



## TİCARETTE YENİ DÖNEM SANAL FUARLAR

Yıllık 350 milyar dolarlık iş hacmi yaratan küresel fuar endüstrisi pandemi nedeniyle sekteye uğrayınca sanal fuarlar devreye alındı. Ticarete yeni dönem sanal ticaret heyetleri ve fuarlar ile hareketlilik kazanıyor.

### *Sektörler Haziran Ayında İhracat Rekoru Kırdı*

Haziran ayında hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı %25, tekstil ve ham maddeleri %20, deri ve deri mamulleri %15,8 ve halı ihracatı %47,3 arttı.



YENİ



# StyleShoots ECLIPSE

Ayakkabı ve Küçük Ürünler için



360° Sinematik Videolar  
İnanılmaz Fotoğraflar  
Hepsi Bir Makinede



Styleshoots Eclipse'i Instagram'da  
keşfedin! @astajuki

## ASTAJUKI

Astaj Endüstri Tekstil Makinaları Sanayi ve Ticaret A.Ş.  
Koçman Cad. No: 57 34212 Güneşli/İstanbul Tel: (0212) 630 89 00 (pbx) Faks: (0212) 630 89 27  
Web: www.astajuki.com - E-mail: cadcam2@astajuki.com



İTKİB HEDEF

# İÇİNDEKİLER

## KONULAR

# 48

### **Güncel**

TEKSTİL VE HAZIR  
GİYİM MARKALARI YENİ  
STRATEJİLERİYLE  
NORMALLEŞME  
SÜRECİNE HAZIR

# 72

### **Sürdürülebilirlik**

TEKSTİLDE  
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN  
AÇILIMI ORGANİK TEKSTİL

# 86

### **Yaşam**

MODANIN SAĞLIKLA  
BULUŞTUĞU YENİ AKIM  
BEZ MASKE

# İÇİNDEKİLER

30



## BÖLÜMLER

06

### Kısa Haberler

*E-ticaret platformları moda tasarımcılarıyla iş birliklerini artırıyor*

30

### Kapak Konusu

*Sanal fuar ve sanal ticaret heyetleri ile ticarete yeni dönem*

38

### Dosya

*Kısa çalışma ödeneğinin süresi bir ay uzatıldı*

44



44

### Moda Tasarımcısı

#### BÜNYAMİN AYDIN

*Kültür ve konforla harmanlanan lüks sokak modası*

56

### Gündem

*Pandemi döneminde küresel ticaret, alınan önlemlerle sürdürülüyor*

66

### İhracat

*Mevcut sorunları ve çözüm önerileriyle e-ihracat*

78

### Analiz

*Halı sektörü ihracatta hızlı bir yükseliş bekliyor*

82

### Değişim

*Blockchain, tüketicinin istihbarat kaynağı olacak*

90

### Halının Tarihi

*Türk el halısının turizmdeki yeri*

96

### Bakış

*COVID-19'un ekonomik etkileri sektörleri sarstı*

## İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

### SAHİBİ

İTKİB adına Genel Sekreter V.  
Mustafa BEKTAŞ

### YAYIN KURULU BAŞKANI

Hikmet ÜNAL

### YAYIN KURULU BAŞKAN YARDIMCILARI

Sultan TEPE

Bekir Burak UYGUNER  
İbrahim GEYİKOĞLU

### YAYIN KURULU

#### HAZIR GIYİM

İlker KARATAŞ  
Mithat SAMSAMA

#### TEKSTİL

M. Fatih BİLİCİ  
Ali Sami AYDIN  
Orhan AYDIN  
Fatma UÇURUM

#### DERİ

İlhan KUŞELİ  
Serkan CEVAHİRCİOĞLU

#### HALI

Bülent METİN  
Haşim GÜRELİ

### YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.  
Dış Ticaret Kompleksi B Blok  
34530 Yenibosna - İSTANBUL

TEL: 0212 454 02 00

FAX: 0212 454 04 15

WEB: www.itkib.org.tr

e-mail: info@itkib.org.tr



viyamedya

YAYINA HAZIRLIK

### GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Selda YEŞİLTAS

### SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Murat ERDOĞAN

### BAŞ EDITÖR

Peri ERBUL

### GÖRSEL YÖNETMENLER

Ercan YAVUZ, Erkan ALTINDAĞ,  
Yılmaz MERMER

### EDİTÖRLER

Zeynep TÜTÜNCÜ GÜNGÖR  
Edip ÜÇÖK

### MU HABİR

Gizem İRİS

### FOTOĞRAF EDİTÖRÜ

Fatih YALÇIN

### REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ

İlknur ULUSOY, Angel ZAMAN,  
Nisa ÖZTÜRK

### İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI YUNUS

APT. NO: 45 KAT: 3

NİŞANTASI - SİSİLİ / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

### BASKI

ÖZGÜN OFSET

Seyrantepe, Aytekin Sok. No:21

Kağıthane/İstanbul

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

# GTX pro Bulk

**YÜKSEK ADETLERDE DÜŞÜK MALİYETLİ ESNEK BASKI ÜRETİMİ VE YÜKSEK BASKI HIZI KABİLİYETİ TEK MAKİNEDE KOMBİNE EDİLDİ**



**Yeni Devrimsel  
Boya Sistemi**



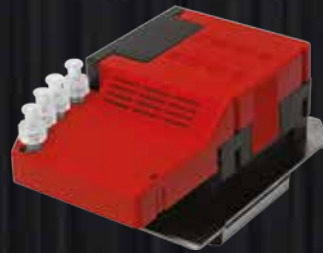
**Çok Daha Az Bakımla  
Yüksek Üretim Adetleri**



**Yeni Brother Baskı  
Kafası Teknolojisi**



**Kurulum ve Kullanıcı Eğitimleri Yetkili Brother  
Teknisyenleri Tarafından Sunulmaktadır**



# brother

**Ayrıntılı Bilgi: [www.gtxbrothertr.com](http://www.gtxbrothertr.com) - [www.gtxprobulk.com](http://www.gtxprobulk.com)**



**444 0 915**



Türkiye Distribütörü

M A K İ N A

**SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİMİN ÖNCÜSÜ**  
**KOMET METAL AKSESUAR SAN. VE TİC. A.Ş.**  
**COVID-19 SÜRECİNDE ALDIĞI**  
**ÖNLEMLERLE FARKLILIK YARATMAYA**  
**DEVAM EDİYOR...**



**KMT**  
1996

**KOMET METAL ACCESSORIES**  
[www.kometmetal.com.tr](http://www.kometmetal.com.tr)

Dünyayı etkileyen koronavirüs salgını sebebiyle hem çalışanlarımızın sağlığını korumak hem de sürdürülebilir üretimimizi sorunsuz bir şekilde devam ettirmek adına bu pandemi sürecinde Komet Metal Aksesuar San. Ve Tic. A.Ş. olarak gerekli önlemleri aldık.

Firmamızın almış olduğu önlemler şu şekildedir;

\* Firmamızda çalışmakta olan iş arkadaşlarımızın ve ziyaretçilerimizin fabrikaya girmeden önce güvenlik personeli tarafından ateş ölçer ile ateşi ölçülmektedir ve kendilerine daha önce Covid-19 a yakalanıp yakalanmadığı, çevresinde Covid-19'a yakalanan kişilerin olup olmadığı sorulmaktadır.

\* Fabrikamızın her noktasında pandemi sürecinde dezenfeksiyon işlemi yapılmaktadır.

\* Fabrikamızın birçok noktasında dezenfektanlar çalışanlarımızın ulaşabileceği noktalarda ve miktarlarda bulunmaktadır.

\* Covid-19'dan korunmaya yönelik Sağlık Bakanlığı'nın yayımladığı "14 Kural" adlı yazı, firmamız çalışanlarının görebileceği yerlerde asılı olarak bulunmaktadır. Çalışanlara bu konu ile ilgili eğitimler de verilmektedir.

\* Çalışanlarımızın sağlığı ve kişisel hijyeni için firmamızda gerekli kısımlarda doğru el yıkamanın nasıl olduğunu anlatan afişler asılı olarak bulunmaktadır.

\* Firma içinde çalışanlarımıza tek kullanımlık eldiven, tek kullanımlık maske, FFP3 Tipi, FFP2 Tipi maskeler ve yüz siperliği temin edilmektedir. Ayrıca çalışanlarımızın maske talebi olduğunda ücretsizce evlerine götürebilme imkanı sağlanmaktadır.

\* Kişisel Koruyucu Donanımların(maske, eldiven vb.) kullanım ömrü bittiğinde Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu genelge ( 07/04/2020 tarihli 84334 sayılı ) doğrultusunda uygun şekilde toplatılması ve bertarafı sağlanmaktadır.

\* Komet Metal Aksesuar San. Ve Tic. A.Ş. olarak Covid-19 virüsü ile ilgili olarak alınan önlemler "TL. 65 Covid-19 ÖNLEM UYGULAMA TALİMATI" oluşturularak çalışan personelimizin hem sağlığının korunması hem de bilinçlenmesi sağlanmaktadır.

Ayrıca bölümlerimizdeki personel sayılarımızı revize ederek sosyal mesafeyi koruyacak şekilde yeni bir düzenleme oluşturduk.

Alınan önlemler sayesinde Komet Metal Aksesuar San. Ve Tic. A.Ş. sürdürülebilir üretimde öncü olduğunu ispatladığı STeP by OEKO-TEX belgesinin sosyal uygunluk modülüne de bağlılığını gösterip, aynı zamanda üretime de devam ederek ülke ekonomisine katkı sağlayıp kalkınmaya destek vermektedir.

**OEKO-TEX®**  
INSPIRING CONFIDENCE

**STeP**



**19001236 HOHENSTEIN HTTI**

Sustainable Textile & Leather Production.  
www.oeko-tex.com/step



@kometmetal



kmt@kometmetal.com.tr

www.kometmetal.com.tr

## Pandemi mücadelesine giyilebilir çözüm önerisi

**BURSA'DA** meslek lisesi öğretmeni olan Yavuz Seckin; görme engelliler, yaşlılar ve çocuklar gibi toplumdaki dezavantajlı gruplara yönelik koronavirüse karşı uygulanan sosyal mesafe konusunda uyarı sağlayan bir cihaz geliştirdi. Sosyal mesafe ihlalini algılayarak ses, ışık ve titreşimle uyarda bulunan giyilebilir cihaz; giysi, ayakkabı ya da kemere takılabiliyor. Giysilerin ön ve arkasında olmak üzere iki ultrasonik sensörün kullanıldığı cihaz, 1,5 metrelik sosyal mesafe kuralı ihlal edildiğinde uyarı veriyor. Cihazın üzerinde şarj edilebilen bir batarya da bulunuyor.

## Hazır giyim ve tekstil ticareti, tüm dünyada düşüş eğiliminde



**DÜNYA** hazır giyim ve tekstil ticareti, bu yılın ilk çeyrek döneminde sert düşüşe geçti. Düşüş oranının genel ticaretteki düşüşten daha fazla olduğu belirtiliyor. UNCTAD - Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı güncel verilerine göre bu yılın ilk çeyrek döneminde genel mal ticareti geçen yılın aynı dönemine göre yaklaşık yüzde 5 oranında daralırken, aynı dönemde hazır giyim ve tekstil mal ticareti ise yaklaşık yüzde 12 daraldı.

Son gelen tahminlere göre ise yılın ikinci çeyrek döneminde ve yıl genelinde mal ticaretindeki düşüş daha da derinleşecek. Güncel tahminlere göre dünya genel mal ticareti yılın ikinci çeyrek döneminde yüzde 27 daralırken, yıl genelindeki düşüş ise yüzde 20 oranına erecek. UNCTAD Uluslararası Ticaret Direktörü'ne göre bu yılın ikinci yarısında olası bir toparlanmanın önünde ciddi belirsizlik ve olası COVID-19 ikinci dalga riskleri mevcut. Gerek genel mal ticareti gerekse hazır giyim ve tekstil küresel ticaretinin, 2020 yılı genelinde 2019 yılına göre epey geride kalacağı görülüyor.



## Berlin Moda Haftası Frankfurt'a taşınıyor

**ALMANYA'NIN** başkenti Berlin'de yılda iki kez düzenlenen Berlin Moda Haftası'nın Frankfurt'a taşınacağı duyuruldu. Fuar organizatörleri Messe Frankfurt ve Premium Group, Frankfurt Moda Haftası'nı başlatmak için güçlerini birleştirdi. 2021 yaz sezonundan itibaren Rhine-Main metropolü, ileriye dönük bir moda ve yaşam tarzı topluluğunun yeni ev sahibi olacak.

Frankfurt şehri ile Hessen Eyaleti'nin ev sahipliğinde gerçekleşecek olan Frankfurt Moda Haftası, fuar alanı ile sınırlı kalmayarak tüm şehre yayılacak. Beş platform, üç fuar, iki konferans, iki binden fazla tasarımcı, marka ve moda şirketi ile Frankfurt Moda Haftası'nın uluslararası moda sektörü için son derece çekici bir yer haline geleceğini belirten Messe Frankfurt Yönetim

Kurulu Üyesi Detlef Braun; Frankfurt Moda Haftası'nın tüm tedarik zincirinde yeni sinerjilerle sonuçlanacağını ifade etti.

**TÜRK İHRACATÇISININ PAZAR PAYI ARTACAK**  
Messe Frankfurt İstanbul Yönetici Ortağ Işın Sağlam ise Türk ihracatçısının, Frankfurt Moda Haftası'nın sinerjisi ve Messe Frankfurt fuarlarına katılımı ile birlikte artan bir pazar payı yakalayabileceğini dile getirdi.

Frankfurt Moda Haftası'nın yenilikçi, sürdürülebilir ürünleri ve iş modellerini daha geniş bir pazara erişilebilir hale getireceği, aynı zamanda gerçek-dijital gerçeğin bir parçası olarak moda ve teknolojinin geleceğe yönelik bağlantısını da destekleyeceği düşünülüyor.





# doğal olarak iyi hissettirir

Yaz aylarında sürdürülebilir ve doğal konforu yaşamak istiyorsanız, TENCEL™ elyaflar içeren kıyafetleri tercih edebilirsiniz.



botanik köken



cilde nazik dokunuş



daha fazla nefes alabilme



daha az bakteri oluşum riski



serin ve kuru his



sürdürülebilir üretim



#FeelsSoRight

[www.tencel.com/tr](http://www.tencel.com/tr)

f tencelturkey t tencelturkey t tencel\_turkey



## Maske kumaşlarının ithalatında vergi oranı sıfırlandı

**RESMÎ GAZETE'DE** yayımlanan Cumhurbaşkanlığı kararına göre, maske yapımında kullanılan kumaş türlerinin de içinde bulunduğu gümrük tarifeli cetveli değiştirildi. Karara göre pek çok ülkeden yapılacak maske yapımında kullanılan kumaşların ithalatında vergi oranı sıfır olacak.

Kararname ile meltblown ve spunbond gibi kumaş türleri ve bunların birlikte dokunduğu kumaşların vergi oranı AB üyesi ülkeler'den, EFTA üyesi olan İzlanda, Lihtenştayn, Norveç, İsviçre'den ithal edilmesi durumunda sıfır oldu. Ayrıca, İsrail, Kuzey Makedonya Cumhuriyeti, Bosna-Hersek, Fas, Filistin, Tunus, Mısır, Gürcistan, Arnavutluk, Sili, Sırbistan, Karadağ, Kosova, Morityus, Moldova, Faroe Adaları, Güney Kore, Malezya ve Singapur'dan yapılacak maske imalatında kullanılan kumaşlarda da gümrük vergisi sıfır olacak.



## Fas, Türkiye'den maske ithalatına yeni düzenleme getirdi

**FAS, TÜRKİYE'DEN** alacağı maskelere yönelik yeni bir düzenlemeyi hayata geçirdi. Düzenlemeye göre; Fas Sanayi, Ticaret, Yeşil ve Sayısal Ekonomi Bakanlığı, tıbbi olmayan dokunmamış kumaş koruma maskelerine yönelik bir kararnameyi yürürlüğe koydu.

Türkiye'den Fas'a gönderilecek olan maskelerin, kararnamede detaylı bir şekilde yer verilen teknik şartlara uyum sağlaması gerekiyor. Fas'a gönderilecek

maskelerin; burun, ağız ve çeneyi örtmesi gerekirken 100 mm H<sub>2</sub>O'dan daha büyük bir geçirgenliğe sahip olması da bekleniyor.

Ayrıca maskelerde bir dizgin seti ile donanımlı olması, kullanıcı için yeterli sızdırmazlık sağlaması, iki ile beş kilometre arasında değişen ara kat ağları ile hidrofobik olması özellikleri de aranıyor. Kararnameye göre Türkiye'den maske ihraç edecek firmaların, Fas Sanayi, Ticaret, Yeşil ve Sayısal Ekonomi Bakanlığı'ndan 'İthalat İzin Belgesi'ni alması da gerekiyor.



## SHOEDEX, EYLÜL AYINDA İKİNCİ KEZ DÜZENLENECEK

**TÜRKİYE'NİN İLK DİJİTAL** fuarı olarak 1-4 Haziran tarihleri arasında düzenlenen Shoedex2020, Eylül ayında ikinci kez yapılacak. Konuyla ilgili açıklama yapan Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Erkan Zandar, firmaların 2021 yaz koleksiyonlarını alıcılarla buluşturacağı fuarda sadece ayakkabı ve canta değil, deri konfeksiyonu ve işlenmiş deri de olacağını belirtti. Haziran ayında yapılan ilk fuarın

başarılı sonuçlarını da paylaştığı Zandar; fuarın ziyaretçi sayısının gün içinde 326'ya ulaştığını, platform üzerinden 223 adet karşılıklı video konferansı gerçekleştirdiğini ve 5 bin 800'e yakın karşılıklı etkileşim olduğunu dile getirdi. 59 ülkeden gelen ziyaretçilerin bulunduğu Shoedex2020'ye katılan firmalar ise sanal fuarda, fiziki fuarlara göre daha fazla etkileşim kurma imkânı bulduklarını ifade etti.



ÖRME KUMAŞ INDIGO BOYAMA  
**BİZİM İŞİMİZ**

**BEST  
INDIGO**

[www.bestindigo.com](http://www.bestindigo.com)

**Best Indigo Tekstil San. ve Tic.A.Ş.**

OSB Mah. Kazım Karabekir Cad.No:65 Kemalpaşa / İzmir

☎ 0 232 877 05 40 ☎ 0 507 766 51 22 ✉ [info@bestindigo.com](mailto:info@bestindigo.com)

## ABD'de hazır giyim perakende fiyatları düştü

**SON RESMİ** istatistik verilerine göre ABD'de hazır giyim perakende fiyatları Mayıs ayında ortalama yüzde 2,3 oranında geriledi. Bu gelişimde en çok salgının ve salgına karşı alınan tedbirlerin etkili olduğu düşünülürken bu nedenlere bağlı olarak talebin ve dolayısıyla fiyatların da düştüğü tahmin ediliyor.

Daha önce açıklanan resmi verilere göre ABD genelinde perakende hazır giyim fiyatları mart ayında ortalama yüzde 2, nisan ayında ise yüzde 4,7 oranında gerilemişti.



## Children's Place mağazaları kapanıyor

**ABD VE KANADA'DA** mağazaları bulunan, çocuk giyim ve aksesuar markası Children's Place mağazalarının önümüzdeki dönemde kapanacağı belirtiliyor.

Toplamda 920 mağazası bulunan marka, COVID-19 sonrası dönemde 61 mağazasını yeniden açtı. Salgının da etkisiyle dijital ve online satışların artmasıyla mağaza satışlarının azaldığı, bu kapsamda önümüzdeki 1,5 yıllık dönemde marka yönetiminin 300 mağazayı daimi olarak kapatmaya karar verdiği biliniyor. Marka yönetimi, 2022 yılına azalmış mağaza sayısı ve online satışların oranının artmış haliyle girmeyi hedefliyor.



## Inditex ve Guess zarar açıkladı

**DÜNYANIN EN BÜYÜK** hazır giyim perakende grubu olan Inditex'in amiral gemisi Zara, yılın ilk çeyreğinde 464 milyon dolar net zarar açıkladı. Marka geçen yılın aynı döneminde 832 milyon dolar kar açıklamıştı. Bu şekilde devam etmesi durumunda çoğu Zara markasına ait olmak üzere sayısı bin 200'e ulaşan Inditex mağazasının önümüzdeki dönemde kapanma tehlikesiyle karşı karşıya olduğu belirtiliyor.

Dünyanın önde gelen lüks giyim ve aksesuar markalarından Guess ise ilk çeyrek döneminde 157 milyon dolar zarar açıklarken, ikinci çeyrek verilerinin de daha iyi olmadığı söyleniyor. COVID-19 salgınının lüks pazarını ve markayı kötü etkilediğini açıklayan marka yönetimi,

lüks tüketime olan talebin son dönemde hızla düştüğünü belirtti. Markanın bu nedenle COVID-19 tedbirlerinin gevşetildiği dönemde mağazalarını yeniden açmak konusunda çok hızlı hareket etme eğiliminde olmadığı biliniyor.

ABD'de de COVID-19 salgınıyla birlikte sıkıntıya düşen ve kayyuma devredilen şirket ve marka sayısı artıyor. ABD'li kadın giyim zinciri J. Jill markasının yakın gelecekte Chapter 11 kapsamına girebileceği belirtiliyor. Markanın ABD genelinde birçok mağazasının kapandığı, satışların düştüğü ve kar oranlarının gerilediği de biliniyor. COVID-19 sonrası dönemde mağazaların açılmasıyla satışların artmasının beklendiği süreçte marka; ikinci dalga konusunda endişeli.

## FRANSIZ MASKE ÜRETİCİLERİ, TALEP DÜŞÜŞÜYLE KARŞI KARŞIYA

**FRANSIZ TEKSTİL** firmaları, talep azlığı nedeniyle 40 milyon maskenin ellerinde kaldığını açıkladı. COVID-19 salgınının başlarında Fransa'da yeterli sayıda maske bulunmadığı için eleştirilen Fransız hükümeti, tekstil şirketlerini maske üretimine teşvik etmişti. Ancak gümrüklerin açılmasıyla halkın daha ucuz olan Çin mali, tek kullanımlık maskeleri tercih etmesi, ülkede üretilen maskelere olan talebi düşürdü. Yaklaşık 400 Fransız tekstil firması,

Ticaret Bakanlığı'ndan 20 milyon bez maske satın almasını talep ediyor.

Firmalar, üretime başladıkları ilk zamanlarda haftalık 25 milyon adet maske satarken, Çin mali maskelerin piyasa girmesiyle satışların giderek düştüğünü belirtiyor. Bakanlık ise

konuyla ilgili yaptığı açıklamada, "Mayıs ayı ortasında talebin her zaman o kadar fazla olmayacağı konusunda üreticileri uyardık" diyerek firmaları Avrupa ülkelerindeki ihtiyacı karşılamak üzere maske ihracatı yapmaya çağırdı.



PMTD-5202S


**LINGCHUANG**

İnce ve Orta Kalınlıktaki  
ürünler için özel dizayn

# KATLAMA / POŞETLEME / PAKETLEME



Dakikada **8-10 paketleme**

Saatte **450-600 adet**

Günde **5000 adet**



\*Asya Pazarı Referans Firmalar



ÜRÜN ÖZELLİKLERİ				
Model	Minimum ürün genişliği	Maksimum ürün genişliği	Minimum ürün uzunluğu	Maksimum ürün uzunluğu
PMTD-5202S	350 mm	900 mm	400 mm	800 mm
	Minimum kalıp genişliği	Maksimum kalıp genişliği	Minimum kalıp uzunluğu	Maksimum kalıp uzunluğu
	230 mm	380 mm	200 mm	400 mm
	Minimum paket ölçüleri	Maksimum paket ölçüleri	Üretim adedi	Çalışma şekli
	L280*W200 mm	L500*W420 mm	600 adet/saat	İnce ve kalın ürünler
	Voltaj	Basınç	Güç	Makine ölçüleri
220V	0.6 MPa	1.2 kw	5850*1050*1500 mm	

## UYGULAMA ALANLARI

Tshirt  
Ceket  
Sweatshirt  
Pantolonlar

Polo Yaka Tshirt  
İnce ceketler  
İş kıyafeti

Kapüşonlu kıyafet  
Günlük Tshirt  
Termal iç çamaşırı

Tül ve ipek kıyafetler, çok aksesuarlı kıyafetler, kalın pardösülar gibi manuel katlaması zor ürünler için uygun değildir.

Hadımköy Mağaza : Tel: 0212 866 99 53-54  
Hadımköy (Teknik Servis) : Tel: 0212 866 95 00  
Bayrampaşa Şubesi : Tel: 0212 501 88 68  
İzmir Şubesi : Tel: 0232 431 08 90(6 hat)  
Bursa Şubesi : Tel: 0224 250 34 77



Gaziantep Şubesi : Tel: (0342) 325 80 00  
Denizli Şubesi : Tel: (0258) 251 06 98-99  
Ankara Mobil 1 : Tel: (0532) 315 83 52  
Ankara Mobil 2 : Tel: (0532) 445 57 04  
Ankara Mobil 3 : Tel: (0533) 741 69 25



Akçaburgaz Mah.3047.Sok. No:2 Esenyurt / İSTANBUL Tel: (0212) 866 91 00 Faks: (0212) 381 63 83 www.tetas.com.tr • www.e-tetas.com.tr

f Tetas İç ve Dış Ticaret A.Ş.

tetas.com.tr

YouTube Tetas AŞ

ITKIB HEDER 11



## TİM ile İş Bankası iş birliğinde ihracatçılara 500 milyon dolarlık destek

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Türkiye İş Bankası ile bir protokol imzaladı. Türkiye ekonomisinin itici gücü ihracatçıların önlerini açacak protokolle; Türk Lirası ve yabancı para olmak üzere toplam 500 milyon dolarlık bir nakdi kredi paketi sunuluyor.

**T**İM, TÜRKİYE İŞ BANKASI ile ihracatçılara çok avantajlı bir destek paketi sunmak üzere iş birliği protokolü imzaladı. İmza töreni, sosyal mesafe kuralları çerçevesinde TİM Genel Merkezi'nde TİM Başkanı İsmail Gülle ve Türkiye İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali'nin katılımı ile gerçekleştirildi. Protokol çerçevesinde ihracatçı firmalara, uygun koşullu kredi ve ürünlerin yer aldığı, Türk Lirası ve yabancı para olmak üzere toplam 500 milyon dolarlık bir nakdi kredi paketi sunuluyor. Paket kapsamında; daha fazla sayıda ihracatçıya ulaşabilmek amacıyla her firma özelinde azami 150 bin Dolar-Euro veya 1 milyon TL tutarında kredi kullanılıyor. TİM üyesi tüm ihracatçılara 1 yıl vadeli dolar kredilerde yıllık yüzde 2,40, Euro kredilerde yıllık yüzde 1,15 faiz oranıyla İhracat Döviz Kredisi sunuluyor. İhracat finansmanına destek paketinde; Fuarlara Katılım Kredisi, Maximiles TİM İhracatçı Kart, kadın girişimcilere özel faiz oranlı kredilerin yanı sıra

sigorta ve eğitim gibi ihracatçının ihtiyacına uygun hizmetlerde de indirimler yer alıyor.

### GÜÇLÜ FİNANSMAN SÜRDÜRÜLEBİLİR İHRACAT İÇİN ÖNEMLİ

İhracatçılara yönelik kredi hacminin artırılması ve ihracatçıların finansmana erişiminin kolaylaşmasıyla firmaların salgın sürecini en az hasarla atlatacaklarını belirten TİM Başkanı İsmail Gülle, "İş birliği kapsamında özellikle üç nokta çok mühim. Kredi faizlerinin düşük olması ihracatın finansmanında önemli bir nokta. Paket kapsamının 500 milyon dolar olması da bizler için çok önemli bir adım. Ayrıca, pozitif ayrımcılığın sağlanması adına kadın girişimci ihracatçıların kullanacakları kredilerde daha avantajlı koşullar da oluşturuldu. Kadın girişimci ihracatçılar, kullanacakları kredilerde aynı azami limitlerle dolar cinsinden krediler için yüzde

2,25, Euro cinsinden kredileri için ise yüzde 1 gibi daha avantajlı faiz oranlarına tâbi olacaklar. Ayrıca, kadın ve genç girişimcilerimiz için 100 bin TL'ye, 500 bin Euro-dolara kadar Eximbank kaynaklı ihracat kredisi sunulacak ve yabancı para cinsinden kredilerde 25 baz puan indirim uygulanacak. İhracatçıların yararlanacağı bir diğer avantaj ise fuar katılım kredilerinde olacak. Paket ile sanal ve fiziki fuarlarda, 100 bin dolar-Euro'ya kadar 1 yıl vadeli ihracat taahhütlü spot döviz kredisinde faiz oranları dolar cinsinden krediler için yüzde 2,25, Euro cinsinden krediler için yüzde 1 olacak. E-teminat mektubunda ilk 1 yıl için yüzde 0,9 gibi oldukça düşük bir komisyon tahsil edilecek. Protokol kapsamında, kredi kullanan firmalara emtia taşıma sigortasında yüzde 10 indirim, muhabir garantili ihracat faktoring'inde avantajlı faiz oranları ve WORLDEF prime üyeliğinde yüzde 50 indirim gibi birçok başka avantaj da yer alıyor. Dış Ticaret Kompleksimizde yapılan kütüphaneye yönelik kitap bağışı da Türkiye İş Bankası'nın önemli bir jesti olarak, paketin kapsamında yer alıyor. Güçlü ve zamanında sağlanan finansman, sürdürülebilir ihracat için büyük önem taşıyor" şeklinde konuştu.

Şoklara dayanıklı ve seri reflekslere sahip ihracatçıların, böylesi kriz dönemlerinde attıkları yerinde adımlarla yaşanan her şoktan güçlenerek çıkmayı başardığını ifade eden Gülle; "İhracatta kırılan yeni rekorlar, Bankacılık sektöründe ise artan kredi hacimleri ve sağlıklı bilançolar, tüm bu zorlu koşullara rağmen her iki alanda Türkiye'nin gücünü kanıtlıyor. Öyle ki, haziran ayının ilk 23 gününde ihracatımız 9,1 milyar dolara ulaşarak geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 34,3 gibi kayda değer bir artış gerçekleştirdi" dedi.

#### İHRACATA DESTEK VERMEYE DEVAM EDECEĞİZ

Uluslararası pazarlarda güçlü bir Türkiye yaratmak hedefiyle TİM ile iş birliği yaparak ihracatçılara güçlü bir destek verdiklerini ifade eden Türkiye İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali; "Ülke ekonomisinin büyümesinde kritik bir rolü bulunan ihracat, içinden geçilen zor dönemden çıkışta da büyük önem taşıyor. Banka olarak bu alana özel bir konsantrasyon ile eğiliyoruz. TİM ile imzaladığımız protokolle ihracatın finansmanı için her ihtiyaca uygun vade ve ödeme seçenekleri sunuyoruz.

**İhracat finansmanına destek paketinde; Fuarlara Katılım Kredisi, Maximiles TİM İhracatçı Kart, kadın girişimcilere özel faiz oranlı kredilerin yanı sıra sigorta ve eğitim gibi ihracatçının ihtiyacına uygun hizmetlerde de indirimler yer alıyor.**



Protokol kapsamında, ihracatçılarımızı desteklemek için faiz oranlarımızı mümkün olan en düşük seviyede tuttuk" dedi.

Ülkelerin belli ölçüde içlerine kapandığı bu dönemde, Türkiye'nin güvenilir bir tedarikçi olmasının yanında mevcut endüstriyel altyapısı ve iş gücü kapasitesinin yeterli olduğunu; yeni pazarlar bulma ve üretim süreçlerini yönetme konusunda halihazırda esnek bir yapısı bulunduğunu da vurgulayan Bali, "Ülke olarak önümüzdeki dönemde birçok mal ve hizmetin tedariki için önemli bir aday olarak sahneye çıkabileceğimizi düşünüyoruz. İş Bankası olarak biz de Türkiye'nin ihracattaki konumunu güçlendirecek desteği vermeye devam edeceğiz" diye konuştu.

#### TİM İHRACATÇI KART, HAYAT KOLAYLAŞTIRACAK

Protokol kapsamında Maximiles TİM İhracatçı Kart ve Maximiles TİM İhracatçı Kart Premium, ihracatçıların kullanımına sunuluyor. TL/EUR/USD hesap özeti seçeneğini içeren kartlar ile ihracatçılar, yaptıkları alışverişlerden hem MaxiMil hem de MaxiPuan kazanacaklar. Ayrıca İş Bankası aracılığıyla gerçekleştirecekleri aylık ihracat hacmi üzerinden de ilave MaxiPuan kazanacaklar ve ihracatçılar bu puanları MaxiMil olarak da kullanabilecekler. Maximiles TİM İhracatçı Kart otel rezervasyonundan vize işlemlerine kadar ihracatçıların hayatlarını kolaylaştıracak birçok önemli ve fark yaratacak ayrıcalığı da içeriyor.

# Öğrenciler yeni eğitim döneminde de "Tercihim tekstil mühendisliği" diyecek

İTKİB Birliklerinin öncülüğünde geçen yıl başlatılan ve öğrencilerin sektöre olan ilgisini artırmayı başaran Tercihim Tekstil Mühendisliği projesi, bu yıl "Tekstil Mühendisliği Oku Geleceği Doku" mottosuyla devam ediyor. Bu yıl tekstil mühendisliği için 14 üniversitede, 438 kontenjan açıldı.



**İ**STANBUL Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) ile Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası ve Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) arasında imzalanan protokol ile 2019-2020 eğitim döneminde hayata geçirilen "Tekstil Mühendisliği Burs ve İstihdam Projesi", yeni eğitim döneminde de öğrencilerle buluşmaya devam edecek.

Eğitime yeni bir bakış açısı kazandırma amacıyla başlatılan proje ile 2019-2020 eğitim döneminde büyük bir başarıya imza atıldı. İTKİB'in ortaya koyduğu etkili tanıtım çalışmaları sonucunda öğrencilerin tekstil mühendisliğine karşı olan algıları değişirken, bölüme karşı ilgi büyük oranda arttı. Birlikler, geçtiğimiz yıl yakalanan bu başarının devamlılığını sağlamak adına 2020-2021 eğitim döneminde de gençlerle buluşarak sektörde nitelikli tekstil mühendislerinin sayısını artırmayı hedefliyor.



**PROJEYLE YAKALANAN BÜYÜK BAŞARI**  
Dünyada altıncı, Avrupa'da ise üçüncü büyük tedarikçi konumundaki tekstil ve hazır giyim sektörü, Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştiren ikinci sektöründe. Türkiye'ye dış ticarete en fazla döviz girdisi sağlayan hazır giyim ve tekstil sektörü, kalifiye eleman ihtiyacına bir çözüm olarak gençlerin

tekstil ve hazır giyim mühendisliğine karşı ilgilerinin artmasını sağlamak amacıyla, eğitim süreleri boyunca yararlanabilecekleri burs ve mezuniyet sonrası iş garantisi sunan bir projeye imza attı.

İmzalanan protokol sonucunda büyük ses getiren Tercihim Tekstil Mühendisliği Burs ve İstihdam Projesi ile 2018'de yüzde 42 olan tekstil mühendisliği bölümü doluluk oranı 2019'da yüzde 92'ye yükseldi. "Tekstil Mühendisliği Oku Geleceğini Doku" sloganıyla yola çıkan projede 2019 yılında, bölümün giriş puanları ortalama 100 puan artarken İstanbul Teknik Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi ve Uludağ Üniversitesi gibi



pek çok üniversitenin tekstil mühendisliği bölümleri kısa süre içerisinde yüzde 100 doluluğa ulaştı.

Akademi-sanayi iş birliği ile tüm sektörler için örnek olan projede, sektörde sağlanacak nitelikli istihdam artışı ile rekabet üstünlüğü sağlanması hedefleniyor. Türkiye'nin lokomotif sektörlerinden olan tekstil ve hazır giyim sektörü, nitelikli istihdam ile katma değerini artırmayı amaçlarken burs imkânı ile öğrencilere de katkı sağlıyor.

#### TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİNİ TERCİH EDEN ÖĞRENCİLERE BURS, STAJ VE İŞ İMKANI

Sektörün geleceği için oldukça önemli olan proje, tekstil mühendisliğini tercih eden öğrencilere hem öğrencilikleri sırasında hem de mezuniyetleri sonrasında büyük imkanlar sağlıyor. Tekstil ve deri mühendisliği bölümünü ilk 5 tercihinde seçen ve ilk 20 bine giren öğrencilere proje kapsamında asgari ücret tutarında burs verilirken, 20-50 bin arasında giren öğrencilere asgari ücretin yüzde 70'i, 50-80 bin arasında giren öğrencilere ise asgari ücretin yüzde 50'si karşılıksız burs olarak veriliyor. Burs desteğinin yanı sıra proje kapsamında tekstil mühendisliğini tercih eden öğrencilere, sektörün önde gelen şirketlerinde staj yapma imkânı da tanınıyor.

Proje, üniversite tercihi yapacak her öğrencinin kafasındaki "Mezun olduktan sonra iş bulabilecek miyim?" sorusuna da yanıt veriyor. Öğrencilere tekstil mühendisliği bölümünü tercih ettikleri takdirde burs ve stajın imkanının yanı sıra mezuniyet sonrası iş garantisi de veriliyor ve tekstil sektöründe faaliyet gösteren firmalarda en az beş yıl süre ile istihdam edilmelerine yardımcı olunuyor.

#### DERİ MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜNDE DE KONTENJANLAR %100 DOLULUĞA ULAŞTI

Türkiye'nin tek, dünyanın ise sayılı deri mühendisliği bölümlerinden biri olan Ege Üniversitesi Deri Mühendisliği Bölümü, öğrencilerin tercih etmemesi nedeniyle neredeyse kapanmak üzereyken, başlatılan

## TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜNÜN BULUNDUĞU ÜNİVERSİTELER

- Adıyaman Üniversitesi
- Çukurova Üniversitesi
- Dokuz Eylül Üniversitesi
- Ege Üniversitesi
- Erciyes Üniversitesi
- Gaziantep Üniversitesi
- İstanbul Teknik Üniversitesi
- Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
- Marmara Üniversitesi
- Namık Kemal Üniversitesi
- Pamukkale Üniversitesi
- Süleyman Demirel Üniversitesi
- Uludağ Üniversitesi
- Uşak Üniversitesi

## BURSTAN YARARLANABİLMEK İÇİN GEREKLİ BAŞARI KRİTERLERİ

### TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ

- ▶ Öğrencinin üniversiteye girişte başarı sıralamasının ilk 80.000 içerisinde olması
- ▶ İlk 5 tercihten birinin "Tekstil Mühendisliği" olması ve öğrencinin bu tercihlerden birine giriş yapması
- ▶ Her yıl 4 üzerinden 2,5 (100 üzerinden en az 65) genel not ortalamasına sahip olunması

### ÖĞRENCİLERE SAĞLANAN BURS

- ▶ İlk 20 bin öğrenciye asgari ücret
- ▶ 20-50 bin öğrenciye asgari ücretin %70'i
- ▶ 50-80 bin öğrenciye asgari ücretin %50'si

### DERİ MÜHENDİSLİĞİ

- ▶ Öğrencinin üniversiteye girişte başarı sıralamasında ilk 100.000 içinde olması
- ▶ İlk 5 tercihinden birinin Deri Mühendisliği olması

### ÖĞRENCİLERE SAĞLANAN BURS

- ▶ 0-20 bin aralığındaki öğrenciye asgari ücret
- ▶ 20-60 bin aralığındaki öğrenciye asgari ücretin %70'i
- ▶ 60-100 bin aralığındaki öğrenciye asgari ücretin %50'si



proje ile deri mühendisliği bölümü de daha tercih edilebilir hale getirildi. Yapılan tanıtımlar ve burs imkânı neticesinde 2019-YKS yerleştirme sonuçlarına göre 20-60 bin sıralamasında beş; 60-100 bin sıralamasında ise dokuz öğrenci deri mühendisliği bölümüne yerleştirildi. Toplamda 14 öğrenci, sağlanan burs imkanından faydalanmaya hak kazandı. Deri mühendisliği bölümünde de kontenjan, ilk tercihlerde neredeyse yüzde 100 doluluğa ulaştı. Uzun yıllardan sonra ilk defa yüzde 100 doluluğa ulaşan Ege Üniversitesi Deri Mühendisliği Bölümü'nün tavan puanı 438'e; başarı sıralaması ise 37 binlere yükseldi.

Öğrencilerin eğitim burslarından, eğitim süreleri boyunca yararlanabilmeleri için her yıl, 4 gzerinden en az 2,5 (100 üzerinden en az 65) genel not ortalaması ile eğitimlerini sürdürmeleri gerekiyor. Artan ilginin sürekli ve kalıcı hale gelmesi, ilerleyen dönemlerde sektörün de gelişmesine olumlu yönde katkı sağlaması hedefleniyor.

### "TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ OKU GELECEĞİNİ DOKU"

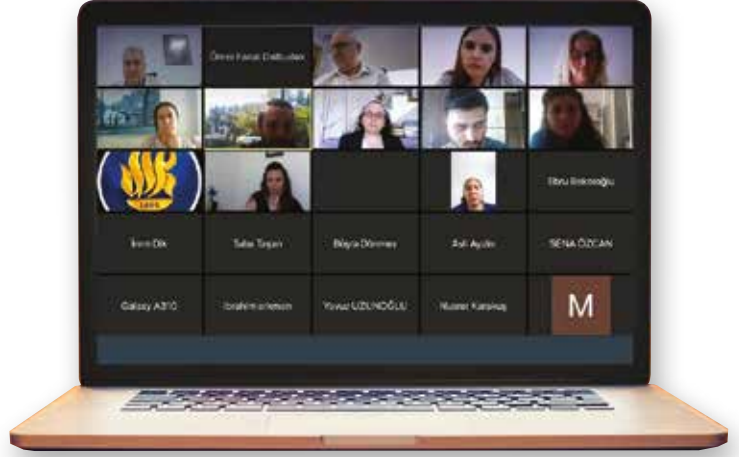
Geçen yıl 100 öğrenciye burs desteğinin sağlandığı projenin yakaladığı bu başarının yeni dönemde artması bekleniyor. 2020 eğitim dönemi için 14 üniversitede bulunan tekstil mühendisliği bölümlerinde, toplam 438 kontenjan ayrılmış durumda. Bu yıl da tanıtım çalışmalarına ağırlık verilen Tekstil Mühendisliği Burs ve İstihdam Projesi için sosyal medya üzerinden daha fazla öğrenciye ulaşmak adına çalışmalar sürüyor. Rehber öğretmenlerle online buluşmalar yapılarak öğrenciler bilgilendirilirken, projeye dair sorular cevaplanıyor. "Tekstil Mühendisliği Oku Geleceği Doku" mottosuyla yola çıkan projenin tanıtım çalışmaları kapsamında, önümüzdeki süreçte Milli Eğitim Bakanlığı ile iş birliği içinde, liselerde de özel faaliyetler olacak. Tercihim Tekstil Mühendisliği Projesi ile ilgili güncel gelişmelere ve tüm detaylara web sitesinden (<http://www.tercihimtekstil.com/>) ulaşılabilir.

### PROJE KAPSAMINDA REHBER ÖĞRETMENLERLE BULUŞULDU

Tekstil Mühendisliği Burs ve İstihdam Projesi kapsamında İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Müge Hepyüksel Keçik ve İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Fatma Uçurum, 9 Haziran tarihinde düzenlenen webinar'da İstanbul'daki liselerde bulunan rehber öğretmenlerle buluştu. Prof. Dr. Uğur Batı moderatörlüğünde gerçekleşen canlı yayına rehber öğretmenler yoğun katılım gösterdi.

## TEKSTİL MÜHENDİSİ NE İŞ YAPAR?

Tekstil mühendisleri, tekstil ve hazır giyim sektörlerinin tüm üretim aşamalarında çalışabilir, iplikten kumaşa, boyadan apreya kadar tüm imalat süreci içerisinde yer alabilirler. Aynı zamanda işletmelerin üretim, planlama, satış ve pazarlama bölümlerinde de faaliyet gösterebilirler. Tekstil mühendisliği interdisipliner bir bölüm olduğu için kimya mühendisliği, endüstri mühendisliği ve makine mühendisliği bölümleriyle entegre bir şekilde çalışır.



Konuşmasında projenin başarılarından bahseden Müge Hepyüksel Keçik, sektörün tekstil mühendislerine ihtiyacı olmasına ve iş bulma imkanının yüksekliğine rağmen bölümle ilgili algıda bir düşüş olduğunu, proje ile bu algının değiştirildiğini ifade etti. Projenin bu yıl da sürdürdüğünü belirten Hepyüksel Keçik; rehber öğretmenlerden mühendislik alanında eğitim almayı hedefleyen öğrencilere mesajlarının iletilmesi konusunda aracı olmalarını istedi. Hepyüksel Keçik, Türkiye'nin ihracat yapan üçüncü büyük sektörü olan tekstil ve hazır giyim sektörünün ülke ekonomisine olan katkılarının yeni beyinlerle, donanımlı ve yetenekli potansiyel mühendislerle sürdürülebileceğini söyledi.

İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Fatma Uçurum ise, 2019 yılında başlayan proje faaliyetlerinden bahsederek, burs projesi kapsamında, 13 tekstil mühendisliği bölümünden 9'unun kontenjanlarını doldurduğunu belirtti. Gerçekleştirilen proje kapsamında amacın sadece burs vermek olmadığını dile getiren Uçurum, uygulamalı eğitim ve staj programlarına ilişkin rehber öğretmenlere bilgi verdi.

Rehber öğretmenlerden gelen soruları yanıtlayan Müge Hepyüksel Keçik ve Fatma Uçurum, bu yıl da öğrencilerin tekstil mühendisliğini tercih etmesi ve kontenjanların dolması için çalışmaların tüm hızıyla devam ettiğini belirtti.

### MUSTAFA GÜLTEPE, MARMARA ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ İLE BULUŞTU

Pandemi dönemi, Tercihim Tekstil Mühendisliği Projesi'nin tanıtım çalışmalarına engel olamadı. Proje çerçevesinde Marmara Üniversitesi Tekstil Mühendisliği bölümü öğrencileri ile İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe online toplantıda buluştu. 5 Haziran tarihinde İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe tarafından gerçekleştirilen sunuma Marmara Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölümü'nden 82 öğrenci ve akademisyen katıldı.

Mustafa Gültepe'nin Tercihim Tekstil Mühendisliği Projesi hakkında bilgi verdiği online toplantıda; sektördeki yeni normale uyum sürecinde yapılan çalışmalardan, sektörün nitelikli personel ihtiyacı ile istihdam imkanlarından bahsedildi ve öğrencilere, çalışma hayatı ile gelecek beklentilerine yönelik bilgilendirmeler yapıldı.

# MPRENSES®

## TEXTILE

GELİNLİK • ABİYE & FANTAZİ KUMAŞ

### PRENSES EXCLUSIVE İstanbul

Sururi Mah. Hacı Küçük Cami Sok.  
Dilberler İş Hanı No:13 Kat:3  
Sultanhamam - İSTANBUL  
☎ +90 212 519 55 96

### SULTANHAMAM 1

Sururi Mah. Hacı Küçük Cami Sok.  
Dilberler İş Hanı No:13-B  
Sultanhamam - İSTANBUL  
☎ +90 212 519 55 96

### SULTANHAMAM 2

Sururi Mah. Hacı Küçük Cami Sok.  
Dilberler İş Hanı No:13  
Sultanhamam - İSTANBUL  
☎ +90 212 519 55 97

### MAHMUTPAŞA

Mahmutpaşa Cad. No:147  
Sultanhamam - İSTANBUL  
☎ +90 212 511 11 36

### NİŞANTAŞI

Halaskargazi Mah.  
Matbaacı Osmanbey Sok. No:44  
Nişantaşı / Osmanbey / İstanbul  
☎ +90 212 247 07 17

### İZMİR

Mimar Kemalettin Cad. No:128/A  
Çankaya - Konak - İzmir  
☎ +90 232 445 19 83



/presestextile

www.mprenses.com



## 28. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın finalistleri belirlendi

**İ**STANBUL HAZIR GİYİM ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından düzenlenen Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın yarı finali, 10 Haziran tarihinde Dış Ticaret Merkezi'nde gerçekleşti. Bu sene 28'incisi düzenlenecek olan yarışma, moda dünyasına yeni tasarımcılar kazandırmak amacıyla her yıl sektörün en önemli kurumlarını bir araya getirerek genç tasarımcılara parlak bir geleceğin kapılarını açıyor. Sektöre Arzu Kaprol, Bahar Korcan, Zeynep Tosun ve Özgür Masur gibi isimleri kazandıran Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması; pandemi döneminde yaratıcılığı artan genç kuşak nedeniyle geçen yıldan yüzde 30 daha fazla başvuru aldı.

Adayların koleksiyon ve çizimleriyle dijital olarak başvurduğu yarışmanın ön elemeleri COVID-19 salgını önlemleri kapsamında 13-25 Mayıs tarihlerinde online olarak gerçekleştirildi. Kasım 2019 tarihinde başvuruların açıldığı yarışma; üniversitelerin moda tasarım bölümlerinde, özel sertifikalı programlarında ya da meslek yüksek okullarında okumakta olan veya mezun olmuş adaylardan yoğun ilgi gördü. Başvuru yapan 200 kişi içinden yarı finale kalmaya hak kazanan 31 yarışmacı, jüri ile yüz yüze mülakata girerek tasarımlarını sunma fırsatı buldu. Yarışmacılar, verilen 10 dakikalık sürede tasarımlarının hikayelerini anlatarak final yolunda bir adım daha ilerleyebilmek için çetin bir mücadele verdi.

**2020'İN TEMASI: "KENDİNİ BUL, HİKAYENİ ANLAT, SENİ KEŞFET"**

31 yarışmacının finale çıkacak 10 finalistten biri olmak için ter döktüğü yarı final, sektörün önde gelen isimlerinden oluşan 12 kişilik bir jüri ekibiyle gerçekleşti. Jüri üyelerinden Bora Aksu'nun İngiltere'den canlı olarak bağlandığı yarı finalde İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cem Altan, Doç. Dr. Nuriye İşgören, Dr. Öğr. Üyesi İrem Arkan Ekşi, Özlem Kaya, Zeynep Tosun, Şansım Adalı, Gözde Bursalıgil, Yeşim Bağrıışen, Özgür Masur, Giray Sepin ve Raf Stesmans yarışmacıların tasarımlarını detaylıca inceledi. Salgın nedeniyle Türkiye'ye gelemeyen bir yarışmacının İtalya'dan canlı bağlantı ile sunum yaptığı yarı final, sosyal mesafe ve maske kurallarına uygun bir şekilde gerçekleştirildi.

"Kendini Bul, Hikayeni Anlat, Seni Keşfet" temalı yarışmanın yarı finalinde jüri, yarışmacıların tasarımlarını yaratıcılık, malzeme kullanımı, sunum, teknik çizim ve giyilebilirlik (ticari sunum) üzerinden değerlendirerek puanladı. Verilen puanlar sonucunda final gecesindeki defilede koleksiyonlarını sergilemeye hak kazanan 10 finalist belirlendi. Finale kalan yarışmacılar; Bora Aksu ve Şansım Adalı'dan koleksiyon hazırlama, styling, fitting, casting gibi konularda danışmanlık alma şansı yakalıyor. 28'inci Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın finali Sağlık Bakanlığı'nın önlemleri göz önüne alınarak, sınırlı sayıda katılım ile 25 Kasım tarihinde gerçekleştirilecek.

Bu yıl 28'incisi düzenlenecek olan Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın yarı finali gerçekleştirildi. Ön elemeleri geçerek yarı finale kalmaya hak kazanan 31 yarışmacı, sektörün önde gelen isimlerinden oluşan jüri üyelerine tasarımlarını sundu. Yarışmanın finali 25 Kasım tarihinde yapılacak.



### KOZA 2020'NİN FİNALİSTLERİ

Berfin Özgür  
Ercan Tenekecioglu  
Gülsah Aypak  
Lidya Zengineli  
Mirey Demirci  
Nadin Altıparmak  
Nazlıcan Türker  
Öykü Ece Uza  
Senem Kula  
Seyma Hamamcı



**M.CEM ALTAN**  
İTKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

### "ÇITA HER SENE YÜKSELİYOR"

"YARI FİNAL sunumları kapsamında jürimizle birlikte çok güzel bir gün geçirdik. Yarışmacılarımız da tasarımlarını çok güzel bir şekilde anlattılar. Bu yıl bizim için geçen senelere nazaran daha da zor bir eleme oldu. Çünkü seneler geçtikçe yarışmacılar çitayı daha da yükseltiyor ve finalistleri seçmek bizim için her sene biraz daha zorlaşıyor. Açıkçası bu sene de oldukça zorlandığımızı söyleyebilirim. Bugün burada ilk 10 finalist belirlenecek ama yarışmada önemli olan ilk 10 içine girebilmek değil, çünkü adaylar, her sene düzenlediğimiz bu yarışmaya sonraki senelerde tekrardan katılabilir. Yarışma sürecinde jürimiz, çok değerli fikirlerini ve değerlendirmelerini yarışmacılarla paylaşarak vizyonlarının gelişmesine ve tecrübe kazanmalarına yardımcı oluyor. Pandemi dolayısıyla daha küçük bir jüri kitlesiyle gerçekleştirdiğimiz yarı finalimizde dijitalleşmenin de önemini gördük. Türkiye'ye gelemeyen bir yarışmacımızı canlı bağlantıyla İtalya'dan değerlendirdik ve yine jüri üyemiz Bora Aksu İngiltere'den bağlanarak değerlendirmelerini sundu. Bizim de Koza'nın finalini dijital ortamda yapmak gibi bir düşüncemiz var. Daha geniş bir kitleye ulaşabilmek adına yarışmanın dijital çekimlerini yapıp yayınlamayı planlıyoruz."



### YARIŞMA KAPSAMINDA VERİLECEK ÖDÜLLER

**Birinciye:** 50.000 TL

**İkinciye:** 25.000 TL

**Üçüncüye:** 15.000 TL

Para ödüllerinin yanında dereceye giren finalistlere bir yıl yurt dışı eğitim hakkı ve bir yıl yabancı dil eğitim hakkı tanınıyor.

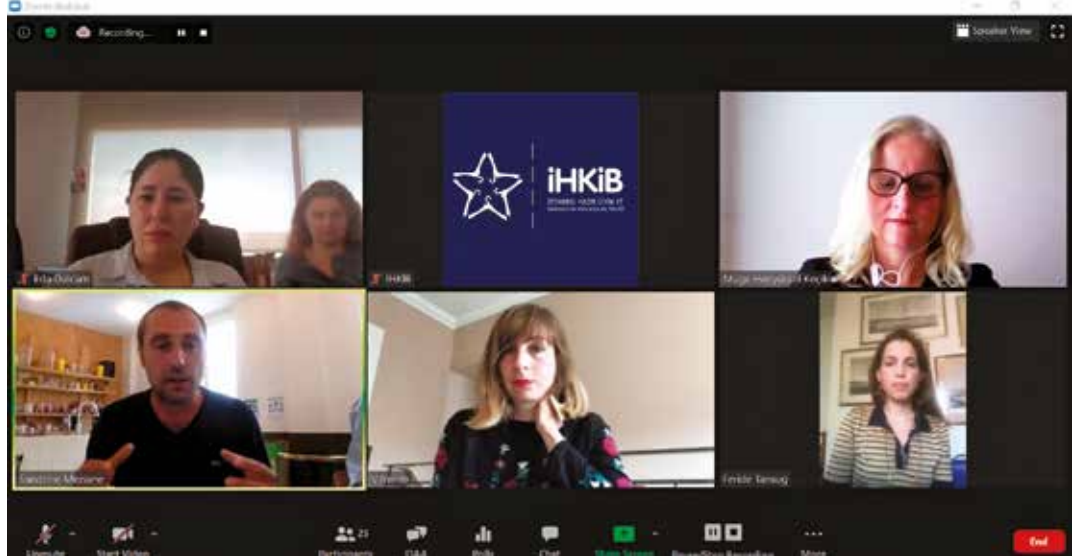
İlk 10'a giren tasarımcılar, Koza Gala Gecesi'nde defile yapmaya ve koleksiyon üretimleri için 10 bin TL malzeme desteği almaya hak kazanırken atölye üretim desteği ve danışmanlık desteği almaya da hak kazanıyor.

Uluslararası fuar ziyareti ve Moda Tasarımcıları Derneği'ne 1 yıllık üyelik hakkı kazanan tasarımcılardan, İMA'daki eğitimini tamamlayan 10 tasarımcının koleksiyonu Mercedes-Benz Fashion Week İstanbul kapsamında "New Gen" defilesiyle tanıtılacak.

# İHKİB Who's Next fuarı ile ilgili bilgilendirme semineri gerçekleştirdi

İHKİB, 4-7 Eylül tarihleri arasında yapılması planlanan Paris Who's Next fuarı ve pandemi sonrası Fransa pazarı hakkında bir bilgilendirme semineri düzenledi. 11 Haziran'da online olarak düzenlenen seminer; W.S.N. Developpement firmasının katılımıyla gerçekleştirildi. 35 firmanın takip ettiği seminerde İHKİB Yönetim Kurulu üyelerinden Müge Hepyüksel Keçik, Who's Next Fuar Sorumlusu Fide Karakoyunlu, W.S.N. Developpement CEO'su Frederic Maus, International Departman Direktörü Sandrine Meazine, Hall Sorumlusu Sylvia Pourrat ve Fuar İdaresi Türkiye Temsilcisi Feride Tansuğ da yer aldı.

Seminer sırasında Fransa hazır giyim pazarının pandemiden nasıl etkilendiği, önümüzdeki dönemlerde hazır giyim sektörünün alacağı önlemler ve sektörün toparlanma planları konusunda bilgilendirme yapıldı. Who's Next fuarına ilişkin öngörülerin paylaşıldığı seminerde, katılımcıların fuar esnasında alınacak önlemlerle ilgili soruları da cevaplandırıldı. Katılımcı ve ziyaretçilerin yüzde 75'inin eylül ayındaki fuara katılım göstereceğine



ilişkin görüşmelerin olduğu ve pandemi dönemine özel olarak yüzde 15 oranında bir indirim uygulanacağı da seminerin gündeminde yer aldı. Yetkililer; amaçlarının uzun süre moda sektöründe bulunmak isteyen ve fuara sadık katılımcı firmalar edinmek olduğunu ifade ederek; katılımcı firmalar için İHKİB ile iş birliği içerisinde online fuar eğitimi vereceklerini de belirtti. Eğitimlerin içeriğinde ise fuar alanında sergilenmesi gereken koleksiyonlar, parça sayıları, koleksiyon bütünlüğü ve fiyat politikaları gibi konular yer alacak.

## İHKİB, sanal ticaret heyeti düzenledi



İSTANBUL HAZIR GİYİM ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), 2-5 Haziran 2020 tarihleri arasında Ozon Sanal Ticaret Heyeti'ni düzenledi. Bu kapsamda kendi markası ile Rusya'da satış yapan veya satış yapmayı hedefleyen, markası Rusya pazarında bilinir olan fakat satış potansiyelinin daha yüksek olmasını isteyen ve internet üzerinden ticarete başlamak isteyen firmalar, Ozon firması ile bir araya geldi.

1998 yılında Rusya'nın ilk online satış sitesi olarak kurulan Ozon; 3,5 milyondan fazla ürün ve 24 farklı kategoride yaptığı satışlarıyla yıllık 1 milyar dolar üzerinde ciroya sahip. Sanal ticaret heyeti görüşmeleri kapsamında Ozon firması, kadın/erkek hazır giyim, kadın iç giyim, triko, dış giyim ve ev giyim ürünleri bulunan 16 firmayla buluştu. Forbes tarafından yayınlanan dünyanın en büyük 100 internet sitesi sıralamasında dördüncü sırada bulunan www.ozon.ru ile B2B görüşmeler gerçekleştiren firmalar sanal ticaret heyetinden memnun kaldıklarını ifade etti.

# İHKİB UR-GE projelerinde yeni bir dönem: Online/çevrim içi eğitimler

**İHKİB AB PROJELER** Şubesi Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi (UR-GE) projeleri kapsamında yeni bir dönemin kapılarını araladı. Tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını döneminde yeni normale uyum sağlayarak faaliyetlerine online/çevrim içi olarak kesintisiz devam eden çorap üretici ve ihracatçılarına yönelik projeler kapsamında ilk online/çevrim içi eğitim “Sosyal Uygunluk Yönetimi” konusunda gerçekleştirildi. Eğitimler, 8-11 ve 15-18 Haziran 2020 tarihlerinde Çorap İhracatçıları ve Çorap İmalatçıları UR-GE proje üyelerinin katılımı ile gerçekleştirildi.

Intertek Test Hizmetleri A.Ş. eğitmenleri tarafından verilen eğitimlerde katılımcı memnuniyeti oldukça yüksekti. Online/çevrim içi eğitim, teorik bilgilendirme, interaktif sunumlar, vaka analizleri ve grup çalışmalarından oluştu. Gerçekleştirilen eğitim ile katılımcı küme firmalarında farkındalığın ve bilgi seviyesinin artırılması için firmaların sosyal uygunluk konusunda takip ve yönetimini sağlayan ilgili personelleri eğitildi.

Eğitim, sosyal uygunluk kavramı ve tarihçesinden başlayarak firmaların uygulamaları zorunlu sosyal uygunluk politika ve prosedürlerinin aktarılması ile



sosyal uygunluk yönetim sistemleri, denetim teknikleri ve süreçleri konularında kapsamlı bir anlatım ile gerçekleşti. Katılımcılar eğitimde edindikleri bilgiler ile bundan sonraki süreçte çalıştıkları firmaları, eğitimde öğrenilen teknikler ile denetleyerek ortaya çıkan eksikleri takip edip gerekli iyileştirmeleri yapabilme yetkinliği elde ettiler.

Katılımcılar online eğitimlerin verimli geçtiğini ve sağlık endişesi duymaksızın kendi güvenli alanlarında eğitime katılabildikleri için ayrıca memnun olduklarını belirttiler.

## İHKİB Kariyer Akademi Uzaktan Eğitim Sistemi ile sektör çalışanlarına fayda sağlıyor

**İHKİB, pandemi dönemiyle duraksayan hayatın ileriki yaşam koşullarına daha fazla etki etmemesi için dijital platform çalışmalarına hız kazandı. İHKİB Kariyer Akademi, Uzaktan Eğitim Sistemi (LMS) altyapısının kurarak, bu dönemde evde kalmak zorunda olan sektör çalışanlarına büyük fayda sağladı.**

**İHKİB KARIYER** Akademi'nin Uzaktan Eğitim Sistemi üzerinden yürütülen eğitimler, 22 Nisan tarihinde başladı. Eğitim konu başlıkları ise İHKİB Kariyer Akademi ve İstanbul Moda Akademisi (İMA) iş birliğinde oluşturuldu. Sektörel ve kişisel gelişim başlıklarını içeren online eğitimler ücretsiz şekilde düzenlenmeye devam ediyor.

Online olarak gerçekleştirilen eğitim programlarına katılan binlerce kişi, pandemi döneminde kendilerini geliştirme fırsatı buldu. Eğitim programları kapsamında kişisel ve kurumsal eğitimler, üyelere ücretsiz olarak sunuldu. Üç aylık zaman diliminde uzaktan canlı eğitim, uzaktan panel ve bilgilendirme seminerleri şeklinde düzenlenen programlar hem sektör içi hem de sektör dışından büyük bir taleple karşılaştı. Nisan ayından bugüne kadar 26 canlı eğitimin yapıldığı programlara 5 bin 500'ün üzerinde kişi katılım sağladı ve bu

dönemde İHKİB Kariyer Akademi sitesine 9 bin 583 kişi kaydoldu. Canlı eğitimler 30 Temmuz tarihine kadar devam edecek.

Bu süreçte İHKİB protokol okullarında öğrenci ve sektör buluşmaları gerçekleştirilmeye de devam etti. Böylece öğrenciler, sektörle ilgili güncel bilgilere tecrübeli isimlerden ulaşabildi. Güncel konulara yönelik gerçekleştirilen canlı seminerler çok ciddi ilgi gördü. İstanbul Fashion Week ile eş zamanlı düzenlenen Moda Trend Seminerleri, dijital platforma taşındı. 30 Nisan tarihinde 457 kişinin katılım sağladığı canlı seminerde COVID-19 sonrası yaşam ve moda trendleri hakkında önemli bilgiler verildi. Seminer, Trendpie Kurucusu Ahu Barut'un sunumuyla ücretsiz olarak gerçekleştirildi. Tercihim Tekstil Mühendisliği projesi kapsamında gerçekleşen webinar'a rehber öğretmenler ve öğrencilerin ilgisi yoğun oldu ve toplam 222 kişi katılım sağladı.

22 Nisan-30 Haziran tarihleri arasında gerçekleştirilen online programlara katılan katılımcı sayıları;

PROGRAM	KATILIMCI SAYISI
Uzaktan canlı eğitimler	3.850
Trend Semineri	457
Öğrenci Sektör Buluşması	507
Seminerler (Webinar)	1.022

# Maske ve Koruyucu Giysilerde Standartlara Uygunluk webinar'ı gerçekleştirildi

**KORONAVİRÜS** salgını sürecinde oldukça önemli bir hale gelen cerrahi maskeler, virüsten korunmak amacıyla uygulanan önlemlerin başında yer aldı. Cerrahi maskelere olan talep her geçen gün artmaya devam ederken tekstil ve hazır giyim firmaları da bu talebi değerlendirmek adına üretim ve ihracat çalışmalarına hız verdi. Türkiye; maske standartlarını belirleyen önemli ülkeler arasında yer alırken sektörel bilgi birikimi ve ham madde kapasitesi ile maske üretimi konusunda dışa bağımlı olmayan, başarılı ülkelerden biri olarak da ön plana çıktı. Maskelerin tasarımdan üretime, kullanımdan paketlemeye kadar tüm süreçlerde standartlara uygun olması gerek insan sağlığı gerekse ihracat açısından oldukça önemli.

Konunun öneminden yola



çıkarak maske ve koruyucu giysi üretiminde firmaları bilinçlendirme çalışmaları yapan İHKİB, "Maske ve Koruyucu Giysilerde Standartlara Uygunluk" konulu webinar'ını 11 Haziran tarihinde gerçekleştirdi. Ekoteks İcra Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir'in katılımıyla ve Prof. Dr. Bülent Özipek'in moderatörlüğünde

yapılan webinar'a firmalar yoğun ilgi gösterdi. Maske ve koruyucu giysi standartlarına ilişkin dikkat edilecek hususlar hakkında detaylı bilgilendirmelerin yapıldığı ve katılımcılar tarafından yöneltilen soruların yanıtları yapıldığı webinar'a 400'ü aşkın kişi katılırken, katılımcılar arasında yurt dışından firma temsilcileri de yer aldı. Webinar, daha sonradan izlemek isteyen üye firmalar için, İHKİB Youtube kanalında da yayına alındı.

# Avrupa Yeşil Mutabakatı Tekstil ve Hazır Giyim Sektörel İstişare Toplantısı yapıldı

**AVRUPA** Yeşil Mutabakatı'nın tekstil ve hazır giyim sektörlerine olası etkilerini istişare etmek üzere, 4 Haziran tarihinde bir toplantı gerçekleştirildi. Toplantı, Ticaret Bakanlığı AB Anlaşmalar Genel Müdürlüğü'nden Müdür Yardımcısı Bahar Güçlü'nün moderatörlüğünde, yaklaşık 100 sektörel temsilcinin katılımıyla gerçekleştirildi. Online ortamda düzenlenen toplantıya ilgili bakanlıkların temsilcileri, TİM, TOBB, İhracatçı Birlikleri ile Ticaret ve Sanayi Odaları temsilcileri katılırken; İHKİB'i temsilen Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Jale Tuncel, Yönetim Kurulu Üyeleri İsmail Kolunsağ ve Haldun Boz, İTKİB'i temsilen ise Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Yasubuğa katıldı.

AB Komisyon Başkanı Ursula von der Leyen'in aralık ayında açıkladığı AB Yeşil Mutabakatı ile 2050 yılına kadar Avrupa'nın iklim-nötr kıta olma hedefi belirlendi. Bu hedef AB'nin tüm politika, mevzuat ve uygulamalarını da şekillendirirken AB ile yakın ilişkiler içinde olan Türkiye için de sanayi dönüşümünü ve büyüme stratejisini kapsayacak politika ve hedeflerin gözden geçirilmesi anlamına geliyor. Mutabakat çerçevesinde planlanan uygulamalardan biri de sınırda karbon düzenlemesi. Planlanan bu uygulama ile ithalat fiyatı, eşyanın karbon içeriği dikkate alınarak belirlenecek. 2021 yılında açıklanması planlanan Sınırda Karbon Düzenleme Mekanizması çerçevesinde karbon kaçağına maruz kalma ihtimali yüksek sektörler listesinde tekstil ve hazır giyim sektörlerini etkileyebilecek maddeler de bulunuyor.

## İHKİB, AB PROJELERİNE ODAKLANARAK ÇALIŞMALARINI SÜRDÜRÜYOR

İHKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Jale Tuncel; sektöre yönelen talepler çerçevesinde İHKİB olarak EBRD ile bir proje geliştirme çalışmasına başladığını açıkladı. Tuncel; "Akademiye ve sektör temsilcilerinin katılımıyla yapılan toplantılarda bir proje oluşturulmasına karar verildi. Karbon ayak izi ile ilgili en olumsuz bölgelerin tespit edilmesi amaçlanıyor. Proje çerçevesinde, bir pilot firma seçilerek karbon ayak izine yönelik olumsuzluklar tespit edilecek ve bir yol haritası çıkartılacak. Projemizi AB ile paylaştık. Proje üzerinde TİM, İTÜ ve Boğaziçi Üniversitesi'nden çevre mühendisliği, tekstil mühendisliği ve iktisat bölümlerinden üç öğretim görevlisi ile çalışmaya devam ediyor" dedi.

İHKİB'in IPA II kapsamında yürüttüğü "Tasarımdan Üretime Dijitalleşme Projesi"nde de dijitalleşme deneyim paylaşımı noktasına gelindiğini ifade eden Tuncel; İstanbul Moda Akademisi'nin de IPA I projesinin bir çıktısı olarak faaliyetini sürdürdüğünü, dile getirdi.

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Haldun Boz ise hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün en çok katma değer yaratan sektörlerin başında geldiğine değinerek; "Avrupa'nın öngördüğü yeni değişikliklerle birlikte yeni bir maliyet yükü oluşacağı da düşünülmektedir. İHKİB olarak bu çerçevede mevcut devlet desteği mekanizmalarının geliştirilmesi ve yeni ekonomiye uygun şekilde güncellenmesi konusundaki çalışmalarını ilgili bakanlıklara sunuyoruz" dedi.



# İHKİB ve İDMİB okullarının mezuniyet töreni gerçekleştirildi

İHKİB ve İDMİB bünyesinde yer alan mesleki ve teknik liselerin 2019-2020 eğitim-öğretim dönemi mezuniyet töreni, İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü Müdür Yardımcısı Serkan Gür, İHKİB Eğitim Çalışma Grubu Başkanı İlker Karataş ve İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Yücel Elibol'un katılımlarıyla gerçekleşti.



**İHKİB BÜNYESİNDE** yer alan; Avcılar İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Kağıthane İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Nahit Menteşe Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi, Nişantaşı Rüştü Uzel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Yenibosna İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ile İDMİB bünyesinde yer alan Zeytinburnu İDMİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi son sınıf öğrencilerinin mezuniyet töreni, 18 Haziran tarihinde yapıldı.

Dış Ticaret Kompleksi Şehit Ömer Halisdemir Konferans Salonu'nda gerçekleştirilen törene, İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü Müdür Yardımcısı Serkan Gür, İHKİB Eğitim Çalışma Grubu Başkanı İlker Karataş, İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Yücel Elibol, öğretmenler, dereceye giren öğrenciler ve veliler katılım sağladı. Koronavirüs sebebiyle mezuniyet töreni bu yıl sosyal mesafeli olarak gerçekleşti. Açılış konuşmalarının ardından dereceye girerek mezun olan öğrencilere, diploma ve ödülleri yönetim kurulu üyeleri ile okul müdürleri takdim etti.

## AMACIMIZ SEKTÖRDEKİ İNSAN KAYNAĞI KALİTESİNİ ARTIRMAK

İHKİB Eğitim Çalışma Grubu Başkanı İlker Karataş, konuşmasında her zaman eğitim konusundaki çalışmalara ağırlık verdiklerini ve İHKİB çatısı altında eğitim çalışma grubu olarak sık sık okullarda sektörel buluşma gerçekleştirdiklerini söyledi. Karataş, mezun olan gençlerin yüzde 52'sini sektöre katkı sağlayacak şekilde dahil ettiklerini de belirterek; "Sektörün temsilcileri olarak bizlerin amacı; istihdamın en yoğun olduğu

bu sektörün insan kaynağı kalitesini artırmak. Moda ve sanayi endüstrisinin dijitalleşme çağında atacağı birçok adım var ve işte tam bu noktada kaliteli insan kaynağının önemi ortaya çıkıyor. Dijitalleşme yolundaki tüm gelişmeleri Y ve Z kuşaklarıyla birlikte yapacağımıza inanıyorum. Her zaman söylediğim gibi biz, siz gençlere inanıyor ve güveniyoruz" dedi.

## MASKELERİMİZİ, KENDİ ÜRETTİĞİMİZ MAKİNELERDE YAPTIK

"İHKİB ile çok uzun zamandır sektör olarak el ele yürüyoruz. İHKİB'in öğrencilerimize, öğretmenlerimize, kurumlarımıza vermiş olduğu katkılar bizim için çok kıymetli" diyen İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü Müdür Yardımcısı Serkan Gür, pandemi sürecinde mesleki ve teknik eğitimin büyük işler başardığını da dile getirdi. Gür sözlerini, "Pandemi sürecinde ekip arkadaşlarımız, öğretmenlerimiz ve öğrencilerim memleketi fayda sağlamak adına çok çalıştılar. Mesleki ve teknik eğitimin bir ülke için ne kadar önemli olduğunu da bu dönemde bir kez daha kanıtlamış oldular. Bu süreçte okullarımızda çocuk maskelerinden baskılı maskelere, dezenfektan kitlerinden maske kitlerine kadar üretim gerçekleştirildi. Bu maskeleri de kendi yaptığımız maske makinemizde ürettik. Milyonlarca maske ürettiğimiz bu süreçte İstanbul'da yaklaşık 18 milyon liralık ciro elde edildi" diyerek noktalandı.

## SEKTÖRLERİMİZİ İLERİYE TAŞIYACAK GENÇLERİMİZİN DESTEKÇİSİYİZ

İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Yücel Elibol ise, gençlerin eğitim hayatları sonrasında da sektör ile iş birliği içerisinde olmaları için ellerinden gelen gayreti gösterdiklerini belirterek; "Nitelikli iş gücüne sahip gençler, sektörümüzü gelecekte daha ileriye taşıyacak. Değişime ve gelişime sürekli açık olun ve mücadele azminizi yüksek tutun. İhracatçı birlikleri olarak bizler sektörlerimizi daha da ileriye taşıyacak gençlerimizi destekliyoruz ve desteklemeye devam edeceğiz" dedi. Sadece gençleri sektöre değil, sektörü de gençlere hazırlamak için önemli adımlar attıklarını ifade eden Elibol, dijital dönüşüm ve e-ihracat alanlarında önemli çalışmalar gerçekleştirdiklerini, sektörler ve eğitim kurumları arasında iş birliğini güçlendirmek adına sıklıkla eğitim programları düzenlediklerinin altını çizdi.



# İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, DEİK Avrupa Konuşmaları webinarı'na katıldı

İSTANBUL TEKSTİL ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), Türkiye İtalya İş Konseyi tarafından organize edilen, "COVID Sonrası Tekstil Sektöründe Fırsatlar" webinarı'na konuşmacı olarak katıldı.

19 Haziran'da gerçekleştirilen webinar'ın moderatörlüğünü, Türkiye-İtalya İş Konseyi Başkanı Zeynep Bodur Oktay üstlendi. Alex Zucchi, Dirk Vatyghem ve Süleyman Orakçoğlu'nun da konuşmacı olarak katıldığı webinar'da tekstil sektörünün güçlü üretim kapasitesi, COVID-19 sürecinde küresel ticarete yaşanan kayıplar ve gelecek döneme ait planlar değerlendirildi.

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz gerçekleşen webinar'da, tekstil ve hazır giyim sektörünün AB'nin en büyük üçüncü tedarikçisi olduğunu ve İtalya'nın tekstil ve hazır giyim ithalatında önemli bir yer teşkil ettiğini ifade etti. 1996 yılından beri yürürlükte olan Gümrük Birliği'ne ilişkin değerlendirmelerde bulunan Öksüz, ikili dış ticaretin arzu edilen seviyelere ulaşabilmesi için Gümrük Birliği modernizasyonunun kaçınılmaz olduğunu altını çizdi. Türkiye'nin ihracatının yarısının AB ülkelerine gerçekleştirildiğini ifade eden Öksüz, birbiriyle rekabet eden değil; birbirini tamamlayan iki ekonomik gücün,



gerçekleştirilecek iş birlikleriyle daha ileri seviyelere taşınabileceğini belirtti.

Webinar'ın soru cevap bölümünde İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, tekstil sektörünün son yıllarda, sürdürülebilirlik, recycle üretim, şeffaflık ve sosyal sorumluluk ile ilgili projelerin ve yatırımların hız kazandığını ifade etti. Sektörün fiziki yatırımlarının yanı sıra beşeri sermayesine de önemli yatırımlar yapıldığını ifade eden Öksüz, Tercihim Tekstil Mühendisliği projesi kapsamında gerçekleştirilen çalışmaların ve akademik eğitimin daha nitelikli hale gelmesi için yapılan iş birliklerinin rol model olduğunu belirtti.

## İTHİB Yönetim Kurulu Toplantısı gerçekleştirildi



İSTANBUL TEKSTİL ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Toplantısı, 15 Haziran tarihinde video konferans olarak gerçekleştirildi. Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü'nün katılımıyla gerçekleşen toplantıda, ihracat performansı, sektörel gelişmeler ve normalleşme sürecine ilişkin yol haritası değerlendirildi.

Toplantıda, Mayıs ayı ihracat rakamları ve sektörel üretim endeksi ile kapasite kullanım oranındaki düşüş değerlendirilirken; teknik tekstil ürün grubundaki ihracat artışına ilişkin görüş alışverişinde bulunuldu. Ayrıca dahilde işleme rejimi kapsamında döviz kullanım oranları ve tekstil mühendisliği öğrencilerine burs ve online staj faaliyetleri hakkında da bilgi verildi.

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, yeni dönem çalışmalarına başlayan Tercihim Tekstil Mühendisliği Burs Projesi kapsamında ilk kez organize edilen staj programının içeriğini değerlendirerek; her yıl bu programların daha da geliştirilerek, üniversiteli öğrenciler için daha faydalı hale gelmesi gerektiğini belirtti. Toplantıda, yürütülen UR-GE projeleri kapsamında planlanan çalışmalar ve sektörel talepler de değerlendirildi.



# elyafın ötesine bakıyoruz

Çevreye duyarlı üretime sahip LENZING™ ECOVERO™ elyaflarla hazırlanmış tekstil ürünlerini tercih ederek, doğal kaynakların sürdürülebilirliğine katkı sağlayabilirsiniz.

bilgi için: [ecovero.com/tr](https://ecovero.com/tr) [@ecovero.turkey](https://www.instagram.com/ecovero.turkey)  
Lenzing™ ve ECOVERO™, Lenzing AG'nin markalarıdır | © 2019 Lenzing AG

LENZING™  
**EcoVero™**

# İDMİB, Ayakkabı ve Çanta Mağazalarında COVID-19 Korunma Rehberi'ni yayınladı



**İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), yayınladığı Ayakkabı ve Çanta Mağazalarında COVID-19 Korunma Rehberi ile normalleşme sürecinde faaliyetlerini başlatan üyelerine önemli bilgiler veriyor.**

**İ**DMİB, Ayakkabı ve Çanta Mağazalarında COVID-19 Korunma Rehberi'ni yayınladı. 2019 yılının son günlerinde Çin'de ortaya çıkarak tüm dünyaya yayılan koronavirüs sonrasında tüm ülkelerde bulaşıcılığın azalması amacıyla sıkı önlemler alındı. Alınan önlemler kapsamında kamu ve özel sektör kuruluşlarının yanı sıra büyük, küçük işletme ve iş yerlerinde faaliyetler durduruldu. Türkiye'de de mart ayında görülmeye başlanan virüs nedeniyle dünya geneliyle benzer önlemler uygulamaya koyuldu. 11 Mayıs itibarıyla açılan alışveriş merkezleri ve 1 Haziran itibarıyla başlayan normalleşme süreci kapsamında mağazalar yeniden açılmaya başladı. Salgının hala devam ettiği bu süreçte ayakkabı ve çanta mağazalarında gerek çalışanların gerekse müşterilerin alması gereken birçok önem bulunuyor.

Rehber; İDMİB üyesi olarak ayakkabı ve çanta perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, COVID-19 salgın dönemi içinde tekrar mağaza satışlarına başlayacakları tarihle birlikte alması gereken hijyen ve güvenlik koşulları ile ilgili uymaları gereken kuralları içeriyor. Ayakkabı ve Çanta Mağazalarında COVID-19 Korunma Rehberi; Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın rehberleri, genelgesi ve Sağlık Bakanlığı'nın COVID-19 Kapsamında Konfeksiyon, Giyim Mağazaları ve Tuhafiyeler ile İlgili Önlemler Rehberi ile Ayakkabı ve Çanta Mağazaları için Kontrollü Sosyal Hayat Çalışma

Rehberi kaynak alınarak hazırlandı.

Rehberde personel servisi, şirket aracı ve özel araç kullanımından mağaza ve AVM kapılarına, kabinlerden tuvalet alanlarına, ortak kullanım alanlarından mola ve dinlenme alanlarına kadar birçok noktada alınması gereken önlemler ve iş yeri sağlık birimlerinin çalışma talimatları ile mağaza alanında sağlıklı çalışmaya yönelik bilgiler bir araya getirildi.

## **AYAKKABI ÇEKECEKLERİ HER MÜŞTERİNİN KULLANIMININ ARDINDAN DEZENFEKTE EDİLMELİ**

İDMİB tarafından hazırlanan rehberde ayakkabı ve çanta mağazalarına özel alınması gereken önlemler arasında personeli ve müşteriye korumaya yönelik temassız ödeme, bekleme koltuklarının sosyal mesafeyi sağlayacak şekilde düzenlenmesi gibi öneriler yer alırken denenen raf ürünlerinin dezenfekte edildikten sonra raflara yerleştirilmesi gerektiği de belirtiliyor. Her ayakkabı giyinme alanına işletme tarafından içeriği onaylanmış el dezenfektanının yerleştirilmiş olması gerekliliği de rehberde belirtilirken ürün denemesi sırasında müşterinin ürünle el temasının mümkün olduğunca kısa ve az olmasının sağlanmasına dikkat çekiliyor. Ayakkabı çekeklerinin her müşterinin kullanımının ardından dezenfekte edilmesi gerekliliği de rehberde yer alan önemli uyarılar arasında.

Raporun  
tamamına  
ulaşmak için:



# İDMİB, Trend Semineri'ni gerçekleştirdi

**İSTANBUL** Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İDMİB) ayakkabı, deri konfeksiyon ve saraciye sektörlerine yönelik olarak düzenlediği Sonbahar/Kış 2021-2022 Deri ve Deri Mamulleri Trend Semineri, Birlik üyelerinin, sektör derneklerinin ve üniversite öğrencilerinin yoğun katılımıyla gerçekleşti.

3 Haziran tarihinde ilk kez online olarak gerçekleştirilen seminerde, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak'ın açılış konuşmasının gerçekleştirilmesinin ardından dünyanın değişik ülkelerinden birçok Trend Forecasting firmasının marka temsilciliğini yapan ve Trendpie'in Kurucusu Ahu Barut konuşmasına başladı.

**Seminerde; renkler, materyaller, finisyonlar, desen, detay ve formlar, COVID-19 sonrası pazarlama iletişim dili ile beraber anlatıldı.**



2021 ve 2022 Sonbahar/Kış trendlerinde öne çıkan zamansızlık, fonksiyonellik ve koruma algularının yanı sıra tüketicide yaratılacak güven duygusunun da vurgulandığı seminerde; renkler, materyaller, finisyonlar, desen, detay ve formlar, COVID-19 sonrası pazarlama iletişim dili ile beraber anlatıldı.

## Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu gerçekleştirildi

**DERİ VE DERİ MAMULLERİ** Sektör Kurulu toplantısı 11 Haziran tarihinde gerçekleştirildi. Zoom üzerinden gerçekleştirilen toplantıya TİM Başkanı İsmail Gülle, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Mustafa Şenocak, Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Erkan Zandar İDMİB ve EDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri ile İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB), Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) Genel Sekreterliği ve TİM yetkilileri katılım sağladı.

Türkiye geneli deri ve deri mamulleri sektörünün dış ticaret performansı değerlendirilmesi ile başlayan

toplantıda ana gündem maddesi dijitalleşme çalışmaları oldu. İDMİB çatısı altında yürütülen dijitalleşme projesi ve EDMİB organizatörlüğünde gerçekleştirilen Shoedex sanal fuarı ile ilgili bilgi

alınarak, gelecek dönemde atılması gereken adımlar ile ilgili görüş alışverişinde bulunuldu. TİM Başkanı İsmail Gülle dijitalleşme ile e-ticaretin önemine vurgu yaparak, bu alandaki çalışmaların TİM ile koordinasyonlu biçimde geliştirilmesi gerektiğini belirtti.

Toplantıda ayrıca TİM Genel Sekreter Yardımcısı Eser Erginoğlu'ndan yurt dışı lojistik merkezleri ile ilgili bilgi alınarak, deri ve deri mamulleri sektörü için uygun olabilecek ülkeler değerlendirildi.





## İş dünyası, koronavirüs salgını süresinde devlet destekleri ile güç kazandı

### FINANSAL DESTEKLER

- › KGF'nin sağladığı kefaletlerin bakiyesi 500 milyar TL'ye, KGF kefalet limiti ise 50 milyar TL'ye çıkarıldı.
- › TKYB, bireysel ve işletme kredilerinde 96 ay, yatırım kredilerinde 156 ayı aşmamak kaydıyla birden fazla yapılandırma ve vade değişim imkânı sağladı.
- › Hazine ve Maliye Bakanlığı kefalet limitini KOBİ'ler için 35 milyon TL'ye, tüzel kişiler için ise 250 milyon TL'ye çıkardı.
- › 1-10 milyon TL Çek Ödeme Destek Kredisi, 5-50 milyon TL Ekonomik İstikrar Kalkanı Kredi Desteği verilmeye başlandı. Her iki kredi de 3 ay anapara ve faiz ödemesiz, toplam 12 ay vadeli ve yıllık %9,5 faizle uygulandı.
- › Merkez Bankası'nın (TCMB) 18 Mart-30 Haziran tarihleri arasında vadesi gelecek reeskont kredisi geri ödemelerine 90 güne kadar vade uzatım imkânı tanındı.
- › TCMB, kredi taahhüt hesabı açık olan reeskont kredileri ile 18 Mart-30 Haziran tarihleri arasında kullanılacak reeskont kredilerine 12 ay ek taahhüt kapatma süresi verdi. Kredilerin taahhüt kapatma süreleri 24 aydan 36 aya uzatıldı.
- › TCMB reeskont kredisi kısa vadeli kullanımlar için 120 günden 240 güne, uzun vadeli kullanımlar için ise 720 güne çıkarıldı.



- › TCMB, mal ve hizmet ihracatçısı firmalara TL cinsi ihracat ve döviz kazandırıcı hizmetler reeskont kredisi kullanacağını ve bu kredilerin toplam limitinin 60 milyar TL olacağını açıkladı.
- › Türk Eximbank, kendi kaynaklarından ve TCMB kaynaklarından kullandığı kredilerin, vadesi haziran sonuna kadar gelecek kredi geri ödemelerini 3-6 ay uzattı. İhracatçıların faiz ödemelerine de 6 ay erteleme imkânı getirildi.
- › Türk Eximbank, kısa vadeli kredilerin kapatma süresini 3 yıla, reeskont kredilerinin vadesini 2 yıla çıkardı.
- › Türk Eximbank, Stok Finansman Destek Paketi'ni uygulamaya koydu.
- › Türk Eximbank, aracı bankalar üzerinden kullanılan sevk öncesi ihracat kredi (SÖİK) vadelerini uzattı.
- › Türk Eximbank, haziran sonuna kadar alıcı firmaların sigortalı firmalardan talep edeceği 3 aya kadarki vade uzatımlarında, sigortalı firmadan ek sigorta primi alınmamasını sağladı. Sigorta primleri ve alıcı analiz ücretlerinin vadeleri 30 gün uzatıldı.
- › Türk Eximbank, Dünya Bankası garantisini altında bankalar konsorsiyumundan 380 milyon Euro kredi sağladı.
- › BDDK, kredi geri ödemelerine esneklik tanıdı. Gecikmeye giren kredilerin takipteki kredilere aktarılma süresi 180 güne çıkarıldı.



- › BDDK, yeniden yapılandırılmış kredilerin geri ödemelerine esneklik getirdi. İzleme süresi içerisinde anapara ve faiz ödemesi 30 günden fazla geciken ya da bu süre içerisinde bir kez daha yeniden yapılandırmaya tabi tutulan kredilerin tahsil imkânının Sınırlı Krediler Grubu'na alınması şartı kaldırıldı.
- › Dezenfektan, koruyucu elbise, gözlük, maske, eldiven gibi ürünleri yerli üretenlere KOSGEB'den 10 milyon liraya kadar destek sağlandı.
- › KOSGEB'in geri ödemeli verdiği destekler kapsamında 30 Haziran'a kadar olan alacaklar 3 ay ertelendi.
- › Muhtasar ve KDV Tevkifatı ile SGK primlerinin nisan, mayıs ve haziran ödemeleri 6 ay ertelendi.
- › Tüm gelir vergisi mükellefleri mücbir sebep hali kapsamına alındı.
- › 30 Nisan tarihine kadar yurt genelinde yürütülmekte olan tüm icra ve iflas takipleri durduruldu.
- › Faaliyetlerini durduran iş yerlerinin su faturası borçları 3 ay süreyle ertelendi.
- › Faaliyette bulunamayan işletmelerin yıllık ilan ve reklam vergileri ile yıllık çevre temizlik vergilerinin, faaliyette bulunulamayan dönemlere isabet eden kısmının alınmayacağı açıklandı.
- › TEDAŞ'a olan geçmiş dönem borçlarının ertelenmesine ve taksitlendirilmesine karar verildi.
- › Nisan, mayıs ve haziran aylarında temerrüde düşen firmaların kredi siciline "Mücbir Sebep" notu düşülmesine olanak tanındı.
- › Devlet destekli alacak sigortasının kapsamı genişleterek KOBİ'lerin alacaklarının garantilenmesi sağlandı.
- › Halk Bank, Vakıfbank, Ziraat Bankası, Vakıf Katılım ve Ziraat Katılım; firmalara yönelik birçok destek paketini hayata geçirdi.
- › Kira ödemeleri konusunda destek ve esneklik sağlandı. Teknoloji geliştirme bölgesinde yer alan firmalardan 2 ay boyunca kira alınmayacağı açıklandı.



## İHRACAT İŞLEMLERİNE YÖNELİK DESTEKLER

- › Tek kullanımlık maske ithalatına vergi muafiyeti sağlandı.
- › Etil alkol, kolonya, dezenfektan, hidrojen peroksit ve meltblown kumaşlar ihracatı kayda bağlı mallar listesine eklendi.
- › Tıbbi cerrahi koruyucu ürün ihracatı ön izne bağlandı.
- › Maske ve koruyucu ürünlerinin üretimini/tedarikini yapan firmaların, DMO Genel Müdürlüğü'ne teslim ettikleri ürünler karşılığında sınırlı sayıda ihracat yapmalarına izin verileceği açıklandı.
- › İran ve Irak'a açılan kara hudut kapılarında alınan tedbirlerden kaynaklanan gümrük işlemleri için 20 günlük süre ile ilgili ek süre talepleri mücbir sebep kapsamına alındı.
- › 18 Mart'tan önce düzenlenmiş ve taahhüt hesabı henüz kapatılmamış dahilde işleme izin belgelerine/ izinlerine, vergi resim harç istisnası belgelerine ve onay tarihinden önce kullanılmış belgesiz ihracat kredilerine, D3 kodlu dahilde işleme izin belgelerine ek süre verilmesine karar verildi.
- › TOBB, geçerlilik süresi 20 Mart-30 Nisan tarihleri arasında sona erecek olan kapasite raporlarının geçerlilik sürelerinin 1 Mayıs tarihine uzatılmasına karar verdi.



## ÇALIŞMA HAYATI İLE İLGİLİ DESTEKLER

- › 2020 yılının tamamında aylık 75 TL Asgari Ücret Desteği sağlandı.
- › 17 Nisan tarihinden itibaren 4 ay süreyle ahlak ve iyi niyet hallerine uymayan haller dışında hizmet/iş sözleşmeleri feshedilemeyeceği açıklandı.
- › 2 aylık telafi desteği 4 aya çıkarıldı.
- › Kısa çalışma ödeneği devreye alındı ve prosedürleri kolaylaştırıldı.
- › Ücretsiz izne çıkarılan ve kısa çalışma ödeneğinden yararlanamayan çalışanlar için nakdi ücret desteği uygulaması başlatıldı.





Yıllık 350 milyar dolar değerinde iş hacmine sahip olan ve 3 milyondan fazla insana istihdam sağlayan küresel fuarlar, mart ayından bu yana düzenlenemiyor. Fuar sektörü, ekonomiye direkt katkı sağlarken dolaylı olarak da iş hacmi yaratıyor. Küresel tedarikçi ağının yeniden şekillendiği bu dönemde, fuar ihtiyacı daha çok artarken iptallerden en çok da sonraki sezon için üretim yapan tekstil ve hazır giyim sektörü etkilendi. Tüm sektörler, bu ihtiyacı sanal fuarlar ve ticaret heyetleri ile gidermeye çalışırken Ticaret Bakanlığı da online ortamda yapılacak tanıtım çalışmalarını destek kapsamına alarak ihracatı artırmaya teşvik ediyor.



**450**

**Yurt içinde gerçekleştirilmesi planlanan fuar sayısı**

**69**

**Mayıs ayı itibarıyla yurt içinde iptal edilen fuar sayısı**



**325**

**Milyar Dolar**

**Küresel fuar sektörünün sağladığı yıllık ekonomik değer**

**88,2**

**Milyar Dolar**

**2020'nin ikinci çeyreğinde iptal edilen 325 fuarın yarattığı ekonomik kayıp**

**D**ÜNYA GENELİNDEKİ alıcı ve satıcıları bir araya getiren fuarlar, mevcut müşterilerle ilişkilerin sürdürülmesi, yeni pazarlara ve müşteri kitlelerine ulaşılması, ürün ve hizmetlerin tanıtılması noktasında işletmelere büyük katkılar sağlıyordu. Fakat COVID-19 salgınının başlamasıyla dünya genelinde yüzlerce fuar ve ticaret heyeti buluşmaları ertelendi veya iptal edildi.

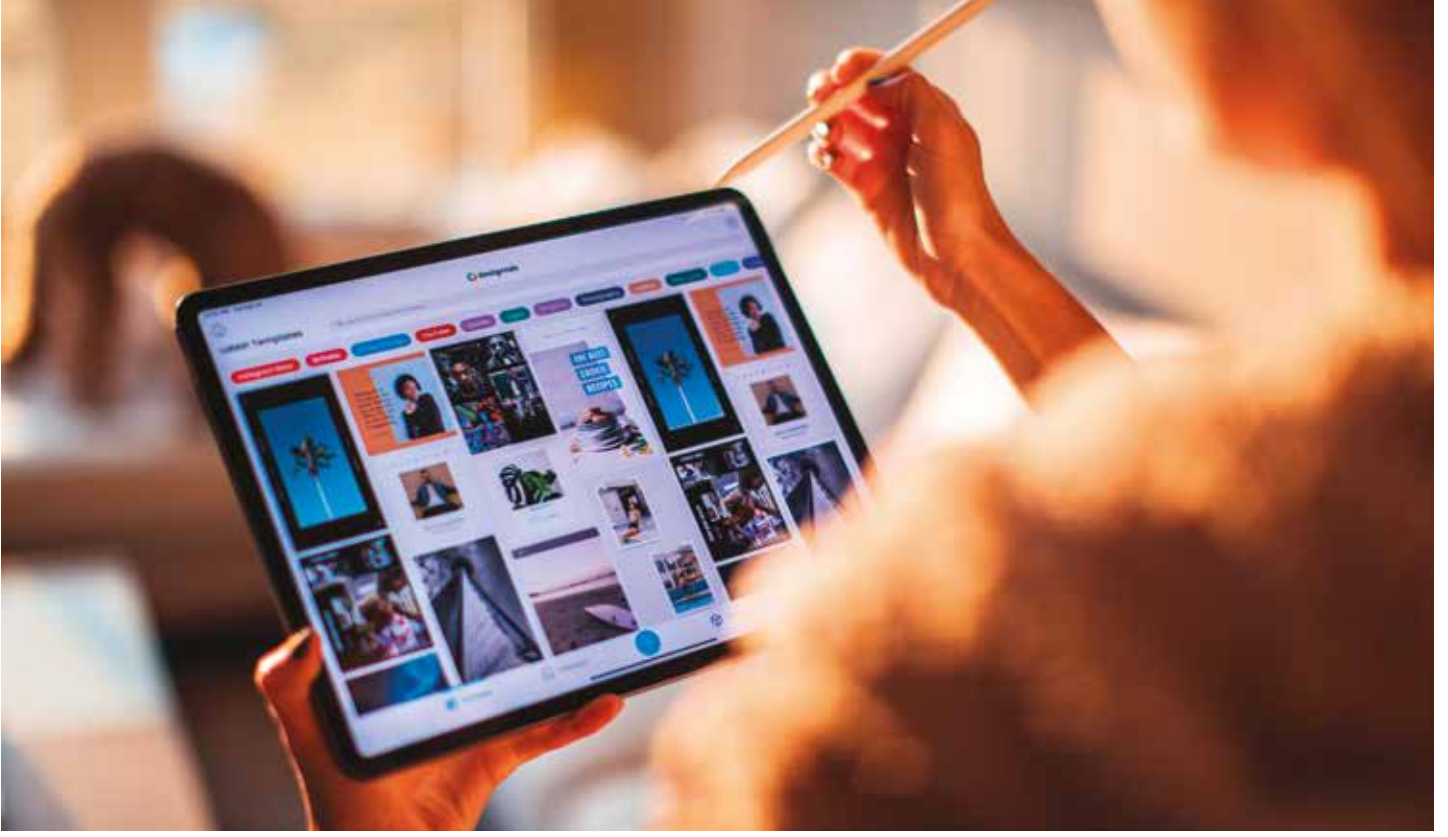
Normalleşme süreciyle birlikte fuarlara ihtiyaç daha çok arttı. Çünkü Çin'de başlayan pandemi süreci, birçok sektörün tedarik zincirini etkiledi ve alım gruplarını daha güvenilir tedarikçi arayışına itti. Normalleşme başlasa da salgın tehdidinin devam etmesi nedeniyle sektöre uğrayan ticari faaliyetlere dijitalleşme ve online sistemlerle çözüm bulunmaya çalışılıyor. Türkiye'nin de aralarında olduğu onlarca ülke, sanal fuarlar ve sanal ticaret heyetleri ile ticari faaliyetleri artırmaya çalışıyor. Salgın tehdidi, 2020 yılının ikinci yarısında da fuarların fiziksel olarak düzenlenmesine izin vermeyecek gibi görünüyor ve oluşan boşluk da sanal fuarlarla doldurulacağı benziyor.

#### **2020 YILINDA GERÇEKLEŞTİRİLMESİ PLANLANAN BİRCOK FUAR İPTAL OLDU**

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin (TOBB) 2020 yılı fuar takvimine göre yurt içinde 450 adet fuar gerçekleştirilmesi planlanıyordu. Mayıs ayı sonu itibarıyla bu fuarların 69 tanesinin iptal edildiği bilinirken birçok fuarın da ileri bir tarihte gerçekleştirilmesine karar verildi. Ticaret Bakanlığı'nın milli ya da bireysel katılım noktasında desteklediği; London Textile Fair, DG Expo Dallas Fabric Show, Los Angeles Rug Show ve Home Furnishing Expo Shenzhen gibi birçok uluslararası fuar da ertelendi. Fuar Endüstrisi Küresel Birliği (UFI), Bağımsız Fuar Organizatörleri Derneği (SISO) ve Oxford Economics'in yaptığı ortak bir araştırmaya göre yılda ortalama 325 milyar dolarlık ekonomik değer sağlayan küresel fuar sektörü, üç milyon kişiye istihdam sağlıyor. Uluslararası Fuar Endüstrisi Derneği'nin verilerini derleyen TradeValley, 2020'nin ikinci çeyreğinde düzenlenmesi planlanan 325'ten fazla fuarın iptal edildiğini, 145 milyar dolarlık fuar sözleşmesinin de askıya alındığını açıkladı. Bu bilançonun yarattığı ekonomik kaybın ise 88,2 milyar dolar olduğu belirtiliyor.

#### **CÖZÜM SANAL FUARLARDA BULUNDU**

Ekonomik olarak küresel çapta ve işletme bazında bu kadar önemli bir değer yaratan fuarların iptal edilmesi ve ertelenmesi ticari işletmelere gözle görülür boyutlarda zarar verdi. Bu problemin çözümü



## SANAL FUARLARA KATILIRKEN NELERE DİKKAT EDİLMELİ?

**SANAL FUAR** uygulamalarında dijital altyapı ve internet altyapısının son derece önemli ve gerekli bir unsur olduğu biliniyor. Aynı zamanda sanal fuar hazırlıklarında kullanılan dijital ekipmanlar da fuarın kalitesini artırıyor. Kamera sistemi, fotoğraflar, internet sayfası, tanıtım videoları gibi enstrümanların kalitesi, sanal fuarların da verimliliğine yansıyor.

Sanal ticaret heyetlerinde dijital katalog ve tanıtıcı materyallerin hazır bulundurulması, ihtiyaç halinde tercüman ile katılım sağlanması, ürün ve hizmetlerin kısa sürede sunulması gibi hususlara dikkat edilmesi gerekiyor.

noktasında arayış içinde olan sektörlerin imdadına sanal fuarlar yetişti. Gelişen teknolojiler sayesinde fuarlar artık sanal ortamlarda düzenlenebiliyor. Fiziki olarak yapılan fuarların dijital platformlara taşınması anlamına gelen sanal fuarlarda; firmalar, ürünlerini sanal odalarda sergileme ve yeni müşteri kazanma fırsatı yakalıyor. Sanal fuarlarda, fiziki fuarlarda olduğu gibi özel konferanslar, oturumlar ve toplantılar da gerçekleştirilebiliyor. Alıcı ile satıcıların birebir yazılı ya da görüntülü iletişim kurabilmelerinin mümkün olduğu sanal fuarlarda yapay zekâ destekli dijital platformlar sayesinde standı ziyaret eden kişi sayısı, hangi ürüne kaç dakika bakıldığı gibi bilgilere de erişilebiliyor. Sanal ortamda firmanın ve ürünlerin tanıtım filmlerini izleyebilen, ürünleri canlı olarak görebilen

ziyaretçiler; 7/24 devam eden sanal fuarlara dünyanın farklı noktalarından tek tıkla ulaşabiliyor. Pandemi döneminde fiziksel temas olmadan, ülke ya da şehir değiştirmeye gerek kalmadan katılımcı ve ziyaretçilere büyük bir kolaylık sağlayan sanal fuarlar; ticari faaliyetlerin de sürdürülmesine olanak tanıyor. Ekonomide çarkların yeniden dönmesini sağlayacak uygulamalardan biri olan sanal fuarların maliyet ya da seyahat kısıtlamaları nedeniyle daha önce fuarlara katılım gösteremeyen satıcı ve alıcıları da sisteme dahil edebileceği düşünülüyor.

İlk olarak otomotiv sektöründe örnekleri görülen sanal fuarlara olan ilginin, koronavirüs döneminde yüzde 80 oranında arttığı biliniyor. Bu süreçte Çin, sanal fuar organizasyonlarına öncülük eden ülkelerden biri oldu. Dünyanın en büyük üç fuarından biri, Uzak Doğu'nun ise en büyük fuarı olan Kanton fuarı bu yıl sanal olarak düzenlendi. Üç faz halinde düzenlenen ve ev tekstilinden kumaşa, tekstil ham maddelerinden halıya kadar birçok ürünün sergilendiği Kanton fuarı, 15-24 Haziran tarihlerinde gerçekleşti.

### TÜRKİYE'NİN İLK SANAL FUARI SHOEDEx OLDU

Türkiye'ye yıllık 1 milyar doların üzerinde döviz kazandıran, son 10 yılda ihracatını 2,5 kat geliştiren ayakkabı ve saraciye sektörleri, COVID-19 sürecinden en fazla etkilenen sektörler arasında yer aldı. Pandeminin etkilerini hafifletmek amacıyla yeni pazarlama metotları arayışında olan sektör, sanal fuar düzenledi. Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından 1-4 Haziran tarihlerinde gerçekleştirilen sanal fuar organizasyonu aynı zamanda Türkiye'nin ilk sanal fuarı oldu. Yoğun ilgi

nedeniyle bir gün daha uzatılan fuarda; 31 katılımcı firma, 59 ülkeden 326 profesyonel alıcı ile buluştu. Fuarın ilk üç gününde, binin üzerinde B2B görüşme gerçekleşti. Son günde ise 300'den fazla ikili iş görüşmesi yapıldı. Toplamda 5 bin 800'e yakın karşılıklı etkileşimin yapıldığı fuarın eylül ayında tekrar gerçekleştirileceği duyuruldu.

Shoedex katılımcıları; fuarın çok verimli geçtiğini, ütopya gibi görünen sanal fuar fikrinin hayata geçirilmesinden memnuniyet duyduklarını ifade etti. Fiziki fuarları gezmenin yorucu bir faaliyet olduğunu belirten katılımcılar, sanal fuar deneyimi sayesinde insanların oturdukları yerlerden online stantları gezebildiklerini ve bu sayede birçok yeni müşteri ile tanıştıklarını dile getirdi.

Ticaret Bakanlığı'nın koordinasyonunda düzenlenen ikinci sanal fuar ise 22-26 Haziran tarihlerinde gerçekleştirilen Agrivirtual-Sanal Tarım Makineleri fuarı oldu. Sanal fuarlar, yerli ve milli yazılım katkısıyla hazırlandı. Ziyaretçilerin fuar alanını üç boyutlu olarak gezildiği bu deneyimde firmalar, ziyaretçileriyle anlık mesajlaşma ile görüntülü görüşmeler gerçekleştirebilirken dört dilde çeviri hizmetinden de faydalandı.

#### TİCARET HEYETLERİ DE SANAL ORTAMA TAŞINDI

Yeni pazarlar keşfetmek ve yurt dışı şirketlerle ilişki kurmak üzere ihracatçı birlikler, sektörel kuruluşlar ya da ticaret ve sanayi odaları tarafından düzenlenen sektörel ticaret heyetleri de salgın nedeniyle bir süre gerçekleştirilemedi. Tüm dünyanın dijitalleştiği bu süreçte, ticaret heyetleri de sanal platformlara taşındı. Sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirilerek potansiyel pazar niteliğindeki ülkelere yönelik ihracatın artırılmasını ve ihraç ürünlerinin tanıtılmasını sağlayan ticaret heyetleri; tekstil ve hazır giyim sektörlerinin ihracat potansiyeli açısından da büyük bir öneme sahip.

Ticaret Bakanlığı'nın verilerine göre geçtiğimiz yıl 100 adet ticaret heyeti gerçekleştirildi. Bu heyetlerin 15'i tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinde yapıldı. Pandemi nedeniyle sekteye uğrayan ticaret heyetleri, sanal olarak gerçekleştirilmeye başlandı. Bu konuda

## Potansiyel pazar niteliğindeki ülkelere yönelik ihracatın artırılmasını ve ihraç ürünlerinin tanıtılmasını sağlayan ticaret heyetleri; tekstil ve hazır giyim sektörleri açısından büyük bir öneme sahip.

Mayıs-haziran aylarında düzenlenen sanal ticaret heyetlerinde

**62**

ihracatçı firma,

**187**

ithalatçı firma ile buluştu.

harekete geçen Ticaret Bakanlığı ve TİM, çalışmalarına başladı. İhracatçı firmalar ile ilgili ülkelerdeki yabancı satın alımcıların sanal ortamda bir araya getirilerek nitelikli iş görüşmelerinin hedeflendiği programda mayıs ve haziran aylarında üç farklı ülkeye sanal ticaret heyeti düzenlendi. Özbekistan sanal ticaret heyetine 16 Türk ve 44 Özbek firma katılım sağlarken Kenya'ya düzenlenen sanal ticaret heyetinde 25 ihracatçı firma ile 80 Kenyalı ithalatçı firma bir araya geldi. Hindistan sanal ticaret heyetinde ise 21 ihracatçı firma, 63 Hindistanlı ithalatçı firmayla buluştu.

13-17 Temmuz tarihlerinde Nijerya, 20-24 Temmuz tarihlerinde ise Pakistan sanal ticaret heyetinin gerçekleştirilmesi bekleniyor. Ağustos ayında programlara Almanya ve Kolombiya ile devam edilmesi planlanıyor.

#### SANAL FUARLARIN VE TİCARET HEYETLERİNİN SAYISI HIZLA ARTACAK

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, salgının ülke ihracatına olumsuz etkilerini ve ihracatçı firmaların uğradığı pazar kayıplarını en aza indirmek amacıyla Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda sanal seferlere başladıklarını ifade etti. Yeni dönemde

sanal fuarlar gibi sanal ticaret heyetlerinin de önem taşıdığını belirten Gülle; "Zorlu koşullarda dahi ticaret heyetlerini sanal ortamda sürdürüyoruz. Bu kapsamda Ticaret Bakanlığı koordinasyonuyla ilkinin Özbekistan ile gerçekleştirdiğimiz ticaret heyetlerimize Kenya ve Hindistan'la devam ettik. Sanal fuarların ve ticaret heyetlerinin sayısı hızla artacak" dedi. Türk ihracatçısının şoklara dayanıklı yapısıyla uluslararası pazarlardaki gücünü



**İSMAİL GÜLLE**

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ BAŞKANI





kanıtladığını söyleyen Gülle; bu yıl ihracatçı birliklerle 202 adet ticaret heyeti gerçekleştirmeyi planladıklarını dile getirdi.

#### TİCARET BAKANLIĞI, SANAL FUAR VE TİCARET HEYETLERİNİ DESTEKLİYOR

Koronavirüs salgını sürecinde dijital pazarlama yöntemlerinin ve sanal ticaret platformlarının öneminin arttığına değinen Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan; mayıs ayında ertelenen ya da iptal edilen fuarların sanal ortama taşındığını belirterek, “Sanal fuarlar ve ticaret heyetleriyle firmalarımız, ürünlerini ve yeni koleksiyonlarını dijital platformda dünya ile buluşturacak ve küresel alıcı firmalarla web üzerinden online ikili görüşmeler gerçekleştirecek” dedi.

Ticaret Bakanlığı, mayıs ayında “Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararı” ile sanal fuarların teşvik kapsamına alındığını duyurdu. Bu kapsamda sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarlara katılım için iş dünyasını temsil eden çatı örgütlerin yapacakları masraflar ve sanal fuar organizasyonlarının giderleri, yüzde 50 oranında desteklenecek. İhracat Genel Müdürlüğü tarafından uygun görülen uluslararası sanal fuarlara katılımcıların iştirak etmelerini sağlamak üzere iş birliği kuruluşlarınca düzenlenen sanal fuarlara katılım, genelgede belirtilen giderler kapsamında faaliyet başına 50 bin dolara kadar desteklenecek. Ayrıca, iş birliği kuruluşlarınca düzenlenen sanal fuar organizasyonlarına dair genelgede belirtilen giderlere de faaliyet başına 100 bin dolara kadar destek verilecek.

#### TEKSTİL VE HAZIR GİYİMDE SANAL HEYETLER DEVREDE

**İSTANBUL HAZIR GİYİM** ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) de sanal ticaret heyetleri kapsamında faaliyetlerini sürdürüyor. 2-5 Haziran tarihlerinde Rusya'nın en büyük online satış sitelerinden biri olan Ozon ile sanal ticaret heyeti gerçekleştiren İHKİB, kendi markası ile Rusya'da satış yapan veya satış yapmayı hedefleyen, satış potansiyeli daha yüksek olan bir internet sitesi üzerinden ticarete başlamak isteyen firmaların Ozon firması ile B2B görüşme fırsatı yakalamasını sağladı. Sanal ticaret heyeti görüşmeleri kapsamında Ozon firması, kadın/erkek hazır giyim, kadın iç giyim, triko, dış giyim ve ev giyim ürünleri bulunan 16 firmayla buluştu. Ozon firması ile B2B görüşmeler gerçekleştiren firmalar, sanal ticaret heyetinden memnun kaldıklarını ifade etti.

Ayrıca 13-14 Temmuz tarihlerinde Kazakistan hazır giyim ve konfeksiyon firmalarına yönelik sanal B2B görüşmeler organize eden İHKİB; 10-14 Ağustos tarihlerinde ABD'li orta ve büyük ölçekli markalara üretim yapabilecek kapasiteye sahip üretici-imalatçı ihracatçılara yönelik sanal B2B görüşmeleri düzenleyecek.

# İŞ'TE KOBİ İLE İŞİNİZE GÜÇ KATIN



KOBİ'ler, girişimciler, çiftçiler ve esnaf  
İŞ'TE KOBİ'de buluşuyor, güçlerine güç katıyor.

Ayrıntılı bilgi: [istekobi.com.tr](http://istekobi.com.tr)





# Ekoteks, standartlara uygunluk kontrolünde yarattığı fark ile ihracatı da artırdı

Koronavirüs salgınında maske ve koruyucu giysiler büyük bir ihtiyaç haline geldi. Türk Standartları Enstitüsü'nün (TSE) maske standartlarına uygunluk kontrolünde referans olarak kabul ettiği tek birim olan Ekoteks, pandemi sürecinde Türkiye'nin ihracat potansiyelini artırdı.

**I**STANBUL Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) iştirakiyle kurulduğu 1998 yılından itibaren sahip olduğu teknik altyapısı ve uluslararası kimliği ile tekstil ve hazır giyim sanayilerine kalite gelişimi ve uluslararası rekabette üstünlük sağlayan Ekoteks Laboratuvar ve Gözetim Hizmetleri, sürdürülebilir yapısı ile faaliyetlerine devam ediyor.

Bin 800 metrekare alan üzerine kurulu Ekoteks Laboratuvarı, firmalara uluslararası standartlarda, güvenilir, hızlı ve kaliteli servis sağlıyor. Eğitimli, denetim sahibi, dinamik kadrosu ve verdiği güvenilir sonuçlarla her zaman ilk tercih seçeneği olan Ekoteks, standartlara uygunluğun kontrolü sırasında tüm ürün ve kimyasalları kontrol altında tutmayı amaçlayan bir yapıya sahip. Fiziksel testler, haslık, görünüm ve baskı testleri, boyutsal

değişim, ekolojik testler, elyaf ve antimikrobiyal test hizmetleri veren Ekoteks, ayrıca ürün kalite kontrol, eğitim ve danışmanlık konularında da sektöre hizmet ediyor.

Ekoteks Laboratuvarı, dünyayı sarsan koronavirüs salgınında da özverili çalışma sistemiyle büyük bir ihtiyaç haline gelen maske ve koruyucu giysiler konusunda çalışmalarını hızlandırdı. Bu zorlu süreçte lider olmanın getirdiği sorumlulukla hizmet vermeye devam etti. Bu konudaki gerekli girişim ve yatırımlarını da yapan Ekoteks, maskelerin kontrolünü TSE tarafından belirlenen standartlara uygun şekilde yapıyor. Ekoteks, TSE'nin maske standartlarına uygunluğun kontrolü konusunda referans olarak kabul ettiği tek birim olarak da öne çıkıyor.

## TÜRKİYE, YERLİ VE MİLLİ LABORATUVARI İLE MASKE İHRACATINDA BAŞARI ELDE ETTİ

Tekstil ve hazır giyim sektörü, maske ve koruyucu giysi alanında herhangi bir dışa bağımlılık olmaksızın, tamamen yerli ham maddeden üretilen, kalitesi onaylanmış ürünleri ile salgın sürecinde ülkemize ekonomik anlamda önemli bir girdi sağladı. Bu başarıda payı olanlardan biri de 24 saatten uzun süren çalışma saatleriyle hızlı ve üstün bir performans gösteren Ekoteks Laboratuvarı oldu. Ekoteks'in oluşturduğu sistemli ve denetimli çalışma ortamı, hızlı bir ihracat yaratırken, sanayinin yenilikçi çalışmalarını da rekabetçi fiyat anlayışı ile destekledi. Böylece zorlu pandemi sürecinde Türkiye'nin ihracat potansiyeli üst seviyelere çıkmış oldu.

Ekoteks, laboratuvarından ziyade üretim tesisi anlayışı ile gerçekleştirdiği özverili çalışmalar sonucu ihracatçılara know-how ve kalite kaldıracı ile destek sağladığı gibi yerli makineleşmede de ciddi katkılar yarattı. Böylece Türkiye, pandemi sürecinde dünyanın tüm ülkelerine uluslararası akreditasyonu olan yerli ve milli laboratuvarı ile koruyucu giysi ve maske ihracatında itici motor gücü haline geldi. TSE standartlarına uygunluğun kontrolünü yapabilmek için gerekli test cihazlarını da temin eden Ekoteks, cihazların bir kısmının yerli ve milli anlayış doğrultusunda ülkemizde ilk kez imalatını gerçekleştirdi. Ekoteks tarafından yapılan testler, uluslararası akreditasyonda en önemli aşama olan TÜRKAK tarafından denetleniyor.

## MASKELER TS EN 14683 STANDARTLARINA GÖRE TEST EDİLİYOR

Türkiye'nin birçok noktasında üretilen binlerce numunenin test edildiği Ekoteks Laboratuvarı'nda çalışmalar tüm hızıyla sürüyor. Tıbbi yüz maskelerinin yapım, tasarım, performans gereklilikleri ve deney yöntemleri TS EN 14683 standardına göre belirleniyor. Nanwomen kumaştan yapılan maskeler; pileli, ultrasonik dikişler ve kulak tutma lastikleriyle üretiliyor. Nanwomen kumaşın dış katmanında hidrofobik dokunmamış bir tabaka, orta katmanında eritilerek şişirilmiş filtre ve iç katmanında yumuşak emici dokunmamış tabaka bulunuyor. Tip I, Tip II ve Tip IIR olarak üçe ayrılan tıbbi yüz maskeleri için genel gereklilikler malzeme/yapım ve tasarımdan oluşuyor. Malzemeler ve yapım konusunda maskelerin kullanım süresince parçalanmaması, ayrılmaması veya yırtılmaması gerekirken filtre ve tabaka malzemesi seçiminde de temizlik düzeyine dikkat ediliyor. Tasarım aşamasında ise maskenin burun, ağız ve çene üzerine sıkı bir şekilde takılabilmesi ve yan taraflarının yüzeye oturmasını sağlayan bir araca sahip olması gerekiyor.

Maskeler aynı zamanda kullanıcıyı sıçrama ve damlacıklara karşı korumak için buğu önleyici özelliği olan veya olmayan, burun hatları ile uyumun sağlanarak maskenin yüzeye daha iyi oturmasına yarayan burun köprüsü gibi ilave özelliklerle de farklı şekil ve yapılarda tasarlanabiliyor. Maske testlerinde dikkat edilen en kritik üç nokta ise bakteri tutunma özelliği, toplam bakteri yükü ve nefes alabilirlik. Ürünlerin ambalajındaki "CE" işareti, teste tabi tutulduğunu ve kullanıma uygun olduğunu gösteriyor.



Ekoteks'in oluşturduğu sistemli ve denetimli çalışma ortamı, hızlı bir ihracat yarattı. Sanayinin yenilikçi çalışmalarını da rekabetçi fiyat anlayışı ile destekleyen Ekoteks, pandemi sürecinde Türkiye'nin ihracat potansiyelini üst seviyelere çıkardı.

## EKOTEKS'E BİRÇOK ÜLKEDEN TEST TALEBİ VAR

Birkaç kez kullanılması hedeflenen parçacık filtreli yarım yüz maskeleri ise yine TSE'nin hazırladığı EN 149 standardına göre belirleniyor. Partikül filtreleme verimlerine ve sızdırma değerlerine göre FFP1, FFP2, FFP3 olarak ayrıştırılan parçacık filtreli yarım yüz maskeleri; ağız, burnu ve çeneyi kaplayarak soluk alma ve verme valfleri bulundurabiliyor. Yarım maskeler tamamen veya büyük oranda filtre malzemesinden oluşuyor. Gaz filtreleri ise maskenin ayrılmaz parçalarından biri olarak biliniyor. Parçacık filtreli yarım yüz maskelerinin test aşamalarında görsel muayene, malzeme, temizlik ve dezenfeksiyon, uygulamaya ilişkin performans, sızdırma, filtre malzemesi, cilde uyum, alevlenebilirlik, karbondioksit muhtevası ve soluk verme valfi, solunum direnci, sökülebilir parçaları ve tıkanma durumu kontrolleri sağlanıyor.

Bez maske standartları ise üretim, tasarım, yıkama, kurutma ve bağlantı noktaları ile filtrasyon ve kullanım sonrası imha gibi özelliklerine göre belirlendi. Bez maskeler, filtrasyon verimliliği, nefes alabilirlik ve mikrobiyal yük göstergeleri üzerinden test ediliyor. Kullanıcının burun, ağız ve çenesi üzerine sıkı şekilde takılabilir olması gereken bez maskelerin yüzün yan tarafına da tam oturması ve burun köprüsü gibi ilave özelliklerle tasarlanması bekleniyor. Bez maskelerin beş yıkama ve kurutma sonrasında da performansını koruyacak şekilde üretilmesi gerekiyor. Ekoteks, maskelerin dışında cerrahi tulum ve önlüklerde de TSE'nin belirlediği EN 17491 standardına uygun olarak tulum sprey testi yapıyor. ISO 22609 kan penetrasyonu ve ISO 22612 kuru penetrasyon testlerini de listesine ekleyen Ekoteks, bu testlerin cihazlarını da standartlara uygun olarak yaptırdı ve uygulamalarına başladı. Ekoteks maskeler için uygulanan test aşamalarını Avrupa standartları ve TSE'nin yayınladığı standartlara göre belirliyor. Bez maske test ve denetim noktasında Ekoteks Laboratuvarı'na İngiltere, İspanya ve Romanya gibi dünyanın pek çok ülkesinden talep var.



# KISA ÇALIŞMA ÖDENEĞİNİN SÜRESİ BİR AY UZATILDI

COVID-19 salgını nedeniyle faaliyetlerini durdurmak ya da azaltmak zorunda kalan işletmelere kalkan olan kısa çalışma ödeneği uygulamasının süresi, bir ay daha uzatıldı. Sosyal güvenlik uzmanları, hem ödenekten yararlanılması hem de sürecin sona ermesi durumunda işverenlerin dikkat etmesi gereken adımları değerlendirdi.

**P**ANDEMİ SÜRECİ, iş dünyasında birçok değişimin yaşanmasına sebep oldu. Salgının Türkiye’de ortaya çıktığı mart ayı itibarıyla iş yerleri geçici süreliğine kapatıldı ya da faaliyetlerine ara vermek durumunda kaldı. Zorunlu olarak aksayan çalışma saatleri nedeniyle kamu otoritesi birtakım önlemler aldı. Bu önlemlerin en önemlisi ve salgın süresince en fazla gündem yaratana kuşkusuz kısa çalışma ödeneği oldu.

Küreselleşme, ekonomik kriz ve zorlayıcı sebeplerin ortaya çıkardığı kısa çalışma kavramı; Türkiye’de ilk kez 2003 yılında yürürlüğe giren 4857 sayılı İş Kanunu’nun 65. Maddesi’nde yer buldu. Yapılan değişikliklerle 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanunu’nda yer alan ve uygulanabilir hale getirilen bu kavram; genel ekonomik, sektörel, bölgesel krizler ya da zorlayıcı sebepler nedeniyle işyerlerindeki haftalık çalışma sürelerinin geçici olarak en az üçte bir oranında azaltılması veya süreklilik koşulu aranmaksızın faaliyetlerin tamamen ya da kısmen en az dört hafta süreyle durdurulması



hallerinde uygulanabiliyor. Üç ayı aşmamak kaydıyla uygulanabilen kısa çalışma ödeneği, mart ayı itibarıyla koronavirüs salgını nedeniyle işverenlere ve istihdama destek olmak amacıyla başlatıldı.

## UYGULAMANIN ŞARTLARI KOLAYLAŞTIRILDI

İşsizlik Sigortası Fonu’ndan karşılanan kısa çalışma ödeneği kapsamında, salgın döneminde birtakım değişikliklere gidildi. Sistemi kolaylaştırmak adına yapılan bu değişikliklere göre ödenekten yararlanacak olan işçinin son üç yıl içinde en az 600 gün işsizlik sigortası primi ödemiş olması gerekliliği 450 güne ve ödeneğin başlamasından önce 120 gün hizmet akdine tabi olma gerekliliği de 60 güne indirildi. Normal şartlarda işverenler tarafından İŞKUR’a başvuru yapılmasının ardından iş müfettişlerince incelenerek uygunluğu tespit edilen ödenekte, başvuru incelemeleri ertelenmişti. Bu kararın nedeni 300 bine yakın firmanın, 3 milyondan fazla işçisi için yaptığı başvuruların ülke genelinde bine yakın müfettiş



Mevzuata uygun olmayan işlem yapan işletmelerin fazla ödemeleri yasal faizi ile birlikte geri ödeyeceğine değinen uzmanlar; işçi kusurundan kaynaklanan fazla ödemelerin işçiden tahsil edileceğinin altını çiziyor.

tarafından inceleniyor olması idi. Kısa çalışma ödeneği, işçinin son 12 aylık prime esas kazançları dikkate alınarak, günlük ortalama brüt kazancının yüzde 60'ı olarak hesaplanıyor. Ödeneğin miktarı, aylık asgari ücretin brüt tutarının yüzde 150'sini geçemiyor.

#### **ÖDENEĞİN UZATILDIĞINI CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN AÇIKLADI**

Haziran ayı itibarıyla normalleşme sürecine geçilmesiyle birlikte 30 Haziran tarihinde kısa çalışma ödeneğinin sona ereceği bekleniyordu. Ancak 29 Haziran tarihinde gerçekleşen Cumhurbaşkanlığı Kabine Toplantısı'nın ardından açıklamalarda bulunan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan; kısa çalışma ödeneğinden faydalanma süresini bir ay daha uzattıklarını ifade etti. Erdoğan; "Kısa çalışma ödeneğinin uzatılmasıyla bağlantılı olarak iş feshi sınırlaması ve nakdi ücret desteği de bir ay daha devam edecektir" şeklinde konuştu.

**Kısa çalışma ödeneğinin sona ermesinin ardından işverenler İŞKUR sisteminde işçilere yapılan ödenek tutarı ile kendi kayıtlarını karşılaştırarak gereksiz ödeme tespit ettiğinde bu tutarı iade etmeli.**

Resmi Gazete'de yayınlanan karara göre; 30 Haziran'a kadar kısa çalışma ödeneği başvurusunda bulunan işyerleri için ödeneğin süresi 1 Temmuz'dan itibaren, uygulaması biten işyerleri için uygulamanın bittiği tarihten, uygulaması devam eden işyerleri için ise bitiş tarihinden başlamak üzere bir ay uzatıldı. Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanı Zehra Zümrüt Selçuk da uzatmadan yararlanmak isteyen işverenlerin yeni bir başvuru yapmayacağını ve uzatılan süre için yeni bir uygunluk tespiti yapılmayacağını dile getirdi.

#### **ÖDENEKTEN FAYDALANAN İŞYERLERİ KAYITLARINI KONTROL ETMELİ**

Kısa çalışma ödeneğinin sona ermesi ve normalleşme süreci kapsamında faaliyetlerine dönen işyerlerinin dikkat etmesi gereken birtakım hususlar bulunuyor. Bu hususlardan en önemlisi ise tüm sektörler için Bakanlık tarafından belirlenen işe geri dönüş şartlarının sağlanması. İşyerlerinin normalleşme

kapsamında hijyen kuralları ve sosyal mesafe şartlarını yerine getirerek COVID-19'a karşı riskleri bertaraf etmesi gerekiyor. Uygulamanın sona ermesinin ardından işverenlerin İŞKUR sisteminden işçilere yapılan ödenek tutarı ile kendi kayıtlarını karşılaştırmalarının önemine değinen uzmanlar, gereksiz ödeme tespit edildiğinde bunun iade edilmesi konusunda işverenleri uyarıyor. Uygulama esaslarına göre kısa çalışma ödeneği devam ederken normal faaliyetlerine başlamaya karar veren işverenlerin ise konuyu kurum birimine, varsa işçi sendikasına ve işçilere altı iş gününden önce yazılı olarak bildirmesi gerekiyor. Geç bildirimlerle oluşan gereksiz ödemeler, yasal faizle birlikte işverenden tahsil edilebiliyor.

Uygulama süresi olan üç ayın sonuna gelindiğinde ve ödeneğin kendiliğinden sona ermesi durumunda işveren, sadece çalışanlarına normal çalışma düzenini bildirmekle mükellef oluyor. Ödeneğin uygulama süresi dolmasına rağmen işbaşı yapmayı planlamayan işletmeler için telafi çalışması, yıllık izin kullanılması ya da ücretsiz izin gibi seçenekler gündeme gelebiliyor. Devam edecek olan işten çıkarma yasağı kapsamında, işverenlerin işçilerini ücretsiz izne çıkarma hakkını kullanması da söz konusu olabiliyor. Ücretsiz izin kapsamında işçiler, günlük 39,14 TL nakdi ücret desteğinden faydalanabiliyor.

#### KISA ÇALIŞMA ÖDENEĞİ İSTİSMARININ YAPTIRIMLARI AĞIR

Uygulama sürecinde mevzuata uygun olmayan işlemler yapan işletmelerin, yapılan fazla ödemeleri yasal faizi ile birlikte geri ödeyeceğine değinen uzmanlar; işçi kusurundan kaynaklanan fazla ödemelerin de yasal faizi ile işçiden tahsil edileceğinin altını çiziyor. Ödenekten faydalanılmış olsa dahi müfettiş incelemelerinin başlaması ile işverenlerden puantaj kayıtları, bordrolar, enerji tüketim faturaları, sipariş iptallerine dair yazışmalar gibi bilgi ve belgelerin ibrazı istenebilecek.

Kısa çalışma ödeneğinin istismar edildiği alanlardan biri de işverenin hem ödenekten faydalanıp hem de işçisini normal şartlarda çalıştırmaya devam etmesi alanında yaşanabiliyor. Bu durumda hem İŞKUR mevzuatını hem de SGK mevzuatını ihlal etmiş olan işverenler yaptırımlarla karşılaşabiliyor. Çalışma süresinde azalma olmamasına rağmen kısa çalışma ödeneğine başvurarak uygulamayı istismar eden işyerlerin tespiti durumunda da hem gereksiz ödemelerin yasal faizi ile geri alınması hem de SGK gün ve matrah bildirim talep edilmesi söz konusu olabiliyor. Ayrıca bu tür işletmelere karşı SGK teşviklerinin durdurulmasına kadar birçok yaptırım uygulanabiliyor.



**291 bin +**  
Kısa çalışma ödeneğinden faydalanan işletme sayısı



**3 milyon +**  
Kısa çalışma ödeneğinden faydalanan işçi sayısı



**4,8 milyar TL +**  
Kısa çalışma ödeneği kapsamında yapılan ödemeler

## YENİ İSTİHDAM KALKANI PAKETİ YOLDA

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan; Hazine ve Maliye Bakanlığı ile Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı koordinasyonunda İstihdam Kalkanı Paketi ile ilgili çalışmalar yapıldığını açıkladı. Salgının etkilerini istihdam piyasasında en aza indirmek amacıyla hazırlanan pakette, salgın sürecinde alınan bazı önlemlerin devam ettirilmesi ve yeni önlemlerin de hayata geçirilerek işçilerin, işsizlerin ve işverenlerin desteklenmesi hedefleniyor.

İsten çıkarma yasağının üç ay daha uzatılmasının söz konusu olduğu yeni pakette, işten çıkarmaları durduran yasanın yürürlük süresinin 30 Eylül'e kadar uzatılması bekleniyor. Bu kapsamda iş sözleşmesinin feshi, ahlak ve iyi niyet kurallarına uymayan haller dışında yasaklı olmaya devam edecek. İş dünyasının kısa çalışma ödeneğinin süresinin uzatılması yönündeki yoğun istekleri ile yeni pakette kısa çalışma ödeneği ile ilgili bir model değişikliğine gidileceği düşünülüyor. Yapılacak revizyonlarla tam zamanlı olarak işe geri dönen işçiler için işverenlere üç ay süreyle prim desteği sağlanması, böylece işverenlerin prim yükünün azaltılması da gündemde. Nakdi ücret desteğinin süresinin de İstihdam Kalkanı Paketi kapsamında uzatılması bekleniyor.



## KAYBEDİLEN DESTEĞİ TELAFİ EDEBİLMEK İÇİN PRİM TEŞVİKLERİNDEN FAYDALANMAK GEREKİR

**KISA ÇALIŞMA** uygulamasının zorlayıcı nedenle en fazla 90 gün uygulanabileceğine dikkat çeken PwC Sosyal Güvenlik Hizmetleri Kıdemli Müdürü Erkan Çetin; ödenenin sona ermesiyle birlikte işyerlerinin normal faaliyetine geçiyorsa İSG kurallarına uyararak ve COVID-19 kaynaklı riskleri bertaraf eden önlemler alarak çalışmalarına başlayabileceğine değindi. Uygulama bittikten sonra işverenlerin, İSKUR sisteminden uygulama süresince işçilere yapılan ödenek tutarlarıyla kendi kayıtlarını karşılaştırmaları ve yersiz ödemeleri iade etmelerinin faydalı olacağını vurgulayan Erkan Çetin; "Uygulamanın bitmesiyle kaybedilen desteği telafi edebilmek için prim teşviklerinden de maksimum düzeyde faydalanmak gerekir. "Uygulama sona erdiğinde faaliyetine başlayamamış olan işverenler; emekli olup da çalışan işçileri hariç, 17 Temmuz'a kadar pandemi nedeniyle ücretsiz izin kullanabilir ve işçinin nakdi ücret desteğinden faydalanmasını sağlayabilir. Bu uygulama Cumhurbaşkanlığına uzatılabilir. Bu imkândan da faydalanılamaması halinde işyerinde telafi çalışması yaptırılabilir. Böylelikle çalışanlar ücret kaybı yaşamaz, işveren de ödemiş olduğu ücretin karşılığını ileriki dönemde alır. Yine bu durumda evden çalışma imkanları da araştırılabilir. İş akdinin feshi, son çare olarak düşünülmelidir. Zira 17 Temmuz'a kadar işverence ahlak ve iyi niyet kurallarına aykırı davranışlar dışında fesih yasağı da bulunuyor" dedi.

### İŞVERENLER, ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEMDE BAZI BELGELERİN İBRAZİNIN İSTENECEĞİNİ BİLMELİ

Kısa çalışma ödeneğinin yeni bir uygulama olmadığına ancak COVID-19 nedeniyle yapılan başvurularda ciddi bir yoğunluk olduğuna değinen Çetin; "2019 yılında 50 bini dahi bulmayan kısa çalışma ödeneğinden faydalanan kişi sayısı, 2020 yılı nisan ayında İSKUR istatistiklerine göre 3 milyon 243 bin ve mayıs ayında da 3 milyon 91 bin kişi olmuş. Kısa çalışma ödeneği başvuruları sırasındaki tüm işverenlerin başvuru hakkı olduğu gibi bir algı oluştu. Aslında mevcut mevzuat değişmediği sürece kısa çalışma ödeneğine başvurabilmek için işyerinde zorlayıcı nedenin gerçekleşmesi ve buna bağlı olarak da faaliyetin durması veya haftalık çalışma süresinin en az 1/3 oranında azalması gerekiyor. Bu algının da etkisiyle istismar edilen durumlar oldu. Bu istismarın farklı biçimleri var. Birincisi, kısa çalışma ödeneği şartları oluşmamış olmasına rağmen başvuru yapılması ve ödenek alınması. Su anda özel bir dönemden geçildiği için normal başvuru sürecinin bir parçası olan müfettiş incelemesi, esnetildi ve başvuruların daha kolay işleme alınması sağlandı. Ancak işverenler, bu incelemelerin önümüzdeki dönemde olacağını ve kısa çalışma ödeneğine esas puantaj kayıtları, bordrolar, enerji tüketim faturaları, sipariş iptallerine dair yazışmalar gibi bilgi ve belgelerin ibrazının isteneceğini bilmeliler. Yapılacak inceleme neticesinde yersiz ödenek alındığı tespit edilirse ödenek tutarı yasal faiziyle birlikte geri alınacaktır" şeklinde konuştu.

Bir diğer istismar konusunun da işyerlerinin hem kısa çalışma başvurusu yapıp hem de işçilerini tam zamanlı çalıştırmaya devam etmesi şeklinde olduğuna dikkat çeken Çetin; "Bu durumda İSKUR mevzuatı ve SGK mevzuatı ihlal edilmiş oluyor. Böyle bir durumun tespiti halinde de hem ödenen tutar yasal faiziyle birlikte geri alınacak hem de işçi aslında çalışmış olduğundan, çalışmasına ait günler açısından SGK'ya ek bildirme verilmesi ve bunun sonucunda da idari para cezası, prim aslı, gecikme zammı ve gecikme cezası ödenmek zorunda kalacaktır. Ayrıca prim teşvik ve desteklerinin iptali de gündeme gelebilir" dedi.



**ERKAN ÇETİN**

PwC SOSYAL GÜVENLİK HİZMETLERİ  
KIDEMLİ MÜDÜRÜ

## SUİSTİMAL SINIRLI, BİLGİ EKSİKLİĞİNDEN KAYNAKLANAN PROBLEMLER MEVCUT

**KPMG TÜRKİYE** Sosyal Güvenlik Hizmetleri Direktörü İsmail Sevinç; işyerlerinin tamamen eskisi gibi çalışmaya devam etmeye başladığını ya da COVID-19 öncesindeki çalışma saatlerine dönmese bile, çalışma saatlerini düzenleyerek kaldığı yerden faaliyetine devam ettiğini belirtti.

Kısa çalışma ödeneğinden yararlanan işyerlerinin, yeni dönemde faaliyetlerine haftalık 45 saatin tamamında çalışma olacak şekilde başlamadıysa İSKUR'a mail ile yeni çalışma saatine ilişkin durumu iletmesi ve haftalık çalışılmayacak saat üzerinden oranlama yapılarak İSKUR tarafından çalışanlara kısa çalışma ödeneği ödenmesini sağlaması gerektiğini hatırlatan Sevinç; "Aksi takdirde yersiz ödeme oluşacak ve bu da işverenden yasal faizi ile birlikte talep edilecektir. Kısa çalışma ödeneğinden yararlanıp, işlerin normale dönmesi sebebiyle eski çalışma saatlerine dönen işletmeler, öncelikle İSKUR'a başvurmalıdır. Burada dikkat edilmesi gereken; normal çalışma süresine dönüş tarihinden altı iş günü öncesinde mevcut durumun açıklanması, İSKUR'a dilekçe ile başvurulması ve kısa çalışma ödeneğinin sona erdirileceğinin ifade edilmesidir. Ayrıca kısa çalışmanın sona erdiğine dair çalışanlara da duyuru yapılmalıdır. Diğer taraftan, normal çalışma sürelerine dönüş yapıldığı için çalışanların sigorta gün ve kazançları buna uygun olarak SGK'ya bildirilmelidir" dedi.

Bir işletmenin kısa çalışma ödeneğinden yararlanıp üç aylık sürenin sonunda halen normal çalışma sistemine geçmemesi durumunda 17 Temmuz 2020 tarihinde kadar "Pandemi ücretsiz izin" olarak sigortalıların eksik günlerini bildirmeye devam edebileceğini de aktaran Sevinç; "Bu kapsamda sigortalılar günlük 39,14 TL nakdi ücret desteğinden yararlanabilir. 17 Temmuz tarihine kadarki bu uygulamanın üç ay daha uzatılması yönünde çalışmalar da devam etmektedir. Bu süre sonunda halen işveren faaliyete başlamamış ya da tam zamanlı çalışmaya geçmemiş ise çalışılmayan günleri kısmı ücretsiz izin olarak gösterebilir." şeklinde konuştu.

Sevinç; pandemi sürecinin hemen hemen her işyerini etkilediğini belirterek sözlerine şöyle devam etti: "Bu anlamda suistimalin sınırlı olduğunu düşünüyorum. Diğer taraftan şirketlerin bilgi eksikliğinden kaynaklı olarak problemli alanlar mevcut. Bu alanların müfettiş incelemeleri sırasında ortaya çıkması muhtemeldir. Kısa çalışma ödemeleri bir anlamda İSKUR tarafından avans niteliğinde yapıldığı için, müfettişlerce yersiz yapılan ödemeler tespit edilirse yasal faiziyle işverenden alınması sonucuyla karşılaşacağız. Ayrıca çalışma süresinde azalma olmamasına karşın kısa çalışma ödeneğine başvurmak suretiyle uygulamayı istismar eden işyerlerinin tespiti durumunda hem yersiz ödemelerin yasal faizi ile geri alınması hem de SGK gün ve matrah bildirim talebi edilmesi söz konusu olacak ve SGK teşviklerinin durdurulmasına kadar yaptırımlar uygulanabilecektir. Beklentimiz işverenler açısından sürecin minimum risk ve problemle sonuçlandırılmasıdır."



**İSMAİL SEVİNÇ**

KPMG TÜRKİYE SOSYAL GÜVENLİK  
HİZMETLERİ DİREKTÖRÜ

## İŞVERENLER NAKDİ ÜCRET DESTEĞİ UYGULAMASINDAN YARARLANABİLİR

**PKF İNSAN** Kaynakları ve Bordrolama Dan. Hiz. A.S. Yönetici Ortağı Servet Kaba; alınan karantina tedbirlerinden sonra yeni normale uyum çerçevesinde 1 Haziran'dan itibaren önemli adımlar atıldığını ve bu kapsamda faaliyeti geçici olarak durdurulan işyerlerinin açılmaya başladığını, idari izinde bulunan veya esnek çalışma sistemi ile çalışan kamu personelinin mesaiye çağrıldığını hatırlattı.

İşletmeler açısından pandemi sürecinde yeni normalde değerlendirilen Kaba; "Virüsün bulaşma hızını azaltmak ve işçilerin güvenli bir şekilde işe dönmelerini sağlamak için önleyici tedbirler alınması gereklidir. Uzaktan çalışmaya devam edebilecek olan işçiler evden çalışmalı, vardiyalı çalışma gibi esnek çalışma saatleri işyerinde yığılmayı sınırlandırmak için değerlendirilmelidir" şeklinde konuştu.

### BEYAN KOLAYLIĞINI SUİSTİMAL EDEN İŞVERENLER DAHA BÜYÜK FATURALARLA KARŞI KARŞIYA KALABİLİR

Servet Kaba; kısa çalışma ödeneğinden yararlanan işyerlerinin normal çalışmaya geçmeleri halinde İŞKUR Hizmet Merkezi'ne kısa çalışmaya son verdiklerine dair bildirimde bulunmak zorunda olduklarını ifade etti. Kaba; Kısa Çalışma ve Kısa Çalışma Ödeneği Hakkında Yönetmelik'in "Kısa çalışmanın erken sona ermesi" başlıklı 9. maddesinde "İşveren, ilan ettiği süreden önce, normal faaliyetine başlamaya karar vermesi halinde durumu; kurum birimine, varsa toplu iş sözleşmesi tarafı sendikaya ve işçilere altı işgünü önce yazılı olarak bildirmek zorundadır. Bildirimde belirtilen tarih itibarıyla kısa çalışma sona erer." hükmü bulunduğunu hatırlatarak; "İşverenin, kısa çalışma uygulaması devam ederken, normal faaliyetine başlamaya karar vermesi durumunda altı iş günü ile sınırlı bildirim süresine dikkat etmesi gerekmektedir. Aksi takdirde geç bildirimle ilişkin oluşan yersiz ödemeler olursa, yasal faiziyle birlikte işverenden tahsil edilebilecektir" dedi.

Kısa çalışma için öngörülen üç aylık sürenin dolmasıyla birlikte işverenlerin nakdi ücret desteği uygulamasından yararlanabileceğini belirten Kaba; "Nakdi ücret desteği başvuruları, takip eden ayın üçüncüne kadar SGK İşveren Sistemi üzerinden yapılacak olup ödemeler ücret desteği istenen her gün için 39,24 TL olarak ayın sekizinde gerçekleştirilecektir. Bunun dışında yine, normalleşme sürecinde istihdamın desteklenmesi için oluşturulan İstihdam Kalkanı Paketi ile fesih yasağının uzatılmasından ilave istihdam desteğine, kısmi zamanlı çalışmadan genç istihdam desteğine kadar çok sayıda önemli düzenleme getirilmesi planlanmaktadır" şeklinde konuştu.

Kısa çalışmanın bildiriminde tamamen işçiyi ve işvereni korumak amacıyla getirilen beyan kolaylığını suistimal eden işverenlerin, daha sonra büyük faturalar ile karşı karşıya kalabileceğini ifade eden Kaba; Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı iş müfettişlerinin pandemi sürecinin ardından kısa çalışma uygulaması yapılan iş yerlerine yönelik incelemelerde bulunabileceğini ve kasıtlı şekilde yanlış bilgi verildiğinin tespit edilmesi halinde yapılmış olan kısa çalışma ödemelerini işverenden faiziyle tahsil edilebileceğini belirtti. Kaba; SGK yönünden değerlendirildiğinde de işçilerin sigorta primlerinin gecikme faiziyle birlikte Sosyal Güvenlik Kurumu'nca tahsil edilebileceğini ve bu işverenlerin, 2020 yılında işçi başına aylık 75 TL tutarındaki asgari ücret desteğinden yararlanma hakkını kaybedebileceğini de söyledi.



**SERVET KABA**

PKF İNSAN KAYNAKLARI VE BORDROLAMA DAN. HİZ. A.S. YÖNETİCİ ORTAĞI

## YERSİZ ÖDEMELER, İLGİLİ MEVZUAT KAPSAMINDA İADE EDİLİR

**ÜLKE OLARAK** ilk defa salgın riskine dayalı bir ekonomik sıkıntı yaşanıldığına değinen İstinye Üniversitesi Öğretim Üyesi ve RK Danışmanlık Yönetici Ortağı Doç. Dr. Resul Kurt; kısa çalışma ödeneğinin genel ekonomik, sektörel, bölgesel kriz veya zorlayıcı sebeplerle işyerindeki haftalık çalışma sürelerinin geçici olarak en az üçte bir oranında azaltılması veya süreklilik koşulu aranmaksızın işyerinde faaliyetin tamamen veya kısmen en az dört hafta süreyle durdurulması hallerinde, üç ayı aşmamak üzere sigortalılara çalışmadıkları dönem için gelir desteği sağlayan bir uygulama olduğunu belirtti. Kısa çalışmanın işverene sağlanan bir tesvik olmayıp, ödemelerin doğrudan çalışanlara yapıldığına değinen Kurt; bu kapsamda işçilere kısa çalışma ödeneği ödenmesi ile Genel Sağlık Sigortası primi ödenmesi hizmetlerinin sağlandığına işaret etti.

Kısa çalışma süresinin sona ermesiyle birlikte işletmelerin yeni normalde çalışmaya başlamasının söz konusu olacağını söyleyen Kurt; "Bu süreçte hem çalışanlara hem de işverenlere yeni normal kapsamında hijyen kuralları ile sosyal mesafe şartlarının sağlanmasına ilişkin önemli yükümlülükler doğuyor. İşyerlerinde uygulanan kısa çalışma uygulamasının sona ermesi iki farklı şekilde olmaktadır. Birinci yöntem; uygulama süresi olan üç ayın sonunda ödeneğin kendiliğinden sona ermesi, bu noktada işveren sadece çalışanlarına doğal olarak normal çalışma düzenini bildirmekle yükümlüdür. İkinci yöntem ise işletmelerin üç aylık sürenin bitmesini beklemeden, kısa çalışma uygulamasını sonlandırarak normal çalışma düzenine dönmesidir. İşveren, ilan ettiği



**DOÇ. DR. RESUL KURT**

İSTİNYE ÜNİVERSİTESİ ÖĞRETİM ÜYESİ VE RK DANIŞMANLIK YÖNETİCİ ORTAĞI

süreden önce normal faaliyetine başlamaya karar vermesi halinde durumu; kurum birimine, varsa toplu iş sözleşmesi tarafı işçi sendikasına ve işçilere altı iş günü öncesinden yazılı olarak bildirmek zorundadır. Bildirimde belirtilen tarih itibarıyla kısa çalışma sona erer. Geç bildirimlere ilişkin oluşan yersiz ödemeler, ilgili mevzuat kapsamında iade edilir" dedi.

Kısa çalışma uygulamasına ilişkin üç aylık süre sona erdiğinde ve bir uzatma olmaması halinde, işbaşı yapmayı düşünmeyen şirketler için telafi çalışması, yıllık izin kullanılması ve ücretsiz izin gibi seçeneklerin gündeme gelebileceğini belirten Kurt; ödenekten faydalanan işletmelerde bu süreçte farkında olarak veya olmayarak mevzuata uygun olmayan işlemler yapılmış olabileceğinin altını çizdi. Resul Kurt, konuyla ilgili yaptığı açıklamada; "Ekonominin çarklarının dönebilmemesi için her zaman işverene ve çalışana güvenmek gerekir, işletmeler ciddi yükler taşımaktadır. Dolayısıyla bu süreçte münferit örneklerin varlığı süreci olumsuz etkilememelidir. İşverenin hatalı bilgi ve belge vermesi nedeniyle yapılan fazla ödemeler, yasal faizi ile birlikte işverenden, işçinin kusurundan kaynaklanan fazla ödemeler ise yasal faizi ile birlikte işçiden tahsil edilir" şeklinde konuştu.

**CANDAS İPEK**  
İPEK CANDAŞ TEKSTİL - İPEK CANDAŞ

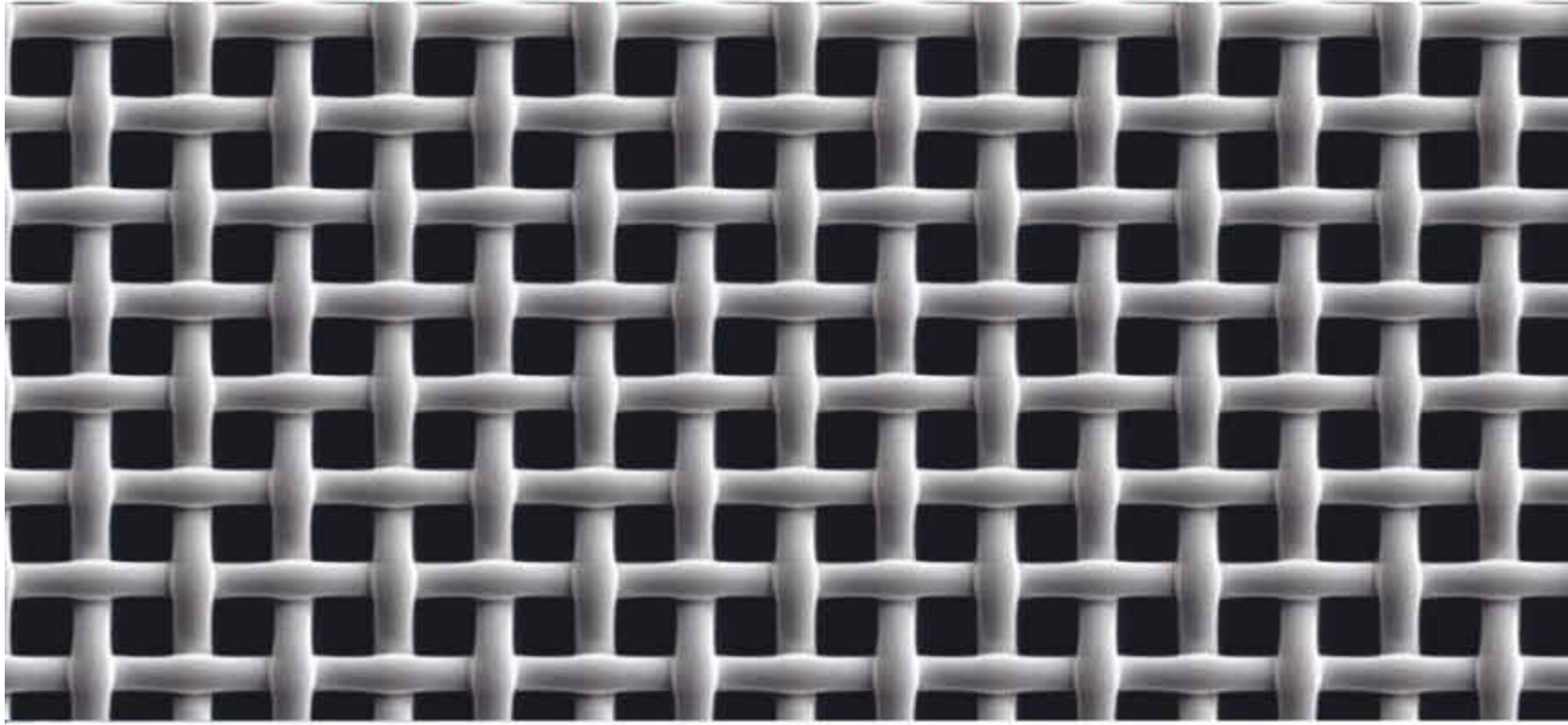
## Polyester Screen Mesh İpek Elek Bezi

[www.candasipek.com](http://www.candasipek.com)

[www.candasipek.com](http://www.candasipek.com)

[www.candasipek.com](http://www.candasipek.com)

[www.candasipek.com](http://www.candasipek.com)



[www.candasipek.com](http://www.candasipek.com)

[www.candasipek.com](http://www.candasipek.com)

[www.candasipek.com](http://www.candasipek.com)

[www.candasipek.com](http://www.candasipek.com)

## Nickel Rotary Screen Rotasyon Baskı Şablonu

Yeni Yalova Yolu Buttım Is Merkezi C-Blok 5 Kat No:5150  
Osmangazi / Bursa / Turkey

Phone : +90(224) 211 08 08 - +90(224) 211 08 09

Fax : +90(224) 211 08 10

[ipekcandas@gmail.com](mailto:ipekcandas@gmail.com) - [candas@candas.com.tr](mailto:candas@candas.com.tr)  
[www.candasipek.com](http://www.candasipek.com) - [www.candas.com.tr](http://www.candas.com.tr)

**BÜNYAMİN AYDIN**

# Kültür ve konforla harmanlanan lüks sokak modası



RÖPORTAJ:  
**BURCU  
BATUR**

Türkiye’de sneaker tasarımında global iş birlikleri yapan ilk Türk tasarımcı olarak pandemi döneminde kendi deneyimlerini gençlere aktarmak istediğini belirten moda tasarımcısı Bünyamin Aydın; “Bizim kültürümüze, özellikle sokak giyim kültürü alanında sahip çıkan bir tasarımcı yoktu. Ben de 9 yıl önce bu boşluğu öngörüp sahiplendim. Les Benjamins; yeni nesil Türk gençlerine ümit ve güç veriyor, bunu görüyorum” dedi.



**YENİ** nesil tüketicilerle son yıllarda yükselişe geçen ve yüksek moda markalarını dahi reforma yöneltten sokak modası ve athleisure trendinin Türkiye’deki öncü temsilcilerinden Bünyamin Aydın, sneaker tasarımında global iş birlikleri yapan ilk tasarımcı olarak gençlere de rol model oluyor.

**Yeni normalleşme süreciyle dijitalleşmenin daha da öne çıktığı bir dünya düzenine adapte olurken, sosyal izolasyon sonrası lüks streetwear markanız Les Benjamins ile ilgili yeni projeleriniz nelerdir? Türk kadın cycling şampiyonu ve başarılı kadın atletleri kampanya yüzü yaptığınız, Seoul’dan Busan’a cycling deneyiminden ilhamla hazırladığınız SS20 koleksiyonunuzdan ve silüetlerden bahseder misiniz?**

Bu sezon ilham kaynağım Seul’dan Busan’a uzayan cycling yolculuğu. Doğu ve cycling sporu sentezlenerek aslında ortaya çok gerçek bir hikâye çıkıyor. Minimal detaylar ve sokak kültüründen gelen silüetler ile harmanlanmış bir koleksiyon. Nane ve pembe renkleri bu sezonun ana renkleri

ve özellikle reflektörlü detaylar gibi kontrast kumaşlar, Les Benjamins’in İlkbahar-Yaz 2020 koleksiyonunu çok farklı kılıyor. Les Benjamins’in yeni dünyaya adapte olması oldukça hızlı ve basit oldu. ‘Millennial’ jenerasyonuna hitap eden bir markayız ve genç nesil bizim topluluğumuzun parçası olduğu için doğal bir geçiş oldu. Topluluğumuzu adım adım büyütme aşlında en büyük çabamız. Dijitalizasyon ile birlikte biz de yeni web sitemizi geliştiriyoruz ve dünya pazarında daha güçlü sunum yapabilmek adına özel projeler geliştiriyoruz. Les Benjamins’in yeni web sitesi hem topluluğumuz ve hem de global pazar için çok önemli bir öncü hamle olacak. Dijital bir Les Benjamins bayrak mağazası açma hazırlığındayız.

**Köklü geçmişleri ve klasikleşmiş marka kimlikleriyle lüks moda evlerinin son yıllarda kreatif direktörlük görevine streetwear tasarımlar yapan tasarımcıları alması popülerleşti. Clare Waight Keller ile yollarını ayıran Givenchy’nin, bu kez lüks sokak giyim markası Alyxstudio’nun kurucusu Matthew Williams**



ile anlaşması da eleştiriye uğradı. **Streetwear tasarımcısı olarak, yüksek moda markalarının bu ters köşe iş birliklerini markanın DNA'sını bozmak mı, markaya yeni bir soluk olarak mı yorumluyorsunuz?**

Aslında DNA'larımı yeniden yorumluyorlar. Matthew Williams'ın Givenchy'e geçiyor olması, sokak giyim topluluğunun bir üyesi olarak geçmiş olması beni oldukça çok sevindiriyor. Yeni nesil zevk sahibi gençler bu moda evlerinde bizi görmek istiyor. Çünkü biz onları çok iyi anlıyoruz.

**COVID-19 pandemisiyle mücadeleye destek kapsamında çıkarttığınız "Stay Home Stay Cozy" eşofman kapsül koleksiyonunuz evde kalmaya teşvik için sosyal medyanın da etkisiyle ilgi çekti. Sosyal izolasyon dönemini verimli geçiren tasarımcılardan biri olarak, bir yardım kampanyasına da dönüşen projenizden bahsedebilir misiniz?**

Tabii ki, ben ilk tasarıma başladığımda bunu Çin ve İtalya için yapmıştım. Ancak zamanla pandemi Türkiye'ye de sıçradı ve ortağım Fethi Sabancı Kamışlı

ile ortak karar alarak bu koleksiyondan elde ettiğimiz gelirden yapılacak bağışı kendi ülkemize yapmaya karar kıldık. Tasarlamış olduğum koleksiyon ve Les Benjamins ile hızlı bir şekilde genç nesle evde kal mesajı vererek çok güzel bir sosyal akım yaratmış olduk.

**Türkiye'yi sokak modasına yönlendiren ve başarısını Milano ve Paris moda haftalarındaki uluslararası platforma taşıyan genç bir tasarımcı olarak; her biri ayrı bir hikâye**



**Nane ve pembe renkleri bu sezonun ana renkleri ve özellikle reflektörlü detaylar gibi kontrast kumaşlar Les Benjamins'in İlkbahar-Yaz 2020 koleksiyonunu çok farklı kılıyor.**

**anlatan, her motifin bir anlamı olduğu ve Anadolu kadınının duygularını yansıttığı halıları sunularınızda fonda kullanmanızdaki neden nedir?**

Almanya'da doğmuş bir Türk'üm. Doğu kültürlerine aşık bir insanım. Halı, Doğu kültürünün en samimi ve pozitif enerji veren simgesi.

Bunu sahiplendim. Valentino'nun kamuflajı var ise Les Benjamins'in de halı deseni var. Bizim kültürümüze, özellikle sokak giyim kültürü alanında sahip çıkan bir tasarımcı yoktu. Ben de 9 yıl önce bu boşluğu öngörüp sahiplendim.

Les Benjamins; yeni nesil Türk gençlerine ümit ve güç veriyor, bunu görüyorum. Yeni nesil Türk gençlerinin kritik değil, yaratıcı olmasını diliyorum ve bunun için elimden geldiğince mentorluk veriyorum. Bana herkes çok kolay bir şekilde Instagram DM'den ulaşabilir. El uzatmak lazım. Gençleri doğru yönlendirmek imkânına sahip olmak, onlarla iletişim kurmak beni çok mutlu ediyor.



**Yeni nesil Türk gençlerinin kritik değil, yaratıcı olmasını diliyorum ve bunun için elimden geldiğince mentorluk veriyorum.**

bir paylaşımcı dünya inşa edebilmek bence en önemli konulardan biri ve Les Benjamins'in ana misyonlarından biri de zaten her zaman budur.

**Konforla kültürün harmanını yaptığınız tasarımlarınızda, Nike ve Puma ile sneaker iş birlikleri de yaparken, Bünyamin Aydın X Adidas Superstar ile 50. yılını kutlayan ikonik sneaker projeniz nedir?**

Pandemi döneminde hepimiz evlere kapandık. Türkiye'de sneaker tasarımında global iş birlikleri yapan ilk Türk tasarımcı olarak kendi deneyimlerimi gençlere aktarmak istedim. Michael Jordan'ın belgeseli çıktığında özel koleksiyonumda olan üç adet Air Jordan 1'i gençlere hediye etmek için bir sneaker tasarımı yarışması organize ettim. 500'den fazla tasarım başvurusu oldu ve Türk sneaker tasarım yarışması olarak rekor kırdı. Aslında yaptığım; gençlere umut, güç ve ilham vermek. Çok samimi ve gerçek olmak önemli.

**Son yıllarda Y kuşağı olarak tanımlanan Millennial jenerasyonun da artan ilgisiyle; limitli sayıda çıkan, customized ve marka iş birlikleriyle güçlenen sokak modasının demirbaşına dönüşen sneaker sektörünün ülkemizde ve dünyada geleceğini nasıl yorumluyorsunuz?** Ülkemizde sneaker topluluğumuz maalesef daha çok küçük. Benim Nike, Puma ve Adidas sneaker tasarımı projelerim bu topluluğu bir araya getiriyor. Şu an iki bine yakın gerçek sneaker koleksiyonu yapan insan olduğunu düşünüyorum. Bu iki bin kişiyi sağlıklı bir şekilde büyütme önemli. Sneaker kültürü oldukça güçlü.

**Dünyada adeta bir domino efekti yaratan ve insanlık tarihinin kökleşmiş sorunlarından biri olan siyahilere karşı ırkçılığa baskaldırı olarak başlayan "Black Lives Matter" hareketi, moda dünyasında da yankı buluyor. Birçok moda markası ve tasarımcı bu toplumsal harekete sosyal medyadan desteğini açıklarken, siyahi ve diğer azınlıkları ucuz işçi olarak çalıştıran bazı markaların desteği suni olarak algılanıyor. Vogue dergisinin 32 yıllık baş editörü Anna Wintour dahi çalışanları tarafından ırkçılık suçlamasına maruz kalırken, bu hareketin moda dünyasında hangi noktaya geleceğini öngörüyorsunuz?**

Bence toplumsal hareketler çok hassas konular. Biz Les Benjamins olarak ve ben Bünyamin Aydın olarak herkesin özgür olduğu, ırkçılığın olmadığı bir dünyada yaşamayı diliyoruz. Marka projesi yapmak yanlış olabilir, çünkü çok suni durabilir. O yüzden biz de Les Benjamins olarak kendi topluluğumuzu bilinçlendirebilmek adına sosyal medya kanalımızı kullandık. Gençleri doğru düşünmeye sevk etmek ve pozitif





DISCOVER ITS DIFFERENCES

FARKLARINI KEŞFEDİN

PASHA

YouTube Instagram LinkedIn Twitter Facebook /effeendustri



FOR THOSE WHO PREFER THE BEST

EN İYİYİ TERCİH EDENLER İÇİN

## GOOD TO BEST

We have gathered all essential specifications that a stenter machine must have, on It. 20 years of knowledge, experienced personnel, user friendly solutions and efficient working conditions come together and new trend is set.

## İYİDEN MÜKEMMELE

Bir ram makinesinde olması gerektiğini düşündüğümüz her şeyi O'nda topladık. 20 yıllık tecrübe, deneyimli kadro, kullanıcı dostu çözümler, verimli çalışma koşulları bir araya geldi ve yeni trend 3. nesil makinede toplandı.

[www.stentermachine.com](http://www.stentermachine.com)  
[www.stenterframe.com](http://www.stenterframe.com)  
[www.rammakinesi.com](http://www.rammakinesi.com)

[info@effeendustri.com](mailto:info@effeendustri.com)  
[www.effeendustri.com](http://www.effeendustri.com)

+90 212 886 5533  
+90 212 671 8520





**TEKSTİL VE HAZIR GİYİM MARKALARI YENİ STRATEJİLERİYLE**

# NORMALLEŞME SÜRECİNE HAZIR

COVID-19 salgınının en fazla etkilediği sektörlerden biri olan tekstil ve hazır giyim sektörü, haziran ayında başlayan normalleşme süreci kapsamında mağazalarını açtı. Yeniden müşterileri ile buluşan markalar; bu süreçte belirledikleri stratejiler ile salgının yaralarını hızla sarmaya hazırlanıyor. Beymen, İpekyol, Twist, Machka, Levi's, Gizia, Gürmen Group ve Hemington'a salgın sonrası hedef ve planlarını sorduk.



**K**ORONAVİRÜS salgını tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de perakende sektörüne zarar verdi. Virüsün yayılımını engellemek üzere kapatılan mağazalar ve alışveriş merkezleri nedeniyle birçok sektörde daralma yaşanırken tekstil ve hazır giyim, bu sektörlerin başında geldi.

Salgının Türkiye’de ortaya çıktığı mart ayından bu yana birçok tedbirin uygulandığı dönemde kapalı kalan mağazalar, 11 Mayıs’ta açılan alışveriş merkezleri ve 1 Haziran itibarıyla geçilen normalleşme süreci ile yeniden müşterileriyle buluşmaya başladı. Normalleşme sürecinin başlangıcında tekstil ve hazır giyim markalarının önemli bir kısmı tüketici davranışları nedeniyle birtakım endişeler yaşadı.

## Değişen müşteri alışkanlıklarını da gözlemleyen markalar, tüketicilerin son derece dikkatli ve önlemlere uygun şekilde hareket ettiğini belirtiyor.

Koronavirüs salgını ile daralan ekonomi, tüketicileri harcama yapma noktasında farklı davranışlar sergilemeye itti. Yapılan araştırmalar tüketicilerin yarısından çoğunun salgın sonrasında harcamalarını kontrol altında tutmaya çalıştığını ve tasarruf yapma eğilimi içerisinde olduğunu ortaya koyuyor.

Alışveriş tercihlerinde ise insanlar online platformları tercih etmeye başladı. We are Social’ın verilerine göre; internet kullanıcıları arasında online alışveriş sitelerinden alışveriş yapanların oranı yüzde 63’e ulaştı. Mecburiyet ve yeni dönem şartları nedeniyle neredeyse tüm ihtiyaçlarını online olarak karşılayabilir durumdaki tüketicilerin, normalleşme sürecinde de fiziki mağazalara karşı tedbirli olacağı öngörüldü. Beymen, İpekyol, Twist, Machka, Levi’s, Gizia, Gürmen Group ve Hemington; yeni dönem için aldıkları önlemleri, belirledikleri stratejileri Hedef Dergisi’ne anlattı.

### MARKALAR TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINI TAKİBE ALDI

Normalleşme sürecinde mağazalar Sağlık Bakanlığı’nca belirlenen önlemler doğrultusunda faaliyete başladı. Maske kullanımı ve mağazalarda sosyal mesafe hatırlatıcı yer işaretlerinden kasa görevlilerini korumak amacıyla ayırıcı bir paravan yapılmasına kadar çok geniş çerçevede önlemler alındı. Çünkü yapılan araştırmalar; tüketicilerin kendilerini güvende hissetmemeleri nedeniyle mağazalara gitmemeyi tercih ettiğini ortaya koyuyor. Değişen müşteri alışkanlıklarını da gözlemleyen markalar, tüketicilerin son derece dikkatli ve önlemlere uygun şekilde hareket ettiğini belirtiyor. Online alışveriş ve aylar sonra dışarı çıkılması gibi nedenlerden ötürü müşteri profilinin değiştiğini dile getiren markalar; artık ürün kalitesi ve kumaş içeriğine karşı daha fazla duyarlılık gösteren bir tüketici kitlesi ile karşılaştıklarını ifade ediyor. Tekstil ve hazır giyim tüketicilerinin zamansız olarak tabir edilen, her dönemin modası olabilecek tarzdaki ürünleri tercih etmeye başlaması da göze çarpan değişiklikler arasında. Hızlı tüketim alışkanlıklarının önümüzdeki süreçte yavaşlaması bekleniyor.

### DİJİTALLEŞME YENİ STRATEJİLER ARASINDA YER ALACAK

Pandemi sürecinde online satışların artması ile ortaya çıkan teknolojik gerekliliğin öneminden bahseden markalar, yeni döneme ilişkin stratejilerini belirlerken dijitalleşme çalışmalarına ağırlık vermeyi



planlıyor. Markaların yeni stratejileri arasında cadde mağazalarına yönelim de bulunuyor. Tüketicilerin önümüzdeki süreçte kapalı alışveriş merkezleri yerine açık havada, cadde mağazalarını tercih edeceği öngörülüyor. Markalar, yalnızca satış odaklı stratejiler değil; iletişim odaklı stratejiler de belirliyor. Pandemi sürecinde sosyal medya ve diğer online platformları üzerinden müşterileri ile iletişime ağırlık veren markalar, yeni dönemde de gündelik hayata dair içeriklerle müşteri ilişkilerini devam ettirecek gibi görünüyor. Mağaza içi ve online alışverişe yönelik kampanyalar da markaların yeni stratejilerinde yerini bulacak. E-ticaret kanallarını güçlendirerek bu alandaki satış ve pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmesi; önümüzdeki süreçte markaların yaygın olarak izleyeceği stratejiler arasında yer alacak gibi görünüyor.

**BİRLEŞMİŞ MARKALAR DERNEĞİ'NDEN YENİ HAMLE**  
Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) üyesi markalar, 18 Mart itibarıyla kapattıkları Türkiye genelindeki 70 bin mağazayı öncelikle caddelerde ve alışveriş merkezlerinde, haziran ayı itibarıyla da ülke genelinde açtı. BMD, yeni dönemde sosyal mesafe uygulaması nedeniyle mağazalarda müşteri sayısının düşeceğini, daha az ürün ve model sunulacağını, cirolarda düşüş görüleceğini açıkladı. Salgın döneminde markalardan ilk defa online alışveriş yapanların oranının yüzde 37,4 arttığını belirten BMD Başkanı Sinan Öncel; perakende alanında dengelerin değiştiğini, e-ticarette beş yıl sonrasının hedeflerini, 2021 yılında yakalayabileceklerini ifade etti. Hazır giyim kategorisinde salgın boyunca pijama, eşofman altı, gecelik, tişört ve tayt gibi ürünlerin online satışını en fazla artıran ürünler olduğunu da vurgulayan Öncel; BMD olarak başlattıkları yeni kampanyaya dair de bilgi verdi.

“İhtiyacını erteleme ekonomiye sahip çık” kampanyası ile markalar, piyasayı canlandırmayı

**%63**

**Türkiye’de internet kullanıcıları arasında online alışveriş yapanların oranı**

**%37**

**Salgın döneminde markalardan ilk kez online alışveriş yapanların oranındaki artış**

## Markalar, yalnızca satış odaklı stratejiler değil; iletişim odaklı stratejiler de belirliyor.

hedefliyor. Yaklaşık üç ayın ardından mağazalarını açmanın ve müşteri ile buluşmanın heyecanını yaşadıklarını belirten Öncel; “Ertelenen her ihtiyaç bir mağazanın kapanması, bir insanımızın işsiz kalması anlamına geleceği için insanlarımızı bu kampanya ile çağırda bulunuyoruz. Tüketicuyu çarkların dönmesi noktasında harekete davet ediyoruz. Perakendenin birçok kategorisinde cirolar geçen yıla kıyasla yüzde 25-35 düzeyinde bulunuyor” dedi.

### ABD’DE DE TÜKETİCİLER TEMKİNLİ

KPMG, ABD’de bin tüketici ile yaptığı anketle COVID-19’ın günlük yaşama etkilerini araştırdı. Araştırmaya katılan tüketicilerin neredeyse tamamı aşı bulunmadan COVID-19 öncesi rutinine dönmeyeceğini söylerken yüzde 12’si harcamalarının asla eskisi gibi olmayacağını düşünüyor. Salgın sürecinde giyim, ayakkabı ve aksesuar harcamalarının azaldığını söyleyenlerin oranı ise yüzde 46.

Araştırma sonuçlarını değerlendiren KPMG Türkiye Tüketici Ürünleri ve Perakende Sektör Lideri Emrah Akın; COVID-19’un etkisini en fazla hisseden sektörlerden birinin perakende sektörü olduğunu ve salgının tüketicilerin nerede, nasıl harcama yapacağını belirleyen kalıcı değişimlere neden olduğunu ifade etti. Akın; işletmelerin tüketicileri etkilemek için sağlık tedbirlerini önceliklendiren değişiklikler yapmaları gerektiğini belirterek; “Perakende sektörü, tüketicinin güvenini kazanmak için zor bir dönemden geçiyor. Ancak sektörleri şekillendiren her yıkıcı olayda olduğu gibi yeniliklerde de fırsatlar var. Yeniliklerden fırsat yaratmak için tüketiciye yakın olmak, değişimin sinyallerini doğru okumak ve işletmeleri yeni normalde müşteriyle buluşturacak şekilde dönüştürmek bu işin anahtarı” diye konuştu.



## DİJİTAL YATIRIMLARIMIZ ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEMDE ARTARAK DEVAM EDECEK

**ÖNCELİKLE** Türkiye genelindeki caddelerde yer alan mağazalarını 12 Mayıs'ta açtıklarını, 20 Mayıs'ta altı Beymen AVM mağazasının açılışının ardından, 1 Haziran itibarıyla da tüm mağazalarında müşterilerine hizmet vermeye başladıklarını belirten Beymen Grup CEO'su Elif Çapcı, COVID-19 ile ilgili haberlerin dünya kamuoyuna yansıdığı ilk günden bu yana tüm uyarıları dikkate alarak ve uygulayarak çalıştıklarını söyledi. Çapcı, "Yeniden birlikte olmanın heyecanını yaşadığımız bugünlerde müşterilerimiz bazı mağazalarımızda isterlerse AVM girişine ek olarak özel VIP girişimizi kullanılabilecekler" dedi.

Yeni dönemde müşteriler ve çalışanlar için pek çok sağlık ve güvenlik önlemi aldıklarını belirten Elif Çapcı, "Düzenli sağlık kontrolünden geçen ve her gün ateşleri ölçülen ekiplerimiz, kişisel koruyucu ekipmanları ile sosyal mesafe kurallarına uygun şekilde müşterilerimize hizmet veriyor. Mağazalarımız, uluslararası standartlardaki ekolojik ürünlerle rutin olarak hem gün içinde hem de kapanış sonrasında dezenfekte ediliyor" şeklinde konuştu. Deneme kabinlerinde de her kullanım öncesi dezenfekte işlemi uygulandığını, denenmiş ürünlerin hijyen koşulları gereği mağazalarında hazırlanan özel alanlarda bekletildikten ve yoğun buharlı ütüleme işlemi yapıldıktan sonra ertesi gün yeniden servise sunulduğunu dile getiren Çapcı; "Ürün değişim hizmeti mağazalarımızda belirtilen özel alanlarda gerçekleştiriliyor. İade ürünler, özel alanda bekletilip dezenfekte edildikten sonra reyona yeniden çıkarılıyor. Ödemeler için temassız ödeme veya uzaktan ödeme seçenekleri sunuyoruz" dedi.

### ÜRÜNLERİ DİJİTAL OLARAK KEŞFEDEREK, SATIN ALABİLİRLER

Yeni dönemde yeni servisleri hayata geçirdiklerinin altını çizen Elif Çapcı, "Mağazalarımızda özel alışveriş deneyimi yaşamak isteyen müşterilerimiz, randevulu özel alışveriş için Beymen Özel Müşteri İlişkileri hattımızı veya satış danışmanlarını arayarak özel randevu alabilir, tercihleri doğrultusunda hazırlanan ürünleri beklemeden keşfedebilir" şeklinde konuştu. Alışveriş keyfini mağaza dışında yaşamak isteyen ve evden çıkmak için henüz erken olduğunu düşünen müşterileri için de Beymen Danışmanım servisini hayata geçirdiklerini ifade eden Çapcı; müşterilerin diledikleri stil danışmanlarıyla birlikte, tarzlarına uygun ürünleri dijital olarak keşfederek, satın alabildiklerini ifade etti.

VIP ve Platinum müşterilerinin diledikleri gün ve saatte kendileri için hazırlanan koleksiyon seçkisini evlerinin ya da ofislerinin konforunda deneyimleme ayrıcalığına sahip olacaklarını belirten Çapcı; "İster mağazalara gelerek ister evlerinden alışveriş yapan müşteriler için temassız veya uzaktan ödeme seçenekleri sunuyoruz" dedi.

Son yıllarda dijitalleşmenin grup olarak öncelikli konuları arasında yer aldığına da değinen Elif Çapcı, "Pandemi döneminde alışverişlerin e-ticarete yönelmesi, doğru yolda ilerlediğimizi bize bir kez daha göstermiş oldu. Beymen.com'un Nisan ayı sipariş hacmi yüzde 245 artarken, yeni müşteri sayısı yaklaşık yüzde 80 artış gösterdi. Yıllardır mağazalarımızda müşterilerimize sunduğumuz kusursuz alışveriş deneyimini, dijital kanallarımızda da müşterilerimize en iyi şekilde sunabilmek için omnichannel uygulamalarımıza büyük yatırımlar yaptık. Dijital yatırımlarımız grup olarak önümüzdeki dönemde artarak devam edecek" şeklinde konuştu.



**ELİF ÇAPCI**  
BEYMEN GRUP CEO'SU

## ÖNCELİĞİMİZ; GÜVENLİ BİR ALIŞVERİŞ DENEYİMİ YAŞATMAK

**LEVI'S GENEL** merkezini yer aldığı San Francisco Kaliforniya'da karantinanın 11. haftasının ortasında oldukları sırada bir açıklama yapan Levi's Pazarlama Şefi Jennifer Say; dünya genelinde mağazalarının tekrar açılmaya başladığını belirterek zor bir süreçten geçilen son birkaç ayda, tüketicileri neselendirmeye çalıştıkları canlı müzik ve röportaj gibi online uygulamalarından bahsetti. Bu süreçte çok çalışarak yeni ürünler sunmak adına ortakları ve iş birlikçileri ile kısa sürede tükenen koleksiyonlar hazırladıklarını belirten Say; dijital ortamdaki bağlı sürdürmeye devam ederken bir sonraki adımı atarak mağazalarını açtıklarını söyledi. Almanya'daki mağazalarında müşterilerinin sıralar oluşturmaya başladığını, Çin ve Japonya'da ise belirli bir düzen içerisinde, aşamalı olarak alışverişe geri döndüğünü ifade eden Say; "ABD'de de benzer bir sürecin yaşandığını gözlemliyoruz. Tüm mağazalarımızda, dünya genelinde önerilen sosyal mesafe ve hijyen kurallarına bağlı kalıyoruz. Güvenli bir ortam sunmak adına tüm çalışanlarımızın gün boyu maske ve eldiven takmalarını sağlıyor, müşterilerimizden de aynı özeni göstermelerini rica ediyoruz.

Mağazalarımızın sık kullanılan bölümlerinde derinlemesine temizlik yapılmasının yanında, deneme kabinleri de her kullanımdan sonra titizlikle dezenfekte ediliyor. Mağazalarımızın bulunduğu bölgelerdeki yönergelere uygun biçimde, aynı anda alışveriş yapacak kişi sayısına birtakım sınırlamalar getirdik.

Denenen tüm ürünleri, tekrar reyona yerleştirmeden önce 24 saat karantina altına alıyoruz. Müşterilerimize güvenli bir alışveriş deneyimi yaşatmayı önceliğimiz haline getirdik" dedi.

Çalışanlarına da aynı ilgi ve özenle yaklaştıklarını, kendini iyi hissetmeyen personeli evinde kalması yönünde teşvik ettiklerini belirten Jennifer Say; güvende olmak ve para kazanmak arasında seçim yapmalarını önlemek adına, tam zamanlı ya da vardiyalı çalışanlar fark etmeksizin tüm personellerine ücretli hastalık izni hakkı verdiklerinin altını çizdi.

Levi Strauss Vakfı olarak bu süreçte sosyal sorumluluk kampanyalarına da bağışlarda bulduklarını ifade eden Say; "Hayata geri dönme konusunda hepimiz kararsızız, bunu bilinçli ve dikkatli bir şekilde yapmak istiyoruz. Biraz normalleşmeyi ve eğlenmeyi arzu ediyoruz çünkü hepimiz insanız. Hayata yeniden atılıp normalleşme sürecine ayak uydururken bize eşlik edin. Dünyadan ve birbirimizden yeniden keyif alalım" şeklinde konuştu.



**JENNIFER SAY**  
LEVI'S PAZARLAMA ŞEFİ

## HIZLI TÜKETİM DÖNEMİ, YERİNİ STABİL BİR TÜKETİM ŞEKLİNE BIRAKACAK

**17 MART İTİBARIYLA** Edirne'de bulunan üretim tesislerinin, 19 Mart itibarıyla da mağazalarının faaliyetlerini gecici olarak durdurduklarını belirten İpekyol, Twist, Machka Genel Müdürü Uğur Ayaydın; süreç boyunca sağlık otoritelerinin yönlendirdiği şekilde tüm tedbirleri alarak hijyenik koşullar çerçevesinde sadece e-ticaret kanalları üzerinden hizmet verdiklerini ifade ederek; "Yeni koleksiyonlarımızı online üzerinden müşterilerimize sunmaya devam ettik" dedi.

Önceliklerinin çalışanlarının ve müşterilerinin sağlığı olduğunu ifade eden Ayaydın; "Sadece mağazalarımız değil, aynı zamanda fabrikamız ve merkez ofisimizin hazırlıklarını tamamlarken de maksimum düzeyde steril bir ortam yaratacak şekilde çalışmalarımızı yürüttük. Mağazalarımızda aynı anda ağırladığımız müşteri sayısını, sosyal mesafeyi koruma kapsamında minimumda tutuyoruz. Mağaza

içerisinde sosyal mesafeyi koruma konusunda gerekli hatırlatmaları yapacak uyarılar yerleştirdik. Çalışma saatlerimizi ve ekiplerdeki personel sayılarımızı normalleşme süreci kapsamında yeniden düzenledik" şeklinde konuştu.

Ayaydın; "Kasa noktasında müşterilerimizi ilk önce temassız ödeme işlemine yönlendiriyoruz. Dokunmatik ekranımızı veya pos cihazlarımızı kullanım öncesi ve sonrası hijyenik mendillerle dezenfekte ediyoruz. Tüm nakit paraları dezenfeksiyon işlemine tabii tutuyoruz" dedi. Tüketicilerin değişen alışkanlıklarını da değerlendiren Uğur Ayaydın; "Müşterilerin aylar sonra dışarıya çıkması ve evde kaldığı süre boyunca alışveriş alışkanlıklarını online kanallara yöneltmiş olması sonucu, çok daha farklı bir müşteri profiliyle karşılaştık. Eskiye nazaran, ürün kalitesine ve kumaş içerisine karşı daha fazla duyarlılık kazanan, zamansız diye tabir edilen ürünleri birçok farklı kombinle değerlendirmeyi isteyen ve bu ürünlere yönelen müşterilerimiz de bulunuyor" dedi.

"Mağaza ziyaretçilerimizin çok daha temkinli davrandıklarını söyleyebilirim. Haziran sonu itibarıyla müşterilerin mağazalara olan bakış açısının çok daha pozitif olacağını öngörüyoruz. Diğer yandan hem mağazada hem online'da geçerli kampanyalar sunarak müşterimize avantaj ve indirimler sunuyoruz" şeklinde konuşan Ayaydın; markalarının yeni sisteme kolaylıkla adapte olacağını söylüyor.

Lojistik operasyonlar tarafında da çok daha efektif, hızlı ve güvenilir teslimatı gerçekleştirme konusunda hassasiyet gösterdiklerini belirten Ayaydın sözlerini şu şekilde sürdürdü: "Tedarik tarafında ana üretimimiz Edirne fabrikamızda gerçekleşiyor fakat bunun yanı sıra yurt dışı bağlantılı kanallarımızdan da ürün tedariki sağlıyoruz. Bu noktada iş birliği içerisindeki kanallarımızla ekstra hijyen tedbirleri ile çalışacağımız bir döneme girdik. Hızlı tüketim dönemi, artık yerini stabil bir tüketim şekline bırakacak gibi duruyor. E-ticaret alışveriş tecrübesi yeni bir alışkanlık haline geldi. Bu noktada e-ticaret kanallarımızı çok daha efektif kullanarak yatırımlarımızı sürdürmeyi planlıyoruz."



**UĞUR AYAYDIN**  
İPEKYOL, TWİST, MACHKA  
GENEL MÜDÜRÜ

## CADDE MAĞAZALARI, AVM MAĞAZALARININ ÖNÜNE GEÇECEK

**MARKA OLARAK** COVID-19 pandemisi sürecinde çalışanlarını mağdur etmeden ve kalitelerinden ödün vermeden çalışmalarına devam ettiklerini belirten Gizia Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Kutlu; üretimlerini aktif halde sürdürdüklerini ifade etti. Kutlu; "Bu süreçte önceden olduğu gibi müşterimizin beklediği kalitede ürünler çıkardık. Merkezi konumlandırılmış mağazalarımızın yer ve büyüklük avantajlarını üst düzeyde hizmet verecek hale getirdik" dedi.

Kutlu; mağazalarda lokasyona özgü dezenfektan paspas ve galos sistemlerinin organize edildiğini ve mağaza girişlerinde personelin, müşterilerin ateş ölçümlerinin yapıldığını belirterek; "Mağaza personelinin sürekli maske, siperlik ve eldiven kullanmaları sağlandı. Mağaza içinde sosyal mesafe kurallarını, maske kullanımını belirten birçok yönlendirme ve bilgilendirme alanları oluşturuldu. Mağazalarımızda kabinlerin

gerekli hijyen ve temizlik işlemleri gerçekleştiriliyor. Müşterimiz tarafından denenen ürünlerin belirli bir süre karantina alanında tutulması için alanlar oluşturuldu. Mağaza personelinin geri planda kullandığı tüm alanlar çok sık aralıklar ile sürekli dezenfekte ve temizlik işlemlerinden geçiyor. Mağazalarımızda daha az personelle ekiplerimizin sürekli sağlık tarama ve kontrolleri organize ediliyor" şeklinde konuştu.

İnsanların eskisi gibi mağazalara gelmek yerine, online kanallarda alışveriş yapmayı tercih ettiklerini dile getiren İsmail Kutlu; marka olarak mağazalarında tüm önlemleri aldıklarını, hem çalışanlarının hem de müşterilerinin sağlıklarını önemstediklerini ifade etti.

Grup olarak teknolojik gelişimleri kullanma konusunda oldukça başarılı çalışmalar yaptıklarını da ifade eden Kutlu; "Tüm mağazalarımızda kullandığımız birbiri ile konuşan programlarımız, müşterilerimize hızlı ve doğru ürün tedariki sağlanmasında önemli rol oynamakta. Ayrıca mağaza içlerinde konumlandırılan Eletronik Lookbok'lar ziyaretçilerimizin yeni ve farklı ürünlere ulaşmalarını kolaylaştırılmıştır. Gerek B2C, gerekse B2B ile ilgili yapılan işletim programları ile yurt dışı müşterilerimizin de mağazalarımızdaki ürünleri sanal ortamda görmelerinin yanında, üretilen ürünler için talep toplanması aşamasında da fayda sağlamaları organize edilmiştir" şeklinde konuştu.

Yeni dönem stratejileri hakkında da bilgi veren Kutlu; "Bu süreçte tüketim alışkanlıklarının cadde mağazalarına daha fazla talep artışı olarak yansıtacağını öngörüyoruz. Cadde mağazaları AVM mağazalarının önüne geçerek daha fazla ziyaretçi ağırlayacak. İnsanlar kapalı yerlerde alışveriş yapmaktansa daha açık alana sahip cadde mağazalarını seçecekler. Türkiye'nin çok değerli caddelerinde bulunan mağazalarımızın yer ve büyüklük avantajlarını üst düzeyde hizmet verecek hale getirdik. Ayrıca grubumuzun güçlü ve hızlı üretim kapasitesi ile proto ürünler yaparak, sapmanın ortadan kaldırılması ve açığın kapatılmasını öngörüyoruz" dedi.



**İSMAİL KUTLU**  
GİZİA YÖNETİM KURULU BAŞKANI



Maksimum emniyet, dayanım, verim

# ÇİFT TARAFLI GÜNEŞ

CAM-CAM 72 Hücre  
MONO PERC BIFACIAL 385Wp

ÇİFT GÜVENLİK  
**AA YANGIN  
GÜVENCESİ**  
DOUBLE AA  
Fire Safe



[sales@gtctrade.com](mailto:sales@gtctrade.com)

## MAĞAZALARA GELMEK İSTEMEYEN MÜŞTERİLERİMİZ İÇİN DİJİTAL YETENEKLERİMİZİ DEVREYE ALIYORUZ

**SALGIN SÜRECİNDE** çalışanlarının, müşterilerinin ve çevrelerinin sağlığını her zaman öncelikleri olduğunu söyleyen Gürmen Group Markalardan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Doğan; sosyal mesafe, hijyen, çalışma vardiyaları, seyahat gibi konularda önlemlerini sürecin en başında aldıklarını ifade etti. 19 Mart'tan itibaren mağazalarının ve fabrikalarının hizmetlerine gecici süreyle ara verdiğini belirten Doğan; bu süreçte Sağlık Bakanlığı'na teslim edilmek üzere 500 bin adetlik maske üretimi gerçekleştirdiklerinin de altını çizdi. Normalleşme süreciyle birlikte fabrikalarının azami hijyen tedbirleri, sosyal mesafe kurallarına uygun çalışma düzeni, güncellenmiş çalışma vardiyaları gibi tedbirlerle yeniden hizmet vermeye başladığını dile getiren Doğan; "Fiziki mağazaların hizmetlerine gecici süreyle ara verdiği süreçte; online mağazacılık kanalıyla tüketicilerle bağımızı güçlendirdik. Salgın sürecinde temel ihtiyaçlarını gidermek amacıyla birçok tüketici online'i ilk kez deneyimledi ve bu alanda hızlı bir öğreti de olustu. Ramsey ve KİP markalarımız açısından baktığımızda online mağazacılık bu dönemde ciddi bir ivme kazandı ve bu süreç devam edecektir" dedi.

Azami hijyen tedbirleri alınarak haziran ayı itibarıyla Türkiye ve yurt dışındaki mağazalarını hizmete açtıklarını ifade eden Doğan; "Hem AVM'ler hem markalar olarak müşterilerin güvenle alışveriş yapmaları için yoğun tedbirler aldık. Hijyenik fiziksel bir mağaza ortamı sunarak müşterilerimizin mağazada kendilerini güvende hissetmelerine, alışverişlerini yine aynı keyif ve motivasyonla yapmalarına gayret ediyoruz. AVM ya da mağazalara henüz gelmek istemeyen müşterilerimiz için dijital yeteneklerimizi de devreye alarak online hediye danışmanlığı, online stil danışmanlığı gibi özel hizmetleri sunuyoruz. Ayrıca müşterilerimiz randevu olarak da mağazalarımızı ziyaret etme ayrıcalığına sahip şekilde konuştu.

Salgın süreciyle birlikte hem kurumlar hem de bireyler açısından yepyeni bir düzen ile karşı karşıya olunduğunu belirten Doğan; bu süreçte bireylerin hayatlarında sadeleşmeyi, minimalleşmeyi, daha konforlu, daha doğal, doğayla iç içe olmanın önemini keşfettiklerini ve farkındalıklarının yükseldiğini söyledi. Sektör olarak kalabalık ortamlarda bulunmak, kontrollü hareket etmek gibi konularda tedirginlik yaşayan tüketicilerin tedirginliğini azaltacak çözümler, deneyimler sunmanın öneminden bahseden Doğan; tüketiciciyi motive etmek için yapılan çalışmalar ve iletişimlerin yeni normalin en önemli dinamikleri olacaklarını belirtti.

"Ramsey ve KİP markalarımızla süreç hızlı adapte olabildik. Tüketicilerin evde kalma sürecinde ev-ofis ortamında kullanabileceği ürünlere yönelik ilgi arttı. Biz de markalarımızla uzun zamandır yatırım yaptığımız casual, sportif şıklık sağlayan ürünlerin payında ivme yakaladık. Tüketicideki sportif sıklık, rahatlık ve konfor beklentilerinin yanı sıra değişen dinamiklere uygun olarak doğaya saygılı, sürdürülebilir moda ürünlerine yönelik ilgi de yükseliyor. Koleksiyonlarını buna göre şekillendiren, uzun zamandır daha az su tüketen, kimyasalların etkisinden uzak, doğal elyaflarla hazırlanan tasarımları koleksiyonlarında kullanan markalara sahip olduğumuz için bu anlamda tüketicilerin beklentilerini karşılayabildik" diye konuşan Doğan; inovatif ürünlere yönelik ilginin ve hassasiyetin arttığı bir dönemde ne kadar güçlü kaslara sahip olduklarını test etme fırsatı bulduklarını da ifade etti.



**ZEYNEP DOĞAN**  
GÜR MEN GROUP MARKALARDAN  
SORUMLU YÖNETİM KURULU ÜYESİ

## COVID-19 PAZARLAMA, SATIŞ VE ÜRETİM PLANLARINI BAŞTAN YAPMAMIZA SEBEP OLDU

**COVID-19** sürecinde tüm ilgili grupları ile yakın temasta olduklarını ve müşterileri, tedarikçileri, çalışanları, paydaşları gibi diğer tüm ilgili gruplarıyla şeffaflık içinde çalışmalarına devam ettiklerini söyleyen Hemington CEO'su Umut Boz; video konferans yöntemi ile toplantılar gerçekleştirerek ilişkilerini her zamankinde daha yakın tuttuklarını ifade etti. Bu çalışmalar neticesinde paydaşlarının durumuna göre gerekli tüm kararları alarak hızlıca yönetim faaliyetlerini sürdürdüklerini belirten Boz; "Hemington olarak COVID-19 süreci boyunca tüm önlemlerimizi alarak üretim faaliyetlerimize devam ettik. 1 Haziran'da normalleşmenin başlamasıyla gerekli tüm hazırlıklarımızı tamamlamıştık. Normalleşme sürecini ve COVID-19 öncesini değerlendirdiğimizde müşteri giriş sayılarının ilk haftalarda düşük olduğunu gözlemledik. Fakat normalleşmenin ilerlemesiyle su an belli bölgelerde yavaş yavaş eskiye dönüş olduğunu görüyoruz. Fakat hala COVID-19 öncesine dönmemiz için uzun bir zamana ihtiyacımız olduğunu düşünüyoruz.

Sonbahardan önce tam anlamlı bir toparlanma beklemediğimizi de belirtmek isterim" dedi.

Online alışverişin markaları için her zaman önemli bir mecra olduğunun altını çizen Boz; "Online altyapımıza, COVID-19 öncesi de dahil olmak üzere yıllardır geliştirip, yatırım yapıyoruz. Bu geliştirme çalışmalarıyla COVID-19 sürecinde artan talebi zorlanmadan yönettik ve ürün tedariginde farkımızı ortaya koyduk. Büyük çapta hizmet kesintisi sorunu yaşamadan müşterilerimizi alışık oldukları Hemington deneyimini kusursuz bir şekilde sunduk" şeklinde konuştu.

COVID-19'un 2020-2021 pazarlama, satış ve üretim planlarını komple baştan yapmalarına sebep olduğuna değinen Boz; "Bu durumun tüm hazır giyim markalarında böyle olduğunu öngörüyoruz. Asıl sorunun geçirdiğimiz bu üç ay olmadığını düşünüyoruz. Zira üç ay bir firmanın faaliyetinde büyük bir sıkıntı yaratmaz. Önemli olan bundan sonraki bir sene içinde firmaların COVID-19 sonrası sürecine odaklanarak planlamalarını yapmaları. Hemington olarak biz büyük bir titizlikle bir buçuk senelik planlarımızı revize ettik. Bu revizelerle yeni normalde nasıl daha verimli iş yapabileceğini modelledik" diyerek sözlerini noktaladı.



**UMUT BOZ**  
HEMINGTON CEO'SU





#### Showroom

Mithatpaşa Cad. Küçük Haydarefendi Sk. No: 3/1  
Laleli / Fatih / İstanbul - Turkey  
Tel: +90 212 518 65 82

#### Fabrika

Aymakop San. Sit. C-1 Blok No: 153  
İkitelli - İstanbul - Turkey  
Tel: +90 212 671 21 33



[www.mpanda-kids.com](http://www.mpanda-kids.com)



[info@mpanda-kids.com](mailto:info@mpanda-kids.com)



[panda medvjnk](https://www.facebook.com/panda.medvjnk)



[mpandakidsshoes](https://www.instagram.com/mpandakidsshoes)

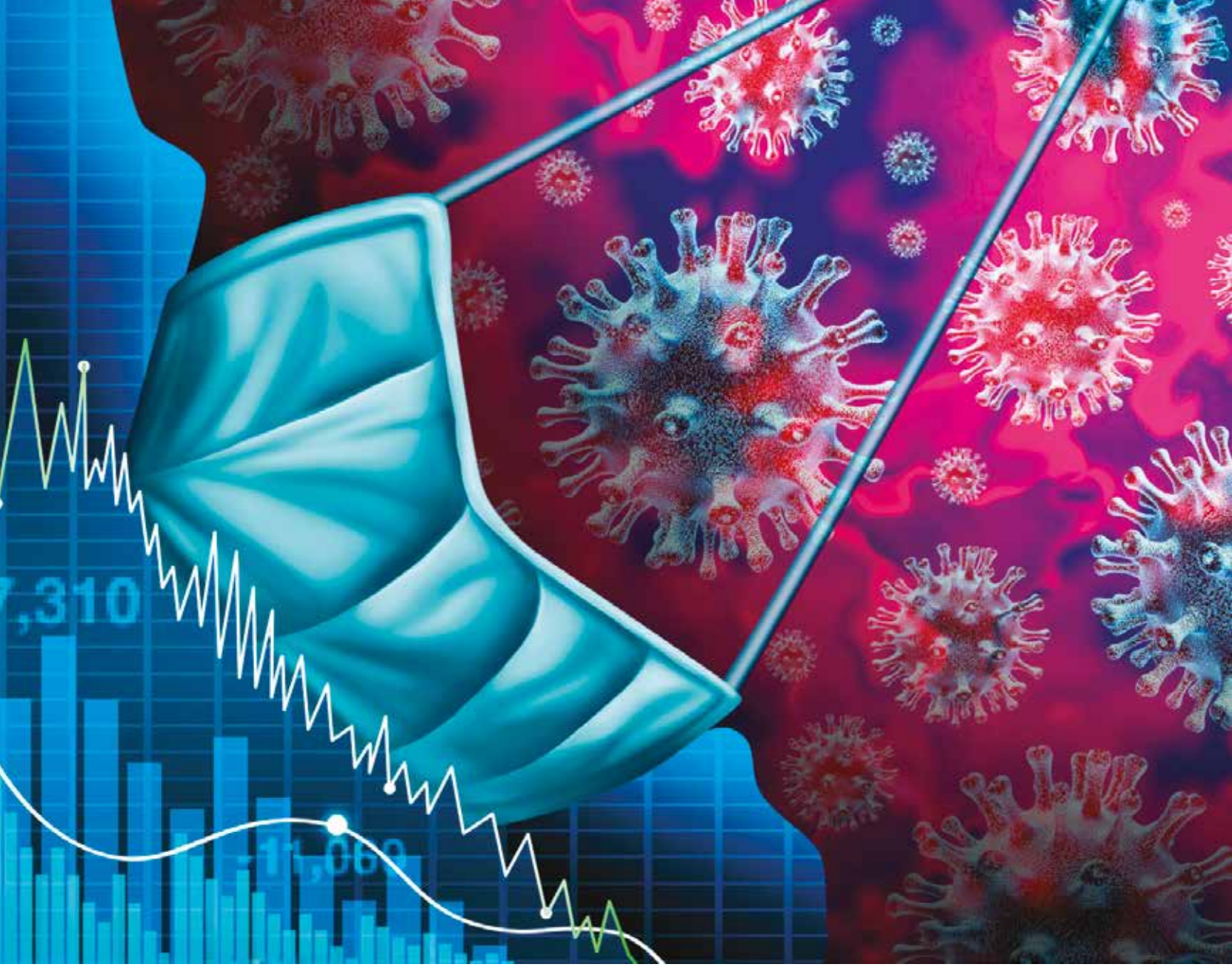
# PANDEMI DÖNEMİNDE KÜRESEL TİCARET ALINAN ÖNLEMLERLE SÜRDÜRÜLÜYOR

COVID-19 salgını dünya genelinde dış ticaret faaliyetlerini olumsuz yönde etkiledi. Ülkeler bu süreçte reel sektörün desteklenmesi ve ihracatın sürdürülebilmesi yönünde tedbirler alırken, Türkiye de gerek finansman gerekse dijitalleşme alanındaki yenilikçi uygulamalarıyla ihracatçıları korumaya yönelik tedbirleri hayata geçirdi.



**Ç**İN'İN WUHAN kentinde ortaya çıkarak, 2019 yılının aralık ayından bu yana tüm dünyaya yayılan ve Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi ilan edilen koronavirüs; uluslararası ticareti de derinden etkiledi. Ülkelerin virüsün ortaya çıktığı tarihten itibaren hastalığın yayılımını engellemeye odaklı aldığı önlemler, uluslararası dolaşımın durma noktasına gelmesine neden oldu. Bu durgunluk küresel ekonomiyi ve küresel ticareti doğrudan etkiledi. Dolaşımın yavaşlamasını takiben kapanan ülke sınırları, hava, deniz ve karayolu ulaşımına getirilen sınırlamalar, üretim merkezi, iş yeri ve fabrikaların sosyal izolasyon önlemleri kapsamında kapatılması ve mağazaların faaliyetlerini durdurması gibi gelişmeler; küresel ticarete olumsuz yansıdı.

Moody's COVID-19 nedeniyle bu yıl küresel büyüme tahminini yüzde 2,6'dan yüzde -0,5'e çekerken OECD de büyüme beklentisini yüzde 2,9'dan yüzde 1,5'e indirdi. Fitch ise beklentisini yüzde 2,5'ten yüzde 1,3'e çekti. IMF ve S&P küresel ekonominin ancak 2021'de toparlanacağını öngörüyor. Dünya Ticaret Örgütü'nün beklentisi ise küresel mal ticaretinin salgının etkisiyle yüzde 13-32



oranında daralacağı yönünde. Tüm bu gelişmeler ve beklentiler sonucunda küresel ticaret hacmi daralan ülkeler, sürdürülebilir bir ekonomik istikrar sağlamak amacıyla dış ticarete çeşitli önlemler alıyor. Sağlık alanında dünya genelindeki birçok ülkeye kıyasla daha başarılı bir grafik çizen Türkiye de dış ticaretin sektöre uğramaması amacıyla ülkede ilk vakanın tespit edildiği mart ayından bu yana birçok tedbiri hayata geçirdi.

**Stok finansmanı kredisinin, sipariş iptalleri ve talep düşüşü nedeniyle ürünlerini planladığı gibi satamayan ve stokları artan ihracatçılara kolaylık sağlaması bekleniyor.**

#### **SALGIN SÜRESİNCE HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATI %45 DÜŞTÜ**

Ticaret Bakanlığı'nın açıklamalarına göre Türkiye'nin ihracatı Mayıs ayında, Nisan ayına kıyasla yüzde 10,84 oranında artarken geçen yılın aynı ayına kıyasla yüzde 40,9 oranında düştü ve 9 milyar 964 milyon dolar olarak gerçekleşti. Virüsün etkili olduğu ve birçok tedbirin uygulandığı Mart, Nisan, Mayıs aylarının toplamında ise geçen yılın aynı dönemine kıyasla ihracat yüzde 33,2 azalarak 29 milyar 713 milyon dolara geriledi. Geçen yıl bu rakam 44 milyar 457 milyon dolar seviyesindeydi. Söz konusu dönemde ihracatının en fazla azaldığı sektör otomotiv sektörü olurken, onu deri ve deri mamulleri sektörü takip etti. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ihracatı da yüzde 45,3 oranında geriledi. Bakanlık tarafından başta AB ülkeleri olmak üzere, Türkiye'nin önemli ihracat ülkelerindeki benzeri görülmemiş daralmanın ve sınırlardaki karantina önlemlerinin ihracattaki düşüşün ana nedeni olduğu açıklandı. Yaşanan tüm aksaklıklara rağmen Türkiye, Mayıs ayında 206 farklı ihracat pazarına ulaşmayı başardı.



## Çin'de imal edilen ürünlerin salgın nedeniyle zamanında teslim edilememesi, küresel ithalatçıların Türkiye ve Vietnam gibi ülkelerdeki üreticilerle görüşmelere başlamasını sağladı.

### TÜRKİYE İHRACATTA AVANTAJ SAHİBİ OLABİLİR

COVID-19 salgınının gerek iç piyasalarda gerekse dış ticarete en fazla etkilediği sektörlerin başında tekstil ve hazır giyim sektörü yer aldı. Tekstil ve hazır giyim sektöründeki pek çok marka, kapanan mağazaları ve düşen satış hacimleri nedeniyle tedarikçi ülkelere olan siparişlerini de askıya aldı.

Virüsün ortaya çıkmasının ardından dünyanın en önemli ihracatçı ve üretici ülkelerinden biri olan Çin, bu süreçten ticari anlamda ilk ve en çok etkilenen ülkelerinden biri oldu. Küresel markaların büyük bölümü Çin'deki faaliyetlerinin bir kısmını ya da tamamını askıya alırken Asya piyasalarında da daralmaya gitti. Çin'de daralan üretim kapasitesi, küresel ithalat talebinin kısa vadede geçici olarak, orta ve uzun vadede ise kalıcı olarak Türkiye'ye yönelmesi beklentisini gündeme getirdi. Otomotiv sektöründe uzun vadede Türkiye'ye doğrudan yabancı yatırımın artması öngörülürken Çin'den gıda ithalatı gerçekleştiren ülkelerin de yeni tedarikçiler aradığı

biliniyor. Örneğin sürecin başlamasının ardından Çin'e sınırlarını kapatan Rusya'nın meyve ve sebze ithalatında rotasını Türkiye'ye kırabileceği beklentiler arasında.

Tekstil ve hazır giyim sektöründe ise Çin'de imal edilen ürünlerin; salgın nedeniyle zamanında teslim edilememesi gibi etkenler, sürecin başında küresel ithalatçıların Türkiye ve Vietnam gibi ülkelerdeki üreticilerle görüşmelere başlamasını sağladı. Üretim, ham madde ve kalite anlamında uzman bir tekstil üreticisi olan ve mevcut ihracat payı ile de bunu ortaya koyan Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün, koronavirüs sonrasında birçok fırsat ve avantaja sahip olacağı öngörülmüyor.

### ALINAN ÖNLEMLERDE İHRACAT FAALİYETLERİ GÖZ ÖNÜNDE BULUNDURULDU

11 Mart tarihinde Türkiye'de ilk koronavirüs vakasının görülmesinin ardından halkın sağlığını korumanın yanı sıra ekonomik faaliyetlerin ve dış ticaretin de sürdürülebilmesi adına birçok tedbir alındı. Bu kapsamda alınan önlemlerden ihracatçıların etkilenmemesi için gümrük kapılarında gereken tedbirlerin alındığı, salgının yaygın olduğu İran üzerinden yapılan Orta Asya ihracatlarının TIR güzergahlarının Gürcistan ve Azerbaycan'a yönlendirildiği açıklandı. Bakü-Tiflis-Kars demiryolundan yapılan seferlerin günlük 2 bin 500 tondan, 6 bin tona çıkarılması adına çalışmalara başlandı. İtalya ve Fransa'ya yapılan Ro-Ro seferlerinde insan teması engellendi ve ihracattaki geçici yavaşlama sürecinde kapasite kullanım oranlarının korunması amacıyla ihracatçıya stok finansman desteği verileceği duyuruldu.

## İHRACATÇILARA FİNANSMAN DESTEĞİ SAĞLANDI

Yaşanılan süreçte ihracatçı firmalar; ödemelerin gecikmesi, üretimin durması ve siparişlerin askıya alınması gibi sorunlar nedeniyle finansman desteğine ihtiyaç duydu. Alınan tedbirlerde reeskont kredileri ile ihracat finansmanına yönelik kredilerin geri ödemelerinin rahatlatılması amaçlanırken ilave ihracat kredileri için de olanaklar iyileştirildi. Mal ve hizmet ihracatçısı firmaların TL cinsi ihracat ve döviz kazandırıcı hizmetlerinde reeskont kredisi kullanılacağı ve bu kredilerin toplam limitinin 60 milyar lira olacağı yönünde düzenleme yapılarak ihracatçı firmalar desteklendi. Türk Eximbank'ın TCMB kaynaklarından ve kendi kaynaklarından kullandığı kredilerinden vadesi haziran sonuna gelecek olan kredilerin geri ödemelerinde firmaların talepleri doğrultusunda 3 ile 6 aya kadar uzatılma imkânı tanındı. Bu bağlamda ihracatçıların faiz ödemelerine de 6 ay erteleme imkânı getirildi. Kısa vadeli kredilerde 2 yıl olan taahhüt kapatma süresi henüz taahhüdü kapatılmamış olan ve taahhüt süresi dolmasına karşı ceza uygulanmamış olan krediler ile haziran sonuna kadar kullanılacak tüm krediler için 3 yıla çıkarılarak ihracatçılara verilen süre 1 yıl artırıldı. İhracata yönelik TL veya döviz cinsinden kullanılacak kredilerin faiz giderlerinin KOSGEB tarafından destekleneceği açıklandı. KOSGEB'in ihracat kredilerinin üst limiti de 300 bin TL'den yıllık 3 milyon TL'ye çıkarıldı.

İhracatçılara sağlanan finansman desteklerinden biri de stok finansman destek paketi oldu. Türk Eximbank'ın stok finansmanına yönelik kredisinin, mevcut koşullarda sipariş iptalleri ve talep düşüşü nedeniyle ürünlerini planladığı gibi satamayan ve stokları artan ihracatçılara kolaylık sağlaması amaçlanıyor. KGF teminatı ile TCMB kaynağından TL olarak kullanılacak kredinin faizinin yıllık yüzde 7,25, KGF komisyonunun ise binde 5 düzeyinde olacağı açıklandı. Limiti KOBİ'ler için 25 milyon TL,

**%-0,5**

**Moody's'in  
2020 yılı  
küresel  
büyüme  
tahmini**

**%1,5**

**OECD'nin  
2020 yılı  
küresel  
büyüme  
tahmini**

**%1,3**

**Fitch'in 2020  
yılı küresel  
büyüme  
tahmini**

**%13-32**

**WTO'nun  
salgının  
etkisiyle  
küresel mal  
ticaretinde  
beklediği  
düşüş oranı**

**Türkiye, ihracat alanında dijitalleşme yatırımlarını artırarak bu süreçte sekteye uğrayan ihracat faaliyetlerinin dijital ortamlarda gerçekleştirilebilmesini sağladı.**

KOBİ dışı firmalar için ise 50 milyon TL olan kredi, 1 Ocak-31 Mart tarihlerindeki stok alım belgelerinin ibrazı ile kullanılacak.

## SANAL FUAR PROJESİ DEVREYE ALINDI

COVID-19 sonrasında ihracat alanını etkileyen ve ilk alınan önlemlerden biri de fuarların ertelenmesi oldu. 16 Mart-30 Nisan tarihleri arasında Türkiye'de düzenlenmesi planlanan tüm ulusal ve uluslararası fuarların 1 Mayıs sonrasına ertelendiği duyuruldu. Ticaret Bakanlığı, küresel ticaretin en etkili organizasyonlarından biri olan fuarların sanal ortama taşınması yönünde önlemlerini hızlandırdı. Yerli ve milli bir yazılım vasıtasıyla ertelenen ya da iptal edilen fuarların sanal ortamda gerçekleştirilmesi sağlandı. Sanal fuarlarda firmalarla ziyaretçiler 7/24 bir araya gelme fırsatı yakalarken üç boyutlu gezilebilen fuarlarda anlık mesajlaşma, görüntülü görüşme, dört farklı dilde çeviri hizmeti gibi uygulamalar da yer aldı. İlk sanal fuar ise 1-4 Haziran tarihlerinde düzenlenen Ayakkabı ve Saraciye Fuarı Shoedexpo oldu. Türkiye, ihracat alanında dijitalleşme yatırımlarını da artırarak bu süreçte sekteye uğrayan ihracat faaliyetlerinin dijital ortamlarda gerçekleştirilebilmesi adına birçok önemi ve desteği de devreye aldı.

## SINIRLARDA ALINAN ÖNLEMLERLE İHRACAT KESİNTİSİZ SÜRDÜRÜLDÜ

Türkiye, salgının ilk günlerinde gümrük ekiplerinin maske ve koruyucu kıyafetlerle hijyen ve sağlık kurallarına sıkı bir şekilde uymasını sağlayarak gümrük kapılarının dezenfekte edilmesi yönünde çalışmalarını başlattı. Irak'la olan ticaret tampon bölgede şoför değişimi ile formüle edilerek temassız hale getirildi. Şoför değişimi uygulamasında araç, tampon bölgede bırakılıp dönülürken karşıdan gelen şoförün TIR'ları alması sağlandı. Araçların ön bölümünün her işlem sonrasında dezenfekte edilmesiyle insan teması ortadan kaldırıldı. Mart ayı itibarıyla Irak'a yapılan ihracat Habur-İbrahim Halil Gümrük Kapıları arasındaki tampon bölgede konteyner değişimi ve dorse değişimi uygulamalarıyla da temassız olarak sürdürüldü.



Giriş yönünde, sadece Türk sürücülerinin karantina uygulamalarına tabi olarak girişine müsaade edilirken, yabancı sürücülerin girişine izin verilmedi. Tüm giriş ve çıkıő noktalarında İl Sağlık Müdürlüğü'ne bağlı personel ve ambulanslar gümrük görevlileri ile koordineli şekilde görev yaparken, tüm şoförler de sağlık taramasından geçirildi.

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın yaptığı açıklamalarda dorse çekicilerle günlük TIR sevkiyatının 1.500-1.700'e ulaşması için çalışıldığı, İran ile konteyner değişimi yönünde çalışmalar yürütüldüğü, İran Kapıköy sınır kapısından demiryolu ile yapılan sevkiyatların insan teması olmaksızın lokomotifle ittirildiği ve günde 80 vagon (yaklaşık 160 TIR) sevkiyat yapılabildiği, ihtiyaç halinde bu kapasitenin günlük 150 vagona (300 TIR) çıkarılmasının da mümkün olduğu yer aldı. İran üzerinden Orta Asya'ya giden yıllık yaklaşık 35 bin araç, Sarp Kapısı ile beraber kapasiteleri artırılan Çıldır, Aktaş ve Türkgözü kapılarına yönlendirildi.

Denizyolu taşımacılığında da koronavirüs tedbirleri kapsamında birtakım yenilikler oldu. Uluslararası sefer yapan tüm gemi ve deniz aracı ilgililerinin Liman Tek Pencere Sistemi üzerinden, liman sahasına girmeden en az 24 saat önce yapılması gereken bildirimlerinin, 48 saat önce gerçekleştirilmesine karar verildi. Gelen gemi ve deniz araçları ile ilgili risk değerlendirmelerinin yapılması, gemi geliő bildiriminde yer alan son 10 liman bilgisi kullanılarak geminin son 14 gün içinde uğrak yaptığı limanların tespit edilmesi, bu limanların riskli olması durumunda Türkiye Hudut ve Sahiller Sağlık Genel Müdürlüğü ile koordinasyonun sağlanması da kararlar arasında yer aldı. Ayrıca

Türk bayraklı gemilere aylık ve 3 aylık periyotlar ile uygulanan önsörvey denetimlerinin 2 ay ve 4 aylık periyotlarla uygulanması, riskli durumlar halinde geminin önsörvey periyodunun 6 aya kadar uzatılması, yabancı bayraklı gemilere yapılan Liman Devleti Denetim oranının üç ay süresince yüzde 15 olarak uygulanması da önlemler arasındaydı.

#### BAZI ÜRÜNLERİN İHRACATINA SINIRLAMA GETİRİLDİ

Henüz koronavirüs Türkiye'de görülmeden önce İhracı Yasak ve Ön İzne Bağlı Mallara İlişkin Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile, kişisel koruyucu donanım kapsamında piyasaya arz edilen koruyucu maske, tulum, sıvı geçirmez önlük, koruyucu gözlükler ile tıbbi ve cerrahi maske, tıbbi steril/nonsteril eldiven tanımlı eşyaların ihracatında Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu izninin gerektiği belirtildi.

Mart ayının sonlarında bazı sağlık ürünlerinin ihracı ön izne bağlanırken tek kullanımlık tıbbi maskelerin ithalatındaki ilave gümrük vergisi kaldırıldı. Maske üretiminde kullanılan meltblown kumaşı dahil olmak üzere etil alkol, kolonya ve dezenfektan gibi ürünlerin de ihracatının kayda bağlanmasına karar verildi. Salgının mücbir sebep olarak kabul edilmesinin ardından geçici ithalat rejimi, gümrük kontrolü altında işleme rejimi, hariçte işleme rejimi veya geçici ihracat kapsamında gümrük idaresince verilen izin süresi 01.02.2020 tarihi veya sonrasında dolan eşya için, yükümlü tarafından herhangi bir başvuruda bulunmasına gerek olmaksızın izin süre sonu 30.06.2020 tarihi olarak belirlendi. Mayıs ayının sonunda ise çok kullanımlık bez maske ihracatındaki ön izin şartı kaldırılarak ürünün ihracatının önü açıldı.



2020

ÇAVUŞOĞLU

ÖRME &amp; TEKSTİL

20 YILDIR

KALİTE VE GÜVENE  
ATILAN İMZA!

## Makina Parkuru

Adet	Marka	Pus/Fein	Sistem	Açıklama
2	2015 Terrot	34" 10F	54	A.En Elk.Jakar Süprem,F.Elastan,Mesh Kitli
2	2015 Terrot	34" 7F	54	A.En Elk.Jakar Süprem,F.Elastan,Mesh Kitli
8	2011 Pilotelli	34" 10F	102	Açık En Süprem,F.Elastan
4	2009 Pilotelli	34" 14F	102	Açık En Süprem,F.Elastan
2	2007 Pilotelli	34" 18F	102	Açık En Süprem,F.Elastan
5	2000 Pilotelli	36" 10F	60	Açık En Interrib,F.Elastan,Ribana-Kaşkorse
5	2005 Mayer	36" 10F	60	Interrib,F.Elastan,Ribana-Kaşkorse
8	2000 Mayer	30" 12F	48	Interrib,F.Elastan,Ribana-Kaşkorse
8	2020 Mayer	34" 18F	72	Açık En Interrib,F.Elastan,Ribana-Kaşkorse
4	2020 Mayer	34" 12F	72	Açık En Interrib,F.Elastan,Ribana-Kaşkorse

8 Ton / Gün Kapasiteli Farklı İplik Grupları Değişik Hız ve Barlarda Puntalama Kapasitemiz Bulunmaktadır.

DENEYİMLİ  
KADRO

ÜRETİMDE YÜKSEK TEKNOLOJİ

HER AŞAMADA  
KONTROLÜRETİM  
RAPORLAMAÖZENLİ VE HİJYENİK  
SEVKİYATDOĞA DOSTU  
ÜRETİM

(0212) 565 30 16

cavusogluorme@hotmail.com

Osmangazi Mahallesi 3141. Sokak No: 7-9 Kat: 1 ESENYURT / İSTANBUL

## Yeni normal değil, eskinin devamı

Tarihe tanıklık etmekten bıktığımız bir dönemden geçiyoruz. Bununla beraber, COVID-19 öncesi dünyadaki yapısal problemlerin artarak devam edeceğine ve “her şeyin eskisinden çok da farklı olmayacağına” dair işaretler de belirginleşiyor.

► **ÇOK UZUN** bir zamandır mevcut küresel sistemin en fazla tıkandığı alanlardan biri; milli gelir içinde ücretlerin payının düşmesi. Bunda kuşkusuz üretim yapısının sermaye yoğunluğunun artması ve küreselleşmeyle beraber emeğin pazarlık gücünü yitirmesi gibi faktörler öne çıkıyor. Net olarak görüyoruz ki; ücretli çalışanlar, üretilen mal ve hizmeti tüketecek gelirleri, kazandıkları ücretlerle sağlayamayıp her gün derinleşen finansal piyasalardan uygun faizlerle borçlandırılıyorlar. COVID-19 öncesinde düşük enflasyon, düşük talep ve artan hane halkı borcunun önemli bir sebebi de bu. Hane halkını borçlandırarak günü kurtarma çabasının sürdürülebilir olmadığı, mevcut sistemin kırılma noktasına ulaştığı ve bundan sonraki küresel krizin bir borç krizi olarak kayıtlara geçeceği çok açık.

Pandemi öncesindeki süreçte finans piyasalarının ekonominin temelleriyle uyumlu olmayan bir görüntü verdiği ortadaydı. Küresel finansal krizden sonra ortaya saçılan para, uzun dönemli bir büyümeye yardımcı olacak alanlarda kullanılmak yerine, finans piyasalarının daha da şişmesine yardımcı oldu ve son on yılda küresel ölçekte tahmin edilebilirliği, açıklanabilirliği giderek zorlaşan finansal koşullar meydana geldi. COVID-19 sonrasındaki süreçte de bu eğilimin daha fazla artarak devam ettiğini görüyoruz. Beklenenden daha sert bir daralmanın gerçekleşeceği açık iken dünyadaki hisse senedi piyasalarının çöşmesini açıklamak çok mümkün değil. Dolayısıyla küresel piyasalarda pandemi öncesinde gördüğümüz aşırı oynaklığı, pandemi sonrasında da yaşayacağız gibi duruyor.

COVID-19 öncesi başlayıp bu süreçte daha hızlanacağını sinyali veren bir başka problem de korumacılık tedbirlerinin arttığı ve değer zincirlerinin kısıldığı bir dünya ekonomisi. Bu; kuşkusuz ihracata dayalı büyüme stratejisi benimseyen, gelişmekte olan ülkeler için önemli riskler içeriyor. Gelişmiş ülkelerin “ucuz ithalat” iştahlarının kapandığı, üretim yapılarındaki değişimlerin gelişmekte olan ülkelerin maliyet avantajını yitirmesine yol açtığı bir dönemde etkin bir dış ticaret politikası izlemek eskiye oranla çok daha zor. Kuşkusuz pandeminin yol açtığı önemli bir dış ticaret daralması var ama gelişmekte olan ülkelerin salgının etkileri bittikten sonra çok

yüksek ihracat performanslarına ulaşmasını beklememek lazım. Burada şirketlerimiz için önemli bir fırsat penceresi ise kısalan değer zincirleri ve çok uluslu şirketlerin, bazı üretim faaliyetlerini Asya’dan kaydırmak istemesi olarak ortaya çıkıyor. Kuşkusuz bu fırsat sadece Türkiye’nin değil, bu bölgedeki ve özellikle Doğu Avrupa’daki gelişmekte olan ülkelerin gözünden kaçmıyor. Burada hızlı ve etkili bir strateji geliştirmek büyük önem taşıyor. İhracat demişken, Türkiye’nin işini zorlaştıracak bir başka faktör de ana ihracat pazarımız Avrupa Birliği’nin, kimseyi şaşırtmayarak bu krizden de en olumsuz etkilenen bölgelerden biri olması. Brexit ile başlayan süreçte Avrupa Birliği’nin geleceği üzerine sert tartışmalar halihazırda başlamışken COVID-19 sonrası süreçte bu tartışmaların hararetleneceğini görmek zor değil.

Bir de tabii ki popülizm meselesi var. Bir süredir dünyanın dört bir tarafında kısa dönemli kazançları uzun dönemli ve istikrarlı politikalara tercih eden bir politika anlayışı belirdi. Küresel ölçekte ve ülkelerin kendi içinde artan eşitsizlik ve geliştirilemeyen çözümler, popülist politikacıların rahatlıkla kullanabileceği bir konfor alanı oluşturdu. Mülteci krizinden küreselleşmenin yol açtığı işsiz kalma tedirginliğine kadar her koşuldan ötekileştirme politikalarıyla çıkar sağlayan bu anlayışın, dünyadaki siyasi istikrara çok büyük bir tehdit oluşturduğu açık. Bu tür bir istikrarsızlığın da gelişmekte olan ülkelerde çok olumsuz sonuçlarının olacağını görmek zor değil. Bununla beraber, pandemi sürecinin ortaya çıkardığı bir olumlu yan varsa o da özellikle gelişmiş ülkelerdeki popülist liderlerin çözüm üretmekteki başarısızlığını göstermesi oldu. ABD ve İngiltere gibi ülkeler kişi başı milli gelirlerine ve ekonomilerinin büyüklüklerine yakışmayacak bir sınav verdiler. Bu da, toplumun tamamını içine alan kapsayıcı bir büyüme anlayışının ve sosyal politikaların önemini pandemi öncesi dönemde olduğu gibi bir kez daha görmemizi sağladı.

Özetle, herkesin yeni normal olarak tanımladığı dönemin en başında; dünyanın eski normalde çözemediği sorunların arttığını görüyoruz. Değişmeyen tek şey ise karar alıcıların kalıcı çözümler üretmekten uzak anlayışlarının devam etmesi gibi duruyor.

**Gelişmekte olan ülkelerin salgının etkileri bittikten sonra çok yüksek ihracat performanslarına ulaşmasını beklememek lazım.**



# TEKNOLOJİNİN MODASI

Tekstil ERP Çözümlerimiz ile , pamuktan ipliğe, iplikten kumaşa, kumaştan boya, terbiye ve konfeksiyona kadar tüm karmaşık iş süreçlerinizi kontrol edin.



**Live ERP**  
İş Çözümleri Platformu



**Live e-Defter**  
Sentez Live e-Defter



**Live e-Fatura**  
Sentez Live e-Fatura



**Live e-Arşiv**  
Sentez Live e-Arşiv



**Live VOGUE**  
Konfeksiyon Üretim Takip Sistemi



**Live DYE**  
Tekstil Terbiye Takip Sistemi



**Live WEAVE**  
Dokuma Üretim Takip Sistemi



**Live KNIT**  
Kumaş Üretim Takip Sistemi



**Live YARN**  
İplik Üretim Takip Sistemi



**Live POSITIVE**  
Satış Yönetim Sistemi



**Live SHOP**  
Satış Noktası Yönetimi



[www.sentez.com](http://www.sentez.com)



[www.twitter.com/SentezYazilim](https://www.twitter.com/SentezYazilim)



[www.facebook.com/SentezYazilim](https://www.facebook.com/SentezYazilim)



**sentez**  
business solutions



## Zorunlu etiket uygulaması tüketicinin güvenliğini sağlamayı amaçlıyor

AB ile Birleşik Krallık (BK) arasında, geçen haziran ayında yapılan son Ortak Komite Toplantısı'nda AB tarafına Komisyon Başkan Yardımcısı Maroš Šefčovič, BK tarafına Bakan Gov başkanlık etmişti.

» **TOPLANTIDAN** yapıcı bir sonuç çıktığını söylemek mümkün değil.

Sadece AB'nin, "Geri Çekilme Anlaşması" kapsamında, vatandaşların hakları, mali konular, İrlanda/K.İrlanda ile protokol, Cebelitarık ve Kıbrıs'taki bağımsız BK üslerinin bulunduğu bölgelere ilişkin protokol konularındaki beş özel komitenin çalışmalarını BK tarafına aktardığı anlaşılıyor.

Görüşmelerde tarafların, "Geri Çekilme Anlaşmasını" hızlandırma konusunda görüş birliğine varmalarına rağmen BK, geçiş döneminin uzatılmasını düşünmediğini bir kere daha teyit etmiş bulunuyor.

Bir sonraki Ortak Komite Toplantısı eylül ayında yapılacak. Ayrıca, özel komitelerin ve bunların arasında İrlanda/Kuzey İrlanda komitesinin önümüzdeki aylarda bir araya gelmeleri kararlaştırıldı.

Brüksel'deki yetkililer, geçiş dönemi sonunda anlaşmaya varılmadan ayrılma olursa, BK'dan AB tek pazarına gelecek malların gümrük işlemlerine, hayvan sağlığı ve diğer idari kontrollere tabi olacağını defalarca vurguladılar ama bir sonuç alamadılar.

BK, her ne kadar tüm olumsuzlukları hesapladığını yani, anlaşma olmadan (hard Brexit) AB'den ayrılmaya kararlı olduğunu tekrarlarsa da önümüzdeki yaz aylarında

hiç tahmin etmediğimiz sonuçlarla karşılaşabiliriz.

Uluslararası politikada kararların bir günden ötekine değiştiğinin tarihte çok örnekleri var.

Mesela yarın, AB baş müzakerecisi Barnier, dosyasında sakladığı tavizlerden birini çıkarabilir veya BK, "geçiş döneminin uzatılmasını düşünebiliriz" diyebilir.

Yani demem o ki, son söz henüz söylenmedi.

### DEVLET DESTEKLERİNİN YARATTIĞI HAKSIZ REKABET CAN YAKMAYA BAŞLADI

AB Komisyonu'na göre, devlet yardımları sadece üçüncü ülkelerin topluluğa yaptıkları ihracata uyguladıkları teşviklerden ibaret değil. Çok daha geniş anlamda ele alınmalı.

Globalleşmeyle beraber, büyük şirketler el değiştirirken, çok uluslu ortaklıklar birbiri ardına ortaya çıkarken üçüncü ülkelerin uyguladıkları devlet desteklerinin yarattığı haksız rekabet iyice can yakmaya başladı.

Son dönemlerde Çin ve Rus firmalarının Avrupa'da zorda olan şirketleri satın alma veya ortaklık girişimlerinde, arkalarına aldıkları devlet destekleriyle batılı rakiplerini saf dışı bıraktıklarını izliyorduk.

Nitekim, üçüncü ülkelerin uyguladıkları sübvansiyonlar AB şirketlerinin devralınmasını kolaylaştırıyor. Hatta AB'deki bir firmanın işleyişi doğrudan desteklenebiliyor veya bir kamu ihalesinde verilen teklifleri kolaylaştıran finansal katkı sağlanabiliyor. Bu gibi durumlarda AB'de başvurulacak bir yasa yok.

AB Komisyonu bu yasal boşluğu ortadan kaldırıp, çözümler üretmek ve yeni yöntemler ortaya koyarak üçüncü ülkelerle eşit bir oyun alanı yaratabilmek amacıyla bir çalışma başlattı ve "Beyaz Sayfa" adı altında bir belge yayımladı.

Bu çalışma, üye ülkelerin, sivil toplum örgütlerinin, sanayinin, kısaca tüm ilgililerin tartışmasına açıldı.

**Breton; Beyaz Sayfa'nın Avrupa'nın rekabet, açık pazarlar ve güçlü bir tek pazara dayanan Yeni Sanayi Stratejisi vizyonu açısından önem taşıdığı inancında.**



Komisyona amacını, tek pazarda yabancı ülkelerin sübvansiyonlarının neden olduğu çarpıtıcı etkileri ortaya koymak olarak sıralamak mümkün.

Komiser Thierry Breton'a göre, halihazırdaki korunma önlemleri sadece üçüncü ülkelerden yapılan mal ihracatını kapsamakta, AB üyesi olmayan ülkelerin yaptığı sübvansiyonların neden olduğu haksız rekabetin önünde bir engel bulunmuyor.

Breton; Beyaz Sayfa'nın Avrupa'nın rekabet, açık pazarlar ve güçlü bir tek pazara dayanan Yeni Sanayi Stratejisi vizyonu açısından önem taşıdığı inancında.

Kapsamlı yasal uygulamaların devreye girmesi, üçüncü ülkelerin uyguladıkları devlet desteklerinin izlenmesini ve haksız rekabet oluştuğunda yasaların işlenmesini de beraberinde getirecek

Örneğin, ulusal bir otorite veya Komisyon, AB'deki bir şirketin yabancı bir sübvansiyondan yararlandığına dair herhangi bir bilgiye ulaşırsa, yetkili makam, telafi edici ödemeler gibi olası çarpıklığı gidermek amacıyla önlemler alabilecektir.

***Sistemin yürürlüğe girmesinden sonra, malların etiketlenmesinin yapıldığı tarihten itibaren, etiketlenmemiş malların tüzel kişiler ve bireysel girişimciler tarafından taşınması, satın alınması ve satılmasına izin verilmeyecektir.***

Ayrıca, AB kamu ihalelerinde üçüncü ülkelerin, piyasa fiyatının, hatta maliyetin altında teklifler sunmalarını önlemek amacıyla, AB üyesi olmayan ülkelere alınan mali katkıların bildirilmesi zorunluluğu büyük rahatlatma yaratacak.

#### **ZORUNLU ETİKETLEME SİSTEMİ ERTELENDİ**

Rusya ve EAEU'da (Euro Asia Economic Union) önce 1 Aralık 2019 tarihinden itibaren kademeli olarak uygulanması öngörülen zorunlu etiketleme (labelling) sistemi, çeşitli girişimler sonunda 1 Temmuz 2020 tarihine ertelenmişti. Bu uygulamanın yürürlüğe giriş tarihi ikinci defa, tekstil ve hazır giyim mamulleri için 1 Ocak 2021 tarihine kadar uzatıldı.

Yapılan açıklamalardan, zorunlu etiketlemenin 2024 yılına kadar tüm üretim alanlarını kapsayacağı ve etiketleme sisteminin işletmesinin "Russian Company Centre for Development of Perspective Technologies (CRPT)" tarafından yürütüleceği anlaşılıyor. Ayrıca tüm uygulamanın sorumluluğu ve koordinasyonu, "Ministry of Industry and Trade" üzerinde olacak.

Sistemin yürürlüğe girmesinden sonra, malların etiketlenmesinin yapıldığı tarihten itibaren, etiketlenmemiş malların tüzel kişiler ve bireysel girişimciler tarafından taşınması, satın alınması ve satılmasına izin verilmeyecektir.

Zorunlu etiketleme uygulaması, taklit ürünlerle mücadeleyi, eşit rekabet koşullarının yaratılmasını ve tüketici güvenliğinin sağlanmasını amaçlamaktadır.

# MEVCUT SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİYLE E-İHRACAT

Dünyada ve Türkiye’de küresel ticaretin yükselen trendi olan e-ihracatın gelişimi için mevcut sorunların çözüme kavuşturulması öncelik haline geldi. Bu alanda ihracatçıların faaliyetlerini kolaylaştırmak adına birçok yenilik hayata geçirilirken çözüm yolunda devlet teşviklerinin artırılması da beklentilerin başında yer alıyor.

# F

irmalara birçok noktada avantaj sağlayan ve küresel ticarete bir adım öne geçmeyi kolaylaştıran e-ihracat; küresel pandemi sürecinde kullanımına ağırlık verilen ticari faaliyetlerden biri haline geldi. Uzun yıllardır var olan ancak Türkiye’de gerek Ticaret Bakanlığı’nın teşvikleri gerekse mevcut durum analizi sonrasında firmaların ilgisini yoğunlaştırdığı alanlardan

olan e-ihracatın kendi içerisinde birçok dinamiği ve stratejisi bulunuyor. Ancak henüz yeni sayılabilecek bir ticari faaliyet olan e-ihracatın mevcut durumda, birtakım yeni düzenlemelere de ihtiyaç duyuluyor. Mevcut sorun ve çözüm önerilerinin sunulduğu ve Türkiye İhracatçıları Meclisi’nin (TİM) açıkladığı E-ihracat Ortak Akıl Çalıştayı Raporu’na göre; e-ihracatta yaşanan en genel sorunlardan biri bilgi eksikliği. Ölçümlenen bir yapıda olmaması ve henüz tüm dünya genelinde güncel rakamlarına anlık olarak ulaşılabilmesi durumu, e-ihracat sürecini etkileyebiliyor. Bahsedilen rakamlara ulaşılabilmesinin nedeni ise verilerin tek bir merkezde toplanmaması.



delivery

cargo

customer

# Logistics

retail

supply chain

customer

Tüm dünyada birbirinden bağımsız pazar yeri modelleri, e-mağazalar, çeşitli internet siteleri ya da markaların mobil uygulamaları gibi portallardan sürdürülen e-ihracat faaliyetlerinde, bazı firmalar verilerini kapsamlı şekilde dışarı aktarıyor. Ancak bunu e-ihracat misyonunu yüklenen her firma için söylemek henüz mümkün değil. Türkiye de e-ticaret aktörlerinin kayıt altına alınması ve e-ticaret verilerinin merkezi bir yerde toplanıp işlenerek istatistiksel bilgilere dönüştürülmesi amacıyla Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi'ni (ETBİS) kurdu. Ticaret Bakanlığı tarafından oluşturulan bu bilgi sistemi ile e-ticarette güvenin artırılması hedefleniyor.

#### MEVZUAT ALTYAPISINDAN KAYNAKLANAN SORUNLAR E-İHRACATI ETKİLİYOR

E-ihracat alanında ülkelerin yasal düzenlemelerinin de mevcut durum üzerinde etkisi olduğu biliniyor. Çalıştay Raporu'nda Türkiye'nin mevzuat altyapısının dünyadaki örneklerine kıyasla geride kaldığı görüşleri bulunsa da özellikle Ticaret Bakanlığı'nın son dönemde e-ihracat alanında gerçekleştirdiği inovatif çalışmalar bu açığı hızla kapatıyor. Türkiye ihracat alanında genellikle B2B bir işlev tercih ederken son zamanlarda B2C ticaret hacminde de büyük bir artış olduğu gözleniyor. Yine Ticaret Bakanlığı'nın teşvik ettiği ve COVID-19 salgını sonrasında ihracat hacmini artırmak amacıyla başlatılan sanal B2B çalışmaları da bu alana hız kazandırıyor. Mayıs ayında Bakanlık tarafından başlatılan E-ticarette KOBİ'lerin Yanındayız projesi ile birçok kurum gerek e-ticaret gerekse e-ihracat alanında faaliyet gösteren ya da göstermek isteyen işletmelere çeşitli destekler sağlayacak. Haziran ayında yürürlüğe giren Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi Hakkında Karar ile de e-ticaret sitelerine üyelik, sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarlara katılıma devlet desteği sağlanırken; şirketlerin ticari faaliyetlerinde teknolojik imkânlardan en üst seviyede faydalanmaları ve dijital pazarlama yöntemlerini etkin şekilde kullanmaları amaçlandı.

E-ihracat gerçekleştirilecek olan ülkelerin yasal mevzuatlarına da hâkim olunması gerekiyor. E-ihracat alanında yapılan ve yapılacak olan mevzuat güncellemeleri, bu alandaki potansiyelin artmasına ve daha çok işletmenin e-ihracatı tercih etmesine doğrudan katkı sağlıyor. E-ihracat alanında mevzuatlarla düzenlenmesi gerektiği düşünülen konuların başında mikro ihracat için belirlenmiş 150 kilogram ve 7 bin 500 Euro sınırının artırılması, damga vergisi gibi maliyet artıran vergilerin kaldırılması geliyor.

#### DEVLET TEŞVİKLERİNDEN YARARLANMAK KOLAYLAŞTIRILMALI

Devlet tarafından sağlanan destekler de e-ihracatın gelişimini ve hacmini artırmasını kolaylaştıran en önemli faktörler arasında. Halihazırda bu konuda birçok destek sağlayan Türkiye, bu destekleri günbegün çeşitlendirmeye devam ediyor. Bakanlık tarafından sağlanan desteklerin arasında marka tescili, yurt dışı reklam ve tanıtım faaliyetleri, yurt dışı birim yatırımı, yurt dışı pazar araştırma amaçlı



seyahat ve raporlama gibi alanları kapsıyor. E-ihracat alanındaki mevcut sorunlardan biri olarak da bu teşviklerden yararlanmak adına yapılan başvuruların sonuçlanma sürecinin uzun olması görülüyor. E-ihracat destekleri arasında çağrı merkezi, teknoloji ve altyapı çalışmalarının eklenmesi de beklentiler arasındayken yine son dönemde Bakanlığın bu alanda adımlar attığı dikkat çekiyor. İhracatçıların devlet teşvikleri konusundaki temel beklentilerinden biri; B2B teşviklerinin B2C için de devreye alınması.

#### YETERSİZ DİJİTALLEŞME, E-İHRACATIN ÖNÜNDE ENGEL

Türkiye'nin dijitalleşme alanında pazarın lider ülkelerine kıyasla yeterli bir seviyeye henüz ulaşamamış olmasının da e-ihracatta yaşanan sorunlara yol açtığı düşünülüyor. Dijitalleşmenin birçok noktada ticari ve ekonomik faaliyetlere olumlu etkileri mevcut. Ancak firmalar kendi hedef ve stratejileri doğrultusunda dijitalleşme adımlarını atmakta geç kalabildiği gibi bu alandaki yatırımların maliyeti nedeniyle de bazı işletmelerin kısıtlı ölçüde yatırım yapabildiği biliniyor. İşletmeler, dijitalleşme alanında da devlet teşvik modellerinin sunulmasını bekliyor. Çalıştay'da e-ihracat alanındaki sorunlardan biri de entegrasyon olarak görüldü. E-ihracatta dijitalleşme kadar bu noktadaki entegrasyonun da önemli olduğu biliniyor. İşletmeler süreçlerini dijitalleştirirse de dijitalleştirilen süreçlerin birbiri arasında bir entegrasyon bulunması ve böylece kesintisiz ve verimli bir süreç optimizasyonu yapılabilmesi, e-ihracat faaliyetleri için gerekli

adımlardan biri. Türkiye'yi e-ihracat alanında başarıya ulaştıracak bir başka konu ise dünya trendlerine göre değişen ve şekillenen yatırım modellerine hızla geçiş yapılması.

Türkiye'nin e-ihracat alanında başarılı olması, sorunların iyileştirilerek e-ihracat pazar payının büyütülmesi; aynı zamanda ülkenin tanıtımı için de bir fırsat doğuruyor. Her sektör özelinde doğru ürünlerin, doğru hedef pazarların ve kitlelerin belirlenmesinin ardından uygun maliyet, güvenli ödeme sistemleri, zamanında ve sorunsuz teslimat, kolay iade süreçleri gibi unsurların tamamlanması e-ihracat özelinde başarıya ulaşmanın unsurları arasında.

### LOJİSTİK MALİYETLERİ İŞLETMELER İÇİN SORUN YARATABİLİYOR

E-ihracat Ortak Akıl Çalıştayı Raporu'nda e-ihracat alanındaki mevcut sorunlar lojistik ve taşıma, gümrük, satış-pazarlama, ödeme, satış sonrası ve insan kaynağı olarak 6 başlıkta inceleniyor. Lojistik maliyetlerinin fazla olması ve teslim sürelerinin uzunluğu e-ihracat alanındaki sorunlar arasında. Ancak lojistik maliyeti sorunun nedenlerinden biri; toplu bir şekilde hareket edilmesi yerine bireysel olarak hareket edilmesi olarak gösteriliyor. Depolama operasyonu ve maliyetleri konusunda da toplu hareket edildiği takdirde sorunların önüne geçilebileceği öngörülüyor. İşletmelerin bireysel olarak her ülke için bir depo kiralarak oradaki operasyonları yönetmesi oldukça masraflı bir sürece işaret ederken bu konuda birlikte hareket edilmesi ya da büyük pazar yerlerinin hizmetlerinden faydalanılması, sorunun çözümü noktasında önemli bir hamle olabiliyor. Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesi'ne (ETGB) sahip olan çıkışların altyapı eksikliği ve sistem sorunları nedeniyle sadece İstanbul'dan yapılabiliyor olması da e-ihracatı gerçekleştirilecek her ürünün öncelikle İstanbul'a gelmesini gerektiriyor. Karayoluna ETGB'nin gelmiş olmasına rağmen bunun fiili olarak uygulanmaması teslim sürelerinin uzamasına neden oluyor.

### UZAYAN İADE SÜREÇLERİ HEM MÜŞTERİYE HEM DE İŞLETMEYE OLUMSUZ YANSIYOR

Lojistiğin bir parçası olarak bilinen gümrük işlemlerinde de iade süreçleri e-ihracata sorun olarak

## E-ihracatın en genel sorunlarından biri bilgi eksikliği; ölçümlenebilen, güncel verilerin olmaması da e-ihracat sürecini olumsuz etkileyebiliyor.

yansıyabiliyor. Uzayan iade süreçleri hem müşteri açısından hem de işletmeler açısından e-ihracatın temel sorunlarından biri olarak biliniyor. Teslimatı gerçekleştirildikten sonra geri gelen ürünün gümrük vergilerinden muaf olabilmesi için ihracat nedeniyle yararlanılan hakların da iade edilmesi gerekiyor. İhracatçılar Birliği ve gümrük kayıtlarının dijital olmaması, ETGB'nin dijital gümrük sisteminde çalışmaması nedeniyle bu süreçler uzayabiliyor ve dolayısıyla iade süreçlerini de doğrudan etkiliyor. Havaalanlarındaki damga pulu, fazla mesai, yolluk ve antrepo giriş ücretlerini kapsayan maliyetlerin yüksek olması da e-ihracat alanında görülen sorunlardan biriyken lojistik ve gümrük süreçlerinde ödenen vergi ve giderlerin e-ihracatta hedeflenen noktaya ulaşılmasının önündeki engellerden biri olduğu düşünülüyor. Gümrük konusunda yaşanan sorunların önüne geçilebilmesi için uzman ve e-ihracat mevzuatlarına hâkim personellerin operasyonda bulunması önemli bir çözüm. Lojistik alanında sağlanacak devlet desteklerinin ve navlun desteklerinin de sorunların çözümü konusunda etkili olacağı düşünülüyor. Ayrıca bazı firmalar kendi lojistik altyapılarını oluşturmak konusunda çalışmalar yapıyor. Lojistik firmalarının da ihracat yapan işletmelere yönelik yeni hizmetlerini devreye aldığı biliniyor. Tüm bu gelişmelerle birlikte e-ihracat alanındaki mevcut lojistik problemlerinin önüne geçileceği öngörülüyor.

### İŞLETMELERİN ÜLKELERE GÖRE YERELLEŞMESİ GEREKİYOR

Satış ve pazarlama noktasında yerleşme konusunda yaşanan sorunlar da e-ihracatın gelişimini etkiliyor. E-ihracat yapmak isteyen işletmelerin belirledikleri hedef pazarlara göre yerleşmeleri kritik önem taşıyor. Bu noktada işletmenin mevcut



**BARBAROS ÖZBUGUTU**  
İYZİCO TÜRKİYE CEO'SU

## KOBİ'LER DİJİTALLEŞME KONUSUNDA DESTEK ALABİLİYOR

**TİCARET BAKANLIĞI'NIN** başlattığı E-Ticaret Olarak KOBİ'lerin Yanındayız projesine destek veren İyzico Türkiye CEO'su Barbaros Özbugutu da dijitalleşmenin önemine dikkat çekti. Finansal hizmetlere erişmekte zorluk yaşayan küçük esnaf ve KOBİ'lerin e-ticarete katılımını artırmayı hedefleyen İyzico ile, bugüne kadar 50 binden fazla firmanın e-ticarete başladığı biliniyor. Özbugutu; COVID-19 döneminde tüketicinin online alışverişe yönelmesinin, henüz dijital ortamda satış yapmaya başlamamış dükkan sahipleri için de

dönüşümün önemli bir belirleyicisi olduğunu söyleyerek; "İyzico olarak sadece online satıcıları değil, işini internete taşımamış esnafımızı da finans teknolojileriyle tanıştırmamızın gururunu yaşıyoruz. Bu zor süreçte KOBİ'lerimizin en önemli ihtiyaçlarından birinin nakit akışlarını yönetebilmeleri olduğunun bilincinde elimizi taşın altına koyduk ve ödeme blokaj süremizi 21 günden 2 güne düşürdük. Böylece 30 bin üye iş yerimiz, toplam 45 milyon TL'lik satışının ödemelerini 19 gün erken alabildi" dedi.

potansiyelinin analiz edilmesi, sonrasında hedef pazarların belirlenmesi, belirlenen hedef pazarlardaki müşteri davranış ve alışkanlıklarının değerlendirilmesi yerleşmenin ilk adımları arasında. Hedef pazarlarda kullanılan dilin; internet sitesi, sosyal medya, müşteri hizmetleri gibi birçok alanda seçenek olarak var olması gerekiyor. E-ihracatı yapılacak olan ürünün seçilmesi, o ürünün hedef kitleye göre dizayn edilmesi ve ürünlerin açıklamalarının buna uygun olarak yazılması da önemli yerleşme adımlarından. Pazar bilgisinin eksikliği, hedef kitlenin iyi analiz edilmemesi ve tüketici davranışlarının ölçülmemesi gibi sorunlar nedeniyle e-ihracat faaliyetleri aksaklıklara uğrayabiliyor. Marka bilinirliğinin artırılması için ürün ve hizmetleri tanıtıcı reklamlar önemli bir etken olabilirken ürünlerin daha geniş hedef kitlelere de ulaşmasını sağlayabiliyor. Özellikle sosyal medya reklamlarının sorunsuz şekilde yayınlanıyor olması e-ihracata olumlu katkılar sunuyor. İşletmeler, internet reklamlarına gelen ek stopaj yükümlülüğü gibi uygulamaların sorun teşkil ettiği de dile getiriyor.

#### KOLAY VE GÜVENLİ ÖDEME POTANSİYELİ E-İHRACATI ARTIRABİLİR

E-ihracatın yaygınlaşmasında güvenli ödeme ve ödeme kolaylıkları şüphesiz en önemli başlıklar arasında. Gerek tüketiciyi gerekse ihracatçıyı ilgilendiren bu konuda güvenilir sistemlerin tercih edilmesi ve kapıda ödeme, sanal kart, kredi kartı gibi seçeneklerin müşterilere sunulabilmesi e-ihracatı kolaylaştırıyor. Bu noktada yine yerleşmede, yani ihracat yapılan ülkedeki müşteri alışkanlıklarının tespit edilerek ödeme konusunda hassas davranılan alanların belirlenmesinde fayda görülüyor. Satış sonrasında yaşanabilecek iade ve çağrı merkezi maliyetleri gibi konular e-ihracatta yaşanan sorunlar arasındayken bu noktada iade edilen ürünlerin, geri gelen eşya statüsünde değerlendirilmesi için yapılan işlemlerin uzun ve maliyetli olmasının önüne geçilmesinde tek pencere sisteminin çalışmasının sağlanması gerekiyor. Tek pencere sistemi, iade edilen ürün için gerekli bilgi ve belgelerin uluslararası geçerliliği olan standart bir formatta, tek bir başvuru noktasına sunulabilmesini amaçlıyor. Farklı kurum ve kuruluşlardan yürütülen sürecin tek merkezden sağlanması zaman ve maliyet açısından kazanca vesile oluyor.

Türkiye'nin son dönemlerde adapte olmaya başladığı e-ihracat alanında insan kaynağı da problemlerden biri. E-ihracat alanında nitelikli işgücünün eksikliği bu alanda faaliyet gösteren işletmeler için bir sorun oluştururken çalışanların eğitimlerle desteklenmesi gerekiyor. Üniversitelerde e-ticaret ve e-ihracat gibi bölümlerin açılması, devlet destekli seminer, kongre ve eğitimler düzenlenmesi çözüm önerileri arasında yer alıyor.

Lojistik maliyetlerinin fazla olması ve teslim sürelerinin uzunluğu e-ihracat alanındaki sorunlar arasında.



#### CENK ÇİĞDEMLİ

TOBB E-TİCARET MECLİSİ ÜYESİ VE TİCİMAX E-TİCARET SİSTEMLERİ KURUCUSU

### E-TİCARETTE İSTİHDAM İHTİYACI ARTIYOR

TOBB E-TİCARET Meclisi Üyesi ve Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu Cenk Çiğdemli; pandemi sonrası isini e-ticarete taşımak isteyen firma sayısındaki artışın, istihdam ihtiyaçlarını değiştirdiğini belirtiyor. Türkiye'nin 2023 hedefinin bilgi teknolojileri alanında 500 bin çalışana ulaşılması olduğunu hatırlatan Çiğdemli; pandemi süreciyle her sektörde iş yükünün dijital aktarılmasının hedeflenen rakamı artırdığını dile getirdi. Birçok sektörde yeni dijital becerilere sahip personel ihtiyacının arttığını, özellikle e-ticaret yönetiminden teknik işlere kadar çeşitli katmanlarda yeni personele olan ihtiyacın arttığını söyleyen Çiğdemli; "E-ticaret sektöründe istihdama ciddi bir ihtiyaç var. Hedefimiz, sektörde eğitim açığını kapayarak artan istihdam taleplerine destek olmaya çalışmak. Pandemi sonrası e-ticarete başlamak isteyen KOBİ sayısında geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 50'nin üzerinde bir artış söz konusu. Koronavirüs nedeniyle iş yerini kapatmak zorunda kalan küçük ve orta ölçekli birçok işletme de isini dijital taşıma ve e-ticaret sitesi açma yönünde adım atıyor. Tüm bu ani gelişmelerle bu alanda işe alımlarda hareketlilik yaşanıyor" dedi.

Çiğdemli; geçtiğimiz aylarda başta market, gıda, hızlı tüketim, temizlik, dezenfektan, kitap, oyuncak, küçük ev aletleri ve çocuk tekstil olmak üzere bazı kategorilerde e-ticaret sitelerinin satışlarının yüzde 200 arttığını; tekstil işiyle uğraşan esnaf ve işletmelerde de bir hareketlilik olduğunu dile getirdi. Butiğini kapatmak zorunda kalan tekstil ve hazır giyim işletmelerinin e-ticarete geçiş yapma yönünde adım attığına değinen Çiğdemli; "İcinden geçtiğimiz süreçte, dijitalleşen şirketler daha rahat edecekler" dedi.





# Stretching Beyond

## Black

creora® Black Parlama yapmayan daha koyu siyah için siyah spandeks.

## ecō-soft

creora® eco-soft Yumuşak tutum ve benzersiz beyazlık için düşük ısıda fikse edilebilen spandeks.

## PowerFit

creora® Power Fit spandex yüksek düzeyde kuvvet ve sıkılaştırma için tasarlanmış spandex

creora® hakkında daha fazla bilgi için

Mr.Song (Chang Seok Song)

cssong@hyosung.com

Tel: +90-212-284-1601

[www.creora.com](http://www.creora.com)

creora® is registered trade mark of the Hyosung Corporation for its brand of premium spandex.

  
creora®  
it's in our every fiber

# Tekstilde sürdürülebilirliğin açılımı **ORGANİK TEKSTİL**



Tekstil ve hazır giyim sektörü, sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında organik tekstil faaliyetlerini geliştiriyor. Tarlada ham madde ile başlayan organik tekstil yolculuğu, moda endüstrisine ulaşana kadar birçok süreçten geçiyor. Süreçlerin tamamının organik olmasının yanı sıra sektörde kullanılan yan sanayi ürünlerinde de organik üretim çalışmaları yoğunlaşıyor.

**İ**NSANIN yaşamı boyunca üretim ve tüketim süreçleriyle doğaya verdiği hasar, günümüzde birçok derin tahribata yol açıyor. Tüm bu tahribatlardan yola çıkarak küresel çapta ortaya koyulan, daha sürdürülebilir bir dünyayı hedefleyen çalışmalar bugün tüm sektör ve endüstrilerin ana gündem maddesi haline geldi. İnsanlığın toprağa, diğer canlılara ve çevreye verdiği zararı en aza indirmek ve sürdürülebilir, kalıcı çözümlerle üretim ve tüketim faaliyetlerine devam etmek yine insan eliyle mümkün olacak bir sürece işaret ediyor.

Tekstil ve hazır giyim sektörü de çevreye verdiği zararın önüne geçmek ve sürdürülebilir bir üretim gerçekleştirmek amacıyla uzun yıllardır birçok anlaşmaya, çalışmaya ve yeni projelere imza atıyor. Artan çevre felaketleri, doğaya karşı sorumluluk hissi ve bilinçlenmenin etkisiyle bir ihtiyaç haline gelen “organik” kavramı günümüzde tekstil ve hazır giyim sektörüne de yön veriyor. Yaşamın neredeyse her alanında kullanılan tekstil ürünlerinin ve insan vücuduna en yakın temastaki hazır giyim materyallerinin sağlıklı olması kadar nasıl üretildiği de tüketiciler için önemli bir hale geldi. Tüketiciler artık tekstil ve hazır giyim ürünlerini tercih ederken hangi malzemeden üretildiği, üretim aşamalarında doğaya nasıl bir etki yarattığı ve kullanılan malzemelerin ne kadar organik olduğu ile de ilgileniyor.

#### **ZARA, ORGANİK PAMUK ÜRETİMİNİ DESTEKLİYOR**

OCA'nın kurucu ortaklarından biri olan Inditex'in markası Zara, organik pamuk sektörünün sürdürülebilir şekilde gelişmesi için çalışan ve çiftçiden tüketiciye ulaşan süreçte tüm paydaşlara fayda sağlayan bu inisiyatifi destekliyor. Zara, OCA ve tedarikçileri ile iş birliği yaparak organik pamuk yetiştiriciliği yapan yerli üreticilerle doğrudan çalışıyor. Çiftçilerin merkeze alındığı bu programda pamuk ekim sürecinden hasat sürecine kadar tüm alanlarda ziraat uzmanları çiftçilere destek sağlıyor.

Doğru şekilde yetiştirilen organik pamuğun üretim sürecinde doğal gübreler ve doğal böcek ilaçları kullanılıyor, genetiği değiştirilmiş organizmalar ise bu süreçte kullanılmıyor. Bu işlemler karbondioksit salınımlarını azaltırken aynı zamanda yerel biyoçeşitliliğin korunmasına da fayda sağlıyor. Tüm yıl boyunca mahsul alınabilen tarlaların toprak verimliliği de artırılmış oluyor.

Zara, geri dönüştürülmüş ve daha sürdürülebilir şekilde üretilmiş malzemeler kullanarak ham maddelerini çevreye saygılı hale getirmeyi hedefliyor. Sadece ham maddeden nihai ürüne kadar pamuğu takip eden kuruluşların sertifikalandığı organik pamuğu kullanan marka, Organic Content Standard (OCS) ve Global Content Textile Standard (GOTS) sertifikalı kuruluşlar ile çalışıyor. Markanın 2025 çevre sürdürülebilirlik taahhütleri arasında 2020 yılı içerisinde organik pamuk, tencel veya geri dönüştürülmüş polyester gibi sürdürülebilir ham maddelerden üretilmiş yüzde 25 Join Life koleksiyonu oluşturulması yer alıyor. Ürünlerin sürdürülebilir hale getirilmesi için tekstil sektörünün çevre ve sosyal etkilerini değerlendiren Sustainable Apparel Coalition tarafından geliştirilen Higg Endeksi'ni temel alan Join Life standartlarını yaratan Zara; bu standart yoluyla en iyi teknolojilerle üretilen ürünlerin sürdürülebilir ham madde





kaynakları kullanarak tüketiciye ulaştırılmasını hedefliyor.

Zara'nın 2025 yılı taahhütlerinde ise kullanılan pamuğun yüzde 100 organik pamuk olması yer alıyor. Ürünlerinin ayak izini azaltmaya yardımcı olacak yeni süreçler ve ham maddeler üzerine çalışmalar yürüten Zara, sürdürülebilir pamuğun diğer bir türü olan Better Cotton'u da kullanıyor. Better Cotton, Better Cotton Initiative (BCI) tarafından tanınan çiftçilerce üretiliyor. BCI, onurlu çalışma, verimli su kullanımı, toprağı ve doğal çevreyi koruma ilkeleri konusunda çiftçi eğitimleri yürüten bir kuruluş olarak biliniyor.

#### H&M 2030'A KADAR TÜM MALZEMELERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR YAPIDA OLMASINI HEDEFLİYOR

H&M Group da tüm malzemelerini daha sürdürülebilir bir yolla tedarik etme hedefinde ilerliyor. Tekstil Borsası'nın yayınladığı 2019 Malzeme Değişimi Analiz Raporu'na göre H&M Group, organik pamuk kullanımında ve Sorumlu Kaz Tüyü Standardı tarafından sağlanan sorumlu kaz sertifikası

**Tekstil ve hazır giyim sektörü, yan sanayi ürünlerinde de sürdürülebilirlik kapsamında çalışmalar gerçekleştiriyor.**

sıralamasında liderliği üstlendi. Marka, aynı zamanda dünyanın en büyük geri dönüştürülmüş pamuk, yün, naylon ve liyosel kullanıcılarından biri olarak biliniyor.

H&M Group, 2020 yılına kadar tüm pamuğunun organik, geri dönüştürülmüş veya BCI yoluyla daha sürdürülebilir bir şekilde tedarik edilmesi hedefine doğru adım atıyor. Markanın hedefleri arasında 2030 yılına kadar tüm malzemelerinin geri dönüştürülmüş veya daha sürdürülebilir yollarla tedarik edilmiş olması da yer alıyor.

#### NIKE DA ORGANİK PAMUK KULLANIYOR

Dünyaca ünlü marka Nike da sporun geleceğini korumaya yardımcı olmak için sıfır karbon ve sıfır atık hedefiyle çıktığı Move to Zero yolculuğuyla organik üretime ve sürdürülebilirlik yaklaşımına devam ediyor. Geri dönüştürülmüş ürünler ve yenilenebilir enerji kullanımı gibi pek çok sürdürülebilirlik adımı atan Nike, aynı zamanda organik pamuktan yapılan ürünlerini de tüketicilere sunuyor. En az yüzde 50 oranında sertifikalı organik pamuktan üretilen ürünler hazırlayan marka, sentetik kimyasallar kullanılmadan ve geleneksel pamuktan daha az suyla yetiştirilen pamuk cinsini kullanıyor. Markanın hedefi 2020 yılına kadar yüzde 100 sürdürülebilir pamuk kullanımına ulaşmak yönünde. Nike, bu hedef doğrultusunda daha az su ve kimyasal kullanılan, tarımcılık uygulamalarını iyileştiren ve geleneksel olarak yetiştirilmiş pamukla aynı veya daha yüksek kaliteye sahip sertifikalı organik, geri dönüştürülmüş ve BCI lisanslı pamuk kullanacağını duyurdu. Pamuklarının yarısından fazlasını sürdürülebilir şekilde tedarik eden Nike, dünyada sertifikalı organik ve geri dönüştürülmüş pamuğun en büyük kullanıcılarından biri olarak biliniyor.

Tekstil ve hazır giyim sektöründe daha birçok dünya devi marka, organik tekstil çalışmalarını yürütüyor. Levi's de bu sezon Made&Crafted koleksiyonu ile sürdürülebilirlik adımlarına bir yenisini ekliyor. İnsanların ve gezegenin

## ORGANİK TEKSTİLİN YAPI TAŞI ORGANİK PAMUK

Organik tekstilin en önemli adımlarından olan organik ham madde konusunda gözler tekstil ürünlerinde en fazla kullanılan lif olan pamuğa çevriliyor. Organik pamuk üretimi süreci, tohumdan başlıyor. Pamuğun organik olabilmesi için genetiği ile oynanmamış pamuk tohumunun, sadece doğal gübre bulunan toprağı ekilmesi gerekiyor.

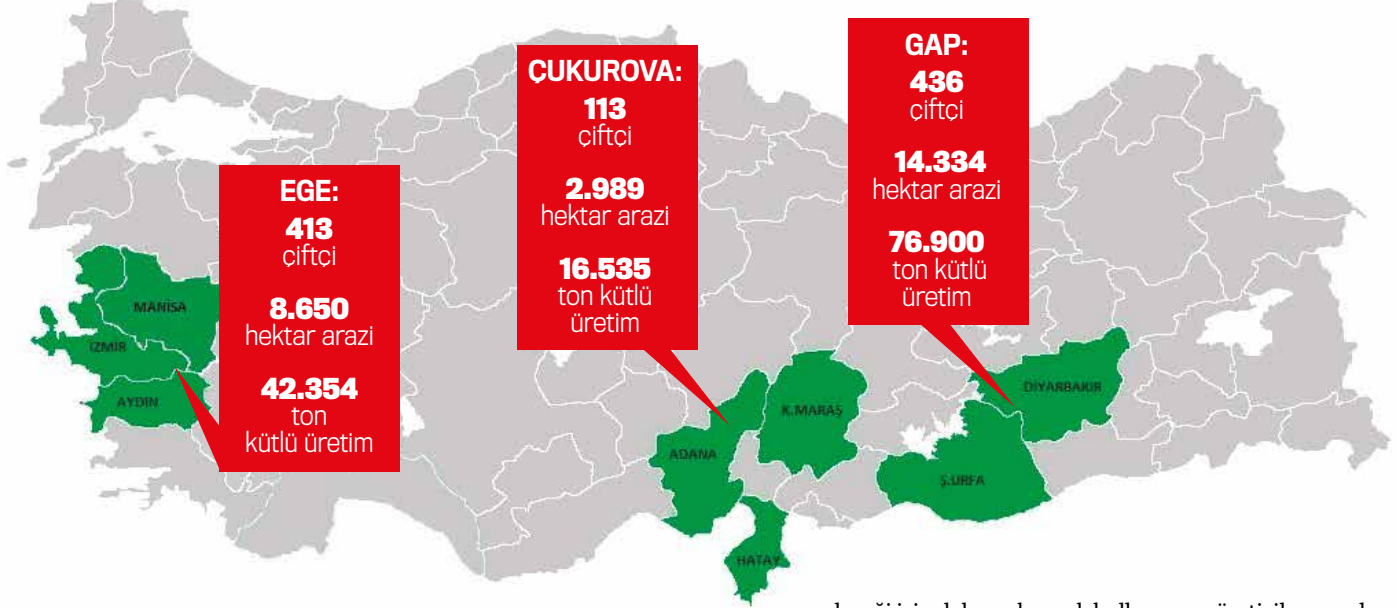
Organic Cotton Accelerator (OCA); organik pamuk sektörünün çiftçilere ve çevre biyoçeşitliliğine fayda sağlayacak şekilde büyümesini sağlamak için organik pamuk yetiştiricilerini destekleyen bir girişim. Organik pamuk üretimini desteklemek amacıyla 2016 yılında kurulan OCA; organik pamuğun potansiyelini ortaya çıkarmak ve hem insanlar hem de dünya için olumlu bir değişim sağlamak için faaliyet gösteriyor. Organik pamuk üretimi yapan çiftçileri destekleyen OCA, çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlıyor.

Organik pamuğun gelişmesi yönünde koşullar oluşturmak amacıyla; yetiştirici, tedarik eden ve satın alan paydaşları bir araya getiren OCA platformu, aynı zamanda global markaların, perakendecilerin, tedarik zinciri ortaklarının ve sivil toplum örgütleri ile vakıfların organik pamuğun geleceğini koruma çabalarını birleştiriyor. Tarladan moda giden organik pamuk yolculuğunda tüm paydaşların bilgi birikimi ve sürdürülebilirlik çabalarını bir araya getiren platformun kurucu ortakları arasında Laudes Foundation, H&M, Kering, Eileen Fisher, Textile Exchang, Tchibo, Inditex ve C&A markaları yer alıyor. Çiftçi geliştirme ve eğitime programı, organik tarım ve tohum programları bulunan OCA düzenlediği etkinlikler de bu alana dikkat çekiyor.



# TÜRKİYE, EN VERİMLİ BETTER COTTON ÜRETİCİLERİNDEN BİRİ

BCI'nın Türkiye'deki stratejik ortaklarından olan İyi Pamuk Uygulamaları Derneği'nin verilerine göre; 2018 pamuk sezonunda, Türkiye'de 962 lisanslı BCI çiftçisi, 26 bin hektarda, 135 bin ton kütlü üretim gerçekleştirdi.



## ORGANİK TEKSTİL İÇİN GEREKEN BAŞLICA SERTİFİKALAR

### Global Organic Textile Standard (GOTS):

Bu standart, tekstil tedarik zincirinin tamamını, ürünlerinin üretimini, işlenmesini, ambalajlanmasını, etiketlenmesini, ticaretini ve dağıtımını bağımsız sertifikasyon ile belgelendirmektedir. Ekolojik ve sosyal kriterler de dahil olmak üzere organik lifler için tekstil işleme koşullarını belirleyen, dünya çapında önde gelen standartlardan biri olan GOTS, en az yüzde 70'i sertifikalı organik doğal elyaftan üretilmiş tekstil ürünlerini kapsar.

**OEKO-TEX Standard:** Kullanımı yasaklanmış veya sınırlandırılmış ham madde kullanımını denetleyen ve sağlık tedbirleri ile ilgili parametreleri kapsayan bu standarda sahip olan tekstil ürünlerinde, kullanılan boya ve ham maddelerin zararlı olmadığı ve izin verilen oranlar dahilinde kullanıldığı doğrulanmıştır.

### Organic Content Standard

**(OCS):** OCS, ham maddenin arazideki sertifikasyonunu kapsamaktadır. Textile Exchange tarafından oluşturulan gönüllü bir standart olan OCS, çoğunlukla firmaların aldığı ürünlerin gerçekten organik materyal içerip içermediğini doğrulamak için kullanılır.



geleceği için daha az kaynak kullanmayı, üreticilere yardımcı olmayı hedefleyen marka, toprak verimliliğini koruyan ve biyoçeşitliliği sağlayan organik pamuk üretimini destekliyor. Levi's aynı zamanda bilinçli hasat edilen ormanlarda sürdürülebilir şekilde yetiştirilen ağaçlardan üretilen ve dönüştürülmüş pamuk artıklarından elde edilen tencel ve refibra sayesinde Made&Crafted'ta yumuşak ve sürdürülebilir bir denim deneyimi sunuyor. Kullandığı pamuğun yüzde 20'sinin Better Cotton olduğunu açıklayan marka, 2020'ye kadar bu oranı yüzde 95'e çıkarmayı taahhüt ediyor.

### HAM MADDEDEN PAKETLEMeye TAMAMEN ORGANİK BİR SÜREC

Organik tekstil, üretimde kullanılan ham maddenin organik sertifikasına sahip olması anlamına geliyor. Ham maddenin yanı sıra organik tekstil ürünlerinin tüketiciye ulaşana kadar geçirdiği tüm evrelerin de organik standartlara göre gerçekleştirilmiş olması gerekiyor. Üretimde kullanılan ham maddenin organik sertifikasına sahip olabilmesi, organik tarım ile yetiştirilmiş olmasını gerektiriyor. Organik ham maddeden elde edilen kumaşın kesim, dikim, boyama, paketleme gibi geçirdiği tüm süreçler de organik tekstile uygun şekilde ayrıca sertifikalandırılıyor. Doğaya zarar vermeden elde edilen organik tekstil ürünlerine olan ilgi her geçen gün artarken kimyasallardan uzak bu ürünler sayesinde bireyler hem kendi sağlıklarını hem de gezegeni koruma altına alıyor. Kullanılan ürünlerin geri dönüştürülerek farklı şekillerde yeniden piyasaya sürülebildiği organik tekstil sektöründe böylece doğal kaynaklar da koruma altına alınıyor. Organik tekstil ürünlerinin insan sağlığına olan faydaları arasında ise alerjik reaksiyonlar, çeşitli cilt hastalıkları ya da kanser gibi hastalıkların oluşumunun önüne geçilmesi yer alıyor. Tekstil sektöründe ham maddenin yanı sıra birçok farklı yan sanayi ürünü de bulunuyor. Son yıllarda sektör, bu alanda da sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda çalışmalar yapıyor.

# Metal aksesuar alanında STeP By OEKO-TEX Belgesi'ni alan ilk ve tek firma: Komet Metal

Aylık 50 milyon parça üretim kapasitesi ve 23 ayrı ülkeye ihracatı ile 1996 yılından bu yana faaliyet gösteren Komet Metal; sürdürülebilir üretim koşulları konusunda benimsediği çalışmalarını açık ve tarafsız bir şekilde kanıtlanma olanağı tanıyan, bağımsız bir sertifikasyon sistemi olan STeP by OEKO-TEX belgesini almaya hak kazanan ilk ve tek şirket oldu.

**METAL AKSESUAR** alanında STeP By OEKO-TEX Belgesi'ni alan ilk ve tek firma olan Komet Metal, sürdürülebilir üretim koşullarını benimsiyor. 1996 yılından bu yana dünyada tekstil sektörünün lider markalarına hizmet veren Komet Metal'in aylık 50 milyon parçayı geçen üretim kapasitesi bulunuyor. Kapasitesinin yüzde 70'ini ihrac eden Komet Metal'in ürünleri; İspanya, İtalya, Fransa, Pakistan, Fas, Banglades, Hong Kong, Mısır, Rusya gibi toplamda 23 ayrı ülkeye direkt ihrac ediliyor.

Sürdürülebilir üretim koşulları konusunda benimsedikleri çalışmaları açık ve tarafsız bir şekilde kanıtlanma olanağı tanıyan, bağımsız bir sertifikasyon sistemi olan STeP by OEKO-TEX belgesine başvurduklarını dile getiren Komet Metal Genel Müdürü Emre Koçık; "Sürdürülebilir üretim çalışmalarımızı bu belge kapsamında altı ana başlık altında topladık. Bunlar; çalışanlarımızın maksimum memnuniyet ve verimle çalışmasını hedeflediğimiz sosyal sorumluluk çalışmalarımız, fabrikada yaşanabilecek iş kazası risklerini en aza indirmek için yapılan iş sağlığı ve güvenliği çalışmalarımız, üretimimiz boyunca çevreye ve doğaya duyduğumuz saygıdan dolayı yaptığımız çevre yönetim ve performans çalışmalarımız, yine hem çevreye hem de insan sağlığına en az zararı vermek için oluşturdığımız kimyasal yönetimi çalışmalarımız ve son olarak tüm sektörler arasında farklı ve öncü olmamızı sağlayan, kalite yönetim çalışmalarımızdır" dedi.

## SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİMDE ÖNCÜ

Her yıl düzenli olarak sürdürülebilirlik raporu da hazırladıklarını belirten Koçık; dünyada metal aksesuar alanında STeP By OEKO-TEX Belgesi'ni alan ilk ve tek firma olarak tekstil sektöründe metal aksesuar alanında çalışan tüm firmalara sürdürülebilir, doğa ve çevre dostu üretim anlayışında öncülük ettiklerini de vurguladı.

"Bilindiği üzere değişen dünya düzeninde mevcut tekstil sektör liderleri hem üretimlerinde hem de tedarikçi seçimlerinde sürdürülebilir, doğa ve çevre



**EMRE KOÇIK**  
KOMET METAL GENEL MÜDÜRÜ

dostu üretim yapabilen, çalışanlarının sosyal haklarına önem veren, üretimde kimyasalların sorumlu kullanımını benimseyen firmaları tercih etmektedirler. STeP by OEKO-TEX belgesine sahip olmanın bizi pazar rekabetinde bir adım öne çıkaracağını düşünüyoruz. Su anda daha önce çalışmadığımız bazı dünya markaları bizimle iletişime geçmiş durumda ve projelerinde yerimizi almış bulunmaktayız" diye konuşan Emre Koçık; Komet Metal olarak kuruluşlarından beri ürünlerini en yüksek kalitede ürettiklerine de değindi.

STeP by OEKO-TEX belgesini alma amaçlarının kaliteli üretimlerinin, sürdürülebilir ve çevre dostu anlayışla birlikte tescillenmesini sağlamak olduğunu belirten Koçık;

"STeP by OEKO-TEX belgesiyle beraber hem mevcut müşterilerimizin hem de potansiyel yeni müşterilerimizin memnuniyet ve taleplerinin artacağını düşünüyoruz. Bunun avantajlarını pandemi süreci dahil görmeye başlamış bulunmaktayız" dedi.



# KESİM HANE OTOMASYON SİSTEMLERİ

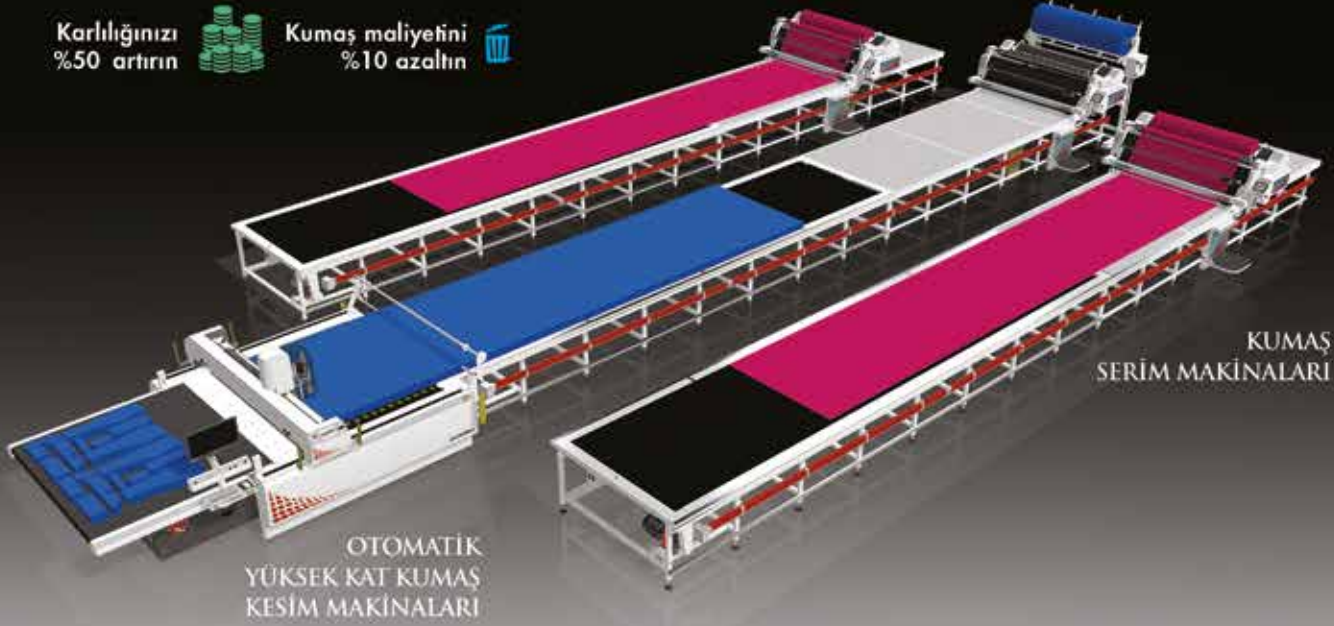
intelloCut



Karlılığınızı  
%50 artırın



Kumaş maliyetini  
%10 azaltın



KUMAŞ  
SERİM MAKİNALARI

OTOMATİK  
YÜKSEK KAT KUMAŞ  
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL

OTOMATİK  
TEK KAT KUMAŞ  
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL

SADECE 500w İLE  
9 DAKİKADA  
BİR TAKIM ELBİSE



**bierrebi**  
faster cutting technologies

TÜP KUMAŞ  
KESİM MAKİNASI  
1 KİŞİ İLE 1 SAATTE  
4.400 T-SHIRT



**bierrebi**  
faster cutting technologies

OTOMATİK  
DANTEL  
KESİM  
MAKİNASI



**özbilim**  
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

Gürpınar, Adnan Kahveci Mah. Mehmetçik Cad. Şirin Sanayi Sitesi A-5-2 Blok Beylikdüzü-İstanbul/TÜRKİYE  
Tel: +90 (212) 855 42 43 - 855 48 78 Fax: +90 (212) 855 36 38 e-Mail : info@ozbilim.com  
www.ozbilim.com • info@ozbilim.com

# Halı sektörü ihracatta hızlı bir yükseliş bekliyor

Pandemi nedeniyle değişen tüketici ihtiyaçları ve küresel pazarlardaki durgunluklar, ihracat oranlarının düşmesine sebep olurken birçok sektörde normalleşmenin etkileri görülmeye başladı. Türkiye'nin dünyada bir markaya dönüşmesini sağlayan halı sektörü de normalleşmenin etkisiyle düşen ihracat potansiyelinin hızla artacağını öngörüyor.

**K**ORONAVİRÜS SALGINI döneminde neredeyse tüm sektörlerde olduğu gibi halı sektöründe de ihracat düşüşleri görüldü. Türkiye'nin halı ihracatındaki hedef pazarları arasında yer alan ABD, AB ülkeleri ve Orta Doğu'da yaygınlaşan COVID-19 salgını, halı ihracatının düşmesinin en temel sebepleri arasında gösteriliyor. Salgın döneminde yeni ürün alımı gerçekleştirilmeyen ithalatçılar, normalleşme sürecine geçilmesiyle birlikte tükenen stoklarını hızla yenileme eğiliminde. Küresel pazarda bir marka haline gelen Türk halılarının bu süreçte ihracat oranlarını hızla artıracığı düşünülüyor. Gelişmiş ülkelerdeki online ticaret kanalları, normalleşme süreci ile halı sektörünün hızlı yükselişine katkı sağlıyor.

## 2019 YILINDA İHRACAT HACMI YÜZDE 11,8 ARTTI

El halısı, makine halısı ve tüfte halı olmak üzere üç ana grupta incelenen dünya halı ticareti; TradeMap verilerine göre

2018 yılında 14,3 milyar dolarlık ithalat ve 16,5 milyar dolarlık ihracat hacmi ile dikkat çekiyor. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin TradeMap verilerine dayanarak hazırladığı Halı Sektör Raporu'na göre; 2018'de en fazla halı ithalatı gerçekleştiren ülkeler ABD, Almanya, Birleşik Krallık, Kanada ve Japonya oldu. Küresel halı ithalatının yaklaşık yüzde 15'ini karşılayan Türkiye; ihracattaki payını da artırıyor.

Halı ihracatının küresel lideri Çin, 2019 yılında 2,93 milyar dolarlık ihracat hacmine gerilerken, dünyanın en büyük ikinci halı ihracatçısı konumunda olan Türkiye de ihracat hacmini bir önceki yıla kıyasla yüzde 11,8 oranında artırarak 2,53 milyar dolara yükseltti. Türkiye, gerek teknolojik yatırımlarla üretilen endüstriyel halı gerekse tasarım ve emeğe dayalı yöresel halı ve kilim alanındaki uzmanlığı ile ihracat konusunda önemli bir rol üstlenmeye devam ediyor. Türk gelenek ve göreneklerini yansıtan motiflerle kaplı, tasarıma ve el becerisine dayalı bir üretimin ön planda olduğu Türk halıları; benzersiz yapı ve üretim süreci





# Halı ihracatının sanayi ürünleri ihracatı içerisindeki yüzde 2,3'lük payı ocak-mayıs döneminde yüzde 2,5'e yükseldi.

ile uluslararası halı piyasasında oldukça avantajlı bir konumda yer alıyor.

## ÜRÜN BAZLI İHRACAT ARTIŞI SEKTÖRÜN FARKLILIKLARINI ORTAYA KOYUYOR

Küresel halı ticaretine 26 farklı kategoride ürün konu olurken Türkiye bu ürünlerin 22 tanesini ihraç ediyor. Dünya genelinde ihracat performansı en yüksek olan halı sektörü alt kırımları; 2,03 milyar dolar ile suni dokumaya elverişli, hazır eşya halinde olan halı ve yer kaplamaları olurken onu 257,5 milyon dolarlık ihracat hacmi ile suni/sentetik tüfte halı takip ediyor. Sektörde en fazla ihraç edilen bir diğer ürün grubu ise 52,6 milyon dolarlık ihracat hacmi ile naylon/diğer poliamidlerden tüfte halı.

Türkiye halı sektöründe; 2019 yılında, 2018'e kıyasla ihracat performansı en çok artan ürünler yer kaplaması/keçeden halı ve duvar halısı/el dokuması/iğne işlemesi kırımlarında görüldü. Türkiye'nin ihracat potansiyelini artırdığı diğer halı ürün grubu alt kırımları ise; yer kaplaması/koko lifinden ve yer kaplaması/yün, ince kıldan, havsız, hazır eşya, tüftesiz, flokesiz oldu. TradeMap verilerine göre Türkiye; 2018 yılında en çok halı ihracatını 1,91 milyar dolar ile dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları ürün grubunda yaparken 2019 yılında bu grubun ihracatı 2,11 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2018 yılında 299,6 milyon dolar ile en fazla ihraç edilen ürün grubu olan halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tüfte edilmiş) ise 2019 yılında 346,2 milyon dolarlık ihracat yapıldı. 2018 yılında ihracat hacmi yüksek olan bir diğer ürün grubu olan düğümlü veya sarmalı halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden düğümlü veya sarmalı yer kaplamalarında ise 42,2 milyon dolar olan ihracat hacmi, 2019 yılında 47,6 milyona yükseldi.

## SALGININ DÜŞÜRDÜĞÜ İHRACAT HACMİ, NORMALLEŞME İLE ARTACAK

İTKİB Genel Sekreterliği Halı Sektör Şubesi'nin hazırladığı Halı Sektörü Mayıs 2020 Raporu'na göre; ocak-mayıs döneminde Türkiye'nin toplam ihracatı yüzde 19,7 oranında azalırken halı ihracatı da yüzde 18,3 oranında azalarak 851 milyon dolar olarak gerçekleşti. Halı ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatından aldığı yüzde 1,5'lik pay, 2019 yılının aynı dönemine kıyasla değişiklik göstermedi. Halı ihracatının sanayi ürünleri ihracatı içerisindeki yüzde 2,3'lük payı ise bu dönemde yüzde 2,5'e yükseldi. 2020 yılının ilk çeyreğinde daha önceki yıllara kıyasla



**%8,6**

**ABD'ye halı ihracatındaki artış**

**%4,3**

**İsrail'e halı ihracatındaki artış**

ihracat performansını yükselttiği gözlenen halı sektörü, koronavirüs salgınının hedef pazarlarındaki ve tüm dünya genelindeki etkisi nedeniyle nisan ve mayıs aylarında ihracat düşüşü yaşadı. Bir önceki yılın ocak-mayıs dönemine kıyasla el halısı ihracatındaki düşüş yüzde 30,5, makine halısı ihracatı yüzde 16,9 ve tüfte halı ihracatı yüzde 25,4 oranında azaldı. Ocak-mayıs 2020 döneminde el halısı ihracatı 14,4 milyon dolar, makine halısı ihracatı 731,6 milyon dolar ve tüfte halı ihracatı 105,5 milyona ulaştı.

Gerileyen ihracat hacminin birçok Avrupa ülkesinde normalleşmeye geçilmesiyle birlikte artacağı düşünülüyor. Dünyanın en büyük halı ihracatçısı olan Çin'in, salgın sürecinde yaşadığı güven kaybı ise Türkiye'nin halı ihracatı alanında daha avantajlı bir noktada olmasının önünü açabilir gibi görünüyor.

## ABD'YE HALI İHRACATI ARTTI

Aynı dönemde Türkiye'nin halı ihracatındaki en büyük hedef pazarları arasında bulunan Amerika ülkelerine gerçekleşen ihracat, yüzde 6,6 oranında artarak 287,2 milyon dolara yükseldi. Türkiye'nin ikinci büyük pazarı olan Orta Doğu ülkelerine olan ihracat ise yüzde 29,3 oranında azaldı. AB ülkelerine gerçekleştirilen halı ihracatı da bu dönemde yüzde 31,2 oranında azalarak 139,8 milyon dolar olarak kaydedildi.

Ülkeler bazında halı ihracatına bakıldığında ise Türkiye'nin en büyük halı ihracatı pazarı konumunda olan ABD'ye gerçekleştirilen ihracat ocak-mayıs döneminde yüzde 8,6 oranında artarak 273,1 milyon dolar seviyesine yükseldi. Suudi Arabistan'a gerçekleştirilen halı ihracatı da yüzde 31,5, Almanya'ya gerçekleştirilen ihracat ise yüzde 18,2 oranında azaldı. Türkiye'nin bu süreçte halı ihracatını artırdığı görülen bir diğer ülke de İsrail oldu. İsrail'e gerçekleştirilen halı ihracatı, yüzde 4,3 oranında artarak 12,1 milyon seviyesine çıktı.



## MAYIS AYI İTİBARIYLA HALI İHRACAT RAKAMLARI TEKRAR ARTMAYA BAŞLADI

Halı ihracatının mayıs ayı itibarıyla artış gösterdiğini ifade eden İHİB Başkanı Uğur Uysal; temmuz ayı itibarıyla da geçen yılki rakamlara ulaşabileceğini tahmin ettiklerini belirtti. İnternet satışlarının ihracat rakamlarına olumlu yansımaları olduğuna da dikkat çeken Uysal; “İnternet artık bizi başka yerlere taşıyor. Belki de 20 yılda kat edilecek süre, 2 ayda kat edildi. Bütün dünyada insanlar internet alışverişine daha çok alıştı ve daha çok sevdi” açıklamasını yaptı.

**HALI** ihracatında, tüm sektörler gibi pandemi döneminde özellikle mart ve nisan ayında ani bir duraksama yaşadıklarını belirten İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) Başkanı Uğur Uysal; tüm pazarların belirsizliğin getirdiği soru işaretleriyle siparişleri durdurduklarını ve hazırdaki ürünleri de almadıklarını, böylece bir bekleme sürecine girildiğini vurguladı. Uysal; mayıs ayı itibarıyla özellikle Amerika’da evde oturmaktan canı sıkılan insanların doğal olarak online alışverişe yöneldiğini aktararak; “İnsanların evde durdukça evdeki eşyalarını değiştirme ihtiyacı içine girmeleri nedeniyle çok hızlı bir internet ticareti oluştu. Bu da önce Amerika’daki ithalatçıların stoklarını eritmelerine, daha sonra stoklar eriyince de Türkiye’ye yüklü siparişler vermelerine sebep oldu. Bu sebeple mayıs ayı itibarıyla ihracat rakamları tekrar artmaya başladı. Şu an ortalamalara baktığımızda halı sektöründeki ihracat artış seviyesi, Türkiye genel ihracat artış seviyesi ile başa baş gidiyor; ki tekstil deri ve hazır giyim sektörlerine baktığımız zaman bu sektörler ortalama -20’lerde ilerlerken, halı sektörü -11’lerde ilerliyor” şeklinde konuştu.

### LOKOMOTİFİMİZ; DÜNYADAKİ EN BÜYÜK ÜRETİCİSİ OLDUĞUMUZ MAKİNE HALISI

Temmuz sonu civarında geçen yıldaki noktaya ulaşabileceğini tahmin



**UĞUR UYSAL**  
İHİB BAŞKANI

ettiğini belirten İHİB Başkanı Uğur Uysal; “Buradaki lokomotifimiz, dünyadaki en büyük üreticisi olduğumuz makine halısı sektörü. El halısında maalesef çok ciddi gerileme var. Ama burada internet satışları sebebiyle istatistiklere yansımayan elektronik ihracatlar söz konusu. Bu durumu üyelerimizden takip ediyoruz. Tabii bu elektronik ticaretler, ihracatçı birlikleri kayıtlarına yansımadağı için rakamları göremiyoruz; bunu ancak Bakanlığımız takip edebiliyor” dedi.

“İnternet artık bizi başka yerlere taşıyor. Belki de 20 yılda kat edilecek süre, 2 ayda kat edildi. Bütün dünyada herkes internet alışverişine daha çok alıştı ve daha çok sevdi” ifadelerini kullanan Uysal; bu durumun sektörü yeni satış teknikleri ile tanıştıracığını belirtti. Uğur Uysal sözlerine; “Şu anki ticaret, yıllardır görüşümüz olan ilgili pazarlarda lojistik merkezler kurulması konusunda da artık devletimizin ve ihracatçı birliklerimizin daha hızlı adım atması gerektiğini ortaya koyuyor. Çünkü artık anında hizmetin verilebileceği online ticarete başarıyı, ancak o pazarda

kendi depolarımızın ve kendi lojistik merkezlerimizin var olması ile yakalayabiliriz. Ümit ediyorum ki, belki Türk Ticaret Merkezlerinin ilkini açan halı sektörümüz ve İstanbul Halı İhracatçıları Birliği, yakında Amerika’daki ilk lojistik merkezini açacak ve bu konuda da öncülük edecek” şeklinde devam etti.

**Türk Ticaret Merkezlerinin ilkini açan halı sektörümüz ve İstanbul Halı İhracatçıları Birliği, yakında Amerika’daki ilk lojistik merkezini açacak ve bu konuda da öncülük edecek.**

# TERCİHİM

TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ

TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ OKU GELECEĞİNİ DOKU

“Üniversite sınavında ilk 5 tercihimde  
“**Tekstil Mühendisliğini Seç**”  
asgari ücrete varan oranlarda burs kazan.”

**İlk 20 Bin**

öğrenciye

**\*Asgari ücret**

**20 - 50 Bin**

arası öğrenciye

**\*Asgari ücretin %70'i**

**50 - 80 Bin**

arası öğrenciye

**\*Asgari ücretin %50'si**



[www.tercihimtekstil.com](http://www.tercihimtekstil.com)



# Blockchain, tüketicinin istihbarat kaynağı olacak

Yeni nesil teknolojilerden biri olan blockchain, kriptolu para transferi sistemi olarak kurulmasının ardından iş dünyasında farklı alanlarda kullanılabilen bir yapıya evrildi. Birçok sektörde örneklerine rastlanabilen blockchain teknolojisi ile tekstil ve hazır giyim ürünlerinin hangi şartlarda ve nasıl üretildiği tüketicilere gösterilebiliyor.

**S**ON YILLARDA teknolojik gelişmelerin en önemli yapılarından biri olarak bilinen blockchain; en net tabiri ile şifrelenmiş işlem takibi sağlayan, dağıtık veri kayıt sistemidir. Kaydedilen verilerin değiştirilmesinin ve silinmesinin önüne geçen bu teknoloji, verilerin biriktirildikleri blokları tıpkı bir zincir gibi birbirlerine şifreleme algoritması ile bağlayarak saklanmasını ve bu zincirin birçok kişiyle dağıtık olarak paylaşılmasını sağlar. Alıcı ve satıcının karşılıklı tuttukları veresiye defterine benzetilen bu yapıda, işlemlerin kayıtlı olduğu blok zinciri ağı üzerindeki herkes aynı bilgilere erişebiliyor. Değiştirilemeyen ve manipüle edilemeyen veriler tutulmasını sağlayan blockchain, merkezi bir otoriteye de bağlı değil.

Günümüzün en önemli problemlerinden olan tek merkeze dayalı güven sisteminin, merkezi yapısını dağıtan ve sistemin daha verimli çalışmasını sağlayan bu teknoloji, internet ortamında değerli varlıkların transferine olanak tanıyan ve birçok noktada hayatı ve süreçleri kolaylaştıran bir kayıt defteri. Blockchain

modeli blok ve blokları oluşturan kayıtlardan meydana geliyor. Bu kayıtlar zincir yapısının üzerine oluşturulan her türlü içerik bilgisi anlamına geliyor. Bu bilgiler para aktarımı, müşteri kayıtları ya da demirbaş listesi gibi değerler olabilirken sistemde kayıtlı olan bir kullanıcıdan başka bir kullanıcıya yapılan transferler de bu kayıtlarla tutuluyor. Blockchain'i oluşturan diğer bir yapı olan bloklarda ise kayıtlar birleştirilerek, belirli aralıklarda işleniyor. Kripto para birimi olan bitcoin için geliştirilen bu yapı sonrasında çok farklı şekillerde evrilerek bir ödeme aracının ötesine geçti ve daha genel kullanım alanları olabileceği fark edildi. İsviçre merkezli Credit Suisse tarafından hazırlanan geniş çaplı bir rapora göre de blockchain dijital para birimlerinin ve finansal hizmetlerin dışında birçok alanda kullanılabilir bir yapı.

## BANKACILIK VE FİNANSTA BAŞLAYAN UYGULAMALAR DİĞER SEKTÖRLERE DE YAYILDI

İş dünyasına bankacılık ve finans sektörleri ile yansıyan blockchain teknolojisi, farklı sektörlerde de



uygulanabiliyor. Fakat bu teknolojinin her iş modeli ve her iş senaryosu için kullanılması söz konusu değil. Tutulacak veri birden fazla paydaş tarafından oluşturulmuyor ve okunmuyorsa iş süreçlerinde blockchain'e gerek duyulmuyor. Taraflar arasında bir güven probleminin olmaması da blockchain'i ihtiyaç kapsamından çıkarıyor. Halka açık bir denetim mekanizmasına gerek görülmeyen işletmelerde ve kayıtların değiştirilmesinin ciddi önem arz etmediği yapılarda da blockchain teknolojisi gereksinim olarak görülüyor.

KPMG Küresel Blockchain Lideri Eamonn Maguire, doğrulama gerektiren tüm değer işlemlerinin blockchain için aday olduğunu belirtirken perakende ödemelerinden mortgage ve ticarete kadar neredeyse tüm finansal hizmet sektörlerinin blockchain teknolojisinde potansiyeli olduğunu belirtiyor. Blockchain'in iş süreçlerinde operasyonel verimlilik, sürecin basitleştirilmesi ve etkin denetim gibi avantajlar sağladığı biliniyor. Ayrıca daha az risk, daha hızlı mutabakat ve daha az dolandırıcılık da blockchain'in iş dünyasına sağladığı avantajlar arasında.

#### TEKSTİL VE HAZIR GİYİMDE BLOCKCHAIN'İN AYAK İZLERİ

Güven ve şeffaflık tesis ederek iş süreçlerini basitleştiren bu teknoloji tekstil ve hazır giyim sektörünü de dönüştürebilecek bir altyapıya sahip. Blockchain uygulamaları ile herhangi bir tekstil ya da hazır giyim ürününün hangi tedarik zincirinden geçtiği, nasıl ve nerelerde üretildiği kolayca görülebiliyor. Her alıcının okuyabileceği blockchain kayıtlarında ürünün gerçek ya da taklit olduğu da anlaşılabilir. Markalar için önemli bir problem olan taklit ürünlere karşı blockchain teknolojisinin müşteri tarafında güven yaratması bekleniyor. Ürünün ham maddesi, organik olup olmadığı, içerisinde bulunan kimyasallar

İş süreçlerini basitleştiren bu teknoloji, tekstil ve hazır giyim sektörünü de dönüştürebilecek bir altyapıya sahip.

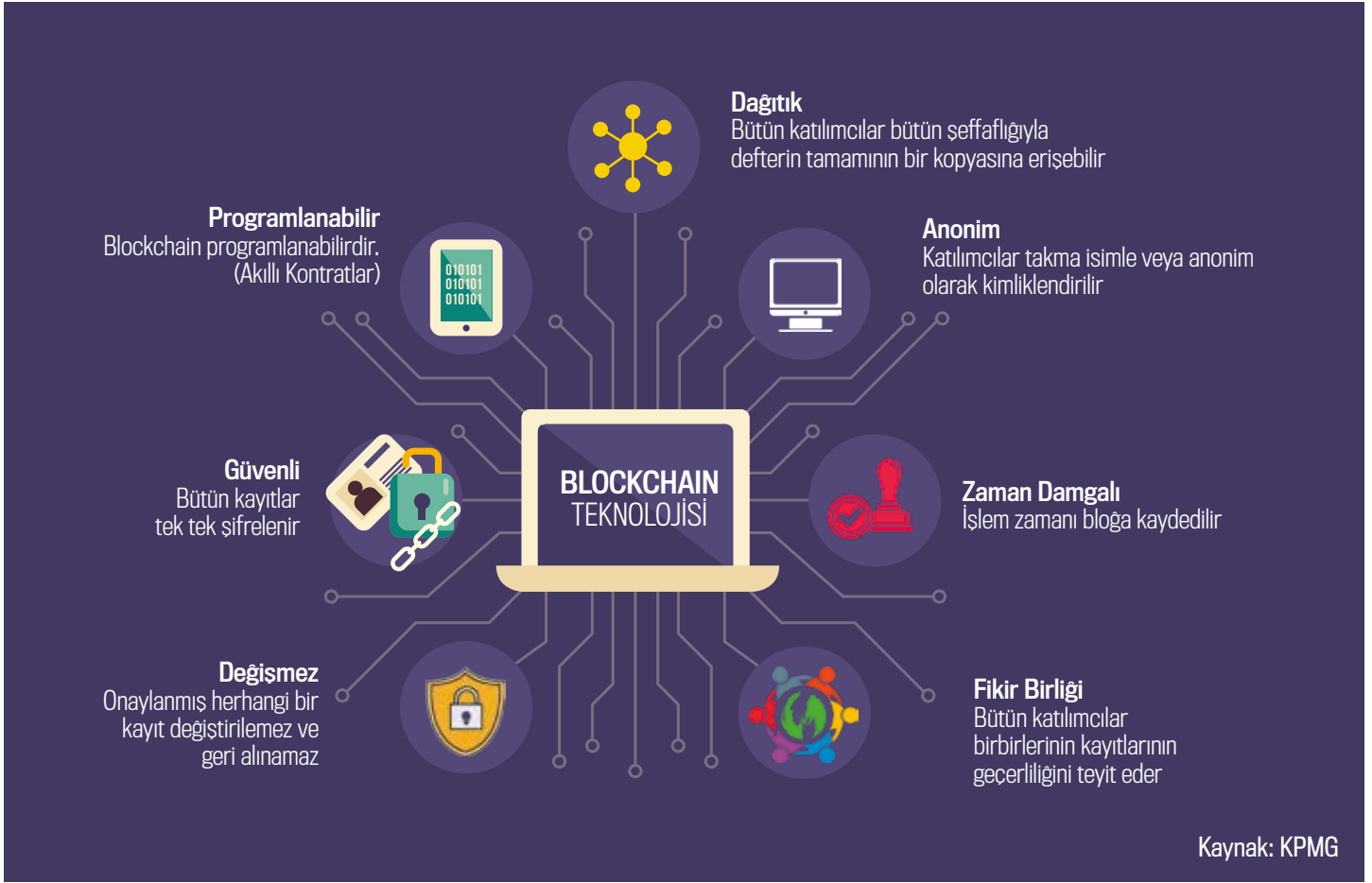
ya da üretim metotlarına da blockchain ile ulaşmak mümkün. Sağlıktan güvenliğe kadar birçok sektörde kullanılan bu teknoloji, moda endüstrisini daha şeffaf hale getirebilecek nitelikte. Markaların ürünlerinin özgünlüğünü ve sürdürülebilirliğini ortaya koyabilecek blockchain teknolojisini çalışmalarına uyarlayan moda devlerinin sayısı da her geçen gün artıyor.

Loomia, blockchain ile müşterilerinden veri toplayarak, ürünlerini buna göre geliştiriyor. Textile Genesis, tencel liflerini izlemek için blockchain teknolojisini kullanırken Fuchsia ise Pakistan'da ayakkabı üreten işçilerle ilgili ayrıntıları yine bu teknoloji ile paylaşıyor. H&M de blockchain teknolojisi kullanan markalar arasında. Marka, müşterilerine blockchain teknolojisi ile izlenebilir ürünler sunmayı hedefliyor. Daha iyi bir alışveriş ve müşteri deneyiminin amaçlandığı bu uygulamada QR kod ile ürünlerin geçmişi müşteriler tarafından görülebilecek. Ürünlerin orijinallığı ve ham maddesi hakkında bilgilerin aktarılacağı bu uygulama sayesinde markaya olan güvenin artacağı düşünülüyor. Pilot bölge olarak seçilen Çin'in Guangzhou kentindeki bir AVM'de başlayacak uygulamanın, diğer pazarlara da taşınacağı belirtiliyor.

#### TİCARET BAKANLIĞI BLOCKCHAIN TEKNOLOJİSİNİ DESTEKLİYOR

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan 2019 yılında, Türkiye Bilişim Vakfı liderliğinde bağımsız bir yapı olarak kurulan Blockchain Türkiye Platformu'nun ilk kamu üyesi olduklarını açıkladı. İhracat ve ithalat işlemlerinin blockchain teknolojisiyle hiç olmadığı kadar hızlı gerçekleşmesini sağlayacak yeni bir teknoloji üzerinde çalışmaya başladıklarını belirten Bakan Pekcan, blockchain teknolojisinin birbirini tanımayan ya da birbirine güvenmeyen tarafların ortak bir platform üzerinden, bir aracıya ihtiyaç duymadan işlem gerçekleştirebileceği yeni bir kayıt teknolojisi olduğuna işaret etti. Türkiye'nin dış ticaret işlemlerinde dijital dönüşüm için çalışmalar yapan





Ticaret Bakanlığı, blockchain teknolojisiyle kurumlar arası koordinasyonun yeni bir boyut kazanacağını düşünüyor. Ruhsar Pekcan, test ve kabul işlemleri gibi ürünlerin gümrükte beklemesine sebep olan birçok işlemin bu teknoloji ile sorunsuz çalışacağına dikkat çekerken uluslararası tedarik zincirlerinde blockchain kullanımına ilişkin birçok yazılım şirketi ile görüştiklerini de dile getirdi. Blockchain teknolojilerinin uluslararası ticarete birçok bürokratik engeli kaldıracak çözümleri bünyesinde barındırdığını da belirten Bakan; “Ülkeler arası mevzuat farklılıkları, belgelerin standart olmaması, sahtecilik gibi birçok konu doğrudan blockchain teknolojisinin çözüm alanına giriyor” dedi.

Bakanlığın 2019 yılının Kasım ayında ilk kez düzenlediği Ulusal Davranışsal Kamu Politikaları Konferansı’nda, Ticaret Bakanlığı Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Daire Başkanı Muhammed Emin Torunoğlu; Türkiye’nin ilk canlı kamu blockchain uygulamasını hazırladıklarını belirtti. Bloomberg HT’de katıldığı bir programda blockchain’in kamunun yaptığı birçok işi daha verimli hale getirebilecek bir teknoloji olduğunu söyleyen Torunoğlu; “Çok fazla paydaşın bulunduğu dış ticaret, blockchain’in konusu durumunda. Bu paydaşların güven sorunu bulunuyor. Alıcılar, satıcılar, gümrük idareleri, taşıyıcılar, sigortacılar arasında dolaşan birçok belge var ve bu belgeler elektronik ortamda ya da kağıt olarak paylaşılıyor. Bu noktada verimsizlikler ortaya çıkıyor. Bu anlamda

blockchain’in dış ticarete çok önemli katkıları olacağını düşünüyoruz” dedi. 2016 yılının Eylül ayından bu yana Bakanlık olarak bu alanda çalışmalar yürüttüklerini belirten Torunoğlu, ihraç edilecek ürünlerden istenilen testlerin ya da ürünlerin coğrafi kodlamalarının bu sistemler üzerinden yapılabileceğini ifade etti. Güney Kore’de benzer bir çalışmanın uygulandığını da belirten Torunoğlu; dış ticaretteki evrak yoğunluğunun e-ticaret ile azaldığını ancak güven sorununun ortadan kalkmadığını dile getirerek dış ticaretteki tüm paydaşların, tüm işlemleri blockchain üzerinden görebilmesinin önemine işaret etti. Türkiye’nin konu ile ilgili önemli çalışmaları bulunan Güney Kore ve Singapur gibi ülkelerle de görüşme halinde olduğu biliniyor.

### Blockchain teknolojisinin nasıl icat edildiğini biliyor musunuz?

**Blockchain**, 2008-2009 yıllarında bitcoin ile birlikte Satoshi Nakamoto tarafından icat edildi. Ancak Satoshi Nakamoto’nun kim olduğu hâlâ bilinmiyor. Öyle ki; bir kişi mi, yoksa grup mu, o da belli değil. Bitcoin’in bir parçası olarak blockchain veri tabanını tasarladığı bilinen Nakamoto’nun bu yapının tam olarak çalıştığından emin olduktan sonra insanlara hibe ettiği ve başka teknolojiler üzerinde çalışmalarını sürdüreceğini duyurduğu biliniyor.



# İHKİB Mobil App İngilizce Sürümü Yayında



# MODANIN SAĞLIKLA BULUŞTUĞU YENİ AKIM BEZ MASKE



Koronavirüs salgını ile birlikte insanların hayatına giren bez maskeler, artık hem ihtiyaç hem de kıyafetleri tamamlayan aksesuarlardan biri haline geldi. Son günlerde renk, model ve kumaş yapısı bakımından seçenek ağı her geçen gün genişleyen bez maskeler, uzun süre modanın sağlıklı buluştuğu yeni bir akım olacak gibi görünüyor.

**Ç**İN'DE BAŞLAYIP sonrasında hızlı bir şekilde tüm dünyaya yayılan koronavirüs, ekonomik ve sosyal hayatı derinden etkilediği gibi günlük alışkanlıklarda da büyük değişimlere sebep oldu. Türkiye'de, salgına karşı diğer pek çok ülkeye göre daha iyi bir tablo çizilse de salgın hâlâ sürüyor ve tehlike henüz bitmiş değil. Virüsün etkili olduğu ülkeler yavaş yavaş normalleşme kapsamında adımlarını atarken Türkiye de 1 Haziran itibarıyla normalleşme sürecine girdi. Normalleşmenin etkisiyle artan sosyal hareketlilik, etkisi hala süren salgına karşı daha fazla önlem almayı gerektiriyor. Bu önlemlerin başında ise maske takmak geliyor. Cerrahi

maskelere alternatif olarak üretilen çok kullanımlık bez maskeler; renk ve desen seçenekleriyle moda da yön veriyor. Salgın ile hayatımıza giren maske ve daha birçok koruyucu önlem, normalleşme döneminde ve hatta sonrasında da uzunca bir süre yaşamın önemli bir parçası olacağı benziyor.

Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) bez maske konusundaki son açıklamaları da üreticileri harekete geçirdi. DSÖ, COVID-19'a karşı alınabilecek önlemler kılavuzunda bir değişikliğe giderek hükümetlere, kamuya açık alanlarda vatandaşlarına bez maske takmalarını önermelerini tavsiye etti. DSÖ'nün COVID-19 Teknik Uzmanı Maria Van Kerkhove,





Üzerinde kendi logosunun bulunduğu maskeleri Louis Vuitton 85 dolardan, Fendi ise 270 dolardan satışa sundu.

Reuters'a yaptığı açıklamada düzgün bir şekilde kullanıldığı takdirde bez maskelerin de cerrahi maskeler gibi insanları, potansiyel tehlike olan damlacıklardan koruyabildiğini gördüklerini söyledi. Kerkhove, bez maskelerin üç katmandan oluşması gerektiğine dikkat çekerek dış yüzeydeki ilk katmanın polyester benzeri bir kumaş olması, ikinci katmanın da filtre görevi görmesi gerektiğini ifade etti.

#### TÜRKİYE, BEZ MASKE STANDARTLARINI BELİRLEYEN ÜÇÜNCÜ ÜLKE

Hasta kişilerin solunum damlacıklarının atılımının en aza indirgenmesi ve virüsün yayılım hızının düşürülmesi için kullanılan bez maskelerin üretim standartları TSE tarafından açıklandı. Türkiye, Fransa ve İspanya'nın ardından tüm dünyada bu standartları oluşturan üçüncü ülke oldu. Ticaret Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, TÜBİTAK, TSE ve İTHİB'in ortak çalışmalarıyla belirlenen bez maske standartlarına göre maskeler, sentetik veya doğal liflerden geliştirilen kumaşlardan üretilebiliyor.

Nefes alınabilir bir yapıda olması ve rahat giyilebilir tasarlanması gereken bez maskelerin temizliği ve dezenfeksiyonunun da evde yapılmasının kolay olması gerekiyor. Dokuma, örme, triko ya da dokusuz tekstil yöntemiyle geliştirilerek, üç mikrondan daha büyük damlacıklar için bariyer görevi gören bez maskelerin 60 derecede, 5 yıkama ve kurutma sonrasında da performansını koruyacak şekilde üretilmesi standartlar arasında yer alıyor. Birden fazla kez kullanılabilir yapısı ile kolaylık sağlayan bez maskelerin; kullanıcının burun, ağız ve çenesi üzerine sıkı bir şekilde takılabilmesi ve yan taraflarının yüze tam olarak oturması gerekiyor. Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank da bez maskelerin salgınla mücadele kapsamında son derece önemli olduğuna işaret ederek; "Vatandaşlarımızın piyasadaki bez maskelere karşı bir endişesi olmaması için standartlarımızı oluşturduk" açıklamasını yaptı.



**Normalleşmenin etkisiyle artan sosyal hareketlilik, etkisi hâlâ süren salgına karşı daha fazla önlem almayı gerektiriyor. Bu önlemlerin başında ise maske takmak geliyor.**

### BEZ MASKE İHRACATINDA TÜRKİYE'NİN ÖNEMLİ BİR POTANSİYELİ BULUNUYOR

Salgınla mücadele tedbirleri kapsamında maske ihracatı yapmak isteyen firmalara, ön izin gerekliliği getirilmişti. Normalleşme döneminin başlamasıyla maske kullanımının artmasını göz önünde bulunduran ve ihracatçıların taleplerini dikkate alan Ticaret Bakanlığı, bu ön izin şartını kaldırdı. Salgın sürecinde ertelenen ve iptal edilen tekstil ve hazır giyim siparişleri nedeniyle birçok işletme, süreçlerini maske ve koruyucu giysi üretimine yoğunlaştırırken, bu alandaki üretim fazlalığı önemli boyutlara ulaşmıştı. Mayıs ayı itibarıyla çok kullanımlı bez maske ihracatı için ön izin şartı aranmayacağını açıklayan Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Türkiye'nin bir yandan sağlık hizmetlerinin gerektirdiği tıbbi ekipmanlarda yurt içi talebini karşılarken aynı zamanda dünyanın önde gelen tekstil ve hazır giyim üreticilerinden biri olarak, bez maskenin uluslararası piyasadaki en büyük tedarikçisi olabileceğine işaret etti.

Maske üretimi ve bez maske ihracatına izin verilmesiyle tekstil ve hazır giyim sektörü, normalleşme sürecinde hareketlenmeye başladı. Çok kullanımlı bez maske ihracatının serbest bırakılması sektörde memnuniyet yaratırken istihdama da olumlu katkı sağlıyor. Türkiye'nin bu alandaki kapasitesinin sadece yüzde 5'ini kullanarak ayda 650 milyon adet bez maske üretim kapasitesine ulaşabileceği bilinirken medikal tekstil üretiminin sadece bir kısmının ihraç edilmesiyle 5 milyar doların üzerinde bir ihracat potansiyeli yaratılabileceği öngörülüyor.

Üreticiler de dokuma ve örme kumaşlardan yapılan bez maske üretiminde Türkiye'nin çok büyük bir ihracat potansiyeli olduğunu ve bez maske konusunda belirlenen standartların ihracata ciddi derecede katkı yapacağını düşünüyor. Özellikle yurt dışından gelen talepler, çok kullanımlı bez maske alanında Türkiye'nin yüksek bir ihracat potansiyeli olduğunu gösteriyor. Türkiye, bez maske ihracatı konusunda Hollanda ve diğer Avrupa ülkelerinden talep görürken ABD ve Uzak Doğu ülkelerinden de talep alıyor.

### HEM VİRÜS BULASMA İHTİMALİNE KARŞI ÖNLEM HEM DE MODAYA UYUM

Güncel trendlerle şekillenen moda endüstrisi, koronavirüs salgınından da birçok açıdan etkilendi. Tüketici ihtiyaçlarına, gündemdeki olaylara ve her dönemin şartlarına göre bambaşka alanlara evrilen endüstri; koronavirüs salgınında sağlık ile iç içe yeni bir trende yoğunlaştı. Virüsten korunmak amacıyla kullanılan maskeler, kıyafetlere ve girilen ortamlara göre şekil değiştirerek modanın bir parçası haline geldi. İnsanların kendilerini iyi hissetmeleri ve kendilerini ifade etmeleri konusunda da önemli bir araç olan moda, COVID-19 salgını sonrasında koruyucu özelliklerinin yanı sıra estetik olarak da değerlendirilen ürünlerin ortaya çıkmasına neden oldu. Bez maskeler de bu ürün alternatiflerinden biri olarak yeni kreasyonlarda yerini aldı.



## Üreticiler bez maske üretiminde Türkiye'nin çok büyük bir ihracat potansiyeli olduğunu ve belirlenen standartların ihracata ciddi derecede katkı yapacağını düşünüyor.

### TEKSTİL VE HAZIR GİYİM MARKALARI BEZ MASKE MESAİSİNDE

Sağlık açısından taşıdığı önem ve artan ihtiyaca karşılık tekstil ve hazır giyim markaları da hızlı bir şekilde bez maske üretimine başladı. Son günlerde renk, model ve kumaş yapısı bakımından tüketiciye birçok seçenek sunan bez maskeler, yarattığı yeni trendle yaygınlığını artırıyor. Tüketici ihtiyaçlarına yönelik bez maske üretimine yoğunlaşan üreticiler, günlük yaşamda ya da normalleşme ile yeniden hayatın bir parçası olan iş dünyasında kullanılabilecek birbirinden farklı alternatifleri bulunan bez maskeler için çalışmalarını artırdı. Artan üretimlerle birlikte tüketiciler, kendi tarzına uygun ve ruh halini yansıtan maskelere rahat bir şekilde ulaşabiliyor. Günlük kombinlere uygun her renk maske olduğu gibi salgın döneminde evlenecek çiftlere özel gelinlik ve damatlıkla uyumlu bez maskeler de yapılıyor. Ayrıca Türkiye'de liglerin tekrar başladığı bugünlerde taraftara yönelik maske örnekleri de görülüyor. Renk renk kumaşlardan yapılmış bez maskelerin üzerinde genellikle motto haline gelmiş cümleler, ikonik film, dizi ya da çizgi film karakterleri bulunuyor. Bu tasarımlarla tüketiciler kendi tarzlarını maskelerine yansıtırken maske takmak da daha eğlenceli bir hal alıyor. Türkiye, teknik tekstil altyapısı ile inovatif maske kumaşlarını da geliştiriyor. Nefes alabilirlik, kolay kuruma, antimikrobiyal gibi özelliklere sahip kumaş üretimi gerçekleştiren firmalar, bez maske üretimine farklı bir bakış açısı kazandıracak gibi görünüyor.

DeFacto, LC Waikiki, Mavi Jeans, Mango, Beymen, GAP ve daha birçok marka, hem yaratıcı hem fonksiyonel hem de bakteri tutmayan kumaşlardan

maske üretimlerine başladı. Markalar, "Evde Kal", "Güvende ol" gibi sloganlar ile farklı desenlerin olduğu antibakteriyel kumaştan üretilmiş maskeleri satışa sunmuş durumda.

### DÜNYACA ÜNLÜ BEZ MASKE TASARIMLARI

Bu süreçte dünyaca ünlü pek çok marka ve tasarımcı da maskelere kendi dokunuşlarıyla yeni boyutlar kazandırdı. Maske takarak sağlığını korurken tarzından da ödün vermek istemeyenler için markalar birbirinden farklı tasarımlara imza attı. Louis Vuitton, Fendi, Marine Serre, Off-White ve Supreme, tasarladıkları maskelerle en fazla dikkat çeken markalar oldu. Üzerinde kendi logosunun bulunduğu maskeleri Louis Vuitton 85 dolardan, Fendi ise 270 dolardan satışa sundu. Heron Preston ve Virgil Abloh gibi önemli tasarımcıların tasarladığı maskeler de ilginç yönleriyle farklılık arayanların tercihi oldu. Amerikalı tasarımcı Stefanie Hook ise nefes alıp verdikçe üzerindeki şeklin değiştiği bez maske tasarladı.

Salgınla mücadeleye destek olmak adına çalışmalar yapan ve ilk dönemlerde medikal maske de üreten New Balance, V3 olarak adlandırdığı yeni maskesini tanıttı. Polyester/TPU, poliüretan filtrasyon köpüğü ve naylon triko olmak üzere üç kumaş katmanından oluşan maske, hafif burun boşluğu ve gergin kulak lastiklerine sahip. Nefes alınabilir olarak tasarlanan V3 maskenin makinede yıkanmaya elverişli olduğu da duyuruldu.

### KAĞITHANE İHKİB MESLEK LİSESİ'NDEN ÇOCUKLARA EĞLENCİLİ MASKE TASARIMLARI

**MASKELER**, iki yaşından küçük çocuklarda nefes alma zorluğuna yol açabileceği için iki yaş üzeri çocukların kullanımına uygun bir ürün olarak biliniyor. Çocukların maske kullanımına özendirilmesi için üzerinde çizgi film kahramanlarının olduğu, eğlenceli modellerde maskeler üretiliyor. Kağıthane İHKİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ndeki öğretmen ve öğrenciler de önemli bir girişimde bulunarak, çocuklar için "Kral Sakir" çizgi filminin karakterlerinin basılı olduğu rengarenk maskeler üretmeye başladı. Milli Eğitim Bakanlığının da teşvikleriyle meslek liselerinde maske üretimi yapan okul sayısı 50'ye ulaştı.



# Türk el halısının turizmdeki yeri

Bilindiği üzere her ülkenin turizmde öne çıkan bazı değerleri vardır. Türkiye için bu değerlerin en önemlilerinden biri; el halılarımızdır. Halı konusunda ülkemiz dünyada bir merkez konumundadır.

**O**RTA ASYA'da başlayan ve yüzlerce yıldır devam eden bu sanatımız yıllarca diğer ülkelerden büyük ilgi toplamıştır. Geçmişte Avrupa'da sarayları süslemiş, Rönesans tablolarına taşınmış, uluslararası ticarete büyük rol oynamıştır. Günümüzde ise dünyanın her yerinde halılarımız hakkında konferanslar, akademik çalışmalar yapılmakta kitaplar yayımlanmaktadır. Bilhassa, Paris Louvre Müzesi, New York Metropolitan Sanat Müzesi gibi en önemli müzelerde halı sanatımızın en güzel örnekleri sergilenmektedir.

El halılarımız, ülkemizi ziyaret eden yabancı misafirlerimizin de vazgeçilmezidir. Dolayısıyla alışverişlerinin ilk sırası Anadolu halılarına ve kilimlerine aittir. Acentelerin ve grup rehberlerinin programlarında halı mağazası ziyareti olmazsa olmazdır. Bugün nerede bir turistik yer görseniz



**İBRAHİM GEVİKOĞLU**  
İHİB YÖNETİM KURULU  
BAŞKAN YARDIMCISI

Sektörün devam edebilmesi için Türk halıcılığının korunması, üretimin ülkemizde devam ettirilmesi gerekiyor. Yurt dışından gelen insanlara meşhur Türk halısı adı altında yurt dışında dokunmuş halıların satılmaması gerekiyor. Bunun devlet

aynı yerde halıcıları da görürsünüz. İstanbul, Kapadokya, Antalya Kaleiçi, Kuşadası ve Denizli gibi yerlerde 200-300 çalışanın bulunduğu büyük halı mağazaları vardır. Sezonda yaklaşık bir milyar dolara yakın satışlarının bulunduğu bu mağazalar turistlerin odak noktasıdır.

Bu anlamda, Türk halıcılığı hiçbir şekilde göz ardı edilmemesi gereken önemli bir sanat ve ekonomik değerdir.

**İstanbul, Kapadokya, Antalya Kaleiçi, Kuşadası ve Denizli gibi yerlerde 200-300 çalışanın bulunduğu büyük halı mağazaları vardır. Sezonda yaklaşık bir milyar dolara yakın satışlarının bulunduğu bu mağazalar turistlerin odak noktasıdır.**



tarafından verilebilecek bir sertifika ile güvence altına alınabileceğini düşünüyorum. Böyle bir sertifika, hem halımızın kalite standartlarını belirler hem de kalitesini tesciller. Bunun yanı sıra turizm açısından çok yararlı olabilecek bir başka proje ise dünyanın en büyük halı ve kilim müzesinin Türkiye'de kurulmasıdır. Bunun için müzelerimizin depolarındaki halılar çok yeterlidir. Sadece Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nde yaklaşık bin 500 eser vardır. Yine Vakıflar Genel Müdürlüğü depolarında binlerce eser bulunmaktadır. Bu eserleri gün yüzüne çıkarmak hem turizm anlamında ülkemize ayrı bir değer katacak hem de kültürel mirasımızı devam ettirme amacımızı karşılayacaktır.

Ticaretin artırılması, devamlılık ve sürdürülebilirlik için devlet, özel sektör ve yerel yönetimlerin içinde olacağı ciddi projeler üretilmelidir. Halı ve kilimler için belli kalite standartları belirlenip, bu standartlarda yapılacak üretimin devlet tarafından desteklenmesi ve dünyada tanıtımının yapılması gerekmektedir. Halılarımız ve kilimlerimiz için coğrafi tanım işareti alınmalıdır. Sergiler yapılmalı, uluslararası konferanslar düzenlenmelidir. Kadın istihdamı başta olmak üzere birçok sosyal ve ekonomik yarar sağlayacak bu projeler, bir an önce hayata geçirilmelidir.





## Uzlaşma müessesesi etkinliğini yitiriyor mu?

Mükellef ve vergi idaresi arasında oluşan vergi uyuşmazlıklarının çözüm yollarını; idari yollarla çözüm ve yargı yoluyla çözüm olarak ikiye ayırabiliriz.

➤ **İDARİ ÇÖZÜMLER**, yükümlü ile vergi dairesi arasında uyuşmazlık konusunun çeşitli yöntemlerle, anlaşarak ya da idari denetim ilkeleri çerçevesinde ortadan kaldırılmasıdır.

Vergisel uyuşmazlıkların idari yoldan çözülmesi için kanun koyucunun getirdiği ve mükellefe alternatif olarak sunduğu yolları;

- 1-Vergi hatalarının düzeltilmesi,
- 2-İndirim yapılması,
- 3-Pişmanlık ve ıslah,
- 4-Uzlaşma

olarak sıralayabiliriz.

Uzlaşma: Adından da anlaşılacağı üzere, kanunda yazılı gerekçelerle vergi kayıp kaçığına sebep verilmesi hallerinde veya bazı vergiye bağlı olmayan cezalarda mükellef ile idarenin karşı karşıya bir pazarlık ortamında, idarenin vergi ve cezada indirim yapması sonucunda anlaşmasıdır. Dünyada birçok vergi sisteminde de uygulanan bu yöntem, mükelleflerin vergi uyuşmazlığını yargıya taşımalarının önüne geçmek, yargıdaki iş yükünü azaltmak, idare açısından hemen tahsilatın yapılması ihtimalinin artması gibi yönleriyle pratik, uygulanabilir ve maliyeti düşük bir yöntemdir.

Ancak son yıllarda gerek idarenin iç düzenlemeleri ile alınan yazılı olmayan kararlar gerekse de 7103 sayılı yasa ile usulsüzlük ve özel usulsüzlük cezalarının tarhiyat öncesi uzlaşma kapsamından da çıkarılması, ortalama her iki yılda bir af yasalarının getirilmesi ve son olarak da 7194 sayılı yasa ile kanun yolundan vazgeçme düzenlemesinin getirilmesi, uzlaşma kurumuna olan ilgiyi azaltmış, mükelleflerin vergisel uyuşmazlıklarını yargıya taşıma eğilimlerini artırmıştır.

### UZLAŞMA TÜRLERİ

Vergi sistemimizde yer alan uzlaşma müessesesi iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Bunlardan birisi tarhiyat öncesi uzlaşma, diğeri ise tarhiyat sonrası uzlaşmadır.

Tarhiyat öncesi uzlaşma, uzlaşmaya konu olan vergi ve cezanın tespit edildiği vergi incelemesi tamamlandıktan sonra, verginin idarece tarh edilmesinden önce, incelemeyi yapanın bağlı olduğu denetim birimince oluşturulan kurul ile tarhiyatın muhatabı arasında yapılır. Uzlaşma sağlanmış olması halinde, uzlaşmaya varılan vergi ve cezalar, verginin normal ödeme zamanları geçmişse, tutanağın tebliğ tarihinden itibaren 1 ay içinde ödenir. Tarhiyat öncesi uzlaşma sağlanmış vergi ziyai cezası miktarı için, ceza indirimi talep edilemez ve Vergi Mahkemesi'ne dava açılmaz.

Tarhiyat sonrası uzlaşma konusuna ikmalen, re'sen veya idarece tarh edilen vergiler ile bunlara ilişkin olarak kesilen vergi ziyai cezaları (359. maddede yazılı fiillerle sebebiyet verilenler hariç) girmektedir. Usulsüzlük ve özel usulsüzlük cezaları ise tarhiyat sonrası uzlaşma konusu yapılamamaktadır. Mükellef veya cezaya muhatap olanlarca uzlaşma talep edilebilecek süre, vergi ve ceza ihbarnamesinin tebliğ tarihinden itibaren 30 gündür.

### UZLAŞMA KURUMUNA OLAN İLGI AZALMA EĞİLİMİNDE

Uzlaşma opsiyonu; etkin kullanıldığı zaman mükellef lehine olan, aynı zamanda idarenin de konu ihtilafa taşınmadan vergi tahsilatını yapabildiği pratik bir yargı öncesi anlaşma yoludur.

Birkaç yıl öncesine kadar uzlaşmalarda, özellikle de kamu kurumu temsilcileri bakımından daha özgür bir ortamda yapılan tarhiyat öncesi uzlaşmalarında, vergi aslına dokunulmasa da vergi ziyai cezasının bazen tamamı, çoğunlukla da yüzde 90'ı veya daha fazlası affedilirdi. Bunun yanı sıra özel usulsüzlük cezalarının da tamamı veya yüzde 95 ve üstü çoğunlukla silinirdi.

*Uzlaşma opsiyonu; etkin kullanıldığı zaman mükellef lehine olan, aynı zamanda idarenin de konu ihtilafa taşınmadan vergi tahsilatını yapabildiği pratik bir yargı öncesi anlaşma yoludur.*

Yine bazı durumlarda vergi aslından bile taviz verilir ve belirli oranlarda vergi aslı da silinirdi.

Ancak son zamanlarda öncelikle maliye idaresinin kendi içinde alınan bir kararla (özellikli kişilere veya özellikli dosyalara tanınan indirimler hariç) uzlaşmalarda vergi aslına hiç dokunulmamaya başlandı yine vergi ziyayı cezasında da cezanın maksimum yüzde 80'inin silinmesi kararı alındı. Bu durum da uzlaşma komisyonlarının yetkisini kısıtladı. 7103 sayılı yasa ile özel usulsüzlük ve usulsüzlük cezaları da tarhiyat öncesi uzlaşmanın kapsamından çıkarıldı. Bu durum da idarenin neredeyse tamamını sildiği ve talep etmediği bir cezanın mükellefin üzerinde yük olarak kalmaya başlamasına sebep oldu. Son olarak 7194 sayılı yasa ile getirilen kanun yolundan vazgeçme hakkı da uzlaşmaya olan ilginin azalmasına neden olmuştur. Peki nedir kanun yolundan vazgeçme düzenlemesi?

Kanun yolundan vazgeçme; VUK'un 379 maddesine "Kanun yolundan vazgeçme" başlığıyla eklenen bir düzenlemedir. Bu kapsamda, yargılama aşamasında mükelleflerin istinaf veya temyiz yolundan vazgeçmeleri halinde verilen karara göre, dava konusu edilen verginin bir kısmı ve/veya cezanın bir kısmı ya da tamamından vazgeçilmesi ve idarece de ihtilafların sürdürülmemesi yönünde düzenleme yapılmaktadır.

Esasen, yapılan düzenlemeyle, yargı aşamasında da mükelleflerin yargı yolundan vazgeçerek idareyle anlaşma yoluna gidebilmelerine olanak sağlanmaktadır. Söz konusu düzenleme, istinaf ve temyiz aşamasındaki vergi davaları için getirilmektedir. Danıştay'ın bozma kararı üzerine verilen kararlar uygulama kapsamında değildir.

Buna göre, mükelleflerin bu düzenlemeden yararlanabilmeleri için en az ilk derece mahkemesi kararının verilmesi gerekiyor. İlk derece mahkemesi kararına göre, davanın idare veya mükellef lehine sonuçlanması

durumuna göre bu uygulamadan çeşitli oranlarda indirim elde edilerek yararlanılıyor.

Bu kapsamda tahakkuk eden tutarlar tahakkuk tarihinden itibaren 1 ay içinde ödenecektir. Bu maddeye göre tahakkuk eden vergi ve/veya vergi cezalarının yüzde 80'inin, hesaplanacak gecikme faizi ile bu sürede tamamen ödenmesi şartıyla, vergi ve ceza tutarından ekstra yüzde 20 oranında daha indirim yapılacaktır.

Aşağıda, kanun yolundan vazgeçilmesi durumunda hangi borca hangi oranda indirim yapılacağı tablo olarak yer almaktadır.

Tablodan da anlaşılacağı gibi kanun yolundan vazgeçme ve sayılan diğer düzenlemeler, mükellefleri, uzlaşmayarak ya vergi affı için zaman kazanma veya ilk derece mahkemesinin kararına göre karar mükellef aleyhine olsa da kanun yolundan vazgeçme uygulaması sayesinde (Zaten uzlaşmada ödeyeceği rakamlara yakın rakamlar ödeyeceğinden) şansını yargıda deneme düşüncesine itmektedir.

Sonuç olarak, kanun yolundan vazgeçme uygulamaları modern ve tahsilat odaklı uygulamalardır ancak uzlaşma uygulaması bu düzenlemelerden sonra etkinliğini kaybetmiştir. Maliye idaresinin uzlaşma uygulamasını da bir an önce eskiden olduğu gibi tercih edilen ve etkin bir uygulama haline getirmesi için yeni düzenlemeler yapması gerekmektedir.

Tabloda ödenmesi gereken tutar 100 TL olarak kabul edilmiştir.	Vergi Mahkemesi veya Bölge İdare Mahkemesi Tarafından Kaldırılmışsa		Vergi Mahkemesi veya Bölge İdare Mahkemesi Tarafından Tasdik Edilmişse	
	Ödeme TL	İndirimli Ödeme TL	Ödeme TL	İndirimli Ödeme TL
<b>Alacak Konusu</b>				
Vergi Aslı	60	48	100	100
Vergi Ziyayı Cezası	0	0	75	60
Vergi Aslı Dava Konusu Edilmeyen veya Kaçakçılığa İştirak Nedeniyle Kesilen Vergi Ziy. Cez.	25	20	75	60
Usulsüzlük Cezası ve/veya Özel Usulsüzlük	25	20	75	60



## Ticari işlemlerde taşınır rehini

Günümüz ticari hayatında, özellikle kriz dönemlerinde, alacaklı alacağını tahsil etmekte ne yazık ki zorlanmaktadır. Dolayısıyla, alacağını güvence altına almak, alacaklı için önemli bir nimettir. Tıpkı gayrimenkul mallarda olduğu gibi alacaklı, alacağını güvence altına almak amacıyla bir taşınır eşya, bir hak veya bir alacak üzerinde de sınırlı aynı bir hak kurabilmektedir. Borçlu borcunu ödemediği takdirde alacaklı üzerinde güvence konusunu paraya çevirttirerek alacağını tahsil edebilmektedir. Bu duruma hukukta “taşınır rehni” denmektedir.

» **BU MAKALEMİZDE** siz değerli okurlarımıza Ticari İşlemlerdeki Taşınır Rehninden bahsedeceğiz. Taşınır rehni, Ticari İşlemlerde Taşınır Rehni Kanunu uyarınca bir borca güvence teşkil etmek amacıyla kurulmaktadır. Taşınır Rehni Kanunu rehin alacaklısına; alacaklar, çok yıllık ürün veren ağaçlar, fikri ve sınai mülkiyete konu haklar, ham madde, hayvan, her türlü kazanç ve iratlar, başkaca bir sicile kaydı öngörülmeleyen ve idari izin belgesi niteliğinde olmayan her türlü lisans ve ruhsatlar, kira gelirleri, kiracılık hakkı, makine ve teçhizat, araç, ekipman, alet, iş makineleri, elektronik haberleşme cihazları dahil her türlü elektronik cihaz gibi menkul işletme tesisatı, sarf malzemesi, stoklar, tarımsal ürün, ticaret unvanı ve/veya işletme adı, ticari işletme veya esnaf işletmesi, ticari plaka ve ticari hat, ticari proje, vagon olarak belirtilen taşınırların herhangi biri veya tümü üzerinde teslim şartı olmaksızın rehin kurabilme imkânı vermektedir. Taraflar taşınır rehni tesisi için, elektronik ortamda veya yazılı olarak bir sözleşme hazırlamalıdır. Taşınır rehni aleniyetinin sağlanması ve üçüncü kişilere karşı ileri sürülebilmesi için “Taşınır Rehni Sicil Sistemi”ne tescil ettirilmesi gerekmektedir. Ayrıca taraflar rehin hakkı tesis edilmeden önce rehne konu taşınırın; örneğin bir makine rehnedecek ise o makinenin değerinin tespitinin amacı ile ekspertiz (değer tespiti) yapabilirler.

Rehin alacaklısı rehneden taşınırı denetleme hakkına sahiptir. Zira, kimi zaman taşınır malın zilyedinin taşınırın değerini düşüren davranışlarda bulunabildiğini görüyoruz. Bu durumda rehin alacaklısı mahkemeye başvurarak bu eylemlerin yasaklanmasını isteyebilir ve değerinin düşmesini engelleyebilir. Önemle belirtmek gerekirse, borçlu/malın zilyedi rehlinli taşınırın değerini korumakla yükümlüdür.

Eğer rehni konusunu oluşturan borç ifa edilemez ise rehin alacaklısı; ilgili icra dairesinden rehlinli taşınırın mülkiyetinin kendisine devrini talep edebilir, alacağını varlık yönetim şirketlerine devredilmesini talep edebilir, zilyetliğin devrine

konu olmayan taşınırlar üzerinde, kiralama ve lisans hakkını bizzat kullanabilir. Ancak icra dairesinden rehlinli taşınırın mülkiyetinin kendisine devredilmesini isteyebilmesi için birinci derece alacaklı olması gerekmektedir.

Borçlunun, borcu ödememesi hâlinde rehlinli varlığın mülkiyetini devretmemesi, rehlinli varlığı alacaklıya zarar vermek kastıyla tahrip veya imha etmesi, rehlinli taşınır varlığın devri ile alacağın devrini sicile tescil ettirmemesi, sicili yanılmaya yönelik fiillerde bulunması, rehlinli malı kanuna aykırı kullanma halinde rehin alacaklısının şikâyeti üzerine borçluya adli para cezası uygulanır.

Rehin alacaklısı alacağını tahsil ettiği takdirde alacağın son bulunduğu tarihten itibaren on beş iş günü içinde, rehin kaydının sicilden terki için başvuruda bulunmalıdır. Bu yükümlülüğü yerine getirmeyen rehin alacaklısı hakkında rehin veren veya borçlunun şikâyeti üzerine idari para cezası uygulanır.

Bu makalemizde, siz değerli okurlarımıza ticari işletmelerin sahip oldukları varlıklar üzerinde alacağın güvencesini sağlamak amacıyla rehin konulması ve taşınır rehin hakkının aslında bir teminat olarak kullanımının yaygınlaşmasını sağlamak amacıyla kanunda da yasal olarak düzenlenen taşınır rehinden bahsettik. Bu sistemin yaygınlaşması, piyasada tarafların birbirlerine olan güvenlerinin ve dolayısıyla ticari konvertibilitenin artmasına büyük fayda sağlayacaktır.

**Rehin alacaklısı alacağını tahsil ettiği takdirde alacağın son bulunduğu tarihten itibaren on beş iş günü içinde, rehin kaydının sicilden terki için başvuruda bulunmalıdır.**



Sekiz Yuldur Birlikte  
Hep Daha İyiyse



# COVID-19'un ekonomik etkileri sektörleri sarıstı

Birçok yıkıcı etkiyi beraberinde getiren COVID-19 salgını, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de ekonomik bir durağanlığa neden oldu. Salgının etkisiyle hedeflenen ciroların revize edildiği, küçülmelerin öngörüldüğü ve toparlanma sürelerinin hesaplandığı 2020'yi neredeyse tüm sektörler "kayıp yıl" olarak adlandırıyor.

**2019 YILININ** aralık ayında Çin'de başlayan ve tüm dünyayı etkileyerek 2020 yılının sonuna kadar sürmesi öngörülen koronavirüs salgını, 9 milyondan fazla insanın enfekte olmasına ve 500 bine yakın insanın da ölümüne sebep oldu. Son yüz yılın en büyük sağlık sorunlarından biri olarak görülen COVID-19'un farkı, küresel bir ekonomik krizi beraberinde getirmiş olması. 200'e yakın ülkede görülen salgının en fazla etkilediği ülkeler ABD, İspanya, İtalya, Fransa, Almanya, Birleşik Krallık ve Çin oldu. Ülkeler, virüsün etkisini azaltmak amacıyla birbirinden farklı uygulamaları hayata geçirirken bu uygulamaların temelini, insanların evde kalmasının teşvik edilmesi ve insani ilişkilerin azaltılarak bulaşıcılığın önüne geçilmesi hedefi oluşturdu. Ülkelerin sınırlarını kapatması, havayolu ve karayolu ulaşımının sınırlandırılması, okulların kapatılması, kepenk indirilmesi ve sokağa çıkmanın yasaklanması da alınan önlemler arasında yer aldı.

Virüsün bulaşıcılığının azaltılması noktasında alınan tüm bu önlemler, ekonomik açıdan da birtakım maliyetleri ve krizleri beraberinde getirdi. Ülkeler, sağlık ve ekonomi faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasına uygun olarak tedbirlerini geliştirirken

Türkiye de salgın sürecinde birçok yeni uygulamayı hayata geçirdi. Sosyal izolasyon, şehirler arası yolculukların sınırlandırılması, risk gruplarının sokağa çıkmasının kısıtlanması ve hafta sonları uygulanan sokağa çıkma yasakları Türkiye'nin aldığı önlemlerin başında yer aldı. Bu süreçte kısıtlanan sosyal hayat ve iş dünyasının sınırlı hareketleri nedeniyle ekonomi de önemli ölçüde yavaşladı.

Birçok sektörün etkilendiği bu durağan dönemde virüsün etkisini kaybetmesiyle birlikte normalleşme adımları atılmaya başlansa da ekonomik anlamda ortaya çıkan buhranın bir süre daha piyasaları etkileyeceği düşünülüyor. Tekstil ve hazır giyim sektörleri de gerek üretim aşamaları, perakende satış ve mağazacılık faaliyetlerinin durdurulması gerekse ihracat hacminin daralması nedenleriyle salgından etkilenen sektörlerin başında yer aldı. KPMG Türkiye Strateji ve Operasyonlar Danışmanlık Bölümü, COVID-19'un ülke ekonomisine, sektörlerle ve işletmelere etkilerini anlamak, şirketlerin gelecek perspektifleri ve öngörülerini yaşanabilecek süreçte ışık tutmak amacıyla bir anket gerçekleştirdi. Tüm sektörlerden yaklaşık 250 kişinin katılımıyla yapılan araştırma, iş dünyasının COVID-19 salgınından ne derecede

# Şirketlerin yüzde 53'ü 2020 cirolarında yüzde 2 ile yüzde 20 arasında küçülme bekliyor. Perakende/mağazacılık ve özel girişim sermayeli sektörler yüzde 20-40 oranında ciro küçülmesi öngörüyor.

etkilendiği konusunda çarpıcı sonuçlar yansıttı.

## ÜLKE EKONOMİSİNDE %3'TEN FAZLA DARALMA ÖNGÖRÜLÜYOR

Anket sonuçlarına göre iş dünyası, COVID-19'un Türkiye ekonomisini yüksek derecede etkileyeceği konusunda hemfikir. Katılımcıların yüzde 88'i salgının Türkiye ekonomisini yüksek derecede etkilediğini düşünürken yüzde 12'si orta derecede etkilediği konusunda fikir belirtti. Ortaya çıkan ekonomik olumsuzluklar elbette birtakım küçülmeleri de beraberinde getiriyor. Ekonomistlerin ortak fikri 2020 yılında küresel bazda yüzde 3 oranında daralma yaşanacağı yönünde. Bununla birlikte geçmiş yıllarda ortalama yüzde 6 büyüyen Çin ekonomisinin "kayıp yıl" olarak değerlendirilen 2020'de en fazla yüzde 2 büyüyeceği öngörülüyor. Ankete katılan şirket temsilcilerinin de yüzde 81'i Türkiye ekonomisinde yüzde 3'ten fazla daralma beklediğini söyledi. Katılımcıların yüzde 30'u daralmanın yüzde 6'dan fazla olacağını dile getirirken yüzde 19'u ise 2020 yılında ülke ekonomisinde büyüme yaşanacağını öngördü.

## İŞSİZLİĞİN ARTACAĞI YÖNÜNDE BEKLENTİ YÜKSEK

Salgına bağlı ekonomik sorunların tetiklediği bir diğer alan ise işsizlik. Salgından en fazla etkilenen ülkelerin başında gelen ABD'de işsizlik oranı yüzde 14,7'yi aşarak 1929 yılında yaşanan Büyük Buhran'dan bu yana en yüksek seviyeye ulaştı. Ülkede salgının ortaya çıkmasından bu yana ilk kez işsizlik maaşına başvuranların sayısı 33 milyonu geçti. Türkiye ekonomisinin halihazırdaki sorunlarından biri olan işsizlik, COVID-19 ile birlikte yeni boyutlara ulaşabilir gibi görünüyor. Ankete katılanların yüzde 65'i önümüzdeki dönemde işsizliğin önemli derecede artacağını, yüzde 33'ü ise artacağını belirtti. İşsizliğin aynı seviyede kalacağını belirtenlerin oranı ise yüzde 1 oldu. Katılımcılara bütçe açığındaki değişim öngörüsü sorulduğunda ise yalnızca yüzde 3'lük kesim gelecek dönemde bütçe açığının azalacağını ya da aynı kalacağını düşündüğünü belirtti. Katılımcıların yüzde 97'si bütçe açığının artacağını ya da önemli ölçüde artacağını ifade etti.

## TEKSTİL SEKTÖRÜ TOPARLANMANIN 2021'E SARKACAĞINI DÜŞÜNÜYOR

İçinde bulunulan ekonomik sorunlar elbette küresel çapta uygulanan formüller ile toparlanma sürecine girecek. Normalleşme adımlarını atmaya başlayan ülkelerdeki piyasaların yavaş yavaş hareketlenmesi de bu toparlanmanın sinyallerini veriyor. Ankete



katılan sektörlerde salgının ülke ekonomisinde yarattığı etkinin ortadan kalkması için gereken sürenin ne kadar olduğu da soruldu. Bu sürenin 1-6 ay arasında olduğunu düşünenlerin oranı yüzde 25 iken 1 yıldan fazla süreceğini düşünenlerin oranı yüzde 35. Katılımcıların yüzde 40'ı ise etkilerin 6-12 ay boyunca süreceği konusunda fikir birliğine varıyor.

Ankete katılan sektör temsilcilerinin neredeyse tamamı COVID-19'un faaliyet gösterdikleri sektörü önemli derecede etkilediğini, yalnızca yüzde 1'i etki yaratmadığını belirtti. Etkinin az hissedildiği sektörler arasında ise enerji, ilaç, kimya ve endüstriyel üretim bulunuyor. Sektör bazında toparlanma beklentileri; yapılan işin nevine, iş yapış biçimlerine ve hedef kitlesi gibi farklı etkenlerine göre değişiklik gösterebiliyor. Sektör bazındaki toparlanma beklentileri, ülke ekonomisindeki beklentilere paralellik gösterirken bazı sektörler toparlanmanın 2020 sonrasına sarkacağını öngörüyor. Bu sektörlerin başında ise tekstil bulunuyor. Ekonomik etkilerin 9 aydan fazla zamanda son bulacağını düşünen sektörlerin başında bulunan tekstil sektörünü, bağımsız denetim/mali müşavirlik/danışmanlık sektörü, turizm/ev dışı tüketim sektörü, enerji, endüstriyel üretim, inşaat/altyapı/gayrimenkul ve yiyecek/içecek sektörleri takip ediyor.

## TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN %33'Ü KRİZ YÖNETİMİNDE İYİ PROSEDÜRE SAHİP

Birçok araştırmanın da işaret ettiği şekilde bu anketin sonuçları da süreçten en fazla etkilenen kesimin KOBİ'ler olduğunu ortaya koyuyor. Krize hazırlık ve



**%88**

COVID-19'un Türkiye ekonomisini yüksek derecede etkilediğini belirtenlerin oranı



**%81**

Türkiye ekonomisinin yüzde 3'ten fazla daralacağını öngörenlerin oranı

kriz yönetimi kabiliyetleri açısından ele alındığında şirketlerin cirosal hacimleriyle kriz yönetimi kabiliyetlerinin paralellik gösterdiği görülüyor. Kriz yönetimine dair prosedür ve süreçlerin bulunduğu KOBİ'lerin oranı yüzde 25 iken cirosu 10 milyar TL'den yüksek olan şirketlerde bu oran yüzde 75'e çıkıyor. Tekstil özelinde bakıldığında sektörün yüzde 33,3'ünün iyi bir prosedüre sahip olduğu, ancak COVID-19 için yetersiz kalan sınırlı prosedür uygulayanların ve süreç prosedürü bulunmayanların oranının da aynı olduğu dikkat çekiyor. Bu sonuç, tekstil sektörünün kriz yönetimi kabiliyeti konusunda gelişim alanı bulunduğunu ortaya çıkarıyor. Aynı şekilde medya, eğitim, enerji, kimya, finansal hizmetler ve inşaat sektörleri de bu alanda gelişim kaydetmesi beklenen sektörler arasında.

#### ÖNCELİKLİ ÖNLEM %60 İLE EVDEN ÇALIŞMA OLDU

Şirketlerin çalışanlarının sağlıklarını korumak amacıyla birçok önlem aldığı bu süreçte alınan önlemlerin başında yüzde 60 ile tüm çalışanların evden çalışması görüldü. Şirketlerin yüzde 22'si yalnızca beyaz yakalı çalışanlarına evden çalışma izni verirken yüzde 21'i de dönemsel evden çalışma uygulaması başlattı. Vardiyalı ya da kısa çalışma zamanı uygulaması yapan şirketlerin oranı yüzde 19 iken şirketlerin yüzde 1'i çalışanları için herhangi bir önlem almadı. Yüzde 11'lik kesim ise diğer önlemlerle çalışanlarının sağlığını korumayı hedefledi. Her sektörün kendine ait dinamikleri ve çalışma şekilleri, alınan önlemlerde de değişimler görülmesini sağladı. Şirketlerin çalışanları için aldığı alternatif önlemler arasında yıllık izin kullanımı, artan dezenfeksiyon ve kontrol prosedürleri, güvenli mesafelendirme, ekiplerin bazılarını, üretimi ya da tüm işletmeyi kapatma gibi önlemler yer aldı.

#### İHRACAT KAYNAKLI SATIŞLARDAKİ DÜŞÜŞÜN EKONOMİYE ETKİSİ YÜKSEK

COVID-19'un şirketler üzerindeki en büyük etkisi; satışlarda düşüş, finansmana erişimde sıkıntı, likidite sıkıntısı, ham maddeye erişim ve lojistikte yaşanan sorunlar nedeniyle tedarik zincirindeki aksaklıklar ve üretim maliyetlerinde artış şeklinde yansıdı. İhracat kaynaklı satışlarda düşüş yüzde 32 ile çok yüksek bir etki yaratırken bu oran yurt içi kaynaklı satışlarda düşüş için yüzde 28, likidite sıkıntısı için yüzde 18, müşteri kaybı/sözleşmelerin yenilenmemesi için yüzde 13 olarak görüldü.

Sektör özelinde bakıldığında salgının endüstri ve üretim alanında şirketlere en büyük etkisi satış, tedarik zinciri, finansmana erişim ve üretim maliyetleri konularında olurken hizmet ve servis sektörlerinde bu alanlar likidite, finansmana erişim ve iş gücü olarak öne çıktı. Endüstri ve üretim sektörlerindeki şirketlerin ihracat kaynaklı satışlarındaki düşüş yüzde 47'ye, hizmet ve servis sektörlerinde ise yüzde 60'a ulaştı. Şirketlerin cirosal büyüklüklerine göre değişim gösteren bu etkilerin en fazla hissedildiği kesim yine KOBİ'ler oldu.



**%97**  
Bütçe açığının  
artacağını  
düşünenlerin oranı



**%65**  
İşsizliğin önemli  
derecede artacağını  
düşünenlerin oranı



**%35**  
Toparlanma sürecinin  
1 yıldan uzun süreceğini  
düşünenlerin oranı



**9 ay +**  
Tekstil sektörünün  
öngördüğü toparlanma  
süresi

#### 2020 CİROLARINDA %40'A VARAN DÜŞÜŞ ÖNGÖRÜLERİ

Salgının şirketlerinin 2020 cirolarında yüzde 40'lara varan düşümlere sebep olacağını öngören anket katılımcıları, 2020 yılı bütçelerinde önemli ölçüde hedef değişikliklerine gideceklerini belirtti. Şirketlerin yüzde 53'ü 2020 cirolarında yüzde 2 ile yüzde 20 arasında küçülme bekliyor. Katılımcıların yüzde 24'ü yüzde 20'den fazla düşüş beklerken yüzde 12'sinin cirosunda beklediği düşüş oranı yüzde 40'tan fazla. Katılımcıların yüzde 10'u ise cirosunda düşüş olmayacağını belirtiyor. Ciro artışı bekleyenlerin oranı ise yüzde 1.

Endüstriyel üretim, bankacılık/sigortacılık/emeklilik ve hayat ile lojistik/mal taşımacılığı sektörleri cirolarında düşüş beklemiyor. Perakende/mağazacılık ve özel girişim sermayeli sektörler yüzde 20-40 oranında ciro küçülmesi öngörüyor. Turizm ve ev dışı tüketim sektörlerinin ciro küçülme beklentisi ise yüzde 40'tan fazla.

Ankete katılanların yüzde 7'si çalışan maaşlarında azalmaya gitti, yüzde 8'i ise çalışanlarını işten çıkardı. Ücretli izin kullandıranların oranı yüzde 34 iken çalışma saatlerini azaltanların oranı yüzde 22, ücretsiz izin uygulamasını kullananların oranı ise yüzde 14 olarak görüldü. Şirketlerin çalışan maliyetlerine yönelik aldığı önlemler, yine sektöre ve şirketlerin büyüklüklerine göre farklılık gösteriyor.

**Endüstri ve üretim sektörlerindeki şirketlerin ihracat kaynaklı satışlarındaki düşüş yüzde 47'ye, hizmet ve servis sektörlerinde ise yüzde 60'a ulaştı.**

# Sektörler Haziran Ayında İhracat Rekoru Kırdı

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri, pandemi nedeniyle daralan ihracat payını haziran ayı itibarıyla rekor seviyede artırmayı başardı. Haziran ayında hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı önceki yılın aynı ayına kıyasla yüzde 25 artarken tekstil ve ham maddeleri ihracatı da yüzde 20 yükseldi. Deri ve deri mamulleri ihracatı haziran ayı itibarıyla geçen yılın aynı ayına kıyasla yüzde 15,8 oranında artarken halı ihracatındaki artış da yüzde 47,3'e yükseldi.



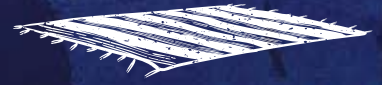
ABD'ye ihracatını yılın ilk yarısında %9,2 artıran hazır giyim sektörü, aynı dönemde dünyaya 535 milyon dolarlık koruyucu giysi ve maske ihracatı gerçekleştirdi.



Maske üretiminde en önemli ham maddelerden biri olan dokusuz yüzeyler ihracatı ocak-haziran döneminde %13,6 artarak 341 milyon dolara ulaştı.



Deri ve deri mamullerinin amiral gemisi ayakkabı ihracatı haziranda %52 artış göstererek tüm zamanların haziran ayı ihracat rekorunu kırdı.



Haziran ayında makine halısının ihracatı %55, tüfte halının ihracatı ise %20 arttı. Haziranda ABD'ye %150 ihracat artışı dikkat çekti.

# Hazır giyim ihracatı

## 2020 OCAK - HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI



Haziran ayında hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı önceki yılın aynı ayına göre %25 arttı.



2020 Ocak-Haziran döneminde pandemiye rağmen ABD'ye ihracat %9,2 arttı.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



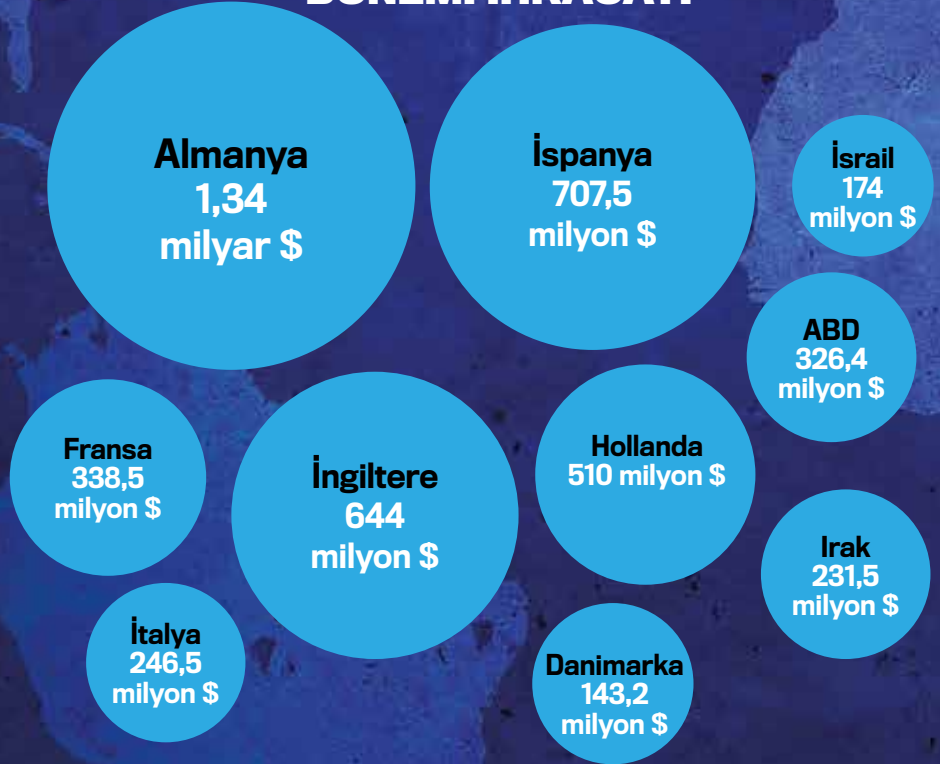
## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Çin  
%57,9

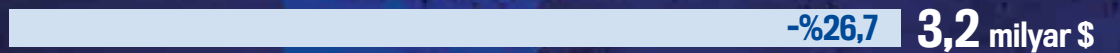
Ocak-Haziran döneminde ilk 50 ülke içinde hazır giyim ihracatının en çok arttığı ülke %57,9 ile Çin olurken, Katar'a ihracat %27,6, Kazakistan'a ise %15,2 arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2020 OCAK - HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI



## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2020 OCAK - HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI

### ÖRME GİYİM VE AKSESUARLARI



### DOKUMA GİYİM VE AKSESUARLARI



### DİĞER HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ



# Tekstil ve ham maddeleri ihracatı

## 2020 OCAK - HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI

4,1  
milyar  
dolar



Haziran ayında tekstil ve ham maddeleri ihracatı bir önceki yılın aynı ayına göre **%20** arttı.



Dokusuz yüzeyler ihracatı Ocak-Haziran döneminde **%13,6** artarak **341** milyon dolara ulaştı.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

**%5,5**

## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Azerbaycan

**%71,2**

Ocak-Haziran döneminde ilk 50 ülke içinde tekstil ve ham maddeleri ihracatının en çok arttığı ülke **%71,2** ile Azerbaycan olurken, Çin'e ihracat **%41,1**, İsviçre'ye ise **%29** arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2020 OCAK - HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI



## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2020 OCAK - HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI

### TEKNİK TEKSTİL

**%38,8** 1,2 milyar \$

### DOKUMA KUMAŞLAR

**-%30,7** 823 milyon \$

### EV TEKSTİLİ

**%17,6** 719 milyon \$

### İPLİK

**-%28,8** 660,7 milyon \$

# Deri ve Deri Mamulleri *ihracatı*

## 2020 OCAK - HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI

630,5  
milyon  
dolar



Haziranda ilk 10 ülke içerisinde üç ülke dışında tüm ülkelere deri ve deri mamulleri ihracatı arttı.



Haziranda ayakkabi ihracatı %52 artışla tüm zamanların Haziran ayı ihracat rekorunu kırdı.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%0,8

## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Gana

**%406,6**

Ocak-Haziran döneminde ilk 50 ülke içinde deri ve deri mamulleri ihracatının en çok arttığı ülke %406,6 ile Gana olurken, Nijerya'ya ihracat %60, Litvanya'ya ise %36,9 arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2020 OCAK - HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI

Rusya  
54  
milyon \$

Almanya  
53  
milyon \$

Suudi Arabistan  
16,6  
milyon \$

Romanya  
21,8  
milyon \$

İspanya  
27,5  
milyon \$

İtalya  
40,4  
milyon \$

Irak  
35,8  
milyon \$

Hollanda  
19,6  
milyon \$

Fransa  
20  
milyon \$

İngiltere  
19,3  
milyon \$

## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2020 OCAK - HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI

AYAKKABI

**-%18,2**

**419,7** milyon \$

YARI İŞLENMİŞ / BİTMİŞ DERİ VE KÜRK

**-%36,1**

**81,4** milyon \$

SARACIYE

**-%33,5**

**76,3** milyon \$

DERİ VE KÜRK KONFEKSİYON

**-%30,5**

**52,1** milyon \$



# Halı ihracatı

## 2020 OCAK - HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI

1  
milyar  
dolar



Haziran ayında halı ihracatı önceki yılın aynı ayına göre **%47,3** arttı.



Haziranda makine **%55**, tüfte halı ihracatı **%20** arttı, el halısı ihracatı **%63** azaldı.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

**%1,4**

## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Azerbaycan

**%347,2**

Haziran ayında ilk 10 ülke içinde Libya ve Kuveyt dışında diğer ülkelere halı ihracatı arttı. En yüksek artış **%150** ile ABD'ye oldu. İlk 50 ülke içinde en fazla artış ise **%347,2** Azerbaycan'a oldu.

## ÜLKELERE GÖRE 2020 OCAK - HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI



## BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2020 OCAK - HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATI

MAKİNE HALISI

**-%8,9**

**903,6** milyon \$

TÜFTE HALI

**-%20,3**

**126,9** milyon \$

EL HALISI

**-%35,1**

**15,7** milyon \$



# İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ (İTKİB)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi B-Blok Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. Yenibosna / İstanbul  
Telefon: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01 e-mail: info@itkib.org.tr Web: www.itkib.org.tr

## TİCARET BAKANLIĞI

Adres: Dumlupınar Bulvarı No: 151  
Eskişehir Yolu 9. Km 06800 Çankaya/ANKARA  
Bakanlık Santrali: + 90 312 449 10 00  
Bakanlık Genel Evrak Fax: +90 312 449 18 18  
Web: www.gtb.gov.tr



## TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii  
Sanayi Cd. B Blok Kat: 9 P.K 34196 Yenibosna-İstanbul  
Tel: 0212 454 04 90 / 454 04 91  
Faks: 0212 454 04 13 / 454 04 83  
e-mail: tim@tim.org.tr  
Web: www.tim.org.tr



## İHRACATÇI BİRLİKLERİ

### Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)

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

### Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği (DAİB)

Tel: 0 442 214 11 85-86  
Faks: 0 442 214 11 89-90  
e-posta: daibarge@daib.org.tr  
Web: www.daib.org.tr

### Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)

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

### Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)

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

### Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği (BAİB)

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

### Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği (DKİB)

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

### İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB)

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

### Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)

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

### Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB)

Tel: 0 258 274 66 88  
Faks: 0 258 274 72 22-62  
e-posta: denib@denib.gov.tr  
Web: www.denib.gov.tr

### Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)

Tel: 0 232 488 60 00  
Faks: 0 232 488 61 00  
e-posta: eib@egebirlik.org.tr  
Web: www.egebirlik.org.tr

### İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)

Tel: 0 212 454 05 00  
Faks: 0 212 454 05 01  
e-posta: iib@iib.org.tr  
Web: www.iib.org.tr

### Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB)

Tel: 0 224 219 10 00  
Faks: 0 224 219 10 90  
e-posta: uludag@uib.org.tr  
Web: www.uib.org.tr

## İLGİLİ KURUMLAR

### Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)

Tel: 0 212 549 36 12  
Web: www.aysad.org

### Laleli Sanayici ve İş Adamları Derneği (LASİAD)

Tel: 0 212 516 90 52 - 53  
Web: www.lasiad.org.tr

### Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD)

Tel: 0 212 292 04 04 (pbx)  
Web: www.tetsiad.org

### Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

Tel: 0 212 470 51 53  
Web: www.tasev.org.tr

### Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş Adamları Derneği (BATİAD)

Tel: 0 212 613 97 23  
Web: www.batiad.org.tr

### Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD)

Tel: 0 212 643 47 22  
Web: www.mesiad.org.tr

### Türkiye Denim Sanayici ve İş Adamları Derneği (DENİMDER)

Tel: 0 212 474 75 30  
Web: www.denimder.org.tr

### Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)

Tel: 0 212 639 76 56  
Web: www.tgsd.org.tr

### Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)

Tel: 0 212 320 82 00  
Web: www.birlesmismarkalar.org.tr

### Moda Tasarımcıları Derneği (MTD)

Tel: 0212 296 90 45  
Web: www.mtd.org.tr

### Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)

Tel: 0 212 438 65 15  
Web: www.tigsad.org

### Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

Tel: 0 212 558 23 02  
Web: www.turdev.org

### Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

Tel: 0 212 438 32 08  
Web: www.csd.org.tr

### Osmanbey Tekstilci İş Adamları Derneği (OTİAD)

Tel: 0 212 231 92 85  
Web: www.otiad.org.tr

### Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)

Tel: 0 212 549 71 71  
Web: www.tasd.com.tr

### Türkiye Deri Sanayicileri Derneği (TDSD)

Tel: 0 216 394 07 40-41  
Web: www.tdsd.org.tr

### İHKİB Eğitim Vakfı

Tel: 0 212 454 01 65-66  
Web: www.ihkibev.org.tr

### Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

Tel: 0 212 637 68 05  
Web: www.orsad.org.tr

### Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)

Tel: 0 212 665 27 47  
Web: www.tdkd.org.tr

### Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)

Tel: 0 212 438 06 60  
Web: www.trisad.org

### Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD)

Tel: 0 212 415 82 32  
Web: www.ksiad.com

### Saraciyeye Sanayicileri Derneği (SSD)

Tel: 0 212 543 39 07  
Web: www.saraciyeye.org.tr

### Türkiye Tekstil, Hazır Giyim, Deri Sanayi Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı (TARGEV)

Tel: 0 232 488 61 23  
Web: www.targev.org.tr

### Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD)

Tel: 0 282 758 35 64  
Web: www.tttstd.org.tr

### Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)

Tel: 0 212 438 12 96 - 97  
Web: www.kysd.org.tr

### Tescilli Markalar Derneği (TMD)

Tel: 0 212 245 69 29  
Web: www.tescillimarkalar.org.tr

### Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

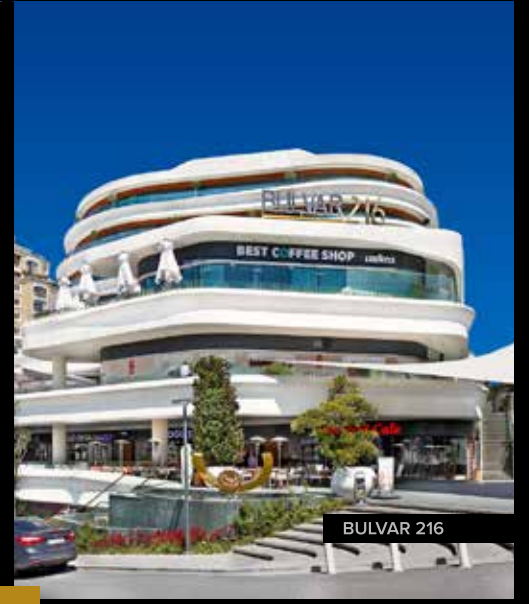
Tel: 0 212 227 06 05  
Web: www.turktekstilvakfi.com

### Zeytinburnu Tekstil Sanayici ve İş Adamları Derneği (ZETSİAD)

Tel: 02124834000  
Web: www.zetsiad.org.tr



BÜYÜKYALI



BULVAR 216

## GELECEĞİNİZ DEĞERLİ

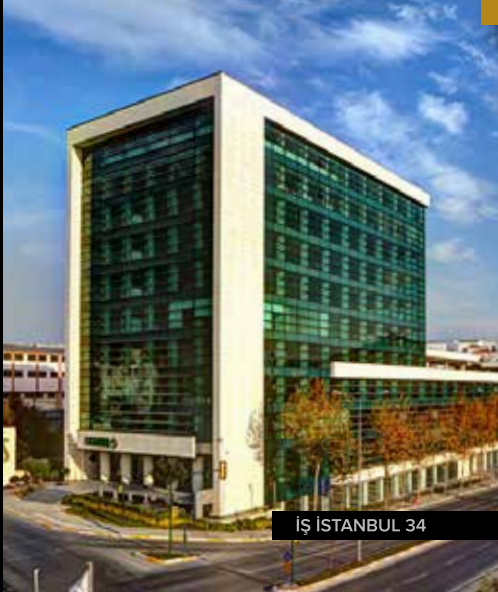
MODERN YAŞAM BİÇİMLERİNİN  
GELİŞİMİNDE ÖNCÜ OLAN ÖZAK  
GYO, YENİLİKÇİ BAKIŞ AÇISIYLA,  
FARKLI ALANLARDAKİ İHTİYAÇLARI  
TESPİT EDEN, TREND BELİRLEYEN  
VE YÜKSEK KALİTE PROJELERİYLE;  
HAYATA, ÇEVREYE VE  
YATIRIMCILARINA DEĞER KATAN  
YATIRIMLAR SUNUYOR.



34 PORTALL



HAYAT TEPE SUITES



İŞ İSTANBUL 34



ELA QUALITY RESORT HOTEL

# KMT

1996

KOMET METAL ACCESSORIES

## KEEP SOCIAL DISTANCE



**OEKO-TEX®**

INSPIRING CONFIDENCE

**STeP**



**19001236 HOHENSTEIN HTTI**

Sustainable Textile & Leather Production.  
[www.oeko-tex.com/step](http://www.oeko-tex.com/step)



 @kometmetal

 kmt@kometmetal.com.tr

[www.kometmetal.com.tr](http://www.kometmetal.com.tr)