

akib aktüel

temmuz 2015 sayı 49

akdeniz ihracatçı birlikleri resmi yayın organı

ALTIN ATEŞ KİMYA FORTUNE 500'DE

AKİB
Koordinatör
Başkanı Aymen,
krizi fırsata
dönüştürmeyi
hedefliyor

Kahramanmaraşlı
başarılı
ihracatçılar
ödüllendirildi

YMS ihracatının
yükselen pazarı
Balkanlar,
mercek altında

3 ADIMDA *cebinizde*

1

Google Play Store'a
ya da Apple Store'a
"timreport" yazın

2

Karşınıza çıkan ikona
tıklayarak "timreport"
dergisinin ücretsiz
aplikasyonunu indirin.

3

Artık "*timreport*"
cebinizde.



Available on the iPhone
App Store

 Google play


KÜÇÜK MUCİZELER
YAYINCILIK İLETİŞİM HİZMETLERİ TİC.LTD. ŞTİ.

İhracat alarm veriyor



ALİ CAN YAMANYILMAZ
AKDENİZ SU ÜRÜNLERİ VE
HAYVANSAL MAMULLER
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ BAŞKANI

Hem Türkiye, hem de yakın coğrafyalarımızda yoğun ve sıcak bir gündem devam ediyor. Ülke olarak öncelikle yeni kurulacak hükümeti bekliyoruz. Ülkemizi uyum içinde geleceğe taşıyacak, istikrarı sağlayacak, güçlü ve reformist bir hükümete ihtiyacımız var. Emin adımlarla ekonomimizin bir süredir beklediği yapısal dönüşümlerin devamına acil biçimde ihtiyaç duyuyoruz.

Küresel riskler ekonomileri zorluyor. Dünya ticaretindeki daralmanın yanı sıra, Yunanistan'ın borç krizi, Ortadoğu'daki çatışma ortamı, Rusya ve Batı dünyası arasındaki gerilim gibi hepsi de bizi yakından ilgilendiren gelişmeler, adeta etrafımızı ateş çemberine döndürüyor. Böylesi bir ortamda ülkemizin hiç zaman kaybetmemesi gerekmektedir.

İhracatçılar olarak, yeni kurulacak hükümetten ihracat odaklı yeni bir büyüme modeli oluşturmasını bekliyoruz. Türkiye'nin artık yüksek katma değere dayanan, inovasyonu öne çıkararak, bilgi ve teknoloji üretmeye odaklanmış yeni bir büyüme modeline ihtiyacı var. Bu da eğitimden teşvik politikalarına, inovasyondan markalaşma süreçlerine bütünlüklü bir reform programıyla mümkün olabilecektir.

Dönüşüme duyulan ihtiyacı, ihracat rakamları da söylemektedir. Türkiye'nin haziran ayında dolar bazında ihracatını yüzde 6,4 düşmesine rağmen, kilogram bazında ihracatı yüzde 5,4 artış gösterdi. Yani daha fazla malı, daha ucuza sattık. Katma değeri artırmanın önemini vurgularken, amacımızın sadece mal satmak olmadığını, ülkemiz cari açığını kapatacak nitelikte ihracata yönelmek gerektiğini anlatmaya çalışıyoruz.

Öte yandan Euro/Dolar paritesinin geçen yıla oranla yüzde 17,6 gerilemesinin aylık bazda ihracata 1,2 milyar dolar negatif etkisi olduğu görülüyor. Bu etki 2015'in ilk yarısında 6,8 milyar dolara ulaştı. Türkiye geneli ihracatımız bu sebeplerle haziran ayında yüzde 6,4 düşüş kaydetti.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri olarak ise toplam yurtdışı satışlarımız yüzde 4,8 oranında gerileyerek 899 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti. AKİB'in kayda aldığı ihracat 2015 yılı ilk altı ayında yüzde 9,8 azalışla 5,6 milyar dolara geriledi.

Türkiye ihracatındaki düşüşte son dönemde sıkıntılar yaşanan 7 bölgesel pazarın çok etkili olduğu görülüyor. Bunlardan, Irak'a ihracat ilk altı ayda yüzde 24 azalarak, 1,4 milyar dolara geriledi. Rusya'ya ihracat yılın ilk yarısında yüzde 37 azaldı. Libya'ya ihracat ilk altı ayda yüzde 38 geriledi. Yine önemli pazarlardan Ukrayna'ya ihracat ilk altı ayda yüzde 37 azaldı.

İhracattaki erozyonu durdurmak için bir an önce tedbirlerin alınması gerektiğini yineliyoruz. Gerekli önlemler alınmazsa ülkemiz önüne koyduğu kalkınma hedeflerinden uzaklaşacaktır.

6 BİRLİK'TEN
Seçim sonrası ihracat
toparlanıyor

8 GÜNCEL
TİM Olağan Genel Kurulu
geniş katılımı
gerçekleştirildi

12 GÜNCEL
Krizi yeni pazarlarla
aşacağız

16 İHRACATIN YILDIZLARI
Kahramanmaraş'ın
gurur gecesi

20 GÜNCEL
Altın Ateş Kimya'dan
Fortune 500 Türkiye
başarısı

22 GÜNCEL
Teknik tekstillerin
geleceği parlak

24 YAŞ MEYVE SEBZE
Balkan pazarına bakış

26 GÜNDEM
İnovasyon Turu
Hollanda ile tamamlandı

28 GÜNDEM
İşçi de işveren de
haklarını bilmiyor

38 GÖSTERGELER

20



26





SAHİBİ
AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ ADINA
M. BÜLENT AYMEN

YAYIN KURULU
ADNAN ERSOY ULUBAŞ
ALİ CAN YAMANYILMAZ
ALİ KAVAK
ALİ UĞUR ATEŞ
M. BÜLENT AYMEN
HAYRİ UĞUR
MAHMUT ARSLAN
ZEKİ KIVANÇ

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
İSMAİL ÇETİN

YÖNETİM YERİ
AKİB LİMONLUK MAH.
36. CAD. NO:4
YENİŞEHİR 33120 MERSİN
TEL: 0324 325 37 37
FAXS: 0324 325 41 42
E-POSTA: akib@akib.org.tr
WEB: www.akib.org.tr

YAPIM



KÜÇÜK MUCİZELER YAYINCILIK VE
İLETİŞİM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.

YAYIN DİREKTÖRÜ
ERKAN ERSÖZ
erkanersoz@kucukmucizeler.com

EDİTÖR
TOLGA ÇATAL
tolgacatal@kucukmucizeler.com

GÖRSEL YÖNETMEN
GAYE ÇAĞLAR
gaye@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAF
FATİH YALÇIN

KATKIDA BULUNANLAR
ECE ÖNGEÇ, SAMİ SÜYGÜN
MEHMET ÖZÇELİK

BASKI - CİLT
BELMAT BASKI
TELSİZ MAH. 69/1 SOK. NO:25/5
ZEYTİNBURNU / İSTANBUL
www.belmatbaski.com

DAĞITIM
KRY NET

AKİB AKTÜEL DERGİSİ AKİB ADINA
KÜÇÜK MUCİZELER YAYINCILIK VE
İLETİŞİM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ. TARAFINDAN
YAYINA HAZIRLANMAKTADIR.

İLETİŞİM
KAPTANPAŞA MAHALLESİ DARULACEZE CADDESİ
BİLAŞ İŞ MERKEZİ A BLOK NO:31 KAT:6 D: 63
ŞİŞLİ / İSTANBUL
(0212) 211 68 53 - 73

AKİB AKTÜEL, AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ
GENEL SEKRETERLİĞİ TARAFINDAN AYDA BİR
YAYIMLANIR VE ÜCRETSİZ DAĞITILIR.

AKİB AKTÜEL'DE YER ALAN İMZALI YAZILAR,
YAZARLARIN KİŞİSEL GÖRÜŞLERİDİR,
AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİNİ BAĞLAMAZ.

AKİB AKTÜEL'DE YER ALAN YAZILAR VE
FOTOĞRAFLARIN HER TÜRLÜ TELİF HAKKI AKDENİZ
İHRACATÇI BİRLİKLERİNE AİTTİR.
İZİN ALINMADAN, KAYNAK GÖSTERİLEREK DAHI
İKTİBAS EDİLEMEZ.

AKAMİB Adanalı üyeleriyle bir araya geldi



Akdeniz Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyeleri, bölgenin en güçlü şehirlerinden olan ve bu gücünü TIM 2014 yılı Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçı Firması listesine girmeyi başaran 21 şirketiyle gözler önüne seren Adana'da, 12 Haziran tarihinde Adanalı üyeleriyle buluştu. Sektör sorunlarının tartışıldığı ve çözüm önerileri üzerine görüşmelerde bulunulduğu toplantıda konuşan Aymen, "Son dönemlerde ihracat pazarlarımızda yaşanan sıkıntı ve küresel etkenler, genel ihracat rakamlarımızda olduğu gibi, Adana'nın ihracatını da negatif yönde etkiledi. Adana'nın geçtiğimiz yıl Mayıs ayın-

da 158,2 milyon dolar olan ihracatı, bu yılın Mayıs ayında 130,4 milyon dolara geriledi. Bu yıl Ocak-Mayıs döneminde yapılan ihracat da geçen yılın aynı döneminde gerçekleşen 808,5 milyon dolardan 666,4 milyon dolara indi. İhracattaki bu gerilemeyi durdurmak ve tekrar artış sağlamak adına bölgesel anlamda ne yapabiliriz sorusunu tartışmak için buradayız" dedi. Adana Sheraton Otel'de gerçekleştirilen toplantıda, son dönemde ihracatta yaşanan gelişmeler ışığında üyelerin sorunlarının dinlenmesinin yanı sıra Yönetim Kurulu Üyeleri sektörle ilgili gerçekleştirdikleri girişimlere ilişkin son gelişmeleri Adanalı üyelerle paylaştı.

Hazır giyimciler iftarda buluştu



Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği tarafından Adana'da düzenlenen iftar yemeğine Adanalı çok sayıda AKİB üyesi katıldı. Adana Park Zirve'de düzenlenen yemeğe Yönetim Kurulu Başkanı Hayri Uğur'un yanı sıra Yönetim Kurulu

Üyeleri de katılım sağladı. Yemekte, iftar organizasyonuna katılan tüm ihracatçılara teşekkürlerini ileten Uğur, birlik ve beraberliğin pekiştirilmesine vesile olan iftar programının geleneksel hale gelmesi temennisinde bulundu.

Türk plastik sektörü AKMİB ile ikinci kez RosUpack'e katıldı

RosUpack 2015 Fuarı, 16-19 Haziran tarihleri arasında Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği organizatörlüğünde, Rusya'nın Moskova kentinde düzenlendi. Rusya'nın en önemli ambalaj ve paketleme fuarı olan RosUpack 2015'e katılan Türk firmaları, Türkiye'nin ihracatını ve ambalaj pazarındaki etkinliğini artıracak ikili görüşmeler gerçekleştirerek, önemli bağlantılar kurdu.

20 bini aşkın sektör profesyonelinin ziyaret ettiği fuarda Türk firmaları son teknoloji ürünleri ile dikkat çekerken, Moskova'da gerçekleşen ve 38 ülkeden 700 firmanın katılım gösterdiği fuara, Türkiye'den 10 firma ile milli katılım sağlandı.

Fuar kapsamında AKMİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Murat Direkçi ve Yönetim Kurulu Üyeleri Kazım Güven ile Yalçın Orhan da Türk firmalarını ziyaret ederek incelemelerde bulundu.



NTG İnceleme Heyeti Latin Amerika'dan mutlu döndü



Türk narenciye ürünlerinin yurt içi ve yurt dışı talebini artırmak adına kaliteli üretim planlaması ve doğru pazarlama kanallarının kullanımı enstrümanlarını organize bir şekilde ve ülke politikası olarak yürütmek için kurulan Narenciye Tanıtım Grubu, Mayıs ayı sonunda Ekonomi Bakanlığı'nın koordinatör-

lüğünde gerçekleştirdiği Brezilya ve Arjantin'i kapsayan İnceleme Heyeti ziyaretlerini başarıyla tamamladı. Brezilya'da Sao Paulo ve Rio De Janeiro ile Arjantin'de Buenos Aires ve Tucuman şehirlerindeki paketleme tesisleri, Ar-Ge merkezleri, meyve sebze halleri ve pek çok firmanın tesis

ve bahçelerini inceleme olanağı yakalayan İnceleme Heyeti'ne, NTG ve Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak ve Yönetim Kurulu Üyeleri ile İstanbul, Doğu Karadeniz ve Ege İhracatçı Birlikleri, Adana Çiftçiler Birliği ve Türkiye genelindeki ihracatçı ve üreticilerden toplam 35 sektör yöneticisi katılım sağladı. Narenciye konusunda üretim yöntemleri, paketleme teknikleri, ihracat, endüstri ve bilimsel araştırmalarda geline noktaları yerinde incelemek üzere düzenlenen heyet kapsamında; Copal Gıda Üreticileri Birliği, Federcitrus Narenciye Federasyonu ve Tucuman Narenciye Üreticileri Derneği ziyaret edildi.

Ali Kavak, ilgili seyahate ilişkin yaptığı açıklamada, yeni pazarlar bulmak ve mevcut pazarlardaki varlığımızı koruyarak ülke ihracatımızı artırmak adına tarımda modernizasyon, inovatif çalışmalar ve Ar-Ge çalışmalarının taşıdığı önemin bilincine işaret ederek, uluslararası pazarda rekabet avantajını koruyabilmek için düzenlenen inceleme seyahatinden çok verimli bilgilerle döndüklerinin altını çizdi.

Mersin Üniversitesi AKİB üyelerini küresel rekabete hazırlıyor

AKİB üyelerinin daha rekabetçi bir yapıya kavuşmalarını sağlamak üzere, Mersin Üniversitesi ve AKİB iş birliğinde düzenlenen eğitim faaliyetlerinin ilki, 20 Haziran'da AKİB Toplantı Salonu'nda gerçekleştirildi. Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Mehmet İsmail Yağcı tarafından verilen Uluslararası Pazarlama Eğitimi'nde küresel pazarlama stratejisinin gelişimi ve genel ilkeleri incelendi.

Üç günlük yoğun eğitim programına AKİB üyelerinden Agrozan, Armada, Başhan, BLC, Dervişoğlu, Ersin Bakliyat, Narpa Narin, Otat, Saysan, Sevan ve Ürün Gıda temsilcileri katılırken, önümüzdeki dönemlerde aile şirketlerinde kurumsallaşma ve profesyo-



nel yönetim, pazarlama araştırması, lojistik ve tedarik zinciri yönetimi, dış ticaret ve

gümrük mevzuatı konularında da eğitimler gerçekleştirilmesi planlanıyor.

Seçim sonrası ihracat toparlanıyor

Türkiye geneli ihracatındaki kayıplar devam ediyor olsa da ihracat kayıplarının oransal olarak yavaşlaması dikkat çekiyor.



Haziran ayı ihracat rakamlarını değerlendiren AKİB Koordinatör Başkanı M. Bülent Aymen, "Haziran ayında, geçen yılın aynı dönemine göre ülke olarak yüzde 6,4 oranında daha az ihracat yaptık. İhracatımız 12 milyar 507 milyon dolardan 11 milyar 703 milyon dolara düştü. Yılın ilk altı ayında ise geçen yıla göre yüzde 8,1'lik kayıp yaşandığı görülüyor. İlk altı ayda geçen yıl 79 milyar 694 milyon dolar olan ihracat, bu yıl 73 milyar 261 milyon dolarda kaldı. En fazla ihracat yaptığımız ülkeler Almanya, İngiltere, Irak, İtalya ve Fransa olurken, en fazla ihracat yapılan sektörler de otomotiv, hazır giyim ve konfeksiyon, kimyevi maddeler ve mamulleri, elektrik-elektronik ve hizmet ile çelik sektörleri oldu" dedi.

AKİB'İN KAYBI YÜZDE 4,8

Aynı döneme ait AKİB ihracat rakamlarını da değerlendiren Aymen, "Koordinatör Başkanı olduğum AKİB'in Haziran ayı rakamlarına baktığımızda ise ihracatımızın 944 milyon dolardan 899 milyon dolara gerilediği, yani geçen yıl Haziran ayına oranla yüzde 4,8 oranında bir düşüş yaşadığımızı görüyoruz. İlk altı ay toplamında da kaybimiz yüzde 9,8 seviyesinde gerçekleşti: Geçtiğimiz yıl ilk altı ayda 6 milyar 277 milyon dolar olan ihracatımız, bu yıl 5 milyar 660 milyon dolara geriledi" dedi. Türkiye genel ihracatını AKİB'in sorumluluk sahasında bulunan iller açısından da değerlendiren Aymen, Haziran ayında en fazla ihracat yapan iller sıralamasında Hatay'ın onuncu, Kayseri'nin 11'inci, Adana'nın 12'nci, Mersin'in 13'üncü ve Karaman'ın 27'nci sırada olduğunu belirtti. Aymen, AKİB ihracatının ülkeler bazında incelendiğinde ise Haziran ayında en fazla ihracat gerçekleştirilen ilk beş ülkenin Suudi Arabistan, Irak, Mısır, Malta ve Birleşik Arap Emirlikleri olarak öne çıktığını ifade etti.

Demir ve Demir Dışı Metaller: AKİB sorumluluk sahasındaki demir ve demir dışı metaller sektörü Haziran ayında 33 milyon dolar ihracat gerçekleştirirken, geçen yıla göre yüzde 11'lik kayıp yaşandığı görülüyor. AKİB ihracatçılarının Türkiye geneli demir ve demir dışı metaller ihracatından aldığı pay ise yüzde 6,1. Benzer şekilde AKİB sorumluluk sahasındaki çelik sektöründeki kayıp da yüzde 4 olarak gerçekleşti. 73 milyon dolar olarak gerçekleşen ihracatın Türkiye'deki toplam sektör ihracatından aldığı pay ise yüzde 8 seviyesinde kaldı.

Hazır Giyim ve Konfeksiyon: Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon sektörü Haziran ayında gerçekleştirdiği 1,46 milyar dolarlık ihracata rağmen geçen yıla göre yüzde 8,25 oranında kayıp yaşadı. Haziran ayında Türkiye toplam ihracatından yüzde 12,5'lik bir pay alan sektör, AKİB özelinde ise yüzde 1,17'lik düşüş yaşadı. Bu dönemde 31,7 milyon dolar olarak gerçekleşen AKİB ihracatının Türkiye'deki toplam sektör ihracatından aldığı pay ise yüzde 2,17 oldu.

Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri: Haziran ayı sektörel bazda ihracat rakamlarına göre Türkiye hububat bakliyat yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2,9 oranında azalarak 481 milyon dolar olarak gerçekleşti. AKİB sorumluluk sahasının performansı ise 92,8 milyon dolar seviyesinde kaldı ve geçen yıla göre yüzde 8 oranında kayıp yaşadı.

Kimyevi Maddeler ve Mamulleri: Haziran ayı sektörel bazda ihracat rakamlarına göre Türkiye kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 6,09 oranında bir düşüşle 1 milyar 426 milyon dolar olarak gerçekleşti. AKİB özelindeki ihracat ise 346 milyon dolar olarak gerçekleşirken, sektör, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 4,26 ihracat

kaybı yaşadı ve ülke geneli kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatından yüzde 24,3 pay aldı. **Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri:** Haziran ayı sektörel bazda ihracat rakamlarına göre Türkiye mobilya, kâğıt ve orman ürünleri ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7,4 oranında bir düşüş yaşadı ve 355 milyon 561 bin dolar olarak gerçekleşti. AKİB özelinde ise sektör yükseliş trendine girdi ve 47 milyon 243 bin dolar olarak gerçekleştirdi. AKİB ihracatçılarının bu dönemde, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 6,4'lük artış sağladıkları izleniyor.

Su Ürünleri ve Hayvansal Mamulleri: Su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörü Haziran ayında, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 30 oranında düşüşle 110 milyon 628 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. AKİB sorumluluk sahasında da yüzde 45 kayıp yaşayan sektör, 11 milyon 699 bin dolarlık ihracat yaptı.

Tekstil ve Hammaddeleri: Türkiye tekstil ve hammaddeleri sektörü ihracatı Haziran ayında 681 milyon olarak gerçekleşti. Yılın ilk yarısında sektör toplam ihracatı ise bir önceki yıla göre yüzde 11,5 oranında azalarak 4 milyar dolar oldu. Bu dönemde sektör ihracatı miktar bakımından yüzde 13 artış sağlarken, ilk altı ay toplam verilerinde yüzde 6 oranında artış yaşandığı görülüyor. Sektör genelinde miktarda görülen artışa rağmen değer bazında kaydedilen gerileme AKİB özelinde de izleniyor. Haziran ayında geçen yıla göre aynı kalarak 74,5 milyon dolara inen ihracat, miktar bakımından yüzde 16 oranında artış sağlarken, ilk altı ay rakamlarına göre değer bazında yüzde 8'lik kayıp izleniyor.

Yaş Meyve Sebze: Yılın ilk yarısını işaret eden Haziran ayında yaş meyve ve sebze ihracatı, miktarda yüzde 44 değerde ise yüzde 8'lik artış yaşadı ve 181 milyon 477 bin dolar olarak gerçekleşti. En fazla ihraç edilen ürünler sırasıyla kiraz-vişne, domates, kayısı, şeftali ve karpuz olurken, en fazla ihracat yaptığımız ülkeler Rusya, Almanya, Irak ve Hollanda oldu. AKİB özelindeki yaş meyve sebze ihracatı ise bu dönemde 48 milyon 51 bin dolar olarak gerçekleşti ve geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 20 artış sağlandı. Bununla birlikte Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, tüm ihracatçı birlikleri arasında yüzde 26 pay ile Türkiye ihracatına güçlü bir katkı sağlamaya devam etti.

NARBİS ve TARBİL Proje Bilgilendirme Toplantısı AKİB ev sahipliğinde Mersin'de gerçekleşti

Narenciye sektörünün gelişimi için önem arz eden NARBİS ve TARBİL projelerindeki son durum ve sektörün yaşadığı sıkıntılar, Akdeniz Yaş Meyve ve Sebze İhracatçı Birlikleri Genişletilmiş Sektör Toplantısı'nda ele alındı.

Ulusal Turunçgil Konseyi Yönetim Kurulu Üyeleri, Akdeniz Yaş Meyve ve Sebze İhracatçı Birlikleri Yönetim Kurulu Üyeleri, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Gıda ve Kontrol Genel Müdür Yardımcısı Muharrem Selçuk, Tarım Reformu Genel Müdür Yardımcısı Dr. Metin Türker, Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü Koordinatörlerinden Dr. Doğan Doğan, Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü Birim Koordinatörü Ercan Türktekel ve Nihal Boşnak ile akademisyenler, ihracatçılar, turunçgil üretici birlik temsilcileri, il ve ilçe gıda, tarım ve hayvancılık müdürlüğü yetkilileri, ziraat odaları temsilcileri ve çeşitli kamu ve özel sektör temsilcilerinin katıldığı Genişletilmiş Sektör Toplantısı, 16 Haziran'da AKİB'de gerçekleştirildi.

NARBİS TARIMSAL REKABETİ ARTIRACAK

Ulusal Turunçgil Konseyi Başkanı ve Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçı Birlikleri Yönetim Kurulu Üyesi Kemal Kaçmaz'ın açılış konuşmasıyla başlayan toplantı, Çukurova Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Süha Berberoğlu'nun NARBİS (Narenciye Bilgi sistemi) Projesi sunumuyla devam etti. Hatırlanacağı üzere, Silifke'den Samandağ'a tüm Doğu Akdeniz Bölgesi'ndeki üretimi, çeşitliliği, riskleri ve tarımsal rekolteyi önceden tahmin ederek buna uygun planlı üretim ve ihracatı hedefleyen NARBİS Projesi, Narenciye Tanıtım Grubu ve Ulusal Turunçgil Konseyi'nin destek verdiği bir proje olduğunu dile getiren Prof. Dr. Berberoğlu, uydu görüntüleri ve insansız hava araçları gibi son teknolojiye sahip araçları kullanan ya da kullanmayı hedefleyen bir proje olarak NARBİS çıktılarının, hem üretici ve ihracatçı hem de ülkenin tarımsal rekabet gücü açısından oldukça faydalı olduğunu vurguladı.

HER PARSEL KAYIT ALTINA ALINACAK

NARBİS sunumunun ardından program Tarım Reformu Genel Müdür Yardımcısı



Metin Türker'in konuşmasıyla devam etti. Konuşmasında TARBİL (Tarım Bilgi Sistemi) Projesi'ne vurgu yapan Türker, dijital anlamda ölçülemeyen alanların kontrol edilemediğini ve planlama yapılamadığını belirterek, "Türkiye'de tarımsal alanların önemli bir bölümü kayıt dışı ve bu projenin hedefi de pulluğun değdiği her parseli sayısallaştırarak, ilgili kurumlarla ilintilendirmek ve Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü'nün adrese dayalı kayıt sistemi ile entegre hale getirmek" dedi. Toprak türlerinin, sulama alanlarının, ağaç ve meyve türlerinin sayısallaştırılıp kayıt altına alınması halinde izleme ve değerlendirmenin daha kolay ve kaliteli olacağını altını çizen Türker, tarladan sofraya bilgi akışının önemini de vurguladığı konuşmasında, kayıt sistemi amacıyla on bin TARGEL (Tarımsal Yayılımı Geliştirme Projesi) personelinin sahada olduğu bilgisini paylaştı. Diğer yandan, üretici örgütlerinin güçlendirilmesi gerekliliğine de işaret eden Türker, fonksiyonel ve kapsamlı bir sistemin, tüm paydaşlar için faydalı olacağını belirtti.

GÜÇLÜ SEKTÖR İÇİN TESCİLLİ ÜRÜNLERİN ARTMASI ŞART

Etkinliğin öğleden sonra oturumları ise teknik toplantı şeklinde devam etti. Gıda

ve Kontrol Genel Müdür Yardımcısı Muharrem Selçuk, sunumunda Rusya ihracat mevzuatı ve yatak limonlarındaki kâğıtlarda bulunan Bifenil maddesine yönelik soruna değinirken, hasat sonrası uygulamaların hassasiyetle yapılması gerektiğini ifade etti. İlaç firmalarının bu konuda uyarılacağını söyleyen Selçuk, bu konuda ruhsat almak için mevzuat açısından bir engel olmadığını belirtti. Sunumunda gümrük kapılarından ürün çıkışıyla ilgili bilgiler de aktaran Selçuk, sevkiyat araçları bilgilerinin gümrük kapılarına akşam 17.00'a kadar faks ile iletilip gece 23.00'a kadar da çıkış işlemi yapılabileceğini altını çizdi.

Etkinliğin diğer oturumlarında ise bölgede yaygınlaşabilecek trips, Akdeniz meyve sineği gibi hastalıklar konusunda uyarı yapan yetkililer bu konuda ortak çalışılmasını önerirken, bir başka konu başlığı olarak patent ve tescil uygulamaları konusunda da görüşler paylaşıldı. Güçlü bir sektör için tescilli ürünlerin artmasının şart olduğunu vurguladığı sunumlarda TARGEM temsilcisi Doğan Doğan, 2016'da sertifikalı fidanların yaygınlaşacağını belirtti. Toplantı sonunda NARBİS Projesi'nin Türkiye genelinde tamamlanması ve TARGEL Projesi ile entegrasyonun sağlanması için Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarım Reformu Genel Müdürlüğü ile bir protokol yapılmasına karar verildi.

TİM OLAĞAN GENEL KURULU GENİŞ KATILIMLA GERÇEKLEŞTİRİLDİ



Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin 22'nci Olağan Genel Kurulu ve 2014 İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni, TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi ev sahipliğinde, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımıyla gerçekleştirildi. Törende ayrıca 26 farklı ihracatçı sektörden en fazla ihracat yapan ilk üç firma da ödüllendirildi.

İstanbul Grand Tarabya Otel'de gerçekleşen 22'nci TİM Olağan Genel Kurulu'nda, Başbakan Yardımcısı Numan Kurtulmuş, Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, Enerji ve Tabii Kaynakları Bakanı Taner Yıldız, Çevre ve Şehircilik Bakanı İdris Güllüce ve Gümrük ve Ticaret Bakanı Nurettin Canikli'nin yanı sıra ihracatçı birliklerinin başkanları ve yönetim kurulu üyeleri, kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşu temsilcileri ve şirket yöneticileri hazır bulundu. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, konuşmasında ihracatçıların hiç bir engel karşısında duraksamadığı ve herhangi bir sorunda vakit kaybetmeden yeni pazarlara yöneldiğini vurgularken, "Sizler, dağlar ne kadar yüksek olursa olsun, yanından geçen bir yol buldunuz. İnaniyorum ki, 2023 hedeflerinin amiral gemisi yine ihracatçılar olacak" dedi. Seçim sonrası sürecinin süratle tamamlanmasını ve Türkiye'nin yönünü tekrar geleceğe çevirmesi gerektiğini sözlerine ekleyen Cumhurbaşkanı Erdoğan, TİM üyesi olan iş insanlarının, kendilerinin 12 yıllık mücadelesinin en yakın şahitleri olduğunu kaydetti ve "Sizlerle birlikte yüzlerce seyahate çıktık, adeta dünyayı dolaştık. Gittiğimiz her yerde Türkiye'yi anlattık, potansiyelimizi, gücümüzü, imkânlarımızı ifade ettik. İhracatçı kardeşlerimin meselelerini en üst düzeyde dile getirdik, çözüm talep ettik, verilen sözlerin takipçisi olduk. Sadece bu alana yönelik çalışan bir bakanlık kurduk. Bu bakanlığa, sizlerin meselelerini bilen, sizinle aynı dili konuşan arkadaşlarımızı görevlendirmenin gayreti içinde olduk. Her ay, bir önceki ayın ihracat rakamlarının açıklanmasını heyecanla bekledik. Beklentilerin üzerindeki artışlarla sevindik. Açıklanan rakamlar beklentimizin altında kaldığında hemen sebebini araştırdık, gereken tedbirleri aldık. İhracatçılarımızın her meselesini, kendi işimiz gibi gördük, o şekilde takip ettik. Ülkemizin ihracatını, işte böyle yoğun bir çaba neticesinde, 12 yılda 36 milyar dolardan 158 milyar dolara çıkardık" diyerek, gelinen noktada asıl övgüyü iş insanlarının, ihracatçıların hak ettiğini dile getirdi. İhracatçıların bu süreçte hiçbir zorluktan yılmadığının altını çizen Erdoğan, "Cesaretinizle, aklınızla, enerjiniz-

le sürekli yeni yollar, yeni yöntemler, yeni pazarlar bularak, bu yolculuğu kesintisiz devam ettirdiniz. Avrupa'da sıkıntı çıktığında Afrika'ya, Asya'ya yöneldiniz" sözleriyle de ihracatçıların alternatif pazar ve ürün bulup değerlendirme potansiyeline vurgu yaptı.

BAŞARINIZLA TÜRKİYE'Yİ BAYRAM YERİNE DÖNDÜRDÜNÜZ

Cumhurbaşkanı Erdoğan, konuşmasında iş insanlarına, "Sizler, karşımıza çıkan dağlar ne kadar yüksek olursa olsun, dağ kenarında mutlaka bir yol buldunuz. Başarınızla Türkiye'yi bayram yerine döndürdünüz. İhracat, Türkiye'nin geçtiğimiz 12 yılda ortaya koyduğu büyümenin amiral gemisi oldu. 2023 hedeflerimizin amiral gemisi, yine ihracatımız, ihracatçılarımız olacak" diyerek seslendi ve bu yılın ilk çeyreğindeki ihracatta yaşanan daralmanın, daha ziyade küresel konjonktürden kaynaklandığına işaret etti. Küresel krizin dünya ticaretinde yol açtığı daralmayla karşılaştığında Türkiye'nin nispeten iyi bir durumda olduğunu ifade eden Cumhurbaşkanı Erdoğan, Türkiye'nin dünya ihracatındaki payını artmaya devam ettiğini anımsatarak, mevcut daralmanın geçici olduğuna yürekten inandığını dile getirdi.

YANINIZDA OLACAĞIM

Bir yandan ihracatçıların daha çok gayret göstermesi, diğer yandan devlet destekleriyle kısa sürede yeniden arzu edilen büyüme rakamlarına ulaşılacağını ifade eden Cumhurbaşkanı Erdoğan, Türkiye'nin ihracatıyla, büyümesiyle, turizmiyle, üretimiyle pek çok defa tahminleri, öngörülerini aşan bir performans ortaya koyduğunu hatırlattı. Bu anlamda, önümüzdeki aylarda da benzer bir sürprizi, hem Türkiye'ye hem de tüm dünyaya tekrar yaşatacağımızı ümit ettiğini dile getiren Cumhurbaşkanı Erdoğan, bu konuda ihracatçılara olan güvenini de yeniden dile getirdi. Türkiye'nin bugünlere gelmesinde çok büyük emeği, çok büyük katkıları olan ihracatçıların, Yeni Türkiye'nin inşasında da aynı öncü rollerini sürdüreceklerini belirten Cumhurbaşkanı Erdoğan, "Esasen bu konuda önümüzde çok somut bir örnek mevcut. Biliyorsunuz, 2008 küresel krizi, tüm dünyayla birlikte ülkemizi de etkiledi. O dönemde ben, bu krizin ülkemizi teğet geçeceğini söylemişim. Bu yüzden beni eleştirenler oldu. Hâlbuki ben, Türkiye'nin potansiyeline, iş insanlarımızın azmine, milletimizin çalışkanlığına inandığım için böyle bir değerlendirme yapmışım. Nitekim 2009 yılında yüzde 22,6 oranında düşen ihraca-



22'nci TİM Olağan Genel Kurulu, Cumhurbaşkanı Erdoğan ve altı bakanın yanı sıra iş dünyasının yoğun katılımına da sahne oldu.



İhracatçıların her meselesini kendi işleri gibi gördüklerini söyleyen Erdoğan, "Böyle yoğun bir çaba neticesinde, ihracatı 12 yılda 36 milyar dolardan 158 milyar dolara çıkarttık" dedi.

tımıza ve ekonomimizde yüzde 4,8 oranını bulan küçülmeye rağmen, 2010 yılından itibaren yeniden yükselişe geçtik. İhracatımız 2010 yılında yüzde 11,5; 2011 yılında 18,5 arttı. Büyüme oranlarımız da 2010'da yüzde 9,2 ve 2011 yılında yüzde 8,8 oranlarında gerçekleşti" dedi.

Cumhurbaşkanı Erdoğan, konuşmasının son bölümünde TİM'in 22'nci Genel Kurulu'nun başarılı geçmesini diledi ve "Bu çatı altında ülkemize, milletimize, ekonomimize hizmet vermiş tüm kardeşlerimi tebrik ediyorum. Bugüne kadar olduğu gibi, bundan sonraki tüm çalışmalarınızda da yanınızda olacağımı bir kez daha belirtmek istiyorum" diyerek sözlerine son verdi.

CARİ AÇIK, ÖNEMLİ KONULAR ARASINDA YER ALMIYOR

Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci ise konuşmasında, Türkiye'nin ihracata dayalı büyüme gerçekleştirememesi halinde milli bir büyümeyi de yakalayamayacağını vurguladı.

Türkiye'nin ihracatta her türlü övgüyü hak eden bir performans gösterdiğini belirten Bakan Zeybekci, 1923'teki 50 milyon dolarlık ihracatın 1 milyar doların üzerine ancak 1973 yılında çıkabildiğini söylerken, şu anda ise 158,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiğimizin altını çizdi. Bakan Zeybekci, serbest bölgeler ve bavul ticareti de eklendiğinde Türkiye ihracatının 171,6 milyar dolara ulaştığını vurguladığı konuşmasında, bu yılın ilk



2023 hedefi için ne gerekiyorsa yapılacağını ifade eden Zeybekci, "Namerde değil, merde bile muhtaç olmayacak Türkiye'nin yolu büyüme ve ihracattan geçiyor" dedi.

beş ayında ihracatın yüzde 8,3'lük gerilemesini de yaşanan küresel gelişmeler ışığında öngördüklerini söyledi.

Konuşmasında, cari açığın Ocak-Nisan döneminde yüzde 13,4 gerileyerek 14,5 milyar dolar seviyesinde gerçekleştiği bilgisini de paylaşan Bakan Zeybekci, cari açığın sadece Nisan ayında yüzde 31 gerilediğini ve bu yılın önemli başlıkları arasında cari açığın yerinin olmayacağı temennisinde bulundu.

15 MİLYAR DOLARLARDAN 158 MİLYAR DOLARA

TİM 22'nci Olağan Genel Kurul'un açılışında konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ise 2023 hedefleri yolunda Türkiye'nin her yıl en az yüzde 5 büyümesi gerekliliğine işaret ederek, "Şimdi, ülkemizi uyum ve esenlik içinde geleceğe taşıyacak güçlü bir hükümete ihtiyacımız var. Müstakbel hükümetimizden makro ekonomik kazanımları korumanın yanı sıra, mikro ekonomik konularda kalıcı başarılar hedeflemesini istiyoruz" dedi.

İhracatta yeni bir paradigma, yeni bir büyüme modeli ve yepyeni bir bakış açısı gerektiğini vurgulayan Büyükekşi, Türkiye'nin ihracatçıları olarak artık dünyanın her noktasında var olduklarını dile getirdi ve ihracat yapmadıkları tek gümrük kapısının bulunmadığını dile getirdi. "Dile kolay, ihracat TİM'in kurulduğu 1993'teki 15 milyar dolarlardan, 2014'te tam 158 milyar dolara geldi" diyen Büyükekşi, bu üstün başarılarından ötürü, ihracatçıların ve tüm birliklerin takdiri hak ettiklerinin altını çizdi ve "Cumhuriyetimizin 100'üncü kuruluş yıldönümü olan 2023'e yaklaşıırken, hep birlikte ülkemizi daha ileri taşımakta kararlıyız" dedi. "Liderler, yarını bugüne getirir. Bizim de yarınla ilgili güçlü bir vizyonumuz var" diyen Büyükekşi, bu vizyonunun bugüne gelmesinde büyük payı olan Cumhurbaşkanı Erdoğan'a da teşekkürlerini sundu.

TÜRKİYE HER YIL EN AZ YÜZDE 5 BÜYÜMELİ

Hükümetten beklentilerini açıklarken; "2023 hedefleri yolunda Türkiye'nin her yıl en az yüzde 5 büyümeli" diyen Büyükekşi, iş, aş, istikbal ve refah bekleyen, azla yetinmeyen genç ve dinamik bir nüfusun olduğunu vurguladı. Onlara müreffeh bir Türkiye sunmak için belirledikleri ve devlet stratejisi haline getirdikleri 2023 ihracat hedeflerine ulaşmak zorunda olduklarını söyleyen Büyükekşi, "Bu iddialı hedeflere ulaşmak için daha hızlı

büyüme zorundayız. Büyürken, büyüme eşittir artan cari açık sarmalından kurtulmak zorundayız. Ne yapıp edip, bu temel yapısal sorunumuzu aşmamız gerekiyor. Önümüzdeki dönemde yönetime talip olacak iradenin, makro ekonomik kazanımları hassasiyetle koruyacağından eminiz. Lakin mevcudu korumak asla yeterli değildir. Yeni bir paradigma, yeni bir büyüme modeli ve yepyeni bir bakış açısı gerektiriyor. Bu bakış açısının yoğunlaşması gereken alan mikro ekonomidir. Evet, şimdiye kadar makro ekonomik hedeflerimizde büyük başarılar kazandık. Şimdi sıra, mikro ekonomik hedeflerde kalıcı başarılar yakalamaya geldi. Bu çerçevede ilk meselemiz, tüm kaynaklarımızı, ulaşabileceğimiz en yüksek katma değeri hedefleyen bir biçimde kullanabilmek. Bu yönde, küresel seviyedeki trendlerin doğru okunması gerekiyor. Temennilerin yerini somut ve ölçülebilir hedeflerin alması gerekiyor. Bu hedeflere yönelirken, yönetim becerimizi artıracak kolektif duygusal zekamızın geliştirilmesi gerekiyor” dedi.

GELECEK BİZİMDİR!

Dünya ekonomisinin bir daralıp, bir toparlandığını dile getiren Büyükeşki, değişim rüzgârları eserken kimilerinin duvar inşa ettiğini, kimilerininse rüzgâr değirmeni olduğunu vurguladı. İhracatçılar olarak rüzgâr değirmenleri inşa etmeyi başarımlardan olduklarını söyleyen Büyükeşki, “Bizim için önemli olan, bundan sonra gelecek için hep birlikte ne yapacağımızdır” dedi ve 2023 hedeflerine kenetlendiklerinin altını çizerek, bu hedeflere ulaşmak için inovasyon ve bilişim konusunda hızlı ve cesaretli adımlar attıklarını ifade etti: “İnovasyonun tüm kulvarlarında atılım yapmak durumundayız. İnanıyoruz ki, Türkiye hem bölgesinin hem de Avrupa’nın yetenek havuzu olma potansiyeline sahip.”



TİM 22'nci Olağan Genel Kuruluna Akdeniz İhracatçı Birlikleri adına Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç ile Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak da katıldı.

YENİ KURULACAK HÜKÜMETTEN 10 TALEP

- ✓ Hukukun üstünlüğünü, hukuk devletini ve hukukun bağımsızlığını teminat altına alan yeni bir anayasa,
- ✓ İhracat odaklı bir büyüme modelinin kurgulanması,
- ✓ Eğitimden, teşvik politikalarına, inovasyondan markalaşma süreçlerine topyekûn bir reform programı,
- ✓ Türkiye'nin AB'ye üyelik sürecinin kararlılıkla sürdürülmesi,
- ✓ Gümrük Birliği'nin güncellenmesi konusundaki çalışmaların hızlanması,
- ✓ Çözüm sürecinin sonuçlandırılması,
- ✓ Kayıt-dışı ekonomiyle mücadelenin devam etmesi,
- ✓ İleri teknoloji üretim ve yüksek katma-değer yatırımlarının teşviki için alım garantisi uygulamaları,
- ✓ İhracata yönelik bir kredi garanti fonunun kurulması,
- ✓ İhracata Yönelik Devlet Desteklerinin ihracatımıza oranının yüzde 1'e çıkarılması.



KRİZİ YENİ PAZARLARLA AŞACAĞIZ

Irak, Rusya, Ukrayna, Libya, Mısır ve Suriye merkezli yaşanan jeopolitik krizlerin en çok hissedildiği bölgelerden biri AKİB olurken, yaşanan krizleri fırsata dönüştürmeyi hedefleyen AKİB Koordinatör Başkanı Bülent Aymen, rotayı yeni pazarlara çevirdiklerini vurguluyor.

Yazı: Tuğba Uprak Özkaraca

Akdeniz İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanlığı'na yeniden seçilen Bülent Aymen, göreve gelmesiyle birlikte jeopolitik sorunlardan doğan kayıpları telafi etmeye odaklandı. Aymen, yeni pazarlar peşine düştüklerini, ihracatı artırmak için farklı ülkelere açılmayı planladıklarını söylerken, bu çerçevede gerçekleştirdikleri ticari ve alım heyetleri sayısını artırarak ihracatçıların vizyonunu genişletmeyi hedeflediklerinin altını çiziyor. AKİB Koordinatör Başkanlığı'nın yanı sıra

Akdeniz Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı ve TİM Lojistik Konseyi Başkanı da olan Aymen, sekiz ayrı birlik ve altı bin üyesiyle 13 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren AKİB'i bölgesel hedefler koyarak daha ileriye taşımayı planlıyor.

İHRACATÇININ VİZYONUNU GENİŞLETECEK

AKİB olarak 2023 yılı hedeflerinin 50 milyar dolar olduğunu söyleyen Bülent Aymen, bu hedefi koyarken coğrafi avantajı göz önüne al-

dıklarını vurguluyor. "Hedefleri koyduğumuz dönemde, Orta Doğu pazarı bizim hâkim olduğumuz pazarlardan biriydi" diyen Aymen, o dönemde oradaki ülkeler için ayrı ihracat hedefleri koyduklarını ancak jeopolitik sorunlar nedeniyle AKİB olarak söylemlerini revize etmek zorunda kaldıklarını dile getiren Aymen, artık bölgesel hedeflerin koyulması gerektiğine işaret ediyor. Bu çerçevede, her bölgenin yaşanan problemlerden farklı şekilde etkilendiğini ifade eden Aymen, "Bugün Avrupa'da kriz çıktığında en çok Bursalı otomotivciler etkileniyor. Yine yakın ve uzak komşularımızda sorun yaşandığında ise biz etkileniyoruz. Yani bölgesel hedefler belirlenmenin zamanı geldi. Bundan yola çıkarak, bölge ihracatçılarımızın vizyonunu genişletmek amacıyla ticari heyetler düzenliyor, farklı pazarlardan alım heyetleri getiriyoruz. Hatta son üç yılda yaptığımız çalışmaların meyvelerini toplamaya başladık. Haritada yerini dahi zor göstereceğiniz ülkelere önemli ölçüde ihracat gerçekleştirdik. İlk defa Veneto, Papua Yeni Gine, Angola gibi ülkelere ihracat yaptık. Bunun dışında 2011 yılından bugüne yer almadığımız Dubai, Abu Dabi ve Singapur pazarlarına yüzde 100'ün üzerinde ihracat artışı gerçekleştirdik. Ve bunların toplamı, ilk beş ayda 200 milyon dolarlık bir ihracat hacmi oluşturdu. Bu, elbette yaşadığımız kayıpları karşılamıyor ancak uzun vadede kayıpların bir kısmını telafi ettiğimiz de bir gerçek" diyor.

EN FAZLA İHRACAT GERÇEKLEŞTİREN DÖRDÜNCÜ BİRLİK

Türkiye'deki en geniş hinterlanda sahip ihracatçı birliğinin AKİB olduğunu söyleyen Bülent Aymen, aynı zamanda en eski ihracatçı birliği de olan AKİB'in oldukça başarılı işlere imza attığını dile getiriyor. Hatay'dan Kayseri'ye kadar geniş ve önemli bir coğrafyada bulduklarını ifade eden Aymen, AKİB'in Türkiye'de en fazla ihracat gerçekleştiren dördüncü ihracatçı birliği olduğunu vurgularken, tarım sektörünün AKİB bölgesinde, özellikle de Çukurova'da Türkiye'nin narenciye, yaş meyve ve sebze deposu olarak kabul edildiğinin altını çiziyor.

Lojistik sektörünün ise dış ticaretle birebir bağlantılı olduğunu, bu nedenle de dış ticaretteki herhangi bir sorundan hemen etkilendiğini dile getiren Bülent Aymen, jeopolitik gerginliklerin ihracata da lojistik sektörüne de olumsuz yansıdığını vurguluyor. Jeopoli-

tik risklerin yaşandığı Mısır, Suriye, Irak ve Libya gibi ülkelerin Türkiye'nin yıllar boyunca önemli ticari ortaklarından olduğunu ifade eden Aymen, "Özellikle 1980'li yıllarda yaşanan ticari reform ve 2002 yılından sonra dış ticaretin istikrarlı bir biçimde artması, geniş bir coğrafyaya yayılmamızı sağladı. Arap Yarımadası'na yaptığımız ihracat, halen 20 milyar dolar seviyesinde gerçekleşiyor. Gerek Mısır'daki Türk yatırımları, gerekse Suriye'ye yaptığımız ihracat birçok alanda pazar lideri olmamızı sağladı; rekabette üstünlük sağladık. Libya pazarında da aynı şekilde güçlendik: Türk mallarının Libya pazarında lider olması, ticaretimizde yıllarca Türk ihracatçılarına avantaj sağladı. Özellikle 2005 yılından sonra Libya'ya ciddi yatırımlar yapıldı. Diğer yandan, birçok Türk markasının dış pazarlarda mağazalaşması da yine biz ihracatçılara büyük bir avantaj getirdi. Ama yoğun olarak mal sattığımız ve bir milyar doların üzerinde ihracat yaptığımız bu pazarlarda yaşanan problemler,

yıkılacak bir ülke olmadığını altını çiziyor. Yakın komşularımızda yaşanan sorunlar nedeniyle ticarete yaşanan kayıpların mutlaka telafi edileceğini dile getiren Aymen, "Türk ihracatçısı dünyadaki tüm ülkelere mal satmak için büyük çaba gösteriyor. Yeni pazarlar buluruz ama desteğe ve motivasyona ihtiyacımız var" diyor. Bu kapsamda yüksek katma değerli ürün ihracatının Türkiye'nin olmazsa olmazı olduğunu vurgulayan Aymen, katma değerli üretim ve ihracat için kapsamlı çalışmalar yapılması ve bu çalışmaların devlet tarafından desteklenmesi gerekliliğine dikkat çekiyor. Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşmanın, 2023 yılı ihracat hedeflerinin dört vazgeçilmez unsuru olduğunu ifade eden Bülent Aymen, inovasyonun ise en önemli başlık olduğunu vurguluyor. Türkiye'de büyük bir potansiyel olduğunu ve bunu açığa çıkartmak gerektiğini vurgulayan Aymen, TIM'in bu konuda yaptığı öncülüğün önemini de ısrarla belirtiyor. "TIM, yaratıcı projelerin hayat bulması için

KAOTİK ORTAMLARDAN ÇIKMANIN EN ÖNEMLİ YOLU, YÜKSEK KATMA DEĞERLİ İHRACATI ARTIRMAK VE BUNA YÖNELİK YATIRIMLAR YAPMAKTIR.

hem Türkiye'de hem de benim temsil ettiğim AKİB bölgesinde çok büyük bir boşluk doğurdu. Bunun yansımaları da elbette olumsuz oldu. Yaşanan sorunlar bizi çok gerilettiler ve ihracatımızı düşürmeye başladı. Özellikle Mayıs ayı ihracat rakamlarında Irak'a yapılan ihracatın yüzde 40 oranında azalması, çok dikkat çekicidir ve bizi çok derin etkilemiştir. Çünkü Irak, Almanya'dan sonra en fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz ülke olarak yıllardır çok önemli bir konuma sahip. Dolayısıyla oradaki düşüş, toplam ihracata da yansıyor. Yine Rusya ve Ukrayna, bizim hem sanayi hem de tarım sektörlerinde önemli ölçüde ihracat yaptığımız ülkeler ve bu pazarlarda yaşanan iç karışıklıklar, ihracatı baltalamaya devam ediyor" diyor.

KAYIPLARI TELAFİ EDEBİLİRİZ

Bununla birlikte, Türk ihracatçıların krizlere karşı donanımlı olduğunu söyleyen Bülent Aymen, Türkiye'nin gerek iç gerekse dış krizlerle

önemli çalışmalar gerçekleştiriyor. Bu çalışmalarını yaparken, projelerin ihracatı artırmak için önemli bir unsur olduğunu bilerek, projeleri dolayısıyla inovasyon, Ar-Ge ve tasarıma verdiği önemi de yüksek tutuyor" diyerek devam eden Aymen, TIM'in çabalarının, devlet destekleriyle birleştiğinde önümüzdeki 10-20 senelik dönemde meyvelerini toplamayacağını da altını çiziyor.

Aymen, TIM'in yurt içindeki çabalarının yanı sıra yurt dışındaki gelişmeleri de yakından izlediğini dile getiriyor ve bu çerçevede geçtiğimiz ay Finlandiya ve Hollanda'ya gerçekleştirilen İnovasyon Turu'nu örnek gösteriyor: "İlk olarak Eindhoven şehri ziyaret ettik. Eindhoven Teknik Üniversitesi'nde çok önemli çalışmalar yapılıyor ve devlet bu çalışmalarını spesifik desteklerle güçlendiriyor. Bir takım ezber bozacak çalışmalar... Sonraki durağımızda, yine üniversite öğrencilerinin yaptığı elektrikli yarış arabalarını, motosikletleri gördük. Hatta bize sunum yapan giri-





şimcinin henüz üniversite ikinci sınıf öğrencisi olduğunu öğrendik. Bir şirket kurmuşlar ve devlet de onlara tüm imkânları sağlamış. Bizim de ihracata katkı sağlayacak bu tip çalışmalarını Türkiye’de yapmamız lazım.”

YÜKSEK KATMA DEĞERLİ İHRACAT

2023 yılı ihracat hedefinde yaşanan sapmaların, son üç senedir yaşanan krizlerden kaynaklandığını vurgulayan Bülent Aymen, Türk ihracatçısı olarak artık söylemlerini değiştirdiklerinin de altını çiziyor. 2023 yılı ihracat hedeflerini yüksek katma değerli ihracat artışı olarak belirlediklerini dile getiren Aymen, kaotik ortamlardan çıkmanın en önemli yolunun yüksek katma değerli ihracatı artırmak ve buna yönelik yatırımlar yapmak olduğunu söylüyor. Şu anda bulunduğumuz yapıyla bu hedeflere ulaşmamızın zor olduğunu ifade eden Aymen, “Dünyanın yapısı değişti. Günümüzde ülkeler; markalarıyla, ürettikleri yüksek katma değerle, teknolojiye yaptıkları yatırımlarla rekabet ortamının içine giriyor. Onun için artık bizim de stratejimizi değiştirmemiz lazım. Artık fasonculuk yaparak katma değeri başka ülkelere bırakmanın devri kapanıyor. Bu yüzden yüksek katma değerli ürüne, orta ve yüksek teknolojlü yatırıma yatırım yapmamız lazım. TİM olarak bu yönde bir çalışma yaptık. Şubat ayında TİM Başkanı

Mehmet Büyükeksi ile beraber Ali Babacan ve ekonomi koordinasyon üyelerine bunun sunumu yapıldı. Artık sanayileşmede bunu göz önüne almamız lazım. Dünyada rekabet edebilecek markalar yaratamadığımız sürece, rekabet liginin alt sıralarına düşeriz. Yüksek katma değerli ürün üretmediğinizde ve bunu ihraç edemediğinizde, sürdürülebilirliği sağlamamız mümkün değil. Maliyet yönünden bir Çin, bir Hindistan olamayacağıma göre kendi rotamızı çizerken ABD, İtalya, Almanya, Fransa gibi yüksek teknolojlü ve katma değerli üretim yapan ülkelerin yolunda ilerlememiz lazım” diyor.

SEKTÖRLERİN SORUNLARI ÇÖZÜM BEKLİYOR

Lojistik sektörünün, kendi içinde de bir takım problemlerle karşı karşıya olduğunu dile getiren Bülent Aymen, özellikle karayolu taşımacılığında geçiş belgeleriyle ilgili sorunlar yaşadıklarının altını çiziyor ve gerek deniz yolu gerekse kara yolu taşımacılığında dağılan pazarlarla beraber lojistik sektörünün iş hacminin daraldığını ifade ediyor.

Türkiye’de lojistik sektöründe sistemli bir çalışmanın bulunmadığını belirten Bülent Aymen, bunun en önemli sorunlardan biri olduğunu söylüyor. Şu an Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı’nın yaptığı bir çalışma olduğunu, bunun bir an evvel devreye

girmesi gerektiğini vurgulayan Aymen, “Türkiye Lojistik Master Planı’nın en kısa sürede yapılması gerekiyor. Çünkü Lojistik Master Plan olmadan Türkiye’nin bir lojistik altyapıya sahip olması mümkün değil. Türkiye’nin tüm taşıma modlarını içeren, havaalanı ve limanlara aynı mesafede olan, gümrüğü de içinde barındıran lojistik merkezlerinin yapılması için Lojistik Master Planı’nın bitmesi lazım. İller bazında master plan yapılıyor ancak bunlar kaynak israfıdır. TİM Lojistik Konseyi olarak bununla ilgili başlattığımız çalışmalarımızı sürdürüyoruz” diyor.

Mobilya ihracatında ise 2,2 milyar dolarlık ihracat ulaştıklarını dile getiren Aymen, bu rakamın Türkiye için yeterli olmadığını vurguluyor. “Hedeflerimizi koyarken bizden daha ileride olan ülkelere bakıyoruz” diyen Aymen, “Çin’in mobilya ihracatı 45 milyar dolar; Fransa ve İtalya ise 15-20 milyar dolar civarında ihracat yapıyor. 2023 yılı için 10 milyar dolarlık ihracat hedefi belirlerken, 10 tane de Türk markası yaratma amacımız vardı” sözleriyle, Türk mobilya sektörünün daha gidecek daha çok yolu olduğunu söylüyor.

Mobilya’nın perakendeye yönelik bir sektör olduğunu ifade eden Bülent Aymen, yeni markalar yaratarak yüksek katma değerini sağlanabileceğini vurgularken, bu çerçevede Ikea örneğini gösteriyor ve Türkiye’de bunu yapan bir iki firmanın olduğunu belirtiyor:

“Yeni markalar oluşturmamız. Fabrikasyon üretimlerde markalaşma başladığında lig atlıyorsunuz. Dünyada hitap ettiğimiz pazarlarda, özellikle Afrika, Orta Doğu ve Avrupa pazarlarında Türk mobilyası yoğun bir şekilde tercih ediliyor. Ancak yapılan ihracat yeterli değil. Artırmak için Ar-Ge ve inovasyona ağırlık vermemiz lazım. Bunun için elbette bir süreç gerekli; Ar-Ge ve inovasyon bilincinin sanayici ve firmalar üzerinde yaratılması gerekli. Biz, bunu sağlamak adına sürekli toplantılar düzenliyoruz. Ümit ediyorum ki çalışmalarımızın buna katkısı olur ve Türkiye önemli bir mobilya ihracatçısı konumuna gelir.”

KOBİ'LER TASARIMA YÖNELMELİ

Mobilya sektöründe, Ar-Ge ve inovasyonun çok yoğun olarak kullanılmadığını dile getiren Bülent Aymen, bu ezberin bozulması gerektiğini de vurguluyor. Ar-Ge projelerini KOBİ'lerce üretime çevirmek için çalışmalar yaptıklarını ifade eden Aymen, “Türkiye’de mobilya sektöründe faaliyet gösteren KOBİ’lerin tasarıma yönelmesi gerektiğine inanıyorum. Mobilya sektöründe öncelikle farkındalığın oluşması lazım. Biz de şimdi onu yapıyoruz. Üçüncüsünü gerçekleştireceğimiz Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı ile farkındalığı oluşturmaya çalışıyoruz. TİM İnovasyon Haftası’nda gerçekleştireceğimiz etkinliğin konseptini değiştirdik. En büyük farklılık olarak bu yıl bir anket çalışması yapacağız. Çünkü Türkiye’deki Ar-Ge ve tasarım çalışmalarına sanayicinin ilgisi çok az. Bizim sanayici ilgisini sağlamamız lazım. O yüzden sektördeki sanayiciler arasında bir anket çalışması yapacak ve bu analize göre yarışmayı formatlandıracağız. O zaman sanayicilerin ilgisi daha yoğun olabilir. Aynı zamanda bu tür etkinlikler sektöre önemli ölçüde fayda sağlayacaktır” diyor.

ADANA’DA BİR İLK

TİM olarak, inovasyon kültürünü Anadolu’ya yaymak için Türkiye İnovasyon Haftası etkinlikleri gerçekleştirdiklerini belirten Bülent Aymen, bugüne kadar İzmir, Gaziantep, Ankara ve İstanbul etkinlikleriyle inovasyon gurularını sanayicilerle bir araya getirdiklerini söylüyor. TİM Yönetim Kurulu’nda aldıkları karar çerçevesinde, bu yıl İnovasyon Haftası etkinliklerinin üçüncüsünü Adana’da gerçekleştireceklerini belirten Aymen, Ekim sonu itibarıyla Akdeniz Bölgesi’ne inovasyon kültürünü yayacakları müjdesini veriyor.



AKİB Koordinatör Başkanı Bülent Aymen, sekiz ayrı birlik ve altı bin üyesiyle 13 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren AKİB’i bölgesel hedefler koyarak daha ileriye taşımayı planlıyor. Bu çerçevede tüm birliklerin canla başla çalıştıklarının altını çizen Aymen, gerçekleştirilen sektör toplantıları, fuar ziyaretleri, ticari ve alım heyetleri etkinliklerinin sayısını artırarak, ihracatçıların vizyonunu genişletmeyi hedeflediklerini vurguluyor.

KAHRAMANMARAŞ'IN GURUR GECESİ



Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası'nın geleneksel hale getirdiği iftar programının 12'ncisi ve Kahramanmaraş İhracatın Yıldızları Ödül Töreni, Kahramanmaraş protokolü ile iş dünyasının geniş katılımıyla gerçekleştirdi.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri ve Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası (KMTSO) iş birliğinde düzenlenen Kahramanmaraş 2014 Yılı Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni, Temmuz ayı başında gerçekleştirildi.

Kahramanmaraş protokolü, siyasetçiler ve iş insanlarının yoğun katılımıyla gerçekleştirilen program, aynı zamanda KMTSO'nun artık gelenekselleşmiş iftar yemeğinin 12'ncisi ile başladı. İftar ve ödül törenine Kahramanmaraş milletvekillerinin aynı sıra Kahramanmaraş Valisi Mustafa Hakan Güvençer, Büyükşehir Belediye Başkan Vekili Cemal Tanrıverdi, Garnizon Komutanı Kurmay Albay Kerim Acar, Onikişubat Belediye Başkanı Hanefi Mahçieçer ile Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi (KSÜ) Rektörü Prof. Dr. Durmuş Deveci de katıldı.

Kahramanmaraş 2014 Yılı Başarılı İhracatçılar Ödül Töreni'nin açılış konuşmasını yapan KMTSO Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Karaküçük, Kahramanmaraş ekonomi-

sinin geldiği noktayı rakamlar ile açıklarken, Kahramanmaraşlı sanayicilerin aldıkları her teşviki son kuruşuna kadar yatırıma dönüştürdüğünün altını çizdi.

Konuşmasında, son 10 yılda 590 proje kapsamında 5,5 milyar dolar özel sektör yatırımı gerçekleştirildiğini, bu yatırımlar sayesinde istihdamın 45 binden 130 bine, ihracatın 230 milyondan 900 milyona yükseldiğini, sanayi üretiminin de 5 milyar dolara ulaştığını anımsatan Karaküçük, "Kahramanmaraş, 100'ü aşkın ülkeye ihracat yapan 246 ihracatçı şirketi, tekstil, enerji, gıda, metal mutfak sektörü, kâğıt sanayisi ve çimento sektöründe lider konuma ulaşan 1000'e yakın sanayi tesisiyle Türkiye'nin üretim yıldızları arasında özel bir yere sahiptir" dedi.

KAHRAMANMARAŞ GELECEĞE HAZIR

Karaküçük, konuşmasında, organize sanayi bölgeleri için talep toplamaya başladıklarına

da değindi ve "Kahramanmaraş'ın yatırım, istihdam ve ihracatını artırmak amacıyla yeni organize sanayi bölgemizin kuruluşunu sağlamak için çalışıyoruz. KMTSO olarak, şehrimizin bugünkü ekonomik performansını sürdürülebilir kılmak, sanayiden tarıma, enerjiden turizme var olan potansiyeli harekete geçirmek için tüm gücümüzle Kahramanmaraş'ın üretim ve ihracat kabiliyetini güçlendirmeyi hedefliyoruz" dedi. İhracatın artırılması ve katma değerinin yükseltilmesi amacıyla gerçekleştirdikleri yurt dışı fuar ve iş gezilerinde Kahramanmaraşlı 229 firmanın katılımını sağladıklarını dile getiren Karaküçük, yurt içinde ise son iki yıldır Kahramanmaraş'ta tekstil, tarım, inşaat ve altın sektörlerine yönelik düzenledikleri fuarlar ve Uluslararası Tekstil Zirvesi ile fuarcılık konusunda çok önemli tecrübeler edindiklerinin altını çizdi. Bu tecrübeleri, kentin ticaret kabiliyetinin artırılması bakımından yeni bir çağın başlangıcı olarak değerlendiren Karaküçük,



Kahramanmaraş'ın tasarım, moda ve kongre kültürü ile geleceğe hazır olduğunu kanıtladığını vurguladı.

ATEŞ ÇEMBERİ İSTİKRARI ENGELLİYOR

KMTSO Meclis Başkanı Hanifi Öksüz ise konuşmasında, Türkiye'nin en kısa zamanda güçlü ve istikrarlı bir hükümete kavuşmasını diledi ve "Bildığınız üzere 2023 hedeflerimiz var. İhracatımızı artıracamız, ortalama gelir seviyemizi yükselteceğiz, istihdam ve işsizlik sorununu çözeceğiz. Daha çok üreteceğiz. Bunların tek çaresi ve anahtarı sanayileşmek" dedi.

Türkiye'nin içinde bulunduğu konum itibarıyla daha çok birlik ve beraberliğe ihtiyacının olduğunu belirten Öksüz, "Türkiye'nin etrafını saran ateş çemberi, istikrarı büyük ölçüde etkilemeye çalışıyor. Bizler yatırımcılar olarak toplumda en fazla risk alan meslek grubuyuz. Mevcut yatırımların çalışması, yeni yatırımların oluşması için istikrarı çok iyi hesaplamak zorunda" diyerek devam ettiği konuşmasında, yeni kurulacak olana hükümetten beklentilerini de Avrupa'nın



Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş, "Kahramanmaraş için 2023 yılında üç milyar dolarlık bir ihracat hedefi koymuştuk. Bugün gördüğüm manzara bu hedefe ulaşılabileceğini gösteriyor" dedi.



Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Karaküçük, Kahramanmaraş'ın tasarım, moda ve kongre kültürü ile geleceğe hazır olduğunu kanıtladığını vurguladı.

düştüğü hatalara düşmeden yatırımların önünün açılması ve sanayileşmede yeni bir hamle yapılması olarak özetledi. "Hep Avrupa'yı, dünyanın gıpta ile baktığı Japonya ve Güney Kore'yi takip ettik" diyen Öksüz, "Anadolu'da almadan vermek, Allaha mahsus derler. İyi hesap yapmak zorundayız. Seçim dönemlerinde öyle vaatlerde bulunuldu ki... İnsanımız artık bunlara inanmıyor. Önemli olan ülkemizdeki işsizliğin en kısa zamanda bitmesidir" dedi.

KAHRAMANMARAŞ HEDEFLERİNE ULAŞACAK

Kahramanmaraş 2014 Yılı Başarılı İhracatçı-

KAHRAMANMARAŞ İHRACATINDA İLK ON FİRMA

- 1 İSKUR
- 2 KİPAŞ PAZARLAMA
- 3 MATESA
- 4 ARMEN TEKSTİL
- 5 ERDEM TEKSTİL
- 6 İSFA
- 7 BROŞ İÇ VE DIŞ TİCARET
- 8 SAF MENSUCAT
- 9 MEM PAZARLAMA
- 10 GEMCİLER GÜVEN METAL



Son 10 yılda, 590 proje ile 5,5 milyar dolar özel sektör yatırımı gerçekleştiren; bu yatırımlar sayesinde istihdamı 45 binden 130 bine, ihracatı 230 milyon dolardan 900 milyon dolara yükselten; sanayi üretimini 5 milyar dolara ulaştıran Kahramanmaraş'ın başarılı girişimci ve ihracatçıları, KMTSO'nun artık gelenekselleşen iftar organizasyonunun ardından ödülleri aldı.

lar Ödül Töreni'nin açılışında bir konuşma yapan Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş da son 3-4 yıldır ihracatta istenen artışları sağlayamadığımızı değindi ve "Son bir yıl içinde dünyadaki konjunktürle beraber, düşüş eylemine geçtik. TİM'in açıkladığı Haziran ayı rakamlarına göre bu yılın ilk altı ayında tablo maalesef istediğimiz gibi değil. Türkiye'nin ihracatı ilk altı ayda geçen yıla oranla yüzde 8 azalarak 73 milyar dolara geriledi. Avro/dolar paritesi ve küresel pazarlardaki emtia fiyatlarındaki düşüşün yanında en önemli ihrac pazarlarımızdan olan Irak, Rusya, Mısır, gibi ülkelerde yaşanan sıkıntılar da ihracatımızı olumsuz etkilemeye devam ediyor. Suriye'de devam eden iç savaş da özellikle ihracatın lojistiği noktasında sorun yaratıyor. Her ne kadar ihrac pazarlarımızda sıkıntılar yaşansa da bizlerin de üzerimizdeki ölü toprağını atmaya ve yenilenmeye ihtiyacımız var. Bu bakımdan Türkiye'nin bir an önce hükümet kurup ekonomik programını açıklaması gerekiyor. Artık yükseliş umut ediyoruz. 10-15 yıldan bu yana koalisyon dönemi yaşamamıştık, şu anda bizim için çok bilinmedik yeni bir sahaya doğru girdik. Bir an önce hükümetin kurulması ve dünyadaki kon-

jonktürü hesap ederek ekonomik yönden yeni kulvarlarımızın yapılması gerekiyor" dedi. Önümüzdeki süreci zor bir dönem olarak nitelendiren Ulubaş, akliselim düşüncenin galip gelmesi ve mutlaka bir şekilde iyi bir koalisyon hükümetinin kurulması temennisini dile getirdi. Konuşmasında, Kahramanmaraş'la AKİB olarak iyi bir iş birliği içerisinde olduklarının altını çizen Ulubaş, tüm programları ortak yaptıklarını belirterek, "AKİB'in elinde hangi imkanlar varsa, her zaman Kahramanmaraş ile paylaşıyoruz. Şu andaki en büyük konumuz ihracatı artırmak. Hükümete ciddi manada işler düşüyor ama sanayici olarak bizim de yeni dönemde bir şeyler yapmamız gerekiyor. Enerji verimliliği, Ar-Ge, inovasyon, tasarım gibi birçok mevzuda çok daha aktif olmalıyız. İhraç ürünlerimizin katma değerini nasıl artırırız diye düşünmeliyiz. Kilo başı ihraç değerlerimizi yukarı taşımalıyız. Kahramanmaraş bu anlamda önemli bir fırsata sahip; özellikle tekstil ve konfeksiyon ile demir dışı metaller sektörlerinde önemli bir rekabet gücü mevcut. Ancak daha fazla katma değerli ürünlere yönelerek bu mevcut avantajı kuvvetlendirmek gerekiyor. Gerek tekstil ve konfeksiyon, gerekse mutfak eşyaları sektörü katma değerli ürün ihracatı

bakımından büyük potansiyel barındırıyor. Bizlere düşen, bu potansiyeli açığa çıkarmaktır. Bakanlığımız, Birliklerimiz ve Odalarımız hep birlikte var gücümüzle katma değerli ürün ihracatını artırmak ve pazarlarımızı çeşitlendirmek için çalışmalıyız. 2023 yılı hedeflerine ancak bu şekilde ulaşabiliriz. Kahramanmaraş için 2023 yılında üç milyar dolarlık bir ihracat hedefi koymuştuk. Bugün burada gördüğüm manzara, bu şehrin, sizlerin bu hedefe ulaşabileceğini gösteriyor. Kahramanmaraş, sizler sayesinde geçmişte olduğu gibi gelecekte de bizi gururlandırmaya devam edecektir" dedi. Bu çerçevede AKİB olarak çabalarına devam ettiklerinin de altını çizen Ulubaş, geçtiğimiz yıl Haziran ayında düzenlenen ve bu yıl Ekim ayında tekrar edilecek dış ticaret eğitim programı ile ihracatçıların ihtiyaç duyduğu kalifiye personellerin yetişmesine katkıda olduklarını ifade etti. Ulubaş, konuşmasının sonunda ise organizasyona ev sahipliği yapan KMTSO Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Karaküçük'e, organizasyonun gerçekleşmesinde büyük emeği olan Yönetim Kurulu Üyeleri Ali Çiçekçi ve Osman Gemci'ye ve Akdeniz İhracatçı Birlikleri Başkanları Zeki Kıvanç ve Ali Can Yamanyılmaz'a teşekkürlerini iletti.

ÜRETMEDEN KALKINMA OLMAZ

TİM Başkan Vekili Mustafa Çıkrıkçıoğlu ise konuşmasında, üretim yapmadan kalkınmanın kesinlikle gerçekleşmeyeceğine vurgu yaparak, “Ülkemizin kalkınması için üretmeliyiz. Üretmeden kalkınma olmaz. Yaşadığımız sanayi hamlelerini yeniden canlandırmamız gerekiyor. Üretim yapmayan ülkelerin halini görüyoruz; önümüzde Yunanistan örneği var. Kahramanmaraş’ın Türk ekonomisine çok önemli ve değerli bir yeri var; geçtiğimiz yıl 870 milyon dolar ihracatı yakaladı. Bu sıkıntı günler sadece bizden kaynaklanan değil, çevremizdeki ateşten çemberden dolayı yaşanıyor. Ümit ediyorum ki güzel bir gelecek bizi bekliyor. Kahramanmaraş geçen yılın ilk altı ayında 440 milyon dolar ihracatı yakalamıştı. Yaşanan olumsuzluklardan dolayı yüzde 11’lik düşüş ile yılın ilk altı ayında 395 milyon ihracata ulaşıldı. Dünyada yaşanan bunca olumsuzluğa rağmen Kahramanmaraş’ın ihracatını başarılı buluyoruz. Önümüzdeki günlerde Kahramanmaraş, heyecanı ve başarısını böylelikle devam ettirecek” dedi. Konuşmasında Kahramanmaraş’ın bir tekstil merkezi olduğunu da anımsatan Çıkrıkçıoğlu, ihracatının yüzde 80’inin tekstil ile yapan Kahramanmaraş’ın mutfak eşyaları sektöründe de çok ciddi gayretleri olduğuna değindi.

İHRACAT TOPARLANACAK

Törenin son konuşmacısı Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Veysel Parlak da küresel ticaretin 2012 yılından sonra gerilediğine vurgu yaparak, küresel ihracatın bu yılın ilk dört ayında yüzde 11 gerilediği bilgisini paylaştı. “Dünya Ticaret Örgütü verilerine göre, bu yılın ilk dört ayında 67 ülkenin 61’inde ihracat düşüşleri yaşandı. İhracattaki kayıplar Türkiye’ye özgü bir gelişme değil, küresel bazda bir ihracat kaybı yaşanıyor. Biz yıllarca ihracatta rekorlar kırdık. Ancak dünyadaki ve çevre ülkelerdeki siyasi ekonomik gelişmeler, küresel ticaretteki duraklamaya paralel olarak bizim de ihracatımızda gerilemeye neden oluyor” diyerek devam eden Parlak, dış ticaretteki bu daralmanın en önemli sebeplerinden biri olarak avro dolar paritesinde meydana gelen ortalama yüzde 18’lik bir düşüşe de dikkat çekti. Parite baskısının yılın ikinci yarısında beklenen küresel iyileşmeler eşliğinde hafiflemesini belediklerini ifade eden Parlak, ihracatın da toparlanacağını altını çizdi.



Mustafa Çıkrıkçıoğlu, dünyada yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen Kahramanmaraş’ın ihracatını başarılı bulduklarını dile getirdi.



Kahramanmaraş İhracatın Yıldızları Ödül Töreni’nde, organizasyonun gerçekleşmesindeki emekleri nedeniyle, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Can Yamanyılmaz ile Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç da birer plaket ile onurlandırıldı.

ALTIN ATEŞ KİMYA'DAN FORTUNE 500 TÜRKİYE BAŞARISI

Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Uğur Ateş'in sahibi olduğu Altın Ateş Kimya, Fortune 500 Türkiye listesinde yer alarak büyük bir başarıya imza attı.

Finansal kurumlar ve holding şirketleri dışındaki tüm sektörleri kapsayan 2014 yılı Fortune 500 Türkiye araştırmasında, Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Uğur Ateş'in sahibi olduğu Altın Ateş Kimya, satışlarını en çok artıran şirket sıralamasında Türkiye altıncısı oldu. Haziran ayında açıklanan Fortune 500 Türkiye sıralamasında Altın Ateş Kimya, toplam ciroda ilk 500 arasında 457'nci,

ihracatını en çok artıran şirketler sıralamasında 19'uncu ve satışlarını en çok artıran şirketler sıralamasında da altıncı sırada yer alarak önemli bir başarıya imza attı. Bilindiği üzere, şirketler üzerine yapılan birçok akademik çalışmada, Fortune 500 Türkiye verilerinin referans olarak alınması, çalışmaya olan güvenin önemli bir göstergesi olarak değerlendirirken, Fortune 500 Türkiye listesinde yer almak, şirketler için ise bir prestij sembolü olarak tanımlanıyor.

Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği ve Altın Ateş Kimya Yönetim Kurulu Başkanı Ali Uğur Ateş, konuya ilişkin değerlendirmesinde, "Türkiye ekonomisine ve ihracatımıza direkt katkı sağlıyor olmak çok gurur verici, çıtaı düşürmeden daha yukarılara taşımak bundan sonraki hedefimiz olacak" derken, özellikle gübre ihracatının Irak tarafından yasaklanması, Suriye pazarının durması gibi birçok olumsuz koşula rağmen bu



büyümesi dikkat çekiyor. Sanayi şirketlerinin diğer sektörlere göre düşük kalan büyüme performansının karlılığa yansımaları da ilgi çekici bir başka veri olarak öne çıkıyor. Buna göre, listede yer alan şirketlerin faiz ve vergi öncesi kârlarının toplamı yüzde 1,38 artışla 59 milyar TL olarak gerçekleşti. Toplam net kârları ise yüzde 1,96 oranında düşerek 26,8 milyar TL'ye geriledi. Şirketlerin faaliyet kârları, yüzde 13,49 oranında düşerek 38,4 milyar TL olurken, listede yer alan şirketlerin toplam aktifleri yüzde 13,8'lik artışla 716,9 milyar TL'ye, öz kaynakları ise yüzde 12,3 oranında yükselerek 310,1 milyar TL'ye çıktı.

Şirketlerin karlılığındaki düşüşte en fazla esas faaliyet kârındaki düşüş ve finansman giderlerindeki artış etkili olurken, listedeki şirketlerin finansman giderlerinde yüzde 4,5'lik bir artış gerçekleşti. Listede yer alan üretim şirketlerinin net kârında yüzde 15 ve ticari firmaların net kârında yüzde 17 düşüş görülürken, hizmet sektöründe yüzde 38,9 ve inşaat sektöründe de yüzde 17,6'lık net kâr artışı sağlandı.

Hatırlanacağı üzere, geçmiş yıllardaki Fortune 500 Türkiye listelerine petrol ve enerji şirketleri damgasını vurmuştu. 2014 yılında da bu geleneğin devam ettiği görülüyor. 242,5 milyar TL satış gelirin sahip Fortune 500 Türkiye'nin ilk 10 şirketinin sektörel ağırlığı petrol ve enerji şirketlerinden oluşuyor. Diğer yandan, bu yılki Fortune 500 Türkiye listesinde 87 yeni şirket yer alırken, bu şirketlerin yedisi ilk 100'de, 23'ü ise ilk 200'de bulunuyor.

Son olarak, ilginç bir başka veri daha paylaşalım: Merkez Bankası 2014 yılı ortalama dolar kurunu 2,18 liradan baz alarak yapılan hesaplama göre Fortune 500 Türkiye'nin toplam satışları 362 milyar 84 milyon dolara ulaşıyor ve buna göre, Fortune 500 Türkiye şirketlerinin tamamı, Fortune 500 ABD sıralamasına ancak üçüncü sırada girebiliyor. Fortune 500 ABD listesinde ilk sırada yer alan Wal-Mart'ın net satışları 485,6 milyar dolar olarak gerçekleşirken, Türkiye'nin en büyük 500 şirketinin net satışlarının toplamı Wal-Mart'ın yüzde 75'i ediyor.

başarıyı yakalamış olmalarından duyduğu memnuniyeti dile getirdi ve "Bu başarının diğer firmalara da umut ve şevk vermesini diliyorum" dedi.

KÂRLILIK DÜŞÜYOR

Öte yandan, geçmiş yıllarda da olduğu gibi Türkiye Petrol Rafinerileri (TÜPRAŞ), net satışları yüzde 3,3 oranında düşmüş olmasına rağmen, Türkiye'nin en büyük 500 şirketinin belirlendiği Fortune 500 Türkiye listesinde 39,7 milyar liralık net satışla yine ilk sırada yer alırken, BOTAŞ 37,5 milyar liralık net satışla ikinci, OMV Petrol Ofisi ise 32,9 milyar lira net satışla üçüncü oldu.

İstenen tüm verileri paylaşmayı kabul eden ve şeffaflığı benimsemiş şirketleri araştırma kapsamına alan Fortune 500 Türkiye listesinde bu yıl 263 üretim, 74 hizmet, 130 ticari firma ve 33 de inşaat şirketi yer aldı. Listedeki şirketlerin büyüme performanslarına bakıldığında ise üretim şirketleri yüzde 7,6 büyürken, ticaret şirketlerinin yüzde 33,8, hizmet şirketlerinin yüzde 21,7 ve inşaat şirketlerinin yüzde 32,1

AKDENİZ BÖLGESİ ETKİNLİĞİNİ ARTIRIYOR

Türkiye ekonomisine ve ihracatımıza direkt katkı sağlıyor olmak çok gurur verici, çitayı düşürmeden daha yukarılara taşımak bundan sonraki hedefimiz olacak. Yakaladığımız ciro ile ekonomiyi kalkındırma noktasında katkı sağlıyoruz. Akdeniz bölgesinden birçok firmanın da ilk beş yüz sıralamasında olmasını son derece önemli bir gelişme olarak değerlendiriyorum. Çünkü bölgemizdeki üretici ve ihracatçı firmalar, yarattıkları katma değer ve ekonomik getiri, istihdamla dikkat çekmeye başladı. Bu da hem bir ihracatçı hem de Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı olarak beni çok mutlu ediyor. Fortune 500 listesine giren şirketlerin toplam net satışları bir önceki yıla göre yüzde 19,55 oranında artarak 791,7 milyar liraya yükseldi. Bunu enflasyondan arındırdığımızda, reel olarak yüzde 12,4'lük bir artış söz konusu. Ayrıca şirketlerin, geçen yıl yüzde 2,9 büyüyen Türkiye ekonomisinin de üzerinde bir performans sağladıkları görülüyor. 2013 yılı verileriyle karşılaştırıldığında, 2014 yılı Fortune 500 listesinde yer alan şirketlerin net satışlarının sektörel bazda değişimi de ilginç veriler sunuyor: Üretim şirketlerinin net satışları yüzde 7,61 artarak 333,6 milyar TL'ye, ticaret şirketlerinin yüzde 33,85 artışla 281,7 milyar TL'ye, hizmet şirketlerinin yüzde 21,73 artışla 128,3 milyar TL'ye, inşaat şirketlerinin ise yüzde 32,17 artışla 47,9 milyar TL'ye yükseldiğini görüyoruz.





TEKNİK TEKSTİLLERİN GELECEĞİ PARLAK

Yaşanan küresel durgunluk ve değişen ekonomi düzeni içerisinde ağırlaşan rekabet şartları, gelişmiş ülkeleri bile katma değeri yüksek ürünlere yönlendirirken, bu eğilim Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için bir zorunluluk haline geliyor. İşte tam da bu noktada teknik tekstil ürünleri, katma değeri yüksek ürünler olarak Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün kurtarıcısı olarak öne çıkıyor.

Geleneksel tekstiller kadar eski olduğu düşünülen teknik tekstillerin ilk kez gemiler için yelken bezi üretiminde kullanıldığına inanılıyor. 1939'da ilk sentetik lifin kullanımıyla kendisine büyük bir üretim ve uygulama alanı yaratan teknik tekstiller, yüksek katma değerini yanı sıra stratejik sektörlerin ana ham maddeleri olmalarıyla da önem taşıyor.

Tekstil ve konfeksiyon sektörü, gerek istihdam ve üretim gerekse ihracat performansı ile sadece Türkiye'nin değil gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin en önemli imalat sanayileri arasında özel bir konuma sahip. Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü ise özellikle 1980'li yıllardan itibaren gösterdiği hızlı gelişim sayesinde, üretim, katma değer ve yenilikçilik anlamında dünyanın önde gelen ihracatçı ülkelerinden biri haline geldi.

Ancak yaşanan küresel durgunluk ve değişen ekonomi düzeni içerisinde ağırlaşan rekabet şartları, gelişmiş ülkeleri bile katma değeri yüksek ürünlere yönlendirirken, bu eğilim Türkiye

gibi gelişmekte olan ülkeler için bir zorunluluk haline geliyor. İşte tam da bu noktada teknik tekstil ürünleri, katma değeri yüksek ürünler olarak Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün kurtarıcısı olarak öne çıkıyor.

MİLENYUMUN BAŞINDAN İTİBAREN YÜKSELİŞTE

Geçtiğimiz Mart ayında, İTKİB Tekstil, Deri ve Halı Şubesi'nden Hülya Güner'in hazırladığı "Teknik Tekstil Sektörüne İlişkin Güncel Bilgiler" başlıklı bir çalışma, teknik tekstilleri, estetik ve dekoratif özelliklerinden ziyade öncelikle teknik performansları ve fonksiyonel özellikleri için üretilen tekstil malzemeleri ve ürünleri olarak nitelendirirken, "Özel olarak tasarlanan, herhangi bir üründe veya üretim sürecinde veya yalnız başına belirli bir özelliği yerine getirmek amacıyla kullanılan malzemeler" tanımını kullanıyor. Çalışma, teknik tekstillerin fiyat rekabetine daha az duyarlı olduğunun altını çizerken, bu açıdan bu ürünlerde rekabetçilik fiyat yerine kalite ve yenilikçiliğin

önem taşıdığına dikkat çekiyor.

Bilindiği üzere Türkiye'de, dokunmamış mensucat (nonwoven), nakil vasıtalarının iç ve dış lastiklerinde kullanılan yüksek mukavemetli ipliklerden mensucat (kord bezi), "big-bag" olarak bilinen dökme maddeler için torba ve çuvallar, emdirilmiş, kaplanmış, sıvanmış mensucat, taşıyıcı/transmisyon kolonları gibi temel teknik tekstil ürünlerini uzun yıllardır üretiyor ve ihraç ediyor. 2000'li yılların başından itibaren yükselen Türk teknik tekstil pazarı, Ekonomi Bakanlığı verilerine göre geçtiğimiz yıl, ihracat ve ithalat toplamında 3,1 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaştı

EN FAZLA İHRACAT ALMANYA'YA

Türkiye'de genel olarak teknik tekstil üreten firmaların dokusuz yüzeyler, özel keçeler, filtreler, otomobil ve ambalaj sanayisi için ürünler, askeri giysiler ve donanımlar, tıbbi ürünler, kurşungeçirmez veya ısıya karşı koruyucu giysiler, bakımı kolay ve ütü istemeyen kumaşlar

ve giysiler, nano teknoloji ürünü kumaşlar ve giysiler, çok fonksiyonlu kumaşlar ile bakteriyel ve sivrisinekten koruyucu ürünler gibi çeşitli üretim alanlarına yöneltilen izleniyor.

Türk teknik tekstil sanayisinin başlıca ihracat ürünleri ise big-bags, kord kumaşlar, teknik kumaşlar, dokusuz yüzeyler, emniyet kemeleri ve hava yasukları olarak öne çıkıyor. İhracatta başlıca pazarımız Almanya olarak dikkat çekerken, Fransa, İtalya, Rusya, İngiltere, Güney Kore, Çin, Rusya ve Hindistan güçlü alıcılar olarak Türk teknik tekstil ürünlerine ilgi gösteriyor.

Almanya'ya yapılan teknik tekstil ihracatı, geçtiğimiz yıl yüzde 1,5 gerileme yaşasa da 163 milyon dolar ile Türkiye'nin toplam teknik tekstil ihracatının yüzde 10,2'sini oluşturdu. Almanya'ya teknik tekstil ihracatında yüzde 46 pay ile en önemli ürün grubu olan yüksek mukavemetli torba çuvalarda 75 milyon dolar değerinde ihracat yapılırken, kord bezi ve dokunmamış mensucat (nonwoven) diğer önemli ihracat malları olarak dikkat çekti.

Almanya'nın aynı zamanda dünyanın en bü-

kaytlı GSYİH'nin yaklaşık yüzde 10'unu ve ihracatın yüzde 38'ini gerçekleştirdiği halde toplam Ar-Ge harcamalarından sadece yüzde 1,5 pay alabiliyor. GSYİH'den Ar-Ge'ye ayrılan pay ise yüzde 1'in de altında seyrediyor. Bu çerçevede, teknik tekstil sektörü küresel ölçekte hızla gelişir ve pazar hacmi katlanarak artarken, Türk teknik tekstil sektörünün gelişimi için atılacak ilk adımın Ar-Ge'ye daha fazla kaynak ve zaman ayırmak olduğu apaçık ortaya çıkıyor.

TÜRKİYE'NİN KAPASİTESİ GÜÇLÜ

Peki, Türkiye'deki rakamlar ne diyor? Veriler, Türkiye'nin teknik tekstil ihracatının 2000'li yıllarda 400 milyon dolar seviyesinden, 2010'da 1,2 milyar dolara, 2014'te ise 1,6 milyar dolara ulaştığını ortaya koyuyor.

İTKİB'in Teknik Tekstil Sektörüne İlişkin Güncel Bilgiler başlıklı çalışmasına göre Türkiye'nin 2000 yılında 425,7 milyon dolar değerinde olan teknik tekstil ihracatı, 2010 yılında 1,2 milyar dolara ve 2014 yılında 1,6 milyar dola-

TÜRKİYE'DE 200'DEN FAZLA FİRMA TEKNİK TEKSTİL VE DOKUSUZ YÜZEYLER ÜRETİYOR.

yük teknik tekstil üreticilerinden biri olmasına rağmen sadece Türk tekstil ürünlerine değil dünyanın öneli diğer üreticilerinin teknik tekstil ürünlerinde de yoğun ilgi göstermesinin nedeni, Almanya'nın tekstil ihracatının tamamına yakını teknik tekstil üzerine kurgulanmış olması. Öyle ki Türkiye'nin toplam tekstil ve konfeksiyon ihracatı 35 milyar dolarken, Almanya'nın sadece tekstil ihracatı 166 milyar dolara ulaşıyor. Üstelik teknik tekstillerin kullanım alanlarının yaygınlaşmasıyla birlikte bu rakamın oldukça hızlı bir artış göstermesine de kesin gözüyle bakılıyor. Örneğin rüzgâr santallerinin kanatları ve gövdelerinde dahi teknik tekstillerin kullanıldığını söylersek, sektörün ne denli geniş bir kullanım alanı olduğunu daha iyi özetlemiş olabiliriz.

AR-GE OLMADAN OLMAZ

Teknik tekstil ile Ar-Ge, anlaşılacağı üzere, göbekten birbirine bağlı. Sektörün gelişimi, doğal olarak Ar-Ge bütçeleriyle de ilk elden ilişkili. Ancak Türkiye'de tekstil ve konfeksiyon sektörü kayıtlı istihdamının yüzde 11'ini,

ra ulaşmış. 2010-2014 yılları arasında teknik tekstil ihracatı sadece 2012 yılında yüzde 4,8 oranında gerilerken, diğer yıllarda yüzde 3,2 ile yüzde 21,2 arasında değişen oranlarda artış sergilemiş. Bugün Almanya ve diğer AB ülkeleri başta olmak üzere, Meksika'dan Kenya'ya, Rusya'dan Suudi Arabistan'a dünyanın farklı kıtalarında 183 ülkeye Türkiye'den teknik tekstil ürünleri ihraç ediliyor.

Öte yandan, 2000 yılında 280,1 milyon dolar değerinde olan teknik tekstil ithalatı, 2010 yılında 1,1 milyar dolara ve 2014 yılında ise 1,5 milyar dolara yükselmiş. 2010-2014 yılları arasında teknik tekstil ithalatı, teknik tekstil ihracatına benzer şekilde sadece 2012 yılında yüzde 11,2 oranında gerilerken, diğer yıllarda yüzde 6,8 ile yüzde 24,2 arasında değişen oranlarda artış sergilemiş. Raporla göre, 2014 yılında 107 ülkeden yapılan teknik tekstil ithalatı, son beş yıl içinde yıllık ortalama yüzde 7,7 oranında yükselirken, yıllık ortalama artış hızı yüzde 7,3 olan teknik tekstil ihracatı ile karşılaştırıldığında yükselme eğilimi kaydedtiği söylenebilir.

NEDEN TEKNİK TEKSTİL?

- Yüksek katma değer
- Daha yüksek kâr marjı
- Moda ve sezondan bağımsız rutin üretim
- Büyük partiler halinde rahat çalışma
- Ekonomik krizlerden daha az etkilenme
- Yüksek pazar istikrarı

Riskler

- Yeni teknolojiler
- Yetersiz patent hakları
- Kimyasal liglerin durumu
- Boya ve tekstil yardımcı maddelerinin durumu
- Tercihli menşe kuralları
- Emtia fiyatlarındaki dalgalanmalar
- Dalgalı talepler ile kapasite kullanımı
- Teknoloji transferleri

Beklentiler

- Nüfus artışı, kentleşme ve artan çevre koruma faaliyetleri, teknik tekstiller pazarını büyütecek
- Sanayide büyüme, yeni uygulama alanlarının ve üretim süreçlerinin geliştirilmesini sağlayacak
- Sanayici ve üniversitelerin bir araya gelip sinerji oluşturması kaçınılmaz olacak

Zorluklar

- Güçlü dönemsel etkiler
- Kalıcı yenilik ve bazı bölgelerde yüksek hacimli üretim süreçlerinin geliştirilmesi
- Küreselleşme





BALKAN PAZARINA BAKIŞ

Yaş meyve sebze ihracatının yükselen pazarlarından Makedonya ve Sırbistan'a bir inceleme heyeti düzenleyen Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, Balkan pazarındaki fırsatları bir rapor ile ihracatçılarla paylaştı.

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak ve Yönetim Kurulu Üyelerinden oluşan inceleme heyetinin 22-26 Haziran tarihlerinde gerçekleştirdiği ziyaretler, AKİB üyesi yaş meyve sebze ihracatçılarının Balkan pazarındaki fırsatları ilk elden öğrenmesi açısından son derece verimli geçti. İlk olarak Makedonya'nın başkenti Üsküp'te temaslarda bulunan AKİB İnceleme Heyeti, Makedonya'nın güçlü perakendecilerinden Kam (www.kam.com.mk) firmasına gerçekleştirdikleri ziyarette hem firma hem de Makedonya pazarı hakkında bilgi sahibi oldu. Makedonya genelinde 1998 yılından beri faaliyette olan Kam, ülke genelinde 60 ma-

gazaya sahip bulunuyor. Ortalama 250-500 metrekairelik bu mağazaların yarısı ise başkent Üsküp'te konuşlanmış. Yıllık 84 milyon avro ciroya sahip olan Kam, halen Makedon perakende sektörünün ikinci büyük firması konumunda bulunuyor. Bu yılın ilk yarısında yüzde 15 büyümeye sağlayan Kam, yılsonuna kadar Bulgaristan'da da 15 şube açmayı planlıyor.

Bilindiği üzere Makedonya'nın Türkiye'den yaş meyve sebze ithalatında 8000'lük bir kota uygulaması bulunuyor. Ekim ayında narenciye ithalatına başlayan Kam, tüm narenciye ihtiyacını Türkiye'den karşılayabiliyor. Portakal ve mandalina için Yunanistan'ı da tercih eden firma, Türkiye'den sıklıkla iyi

kalite limon satın alıyor.

Heyet, Kam firmasının ardından yaş meyve lojistiği, paketleme ve depolama alanlarında faaliyet gösteren Atlantik firmasını da ziyaret ederek, yaş meyve tedarigi ve dağıtım kanallarının işleyişi hakkında bilgi alışverişinde bulundu.

TÜRK NARENCİYESİ İÇİN ÖNEMLİ PAZARLAR

AKİB İnceleme Heyeti'nin Sırbistan temaslardaki ilk durağı ise Sırbistan dışında Bulgaristan, Endonezya, ABD ve Belçika'da da faaliyet gösteren Delhaize (www.maxirs) oldu. Sırbistan'da Tempo markalı 13 hipermarket, Maxi markalı 176 süpermarket

ve Shop&Go markalı 180 market (cornershop) ile hizmet veren Delhaize, toplamda 350'yi aşan mağazalarında yıllık 100 bin ton yaş meyve sebze satışı gerçekleştiriyor. Hipermarket, süpermarket ve marketlerde eş kalitede ürünleri farklı fiyat politikasıyla pazara sunan Delhaize, hipermarketlerde ucuz, marketlerde ise daha yüksek bir fiyat politikası izliyor.

Sırbistan yaş meyve sebze pazarının yüzde 50'sine hâkim olan, geçtiğimiz yıl Türkiye'den ağırlıklı olarak narenciye olmak üzere 14 bin 500 ton yaş meyve sebze ithalattı yapan Delhaize, Eylül ayı sonundan Mayıs ayına kadar limon ithalatını Türkiye'den karşılıyor. Maydanoz, dereotu gibi yeşillikleri Sırbistan iç pazarından temin eden Delhaize, sınırlı olsa da İtalya pazarından da ithalat gerçekleştiriyor. Delhaize'nin gerçekleştirdiği ithalattaki koşullardan biri, ürün lojistiğinin satıcı tarafından karşılanmasıdır, ödemelerin fatura kesiminden 60 gün sonra yapıldığı bilgisini de paylaşalım.

Henüz yedi ay önce Marcator ve Idea firmalarının birleşmesiyle kurulan Idea (www.idea.rs ve www.mercator.rs) firması ise Sırbistan genelinde 360 mağazasıyla yaş meyve sebze satışı gerçekleştiriyor. Bilindiği üzere Sırbistan'ın narenciye ürünlerine yönelik yıllık için 50 bin tonluk bir kota uygulaması bulunuyor. Bununla birlikte Idea, yıllık 4 bin ton olan limon ithalatının yüzde 90'ını Türkiye'den karşılaması açısından AKİB ihracatçıları için önem arz ediyor. Benzer şekilde yıllık 2 bin ton greyluft ithalatı yapan Idea, mandalina için Hırvatistan ve İtalya'yı, portakal içinse Yunanistan'ı tercih ediyor. Idea'nın mandalina ithalatında Hırvatistan'ı tercih etmesinin en önemli sebeplerinde biri ise firma sahiplerinin Hırvat kökenli oluşları...

Türkiye ile uzun yıllardır sorunsuz bir ticaret sürdüren Idea, yüzde 5'ten fazla çürük içeren sevkiyatları iade ediyor; ödemeleri ise fatura kesimini takip eden 60 gün içerisinde gerçekleştiriyor.



BALKANLARIN TÜKETİM HACMİ ARTIRIYOR



AKİB İnceleme Heyeti'nin temaslarına ve Balkan pazarının güncel pozisyonuna ilişkin bir değerlendirme yapan Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği ve Narenciye Tanıtım Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak, Balkan ülkelerine yönelik ihracatın artması adına bu temasların önemine işaret ederken, bire bir tedarikçilerden elde edilen bilgilerin AKİB ihracatçıları için çok değerli olduğunu vurguladı. Değerlendirmesinde, Sırbistan'ın önemli ve tüketim hacmi giderek artan bir pazar olduğunun farkında olduklarını dile getiren Kavak, Rusya'da bir benzeri uygulanan Türk Narenciyesi Tanıtım Kampanyalarını (Muhteşem Yüzyıl, Tarkan kampanyaları gibi) bu ülke pazarında da yapabileceklerinin altını çizdi. Diğer yandan, özellikle Sırbistan'daki analiz süreçlerinin uzun sürmesine yönelik Türkiye'nin Belgrad Büyükelçiliği'ne çok sayıda şikâyet iletilildiğini de ifade eden Kavak, bu durumun Türk ihracatçılarına özel bir tutum olmadığını, tüm ülkelerin analiz sürelerindeki gecikmelerden şikâyet ettiğini dile getirdi.



Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) düzenlediği İnovasyon Turu'nun son ayağı olan Hollanda ziyareti, AKİB Koordinatör Başkanı ve TİM Lojistik Konseyi Başkanı Bülent Aymen'in de katılımıyla gerçekleştirildi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Büyükekşi önderliğindeki TİM Heyeti'nde, Ekonomi Bakanlığı Müsteşarı İbrahim Şenel, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Müsteşarı Prof. Ersan Aslan, Milli Eğitim Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı Salih Çelik, TİM Başkanvekilleri Mustafa Çıkrıkçıoğlu, Tahsin Öztiryaki ve Süleyman Kocaser, TİM Lojistik Konseyi Başkanı Bülent Aymen, Yönetim Kurulu Üyeleri Ömer Burhanoğlu, İnovasyon Komitesi'nden Noyan Gürel, Ahmet Güleç ve Burak Sertbaş, TÜBİTAK Başkan Yardımcısı Orkun Hasekioglu, Türk Ekonomi Bankası Yönetim Kurulu Üyesi Varol Civil ve Arçelik Genel Müdürü Hakan Bulgurlu da yer aldı.

Türkiye'nin Lahey Büyükelçisi Sadık Arslan'ın da eşlik ettiği TİM Heyeti, ilk olarak, Hollanda'nın Ankara Büyükelçisi Ron Keller, Hollanda'nın Ankara'daki İnovasyon Teknoloji ve Bilim Danışmanı Rory Nuijens, TNO'nun Türkiye uzmanı Sühendan Adıgüzel van Zoelen'in ev sahipliğinde Eindhoven Belediyesi'ni ziyaret etti. Küresel bir marka olan Philips'in doğduğu, Avrupa'nın mühendislik alanındaki önemli üniversitelerinin bulunduğu, Hollanda'nın Ar-Ge harcamalarının yüzde 50'sinden fazlasını ayırdığı Eindhoven kentinde iki gün süresince belediye, High Tech Kampus ve TNO'nun merkezinde

inovasyon konusunda brifingler alan TİM Heyeti adına bir değerlendirme yapan TİM Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Büyükekşi, "TİM adına karar verici olan, inovasyonu Türkiye'nin gündeminde tutma sevdası olan bir heyet olarak Hollanda'ya geldik. TİM olarak; Cumhuriyetin 100'ncü kuruluş yılı olan 2023 yılında ulaşmak istediğimiz tam 500 milyar dolarlık ihracat hedefimiz var. Bu hedef için çarpan etkisi yaratacak, yüksek katma değerli ihracata odaklandık. Bu anlamda yüksek katma değerli ihracatın dört unsuru; inovasyon, Ar-Ge, tasarım ve markalaşma konusunda birçok çalışma yapıyoruz. Çalışmaların her biri tek bir amaca hizmet ediyor, o da yüksek katma değerli ihracat" derken, geçtiğimiz yıl Hollanda ile yollarının inovasyon vesilesiyle kesiştiğini belirtti.

Türkiye İnovasyon Haftası'nda, Hollanda ile iş birliğini güçlendirmek için bir mutabakat zaptı imzaladıklarını hatırlatan Büyükekşi, 2014 İnovasyon Haftası'nda Hollanda'nın partner ülke olduğunu da anımsatarak, "30 Hollandalı firma ve altı üniversitenin katılımıyla Hollanda-Türkiye İş Forumu düzenledik. Akıllı şehirler, koruyucu sağlık politikaları, inovasyon yönetişimi, su teknolojileri, gıda ve ihracat için tasarım konularında ortak çalıştaylar düzenledik. Hollanda Büyükelçisi Ron Keller

ve Başkonsolos Robert Schuddeboom bizlere büyük destek verdi. Her birine tekrar teşekkür ediyorum. Artık bu iş birliğini, dostluğu bir adım daha öteye taşımak istedik. İnovasyon ve teknoloji transferi konusundaki iş birliğimizi güçlendirmeyi hedefledik. Üç günlük ziyaretimiz kapsamında da, buradaki önemli inovasyon merkezlerini ziyaret edeceğiz. B2B görüşmeler yapacağız. Dünyanın en zengin pazarlardan biri ve en büyük ikinci tarım ihracatçısı, aynı zamanda Avrupa'nın dağıtım ve lojistik merkezi Hollanda ile inovasyon iş birliğimizi geliştireceğiz. Bu anlamda tüm etkinliklerin, bu işbirliğini güçlendirmeye büyük katkı sağlayacağına inanıyorum" dedi.

HOLLANDA İNOVASYON ODAKLI SEKTÖRLERE DESTEK VERİYOR

Hollanda da örnek alınabilecek çok başarılı destekler ve uygulamaların olduğunu dile getiren Mehmet Büyükekşi, "Gördük ki Hollanda, inovasyon odaklı sektörlerle ve yaratıcı endüstrilere spesifik destekler veriyor. Yüksek rekabet içeren sektörlerle odaklanıyor" derken, bu sektörlerin bilgi ve inovasyonu yüksek oranda pazarlanabilir ürünlere dönüştürdüğünü vurguladı ve "Yüksek teknoloji firmaların üniversitelerle iş birliği,



POTANSİYELİ BULUP ÇIKARMAMIZ GEREKİYOR

Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşmanın, 2023 hedeflerinin dört vazgeçilmez unsuru olduğunu dile getiren Bülent Aymen, inovasyonun ise bu dört başlık içerisinde en önemli başlık olduğuna işaret ediyor. "Türkiye'de büyük bir potansiyel var ve bunu açığa çıkartmamız gerekiyor" diyerek devam eden Aymen, TİM'in bu konuda öncü rolünün ise çok değerli olduğunun altını çiziyor ve "TİM yaratıcı projelerin hayat bulması için önemli çalışmalar gerçekleştiriyor. Bu çalışmaları yaparken projelerin ihracatı artırmak için önemli bir unsur olduğunu bilerek verdiği önemi de yüksek tutuyor. TİM'in yaptığı bu çalışmalar devlet desteğiyle birleştiğinde önümüzdeki 10-20 senelik dönemde meyvelerini verecek. İnovasyon Turu, bu çerçevede çok verimli bir süreç oldu. Hollanda'daki Eindhoven Teknik Üniversitesi'nde çok önemli çalışmalar yapılıyor ve devlet bu çalışmaları özel olarak destekliyor. Bir takım ezber bozacak çalışmalar... Bize sunum yapan bir girişimcinin henüz üniversite ikinci sınıf öğrencisi olduğunu öğrenmemiz şaşırtıcı oldu. Bir şirket kurmuşlar ve devlet onlara tüm imkânları sağlamış. İhracata katkı sağlayacak bu tip çalışmalarını, Türkiye'de de yapmamız lazım" diyor.

dikkatimizi çeken diğer bir önemli bir husus oldu. Diğer taraftan, Hollanda'nın "Dünyanın en zeki bölgesi" seçilen Brainport'a ev sahipliği yapması, bizi de benzer başarılar için motive ediyor. Hollanda'da firma, araştırma enstitüleri ve devletin birbiriyle iş birliği mükemmel seviyede gelişmiş. Bilgiyi büyütme ve inovatif teknolojiler yaratma konusunda bir yayılma noktası. Özelleşmiş tedarikçilerin Ar-Ge merkezleriyle iletişimi, bizim de strateji hedeflerimiz arasında" dedi. Değerlendirmesinde, Hollanda'nın yeni teknoloji ve materyalleri üretme ve tasarım geliştirmede dünya lideri olduğunu da vurgulayan Mehmet Büyükeksi, "Biz de bu anlamda ziyaret kapsamındaki izlenim ve deneyimlerimizin, ülkemizin vizyonuna büyük katkı sağlayacağına inanıyoruz" dedi.

EN UZUN MENZİLLİ İLK ELEKTRİKLİ MOTOSİKLET

TİM Heyeti, inovasyon turunun ikinci gününde Eindhoven Teknoloji Üniversitesi'nde dünyanın ilk güneş enerjili aile arabasını geliştiren takım ile bir araya geldi. Burada, prototip bir çalışma olan ve tek şarjla 350 kilometre yol alacak elektrikli motosiklet projesiyle ilgili yakından ilgilenen TİM Heyeti, projenin gerçekleşmiş versiyonunu İstanbul İnovasyon Haftası'na da davet etti. 2014 yılı verilerine göre Hollanda dünyanın en büyük 17'nci ekonomisi konumunda bulunuyor. Yaklaşık 17 milyon nüfusa sahip olan ülke, ihracatının büyük bir kısmını AB ülkelerine yapıyor. Hollanda'nın en önemli dış ticaret ortağı ise Türkiye'nin de en büyük ticaret ortağı olan Almanya.

Ekonomisinin itici sektörlerini lojistik, kimya sanayisi, ticaret ve hizmet sektörlerinin oluşturduğu Hollanda, Konya yüzölçümünde olması ve tarım sektöründe işgücünün yalnızca yüzde 2'sini istihdam etmesine rağmen 90 milyar dolarla dünyanın en büyük ikinci tarım ihracatçısı konumunda bulunuyor. Yaklaşık 1,3 trilyon dolarlık dış ticareti ve 50 bin doların üzerindeki kişi başına milli gelir düzeyiyle Hollanda, AB ve aynı zamanda dünyadaki en zengin pazarlardan birisi. Avrupa'nın dağıtım ve lojistik merkezi konumunda bulunan ve ihracatının yaklaşık yüzde 40'ı reekspottan oluşan Hollanda, transit ticaretin önemli ölçüklere ulaşmasıyla diğer Avrupa ülkelerine ve hatta dünyadaki diğer ülkelere açılan bir kapı olarak da nitelendiriliyor.



İŞÇİ DE İŞVEREN DE HAKLARINI BİLMİYOR

İşveren ve işçi arasında yaşanan ihtilaflar, çoğu zaman can sıkıcı olabiliyor. Mahkemeye taşınan ihtilaflarsa, çoğu zaman işveren aleyhine sonuçlanıyor. Ancak bir gerçek var ki, işveren de işçi de kanuni haklarını tam olarak bilmiyor.

Yazar: Meral Güller

İş akdinin sonlandırılması, çoğu zaman işveren ve işçi arasındaki hak arama mücadelesinin temel noktasını oluşturuyor. Kimi zaman işçinin, kimi zaman da işverenin haklı olduğu, haklılığını ispatladığı bu süreçte, haklı olursa da haksız konuma düşülen zamanlar da olabiliyor. Hukukçular bunun sebebinin, uygulamadaki esasların bilinmemesi ya da mahkemeye delillerin sunulmamasıyla özetlerken, son dönemlerde yükseliş gösteren bu durumun ana nedenlerinden birisi, her iki tarafın da kanuni haklarını tam olarak bilinmemesi olarak öne çıkıyor. İHKİB ve İTHİB'in, tam da bu nedenle düzenlediği, firmaları bilgilendirme amaçlı "İşveren Sorunlarının İş Hukuku ve Yargıtay Kararları Işığında Değerlendirilmesi" başlıklı seminer, içeriği itibarıyla AKİB üyesi sanayicileri de yakından ilgilendiriyordu. Bu anlamda, ilgili seminerde konuşulanları AKİB Aktüel'de de paylaşmanın doğru olacağını düşünüyoruz.

İSTİKRARLI İŞ HUKUKU MEVCUT DEĞİL

Yargıtay Onursal Üyesi Avukat Ali Turhan, Yargıtay 9. Hukuk Dairesi Onursal Başkanı Dr. Mustafa Kılıçoğlu, Yargıtay 9. Hukuk Dairesi Tetkik Hakimi Cem Çelik ve Yargıtay 22. Hukuk Dairesi Tetkik Hakimi Ali Bulut'un konuşmacı olarak katıldığı seminerde, kıdem tazminatlarından iş sözleşmesinin sona erdirilmesi ölçütlerine, haklı fesihlerden iş yerindeki hatalı uygulamalara kadar birçok konu detaylarıyla tartışıldı. Yargıtay bünyesinde iş davalarını inceleyen üç hukuk dairesinden farklı kararların çıkabileceğini belirten seminer konuşmacıları Yargıtay'ın istikrarlı bir iş hukuku içtihadının olmadığına dikkat çekti. Firmaların mahkemelerde sadece beyanda bulunmaları ve delil sunamamaları nedeniyle davaların çoğunlukla işçi lehine sonuçlandığını vurgulayan konuşmacılar, bu durumun sıklıkla yaşandığına

da vurgu yaptı. İş yerlerinde sigara içme saatlerinden sigara içilecek yerin tayin edilmesine kadar her şeyin yazılı bir şekilde işçiye beyan edilmesinin önemine değinen konuşmacıların üzerinde durduğu bir başka önemli konu ise işverenin her olayı mutlaka sağlıklı bir şekilde belgelemesi gerekliliği oldu. Bu çerçevede, işverenin çoğunlukla düştüğü hatalardan birini, işçinin içinde bulunduğu durumun yapacağı işi aksatıp aksatmadığına bakmadan sonuca varılmak istenmesi olarak açıklayan konuşmacılar, söz konusu durum işi aksatmadığı halde davanın işverenin aleyhine sonuçlanabileceği uyarısında bulundu.

İŞÇİ VE İŞVERENİN FESİH HAKLARI

Seminerde öne çıkan ve tartışılan konu başlıkları ise şöyle sıralandı:

- İşveren ve işçi, serbest iradeleriyle, karşılıklı anlaşarak iş sözleşmesini sona erdirmeler bile

bu bozma sözleşmesi tek başına ikbal görmüyor. İkale Bozma Sözleşmesi olarak anılan bu bozma sözleşmesinin geçerli olabilmesi için "Makul Yarar" kavramına başvuruluyor. Makul Yarar ise Yargıtay Hukuk Daireleri arasında farklı uygulanan bir kavram. İçeriği tam olarak belli değil. İş sözleşmesinin kim tarafından sona erdirilmek istenmesi makul yararın belirlenmesinde kriter olarak belirleniyor. Örneğin, 20 yıllık bir kıdemi olan işçi, işveren tarafından doğruluk ve bağlılığa aykırı bir davranışta bulunurken yakalanırsa, işçi tarafından getirilen ikale teklifi neticesinde alacağı makul yarar ile normal işveren tarafından yapılacak makul yarar birbirinden farklı olacaktır.

• Haklı fesih, taraflardan birinin davranışı üzerine taraflar arasındaki güvenin çökmesi demektir. İki tarafın burada haklarını bilmemesi açılan davaların çoğu zaman lehlerinde kararın çıkmaması ile neticeleniyor. İşçi tarafından haklı fesih; İş Hukuku 24. Madde'nin 1. Bendinde "işin işçinin sağlığı için tehlikeli olması" olarak düzenlenmiştir. Burada bakılan husus, sağlık raporudur. İşçinin sağlığını tehlikeye atıp atmadığının raporlanması gereklidir. İşçinin kıdem tazminatı alabilmesi için bu rapor şarttır. İşverenin veya başka bir işçinin bulaşıcı hastalığa tutulması da yine işçinin haklı fesih ve kıdem tazminatını oluşturan sebeplerden biridir. Aynı madde 2. Bendinde yer alan ahlak ve iyi niyet kurallarına uymama da; işverenin işçiyi yanıltması, işe alınırken iş koşulları hakkında söylenenler ile daha sonra yapılanlar arasında fark olması en çok karşılaşılan sorunlar arasında yer alıyor. İşverenin işçinin şeref ve namusuna dokunacak sözleri, cinsel veya psikolojik tacizi de işçinin haklı fesih yapmasına hak kazandırır. Özellikle tekstil firmalarında sıklıkla bu tür haklı fesihlerin yaşandığı biliniyor. İşverenin satışması da işçinin yine haklı fesih yapmasına imkân veriyor. İşverenin ücret ödememesi, sigorta primlerinin asgari ücret üzerinden yatırılması da haklı feshe imkân verir ve sıkça iş davalarına konu edilir.

• İşverenin haklı fesihleri arasında ise işçinin işverene yaptığı hakaret ilk akla gelen nedenlerden biridir. Bu durum sadece işverene değil, aynı zamanda işveren temsilcisine yapılan hakaretler için de geçerlidir. Burada, Yargıtay'ın çeşitli uygulamaları olduğu biliniyor. Örneğin işverenin eşine yönelik bir hakareti de haklı feshe dâhil

ediliyor. İşçinin işverene veya işverenin başka bir işçisine cinsel tacizde bulunması, satışması ve sarhoşluğu da haklı fesih imkânı veren durumlar arasında yer alıyor. Ancak burada, işçinin kanuni haklarını arama satışması olarak kabul edilmiyor. İşçinin iş yerinde alkol alması, müşteri sırlarını başkasına aktarması, işçinin hatalı üretimi fark edip üretime devam etmesi, indirim giren ürünün indirimden kendisine girmeden kendisine saklaması gibi benzer durumlarda işverenin haklı feshine imkân veren durumlar olarak öne çıkıyor.

İŞVERENİN ÖDEME GÜÇLÜĞÜ İÇERİSİNDE OLMASI

• İşverenin ücret ödememesi, işçinin haklı fesih yapmasına olanak sağlar. İş Kanunu 32. Maddesi, iş karşılığı ödenecek ücretin her ay ödenmesi gerekliliğine hükmeder. Bu ücret daha kısa sürelerde haftalık veya günlük de ödenebilir. Ama ay içerisinde işçinin ücreti ödenmemişse, işçi haklı sebeple iş akdini feshedebilir. Buradaki ücretin ödenmemesi sadece temel ücretleri değil, hafta sonu ve genel tatil, fazla mesai, yol ve yemek parasını da kapsar.

• Kanun'un 34. Maddesi ise kaçınma yükümlülüğü açıklar. Burada sözü edilen 20 gün, işveren tarafından hatalı olarak "Her işçiye 20 gün süresi dolduktan sonra 20 gün daha geç ödeme hakkım var" diye algılanıyor. Oysa işverenin böyle bir hakkı yok. Eğer ayın sonunda işçinin ücreti ödenmemişse, işçi, takip eden ayın 1'inde haklı nedenle fesih hakkını kullanabilir. "Ama ben ödedim, 20 gün opsiyonu var" gibi söylemler, ne yazık ki uygulamada kabul görmüyor. İşverenin ödeme güçlüğü içerisinde olması ise haklı feshi ortadan kaldırmıyor. Bu durumda işçi kıdem tazminatına da hak kazanıyor.

KIDEM TAZMİNATI HANGİ KOŞULDA ÖDENMEZ?

• İşverenin haklı fesih hakkına sahip olduğu bir diğer unsur ise Kanun'un 1. Maddesinde düzenlenen sağlık sebepleridir. İşçinin derli toplu olmayan yaşayışından yahut içkiye düşkünlüğünden doğacak bir hastalığa veya sakatlığa uğraması halinde doğacak devamsızlığın ardı ardına üç iş günü veya bir ayda beş iş gününden fazla sürmesi halinde işverene haklı nedenden dolayı fesih hakkı doğar. Burada karıştırılmaması gereken bir husus var; haklı nedenden dolayı işverenin haklı



İşverenin haklı fesih hakları

- * İşçinin işverene veya işverenin başka bir işçisine cinsel tacizde bulunması, satışması ve sarhoşluğu,
- * İşçinin müşteri sırlarını başkasına aktarması,
- * İşçinin hatalı üretimi fark edip üretime devam etmesi,
- * İşçinin işverene, ailesine veya işvereni temsil eden görevliye (müdür, vardiya şefi gibi) yaptığı hakaret,
- * İşçinin indirim giren ürünün indirimden kendisine saklaması vb.

İşçinin haklı fesih hakları

- * İşin veya iş ortamının işçinin sağlığı için tehlikeli olması,
- * İşverenin işçiyi yanıltması; işe alınırken iş koşulları hakkında söylenenler ile daha sonra yapılanlar arasında fark olması,
- * İşverenin işçinin şeref ve namusuna dokunacak sözleri, cinsel veya psikolojik tacizi,
- * İşverenin satışması,
- * İşverenin ücret ödememesi, sigorta primlerinin asgari ücret üzerinden yatırılması vb.

fesih hakkı vardır ama kıdem tazminatını ödemesi gerekmektedir.

• Kıdem tazminatının ödenmesini gerektirmeyen tek madde Kanun'un 25. Maddesi 2. Bendidir. İşveren açısından 25. Maddenin 2. Bendinden dolayı fesih yapılırsa, kıdem tazminatı ödemesi yapması gerekmez. Örneğin işçinin işvereni yanıltması gibi: İşveren iş yerine güvenlik görevlisi alacak ve işçi sabıkalı olduğunu işverenden gizliyor. Bu durum, işverene haklı nedenden dolayı fesih hakkı tanır. Ya da işçi işverene sahte diploma sunar ve bu durum ortaya çıkarsa işveren tazminatsız haklı fesih hakkı kazanır. Fakat bu duruma dâhil olmayan durumlar da söz konusu: Örneğin bir tekstil çalışması tek böb-



Yargıtay 22. Hukuk Dairesi Tetkik Hakimi
Ali Bulut



Yargıtay 9. Hukuk Dairesi Onursal Başkanı
Dr. Mustafa Kılıçoğlu



AV. ALİ TURHAN
ONURSAL YARGITAY ÜYESİ



Yargıtay 9. Hukuk Dairesi Tetkik Hakimi
Cem Çelik

HAKLI FESİH, TARAFLARDAN BİRİNİN DAVRANIŞI ÜZERİNE TARAFLAR ARASINDAKİ GÜVENİN ÇÖKMESİ DEMEKTEDİR. TARAFLARIN HAKLARINI BİLMEMESİ EN BÜYÜK SORUNDUR.

reğinin olduğunu işe girerken bildirmiyor; işveren bunu daha sonra öğreniyor ve işe etki edeceğini düşünerek fesih yapıyor ama Yargıtay bunu yanıltma olarak kabul etmiyor. Çünkü Kanun'da sözü edilen yanıltmanın işi etkilemesi gerekiyor.

SADECE BEYAN, DAVAYI KAZANMAYA YETERLİ DEĞİL

• İş mahkemeleri yalnızca işçilerin tarafını tutan bir mercii değildir. İşveren ne kadar olayları belgelendirip mahkemeye sunarsa,

mahkeme de o delillere göre hareket eder. İşverenin en büyük hatası olay ve ihtilafları delillendirmemesi, işi sadece beyanda bırakmasıdır. Oysa işveren, olayları belgelendirip dava dosyasında bu belgeleri sunarsa haklı olduğu davada haklılığını daha kolay ispat edecektir. Özellikle iş akdinin kıdem ve ihbar tazminatı ödenmeyecek şekilde sona erdirilmesi ispat külfeti işverendedir. İşçi eğer 24. Maddeye göre haklı nedenle fesih ediyorsa, haklı nedeni ispat etmek zorundadır.

• Bir başka haklı fesih hali işçinin iş yerinde suç işlemesidir. Cezası yedi günden fazla olacak ve ertelenmeyen bir suç olması halinde işverene haklı fesih hakkı doğar. İşçinin işe devamsızlığı da yine en çok karşılaşılan haklı fesih durumlarından biridir. İşçinin işverenden izin almaksızın veya haklı bir sebebe dayanmaksızın ardi ardına iki iş günü veya bir ay içerisinde iki defa herhangi bir tatil gününün ardından iş günü yahut bir ayda üç iş günü işine devam etmemesi halinde, işveren haklı feshine hak kazanır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus, işçinin işverenden izin almaması veya işe gelmeyişi haklı bir sebebe dayandıramamasıdır.

HATIRLATMA UNSURU HAKLI FESHİ ETKİLİYOR

• Örneğin iş yerinde bir tartışma yaşanır ve bu tartışmadan sonra işveren tarafından sözlü olarak işçinin iş akdi feshedilirse, işveren bu tartışmayı ispatlamak zorundadır. Aksi halde işçi için tartışma sonrası günleri kapsayan devamsızlık tutanakları geçersiz olacaktır.

• İşçinin haklı bir sebebi, sağlık raporu olabilir ve bunu telefonla müdürüne veya yetkili isme sözlü bildirmiş olabilir. Eğer haklı sebebi varsa, yine devamsızlıktan haklı fesih olmaz. Cumartesi günü iş günü ise o gün yapılan devamsızlıklar da devamsızlık olarak kabul edilir ama cumartesi ve pazar iş günü değilse ve o günlerde işveren işçiyi işe çağırsa da mesai ücreti ödenmiyorsa, işçinin işe gelmeyi reddetmesi devamsızlık sayılmaz. Eğer mesai ücreti ödeniyorsa tersi durum kabul edilir.

• İşçinin görevini yerine getirmemesi halinde öncelikle hatırlatma unsuru kullanılmalıdır. İşçinin görevinin ne olduğu tam olarak belirlenmelidir. İşçi belirlenen iş tanımı çerçevesinde görevini yerine getiriyorsa, öncelikle iş tanımı yeniden işçiye hatırlatılmalıdır. Hatırlatılmadan düzenlenecek tutanak, haklı feshine olanak sağlamaz. "Hangi görevini yerine getirmede, işçiye hatırlatma yapıldı mı" gibi etmenler dava sürecinde önemlidir. Hatırlatmaya rağmen işçi buna devam ediyorsa, o zaman haklı fesih devreye girer.

• Bir de hatırlatılmaya gerek duyulmayan durumlar var: Örneğin güvenlik hizmeti veren bekçinin uyuması ve görev yerini terk etmesi; yanıcı ve parlayıcı maddelerin olduğu yerde yasaklanmış olmasına rağmen sigara içilmesi gibi...

İŞ DAVALARINDA EN ÖNEMLİ KANIT, RESMİ BELGELERDİR

Yargıtay Onursal Üyesi Av. Ali Turhan, işçi işveren arasındaki ihtilafların işveren aleyhine sonuçlanmasında ana nedenin işverenin sağlıklı bir kayıt sistemi tutmuyor olmasından kaynaklandığını söylüyor ve “Yargıtay, belge görmek ister. Haklılığınızı belgeleyemiyorsanız, aleyhinize karar çıkması kaçınılmazdır” diyor.

Geçmişte sadece Yargıtay 9’uncu Hukuk Dairesi’nin karara bağladığı iş davaları artık 7’nci, 21’inci ve 23’üncü Hukuk Daireleri’nce de takip ediliyor. Ancak farklı Hukuk Dairelerinden çıkan farklı kararlar, işverenlerin aklını da karıştırıyor. Yargıtay Onursal Üyesi Av. Ali Turhan ile hem farklı Yargıtay kararlarının nedenleri ve sonuçlarını hem de işçi işveren ihtilaflarında işverenin nasıl davranması gerektiğini konuştuk.

Bize biraz kendinizden bahseder misiniz?

1952 Ankara doğumluyum. İlk, orta ve lise eğitimimi Konya’da tamamladım. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi’ni bitirdikten sonra Türkiye’nin çeşitli yerlerinde hakimlik ve savcılık görevlerinde bulundum. 1990 yılında Almanya’da Aile Mahkemesi’nde bir yıl çalışma fırsatı yakaladım ve Alman Hâkim Akademisi’nde eğitim aldım. ABD’den aldığım davet ile gittiğim Amerika’da Fikri Mülkiyet ve Danimarka’da ise ombudsmanlık üzerine çalışmalar yaptım. Adalet Bakanlığı’nda uzun yıllar HSYK Raportörlüğü görevini sürdürdükten sonra Ankara Cumhuriyet Başsavcı Vekilliği’ne atadım. 2000 yılında ise Yargıtay üyeliğine seçildim ve beş yıl Yargıtay üyeliği yaptım. Evliyim ve iki çocuğumuz var. Halen Fenerbahçe Spor Kulübü ve Büyük Kulüp üyesiyim. Avukatlık ve danışmanlık kariyerime de devam ediyorum.

Yargıtay’da iş hukukuna bakan üç daire var. Buralardan çıkacak kararların birbirinden farklı olması hem işçilerin hem de işverenlerin güvenini zedelemiyor mu? Sonuçlar nasıl karşılanıyor?

Daha önce biliyorsunuz sadece Yargıtay 9’uncu Hukuk Dairesi bu davalara bakıyordu. Örneğin 10’uncu Hukuk Dairesi de sosyal güvenlik ile ilgili davalara bakıyordu. Fakat davaların yoğunluğunun artması üzerine 7’nci, 21’inci, 23’üncü Hukuk Daireleri de bu davalara dâhil oldu. Dolayısıyla alınan kararlarda da farklılıklar oluşmaya başladı ama bu farklı kararlar her zaman iyidir. Farklı kararlar çıktığı zaman içtihadı birleştirmeye gitme imkânı doğar. İçtihadı birleştirme, verilen kararların birlik haline gel-

mesini içerir ve uyulması zorunlu hale gelinen bir zemin oluşturur. Bu tabii işçinin de işverenin de aleyhine olabilir. Tersi de söz konusudur. Bu nedenle, farklı Yargıtay Dairelerinden farklı kararlar çıkıyor olmasını ben hukuk açısından yararlı buluyorum. Diğer yandan, şu anki hava işverenin büyük bir sıkıntı içinde olduğu yönündedir. Bazı hukuk büroları bunu iş edinip “İşçilerin haklarını arıyoruz” vaadiyle toplu davalar açıyor ve işveren açısından büyük kayıplara neden oluyor. Ancak yeni açılan Yargıtay Dairelerinden işveren lehine farklı kararlar çıkıyor olması, içtihadı birleştirme açısından işveren için önemli bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

İstikrarlı bir iş hukukunun var olabilmesi için neler yapılması gerekiyor?

Bunu hem işçi hem de işveren açısından değerlendirmek lazım. Davaya konu olan işçi işveren ihtilaflarının ana nedeni, sağlıklı bir kayıt sisteminin olmayışdır. İşveren açısından bakarsak, gerek muhasebede gerekse insan kaynaklarında istihdam edilen personelin yeterli yetkinlikte olmayışı, Yargıtay içtihatlarının lehte olan kısımlarının takibinin zorlaşması ve belki de bu içtihatların takip edecek avukat ve müşavir kadrosunun olmayışı nedeniyle ihtilafların arttığını görüyoruz. Yapılması gereken, en küçük uzlaşmazlığın bile bir tutanakla kayıt altına alınmasıdır. Uzlaşmazlık da demeyelim, işçinin bir günlük izni ya da bir günlük fazla mesaisinin bile sağlıklı bir şekilde kayıt altında olması, belgelere dayandırılması lazım. Yargıtay bu belgeyi görmek istediğinde siz gösteremezseniz, işçinin göstereceği bir veya birkaç yeminli tanık işveren aleyhine karar çıkmasında en büyük etken oluyor. Dolayısıyla işverenin kuracağı sağlıklı kayıt sistemi, istihdam edeceği personelin konusunda yetki olması ve işverenin işçileri doğru bilgilendirilmesiyle ihtilafların azalacağı kanaatini taşıyorum. Bu arada söylemek istediğim bir başka husus ise olası ihtilaflar davaya dönüşmeden alternatif uyuşmazlık çözümlerinin mutlaka değerlendirilmesi gerekliliğidir. Yeri geldiği için hatırlatmak isterim, Ekim ayında, Türkiye Barolar Birliği, Yargıtay ve Adalet Bakanlığı Antalya’da çok geniş



**Yargıtay Onursal Üyesi
Av. Ali Turhan**

katılımlı bir çalıştay düzenleyecek ve burada alternatif uyuşmazlık çözümleri, uzlaşma büroları konuşulacak. Bu çalıştaydan sonra ihtilafların davaya dönüşmeden çözülmesi konusunda da bir bilinç oluşacağını düşünüyorum.

Tekstil sektöründe karşılaşılan hukuki sorunlar neler?

Her sektörde sorunlar temelde aynıdır. Sorunların ana nedeni işverenin sağlıklı bir kayıt sistemine sahip olmaması ve işçilerin doğru bilgilerle donatılmaması. İşveren işçinin işe giriş çıkış saatlerini doğru tutmazsa işçi bunu suistimal edebilir. Ya da bir işçi diğer bir işçiyi taciz etmişse işveren buna hemen müdahil olmalı, belgelendirmeli ve sorunu değerlendirerek bir daha aynı sorunun yaşanmaması için çözüm üretmelidir. İş davaları, toplum nezdinde genellikle işçilerin her zaman haklı olduğu, hukukun da bu nedenle işçi lehine karar verdiği davalar olarak anılıyor. Oysa işverenin haklı olduğu halde kaybettiği davaların olduğunu da biliyoruz. En önemli konu sağlıklı kayıt sistemi çünkü Yargıtay her şeyin belgesini görmek istiyor. Bu eksiklik, Yargıtay kararlarında da dillendiriliyor. İşveren sağlıklı bir kayıt sistemi tutar, idari ve hukuki konularda yetkin personellerle çalışırsa, işçileri ile ihtilaf yaşamadan ya da daha az ihtilaf yaşayarak yoluna devam edebilir.

AFRİKA İÇİN GEÇ KALMAYALIM



KEŞFEDİLMEMİŞ, FIRSATLAR DİYARI AFRİKA EN ÖNEMLİ ÇIKIŞ YOLUDUR. SADECE TÜRKİYE İÇİN DEĞİL AYNI ZAMANDA DÜNYANIN KÖŞEYE SIKIŞAN EKONOMİLERİ İÇİN DE BÜYÜK BİR SAHADIR.

M. TARIK BOZBEY / T.C. BAŞBAKANLIK, TİM-AKİB AFRİKA MASASI BAŞKANI

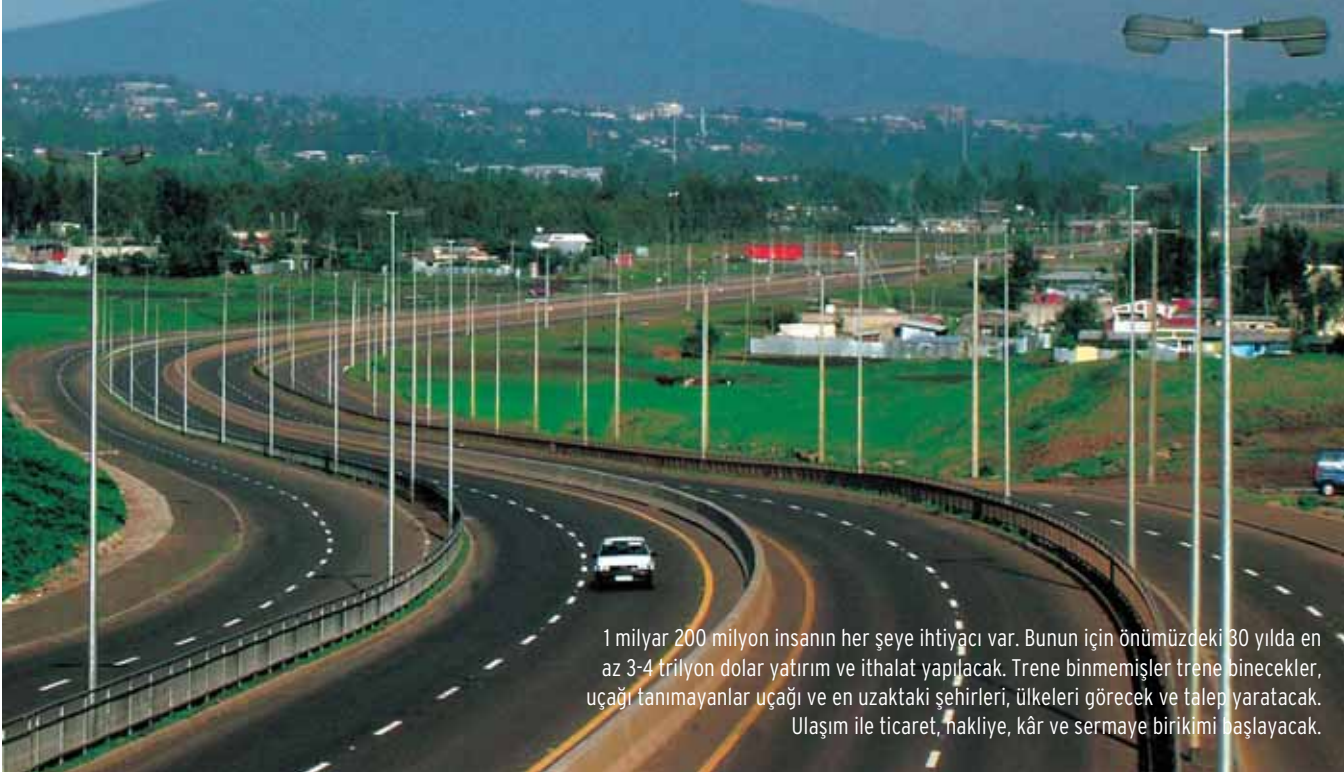
Türkiye'de yaklaşık altı aydır seçim ortamından ve/veya başka sebeplerden kaynaklanan bir bekleme, duraksama dönemi yaşanmaktaydı. Şimdi seçimler bitti, kısa zamanda hükümetin kurulması ve hızla yola devam etmemiz gerek. Komşumuz Yunanistan'ın durumu, AB'yi ve tüm dünyayı merakla yeni bir bekleme sürecine sokmuş bulunuyor. Ben ise süreci hiç merak etmiyorum. Şu anda belirsiz bir ortam oluşmuş, Yunanistan fiilen temerrüde düşmüş olsa da eninde sonunda anlaşma sağlanacağını düşünüyorum. Böylece Yunanistan'a gözdağı verilmiş de olacak ve ne şiş ne kebab yanmadan oyuna devam edilecek.

Çünkü kültürel köklerinin ana damarları olarak Yunanistan'ı gören AB, bağırıp çağırorsa da yola yine Yunanistan ile devam edecektir. Yunanistan'ı ne AB'den ne de Avro Alanı'ndan çıkaramazlar. Bunu iyi bilen usta politikacılar diyarı Yunanistan ise siyasi oyunu iyi oynayıp

hem AB'yi yıllarca dolandırdı hem de önemli bir şey vermeden işin içinden sıyrılmayı başardı. Elbette bunun bize ekonomik faydaları da olacaktır. Yakın komşularımızdaki çalkantılar, bizi turizm ve ticaret yönünden etkiler. AB ve Yunanistan'ın stabil kalması ise bu anlamda bizim faydamızdır. Bizim yapmamız gereken en önemli şey, hızla gözlerimizi dünyaya çevirip yeni hamlelere başlamaktır. Keşfedilmemiş, fırsatlar diyarı Afrika ise en önemli çıkış yolumuzdur. Sadece Türkiye için değil aynı zamanda dünyanın köşeye sıkışan ekonomileri için de büyük bir sahadır.

Düşünün 1 milyar 200 milyon insanın her şeyde ihtiyacı var. Bunun için önümüzdeki 30 yılda en az 3-4 trilyon dolar yatırım ve ithalat yapılacak. Yatırımlar ve ana mallar ithal edildikten sonraki dönemde bu rüzgâr ile halkın gelir düzeyi yükselecek ve hiç bilmedikleri yeni malları talep edecekler. Trene binmemişler trene binecekler,

ÖNÜMÜZDEKİ 20 YILDA, BAŞTA ETİYOPYA, KENYA VE TANZANYA OLMAK ÜZERE TÜM AFRİKA, İSTESEK DE İSTEMESEK DE BAZI TEMEL ÜRÜNLERDE ANA ÜRETİM MERKEZİ OLMAYA ADAYDIR.



1 milyar 200 milyon insanın her şeye ihtiyacı var. Bunun için önümüzdeki 30 yılda en az 3-4 trilyon dolar yatırım ve ithalat yapılacaktır. Trene binmemişler trene binecekler, uçağı tanımayanlar uçağı ve en uzaktaki şehirleri, ülkeleri görecek ve talep yaratacak. Ulaşım ile ticaret, nakliye, kâr ve sermaye birikimi başlayacak.

uçağı tanımayanlar uçağı ve en uzaktaki şehirleri, ülkeleri görecek ve talep yaratacak. Ulaşım ile ticaret, nakliye, kâr ve sermaye birikimi başlayacak.

Ülkemizde son elli yılda, aynı bu model uygulandı. Çin ve Rusya'da son 30 yılda aynı model kalkınma, talep ve orta sınıfı meydana çıkarttı. Kartopu yuvarlanmaya başladıktan sonra yatırım-üretim-talep çarkı dönmeye başlayacaktır.

Geç kalmayalım

Şanlıurfa'lı büyük toprak sahiplerinden Badilli ailesi, Etiyopya'da 200 bin dönüm toprak alarak tarım ve tarıma dayalı sanayiler için çalışmalarına başladı. Bu aile zaten Şanlıurfa'daki en büyük topraklara sahipken, neden kalkıp Etiyopya'da bu işlere bulaşıyor; düşünmek gerek.

Şanlıurfa'yı bilenler tanırlar, bu ailenin toprakları Şanlıurfa Havalimanı'ndan şehre kadar olan yolun sol tarafıdır. Tamamı Badilli ailesine ait olan araziye ek olarak, Etiyopya'ya da tarım yapmak üzere gidiyorlar.

Bugün işleri iyi olan firmalarımız "gereksiz yere başka ülkelere gitmek istemiyoruz" diyor.

10 yıl önce Türkiye'deki en büyük, en mutlu, en kârlı tekstil ve konfeksiyon işletmelerinden bazıları bugün kapanmış durumda. 10 yıl önce ihracatta kârlılığa madalya alan firmalar şimdi yoklar. Eğer 10 yıl önce Afrika'ya, örneğin Etiyopya'ya ufak bir yatırım da olsa yapmış olsalardı bugün durumları bambaşka olurdu.

Çukurova Bölgesi'ndeki Güney Sanayii, Mensa, Berdan, Çukurova Sanayi İşletmeleri, Özbucak, Ceytaş, Koniteks, Arat gibi firmalar 10 yıl önce çok başarılıydı. Aynı akıbeti kimseye yakıştırmayız ama ekonominin, rakamların, gerçeklerin saklanması da isteyemeyiz.

AB yönetimi 1970 yılında kendi rızasıyla, "AB önümüzdeki 30 yılda tekstil ve konfeksiyon sanayisini bırakacak" dedi ve bıraktı. Yerine Türkiye'yi hazırlamaya başladı. Hatırlayın, Ege Üniversitesi Tekstil Fakültesi'ni Almanlar kurmuştur. Türk ipliği ve tekstil konfeksiyon ürünleri önceleri kotasız, vergisiz olarak AB'ye girmeye başladı. Ardından pazara egemen olan Türk tekstiline karşı yavaşlatma uygulamaları başlatıldı. Bugün itibarıyla Türk tekstil ve konfeksiyon kapasitesi tüm AB kapasitesinden fazla duruma geldi. Önümüzdeki 20 yılda, başta Etiyopya, Kenya ve Tanzanya olmak üzere tüm Afrika, istesek de istemesek de bazı temel ürünlerde ana üretim merkezi olmaya adaydır. Tanzanya'da geçen yıl bulunan doğal gaz rezervleri Türkiye'nin +250 yıllık ihtiyacını karşılayacak kapasitededir. Bu geliri elde etmeye başladıkları zaman, işsizliği en kolay çözen tekstil ve konfeksiyon yatırımlarına başlayacaklar. Bizim de orada bir şekilde yer almamız, köşe başını tutmamız gerekir.

Önümüzdeki yıllarda AB ve ABD arasında serbest ticaret antlaşması tamamlanmış ve birkaç yıl içerisinde yürürlüğe girmiş olacak. Türkiye,

konuşma masasında yer alamıyor. Çin ve ABD ise yine ikili bir serbest ticaret antlaşması üzerinde çalışıyor. Birkaç yıl içerisinde bu çark da dönmeye başlayacaktır. AB, ABD ve Çin ticareti dediğimiz zaman dünya ticaretinin yüzde 90'ından söz etmiş oluyoruz. Şu anda dünya ticaret hacmi yaklaşık 14 trilyon dolar, yani bu üçlü 12 trilyon dolarlık bir pazara hükmediyor. Bu gruplar aralarında gümrüksüz, vergisiz ve evraksız, hızlı bir mal akışı sağlarsa, Türkiye'ye oyun sahası kalmayacaktır.

Türkiye'nin en önemli ihracat ve üretim marifeti, hızlı üretim ve hızlı mal teslimidir. "Serbest ticaret anlaşmaları ile bağlan kuvvetlenen, vergi ve kısıtlamaları olmayan, gümrüklerden hızla geçen ülkelere karşı biz ne yapmalıyız" bunu hesap edip, tedbirleri almamız gerek.

Ya AB ve ABD ile hemen diyaloga girip aynı masada yer almamız gerek ya da alternatif fırsatlar yaratmamız... Aslında ikisini de yapmamız gerek. Hem stratejik ortaklarımızla aynı vagona olmamızı sağlamamız hem de yeni ufuklarda yer almamız gerekiyor.

Ülke içi ve dışında hâkim olmadığımız pek çok gündem bizi meşgul ediyor. Oysa yapmamız gereken şey, ilk fırsatta en iyi bildiğimiz, en iyi yaptığımız, hâkim olduğumuz işlere başlamak olmalı. Afrika'da görünen fırsatları, başkaları hâkim olmadan kendi lehimize kullanmaya başlamalıyız. Geç kalırsak, kimse gözümüzün yaşına bakmaz.

KAREKODLU ÇEK UYGULAMASI BAŞLADI



ERDOĞAN KARAHAN / YEMİNLİ MALİ MÜŞAVİR

KARŞILIKSIZ ÇEK RİSKİNİN AZALTIKMASI VE İÇ PİYASADA TİCARETİN DAHA SAĞLIKLI YAPILABİLMESİ AMACIYLA, TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ'NİN KREDİ KAYIT BÜROSU İLE ÇALIŞARAK GELİŞTİRDİĞİ KAREKODLU ÇEK UYGULAMASI, 15 HAZİRAN İTİBARIYLA TARAFLARIN KULLANIMINA SUNULDU.

Çekler, ticari hayatımızda en çok kullanılan ödeme araçlarından biri. Ancak ülkemizde çekler, ödeme aracı olma niteliğinden ziyade vadeli senet gibi kullanılıyor ve çekin bu şekilde kullanılması, yıllardır ticari hayatta çeşitli sorunlar yaratıyor.

Bilindiği üzere ticarete vadeli alım-satımlar önemli bir yer tutuyor. Çünkü reel sektörde sermaye çoğunlukla kıt ve kullanıcıların finansmana erişimi de her zaman kolay ve ucuz değil. Bu gerçekler ışığında, özellikle de vadeli çek, şirketler için önemli bir finansman kaynağı olarak öne çıkıyor.

Ülkemizde tüm şirketlerin yurt içi satış ciroları, yani toplam yurt içi ticaret hacmi, 2014 yılında 3,7 trilyon lira civarındaydı. Bu yurt içi ticaret hacminin yaklaşık üçte ikisinin, yani 2,4 trilyon lirasının vadeli işlemlerle yapıldığı tahmin ediliyor. Vadeli ticaretin ekonomide bu kadar büyük yer tutuyor olması, buna paralel olarak vadeli

olarak kullanılan çeklerin de sayısını artırıyor. Karşılıksız çekte hapis cezasının kaldırılmasından sonra, Kredi Kayıt Bürosu ile birlikte çek sicillerinin özel sektöre açılması sağlanmıştı. Ancak reel sektördeki şirketler bu sistemi beklenen ölçüde kullanmadı. Şirketler, prosedürlerle uğraşmaktan kaçındıkları için ve çoğu zaman da çek keşidecisi kendi sicil bilgilerini çek hamiline vermek istemediğinden, çek sicil raporlarının yüzde 95'ini finansal kurumlar, yüzde 5'ini ise reel sektör aldı. Bunun üzerine, reel sektörün daha kolay, hızlı ve ticari mahremiyet kurallarına uyarak çek sorgulama bilgisi alma ihtiyacı için, Kredi Kayıt Bürosu, Karekodlu Çek uygulamasını geliştirdi. Karşılıksız çek olgusunun ticari hayatta yarattığı zincirleme olumsuzlukları ticaret hayatından doğrudan ve olumlu yönde ortadan kaldıran Karekodlu Çek, yeni ve çok önemli bir finansal ürün olarak ticari hayatın aktörlerinin kullanımına sunuldu.

KAREKODLU ÇEK, ÜZERİNE BANKALAR TARAFINDAN, BANKA VE ŞUBE BİLGİLERİNİ, KEŞİDECİNİN HESAP NUMARASINI VE ÇEK NUMARASINI İÇEREN BİR KAREKOD BASILMIŞ OLAN ÇEK TİR.

Yılda 100 milyon çek keşide ediliyor

Günümüz rakamlarına göre Türkiye ekonomisinde 1,4 milyonun üzerinde aktif çek keşidecisi var. Bu 1,4 milyon kişi yıllık 100 milyon adet üzerinde çek keşide ediyor. Keşide edilen bu çeklerin yaklaşık yüzde 3'lük kısmı ise karşılıksız çıkıyor. Bu da her yıl ortalama 3 milyon adet karşılıksız çek yazıldığı anlamına geliyor. Bunun yanı sıra, son 15 yıllık sürede 500 bine yakın kişi en az bir kere karşılıksız çek keşide etmiş görünüyor. Hali hazırda 304 bin kişinin ödenmemiş en az bir çekinin bulunduğu ve bu kişilerin 200 bine yakınının da elinde daha önceden aldığı ve halen keşide edilmemiş boş çek yaprağı bulunduğu biliniyor. Yine ülkemizde her ay ortalama 20 bin kişinin çeki karşılıksız çıkıyor. Bu 20 bin kişinin çek ödemelerine bakıldığında yüzde 80'inin geçmişte de en az bir kez çeklerinin karşılıksız çıktığını görüyoruz.

Findeks nedir?

Türkiye'nin önde gelen dokuz bankasının ortaklığıyla kurulan Kredi Kayıt Bürosu A.Ş. tarafından hayata geçirilen Findeks, bireylere ve reel sektöre yönelik olarak tasarlanmış yeni bir finansal hizmet platformudur.

Findeks, finans sektörünün gerçek veya tüzel kişilikleri nasıl gördüğünün bir aynasıdır. Kişiler Findeks'i kullanarak finansal durumları ve itibarlarını kontrol altında tutabilir ve daha iyi yönetebilir; bankalar ve diğer finansal kurumlardaki kredi borç ve limitlerini, kredi notunu takip edebilir, finansal kontrolünü sağlayabilir; dünyada yaygın olarak kullanılan ve tüm sektörlerde itibar göstergesi olan finansal derecelendirme sonuçlarına hâkim olabilirler.

Karekodlu Çek nedir?

Üzerine bankalar tarafından, banka ve şube bilgilerini, keşidecinin hesap numarasını ve çek numarasını içeren bir karekod basılmış çektir. Karekodun sorgulanmasıyla elde edilecek bilgiler doğrultusunda çek yaprağının doğruluğu teyit edilebilir, keşidecinin geçmiş çek ödeme performansına dair bilgi edinilebilir.

Karekodlu Çek Raporu nedir?

Çek yaprağı üzerinde yer alan karekodun, Findeks Mobil uygulaması vasıtasıyla sisteme okutulması ile temin edilen rapordur. Bu sayede çekin doğruluğu ile ilgili bilgilere ve keşidecinin geçmiş çek ödeme performansına ilişkin özet çek raporuna, herhangi bir onay süreci olmaksızın erişilebilir. Karekodlu Çek Raporu'nun başkaları tarafından görüntülenebilmesi için gereken izin, keşideci tarafından çekin banka-

dan talebi aşamasında verildiği için çeki ve çekli ödeme geçmişine dair bilgiler, ek bir onay süreci olmaksızın hamiller ile paylaşılabilir.

Karekod hangi bilgileri içerir?

Çek üzerindeki karekoda keşidecinin adı soyadı, banka ve şube bilgileri, hesap numarası ve çek numarası yer alır.

Karekod nasıl sorgulanır?

Çek üzerindeki karekod vasıtasıyla çeki ve keşideciye ilişkin bilgilere erişebilmek için öncelikle akıllı bir telefona sahip olmak gerekli. Akıllı telefonunuza Findeks Mobil uygulamasını indirip üye girişi yaptıktan sonra karekodu sorgulatarak, ilgili bilgilere erişebilirsiniz.

Karekodlu Çek ile ulaşılan özet çek raporunda hangi bilgiler yer alır?

Karekodlu Çek vasıtasıyla erişilen özet çek raporundan;

- İbrahim Edilen ilk ve son çek tarihlerine,
- İbrahim Edilen ödenen çeklerin adet ve tutar olarak yüzdesine,
- Arkası yazılan, gecikmeli ödenmiş ya da halen ödenmemiş çeklerin adet ve tutar olarak yüzdesine,
- Bu bilgilerin bir, üç ve 12 aylık kırımlarına ulaşılabilir.

Karekodlu Çek ile ulaşılabilecek bilgilerin diğer kişilerle paylaşımı için onay ne zaman alınır?

Karekodlu Çek ile ulaşılabilecek bilgilerin diğer kişilerle paylaşımı için, Karekodlu Çekin bankadan talep edilmesi aşamasında, her bir çek yaprağı bazında keşideci tarafından paylaşım onayı verilmektedir. Alınan bu onaydan sonra, Karekodlu Çekin Findeks Mobil uygulamasına okutulması sırasında keşideciden tekrar onay alınmasına gerek kalmamaktadır.

Karekodlu Çek sorgulaması sırasında telefon ekranında nasıl bir görüntü olacak?

Sorgulama sırasında ekranda görüntülenen ifadeler ve içerikleri ise şöyledir:

İbrahim Edilen Son Çek Tarihi: Keşidecinin düzenlediği çeklerden bankaya en son ibraz edilenin tarihini gösterir.

Arkası Yazılan Çek: Bankaya ibraz edildiğinde karşılığı bulunamayan, banka tarafından üzerine ödenemediğine dair kayıt düşülen çektir.

İbrahim Edilen İlk Çek Tarihi: Keşidecinin düzenlediği çeklerden bankaya ilk ibraz edilenin tarihini gösterir.

Referans No	50002F53DCQ
Ad Soyad	A**** Ö*****
TC Kimlik No	*****
İbrahim Edilen İlk Çek Tarihi	İbrahim Edilen Son Çek Tarihi
27/02/2009	11/10/2014
İbrahim Edilen Ödenen Çeklerin Yüzdesi (Adet)	%77
İbrahim Edilen Ödenen Çeklerin Yüzdesi (Tutar)	%73
Arkası Yazılan ve Halen Ödenmemiş Çeklerin Yüzdesi (Adet)	%20
Arkası Yazılan ve Halen Ödenmemiş Çeklerin Yüzdesi (Tutar)	%21
Arkası Yazılan ve Sonradan Ödenen Çeklerin Yüzdesi (Adet)	%3
Arkası Yazılan ve Sonradan Ödenen Çekleri Yüzdesi (Tutar)	%6
Çek Bilgileri	
Son 1 Ay	
Son 3 Ay	
Son 12 Ay	

İbrahim Edilen Ödenen Çek: İbrahim Edilen ödenen çek, ödenmesi amacıyla bankaya sunulduğunda sorunsuz bir şekilde ödenen çeki ifade eder. Arkası yazılan çekler içerisinde sonradan ödenenler ve henüz ödenmeyenlerin yüzdesi bu başlıklar altında görüntülenebilmektedir.

Sonuç

Karşılıksız çek keşide edenlere verilen hapis cezasının kaldırılmasından sonra, çek keşide eden kişilerin güvenilirliğinin bilinmesi ve ödenmemiş çeki bulunan bu kişilerle iş yapmamak, çek kabul eden kişiler ve işletmeler için aşırı derecede önem arz ediyordu. Şirketlerin sermayelerini korumalarının ve güvenli bir ticari hayatın çerçevesinde işlemlerini yapmalarının yolu, iş yaptıkları ve vadeli mal sattıkları kişileri tanımlarından geçiyor. Ticari hayatta bir devrim niteliğinde olan bu düzenleme, ödemeleri düzenli olan şirketlere de ayrı bir itibar kazandıracak.

Türkiye'nin bugüne kadar tek finansal inovasyon ürünü vadeli çek idi. Karekodlu Çek, Türkiye'nin dünyaya sunduğu, başka bir benzeri olmayan ikinci inovasyonu oldu. Bu sistem sayesinde çekin güvenilirliği hakkında kısa zamanda fikir sahibi olunacak, sahte ve çalıntı çek riski de ortadan kalkacak. Özetle, Karekodlu Çek, çekte itibarın göstergesi olacak.

Bunun yanı sıra reel sektörün risk alması, aldığı riski ölçmesi, riski yönetmesi ve riskle beraber yaşaması bakımından da Karekodlu Çek uygulaması işleri oldukça kolaylaştıracağı benziyor.



KİTRE VE PAMUKLA CANLANAN TARİH

BEBEK SANATÇISI LÜTFİYE BATUKAN, JAPONYA'DA AÇTIĞI SERGİYLE ZENGİN ANADOLU KÜLTÜRÜNÜ VE TÜRK TARİHİNİ OKYANUS ÖTESİNE TAŞIDI. YOKOHAMA BEBEK MÜZESİ'NDEKİ SERGİDE SANATÇININ KİTRE VE PAMUK KULLANARAK 50 YIL BOYUNCA ÜRETTİĞİ ESERLERDEN 150 BEBEKLİK BİR SEÇKİ SUNULUYOR.

Türk-Japon dostluk ilişkilerinin 125'inci yıldönümünde Türk Silahlı Kuvvetleri Mehteran Birliği Japonya sokaklarında ilgi görürken, minyatürleri de Yokohama Bebek Müzesi'nde sanatseverleri etkiledi. Bebek sanatçısı Lutfiye Batukan'ın Yunus Emre Enstitüsü'nün katkılarıyla açılan

sergisinde Mehteran Bölüğü ile birlikte çok sayıda çalışması sergilenirken, açılışa Yokohama Belediye Başkan Yardımcısı Katsunori Watanabe, Yokohama Belediyesi Turizm Bürosu ve Müze Müdürü Toshiyoki Aoki ve Yunus Emre Enstitüsü Tokyo Müdürü Telat Aydın katıldı.

TARİHİN KAHRAMANLARI BU SERGİDE

Karakterlerini zengin Anadolu kültürü ve gelenekleriyle Türk tarihinden alan Lutfiye Batukan'ın 50 yıllık sanat yaşamında oluşturduğu bin bebek arasından seçilmiş 150 tanesini sanatseverlerin beğenisine sunan

sergide, Fatih Sultan Mehmet, Mehteran Bölüğü, Yunus Emre, Mevlana, 4. Murat, Cengiz Han, Evliya Çelebi, Hürrem Sultan gibi tarihi karakterlerle Anadolu insanını gelenekleriyle yansıtan çalışmalar yer alıyor. Bugüne kadar Avrupa ve ABD’de açtığı sergilerin yanı sıra Japonya’daki serginin anlamının büyük olduğunu söyleyen Lutfiye Batukan, “Japonya’da bebek sanatına büyük önem veriliyor, hatta bebek sanatçıları yaşayan kültür değerleri olarak özel saygı görüyor. Bu yüzden bu sergimin Japonlar tarafından takdir görmesi bana onur verdi” diyor.

Müze yöneticilerinin bu sergi için, “30 yıldır açtığımız en iyi sergi” değerlendirmesi de boşa değil. Lutfiye Batukan, 50 yılı aşan sanat yaşamı boyunca çok kapsamlı bir koleksiyon yaratırken, hayat verdiği bu bebeklerin büyük bölümünün geleneksel kıyafetli olanlar oluşturuyor. Atatürk, Kanuni Sultan Süleyman, Yunus Emre, Mevlana, Mimar Sinan gibi tarihi karakterler ise koleksiyonda ayrıcalıklı bir yere sahip. Bir de gerçeğin hayale, somutun kurguya dönüştüğü çalışmaları var: Noel Baba, Ali Baba ve Kırk Haramiler, Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler gibi... Semazenler ve Mehteran Bölüğü gibi kalabalık kompozisyonlar ise son derece büyük bir emek ve sabrın ürünü.

TEKNİĞİN ADI KİTRE VE PAMUK

Lutfiye Batukan’ın bebeklerinin en önemli özelliği gerçek bir insan gibi yüz ifadelerine ve beden hareketlerine sahip olmaları. Yurt dışında da farklı tekniğiyle dikkat çeken sanatçı, bebeklerini Türkiye’ye özgü kitre ve pamuk tekniğiyle yapıyor. Sultanahmet’te Çelik Gülersoy’un yıllar önce yaşama kazandırdığı İstanbul Sanatları Çarşısı’nda çalışmalarını sürdüren Lutfiye Batukan’ın en büyük korkusu ise kendisinden sonra bu sanatın kaybolacak olması. Sabır, yetenek, yaratıcılık, araştırmacı merakı ve geleceğe saygı pek az insanda bir araya geldiğinden yeni sanatçılar yetiştirmek neredeyse imkansız. Sanatçının artık en büyük amacı ve hedefi ise dünyadaki benzerleri gibi bir bebek müzesi kurmak. Mutlaka hatırlanacaktır, Türkiye’nin ilk bebek sanatçısı Zehra Müfit Saner de bir kıyafet müzesi kurmak istiyordu ve akrabalık bağları bulunan Koç Ailesi’nde Sevgi Gönül’ün kurduğu Sadberk Hanım Müzesi ile kendisi göremese bile bir anlamda bu dileği gerçekleşmiş oldu. Ama Türkiye, hala ciddi bir bebek müzesi bekliyor.



Serginin açılışına Yokohama Belediye Başkan Yardımcısı Katsunori Watanabe, Yokohama Belediyesi Turizm Bürosu ve Müze Müdürü Toshiyoki Aoki ve Yunus Emre Enstitüsü Tokyo Müdürü Telat Aydın katıldı. Sanatçının ve yöneticilerin, Japonya’da saygı işareti beyaz eldiven giyerek açtığı sergi 20 Temmuz’a kadar ziyaret edilebilecek. Yokohama Bebek Müzesi’nde açılan sergiyi 8 bin kişinin gezmesi bekleniyor.

DÜNYADAKİ İLK BEBEK SERGİSİ

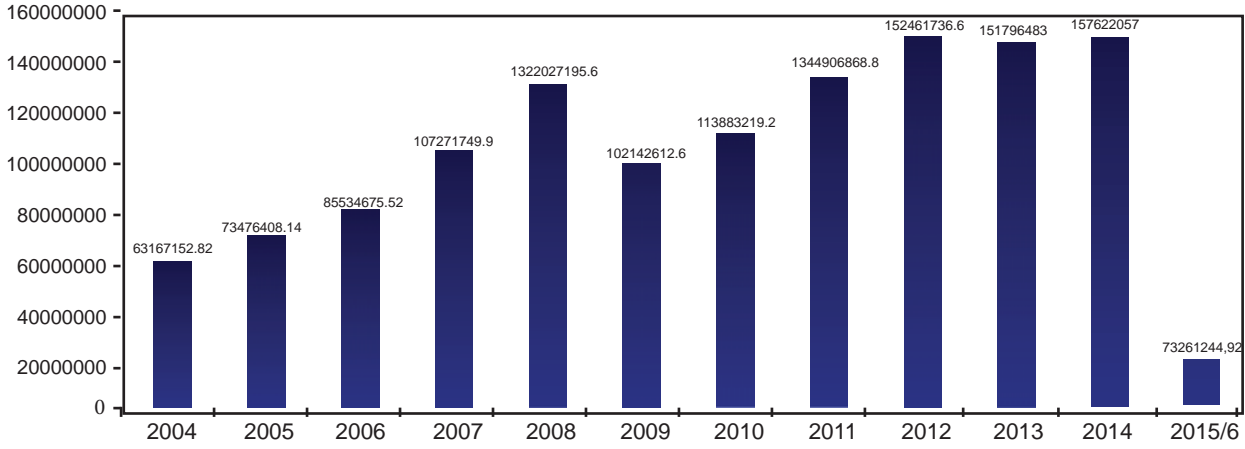
Bir sanat olarak bebekçiliğin gelişimi 20. yüzyılın başlarına rastlarsa da folklorumuzda yüzyıllar öncesine uzanan bir yeri var. Anadolu köylerinde daha çok yağmur dualarında ve bahar törenlerinde büyölse özellikler taşıyan bir sembol olarak kullanılan bebeklerin, “Hemecik”, “Korçak”, “Çömçe”, “Gelin Karaçör” oyunu gibi isimler aldığı da biliniyor. Dünyanın en eski oyuncacı olarak bilinen bebekler; Hitit, Frig, Bronz Çağ ve Cilalı Taş devri tabakalarında bulunan ve din törenlerinde yer aldığı anlaşılan heykelciklerin bir kısmıyla birlikte ana tanrıça kültüyle de yakından ilişkilendiriliyor. Burdur yakınlarındaki Hacılar Höyüğü’nde bulunan kilden yapılmış, yüzleri boyalı ve çıplak başlarına sonradan saç kondurulmuş figürinlere rastlanması, bebekçiliğin Anadolu’daki tarihine ilişkin en eski buluntuları ortaya koyuyor. İnsanlık tarihi kadar eskiye uzanan bebek sanatı, bugün Türkiye’de kaybolmaya yüz tutmuş olsa da dünyadaki ilk bebek sergisinin 1936 yılında yine Türkiye’de açıldığı bilgisini de not düşmeliyiz.



2015 YILI HAZİRAN AYI TÜRKİYE İHRACAT RAKAMLARI
SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$

SEKTÖRLER	HAZİRAN				SON 12 AY			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
I. TARIM	1.669.521	1.617.938	-3,1	13,8	22.136.885	21.691.525	-2,0	14,4
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.127.278	1.151.748	2,2	9,8	15.306.440	15.371.959	0,4	10,2
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	495.849	481.442	-2,9	4,1	6.851.557	6.360.521	-7,2	4,2
Yaş Meyve ve Sebze	167.817	181.705	8,3	1,6	2.399.760	2.244.117	-6,5	1,5
Meyve Sebze Mamulleri	108.379	110.854	2,3	0,9	1.413.651	1.342.620	-5,0	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	102.183	92.815	-9,2	0,8	1.451.717	1.384.425	-4,6	0,9
Fındık ve Mamulleri	138.260	209.631	51,6	1,8	1.896.729	2.750.021	45,0	1,8
Zeytin ve Zeytinyağı	19.273	17.915	-7,0	0,2	297.216	206.761	-30,4	0,1
Tütün	91.685	54.936	-40,1	0,5	911.712	1.006.782	10,4	0,7
Kesme Çiçek	3.832	2.451	-36,0	0,0	84.099	76.711	-8,8	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	158.085	110.629	-30,0	0,9	2.182.665	2.056.533	-5,8	1,4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	158.085	110.629	-30,0	0,9	2.182.665	2.056.533	-5,8	1,4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	384.158	355.561	-7,4	3,0	4.647.780	4.263.033	-8,3	2,8
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	384.158	355.561	-7,4	3,0	4.647.780	4.263.033	-8,3	2,8
II. SANAYİ	10.433.937	9.690.378	-7,1	82,8	123.068.108	115.925.513	-5,8	76,9
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.056.087	990.752	-6,2	8,5	13.003.198	12.295.328	-5,4	8,2
Tekstil ve Hammaddeleri	706.505	681.078	-3,6	5,8	8.747.441	8.362.499	-4,4	5,5
Deri ve Deri Mamulleri	149.417	116.002	-22,4	1,0	1.979.530	1.723.357	-12,9	1,1
Halı	200.165	193.672	-3,2	1,7	2.276.228	2.209.472	-2,9	1,5
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1.518.869	1.426.430	-6,1	12,2	17.799.695	16.862.312	-5,3	11,2
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.518.869	1.426.430	-6,1	12,2	17.799.695	16.862.312	-5,3	11,2
C. SANAYİ MAMULLERİ	7.858.981	7.273.197	-7,5	62,1	92.265.216	86.767.873	-6,0	57,5
Hazırlanmış ve Konfeksiyon	1.595.127	1.463.536	-8,2	12,5	18.367.312	17.478.025	-4,8	11,6
Taşıt Araçları ve Yan Sanayi	2.029.746	1.975.601	-2,7	16,9	22.462.030	21.063.952	-6,2	14,0
Gemi ve Yat	113.596	53.595	-52,8	0,5	1.165.690	1.152.361	-1,1	0,8
Elektrik - Elektronik	970.318	967.741	-0,3	8,3	12.247.126	11.191.795	-8,6	7,4
Makine ve Aksamları	500.272	471.011	-5,8	4,0	5.953.874	5.745.083	-3,5	3,8
Demir ve Demir Dışı Metaller	592.568	544.274	-8,1	4,7	7.093.721	6.582.228	-7,2	4,4
Demir Çelik Ürünleri	1.063.910	832.256	-21,8	7,1	13.405.363	11.545.526	-13,9	7,7
Çimento ve Toprak Ürünleri	278.038	238.882	-14,1	2,0	3.181.400	2.937.196	-7,7	1,9
Değerli Maden ve Mücevherat	147.654	233.620	58,2	2,0	2.332.274	3.378.337	44,9	2,2
Savunma Sanayii	180.262	159.978	-11,3	1,4	1.484.750	1.600.988	7,8	1,1
İklimlendirme Sanayii	376.016	322.512	-14,2	2,8	4.464.946	3.989.955	-10,6	2,6
Diğer Sanayi Ürünleri	11.475	10.192	-11,2	0,1	106.729	102.427	-4,0	0,1
III. MADENCİLİK	404.038	395.516	-2,1	3,4	4.904.366	4.258.362	-13,2	2,8
Madencilik Ürünleri					6.253.523	8.931.624	42,8	5,9
TOPLAM	12.507.495	11.703.832	-6,4	100,0	156.362.883	150.807.023	-3,6	100,0

YILLAR İTİBARI İLE TÜRKİYE İHRACATI 2003-2015 (1000\$)



İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİKLERİ BAZINDA İHRACAT RAKAMLARI (1000 \$)

	HAZİRAN				SON BİR YIL			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
AKİB	944.510	899.098	-4,8	7,7	12.613.255	12.269.541	-2,7	8,6
BAİB	148.275	138.288	-6,7	1,2	1.602.421	1.552.872	-3,1	1,1
DAİB	275.550	193.703	-29,7	1,7	3.173.265	2.577.787	-18,8	1,8
DENİB	186.060	172.740	-7,2	1,5	2.299.999	2.165.294	-5,9	1,5
DKİB	68.515	70.351	2,7	0,6	1.052.561	950.310	-9,7	0,7
EİB	1.083.907	887.807	-18,1	7,6	12.567.912	11.083.120	-11,8	7,8
GAİB	676.319	711.095	5,1	6,1	9.394.190	8.630.589	-8,1	6,1
İİB	553.305	482.651	-12,8	4,1	6.887.786	6.618.197	-3,9	4,7
İMMİB	3.446.805	3.364.030	-2,4	28,7	41.950.311	40.881.254	-2,5	28,8
İTKİB	1.744.774	1.605.097	-8,0	13,7	20.720.995	19.290.324	-6,9	13,6
KİB	99.456	137.552	38,3	1,2	1.485.226	1.766.881	19,0	1,2
OAİB	1.101.847	973.235	-11,7	8,3	12.678.950	11.854.718	-6,5	8,4
UİB	2.178.172	2.068.185	-5,0	17,7	23.682.488	22.234.512	-6,1	15,7
TOPLAM	12.507.495	11.703.832	-6,4	100,0	150.109.360	141.875.400	-5,5	100,0

İHRACATIMIZDA İLK 20 ÜLKE (1000 \$)

ÜLKELER	NİSAN
ALMANYA	1.125.188,72
İNGİLTERE	813.193,68
IRAK	674.257,96
İTALYA	590.056,85
ABD	536.352,44
FRANSA	563.293,57
İSPANYA	414.616,22
İRAN	332.188,82
RUSYA	328.490,43
SUUDİ ARABİSTAN	385.515,20
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	297.149,44
MİSİR	272.457,95
HOLLANDA	290.614,66
İSRİL	249.258,57
ROMANYA	252.997,99
BELÇİKA	205.624,53
ÇİN	270.364,76
POLONYA	172.854,29
AZERBAJCAN-NAHÇIVAN	146.194,24
TÜRKMENİSTAN	164.291,91
TOPLAM	8.084.962

AKİB İHRACATINDA HAZİRAN AYI, YAŞ MEYVE SEBZE VE MOBİLYA, AĞAÇ, ORMAN ÜRÜNLERİNDEKİ İHRACAT ARTIŞLARI İLE MORAL BULDU. DİĞER SEKTÖRLERDEKİ KAYIPLARIN MINİMİZE EDİLDİĞİ HAZİRAN AYI PERFORMANSINDAKİ OLUMLU SİNYALLER, YILIN İKİNCİ YARISI İÇİN UMUTLARIN TAZE KALMASINI SAĞLIYOR.

AKİB-HAZİRAN AYI SEKTÖREL İHRACAT RAKAMLARI (\$)

SEKTÖRLER	HAZİRAN 2015	DEĞ (%)	OCAK-HAZİRAN 2015	DEĞ (%)
I. TARIM	219.870.159	-5	1.505.940.652	-16
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	160.944.928	-4	1.121.108.110	-16
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	92.760.812	-8	549.269.065	-17
Yaş Meyve ve Sebze	48.051.785	20	431.826.538	-13
Meyve Sebze Mamulleri	9.428.199	-12	52.323.878	-25
Kuru Meyve ve Mamulleri	6.457.355	-23	44.980.036	-20
Fındık ve Mamulleri	1.839.623	-27	20.628.913	-9
Zeytin ve Zeytinyağı	1.030.800	-58	7.656.745	-60
Tütün	1.325.781	-13	13.741.017	73
Süs Bitkileri ve Mam.	50.573	106	681.920	-18
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	11.681.897	-45	123.043.956	-31
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	11.681.897	-45	123.043.956	-31
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	47.243.334	6	261.788.585	-2
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	47.243.334	6	261.788.585	-2
II. SANAYİ	663.259.230	-5	4.076.042.419	-7
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	78.551.290	-3	460.427.053	-8
Tekstil ve Hammaddeleri	74.494.483	0	439.692.752	-8
Deri ve Deri Mamulleri	1.069.230	-8	5.353.126	-17
Halı	2.987.578	-38	15.381.175	11
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMÜLLERİ	346.687.256	-5	2.075.979.869	-5
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	346.687.256	-5	2.075.979.869	-5
C. SANAYİ MAMÜLLERİ	238.020.685	-6	1.539.635.497	-10
Hazirgiyim ve Konfeksiyon	31.741.220	-1	191.059.787	-3
Otomotiv Endüstrisi	36.290.793	0	228.702.997	-13
Gemi ve Yat	6.523	-91	309.898	7
Elektrik-Elektronik,Mak.ve Bilişim	24.044.655	-12	126.281.957	-26
Makine ve Aksamları	18.491.179	3	86.275.941	-8
Demir ve Demir Dışı Metaller	33.462.144	-11	196.078.032	-24
Çelik	73.443.262	-4	567.616.916	-6
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	9.276.300	-10	67.761.389	49
Mücevher	16.675	1.373	25.589	-20
Savunma ve Havacılık Sanayii	618.721	-50	6.132.415	-25
İklimlendirme Sanayii	10.384.110	-13	68.086.203	-6
Diğer Sanayi Ürünleri	245.103	-27	1.304.373	-47
III. MADENCİLİK	15.968.250	6	78.984.159	-12
TOPLAM	899.097.639	-5	5.660.967.231	-10

AKİB MAYIS AYI İHRACATTA İLK 10 ÜLKE (\$)

HAZİR GİYİM	
UKRAYNA	5.784.184
ROMANYA	4.813.575
ALMANYA	3.615.116
İSPANYA	3.021.133
LİTVANYA	2.654.522
POLONYA	1.728.336
SLOVAKYA	1.296.430
FRANSA	936.295
ESTONYA	812.508
İNGİLTERE	727.984

YAŞ MEYVE SEBZE	
IRAK	12.161.544
RUSYA	11.516.505
ROMANYA	3.982.213
SUUDİ ARABİSTAN	3.137.576
SURİYE	2.952.644
ABD	1.968.949
HOLLANDA	1.627.311
UKRAYNA	1.539.354
BULGARİSTAN	1.473.735
KKTC	1.448.597

SU ÜR. HAYVANCILIK MAM.	
IRAK	13.124.108
SURİYE	2.305.013
LÜBNAN	2.066.981
LİBYA	2.040.264
ABD	1.413.600
ALMANYA	772.716
KKTC	646.912
TAYLAND	317.800
MERSİN SERBEST BÖLGE	280.287
FRANSA	200.925

DEMİR VE DEMİR DİŞİ METALLER	
MISIR	38.139.028
IRAK	37.134.057
SURİYE	8.806.981
ABD	6.232.319
SUUDİ ARABİSTAN	5.957.174
TÜRKMENİSTAN	5.565.758
İSVEÇ	5.323.380
ALMANYA	4.994.489
İSRAİL	4.673.586
CEZAYİR	4.431.398

TEKSTİL	
İTALYA	14.619.847
ABD	6.222.516
PORTEKİZ	5.931.675
İSPANYA	4.557.169
ALMANYA	3.410.469
RUSYA	3.150.808
BULGARİSTAN	2.650.255
MISIR	2.280.463
SUUDİ ARABİSTAN	2.224.516
YUNANİSTAN	2.147.782

HUBUBAT, BAKLIYAT	
IRAK	17.363.976
SURİYE	14.795.805
SUDAN	9.182.405
SUUDİ ARABİSTAN	3.146.528
HOLLANDA	2.469.043
ALMANYA	1.895.732
İSRAİL	1.778.405
LÜBNAN	1.751.011
LİBYA	1.715.843
JAPONYA	1.671.758

MOBİLYA, KAĞIT VE ORMAN	
IRAK	14.234.356
ALMANYA	4.293.246
SUUDİ ARABİSTAN	4.270.350
LİBYA	1.820.326
SURİYE	1.732.133
FRANSA	1.644.305
İNGİLTERE	1.536.311
İRAN	1.512.547
İTALYA	1.507.122
ÜRDÜN	1.442.516

KİMYEVİ MADDELER	
MISIR	68.174.496
MALTA	60.677.478
SUUDİ ARABİSTAN	45.308.387
BAE	38.983.356
İSPANYA	36.184.584
GÜNEY AFRİKA	22.879.157
KUVEYT	20.951.176
KKTC	17.318.194
SINGAPUR	10.731.026
CEBELİTARİK	9.497.400

**VAR ETTİNİZ,
VAR OLUN...**

Darüşşafaka varsa sayenizde var.
151 yıldır iyi ki varsınız.



Bu bayram Darüşşafaka'ya bağış yapın, annesi veya babası hayatta olmayan binlerce çocuğumuzun eğitimine katkıda bulunun.

www.darussafaka.org | 444 1863

Darüşşafaka
1863
CEMİYET

SABAY İLE DÜNYA AVUÇLARINDA

Türkiye'nin en köklü forwarder kuruluşlarının başında gelen SABAY, müşteri odaklı yönetim anlayışı ile kendini daima yeniliyor ve geliştiriyor. Bugün hava, deniz, kara ve proje taşımalarında 30 yılı aşkın tecrübesi ve dünyanın her ülkesine yayılmış acenta ağı sayesinde destinasyon ve mod farkı gözetmeksizin maksimum müşteri memnuniyetini hedefleyen SABAY, dünyayı sizler için küçültürken geniş ürün gamıyla en uygun fiyata en iyi hizmeti sunmanın haklı gururunu yaşıyor.



® **SABAYLOJİSTİK**

Sabay'ın değişmez ilkesi:
Müşteri için, müşteriye özel müşteri memnuniyeti!

® **SABAYLOJİSTİK**

Kore Şehitler Caddesi, No: 37/10 Zincirlikuyu 34394 İstanbul, Turkey T: (+90 212) 217 36 20 pbx F: (+90 212) 217 36 19
www.sabay.com.tr info@sabay.com.tr

İSKENDERUN: Tel: 0326 613 71 41 (pbx) E-mail: iskenderun@sabay.com.tr

MERSİN: Tel: 0324 231 55 07 E-mail: mersin@sabay.com.tr

İZMİR: Tel: 0232 464 02 57 E-mail: sabay.izmir@sabay.com.tr