlu süreçlerin tamamlanması gerek.

İNTERNET KULLANIMINDA TÜRKİYE'DE SON DURUM

2021 yılında hazırlanan "Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması"na göre Türkiye'de şu anda girişimlerin yüzde 93'ü sabit genişbant bağlantı kullanıyor. 10 ve daha fazla

çalışanı olan firmaların internete erişim oranı yüzde 95,3. İnternete erişim oranı çalışan sayısı büyüklük gruplarına göre incelendiğinde ise bu oranın 10-49 çalışanı olan girişimlerde yüzde 94,7; 50-249 çalışanı olan girişimlerde yüzde 98; 250 ve üzeri çalışanı olan girişimlerde ise yüzde 99,9 olduğu görüldü.

Bu firmaların abone oldukları en yüksek internet bağlantı hızları dikkate alındığında; yüzde 9,7'sinin 10 Mbit/s hız altında, yüzde 62,2'sinin 10-99 Mbit/s hız aralığında ve yüzde 28,1'inin ise 100 Mbit/s ve üzeri hızda internet kullandığı tespit edildi. Çalışan sayısı 250 ve üzeri olan girişimlerde, 100 Mbit/s ve üzeri hızda internet kullananların oranı 2020 yılında yüzde 37,6 iken bu oran 2021 yılında yüzde 47,7'ye yükseldi.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) eylül ayında paylaştığı bilişim kullanım oranlarına göre ise şu satırbaşları dikkat çekti:

- ◆ Web sitesine sahip firmaların oranı yüzde 49,4 oldu.
- ◆ Türkiye genelinde firmaların yüzde 34,6'sı sosyal medya uygulamalarını kullandı.
- ◆ E-ticaret yapan girişimlerin oranı arttı.
- ◆ Çevrim içi mağazalar ve pazar yerlerini web satış platformu olarak kullanan girişimlerin oranı arttı.
- ◆ Web satışı yapan girişimlerin yüzde 19,5'i yurt dışına satış yaptı.
- ◆ Kurumsal Kaynak Planlaması yazılımı kullanımını arttı.
- ◆ Ücretli bulut bilişim kullanımı 250 ve üzeri çalışanı olan firmalarda yüzde 41 oldu.
- ◆ Robot teknolojisi kullanan firmaların oranı yüzde 4,8 oldu.
- ◆ Nesnelerin İnterneti'ni kullanan firmaların oranı yüzde 21,1 oldu.
- ◆ Firmaların yüzde 2,7'si yapay zekâ kullandığını belirtti.
- ◆ Firmalar tarafından gerçekleştirilen çevrimiçi toplantıların sayısının arttığı beyan edildi.
- ◆ Firmaların yüzde 14'i COVID-19 salgını nedeni ile e-ticarete başladı ya da satış çabasını artırdı.

DÜNYADA 5G'YE GEÇEN İLK ÜLKE GÜNEY KORE OLDU

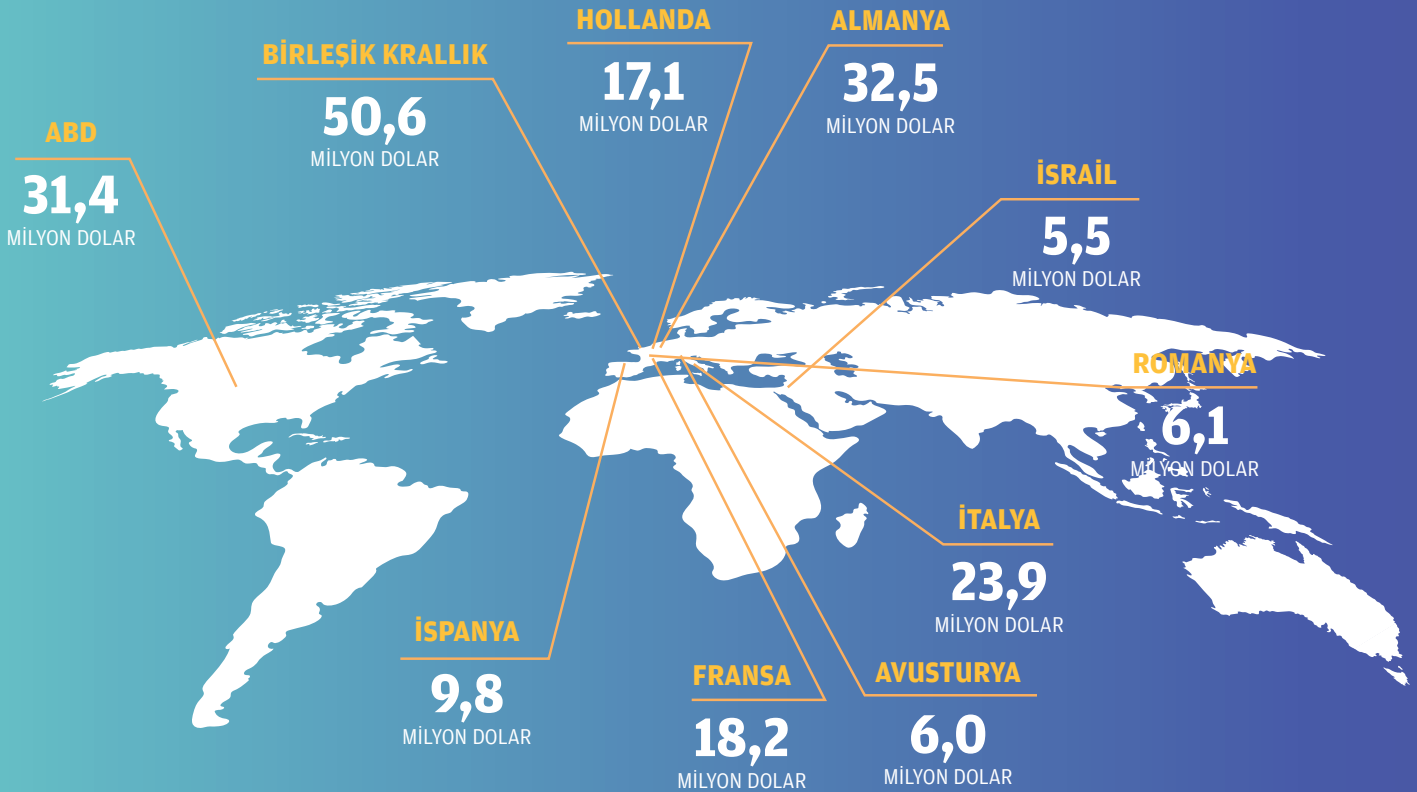
Güney Kore, Aralık 2018 itibarıyla dünya çapında 5G lansmanını yapan ilk ülke oldu. 2021 raporlamalarına göre Güney Kore, dünyada 5G'yi en fazla kullanma oranıyla (yüzde 26 abone) ilk sırada yer alıyor. İkinci sırada ABD (yüzde 7,9 abone) ve üçüncü sırada ise Japonya (yüzde 6,1 abone) takip ediyor.

DENİB İHRACATI

- 01 Ocak-31 Ekim 2021 günleri arasında DENİB tarafından kayda alınan ihracat rakamı yüzde 44,21'lik artışla 2,75 milyar dolar olarak gerçekleşti.
- 2020 yılı ekim ayında 252 milyon dolar olan DENİB ihracatı, 2021 yılı ekim ayında geçen yıl aynı döneme göre yüzde 21,38 artarak 305,8 milyon dolar olarak gerçekleşti.
- 2021 yılı ekim ayı içerisinde DENİB ihracatının ön sıralarında yer alan sektörlerden "Hazır Giyim ve Konfeksiyon" sektörünün ihracat kayıt rakamı geçen yılın aynı ayında göre yüzde 11,05 artışla 128 milyon dolar, "Tekstil ve Hammaddeleri" sektörünün ihracat kayıt rakamı ise yüzde 37,69 artışla 39 milyon dolar olarak kaydedildi.



**EKİM AYINDA
DENİB İHRACATI**
%21,38
305,8
MİLYON DOLAR



SEKTÖRLERİN EKİM AYI İHRACATI



**TEKSTİL VE
KONFEKSİYON**

**ELEKTRİK
ELEKTRONİK**



**DEMİR VE DEMİR
DIŞI METALLER**

29,8
MİLYON DOLAR



**MADENCİLİK
ÜRÜNLERİ**



DENİB İHRACAT DEĞERLENDİRME RAPORU

- 2021 yılının ilk 10 ayında DENİB üyeleri toplam 173 ülkeye ihracat gerçekleştirdi.
- Ocak-Ekim döneminde en çok ihracat gerçekleştirilen ilk 10 ülkenin toplam DENİB ihracatından aldığı pay yüzde 65,49; ilk üç ülkenin toplam DENİB ihracatından aldığı pay ise yüzde 38,20'dir.
- DENİB üyeleri tarafından Avrupa Birliği üyesi ülkelere yapılan ihracat 2021 yılı ekim ayında yüzde 38,62 artışla 160,3 milyon dolar olarak gerçekleşti. 2020'nin ekim ayında ise AB ülkelerine yapılan ihracat 115,6 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 \$)	EKİM				OCAK-EKİM			
	2020	2021	Değişim %	Pay % (2021)	2020	2021	Değişim %	Pay % (2021)
TEKSTİL VE KONFEKSİYON	134.158	156.496	16,65	51,18	1.023.846	1.399.473	36,69	50,80
ELEKTRİK, ELEKTRONİK	40.356	57.374	42,17	18,76	292.762	509.729	74,11	18,50
DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER	24.347	29.879	22,72	9,77	174.562	290.306	66,31	10,54
MADENCİLİK ÜRÜNLERİ	13.651	15.768	15,51	5,16	116.611	169.715	45,54	6,16
DİĞER SEKTÖR ÜRÜNLERİ	39.429	46.284	17,38	15,13	302.543	385.614	27,46	14,00

DENİB 2021 yılı ekim ayındaki toplam ihracatının 84,3 milyon dolar ile yaklaşık yüzde 28'ini oluşturan “Bornoz-Sabahlık, Havlu-Mutfak Bezleri ve Çarşaf-Neversim” ihracat kayıt rakamlarının karşılaştırmaları ise şu şekildedir:

(FOB/1000 \$)	EKİM				OCAK-EKİM			
	2020	2021	Değişim %	Pay % (2021)	2020	2021	Değişim %	Pay % (2021)
BORNOZ- SABAHLIK	14.457	14.993	3,71	4,90	87.082	132.258	51,88	4,80
ÖRME-DOKUMA, PAMUKLU BUKLE HAVLU	39.635	47.459	19,74	15,52	296.896	403.884	36,04	14,66
ÇARŞAF-NEVRESİM	19.901	21.882	9,95	7,16	168.291	217.996	29,54	7,91

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

SEKTÖR (FOB/1000 \$)	EKİM				OCAK-EKİM			
	2020	2021	Değişim %	Pay % (2021)	2020	2021	Değişim %	Pay % (2021)
BİRLEŞİK KRALLIK	43.108	50.605	17,39	16,55	273.160	460.477	68,57	16,72
ABD	28.895	31.491	8,99	10,30	182.990	308.742	68,72	11,21
ALMANYA	28.534	32.567	14,14	10,65	230.993	282.995	22,51	10,27
İTALYA	14.592	23.937	64,04	7,83	117.003	190.218	62,58	6,90
FRANSA	9.524	18.217	91,28	5,96	96.420	145.433	50,83	5,28
HOLLANDA	12.728	17.138	34,65	5,60	99.829	142.581	42,83	5,18
İSRAİL	4.682	5.530	18,12	1,81	49.684	88.454	78,04	3,21
İSPANYA	6.387	9.853	54,26	3,22	54.644	72.334	32,37	2,63
AVUSTURYA	5.917	6.002	1,44	1,96	44.364	62.664	41,25	2,27
ROMANYA	6.027	6.177	2,49	2,02	45.239	50.380	11,36	1,83
DİĞER ÜLKELER	91.549	104.283	13,91	34,10	716.000	950.560	32,76	34,51



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.gov.tr
Web Adresi: www.denib.gov.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

Limnülük 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 İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği

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



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 İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği

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



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

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



Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği

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



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: gaibevrak@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

Babadaglı 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



Bozburun Mah. Salihağa Cad. No:8 Merkezefendi / Denizli / Türkiye

0(258) 371 17 54 www.yenigunestekstil.com

AySu

® TESCİLLİ MARKA



- Sade Gazoz
- Nar Aromalı Gazoz
- Lavanta Aromalı Gazoz
- Portakal Aromalı Gazoz
- Acıbadem Aromalı Gazoz
- Mandalina Aromalı Gazoz
- Elma Konsantreli Armut Aromalı Gazoz

AYSU MEŞRUBAT VE GIDA SANAYİ

Zafer Mah. 1044 Sk. No:42 Merkezefendi/DENİZLİ · Tel: 0258 371 49 03 · Faks: 0258 371 63 55

www.aysugazoz.com

