

TİM

Türkiye İhracatçılar Meclisi Resmî Yayın Organı

REPORT

Sayı: 253 Mart 2026



Güçlü Kadın, Güçlü Yarın Güçlü Ekonomi

Finansman Destekleri
İhracatçının Elini
Güçlendiriyor

Ni'in Bereketinden
Gelen Ticaret Aklı
Mısır

Dünyaya Yayılan
Yerli Cevher
Seramik

yaparlar.com

YAPARLAR

CE

Conforms to EN ISO3691-5
Based on Directive 2006/42/EC

ISO 9001
ISO 14001
ISO 45001



12 ay Hidrolik Pompa
ve Akü Garantisi

12 ay Anakart
Garantisi

Kolay Ulaşılabilir
Yedek Parça

Çözüm Odaklı
Servis Hizmeti

YENİ
ÜRÜN

EP15-E
EP20-E

YAPAR

**ELEKTRİKLİ
TRANSPALET**

1500 KG - 2000 KG



yaparistif.com

f @ /yaparmaterialhandling

wome
DELUXE

WOME YAZI ÇOK YAKINDA BAŞLIYOR!

Eşsiz Akdeniz Manzaraları Eşliğinde, Lüksü ve Huzuru Sevdiklerinizle Yeniden
Keşfedeceğiniz Unutulmaz Bir Tatil Deneyimine Davetlisiniz!



BENGÜ

01.07.2026 | 12.08.2026

wome
DELUXE

Yaz Konserleri

Summer Concerts



ZARA

08.07.2026



DERYA ULUĞ

19.07.2026 | 26.08.2026



KIRAZ

29.07.2026



BURAY

05.08.2026



EBRU YASAR

19.08.2026



SELÇUK BALCI

09.09.2026

Bu Yazı Unutulmaz Kılmak ve Yıldızlarla Dolu Wome Yaz Konserleri'ni
Kaçtırmamak İçin Erken Rezervasyon Fırsatlarıyla Hemen Yerinizi Ayırtın!

444 8 330 | wome.com.tr

İçindekiler

10

TÜRKİYE'NİN ŞUBAT AYI İHRACATI 21 MİLYAR DOLARI AŞTI

Türkiye'nin şubat ayı ihracatı, küresel ve jeopolitik zorluklara rağmen yüzde 1,6 artışla 21 milyar doları aşarken, son 12 aylık ihracat ise 272,8 milyar dolara ulaştı.

30

GÜÇLÜ KADIN, GÜÇLÜ YARIN, GÜÇLÜ EKONOMİ

Karar alma mekanizmalarındaki varlığı, bugün sadece bir temsil meselesi olarak değerlendirilmeyen kadınlar, kurumsal performansın ve sürdürülebilirliğin anahtarlarından biri...

48

NİL'İN BEREKETİNDEN GELEN TİCARET AKLI: MISIR

Uluslararası yatırımcılar için Afrika ve Orta Doğu'ya açılan üretim üssü konumundaki Mısır, Türkiye ile ticaret hacmini 15 milyar dolara taşıma hedefi kapsamında Türk yatırımcılara benzersiz fırsatlar sunuyor.

54

FİNANSMAN DESTEKLERİ İHRACATÇININ ELİNİ GÜÇLENDİRİYOR

Türkiye, sürdürülebilir büyüme yolculuğunda katma değerli üretimi merkeze alırken, ihracatçının en büyük sorunlarından biri olan finansmana erişim güçlüğünü devreye alınan destek paketleriyle aşmaya çalışıyor.

60

ANADOLU TOPRAĞININ BEREKET SEMBOLÜ İNCİR

Dünya incir üretiminin yüzde 25'ini, kuru incir ihracatının ise yarısından fazlasını tek başına karşılayan Türkiye, özellikle coğrafi işaretli ürünü olan Aydın İnciri ile küresel pazardaki tartışmasız liderliğini sürdürüyor.

70

"ZAMANSIZLIK, TRENDLERİ DOĞRU YERDE KULLANABİLMEKLE İLGİLİ"

Treso İç Mimarlık Kurucusu Melda Dikmen Gürel: "Zamansız bir mekân; fonksiyonel kurgusu iyi düşünülmüş, malzeme kalitesi yüksek ve kullanıcıya uzun yıllar eşlik edebilecek bir altyapıya sahip olmalıdır."

66

ŞEHİRLER YENİDEN NEFES ALABİLİR Mİ?

Akıllı ve yeşil şehir vizyonunu, sıfır atıktan yeşil enerjiye uzanan bütüncül kalkınma hamlesiyle kurgulayan Türkiye; afetlere dirençli, dijital altyapısı güçlü ve ekosistemle uyumlu bir gelecek için yarının şehirlerini bugünden inşa ediyor.

74

DÜNYAYA YAYILAN YERLİ CEVHER SERAMİK

Ham maddesini yerli kaynaklardan alan ve 1,4 milyar doları aşan ihracatıyla 148 ülkeye ulaşan Türk seramik sektörü, Avrupa'nın üçüncü, dünyanın ise dokuzuncu büyük üreticisi olarak küresel seramik liginde üretim üssü konumunda.

66



Sıfır Atık Projesi kapsamında, yedi sektörü içeren Ulusal Döngüsel Ekonomi Stratejisi ile atık maliyetleri düşürülerek ekonomiye 350 milyar TL katkı ve 100 bini aşkın yeni istihdam sağlandı.

74



Gedik Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hülya Gedik: "Geleneksel Avrupa ve ABD pazarlarının ötesinde, Hindistan, Afrika ve Asya'ya uzanan bir ağı kurduk. 100'den fazla ülkeye ihracat yapıyoruz. Hollanda, Sırbistan, Azerbaycan, Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkelerde ofislerimiz; Azerbaycan ve Hindistan'da üretim yerlerimiz mevcut."

42



48



TİMREPORT

TİM ADINA SAHİBİ BAŞKAN
Mustafa GÜLTEPE

YAYIN KURULU
Adil PELİSTER
Biroi CELEP
Melisa TOKGÖZ MUTLU
Yiğit Tufan ESER
Elif ÇAKIROĞLU ERDEM
Mustafa SEÇİLMİŞ
Yıldırım ÖZCAN

EDİTÖR
Tayyip YAHYAOĞLU
Okan UKAV

YÖNETİM YERİ
TİM Dış Ticaret Kompleksi
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No:
3 B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL
444 0 846 (TİM)
tim@tim.org.tr • www.tim.org.tr

viyamedya

AJANS BAŞKANI
Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ
Murat ERDOĞAN

ART DİREKTÖR
Serpil YENİHAYAT

GRAFİK TASARIM
Hira DOLGUN

EDİTÖR
Gizem İRİS

REKLAM MÜDÜRÜ
İlknur ULUSOY
ilknur@viyamedya.com

İLETİŞİM
Şafak Sokak No 45, Yunus Apt.
Kat: 3 (Rumeli Pasajı içi)
Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL
+90 212 236 00 50
www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com

✕ f @
/viyamedya

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

İŞİMİZ ÜRETİM GÜCÜMÜZ İHRACAT

MUSTAFA GÜLTEPE

TİM Başkanı



Zor Zamanda İhracata Daha Sıkı Sarılıyoruz

Manevi iklimini yaşadığımız Ramazan ayının ülkemize ve tüm İslam âlemine huzur ve bereket getirmesini temenni ediyorum. Ne yazık ki bu mübarek günlerde bölgemizde tansiyon yeniden yükseldi. ABD ve İsrail'in, İran'a saldırılarıyla birlikte Orta Doğu ateş çemberine döndü.

Savaş ve çatışmaların en ağır bedelini sivillerin, özellikle de kadınların ve çocukların ödediğini yakın zamanda Suriye'de ve Gazze'de gördük. Bu nedenle en büyük dileğimiz, sağduyunun galip gelmesi ve bir an önce uzlaşma zeminine dönülmesi. Çünkü bölgesel gerilimler, insani dramların yanı sıra enerjiden lojistiğe ticaretin temel dinamiklerini doğrudan etkiliyor.

Şubat ayı ihracat verilerimiz, küresel şartların baskısı altında işimizin ne kadar hassas dengede ilerlediğini bir kez daha gösterdi. Geçen ay 21 milyar 65 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Önceki yılın aynı ayına göre yüzde 1,6 artıdayız. Şubatta 14 sektörümüz ihracatını arttırdı, 12 sektörümüz ise ayı ekside tamamladı.

Burada altını çizmemiz gereken nokta şu: Son bir buçuk yıldır talep tarafında belirgin bir daralma yok. Aksine Avrupa Birliği'nde (AB) talep yeniden toparlanma eğiliminde. ABD'de de artış işaretleri görüyoruz. Ancak yüksek maliyetler nedeniyle fiyat tutturamadığımız için bu pazarlarda payımız azalıyor. Bizden doğan boşluğu rakiplerimiz dolduruyor. Talebin arttığı bir dönemde Türkiye'den alımların azalması bize çok net mesaj veriyor. Sorun büyük ölçüde fiyat rekabetinde. Yani tabloyu ağırlıklı olarak Türkiye'nin pahalı kalması belirliyor.

Rekabetçiliğin zayıflaması ve kâr marjlarının

daralması ihracatı cazip olmaktan çıkarıyor. Bu durumu ilk kez ihracat yapan firma sayısının giderek düşmesinden de takip edebiliyoruz. Örneğin şubat ayında ilk kez ihracat yapan firma sayımız 950'de kaldı. Bu firmalar ihracatımıza 65 milyon dolarlık katkı verdi. Yeni firmalarımızın katkısı bizim için büyük önem taşıyor. Ancak bu pay giderek azalıyor. Son bir yıla baktığımızda şubata, yeni firmalardan en düşük katkı aldığımız dördüncü ay olduğunu görüyoruz.

Birim ihracat değerindeyse olumlu bir gelişme var. Şubatta yüzde 13 artan birim ihracat değerimiz, 1,7 dolarla son beş yılın en yüksek ikinci rakamına ulaştı. Parite de ihracatımıza 1,2 milyar dolar katkı verdi. Parite olmasaydı şubat ayını yaklaşık yüzde 4 ekside kapatacaktık.

Biz sağlıklı ve sürdürülebilir büyümenin üretim ve ihracatla sağlanabileceğini her fırsatta dile getiriyoruz. Ancak 2025'te net ihracatın büyüme-ye katkısı olmadı. Aksine büyümeyi aşağıya çekti. 2025'in hiçbir çeyreğinde net ihracatın büyümeye katkı verememesini iyi analiz etmemiz gerekiyor.

Tabloyu tersine çevirmek ve ihracatın büyüme-ye katkısını güçlendirmek için TİM ve ihracatçı birlikleri olarak hedeflerimiz doğrultusunda sahada, pazarlarda çalışmalarımızı kararlılıkla sürdürüyoruz. Şubatta ABD, Azerbaycan, Romanya, Fas, İspanya ve Filipinler dâhil 17 ülkede heyetlerimizi tamamladık. Bu ay Rusya, İspanya, Yunanistan, İngiltere, Kazakistan, ABD, Gana ve Mısır'da sektörel ve genel ticaret heyetleri gerçekleştireceğiz.

Zorlukların farkındayız. Buna rağmen üretim gücümüz, ihracatçımızın azmi ve yeni pazarlara açılma kararlılığımızla bu dönemi de geride bırakacağımıza inanıyorum.

DÜNYA TURU



DÜNYA

VERİ MERKEZLERİ KÜRESEL YATIRIM ORTAMINI ŞEKİLLENDİRİYOR

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Örgütü'nün 20 Ocak'ta yayımladığı rapora göre veri merkezleri, 2025 yılında küresel yatırımları şekillendiren önemli bir güç oldu. Sektördeki doğrudan yabancı yatırımın, yapay zekâ altyapısı ve dijital ağlara yönelik artan talebin etkisiyle 270 milyar doları aştığı tahmin ediliyor. Özellikle tekstil, elektronik ve makine gibi gümrük vergilerine maruz kalan sektörlerde ise proje sayılarının yüzde 25 oranında düştüğü görüldü. Yenilenebilir enerji yatırımları azalırken, sıfırdan kurulan projelerin değerleri yüzde 28 oranında düşüş yaşadı. Böylece ilk defa, veri merkezlerinin öncülüğünde gerçekleşen telekomünikasyon yatırımlarının, değer açısından yenilenebilir enerjiyi geride bıraktığı görüldü.



AB

KARBON PİYASASI REFORMUNDA SANAYİ DESTEKLENECEK

Avrupa Komisyonu'nun iklim birimi başkanı tarafından yapılan açıklamada, komisyonun Avrupa Birliği karbon piyasasında yapılacak revizyonda sektörlerin daha düşük kirlilik standartlarına sahip bölgelere taşınmasını önlemek için çeşitli yollar aradığı bildirildi. Brüksel, AB'nin en önemli iklim değişikliği politikası olan, enerji santrallerini ve sanayi tesislerini karbondioksit emisyonu ürettiklerinde tahsisat satın almaya zorlayan karbon piyasasının yeniden tasarımına hazırlanıyor. Planlanan revizyonla AB'nin mevcut sisteminde sanayilere, kirlilik bedeli ödemeyen yabancı firmalarla rekabet etmelerine yardımcı olmak amacıyla bazı ücretsiz emisyon tahsisatları verilmesi uygulamasının devam ettirilip ettirilmeyeceğine karar verilecek.



ASYA

İMALAT, GÜÇLÜ KÜRESEL TALEBE BAĞLI OLARAK GENİŞLİYOR

Anketler, Japonya ve Güney Kore'nin imalat faaliyetlerinin ABD gibi büyük pazarların ivmesini sürdürmesi sayesinde uzun dönem büyüme hızını koruduğunu gösteriyor. Çin'de faaliyetlerin yavaşladığını gösteren önceki resmi raporun aksine, yapılan bir ankete göre ihracat siparişlerinin toplanmasıyla birlikte imalat faaliyetleri ocak ayında daha hızlı bir şekilde genişledi. Ocak ayında Çin'de PMI, 50,3'e yükselerek ekim ayından bu yana en yüksek seviyeye ulaştı. Aynı ay, PMI endeksi Japonya'da 51,5'e, Güney Kore'de ise 51,2'ye yükseldi. Hindistan'ın imalat faaliyetleri, talebin hafifçe iyileşmesiyle ocak ayında biraz artmakla birlikte bu artış iş dünyasının iyimserliğini artıracak veya istihdamı anlamlı bir şekilde yükseltecek kadar güçlü değil.



ALMANYA

E-TİCARET BEKLENTİLERİN ÖTESİNDE BÜYÜYOR

Almanya'da çevrim içi ürün harcamaları geçen yıl yüzde 3,2 artarak 83,1 milyar euro'ya ulaştı. Bu büyüme, bir yıl öncesine göre tahmin edilenden önemli ölçüde daha güçlü. Çevrim içi perakende, Alman ekonomisinde nadir görülen parlak bir nokta olarak değerlendirildiğinden, bu yıl için daha da güçlü bir büyüme bekleniyor. Almanya'daki çevrim içi perakendeciler zorlu birkaç yılın ardından COVID-19 pandemisi sırasında çevrim içi ürün harcamalarını artırdı. Sonraki yıllarda dalgalı bir seyir izleyen harcamalarda 2024'te ise yüzde 1,1'lik mütevazı bir artış yaşandı ve toplam harcamalar tekrar 80 milyar euro'nun üzerine çıktı.



İSVEÇ

YEŞİL DÖNÜŞÜM VE İNOVASYONA 2 MİLYAR EURO'LUK FİNANSMAN

2025 yılında, Avrupa Yatırım Bankası (AEB) ve Avrupa Yatırım Fonu (AIF), büyük ölçekli iklim altyapısından yenilikçi büyüme şirketlerine kadar geniş yelpazedeki sektörlerde, İsveç belediyelerine ve şirketlerine finansman sağladı. Bu finansman, yenilenebilir enerji, karbon yakalama, sürdürülebilir ulaşım, endüstriyel inovasyon ve yeni kurulan şirketler ile küçük ve orta ölçekli işletmeler için büyüme sermayesine erişimi destekledi. Toplam finansman yaklaşık 2,06 milyar euro tutarındaydı ve bu destek, İsveç'te toplamda yaklaşık 7,6 milyar euro'luk yatırımın harekete geçirilmesine yardımcı oldu; bu da GSYİH'nin yüzde 1,3'üne yani kişi başı 711 euro'ya denk geliyor.



MISIR

YILLIK DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR İKİYE KATLANACAK

Mısır Yatırım ve Dış Ticaret Bakanı Hassan El-Khatib, yaklaşık 12 milyar dolar olan yıllık doğrudan yabancı yatırım tutarını ikiye katlamayı hedeflediklerini belirtti. El-Khatib, Mısır için yıllık yüzde 6 ila 7 arasında sürdürülebilir GSYİH büyümesi hedeflediklerini ve önümüzdeki dönemde büyümenin temel göstergesinin, geleneksel göstergeler yerine yatırım hacmi olacağını vurguladı. Reform gündeminin temel unsurlarından biri, yatırımcıların lisans alma sürelerini kısaltmayı içeriyor. Yetkililer, toplulaştırılmış bir Dijital platformun hizmete girmesiyle süreç 24 aydan, 90 günün altına inecek. Hükümet ayrıca, dış ticarete öncelik vererek gümrük işlemlerinin süresini 16 günden 5 güne indirmeyi ve gelecekte ise bu süreyi iki güne indirmeyi hedefliyor.

Türkiye'nin Şubat Ayı İhracatı 21 Milyar Doları Aştı

Türkiye'nin şubat ayı ihracatı, küresel ve jeopolitik zorluklara rağmen yüzde 1,6 artışla 21 milyar doları aştı. Son 12 aylık ihracatın 272,8 milyar dolara ulaştığı şubat ayında; otomotiv 3,5 milyar dolar, kimyevi maddeler 1,4 milyar dolar, elektrik-elektronik sektörü ise 1,3 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi.



Türkiye'nin şubat ayı ihracatı yüzde 1,6 artışla 21 milyar dolar 65 milyon dolar oldu. Ocak-şubat döneminde iki aylık ihracat 41,4, son 12 aylık ihracat ise 272,8 milyar dolar düzeyinde gerçekleşti. Şubat ayı ihracat verileri Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından Ankara'da açıklandı.

“SON 34 AYIN 25'İNDE AYLIK İHRACATIMIZI ARTIRMAYI BAŞARDIK”

Prof. Dr. Ömer Bolat, şubat ayı ihracat değerlendirmesi öncesinde bölgede devam eden çatışmalara yönelik, artık kalıcı barışa, huzura ve istikrara ihtiyaç olduğuna vurgu yaptı. Bolat, “Coğrafyamızın kaderinde, birlik, beraberlik içinde olmak zorundayız. Bu savaşın petrol fiyatları, altın fiyatları ve finans fiyatlarındaki etkileri de hepimizin gözleri önünde gerçekleşiyor. Ülkemize ve ekonomimize olası ve olumsuz etkileri gidermek üzere

hükümetimizin bütün ilgili bakanlıkları, kamu kurumları, hafta sonundan itibaren gerekli tedbirleri aldı. Bu gelişmeleri hepimiz yakından takip ediyor, anbean tedbirlerimizi güncelliyoruz.” dedi.

Son 20 yılda bölgedeki gerginliklerin arasında Türkiye'nin, istikrar ve huzur ülkesi olarak parladığını belirten Bolat, ülkenin şubat ayı ihracatına ilişkin şu bilgileri paylaştı: “Şubatta zorlu uluslararası ekonomik, ticari, siyasi ve jeopolitik gelişmelere rağmen ihracatımız yüzde 1,6 artarak 21 milyar 65 milyon dolar oldu. Bu, en yüksek ikinci şubat ayı rakamıdır. Geçen yıla göre net 336 milyon dolar artış sağladık. İşlenmiş altın, mücevherat ihracatında 415 milyon dolar düşüş var. Petrol yağlarında da 515 milyon dolarlık düşüş bulunuyor. İki kalemdeki yaklaşık 1 milyar dolarlık azalış, büyük rekorlar kırmamızı gerilettili. Şunu unutmamalıyım, Şubat 2024, 29 gündü. Orada ihracat 21 milyar 92 milyon dolardı. Biz 28 günlük şubat ayında, 21 milyar 65

milyon doları aşarak ihracatımızın güçlü performansını gösterdik. Son 34 ayın 25'inde aylık bazda ihracatımızı artırmayı başardık, son 34 ayın 18'inde de aylık bazda ihracat rekoru kırmayı başardık.”

“GEÇEN YILIN AYNI AYINA GÖRE YÜZDE 1,6 ARTIDAYIZ”

Konuşmasına, İsrail ve ABD'nin İran'a saldırısıyla başlayan gelişmeleri endişeyle takip ettiklerini söyleyerek başlayan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, bu tür çatışmaların insani dramların yanı sıra küresel ticarete de telafisi güç hasarlar bıraktığına dikkat çekti.

Artan enerji maliyetlerinin ve uzayan lojistik süreçlerin faturasının çok ağır olduğunun altını çizen Gültepe, şubat ayı ihracat verileri ile ilgili ise şunları söyledi: “Şubatta gerçekleştirdiğimiz 21 milyar 65 milyon dolarlık ihracatla geçen yılın aynı ayına göre yüzde 1,6 artıdayız. Şubat ayında hizmet ihracatımızın 9 milyar dolar civarında geleceğini tahmin ediyoruz. Sektörler sıralamasında otomotiv, 3,5 milyar dolarla açık ara liderliği-

ni sürdürdü. Otomotivi 2,3 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1,4 milyar dolarla elektrik-elektronik, 1,3 milyar dolarla hazır giyim ve 1,2 milyar dolarla çelik takip etti. Geçen ay ilk beşte yer alan sektörlerimizden otomotiv yüzde 19, elektrik-elektronik yüzde 9 ihracat artışı gerçekleştirirken, kimyevi maddeler ihracatımız yüzde 7, hazır giyim ihracatımız yüzde 2, çelik ihracatımız ise yüzde 3 azaldı. Toplamda ise 14 sektörümüz ihracatını artırırken, 12 sektörümüzün ihracatı daraldı. Şubatta 950 firmamız ilk kez ihracat gerçekleştirdi. Bu firmalarımız toplam 65 milyon dolarlık ihracat yaptılar. Yeni firmalarımızın ihracata katkısı bizim için büyük önem taşıyor. Ancak bu katkı giderek azalıyor.”

Mustafa Gültepe, şubat ayında kilogram birim ihracat değerinin ise yüzde 13 artışla 1,7 dolara yükseldiğini bildirdi. Birim ihracat değerinde son beş yılın en yüksek ikinci rakamına ulaştıklarını belirten Gültepe, geçen ay pariteninin ihracata 1,2 milyar dolarlık katkı verdiğini söyledi. Gültepe, “Parite katkısı olmasaydı şubat ayını yaklaşık yüzde 4 eksiyle tamamlayacaktık.” dedi.

“SAĞLIKLI VE SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME ÜRETİM VE İHRACATLA SAĞLANABİLİR”

Güncel gelişmeleri de değerlendiren Gültepe, sağlıklı ve sürdürülebilir büyümenin üretim ve ihracatla sağlanabileceği yönündeki görüşünü yineledi. Pazartesi günü açıklanan büyüme verilerini bu gözle değerlendirdiklerini belirten Gültepe, şöyle devam etti: “Türkiye ekonomisi 2025'in son çeyreğinde yüzde 3,4 büyüdü. Yıllık büyüme ise yüzde 3,6 oldu. Son çeyrekte büyüme en yüksek katkıyı hane halkı tüketimi verdi. Net ihracat aynı dönemde eksi 1,4 puanla büyümeyi aşağı

14
İhracatını Artıran Sektör Sayısı

12
İhracatı Azalan Sektör Sayısı

950
İlk Kez İhracat Yapan Firma Sayısı

çekti. 2025'in hiçbir çeyreğinde net ihracat büyümeye katkı sunamadı. Oysa biz büyümenin en az yarısının üretim ve ihracattan gelmesi gerektiğini düşünüyoruz. Ülkemiz açısından bu tablonun daha sağlıklı olacağına inanıyoruz. TİM ve ihracatçı birlikleri olarak tüm olumsuzluklara rağmen orta ve uzun vadeli hedeflerimiz doğrultusunda çalışmaya devam ediyoruz. Bu kapsamda yoğun bir heyet programı yürütüyoruz. Şubatta ABD, Azerbaycan, Romanya, Fas, İspanya ve Filipinler dâhil olmak üzere 17 ülkede heyetlerimizi tamamladık. Bu ay Rusya, İspanya, Yunanistan, İngiltere, Kazakistan, ABD, Gana ve Mısır'da sektörel ve genel ticaret heyetleri gerçekleştireceğiz.”

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: “2025'in hiçbir çeyreğinde net ihracat büyümeye katkı sunamadı. Oysa biz büyümenin en az yarısının üretim ve ihracattan gelmesi gerektiğini düşünüyoruz.”



Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: “Zorlu uluslararası ekonomik, ticari, siyasi ve jeopolitik gelişmelere rağmen şubat ayında, geçen yıla göre net 336 milyon dolar artış sağladık. Bu, en yüksek ikinci şubat ayı rakamıdır.”



Türkiye-Azerbaycan İş Dünyası Bakü'de Bir Araya Geldi

Türkiye-Azerbaycan Ticaret Heyeti ve B2B Görüşmeleri, TİM organizasyonu ile Azerbaycan'ın başkenti Bakü'de gerçekleştirildi. Her iki ülkeden firmaların katıldığı etkinlikte 450'den fazla ikili iş görüşmesi yapıldı.



Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonunda, Azerbaycan İhracat ve Yatırımların Teşviki Ajansı (AZPROMO) ve Azerbaycan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme Ajansı (KOBİA) iş birliğinde, Azerbaycan'ın başkenti Bakü'de "Türkiye-Azerbaycan Ticaret Heyeti ve B2B Görüşmeleri" programı gerçekleştirildi.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin başkanlığındaki heyette, TİM Yönetim Kurulu Üyelerinin yanı sıra Türkiye'den 15 farklı sektörden 40'a yakın firma yer aldı. Programın açılışına Mustafa Gültepe ile birlikte Türkiye'nin Bakü Büyükelçisi

Birol Akgün, KOBİA Başkanı Orkhan Mammadov, AZPROMO İcra Direktörü Danışmanı Şebnem Allahverdiyeva ve 250 Azerbaycanlı firma temsilcisi katıldı.

"İKİLİ TİCARET HACMİMİZİ 15 MİLYAR DOLARA ÇIKARACAK POTANSİYEL MEVCUT"

Etkinliğin açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, iki ülke arasındaki kültürel, ekonomik ve sosyal bağların her geçen yıl daha da güçlendiğini belirterek, ticaret yoluyla yeni iş birliklerinin temellerinin atılacağını dile getirdi. TİM olarak 27 sektör ve 61 birlikle 160 bini aşkın ihracatçıyı temsil ettiklerini

söyleyen Gültepe, "Türkiye'de dış ticareti ilgilendiren tüm konularda aktif rol alıyoruz. Fuarlar, alım heyetleri ve ticaret heyetleri faaliyetlerimiz arasında önemli yer tutuyor. O heyetlerden biri için Bakü'deyiz." diye konuştu.

Gültepe, Türkiye ve Azerbaycan'ın bu coğrafyanın iki güçlü devleti olduğunu kaydederek, şu ifadeleri kullandı: "Ancak ülkelerimiz arasındaki ticaret hacmi arzu edilen seviyenin gerisinde. Son dönemde ticaret hacmimiz yaklaşık 7 milyar dolara ulaştı. Tek millet, iki devlet olarak biz orta vadede bu tutarı 15 milyar dolara çıkaracak potansiyelin olduğuna inanıyoruz. Nitekim ülkelerimiz arasındaki tercihi

ticaret anlaşmasının pozitif etkilerini gözlemliyoruz. Bu iş birliğinin kapsamını genişleten protokol de ticaretimize son derece olumlu yansıyor. Anlaşmanın sunduğu avantajlarla geçen yıl 11 bin 300'ü aşkın firmamız Azerbaycan'a ihracat yaptı. Sektörlere baktığımızda, kimyevi maddeler ihracatımız 537 milyon dolarla ilk sırada yer alıyor. Kimyevi maddeleri 362 milyon dolarla savunma ve havacılık, 233 milyon dolarla elektrik ve elektronik sektörümüz takip ediyor. İthalatımızda ise kimyevi maddeler, demir ve demir dışı ürünler ile tekstil öne çıkıyor."

"ZENGEZUR KORİDORU İLE TÜRK DÜNYASINA DOĞRUDAN BAĞLANACAĞIZ"

Azerbaycan ekonomisinin hızla büyüdüğüne işaret eden Gültepe, birçok alanda stratejik iş birlikleri yapılabileceğini söyledi. TİM Başkanı Gültepe, Karabağ ve Doğu Zengezur'daki projelere büyük önem verdiklerini vurgulayarak, "Zengezur Koridoru, Nahçıvan üzerinden Bakü'ye kesintisiz kara bağlantısı sunacak. Bu ülkemiz için de büyük önem taşıyor. Koridor açıldığında Türk dünyasına doğrudan bağlanabileceğiz. Azerbaycan ise küresel bir lojistik merkezine dönüşecek. Ülkelerimiz arasında, farklı alanlarda önemli iş birlikleri için fırsatlar bulunuyor." ifadelerini kullandı.

Bölgede gerginlikler ve belirsizlikler artarken ticareti güçlendirecek iradenin ortaya konulması gerektiğini söyleyen Gültepe, güçlü Türkiye, güçlü Azerbaycan için çalışmaya, üretmeye, ticareti ve dostluğu güçlendirmeye devam edeceklerini bildirdi.

"KORİDOR YENİ İŞ BİRLİKLERİNE İVME KAZANDIRACAK"

Türkiye'nin Bakü Büyükelçisi Birol Akgün ise ticaretin



geliştirilmesi ve gerekli güven ortamını, uzun vadeli planlama imkânlarını oluşturmak için Azerbaycan'la eş güdüm halinde yoğun bir gayret içinde olduklarını belirtti. Bölgesel ve küresel bazı gelişmelerle bağlantılı olarak uluslararası aktörlerin bu bölgeye olan ilgisinin giderek arttığına değinen Akgün, bazı risklerle beraber önemli fırsatlar barındıran yeni bir süreçten geçildiğini söyledi.

Birol Akgün, Türkiye ve Azerbaycan'ın bu süreçte ortak adımlarla hem bölgesel hem küresel konuları daha da güçlendirecek örnek bir iş birliği sergilediğini belirterek, şunları kaydetti: "Türkiye, Azerbaycan'ın karşılıklı eş güdüm halinde Ermenistan'la olan normalleşme sürecinin özellikle Zengezur Koridoru sayesinde doğu-batı hattında Orta Koridor'un güçlendirilmesi bakımından yeni bir başlangıcı oluşturacağını hepimiz yakından takip ediyoruz. Bu çerçevede enerji, ulaştırma ve inşaat gibi sektörlerle ek olarak, dijital teknolojiler, yapay zekâ, bilişim ve finans teknolojileri gibi alanların büyük potansiyeller barındırdığını da değerlendiriyoruz. Özel sektörümüzün bu kritik sektörlerdeki iş birlikleri için destek vermeye devam edeceğiz."

Özel sektörün kalkınmada, gelişmede, pazarların verimli şekilde kullanılmasında etkin rol oynamasını istediklerini söyleyen Akgün, "Ülkelerimiz arasındaki ticaret

hacmini orta vadede 15 milyar dolar seviyesine yükseltme hedefimizi ortak çabalarımızla en kısa sürede gerçekleştirebileceğimize inanıyoruz. Bunun da ötesinde Türkiye ve Azerbaycan olarak birlikte üretmeyi, güçlenmeyi ve ülkelerimizi daha müreffeh yarınlara birlikte taşımaya amaçlıyoruz." diye konuştu.

KOBİ'LER İÇİN İHRACAT VE İŞ BİRLİĞİ VURGUSU

Azerbaycan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme Ajansı (KOBİA) Başkanı Orkhan Mammadov ise son dönemlerde KOBİ'lerin ekonomilere önemli katkılar sağladığını belirterek, "Bu işletmelerin gelişimi, uluslararası iş birlikleri ve dış pazarlara erişim imkânlarıyla doğrudan bağlantılıdır. Bu görüşmeler çerçevesinde, ikili ticari ilişkilerin geliştirilmesi, KOBİ'lerin ihracat potansiyelinin artırılması ve B2B iş görüşmelerinin genişletilmesi yönünde verimli müzakereler yapılacağına inanıyoruz." diye konuştu.

Azerbaycan İhracat ve Yatırımların Teşviki Ajansı (AZPROMO) İcra Direktörü Danışmanı Şebnem Allahverdiyeva da iş insanları arasında bu tür büyük organizasyonların düzenlenmesinin iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin güçlenmesine ve Azerbaycan'daki yatırım fırsatlarının daha etkin değerlendirilmesine önemli katkı sağlayacağını ifade etti.

Kadın Gücü ile Kalkınma Projesi'nin Tanıtımı TİM'de Gerçekleştirildi

TİM ve UKODER tarafından yürütülecek "Kadın Gücü ile Kalkınma Projesi" kapsamında, dış ticaret yapan ya da dış ticareti öğrenmek isteyen kadınlara eğitim ve danışmanlık hizmeti sunulacak. Altı ay sürecek projeye teorik bilginin, sahada yeni başarılarla dönüştürülmesi hedefleniyor.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Kadınlarımız bugün üretimde, ihracatta, girişimcilikte ve liderlikte Türkiye'nin geleceğini inşa ediyorlar."



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Uluslararası Ticarete Kadın Organizasyonu Derneği (UKODER) tarafından yürütülecek "Kadın Gücü ile Kalkınma Projesi", İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen tanıtım etkinliği ile kamuoyuna duyuruldu. Proje, kadınların Türkiye'de ve uluslararası pazarlarda daha etkin rol almasını ve dış ticaretteki temsilcilerini güçlendirmeyi amaçlıyor.

"KADINLARIMIZ TÜRKİYE'NİN İHRACAT GELECEĞİNİ İNŞA EDİYORLAR"

Etkinliğin açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, üretim ve ihracatı ülke ekonomisinin lokomotifleri olarak gördüğünün

altını çizdi. Ekonomik büyümenin en az yarısının ihracattan gelmesi gerektiğini vurgulayan Gültepe, şöyle devam etti: "Türkiye'nin ihracat potansiyelinden maksimum düzeyde yararlanmak için birçok çalışma yürütüyoruz. Elbette bu süreçte kadınlarımızın rolü çok önemli. Kadınlarımız bugün üretimde, ihracatta, girişimcilikte ve liderlikte Türkiye'nin geleceğini inşa ediyorlar. TİM olarak biz de daha fazla kadını, daha güçlü şekilde oyuna dâhil etmek istiyoruz. Bu bilinçle yaklaşık bir yıl önce kadın girişimcilerimize ilave avantajlar sağlayan TİM WINGS projemizi başlattık. Proje kapsamında Türk Standartları Enstitüsü (TSE) ile çok önemli bir iş birliğine imza attık ve

'Kadın Girişimci Belgelendirme Kriteri'ni oluşturduk. 30 Ocak 2026 itibarıyla yaklaşık 100 firmamız belgeyi almaya hak kazandı; 44 firmamız ise aktif olarak kullanıyor. Belgeye sahip firmalarımız, Eximbank ve İGE AŞ iş birliğiyle sağlanan özel finansman ve teminat imkânlarına erişebiliyorlar. Ayrıca Ticaret Bakanlığının yurt dışı pazar araştırması desteklerinde ilave avantajlardan yararlanabiliyorlar. Bugün de kadınlarımız için yeni bir projeyi başlatmak için bir aradayız. UKODER ile yürüteceğimiz ve bir yıl sürecek proje kapsamında yedi bölgemizde belirlenen yedi ilde, dış ticaret yapan ya da dış ticareti öğrenmek isteyen kadınlara eğitim ve danışmanlık hizmeti sunacağız. Altı ay sürecek projeye teorik bilgiyi sahada yeni başarılarla dönüştürmeyi hedefliyoruz."

"İHRACATÇILARIMIZA BU YIL 45 MİLYAR LİRALIK DESTEK KULLANDIRACAĞIZ"

Ticaret Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya da konuşmasında Ticaret Bakanlığı olarak ihracatı sürdürülebilir şekilde artırmak istediklerini söyledi. Ticaret Bakanlığının ihracatçılara sunduğu destekler hakkında bilgi veren Kılıçkaya, "Bakanlık olarak ihracatı her aşamasında destekleyen bir mekanizma kurduk. Fuar desteklerinden tasarıma, pazar araştırmasından markalaşmaya kadar ihracatın her aşamasında destek veriyoruz. 2025'te bu kapsamda 25 bin ihracatçımıza yaklaşık 33 milyar liralık destek kullandık. Bu yıl sadece mal ihracatı için kullanacağımız destek miktarını 45 milyar liraya çıkardık." dedi.

"KADIN GÜCÜ İLE KALKINMA PROJESİ'Nİ ÜÇ AŞAMADA GERÇEKLEŞTİRECEĞİZ"

Uluslararası Ticarete Kadın Organizasyonu Derneği (UKODER) Başkanı Çiğdem Ağdağ da



Kadın Gücü ile Kalkınma Projesi hakkında bilgi verdi. Üç aşamalı planın; Tekirdağ, Aydın, Trabzon, Gaziantep, Erzurum, Konya ve Mersin'de uygulanacağını bildiren Ağdağ, "Birinci aşamada, girişimci kadınlar ve kadın profesyoneller için fiziki eğitim programları gerçekleştireceğiz. İkinci aşamada, fiziki programları online eğitimlerle destekleyeceğiz. Online eğitimler alanında uzman akademisyenler, sektör profesyonelleri ve uygulayıcı uzmanlar tarafından verilecek. Üçüncü aşamada ise eğitim verdiğimiz kadınları, gönüllü kadın gümrük müşavirleri ile eşleştirerek altı aylık ücretsiz bir mentörlük süreci başlatacağız. 40 kadın gümrük müşavirimiz bu sürecin içinde yer alacak." diye konuştu.

Lansman kapsamında gerçekleştirilen panelde, kadın girişimcilerin küresel pazarlara entegrasyonu, ihracat süreçlerinde karşılaşılan engeller ve bu engellerin dayanışma ile nasıl aşılabileceği ele alındı.

PROJE YEDİ BÖLGEDE UYGULANACAK

Bir yıl sürecek projenin ortakları arasında TİM ve UKODER'in yanı sıra Ticaret Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı ve İstanbul Medipol Üniversitesi de yer alıyor. Tekirdağ, Aydın, Gaziantep, Mersin, Konya, Trabzon ve

Erzurum'un aralarında bulunduğu yedi stratejik il, projeye ev sahipliği yapacak. Program kapsamında eğitim, mentörlük, dijital ticaret ve yeşil dönüşüm başlıklarında oluşturulan kapsamlı modüllerle kadın girişimcilere çok yönlü destek sunulacak.

Projede her il, kendi stratejik avantajına göre öne çıkan sektörlerle çalışacak:

- Tekirdağ: Sanayi ve Avrupa pazarı entegrasyonu
- Aydın: Tarımsal katma değer
- Gaziantep: Sanayi ve ihracat kültürü
- Mersin: Lojistik ve liman gücü
- Konya: Makine üretimi
- Trabzon: Karadeniz ticaret aksı
- Erzurum: Hayvancılık, kış turizmi ve hizmet sektörü

Uluslararası Ticarete Kadın Gücü Takvimi

- 28-29 Mart 2026: Tekirdağ
- 18-19 Nisan 2026: Aydın
- 02-03 Mayıs 2026: Gaziantep
- 16-17 Mayıs 2026: Mersin
- 06-07 Haziran 2026: Konya
- 20-21 Haziran 2026: Trabzon
- 05-06 Eylül 2026: Erzurum
- Ekim 2026: Kapanış ve Sonuç Bildirgesi (İstanbul)

Türk E-İhracat Heyeti Almanya'da Küresel Devlerle Buluştu

Berlin ve Hamburg'da temaslarda bulunan Türk firmaları, Almanya ve Avrupa pazarına yönelik iş birliği imkânlarını değerlendirdi.



Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) E-İhracat Sekreteryası organizasyonu ile 16-20 Şubat 2026 tarihleri arasında gerçekleştirilen Almanya E-İhracat Heyeti Programı, Berlin ve Hamburg'da yoğun temaslara tamamlandı. Türk e-ihracat heyeti, gerçekleştirdiği görüşmelerle Türk ürünlerinin Avrupa pazarındaki konumunu daha da güçlendirmeyi hedefledi.

BERLİN VE HAMBURG'DA STRATEJİK TEMASLAR

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü E-İhracat Dijital Pazarlama, Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Daire Başkanı Hasan Önal başkanlığındaki heyet, Almanya'nın önde gelen e-ticaret platformları, çok kanallı perakende oyuncuları, lojistik ve sipariş karşılama merkezleri, ödeme sistemleri sağlayıcıları ile yerleşme ve uyum hizmeti sunan kuruluşlarla bir araya geldi.

Heyet kapsamında, Avrupa'nın

önemli pazaryerleri arasında yer alan Amazon Almanya, Otto, About You, Kaufland ve Allegro temsilcileriyle görüşmeler gerçekleştirildi. Gerçekleştirilen temaslarda platform çeşitliliği, veri temelli büyüme modelleri, dijital pazarlama stratejileri, ödeme sistemleri, lojistik altyapı ve Avrupa Birliği mevzuatına uyum konuları kapsamlı şekilde ele alındı.

E-COMMERCE BERLİN EXPO'YA KATILIM

Program çerçevesinde heyet, Berlin'de düzenlenen E-commerce Berlin Expo fuarına da katılım sağladı. Fuar kapsamında Avrupa e-ticaret ekosistemindeki güncel trendler, teknoloji çözümleri ve yeni iş modelleri yerinde incelendi.

KÜRESEL FİRMALARLA TEMASLARDAN BULUNULDU

Heyet kapsamında gerçekleştirilen ikili iş görüşmelerinde ev tekstilinden bebek giyimine, yazılımdan finansal teknolojilere kadar

Heyet kapsamında gerçekleştirilen ikili iş görüşmelerinde ev tekstilinden bebek giyimine, yazılımdan finansal teknolojilere kadar geniş bir yelpazede faaliyet gösteren Türk firmaları, küresel oyuncularla doğrudan temas kurma imkânı buldu.

geniş bir yelpazede faaliyet gösteren Türk firmaları, küresel oyuncularla doğrudan temas kurma imkânı buldu.

Berlin ve Hamburg'da gerçekleştirilen program, firmaların Almanya başta olmak üzere Avrupa pazarındaki konumlanmalarını güçlendirmelerine ve uzun vadeli iş birlikleri geliştirmelerine katkı sağladı.

Kurukahveci Mehmet Efendi, Türk kahvesini 60'tan fazla ülkeye ulaştırıyor. Dünyanın her yerinde bu kültürü doya doya yudumlamanızı sağlıyor.

www.mehmetefendi.com

Dünyanın pek çok ülkesinde sevdiğimiz Türk kahvesi içiliyor



“Yapay Zekâya Hâkim Olan Pazara Hâkim Olacak”

Yapay zekâyı etkin kullanan firmaların verimlilikte yüzde 30'a varan artış sağladığını vurgulayan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye'nin ihracatta dünya devleri arasına girmesi için teknolojik dönüşümün şart olduğunu belirtiyor.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe, bu yıl “Yapay Zekâ Çağı ve Sürdürülebilir Gelecek” temasıyla iş dünyasının önde gelen isimlerini İstanbul'da bir araya getiren “Global Liderler Zirvesi 2026” programına katıldı.

Zirvenin açılış konuşmasını yapan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye'nin ihracat vizyonu, küresel ticarete dönüşüm ve sürdürülebilir büyüme hedeflerine ilişkin değerlendirmelerde bulundu.

“YAPAY ZEKÂDA ÖNDE OLAN, PAZARDA DA ÖNE GEÇECEK”

Gültepe yaptığı konuşmada, küresel ekonominin yapay zekâ ve yeşil dönüşüm ekseninde tarihi bir değişim sürecinden geçtiğini söyledi. Üretim anlayışının değiştiğini, ticaretin yeniden şekillendiğini belirten Gültepe, rekabetin artık yalnızca maliyetle değil; hız, verimlilik,

teknoloji ve sürdürülebilirlikle kazanıldığını ifade etti.

Yapay zekânın üretimden lojistiğe, tedarik zincirinden pazarlamaya kadar ihracatın tüm aşamalarında belirleyici hâle geldiğini vurgulayan Gültepe, bu teknolojiyi kullanan firmaların verimlilikte yüzde 20-30'a varan artış sağladığını, maliyet avantajı ve hız kazandığını dile getirdi. Gültepe, “Yapay zekâ artık geleceğin değil, bugünün teknolojisi. Bu alanda önde olan, pazarda da öne geçecek.” dedi.

“HEDEF İHRACATTA İLK 10”

Türkiye'nin, Cumhuriyetin ikinci yüzyılına iddialı bir hedefle başladığını kaydeden Gültepe, ihracatta ilk 10 ülke arasına girmeyi amaçladıklarını belirtti. Geçen yıl 154 milyon ton ürün ihraç edildiğini ve mal-hizmet ihracatının 400 milyar dolara yaklaştığını hatırlatan Gültepe, bu hedefe ulaşmak için katma

değerli üretimin artırılması gerektiğini söyledi. Gültepe, ortalama kilogram birim fiyatının 1,5 dolardan 3 doların üzerine çıkarılmasının önemine işaret etti.

“YEŞİL DÖNÜŞÜM REKABET GÜCÜNE DÖNÜŞÜYOR”

Sürdürülebilirliğin küresel ticarete temel bir rekabet kriteri hâline geldiğini belirten Gültepe, yapay zekânın yeşil dönüşüm sürecini de hızlandırdığını ifade etti. Enerji tüketimini optimize eden, atık oranlarını azaltan ve lojistikte emisyonu düşüren akıllı sistemlerin hem çevreyi koruduğunu hem de maliyet avantajı sağladığını vurgulayan Gültepe, “Sürdürülebilirlik doğru teknolojiyle birlikte ele alındığında bir yük değil, doğrudan rekabet gücüne dönüşüyor.” dedi.

“KOBİ'LER DE DÖNÜŞÜMÜN PARÇASI OLMALI”

Türkiye'nin güçlü sanayi altyapısı, genç ve dinamik iş gücü ile stratejik konumunun önemli avantajlar sunduğunu kaydeden Gültepe, büyük ölçekli firmaların yanı sıra KOBİ'lerin de yapay zekâ ve sürdürülebilirlik dönüşümüne entegre edilmesi gerektiğini söyledi.

TİM olarak ihracatçılara rehberlik edecek projeler yürüttüklerini belirten Gültepe, doğru strateji ve güçlü iş birliğiyle Türkiye'nin bu dönüşüm sürecinden avantajlı çıkabileceğini ifade etti.

İhracat kredinizi İşCep'ten kullanın, işinizdeki fırsatları kaçırmayın.

İhracatçı KOBİ'ler İş Bankası şubelerine gelerek limitini tanımlatıyor, İşCep üzerinden istediği anda ihracat kredisini kullanarak işini büyütüyor.

Ayrıntılı bilgi:



Kredi talepleri için son karar İş Bankası tarafından verilecektir. İş Bankası, kredi talebini reddetme ya da gerekli gördüğü takdirde farklı şartlarda kredi tahsis etme ve teminat talep etme hakkına sahiptir.



Türkiye Innovation Week 2026 için Ortak Akıl Buluşması

Türkiye Innovation Week 2026 Ortak Akıl Çalıştayı, İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde geniş katılımıyla gerçekleştirildi.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), bu yıl 13'üncüsünü düzenleyeceği Türkiye Innovation Week 2026 için hazırlık çalışmalarına başladı. Bu kapsamda gerçekleştirilen Türkiye Innovation Week 2026 Ortak Akıl Çalıştayı, İstanbul Dış Ticaret Kompleksi Şehit Ömer Halisdemir Konferans Salonu'nda düzenlendi. Programa TİM yöneticilerinin yanı sıra yatırımcılar, şirket temsilcileri, girişimciler, sivil toplum kuruluşu temsilcileri ve akademisyenler katıldı. TİM Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu'nun açılış konuşmasıyla başlayan çalıştayda, TIW 2026'ya yönelik fikir ve öneriler ele alındı.

"TÜRKİYE INNOVATION WEEK'İN ARKASINDA MÜŞTEREK BİR BAŞARI VAR" Çalıştayı'nın açılışında konuşan TİM Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu, sürdürülebilirlik, inovasyon, girişimcilik ve AR-GE'nin birbirini tamamlayan unsurlar olduğunu belirterek, bu kavramların

sanayiden hizmet sektörüne, sosyal hayattan kalkınmaya kadar geniş bir alanda değer ürettiğini ifade etti.

Genişleyen ekosistemin farklı paydaşları bir araya getirmesinin en önemli kazanımlarından biri olduğunu söyleyen Karavelioğlu, şöyle devam etti: "Türkiye Innovation Week'in fikri hazırlıklarını birlikte yapmaya başladığımızdan bu yana, 'Türkiye' adını gerçekten hak edebilmek için daha geniş katmanlara açılmaya, başlıklarımızı çeşitlendirmeye ve derinleştirmeye karar verdik. Sizlerin desteğiyle etkinliğimiz bambaşka bir ivme kazandı. Bugün Türkiye'nin ve yakın coğrafyamızın en büyük inovasyon etkinliği diyebiliyorsak, bunun arkasında büyük bir emek, yoğun bir çaba ve biri biter bitmez yenisine başladığımız meşakkatli süreçler var." dedi.

"İNOVASYON SAHAYA İNDİĞİNDE KATMA DEĞERE DÖNÜŞÜR"

Etkinliğin 12 yılda 600 binden

fazla katılımcıya ulaştığını, 10 milyon izleyiciyle buluştuğunu ve 255 milyon etkileşim sağladığını aktaran Karavelioğlu, her yıl artan bir ivme yakalandığını ifade etti. Karavelioğlu, şunları kaydetti: "Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak ihracata katkısı dolaylı olan, doğrudan rakamlara yansımayan fikirleri arka plana atma lüksüne hiçbir zaman sahip olmadık. Ufkumuzu daima geniş tuttuk. Bu ülke için kim emek veriyorsa, kim katkı sunuyorsa yanımızda olsun istedik. Çünkü katma değer, verimlilik ve sürdürülebilir rekabet, inovasyonun sahadaki karşılığıdır. İhracat da iddialı bir ülkenin sahadaki tezahürüdür.

Artık bir adım daha ileri gitmek istiyoruz. Konuştuğumuz başlıkları ölçülebilir hedeflere ve somut çıktılara dönüştürmeyi amaçlıyoruz. Bugün burada, daha güçlü bir Türkiye için nasıl bir Türkiye Innovation Week gerçekleştirebiliriz ve en iyiye nasıl ulaşabiliriz sorularına birlikte yanıt arayacağız."

ELTAS 45
Transformatör Sanayi ve Ticaret A.Ş. mükemmelliğin peşinde



İHRACATIN YILDIZLARI 2025

2025 yılında elektrik/elektronik sektöründe faaliyet gösteren firmalar arasında, imalatçı bazında "En Fazla İhracat Gerçekleştiren Firma" kategorisinde

BİRİNCİYİZ!

Bu yıl 45. yaşını kutlayan Eltaş Transformatör olarak, Ege İhracatçı Birlikleri tarafından düzenlenen "İhracatın Yıldızları Ödül Töreni"nde büyük gurur yaşadık!

Sektörümüzdeki liderliğimizi bir kez daha tescilleyen bu değerli ödül, ülkemizin ihracatına sunduğumuz katkının da güçlü bir göstergesi.

Bu başarıda emeği geçen tüm çalışma arkadaşlarımıza ve bize güvenen değerli iş ortaklarımıza gönülden teşekkür ederiz.

45 yıllık tecrübemizle, aynı azim ve kararlılıkla üretmeye devam ediyoruz.



www.eltas.com.tr



TİM İnovaLİG için Yeni Şampiyon Adaylarını Arıyor

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: “İnovasyon kültürünü tabana yayma hedefiyle yürüttüğümüz İnovaLİG, ödül programının ötesinde, firmalarımızın inovasyon yönetimi yetkinliklerini geliştiren bir dönüşüm platformu olma özelliği taşıyor.”



Türkiye'nin ilk inovasyon geliştirme programı olan ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından yürütülen İnovaLİG'in 2026 dönemi başvuruları başladı. Firmalarda inovasyon bilincinin geliştirilmesi, inovasyon kültürünün kurumsal yapılara entegre edilmesi ve inovasyona dayalı ihracatın artışının desteklenmesi hedefiyle yürütülen programa katılmak isteyen firmalar, 30 Nisan'a kadar başvurularını yapabilecek.

IMP3ROVE METODOLOJİSİYLE KAPSAMLI İNOVASYON DEĞERLENDİRMESİ

İnovaLİG, dünyada 7 bin 500'den fazla firmanın katılım sağladığı IMP3rove programı metodolojisiyle dayanıyor. 17 ülkede uygulanan bu metodoloji sayesinde firmalar inovasyon kabiliyetlerini ölçme ve inovasyon yönetimi yetkinliklerini geliştirme fırsatı elde ediyor. İnovaLİG'e katılan firmalar, hem Türkiye hem de Avrupa standartlarında inovasyon karnesine sahip oluyor.

IMP3rove metodolojisinin sağladığı yaklaşım doğrultusunda

İnovaLİG, şirketleri “proje bazında” ödüllendiren bir program olmanın ötesine geçiyor. Bu çerçevede İnovaLİG; inovasyon yönetimi altyapısını güçlendiren, süreçlerini kurumsallaştıran ve sistematik inovasyon yetkinliklerini geliştiren şirketleri odağına alıyor.

“İNOVASYONU KURUMSAL GÜCE DÖNÜŞTÜRÜYORUZ”

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, İnovaLİG ile inovasyonu kurumsal güce dönüştürdüklerini söyledi. İnovasyonun ihracatta sürdürülebilir başarının anahtarlarından biri olduğunu vurgulayan Gültepe, şöyle devam etti: “İnovasyon kültürünü tabana yayma hedefiyle yürüttüğümüz ve bu yıl 11'incisini düzenleyeceğimiz İnovaLİG 2026 başvurularını başlattık. İnovaLİG, ödül programının ötesinde, firmalarımızın inovasyon yönetimi yetkinliklerini geliştiren bir dönüşüm platformu. Programa ilginin her yıl arttığını görüyoruz. 2014'te sadece 460 başvuru varken, 2025'te 70 şehirden 2 bin 415 başvuru yapıldı. Bugüne kadar ödül alan 152 firmamız

ihracat artışına katkı sağladı. 2025'te İnovaLİG şampiyonu 30 firmamız, toplam 1,4 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi.”

PROGRAMA İNTERNET ÜZERİNDEN BAŞVURU YAPILABİLİYOR

İnovaLİG'e, www.inovalig.com adresi üzerinden başvuru yapılabiliyor. IMP3rove Academy iş birliğiyle yürütülen program kapsamında katılımcılar, “İnovasyon Yönetimi Değerlendirmesi” anketini tamamlayarak firmalarını inovasyon yönetimi alanında değerlendirme fırsatı yakalıyor. Ayrıca 350 euro değerindeki, yaklaşık 100 sayfalık inovasyon değerlendirme raporu katılımcılara ücretsiz olarak sunuluyor. İnovaLİG'de ilgili kategorilerde ilk üçe giren firmalar, her yıl Türkiye İnovasyon Haftası'nda düzenlenen törende ödülleri alıyor. Program kapsamında bugüne kadar THY, Turkcell, Aselsan, Arçelik, TUSAŞ, Ford Otosan, Hayat Kimya, Aygaz, Brisa, Kordsa, Enerjisa, Arzum, Yiğit Akü, Kastamonu Entergre gibi firmalar ödül aldı.

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

İNOVA
LİG / İnovasyon
Liderleri

İNOVALİG
2026
BAŞVURULARI
BAŞLADI

Son Başvuru Tarihi
30 Nisan 2026

www.inovalig.com

Tanzanya'da 400'ü Aşkın İkili İş Görüşmesi Yapıldı



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından 9-13 Şubat 2026 tarihlerinde Tanzanya'ya düzenlenen Genel Ticaret Heyeti kapsamında 25 Türk firma, 180 Tanzanyalı şirketle bir araya gelerek 400'den fazla ikili iş görüşmesi yaptı.

Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) organizasyonu ile 9-13 Şubat 2026 tarihleri arasında Darüsselam'da gerçekleştirilen Tanzanya Genel Ticaret Heyeti, iki ülke iş dünyasını aynı platformda buluşturdu.

Heyet programına Tanzanya Ulusal Ticaret Odası (TNCC)

Darüsselam Bölge Başkanı Peter Marealle, Tanzanya Özel Sektör Federasyonu (TPSF) Politika, Araştırma ve Temsil Direktörü Mwanahamisi Hussein, T.C. Darüsselam Büyükelçisi Bekir Gezer, ihracatçı heyeti ve Tanzanya iş dünyası temsilcileri katılım sağladı.

Heyet kapsamında 25 Türk ihracatçı firma temsilcisi, 180 Tanzanyalı firma ile bir araya geldi. Düzenlenen B2B görüşmelerinde 400'den fazla ikili iş görüşmesi gerçekleştirilerek farklı sektörlerde iş birliği olanakları değerlendirildi. Program, katılımcı firmaların Tanzanya pazarını yerinde gözlemlemesine imkân tanıyan pazar araştırması faaliyetleri ve firma ziyaretleriyle tamamlandı.

Türk ve Faslı Firmalar Kazablanka'da Buluştu



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda Fas'a yönelik düzenlenen Genel Ticaret Heyeti kapsamında Türk ve Faslı firmalar ikili iş görüşmeleri gerçekleştirdi.

Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) organizasyonu ile 4-7 Şubat tarihleri arasında Kazablanka'da düzenlenen Fas Genel Ticaret Heyeti programı, Türkiye ve Fas iş dünyasını bir araya getirdi.

Heyet programına T.C. Rabat Büyükelçisi Mustafa İlker Kılıç, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya, TİM Yönetim Kurulu Üyeleri İbrahim Pektaş ve Mustafa Şenocak ile iki ülkenin iş dünyası temsilcileri katılım sağladı.

Tekstil, kimya, demir, çelik, mobilya, makine ile sebze ve mamulleri başta olmak üzere

çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren 21 Türk ihracatçı firmadan 26 temsilci, heyet kapsamında 148 Faslı ithalatçı firma ile bir araya geldi. Gerçekleştirilen B2B ikili iş görüşmelerinde 300'e yakın iş görüşmesi yapılarak farklı sektörlerde iş birliği imkânları değerlendirildi.

Program çerçevesinde Rabat Büyükelçisi Mustafa İlker Kılıç, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Mehmet Ali Kılıçkaya ve Kazablanka-Settat Ticaret, Sanayi ve Hizmetler Odası Başkanı Hassan Berkani, görüşme alanını ziyaret ederek Türk firmalarıyla bir araya geldi ve heyetin başarılı geçmesine yönelik temennilerini ilettiler.



TÜRKİYE'NİN KALBİNDEN
DÜNYANIN
Damak Zevkine

gif



**Tazeliği
Doğadan**

ÜRETİM VE PAKETLEME KAPASİTESİ İLE AVRUPA'DA İLK 3 İÇİNDEYİZ

TOP 3 IN EUROPE WITH PRODUCTION AND PACKAGING CAPACITY

Bentaş

Yeni yatırımlarla büyüyoruz. 75'in üzerinde ülkede her gün, milyonlarca kedi sahibinin hayatına dokunan ürünler üreten şirketimiz, küresel ölçekte büyümeye emin adımlarla devam ediyor.

2007 yılında kurulan şirketimiz Bentaş Bentonit A.Ş., ülkemizde bulunan beyaz bentonit rezervlerini, çeşitli işlemlerden geçirerek dünyada 75'den fazla ülkeye ihraç etmektedir. Türkiye'deki beyaz bentonit rezervlerinin çok büyük bir kısmı Ordu-Ünye-Fatsa civarındadır. Bu rezervlerin önemli bölümü şirketimiz himayesindedir.

Türkiye kedi kumu pazarının yüzde 70'inden fazlasını domine eden firmamız, ülke genelinde 45'e yakın büyük toptancı ya da iş ortağıyla halen çalışmaya devam etmektedir.

Ayrıca şirketimiz, hem üretim kapasitesi hem de paketleme kapasitesi olarak Avrupa'da ilk 3 firmadan biridir. Bugün 240 bin ton granül üretim kapasitesine sahip olan firmamız, toplam 350 personele de istihdam sağlamaktadır.

VanCat® markamız, World Branding Forum tarafından, "Temizlik ve Hijyen" dalında ilki 3 Temmuz 2019 olmak üzere, 9 Eylül 2021, 27 Temmuz 2023 ve 17 Kasım 2025 yıllarında toplamda 4 kez "Yılın Markası" ödülüne layık görüldü. Bu alanda Türkiye'de ödül alan ilk ve tek markanın sahibi olarak gururumuz büyük.

6 Mart 2020'de TİM önderliğinde düzenlenen "İhracatın Yıldızları" yarışmasında, Özgün Ürün dalında da ödüle layık görüldük.

Bugün VanCat® markamız 66 ülkede, Cat's White® markamız 30 ülkede, RoCat® markamız 28 ülkede pazarlanmaktadır. Bentaş Bentonit olarak kurulduğumuz günden beri en büyük hedeflerimizden biri olan "Türkiye'nin üretimden ihracat yapan ikinci 500 firması" arasına girmiş olmanın mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz.

We are growing with new investments. Our company produces products that touch the lives of millions of cat & cat owners every day in more than 75 countries.

Our Company, was established in 2007, exports the white bentonite reserves to more than 75 countries in the world by undergoing various processes. A great portion of the white bentonite reserves in Türkiye are around Ordu-Ünye. Most of these reserves are under the auspices of our company.

Our company, which dominates more than 70% of the Turkish cat litter market, still continues to work with nearly 45 large wholesalers or business partners throughout the country.

Our company is one of the top 3 companies in Europe in terms of production and packaging capacity. Our company has 240,000 tons production capacity, provides employment for a total of 350 personnel.

On 3rd July 2019, VanCat® was honoured by the World Branding Forum as the "Brand of the Year" in the "Cleaning and Sanitation" category, marking its first win. Further accolades followed on

9th September 2021, 27th July 2023 and 17th November 2025 bringing the total number of awards to four. We are proud to announce that VanCat® is the first and only Turkish brand to receive this recognition in the industry.

In the "Stars of Export" competition organized under the leadership of TİM in 2020, we were also awarded in the Original Product category.

Today, our VanCat® brand is marketed in 66 countries, our Cat's White® brand in 30 countries and our RoCat® brand in 28 countries. As Bentaş Bentonit, we are experiencing the happiness and pride of being among "Türkiye's second 500 companies that export from production", which was one of our biggest goals since our establishment.

We serve to 144 international customers in 78 countries.

As of 2026, the number of countries Bentaş Bentonit exports to is over 75. We are actively carrying out export operations in 5 of 7 continents, including South & North America, Asia, Europe and Africa.

In bentonite cat litter sector, Bentaş Bentonit is Türkiye's largest producer and exporter. Our company is one of the biggest suppliers in Europe.



CLEANING AND SANITATION
CAT LITTER - TÜRKİYE
2019-2020 / 2021-2022 / 2023-2024 / 2025-2026

Bentaş



Firma Adı	: Bentaş Bentonit Mad. San. ve Tic. A.Ş.
Bulunduğu OSB	: Fatsa
YKB	: Turgay ÖMÜR
Genel Müdür	: Fatih ÖMÜR
Sektör Bilgisi	: Madencilik
İhracat Ürünleri	: Kedi Kumu, Endüstriyel ve Mikronize Bentonit
Kontakt e-mail	: contact@bentashbentonit.com
Telefon	: +90 452 423 48 04
Fax	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentashbentonit.com
E-mail	: contact@bentashbentonit.com
Adres	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa / ORDU

Company Name	: Bentaş Bentonit Mad. San. ve Tic. A.Ş.
OIZ Name	: Fatsa
Chairman	: Turgay ÖMÜR
General Manager	: Fatih ÖMÜR
Sector Information	: Mining
Export Products	: Cat Litter, Industrial and Micronized Bentonite
Contact e-mail	: contact@bentashbentonit.com
Fax	: +90 452 423 48 04
Phone	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentashbentonit.com
E-mail	: contact@bentashbentonit.com
Address	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa, ORDU / TÜRKİYE

f X @BentashBentonit | www.bentashbentonit.com

TİM TÜRKİYE
EXPORTERS
ASSEMBLY
AMONG TOP 1000
EXPORTERS OF TÜRKİYE

VAN CAT WHITE SAND CAT'S WHITE rocat

BEŞERİ SERMAYENİN KALİTESİ YÜKSELMEDEN KALKINMA OLMAZ



PROF. DR. EMRE ALKIN

Kalkınma artık sadece yatırım ve üretim meselesi değil, insanın niteliğini artırma meselesidir. Bunu başaran ülkeler orta gelir tuzağını aşabilir. Başaramayanlar ise büyüye bile zenginleşemez.

Dünya Bankasının 12 Şubat 2026 tarihinde yayımladığı ve yaklaşık 140 sayfadan oluşan "Building Human Capital Where It Matters: Homes, Neighborhoods and Workplaces" başlıklı rapor, yalnızca teknik bir kalkınma metni değil; gelişmekte olan ülkeler için ciddi bir uyarı belgesi niteliğinde. Raporda 129 düşük ve orta gelirli ülke inceleniyor ve çarpıcı bir sonuç ortaya konuyor: Mevcut sağlık, eğitim ve beceri açıkları nedeniyle bu ülkeler gelecekteki iş gücü kazançlarının ortalama yüzde 51'ini kaybetme riskiyle karşı karşıya. Türkiye için hesaplanan oran yüzde 42.

Zaten birçok sorunu Türkiye'ye özgü bir sorun olarak okumak büyük hata olur. Dolayısıyla bu raporun en dikkat çekici yönü, Türkiye'de şikâyet ettiğimiz birçok sorunun küresel ölçekte yaygınlığı ve kalıcılığı. Latin Amerika'dan Güney Asya'ya, Sahra Altı Afrika'dan Orta Doğu'ya kadar geniş bir coğrafyada benzer kırılma noktaları gözleniyor.

Örneğin Sahra Altı Afrika ülkelerinde -Nijer, Çad ve Güney Sudan gibi- erken çocukluk dönemindeki yetersiz beslenme oranları hâlâ yüksek seyrediyor. Bu durum, çocukların bilişsel gelişimini doğrudan etkiliyor ve çalışma yaşamına geldiklerinde iş

gücü verimliliğini kalıcı biçimde düşürüyor. Asya'da, özellikle Pakistan ve Bangladeş'te temel eğitimde erişim artmış olsa da öğrenme çıktılarındaki kalite sorunu devam ediyor. Latin Amerika'da Brezilya ve Meksika gibi orta gelirli ülkelerde gelir artışı yaşanmasına rağmen, yerel düzeyde eşitsizlikleri ve eğitim kalitesi arasındaki farklar gelecekteki kazanç potansiyelini sınırlıyor.

Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesinde ise genç işsizliği ve kadınların iş gücüne katılım oranlarının düşüklüğü beşeri sermaye kaybını büyütüyor. Mısır ve Ürdün gibi ülkelerde eğitilmiş genç nüfus olmasına rağmen, iş piyasasının talep ettiği becerilerle eğitim sistemi arasında ciddi uyumsuzluklar bulunuyor.

Olumlu örnekler de yok değil. Vietnam, son 15 yılda hem öğrenme çıktılarında hem de iş gücü becerilerinde istikrarlı iyileşme sağlayarak dikkat çekiyor. Polonya ve Romanya gibi bazı Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri, Avrupa Birliği fonları ve reform programları sayesinde eğitim kalitesini yükseltip beceri dönüşümünü hızlandırmayı başardı. Endonezya, erken çocukluk eğitimi yatırımlarını artırarak öğrenme kayıplarını sınırlama konusunda ilerleme kaydetti. Ancak bu

ülkelerde bile yerel eşitsizlikler ve dijital beceri eksiklikleri hâlâ risk unsuru olarak duruyor.

Rapora göre 2010-2025 döneminde incelenen 129 ülkenin 86'sında beslenme, öğrenme veya iş yerinde beceri edinimi alanlarından en az birinde gerileme yaşandı. Yani gelir artışı ve yoksulluktaki düşüş, otomatik olarak beşeri sermaye artışına dönüşmemiş gözüküyor. Bu bulgu, kalkınma literatüründe önemli bir kırılmaya işaret ediyor.

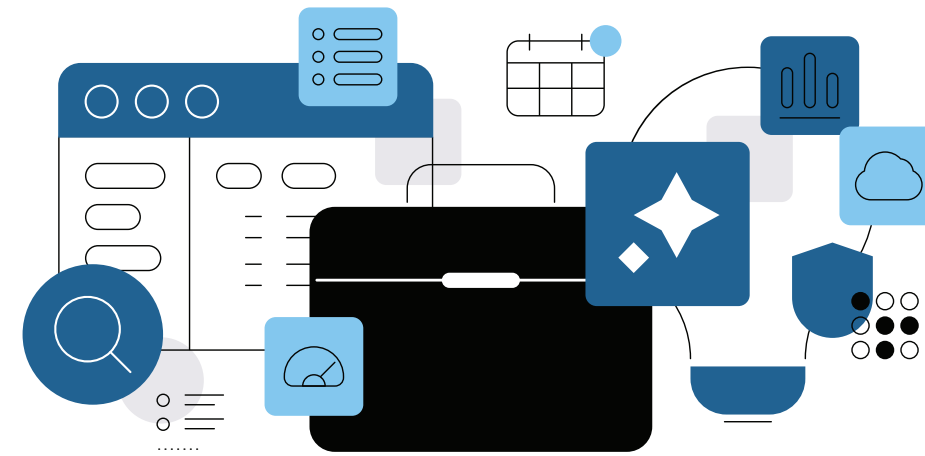
Raporun özellikle vurguladığı bir diğer unsur mahalle etkisi. Aynı gelir ve eğitim seviyesine sahip ailelerin çocukları, farklı mahallelerde büyüdüklerinde gelir farkı gittikçe büyüyor. Altyapı, güvenlik, çevresel kirlilik ve sosyal ağlar, fırsat eşitliğini doğrudan etkiliyor. Bu durum Brezilya'nın Rio de Janeiro'sundan Hindistan'ın Mumbai'sine kadar birçok metropolde açıkça gözlemleniyor.

İş gücü piyasası tarafında da benzer bir tablo var. Düşük ve orta gelirli ülkelerde çalışanların yaklaşık yüzde 70'i küçük ölçekli tarım, mikro işletmeler veya düşük kaliteli serbest mesleklerde yer alıyor. Bu işler genellikle sınırlı örgün eğitim ve iş başında öğrenme imkânı sunuyor. Deneyim artıyor ama gelir aynı hızla artmıyor. Serbest çalışanlar, her ilave yıl deneyim için ücretli çalışanlara göre yaklaşık yarı yarıya daha az kazanç elde ediyor.

Kadınların iş gücüne katılım oranlarının düşüklüğü de kaybı büyütüyor. Birçok ülkede kadınların yaklaşık yarısı iş gücünün dışında kalıyor. Gençlerin yaklaşık yüzde 20'si ise ne eğitimde ne de istihdamda yer alıyor. Bu oranlar, Türkiye dâhil pek çok gelişmekte olan ülkede yapısal soruna işaret ediyor.

Türkiye'ye dönersek; öğrenme çıktılarında son 15 yılda kaydedilen 64 puanlık artış önemli

Beşeri sermaye yalnızca kamu yatırımıyla gelişmez. İşletmeler çalışanlarına sistemli eğitim, yeniden beceri kazandırma ve dijital yetkinlik programları sunmadıkça verimlilik artışı sınırlı kalır. Gençlere staj, mentörlük ve işbaşı eğitim fırsatları sağlamak, okul ile iş dünyası arasındaki boşluğu kapatmak açısından hayati önem taşır.



bir başarı. Ancak yüzde 42'lik potansiyel kazanç kaybı, sorunun yalnızca okul performansıyla çözülemeyeceğini gösteriyor. Beslenme kalitesi, mahalle koşulları ve iş yerinde beceri geliştirme kapasitesi birlikte ele alınmalı. Özellikle genç nüfusun sağlıklı beslenmeye erişimindeki sorunlar ve iş gücü piyasasında beceri-iş uyumsuzluğu, uzun vadeli üretkenlik üzerinde baskı oluşturuyor.

Bu noktada işletmelerin ve kurumların rolü kritik. Beşeri sermaye yalnızca kamu yatırımıyla gelişmez. İşletmeler çalışanlarına sistemli eğitim, yeniden beceri kazandırma ve dijital yetkinlik programları sunmadıkça verimlilik artışı sınırlı kalır. Gençlere staj, mentörlük ve işbaşı eğitim fırsatları sağlamak, okul ile iş dün-

yası arasındaki boşluğu kapatmak açısından hayati önem taşır. Kadınların iş gücüne katılımını destekleyen esnek çalışma modelleri ve kurumsal uygulamalar da potansiyelin daha etkin kullanılmasını sağlar.

Sonuç olarak gelişmekte olan ülkeler için asıl mesele büyüme oranı değil, büyümenin kalitesidir. Gelir artışı tek başına yeterli değil. Evden başlayan, mahallede şekillenen ve iş yerinde olgunlaşan bir beşeri sermaye süreci söz konusu. Bu zincirin herhangi bir halkası zayıf kaldığında, geleceğin gelir potansiyeli de eksik kalır. Kalkınma artık sadece yatırım ve üretim meselesi değil, insanın niteliğini artırma meselesidir. Bunu başaran ülkeler orta gelir tuzağını aşabilir. Başaramayanlar ise büyüye bile zenginleşemez.

Güçlü Kadın Güçlü Yarın Güçlü Ekonomi

Kadınların, karar alma mekanizmalarındaki varlığı, bir temsil meselesi olmaktan çok uzun zaman önce çıktı. Bugün kadınlar, kurumsal performansın ve sürdürülebilirliğin anahtarlarından biri olarak kabul ediliyor. Bu sebeple geleceği inşa ederken daha fazla kadın sesine yer vermek, süreçlerin daha dayanıklı ve vizyoner bir yapıya kavuşmasını sağlaması açısından önem taşıyor.

Gazi Mustafa Kemal Atatürk şöyle der: “İnsan topluluğu kadın ve erkek denilen iki cins insandan oluşur. Mümkün müdür ki bu kütlenin bir parçasını ilerletelim, ötekini ihmal edelim de kütlenin bütünü ilerleyebilsin?” Atatürk bu sözleri söylediğinde dünyanın pek çok modern ülkesinde kadınlar henüz seçme ve seçilme hakkına bile sahip değildi.

O, bu yaklaşımıyla Türkiye’de kadını her alanda olduğu gibi ekonomik ve siyasi hayatın da tam merkezinde konumlandırdı. Çünkü kadınların tam potansiyeliyle yer almadığı hiçbir ekonomik modelin ya da hiçbir küresel kalkınma planının uzun vadede varlığını sürdürme şansı yoktu. Ve o, kadının kendisi hakkında bile söz sahibi olmadığı bir dönemde, bu gerçeğin ışığında somut adımlar atmaktan çekinmedi.

Kadınların karar alma mekanizmalarındaki varlığı, bugün sadece bir temsil meselesi olarak değerlendirilmiyor. Kadınlar, kurumsal performansın ve sürdürülebilirliğin anahtarlarından. Ancak her ne kadar pozitif anlamda bir ilerleme kaydedilse de henüz bu alanda kalıcı bir denge yakalanmış değil.

Uluslararası Çalışma Örgütü verilerine göre kadınların küresel çalışma çağındaki nüfusun yüzde 50,1’ini oluşturduğu tahmin ediliyor. Ancak hâlâ toplam istihdamın yalnızca yüzde 40’ını ve yönetim

pozisyonlarının ise sadece yüzde 35,4’ünü oluşturuyorlar. Hâlbuki kadın vizyonu, karar masalarından uluslararası ticaret arenasına kadar her alanda farklı kıtaları birbirine bağlayan sağlam bir köprü işlevi görüyor. Yani geleceği inşa ederken daha fazla kadın sesine yer verilmesi, süreçlerin daha dayanıklı ve vizyoner bir yapıya kavuşmasının sağlanması açısından önem taşıyor.

EKONOMİK DİNAMİZMDE KADININ ÇARPAN ETKİSİ

İnsanın var olduğu günden bu yana kurulan tüm medeniyetlerin temelinde kadınların emeği bulunuyor. Bu çoğu zaman görülme de modern dünyanın sanayileşme öyküsünde; kadınların emeğinin, dokuma tezgâhlarından savunma sanayisine kadar uzandığı gerçeğini değiştirmiyor. Bugünün sanayi ekosisteminde varlık gösteren kadınlar ise attıkları her sağlam adımda geçmişin öncü kadınlarından devraldıkları bayrağı dalgalandırıyor.

Günümüzde kadının, ticarete, ihracatta, yönetim kademelerinde ve tüm iş güçlerindeki yeri; insanlığın daha adil, daha sürdürülebilir ve çok daha zengin bir gelecek inşa etme hedefinin merkezinde yer alıyor. Hâlihazırda küresel ekonominin mevcut dinamiklerine bakıldığında, kadınların iş gücüne katılımının yarattığı katma değer etkisi ortada.

Türkiye’de kadınların iş gücüne katılım oranı 2025 yılı itibarıyla yüzde 35,5 seviyesine yükselirken; bu oran Avrupa Birliği’nde yüzde 70,8 düzeyine ulaşıyor, OECD ülkelerinde ise yüzde 70’i aşıyor.





Türkiye, kadın istihdamında 2000'li yıllara göre rakamsal olarak yükselen bir grafik çizse de henüz istenilen noktaya ulaşılmış değil. Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK) tarafından hazırlanan "OECD İnceleme Raporu", kadınların yeteneklerinin iş gücüne verimli şekilde yansımamasının, Türkiye'nin ekonomik potansiyelini baskıladığını vurguluyor.

Dünya genelinde kadınların iş gücüne katılım oranının yüzde 50'ye yaklaştığını, yani her iki kadından birinin üretim sürecinde aktif olduğunu görüyoruz. Erkeklerde ise bu oran yüzde 75'in üzerine çıkarak her dört erkekten üçünün istihdam edildiğini gösteriyor. Bölgesel olarak incelendiğinde ise rakamlar daha karamsar olabiliyor. Örneğin, bazı ülkelerde 10 kadından sadece biri iş hayatında kendine yer bulabiliyor. Türkiye'de kadınların iş gücüne katılım oranı ise 2025 yılı itibarıyla yüzde 35,5 seviyesine yükselirken, Avrupa Birliği'nde kadınların istihdam oranı yüzde 70,8 düzeyine ulaşmış durumda. OECD ülkelerinde de kadınların iş gücüne katılım ortalaması yüzde 70'i aşıyor.

TİSK tarafından hazırlanan "OECD İnceleme Raporu", kadınların yeteneklerinin iş gücüne verimli şekilde yansımamasının, Türkiye'nin ekonomik potansiyelini baskıladığını vurguluyor.

Rakamlar genellikle pozitif bir büyüme seyrinde. Ancak daha doğru bir kanı için kadınların istihdama katılımındaki rakamsal büyümeden ziyade üst kademelerde eşit temsil dengeleri incelenmeli. Çünkü bu konu, kadınların iş gücünde süreklilik arzına ve verimliliğinin artmasına imkân tanıyan en büyük etmenlerden biri. Örneğin Avrupa'da kadınlar nicel olduğu kadar nitel olarak da iş hayatının içinde varlık gösterebiliyor. Türkiye henüz bu noktada istenilen seviyeyi yakalamış değil, fakat devlet politikalarıyla durumu tersine çevirmek için yoğun bir çalışma yürütülüyor.

YÖNETİM KADEMELERİNDEKİ "KIRIK BASAMAK" SÜRÜNCESİ

İş dünyasında cinsiyet eşitliğinin sağlanmasının yalnızca bir sosyal adalet veya insan hakları meselesi olmadığını; aynı zamanda küresel büyüme, sürdürülebilir kalkınma için vazgeçilmez bir ekonomik zorunluluk olduğunu vurgulayan PwC "Çalışma Hayatında Kadınlar Endeksi 2024" raporuna göre, 2011 yılından bu yana OECD ülkelerinde kadınların iş gücüne katılımındaki istikrarlı artış ve ücret farkının daralmasıyla ortalama endeks puanı 13 puanlık bir sıçramayla 69'a ulaştı. Kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 72,7'ye çıkarken, küresel ücret eşitsizliğinin ise yüzde 13,1'e gerilediği görülüyor. Verilerde yukarı doğru ivme söz konusu ancak buna rağmen rapor, OECD genelinde cinsiyet uçurumunun tamamen kapanmasının yaklaşık 50 yıl süreceğini öngörüyor.

McKinsey&Company'nin düzenli olarak hazırladığı "İşyerinde Kadın 2025" raporu ise kadınların iş dünyasına katılımlarının ve liderlik rollerine yükselmelerinin ekonomik büyüme için vazgeçilmez olduğunu vurgularken, sahada karşılaştıkları yapısal

engellerin hâlâ devam ettiğini ortaya koyuyor. Raporla göre, küresel ekonomiye yön veren en üst düzey yönetim rollerindeki kadınların oranı yüzde 29 seviyesinde kalmış durumda. Liderlik yolculuklarındaki en büyük engellerden olan ilk terfi aşamasında ise "kırık basamak" görülmeye devam ediyor. Giriş seviyesinden yönetici pozisyonuna terfi eden her 100 erkeğe karşılık sadece 93 kadın terfi alabiliyor. Ayrıca kadınlar, mentörlük, sponsorluk ve üst düzey yönetici desteği alma konusunda da erkeklerin gerisinde kalıyor.

KARAR MASALARINDA KADININ ETKİSİ ARTIYOR

Sabancı Üniversitesi Kurumsal Yönetim Forumu tarafından hazırlanan "Türkiye'de Yönetim Kurulunda Kadın Raporu", Borsa İstanbul (BIST) şirketlerinin yönetim katlarındaki değişim hızını, elde edilen kazanımları ve hâlâ aşılması gereken direnç noktalarını ortaya koyuyor.

2025 yılında, Borsa İstanbul'da işlem gören şirketlerin yönetim kurullarındaki kadın oranının yüzde 18,7'den yüzde 19,4'e yükseldiğini gösteriyor. Bu artış, pozitif bir ivmeye işaret ediyor gibi gözükse de dünya genelinde

kabul gören yüzde 30'luk kritik eşik seviyesinin hâlâ altında kalıyor. Liderlik koltuklarında ise daha belirgin bir hareketlilik hâkim. Yönetim kurulu üyesi olan kadın CEO sayısı bir önceki yıla göre artarak 25'ten 31'e yükselmiş durumda. Benzer şekilde, yönetim kurulu başkanlığı koltuğunda oturan kadın sayısı da 50'den 57'ye ulaşmış.

Raporda dikkat çeken verilerden biri de tamamı erkek yönetim kurullarına sahip şirketlerin varlığı oldu. Tüm BIST şirketleri içinde 177 şirket, BIST100 içinde ise 31 şirketin tamamını erkeklerden oluşan kurullar yönetiyor. BIST şirketlerinin 394'ünde, yönetim kurullarındaki kadın oranı yüzde 25 sınırının altında kalırken; 177 şirketin yönetim kurulunda hiç kadın üye bulunmuyor. Kurumsal yönetim ilkeleri açısından bakıldığında, çeşitlilikten yoksun bu kurulların küresel rekabette zayıf kalma riski her geçen gün artıyor.

YATIRIMLAR HIZLANIRSA CİNSİYET EŞİTLİĞİNDEKİ FARK DAHA ÇABUK KAPANABİLİR

Cinsiyet eşitliği de hâlâ küresel çapta çözülememiş en büyük sorunlardan biri arasında yer alıyor. Birleşmiş Milletler (BM) tarafından 2015 yılında belirlenen

2025'te Kadınların İş Gücüne Katılımı Yüzde 35,5'e Yükseldi

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayımlanan iş gücü istatistiklerine göre 2025 yılında kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 35,5 seviyesine ulaşarak istikrarlı yükselişini sürdürdü. 2000'li yılların başında kadın istihdamının büyük bir bölümü tarım sektöründe yoğunlaşmışken, bugün çalışan her beş kadından dördü tarım dışı, sigortalı ve hizmet-sanayi odaklı sektörlerde yer alıyor. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Vedat Işıkhan, bu başarının arkasındaki en önemli itici gücün "İş Pozitif" gibi hedefe yönelik projeler olduğunu vurguluyor. 2024 yılında başlatılan İş Pozitif Projesi kapsamında 1 milyondan fazla kadının istihdama kazandırılması hedeflenmişti. 2025 verileri, bu hedeflerin büyük oranda gerçekleştiğini gösteriyor. Kadınların iş gücüne katılımındaki her bir puanlık artış, doğrudan ülkenin refah düzeyine ve sosyal güvenlik sisteminin sürdürülebilirliğine katkı sağlıyor. Orta vadeli programdaki nihai hedef ise bu oranı 2028 yılına kadar yüzde 40,1 seviyesine yükseltmek.

2025 yılında, Borsa İstanbul'da işlem gören şirketlerin yönetim kurullarındaki kadın oranı yüzde 18,7'den yüzde 19,4'e yükselirken; yönetim kurulu üyesi olan kadın CEO sayısı bir önceki yıla göre artarak 25'ten 31'e yükseldi.

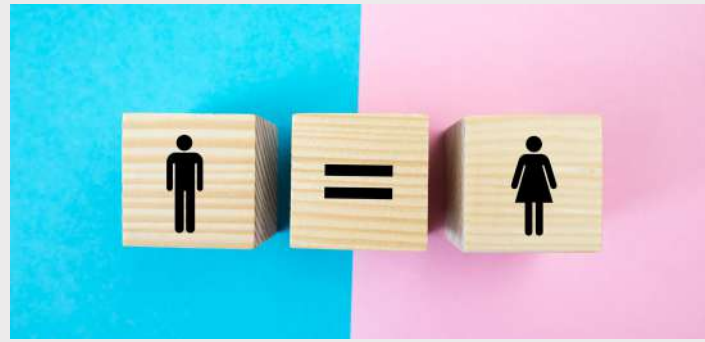


Yıllara Göre Türkiye'de Kadınların İş Gücüne Katılım Oranları

%35,8
2023

%36,8
2024

%35,5
2025



Türkiye Cinsiyet Eşitliğinde 135'inci Sırada

Dünya Ekonomik Forumu'nun her yıl yayımladığı Cinsiyet Eşitliği Raporu, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinde çekilen resmi daha da netleştiriyor. Raporda ülkelerin ekonomik katılım, eğitim, sağlık ve siyasal güçlenme alanlarındaki son durumu değerlendiriliyor. Haziran ayında açıklanan 2025 raporuna göre İzlanda, Finlandiya, Norveç ve İngiltere gibi ülkeler en yüksek oranlara sahip ülkeler olarak başı çekerken Türkiye 148 ülke arasında 135'inci. 2024 yılında 124'üncü sıradayken 2025 yılında 135'inci sıraya oturarak daha da gerileyen Türkiye, sadece Avrupa'nın değil Suudi Arabistan, BAE, Endonezya, Özbekistan, Türkmenistan gibi ülkelerin de gerisinde. Türkiye'nin küresel cinsiyet eşitliğinde daha önde olduğu ülkeler ise İran, Cezayir, Çad, Pakistan, Sudan, Yemen, Mısır, Lübnan olarak sıralanıyor.

ve 2030 yılına kadar ulaşılması hedeflenen Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'nın (SKA) üzerinden 10 yıl geçti. 193 ülkenin oy birliğiyle kabul edilen SKA'lardan biri de toplumsal cinsiyet eşitliği. 17 amaç içinde beşinci madde olarak yer alan cinsiyet eşitliği, kadın ve kız çocuklarının güçlendirilmesi ve cinsiyet ayrımcılığının ortadan kaldırılmasını amaçlıyor. 10 yıldır bu alanda yapılan çalışmalarla yol alınsa da henüz hedefe ulaşılabilmiş değil.

BM'nin güncel raporunda durum şöyle özetleniyor: Toplumsal cinsiyet eşitliğine ulaşmak için kat edilecek çok yolumuz var ama bu alandaki yatırımlar hızlarsa aradaki fark daha fazla kapanabilir. Yine BM'yi referans alırsak bugüne kadar yapılan yatırımlar karşılığını buldu. Kız çocuklarının okulu tamamlama ihtimali arttı, anne ölümleri yüzyılın başına göre yüzde 40 aşağıya indi. Cinsiyet eşitliğinde artırılan yasal düzenlemelerin payı da büyük.

Son beş yılda, küresel çapta 100'e yakın yeni veya iyileştirilmiş yasa, kadın haklarının güçlendirilmesi ve ayrımcılığın önlenmesi adına önemli kazanımlar sağladı. Yine rapora göre son 10 yılda iklim müzakerelerinde liderlik pozisyonundaki kadınların sayısı ikiye katlandı.

Raporla ilgili olarak UN Women İcra Direktörü Sima Bahous, toplumsal cinsiyet eşitliğinin ülkelerin refahıyla doğrudan ilişkili olduğunu ve bu alanda yapılan çalışmaların toplumları ve ekonomileri ileriye taşıdığını vurguladı. Sima Bahous, BM Genel Kurulu ve Pekin+30 Eylem Planı kapsamındaki öncelikli alanlarda dünya liderlerine hızlı hareket etmeleri çağrısında bulundu. BM Ekonomik ve Sosyal İşler Dairesi Genel Sekreter Yardımcısı Li Junhua ise 2030 Sürdürülebilir Kalkınma gündemine ulaşmak için sadece beş yıl kaldığını ifade ederek ana hedefe ulaşmada toplumsal cinsiyet eşitliğinin getireceği kazanımların önemine dikkat çekti.

“İşyerinde Kadın 2025” raporuna göre, giriş seviyesinden yönetici pozisyonuna terfi eden her 100 erkeğe karşılık sadece 93 kadın terfi alabiliyor. Kadınlar, mentörlük, sponsorluk ve üst düzey yönetici desteği alma konusunda da erkeklerin gerisinde kalıyor.

MERKEZİ SAKLAMA KURULUŞLARI İSTANBUL'DA BULUŞUYOR

CSD SUMMIT İSTANBUL

6-9 APRIL 2026

Avrasya, Asya-Pasifik, Orta Doğu ve Afrika bölgelerinden 60'ı aşkın ülkeden 75 kuruluş 6-9 Nisan 2026 tarihlerinde “Tek Vizyon, Birçok Bölge, Yeni Fırsatlar; Piyasalar ve Kıtalar Arası Köprüler Kurarak Büyüme Güçlendirmek” temasıyla Merkezi Kayıt Kuruluşu A.Ş. (MKK) ev sahipliğinde İstanbul Finans Merkezi'nde buluşuyor.

Bridging
MARKETS &
CONTINENTS
Empowering
GROWTH



Detaylı bilgi için:

cstdsummit2026.istanbul



“KADIN İHRACATÇININ GÜÇLENMESİ TÜRKİYE EKONOMİSİNİ DAHA REKABETÇİ HÂLE GETİRİR”



Zeynep Bodur Okyay
Kale Grubu Başkanı ve CEO'su

Türkiye’de kadınların iş gücüne katılım oranının yüzde 36’lar seviyesinde olması, ekonomik potansiyelin yıllardır ne kadarının atıl kaldığını gösteren bir veri. Bu tabloyu kalkınma perspektifinden okumak gerekir. Çünkü mesele temsilden ziyade bir kapasite kullanma meselesidir. Bir ülke, yetenek havuzunun yarısını etkin kullanmıyorsa rekabet gücünden bilinçli olarak vazgeçiyor demektir. En acil çözüm, bakım ekonomisini görünür ve paylaşılabılır hâle getirmektir. Ülkemizde kadınlar, erkeklere göre günde ortalama dört saat daha fazla ücretsiz bakım ve ev işi yapıyor. Bu orantısız katılım, kadınların düşük iş gücüne katılımının başlıca nedenlerinden biri.

Asıl mesele: Kadın iş hayatına girebiliyor mu değil, orada hak ettiği şekilde yükselebiliyor mu? Orta ve üst düzeydeki yüzde 20’ler seviyesindeki temsil, bize cam tavanın hâlâ yapısal olduğunu söylüyor. Bu noktada şirketlerin cesur hedefler koyması ve ölçmesi gerekir. Son yıllarda teşvik mekanizmalarının niyet ve kapsam olarak güçlendiğini teslim edelim. İlk adımı attırma konusunda teşvik mekanizması başarılı oldu. Kadın girişimciler artık “Ben de ihracat yapabiliyim” diyor. Ancak sahada iki temel kırıma görüyorum. Birincisi, erişim bariyeri. Teşvik var, ama dili karmaşık. Kadın girişimci çoğu zaman süreci yönetmeye çalışırken enerjisini işini büyütme yerine bürokrasiye harcıyor. İkincisi, finansmanın ölçeği. Mevcut krediler, girişimciyi başlatıyor, ama küresel pazarda devleştirecek uzun vadeli, büyük montanlı yatırım finansmanı hâlâ kısıtlı.

Kadınların ihracattaki payını yüzde 23’lerden çok daha yukarı

taşıyacak olan şey sadece maddi destek değildir. Asıl ihtiyaç ekosistemdir. Kadın girişimciyi tedarik zincirine entegre etmeden sürdürülebilir ihracat konuşamayız. Kadınların ihracattaki payını artırma konusunu sadece bir eşitlik başlığı olarak görmemek gerekir. Bu, Türkiye’nin toplam ihracatının katma değerini ve sürdürülebilirliğini artırma stratejisidir. Kadın girişimciler daha temkinli risk yönetimi yapan, uzun vadeli düşünün ve inovasyona açık iş modelleri kuruyor. Dolayısıyla kadın ihracatçının güçlenmesi, Türkiye ekonomisinin daha dirençli ve daha rekabetçi hâle gelmesi anlamına gelir.

Bugün sanayi ve teknoloji, dönüşümün merkezinde yer alıyor. Bunun gibi yüksek katma değerli alanlarda kadınların temsilinin artması; şirketlerde inovasyon kapasitesini, karar kalitesini ve verimliliği yükseltir. Çeşitlenen ekipler, daha iyi risk okur, daha doğru ürün geliştirir, daha güçlü müşteri içgörüsü üretir. Makro ölçekte de etkisi çok net: OECD, Türkiye’de kadınların iş gücüne katılımını artırmanın ekonomik faydasının yüksek olduğuna işaret ediyor; cinsiyet farklarının kapanmasının uzun vadede GSYH düzeyini yaklaşık yüzde 17’ye varan bir etkiyle yukarı taşıyabileceğini vurguluyor.

Kadınların istihdamının artması, sadece ekonomiye “ek iş gücü” eklemek değil; ek akıl, ek beceri, ek girişim ve ek ihracat eklemek demektir. Türkiye’nin, sanayide teknoloji yoğunluğunu artırma, ihracatta birim değerini yükseltme ve küresel rekabette daha dayanıklı bir yapıya kavuşma hedefi varsa kadınların teknoloji ve sanayide daha görünür ve güçlü olması, bu hedefin stratejik şartıdır.

“KADIN İSTİHDAMINDA SORUN SİSTEMİN YAPISINDAN KAYNAKLANIYOR”



Çiğdem Ağdağ
Uluslararası Ticarette Kadın Organizasyonu Derneği (UKODER) Başkanı

TÜİK verilerine göre kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 36 seviyesinde. OECD ortalaması ise yaklaşık yüzde 52. Aradaki fark, Türkiye’nin kadın potansiyelini tam olarak ekonomiye kazandırmadığını gösteriyor. Yapılan ekonomik analizler, kadın istihdamının OECD ortalamasına yaklaşmasının millî gelire yüzde 20’ye varan katkı sağlayabileceğini ortaya koyuyor. Bu mesele artık sosyal değil, doğrudan ekonomik bir başlıktır.

Sahadaki deneyimim bana şunu gösteriyor: Sorun kadınların yetkinliği değil, sistemin yapısından kaynaklanıyor. Kadınlar iş hayatına giriyor ancak orta ve üst yönetim basamaklarına çıkarken görünmez bariyerlerle karşılaşılıyor. En acil ihtiyaç, kadınların iş hayatında kalıcılığını sağlayacak yapısal mekanizmalardır. Kreş ve bakım destekleri, kariyer ara dönemlerinden dönüş programları ve liyakat temelli yükselme sistemleri bu dönüşümün temel taşlarını oluşturuyor.

Esnek çalışma modelleri de bu denklemin önemli parçalarından biri. Özellikle dış ticaret ve hizmet sektöründe hibrit ve proje bazlı çalışma kadınların sistem içinde kalmasını kolaylaştırıyor. Ancak esneklik bir ayrıcalık değil, çağın gereğidir. Doğru kurgulandığında hem kadın istihdamını artırır hem de kurumsal verimliliği güçlendirir.

Kadınların ekonomiye tam katılımı, Türkiye’nin sürdürülebilir büyüme stratejisinin ana unsuru. Kadın üretirse ekonomi büyür. Kadın ihracat yaparsa ülke güçlenir. Kadın karar alırsa kalkınma kalıcı olur.

“KADIN GİRİŞİMCİ SİSTEMLİ BİR DESTEK AĞIYLA İLERLEDİĞİNDE KALICI BAŞARI YAKALAR”

Ticaret Bakanlığı verilerine göre kadın çalışanların toplam ihracattaki payı yüzde 23,6’ya ulaşmış durumda. Son 10 yılda iki kat artış var; ancak hâlâ

potansiyelin gerisindeyiz. Sahada gördüğüm en önemli eksiklik yalnızca finansman değil, bilgiye ve uluslararası ağlara erişimdir. İhracat; mevzuat bilgisi, gümrük süreçlerine hâkimiyet, lojistik planlama ve küresel bağlantı gerektirir.

Ticaret Bakanlığı ve TİM iş birliğiyle yürüttüğümüz “Kadın Gücüyle Kalkınma” projesinde; fiziki eğitim, online destek ve altı aylık mentörlük modelini bir arada uyguladık. Bu bütüncül yaklaşımın kadın girişimcilerin ihracat kapasitesini somut biçimde güçlendirdiğini gördük. Çünkü bilgi olmadan, tek başına finansman sürdürülebilir başarı getirmez. Kadın girişimci yalnız değil, sistemli bir destek ağıyla ilerlediğinde kalıcı başarı yakalar.

Kadınların teknoloji, sanayi ve yeşil dönüşüm gibi stratejik alanlarda daha fazla yer alması Türkiye ekonomisinde çarpan etkisi yaratacaktır. Kadın liderliğinin olduğu yapılarda risk yönetiminin daha dengeli ve uzun vadeli planlamanın daha güçlü olduğunu görüyoruz.

Ben kadınların ekonomiye tam katılımını bir eşitlik meselesinden öte, Türkiye’nin sürdürülebilir büyüme stratejisinin ana unsuru olarak görüyorum. Kadın üretirse ekonomi büyür. Kadın ihracat yaparsa ülke güçlenir. Kadın karar alırsa kalkınma kalıcı olur.



Türkiye’nin, ihracatta birim değerini yükseltme ve küresel rekabette daha dayanıklı bir yapıya kavuşma hedefi varsa kadınların daha görünür ve güçlü olması, bu hedefin stratejik şartıdır.

“ÇEŞİTLİLİK İÇEREN YÖNETİM KADROLARI KURUMSAL İTİBARI ARTIRIYOR”



Nilüfer Bulut
Türkiye İş Kadınları Derneği
(TİKAD) Başkanı

Kadınların iş gücüne katılım oranını yüzde 36 seviyesinin üzerine taşımak için acil olarak nitelikli istihdam alanlarının genişletilmesi ve kadınların üretim zincirinin güçlü halkaları hâline getirilmesi gerekiyor. Türkiye son yıllarda sanayi, teknoloji ve ihracat odaklı büyüme modeline yönelirken, bu dönüşümün insan kaynağı boyutu da stratejik önem taşıyor.

Kadınların iş hayatında kalıcılığını sağlamanın yolu, iş dünyasının ihtiyaç duyduğu becerilerle kadınların yetkinliklerini daha güçlü eşleştirmekten geçiyor. Mesleki eğitim, teknik uzmanlık programları ve sektör odaklı sertifikasyon mekanizmaları bu noktada kritik. Özellikle üretim, yazılım, finans ve lojistik gibi alanlarda kadın istihdamını artırmaya dönük beceri programları hem işletmelerin verimliliğini artırır hem de kadınların kariyer sürekliliğini güçlendirir.

Yönetici pozisyonlarındaki yüzde 20,6'lık oranı yukarı çekmek için ise performans ve liyakat temelli kurumsal kültürün güçlendirilmesi gerekiyor. Çeşitlilik içeren yönetim kadrolarının, karar alma kalitesini ve kurumsal itibarı artırdığı artık küresel ölçekte kabul görüyor. Özetle mesele ayrıcalık üretmek değil; potansiyeli doğru konumlandırmaktır. Türkiye'nin üretim ve ihracat hedefleri doğrultusunda, kadınların ekonomik hayatta daha güçlü yer alması hem işletmelerin kârlılığine hem de ülkenin sürdürülebilir büyümesine doğrudan katkı sağlayacaktır.

“FARKLI BAKIŞ AÇILARI RİSK YÖNETİMİNDE DENGE SAĞLAR”

Kadınların ihracattaki payının yüzde 23,6'ya ulaşması, son 10 yıldaki iki katlık artışla birlikte

ciddi bir ilerleme hikâyesine işaret ediyor. Ticaret Bakanlığının kadın girişimcilere yönelik destek paketleri sahada karşılık buluyor; özellikle KOBİ ölçeğinde faaliyet gösteren işletmelerin uluslararası pazarlara açılmasında moral ve motivasyon etkisi büyük.

Ancak finansman tek başına yeterli değil. Kadın girişimcilerin en çok ihtiyaç duyduğu alanlardan biri pazar bilgisi ve uluslararası ağlara erişimdir. Yurt dışı fuar katılımlarında rehberlik, e-ihracat eğitimleri, marka konumlandırma desteği ve dijital pazarlama kapasitesinin güçlendirilmesi kritik öneme sahip. Anadolu'daki üretici kadın kooperatiflerinin global değer zincirine entegrasyonu, Türkiye'nin “yerelden küresele” vizyonunu somutlaştıracak bir adım. Devletin kolaylaştırıcı rolü ile özel sektörün dinamizmi birleştiğinde çarpan etkisi yaratacaktır.

Kadınların yalnızca çalışan değil, değer yaratan pozisyonlarda yer alması Türkiye ekonomisi için bir kaldıraç etkisi oluşturacaktır. Özellikle teknoloji, savunma sanayi, yazılım, yapay zekâ ve ileri üretim alanlarında kadın girişimci ve profesyonel sayısının artması; inovasyon kapasitesini doğrudan yükseltir. Farklı bakış açıları, karar alma süreçlerinde çeşitlilik ve risk yönetiminde denge sağlar. Kadınların bu alanlarda daha görünür olması, Türkiye'nin yüksek katma değerli üretim hedefleriyle de örtüşüyor.

Orta gelir tuzağını aşma iddiasındaki bir ekonomi için insan kaynağının yarısını daha etkin kullanmak stratejik bir hamledir. Kadın girişimcilerin teknoloji ve sanayiye güçlü biçimde entegre olduğu bir Türkiye, daha dirençli, daha kapsayıcı ve daha rekabetçi bir ekonomik yapıya kavuşur.

“KADIN GİRİŞİMCİLERİN ARTMASI İHRACATIN NİTELİĞİNİ YÜKSELTECEK”



Melisa Tokgöz Mutlu
TİM Yönetim Kurulu Üyesi
İstanbul Yaş Meyve Sebze
İhracatçıları Birliği Başkanı

Türkiye'de kadınların iş gücüne katılımı artık yalnızca sosyal politika perspektifiyle ele alınabilecek bir konu değil; doğrudan ekonomik büyümenin, verimliliğin ve rekabet gücünün temel belirleyicilerinden biri. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre kadınların iş gücüne katılım oranının yüzde 36 seviyelerinde kalması ve üst-orta düzey yönetici oranının yüzde 20,6'da seyretmesi, önemli bir potansiyelin hâlâ ekonomiye tam olarak dâhil edilemediğini gösteriyor. Bu noktada en acil ihtiyacın, kadınların yalnızca “işe girmesini” değil, uzun vadede “işte kalmasını” sağlayacak yapısal ve sürdürülebilir çözümler olduğuna inanıyorum.

Özellikle bakım sorumluluklarının dengeli paylaşımını destekleyen sosyal politikalar, aile dostu çalışma ortamları ve iş-özel hayat dengesini gözetilen uygulamalar kritik önemde. Esnek ve hibrit çalışma modelleri ise bu denklemin merkezinde yer alıyor. Zaman ve mekân bağımsız çalışma imkânı sunan sistemler, kadınların kariyerlerinden kopmadan üretimde kalmalarını sağlıyor; aynı zamanda işletmeler için de nitelikli iş gücünün korunması ve verimlilik artışı anlamına geliyor.

“KADINLARIN EKONOMİDE DAHA GÜÇLÜ TEMSİL EDİLMESİ TÜRKİYE İÇİN İVMELENME YARATACAK”

İhracat tarafında ise tablo umut verici ancak henüz arzu edilen seviyede değil. Ticaret Bakanlığı verilerine göre kadın çalışanların ihracattaki payının yüzde 23,6'ya ulaşması son 10 yılda kayda değer bir ilerlemeye işaret etse de hâlâ büyük bir potansiyel söz konusu. Kadın girişimcilere yönelik destek paketleri sahada

somut karşılık buluyor. Ancak finansmanın ötesinde; mentörlük mekanizmaları, uluslararası ağlara erişim, dijitalleşme ve e-ihracat yetkinlikleri ile dış pazar bilgisine dayalı danışmanlık hizmetleri daha fazla kadının ihracatçı kimliği kazanması için belirleyici olacaktır. Sermayenin yanında bilgiye ve bağlantıya erişim sağlamak, sürdürülebilir başarıyı mümkün kılıyor.

Kadınların ekonomide yalnızca istihdam edilen değil, karar alan ve değer üreten pozisyonlarda daha güçlü temsil edilmesi ise Türkiye için gerçek bir ivmelenme yaratacaktır. Özellikle teknoloji, sanayi ve katma değeri yüksek sektörlerde kadın girişimciliğinin artması; inovasyonu hızlandıracak, farklı bakış açılarını üretim süreçlerine taşıyacak ve daha kapsayıcı bir büyüme modeli oluşturacaktır. Bu dönüşüm, ihracatın niteliğini yükselterek Türkiye'nin küresel rekabet gücünü kalıcı biçimde artıracaktır.

Kısacası, kadınların ekonomik hayata tam katılımı bir tercih değil, Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınma hedefleri açısından stratejik bir zorunluluktur. Doğru politikalar ve destekleyici ekosistemle bu potansiyelin harekete geçmesi, ekonomimize güçlü ve kalıcı bir değer katacaktır.



Kadın girişimcilerin teknoloji ve sanayiye güçlü biçimde entegre olduğu bir Türkiye, daha dirençli, daha kapsayıcı ve daha rekabetçi bir ekonomik yapıya kavuşur.

Doğru politikalar ve destekleyici ekosistemle kadınların ekonomik hayata tam katılımı ve potansiyelin harekete geçmesi, ekonomimize güçlü ve kalıcı bir değer katacaktır.

Kadınlar Sürdürülebilir Kalkınmanın En Önemli Aktörü

%30

ILOSTAT'a göre dünya genelinde yönetici pozisyonlarındaki kadın oranı

%50,1

Kadınların küresel iş gücüne katılım oranı

%68,8

Dünya Ekonomik Forumu'na göre küresel cinsiyet eşitsizliğinde dünyada kat edilen yol



%35,5

TÜİK'e göre Türkiye'de kadınların iş gücüne katılım oranı

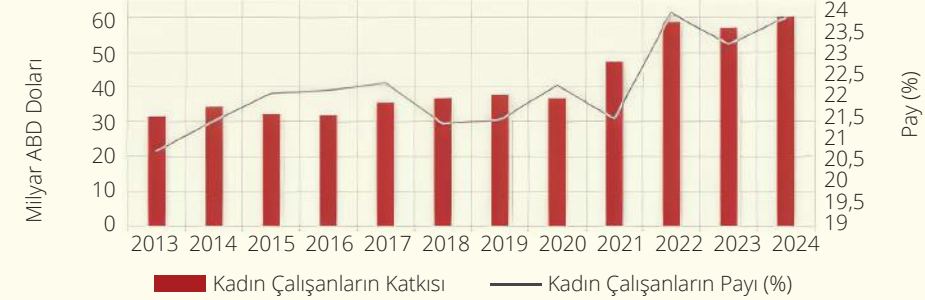
60,1 milyar dolar

2024 yılında Türkiye'deki kadın çalışanların ihracata katkısı

%31,7

Türkiye'deki kadın istihdam oranı

Kadın Çalışanların İhracata Katkısı ve Toplam İhracattaki Payı



123 yıl

Dünya Ekonomik Forumu'nun Küresel Cinsiyet Farkı 2025 raporuna göre dünyanın cinsiyet eşitliğine ulaşma süresi

135

Dünya Ekonomik Forumu'na göre Türkiye'nin cinsiyet eşitliğindeki sırası

Dünya Genelinde Devlet Kademelerindeki Kadın Oranı

- 12 Eylül 2025 itibarıyla 32 kadının devlet veya hükümet başkanı olarak görev yaptığı 29 ülke bulunuyor.
- Sadece 19 ülkede kadın devlet başkanı var ve 22 ülkede kadın hükümet başkanı bulunuyor.
- Tek veya alt meclislerdeki parlamenterlerin yalnızca yüzde 27,2'si kadın; bu oran 1995'te yüzde 11'di.
- Dünya çapında, kadınların tek veya alt meclislerdeki parlamenterlerin yüzde 10'undan azını oluşturduğu 21 devlet bulunuyor.

İhracatçı Firmalarda Kadın Çalışanların Oranı (2024)



“63 Yıldır, İmkânsızı Başarmak için Yerli Teknolojiler Geliştiriyoruz”

100'ün üzerinde ülkeye ihracat gerçekleştiren Gedik Holding, 1.600'den fazla çalışanıyla sadece büyümekle kalmıyor; deneyimli know-how'ı ve yetkin iş gücüyle küresel markalarla rekabet ediyor.

İmkânsızı başarıya tutkusuyla büyüyen köklü sanayi devi Gedik Holding, geleneksel üretim gücünü modern dünyanın dinamikleriyle ustaca harmanlıyor. Kaynak sektöründen havacılığa, eğitimden sanata uzanan geniş bir yelpazede faaliyet gösteren Holding; AR-GE, inovasyon ve katma değerli üretime odaklanarak rakiplerinden ayrışıyor.

Babası Halil Kaya Gedik'ten devraldığı yerli üretim bayrağını, bugün 100'den fazla ülkeye ihracat yapan küresel bir vizyona dönüştüren Yönetim Kurulu Başkanı Hülya Gedik ile sanayinin bugünü ve yarını, kadın liderliğinin dönüştürücü gücünü ve Gedik Holding'in 2026 hedeflerini konuştuk.

Gedik Holding'in kurucusu, babanız Halil Kaya Gedik, Türkiye'nin ilk yerli otomobili Devrim projesinde görev alan 23 mühendisten biriydi. İmkânsızı başarıya ve yerli üretim tutkusu, Gedik Holding'in genlerine nasıl işledi?

Babam Halil Kaya Gedik'in hayatı; tam anlamıyla fazla seçeneklerin olmadığı şartlarda başarıya hırsı, pes etmeme ve canından fazla

ülke sevgisi öyküsüdür. Babamın hayatını 2020 yılında kitap hâline getirdim. İstanbul Gedik Üniversitesi armağan kitabı olarak yayınlandı. 1933'te Uşak'ta doğan babam, Almanya'da mühendislik eğitimi aldıktan sonra 1957'de Türkiye'ye döndü ve Eskişehir Devlet Demiryolları Fabrikaları'nda kaynak grubunda çalışmaya başladı.

1960 yılında, Türkiye'nin ilk yerli otomobili Devrim projesinde 23 mühendisten biri olarak görev aldı. Bu proje, o dönemki zorlu koşullar altında milli bir çaba olarak hafızalara kazındı ve babamın yerli üretim tutkusunu ateşledi. Devrim arabası, Türkiye'nin sanayileşme hayalini simgeliyordu; babam da bu ruhla, 1963'te Gedik Kaynak'ı kurarak kaynak sektöründe yerli üretim yolculuğuna başladı. Daha sonra hassas döküm teknolojisini Türkiye'ye getiren ilk kişi oldu ve bu yöntemle döküm yapan ilk tesisi kurdu. Bu tutku, Gedik Holding'in DNA'sına işledi. Bugün 63 yıldır, imkânsızı başarmak için AR-GE'ye yatırım yapıyor, yerli teknolojiler geliştiriyoruz. Örneğin; kaynak, döküm ve vana üretiminde küresel standartlarda

yerli çözümler sunuyoruz. Bu miras, bizi sadece bir üretici değil, Türkiye'nin sanayi hamlesinin bir parçası yapıyor; tıpkı Devrim projesindeki gibi zorluklara rağmen ileriye, geleceğe odaklanıyoruz.

60 yılı geride bırakan bir sanayi devinin, köklü geçmişi günümüze taşınırken kuruluş değerleri ve misyonu nasıl evrildi? Bu dönüşüm, günümüzün hızlı değişen iş dünyasında nasıl bir rol oynuyor?

1963 yılında kaynak sektörüyle başlayan yolculuğumuz, 63 yılda döküm, vana, havacılık, eğitim ve sanat gibi alanlara genişledi. Kuruluş değerlerimiz yerli üretim olarak başladı ama ülkemizin dışına taşarak daha büyük boyuta evrildi. Başlangıçta yerli üretim odaklıyken, bugün küresel

2026 için beklentilerim olumlu olarak başladı fakat enflasyonun istenilen oranda düşmediğini gözlemliyorum ve banka kredi faizleri hâlâ aşırı yüksek. Türkiye rekabetçi olma gücünü kaybetmeye başladıkça, sanayi kilitleniyor.

markalaşma ve küreselleşmeyi de ekledik. Gedik Holding; sürdürülebilir büyüme ve gelişim odaklı bir yaklaşım benimseyen, iş alanlarında kaliteyi, güvenilirliği ve müşteri memnuniyetini ön planda tutarak topluma ve paydaşlarına değer yaratmayı misyon ediniyor. Bunu yaparken, sosyal sorumluluk bilinciyle hareket ederek ve çevresel sürdürülebilirliği gözeterek faaliyetlerimizi yürütüyoruz.

Babam ve kurucumuz Halil Kaya Gedik, iş yaşamında gerçek mutluluğun toplumsal fayda

Gedik Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hülya Gedik:
“Geleneksel Avrupa ve ABD pazarlarının ötesinde, Hindistan, Afrika ve Asya'ya uzanan bir ağı kurduk. 100'den fazla ülkeye ihracat yapıyoruz. Hollanda, Sırbistan, Azerbaycan, Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkelerde ofislerimiz; Azerbaycan ve Hindistan'da üretim yerlerimiz mevcut.”



“Kadın İstihdamındaki Artış Sevindirici Ama Potansiyel Hâlâ Düşük”

2024 yılında kadın çalışanların ihracata katkısı 60,1 milyar dolara ulaşarak yüzde 23,6 pay aldı ve 10 yılda iki kat arttı. Bu artış sevindirici ama potansiyel hâlâ düşük; kadın girişimcilerin oranı yüzde 15 civarında. Kadın girişimcilere yönelik ihracat destek paketleri, sahadaki karşılığını buluyor. KOSGEB ve Eximbank'ın programları, finansman sağlayarak kadınları teşvik ediyor ancak etkisi sınırlı çünkü bürokrasi ve erişim zorlukları var. Daha fazla kadını ihracatçı yapmak için finansman dışında, eğitim ve mentörlük çalışmaları yapılmalı. Pazar araştırması, dijital pazarlama ve networking eğitimleri verilmeli. Gedik Üniversitesi Kadın Girişimciliği Uygulama ve Araştırma Merkezi olarak kadın girişimcileri destekliyoruz; pazar araştırması, dijital pazarlama, ihracat konularında eğitilmeleri için çeşitli faaliyetlerde bulunuyoruz.

odaklı işler yapmakla mümkün olduğu ve her yaşadığımız günün en güzel gün olduğuna inanarak, her günü hakkını vererek; insana fayda, çalıştığımız şirkete fayda, ülkeye fayda şeklinde geçirmek olduğunu küçük yaşarımdan beri bana gösterdi ve anlattı. Gedik Grubu'nun faaliyet alanı, kaynak teknoloji ürünlerinden havacılıkta çeşitli parça üretimi ve üniversite eğitimine kadar uzanıyor.

1994'te kurulan Gedik Eğitim Vakfı ve 2011'deki İstanbul Gedik Üniversitesi ile eğitime odaklan-

Üretimin yanı sıra eğitim ve araştırmaya yatırım yapmamızın nedeni, sanayinin geleceğinin bilgi temelli olmasında yatıyor. Geleceğin sanayi ekosisteminde bilgi üretmek kritik çünkü dijital dönüşüm, yapay zekâ ve sürdürülebilirlik gibi alanlar rekabeti belirliyor.

dık. Bu dönüşüm, hızlı değişen iş dünyasında bize rekabet avantajı sağladı. Bu sayede pandemi gibi krizlerde çeviklik gösterdik, 100'den fazla ülkeye yayıldık ve AR-GE ile yenilikçi ürünler geliştirdik. Sonuçta, 1.600'den fazla çalışanımızla sadece büyümekle kalmıyor, fark yaratarak sürdürülebilir bir küresel marka oluyoruz, bunu da bizi rakiplerden ayıran temel fark olarak görüyoruz.

Geleneksel pazarların ötesine geçerek Hindistan'dan Afrika'ya uzanan bir ağa sahipsiniz. Bu büyük operasyonun yöneticisi olarak Türk markasıyla globalde rekabet etmenin dinamiklerinden bahsedebilir misiniz?

Gedik Holding olarak, geleneksel Avrupa ve ABD pazarlarının ötesinde, Hindistan, Afrika ve Asya'ya uzanan bir ağ kurduk. 100'den fazla ülkeye ihracat yapıyoruz ve Hollanda, Sırbistan, Azerbaycan, Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkelerde ofislerimiz var. Azerbaycan ve Hindistan'da üretim yerlerimiz mevcut ve üretimlerimizi, herhangi bir partnerimiz olmadan tek başımıza yapıyoruz. Bu operasyonları yönetirken, Türk markasının gücüyle ve 60 yıllık deneyimli know-how'umuz ve yetkin iş gücümüz ile rekabet ediyoruz. Bu sene içinde de dünyanın farklı yerlerinde satış ofisi açmayı veya bazı ülkelerdeki müşterilerimiz ile üretim yapmayı da planlıyoruz.

Gedik, 2026 yılında daha fazla küreselleşmede yol alacak ve Türk markası GEKA'yı daha fazla ülkede tanıtarak yayacak.

Kalite, maliyet avantajı ve hızlı adaptasyon... Dinamikler zorlu; fiyat rekabeti yoğun ama yerel ofislerimizle müşteriye yakın olup, tamir-bakım gibi çözümler sunuyoruz. Örneğin, enerji ve gemi inşaat sektörlerinde küresel projelerde yer alıyoruz. Türk markası için anahtar, inovasyon ve güvenilirlik. Ancak lojistik maliyetler ve döviz dalgalanmaları gibi zorluklarla karşılaşıyoruz, bunları aşmak için tedarik zincirimizi çeşitlendiriyoruz. Sonuçta, bu küreselleşmemiz için tedarik alternatiflerimizin fazlaşması gerekiyor.

2025, bir süredir devam eden kur baskısı ve maliyet artışları nedeniyle bir öğreti yılı olarak kayıtlara geçti. Gedik bu süreçte nasıl bir yol haritası izledi? Düşük katma değerli ürünlerden niş ve teknolojik ürünlere geçiş stratejisi Gedik'i rakiplerinden nasıl ayırttırdı?

2025, gerçekten bir öğreti yılıydı: Kur baskısı, enerji maliyetleri ve enflasyon, tüm sanayiye zorladı. Gedik Holding olarak bu süreçte verimlilik ve inovasyona odaklandık. Maliyetleri optimize etmek için tedarik zincirimizi gözden geçirdik, enerji verimliliği yatırımları yaptık ve dijital dönüşümü hızlandırdık. Düşük katma değerli ürünlerden niş ve



teknolojik ürünlere geçiş stratejimiz, bizi ayırttırdı; hassas döküm ve ileri kaynak teknolojilerine yoğunlaştık, AR-GE ile yüksek değerli ürünler geliştirdik. Bu, marjlarımızı korudu ve rekabet gücümüzü artırdı. Rakipler düşük maliyet odaklı kalırken, biz çözüm odaklı yaklaşımla -otomotiv ve enerji sektörlerinde özel alaşımlar sunarak- fark yarattık. 2025'te öğrendiklerimiz, 2026'da daha dayanıklı bir yapı kurmamızı sağlayacak; teşviklerden yararlanarak, ihracat odaklı büyümeye devam edeceğiz.

Hassas döküm ve ileri kaynak teknolojilerinizle savunma ve havacılık gibi kritik bir sektörde kilit rol üstleniyorsunuz. Gedik Holding olarak yaptığınız yatırımlarla Türkiye'nin yerli savunma sanayi hamlesinde nerede konumlanıyorsunuz?

Hassas döküm, kaynak teknolojilerimiz, savunma ve havacılıkta var olmamızla Türkiye'nin savunmada bağımsızlık hamlesine katkı sağlayacağımızı düşünüyoruz. Gedik Holding olarak, tüm yatırımlarımız bir ülke için var olması gerekli yatırımlardır. Yatırımlarımızı AR-GE ve yüksek teknoloji tesislere yönelttik. Gedik Kaynak ve Gedik Döküm fabrikalarımızda savunma standartlarında ürünler üretiyoruz. Türkiye'nin yerli savunma sanayi hamlesinde, tedarik zincirinin önemli bir halkasıyız diyebilirim. Millî projelerde yıllardır mal tedariginde bulunuyoruz, ülkemizin savunma alanında ihtiyacı olduğu için dikişsiz özlü tel üretimine yatırım yaptık. 2025'te savunma harcamalarımız ve ihracatımız arttı, sektörün 10 milyar dolarlık rekoruna katkı verdi. Eğitim vakfımız ve üniversitemizle mühendis yetiştiriyoruz. Türkiye'de savunma sektöründe çok değerli firmalarımız bulunmaktadır, Gedik Grubu olarak sektörlerimizde diğer rakiplerin üretmediği alanlara yatırım yaparak savunma sektöründe önemli bir yer edinmeye çalışıyoruz.

Türkiye ekonomisinin mevcut durumunda sanayicinin en büyük ihtiyacını ne olarak görüyorsunuz? Teşvikler ve üretim

maliyetleri açısından 2026 yılı için beklentileriniz neler?

Türkiye ekonomisinde sanayicinin en büyük ihtiyacı öngörülebilirlik. Maliyetlerin aşırı yüksekliği, enflasyon, kur dalgalanmaları ve artan iş gücü maliyetleri üretimi zorluyor. AR-GE, ihracat ve yeşil dönüşüm teşvikleri genişletilmeli. 2026 için beklentilerim olumlu olarak başladı fakat enflasyonun istenilen oranda düşmediğini gözlemliyorum ve banka kredi faizleri hâlâ aşırı yüksek. Üretim maliyetlerinde rahatlama olmadığı takdirde sanayicilerimiz yıllardır ürettikleri ürünleri Çin'den ithal eder duruma gelecekler, "sanayisizleşmeye doğru gidiyoruz" şeklindeki yakınmalara ben de katılıyorum. Türkiye rekabetçi olma gücünü kaybetmeye başladıkça, sanayi kilitleniyor. Sanayici olarak, döviz kazancı dönüştürme teşvikleri gibi adımlar faydalı olur.

Gedik olarak 2026'da daha dengeli bir şirket içi ekonomimizle yolumuza devam edeceğiz. Birçok olumsuzluk, yapmamız gereken yatırımların önünde engel oluyor. Sanayici, öz kaynakları ile de

Türkiye'de savunma sektöründe çok değerli firmalarımız bulunuyor, Gedik Grubu olarak sektörlerimizde diğer rakiplerin üretmediği alanlara yatırım yaparak savunma sektöründe önemli bir yer edinmeye çalışıyoruz.



dönemediği için banka kredilerine ihtiyaç duyduğunda, kredi faiz oranları ölçeğinde kârlılığı olmadığı için bilançoları bozulmaya ve zarar etmeye devam edecektir.

Gedik Holding yalnızca üretimde değil aynı zamanda eğitim ve araştırma tarafında da yatırımlar yapan bir şirket olarak dikkat çekiyor. Geleceğin sanayi ekosisteminde bilgi üretmek neden bu kadar kritik?

Üretimin yanı sıra eğitim ve araştırmaya yatırım yapmamızın nedeni, sanayinin geleceğinin bilgi temelli olmasında yatıyor. 1994'te kurulan Gedik Eğitim Vakfı ve 2011'de açılan İstanbul Gedik Üniversitesi ile kaynak, döküm ve vana teknolojilerinde uzman mühendisler yetiştiriyoruz. Geleceğin sanayi ekosisteminde bilgi üretmek kritik çünkü dijital dönüşüm, yapay zekâ ve sürdürülebilirlik gibi alanlar rekabeti belirliyor. Türkiye'nin Sanayi 4.0 hamlesinde de rol model olan eğitimle sentezlenen üretim, uzun vadeli büyüme sağlar.

Sizce kadınların yönetimdeki varlığı, bir sanayi şirketinin

verimliliğini ve karar alma mekanizmalarını nasıl değiştiriyor?

Ağır sanayi gibi geleneksel olarak erkek egemen bir alanda kadın olarak tabuları yıkmak değil, alışılmadık fakat iş dünyasında kadının da her sektörde var olması gerekliliğinin doğal olduğuna inanan birisiyim. Ben de babamın mirasını devralarak bu yolda ilerledim. Kadınların yönetimdeki varlığı şirketleri dönüştürüyor, daha kapsayıcı karar alma mekanizmaları getiriyor, empati ve iş birliğini artırıyor. Gedik Holding'de kadın yönetici oranımızı yukarıya çekmeye çalışıyoruz. Kadın yöneticilerimiz verimliliği yükseltiyor çünkü farklı bakış açılarını tetikliyor. Araştırmalar gösteriyor ki cinsiyet çeşitliliği olan ekipler yüzde 15 daha verimli. Karar süreçlerinde ise risk yönetimi ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlar ön plana çıkıyor. Kadınlar sanayiye daha dengeli ve yenilikçi kılıyor. Gedik'te bunu yaşıyoruz ve Türkiye sanayisinde daha fazla kadın lidere ihtiyaç vardır.

Günümüzün örnek alınan liderlerinden biri olarak siz kendi liderlik vizyonunuzu nasıl tanımlarsınız?

Ben vizyonumu, bildiğini eyleme dönüştürmek olarak tanımlayabilirim. Eyleme dönüşmeyen ve fayda yaratmayan bilgiyi anlamsız bulurum. Liderlerin "fayda" yaratmaları esastır; çevresine, çalışanlarına, şirketine ve ülkesine... Liderler uzun vadeli düşünen kişiler olmalıdır; şirketin yönünü belirleyen, dümendeki kişi olarak bilgisi, ekibini doğru seçmesi ve vizyonu şirketin başarısı ile paraleldir.

Taşımacılığın Arkasındaki Mühendislik



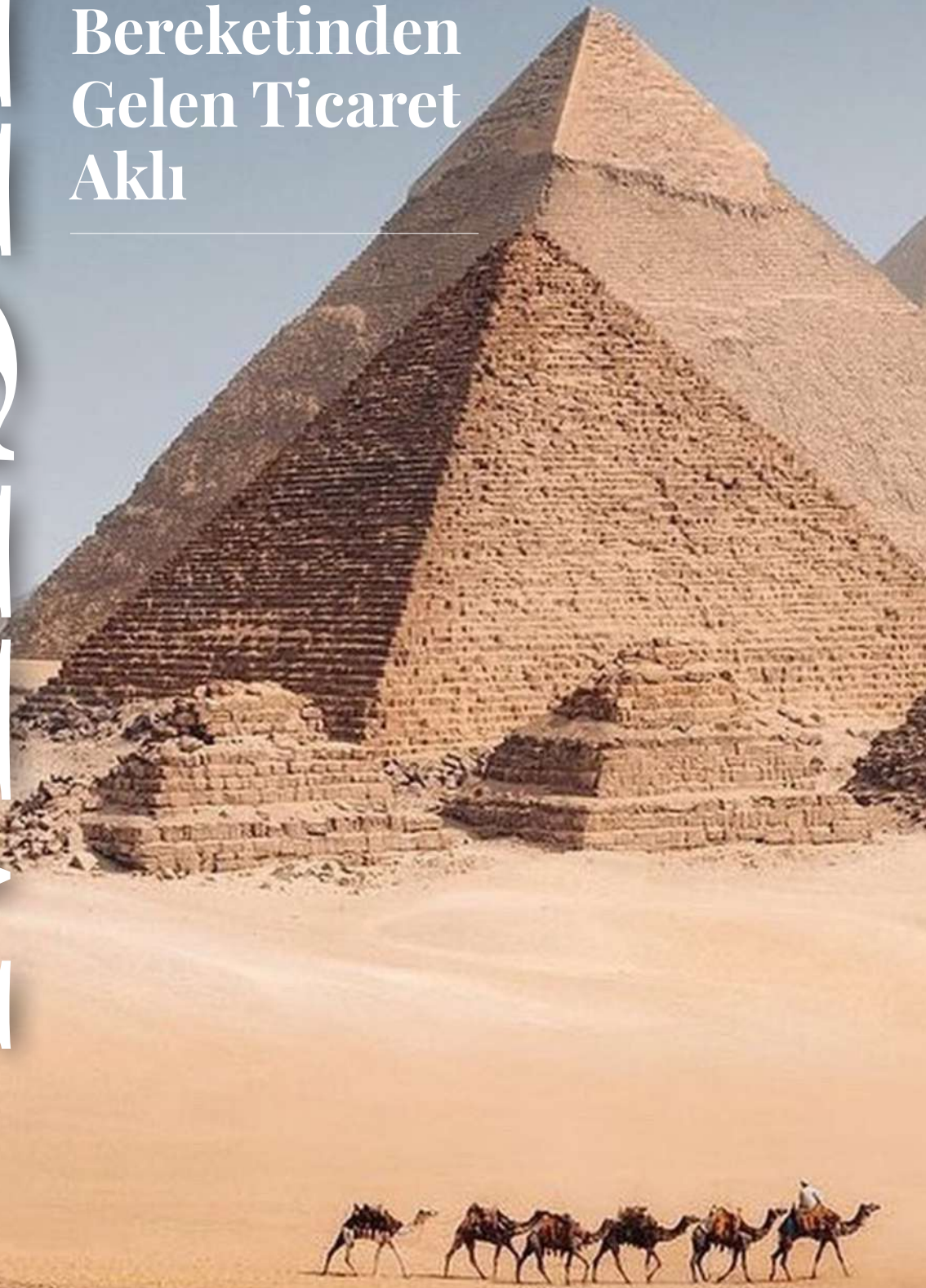
Soğuk zincir taşımacılığı için geliştirilen KRONE Cool Liner, yüksek izolasyon performansı, dayanıklılığı ve düşük işletme maliyetiyle verimlilik ve güven sunar.

krone-trailer.com/tr

KRONE

MİSİR

Nil'in Bereketinden Gelen Ticaret Aklı



Süveyş Kanalı Ekonomik Bölgesi'ndeki sanayi faaliyetleri ve geniş serbest ticaret ağıyla Mısır, uluslararası yatırımcılar için Afrika ve Orta Doğu'ya açılan en avantajlı üretim üssü konumunda. Türkiye ile ticaret hacmini 15 milyar dolara taşıma hedefindeki ülke, güçlü lojistik altyapısıyla Türk yatırımcılar için benzersiz fırsatlar sunuyor.

Ümmü'd-Dünya yani "dünyanın annesi" olarak anılan Mısır, firavunlar çağından İslam medeniyetinin altın çağlarına uzanan eşsiz kültürel mirasıyla bugün hâlâ tarihin köklü hafızası olarak hüküm sürüyor. Nil Nehri'nin bereketiyle şekillenen kadim Mısır coğrafyası, Asya ve Afrika'yı birbirine bağlayan jeopolitik konumuyla tarih boyunca ticaret yollarının kilit noktası oldu. Bu özellikler Mısır'ı, küresel ticarete olduğu kadar turizmde de önemli bir destinasyon hâline getiriyor.

Mısır, piramitlerin gölgesindeki mistik geçmişini, Süveyş Kanalı'nın sunduğu lojistik güç ve Akdeniz havzasındaki stratejik enerji oyunculuğu ile birleştiriyor. Akdeniz havzasındaki zengin enerji kaynakları, Asya ve Avrupa arasındaki ticaret geçişini sağlayan eşsiz konumuyla ülke, sadece geçiş güzergâhı olmanın ötesine geçerek küresel tedarik zincirlerinin kalbinde konumlanıyor.

2025 YILINDA İHRACATI YÜZDE 17 ARTTI

Mısır ekonomisi, 2025 yılı itibarıyla yaklaşık 350 milyar dolarlık GSYİH büyüklüğü ve yüzde 4,3 civarındaki büyüme beklentisiyle Afrika kıtasının en büyük ekonomilerinden biri olma özelliğini koruyor. Tarım ve sanayi odaklı üretim yapısının yanı sıra hizmetler sektörünün de güçlü katkısıyla şekillenen ülke, yapısal olarak kronik şekilde dış ticaret açığı veriyor. Bu durum, Mısır'ın ham madde ve ara malı tedariki



Aswan

açısından önemli bir ithalat pazarı olmasından kaynaklanıyor.

Mısır'ın, 2025 yılında petrol dışı toplam ihracatı 48,6 milyar dolar, petrol dışı ithalatı ise 83 milyar dolara ulaştı. Aynı dönemde ülkenin ihracatı önceki yıla göre yüzde 17 oranında artarken ithalatı ise yüzde 5 oranında büyüme yaşadı. Dış ticaretinde, enerji ve ham madde fiyatlarındaki dalgalanmaların belirleyici rol oynadığı Mısır'da; ihracatın lokomotifini doğal gaz (LNG), mineral yakıtlar, gübre, plastik mamuller ve tarım ürünleri oluşturuyor. Dünyanın en büyük buğday ithalatçılarından biri olan ülkenin, ithalat kalemlerinde ise makine, hububat, elektronik cihazlar ve otomotiv öne çıkıyor. Sanayi sektörünün, millî gelir içindeki payının yüzde 17 düzeyinde olduğu ülkede, toplam iş gücünün yüzde 32'si sanayi sektöründe istihdam ediliyor.

ASYA-AVRUPA HATTININ LOJİSTİK KÖPRÜSÜ

Mısır'ın en büyük ticaret ortaklarına bakıldığında, ihracatta



%2,6
Büyüme Oranı

408.75
milyar dolar
GSYİH

3.893
dolar
Kişi Başı GSYİH

Dünya deniz ticaret hacminin yaklaşık yüzde 12'sinin geçtiği Süveyş Kanalı Ekonomik Bölgesi, özellikle tekstil, petrokimya ve otomotiv yan sanayi yatırımları için yatırımcılara vergi avantajları ve lojistik kolaylıklar sunuyor.

İtalya, Suudi Arabistan ve Türkiye başı çekerken; ithalatta Çin, Suudi Arabistan ve ABD gibi dev ekonomiler yer alıyor. Özellikle Türkiye, Mısır'ın hem ihracatında hem de ithalatında ilk sıralarda yer alan stratejik bir ortak olarak dikkat çekiyor. 2024 yılında iki ülke arasındaki ticaret hacminin, dengeli ve güçlü bir seyir izleyerek toplamda 8-9 milyar dolar seviyesini zorladığı görüldü.

Küresel ekonomideki konumu itibarıyla Mısır, çok sayıda Serbest Ticaret Anlaşması sayesinde Arap dünyasına gümrüksüz erişim sağlayan bir üretim üssü niteliği taşıyor. Bu durum, ülkeye yapılan doğrudan yabancı yatırımlar üzerinde de etkili oluyor. 2023 itibarıyla Mısır'a yönelik doğrudan yabancı yatırımların, 159 milyar



109,4
milyon
Nüfus
(IMF, 2025)

1.001.450
kilometrekare
Yüz Ölçümü

dolarla yükseldiği kaydedildi.

Mısır'ın küresel ticaretteki en büyük gücü, Süveyş Kanalı ve çevresinde yapılan Süveyş Kanalı Ekonomik Bölgesi'nden geliyor. Dünya deniz ticaret hacminin yaklaşık yüzde 12'sinin geçtiği bu kanal, Asya-Avrupa hattındaki tedarik zincirleri için vazgeçilmez bir lojistik köprü görevi görüyor. Özellikle tekstil, petrokimya ve otomotiv yan sanayi yatırımları için Süveyş Kanalı Ekonomik Bölgesi, yatırımcılara vergi avantajları ve lojistik kolaylıklar sunuyor.

2,2 TRİLYON METREKÜP REZERV İLE DÜNYANIN 17'NCİ BÜYÜK GAZ GÜCÜ

Son yıllarda yaşadığı enerji darboğazını aşmak adına stratejik bir dönüşüm sürecinden geçen ülke; "Enerji Vizyonu" ile enerji portföyünü çeşitlendirerek hem yerel arz güvenliğini sağlamayı hem de bölgesel bir enerji merkezi olmayı hedefliyor. Mısır, toplam üretimde yenilenebilir kaynakların payını 2035'e kadar yüzde 42'ye, 2040'ta ise yüzde 60'a çıkarmayı hedefliyor. Bu hedefin dayanaklarını ise rüzgâr ve güneş enerjisi oluşturuyor. Mısır hükümetinin 2035 vizyonuna göre, 2035'e kadar 67 gigavat yeni yenilenebilir enerji yatırımının faaliyete geçmesi hedefleniyor ve bunun 20 gigavatının rüzgârdan, 31 gigavatının ise güneş enerjisinden elde edilmesi planlanıyor.

Mısır ekonomisinin bel kemiği olan petrol ve gaz sektörü ise millî gelirin yüzde 8,6'sını oluşturuyor. 4,4 milyar varillik ham petrol



Lüksor



Karnak Tapınağı

rezervine sahip olan ülkenin asıl stratejik kaynağını doğal gaz oluşturuyor. 2,2 trilyon metreküplük rezerviyle dünyanın 17. büyük gaz gücü olan Mısır, Zohr gibi dev sahalarla üretimini artırmaya devam ediyor.

Ülkenin LNG ihracatı 2022'de 9,8 milyar dolarla zirve yapsa da 2024 itibarıyla artan iç tüketim ve elektrik santrallerinin talebi nedeniyle tablo değişim yaşadı. Beş yıldır net ihracatçı konumunda olan Mısır, yerel ihtiyacı karşılamak adına yeniden net ithalatçı durumuna gelerek yüzen gazlaştırma ünitesinde de kiralama yoluna gitti. Yani Mısır, fosil yakıtlardaki üretimini 2030'a kadar açılacak 586 yeni kuyuyla desteklerken, uzun vadeli gelişimini Süveyş ve Yukarı Mısır'ın sunduğu yenilenebilir potansiyelden almayı hedefliyor.

TARIM SEKTÖRÜ MİLLİ GELİRİN YÜZDE 12'SİNİ KARŞILIYOR

Mısır'da tarım sektörü, 1980 itibarıyla bir dönüşüm ve

yapılanma sürecine girdi. Günümüzde özel sektörün ağırlıklı olduğu bu alan hem ülkenin gıda güvenliği hem de ihracat hedefleri açısından kritik bir öneme sahip. İş gücünün yüzde 30'unu istihdam eden ve millî gelirin yaklaşık yüzde 12'sini karşılayan sektör, özellikle kırsalda yaşayan yüzde 55'lik nüfus için temel geçim kaynağı durumunda.

Mısır, dünyanın en büyük buğday ithalatçısı olma yükünü hafifletmek için "2030 Vizyonu" çerçevesinde büyük ölçekli toprak ıslahı çalışmaları yürütüyor. Nihai hedefi ise kendi kendine yeten bir ihracat üssüne dönüşmek.



Türkiye, Mısır Pazarında Yüksek Rekabet Avantajına Sahip

Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) hazırladığı RCA (Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler) analizleri, Türkiye ve Mısır'ın birbirini tamamlayan üretim yapılarına sahip olduğunu gösteriyor. Türkiye, çelik, kimyevi maddeler, otomotiv ve tekstil sektörlerinde Mısır pazarında yüksek rekabet avantajına sahipken; Mısır, Türkiye'nin enerji ve petrokimya ihtiyacını karşılama noktasında kritik bir tedarikçi konumunda. Özellikle son yıllarda Türk firmalarının Mısır'ı, yakından tedarik merkezi olarak konumlandırması ve Mısır üzerinden ABD ve Afrika pazarlarına açılması, stratejik iş birliğinin en somut örneği olarak değerlendiriliyor.

Lojistik açıdan gelişimini sürdüren Mısır'ın, Akdeniz ve Kızıldeniz'deki liman altyapısını modernize etmesi ve yeni demir yolu projeleri, ülkeyi bölgesel bir hub hâline getiriyor. Türkiye ile Mısır arasında kurulan Ro-Ro hatları ve yeni lojistik iş birlikleri, tedarik sürelerini kısaltarak maliyet avantajı yaratıyor.

MISIR İLE TÜRKİYE ARASINDAKİ İKİLİ TİCARET (MİLYON DOLAR)

Yıllar	2020	2021	2022	2023
İhracat	3.136	11,548	-1,260	21,836
İthalat	1.754	3.681	5.144	4.573
Hacim	4.890	8.195	9.702	7.912
Denge	1.381	832	-587	-1.233



Kahire



Mısır'ın Yıllara Göre İhracatı

45,2
milyar dolar
2021

70,8
milyar dolar
2022

35,1
milyar dolar
2023

Tarımsal portföyü oldukça geniş olan Mısır, dünyaca ünlü uzun elyaflı pamuk başta olmak üzere narenciye, çilek, taze sebze ve patates gibi ürünleriyle öne çıkıyor. Özellikle gübre üretiminde bölge lideri olan ülke, ihtiyacının neredeyse tamamını yerli imkânlarla karşılıyor. 2025 itibarıyla meyve ve sebze üretiminde büyük aşamalar kaydedilse de buğday, mısır ve yemeklik yağ gibi temel gıdalarda dışa bağımlılık hâlâ sürüyor.

Ülke coğrafyasının yalnızca yüzde 4'ünün tarıma elverişli olması ve yağış azlığı, Mısır'ı Nil Nehri ve gelişmiş sulama projelerine bağımlı kılıyor. Ayrıca dünyanın en büyük buğday ithalatçısı olma yükünü hafifletmek için "2030 Vizyonu" çerçevesinde büyük ölçekli toprak ıslahı çalışmaları yürütülüyor. Mısır, modern sulama teknikleri ve alan genişletme projeleriyle ithalatçı konumundan çıkıp, kendi kendine yeten bir ihracat üssüne dönüşmeyi hedefliyor.

TÜRKİYE VE MISIR İLİŞKİLERİNDE TİCARİ İVMELENME HÂKİM

Türkiye ve Mısır, Akdeniz havzasında ortak bir tarih ve kültürü paylaşan önemli iki oyuncu olarak bölgedeki söz sahibi konumunu sürdürüyor. 2013 yılında başlayan diplomatik duraklama dönemi, 2020 sonu itibarıyla yerini normalleşme adımlarına bıraktı. Kahire ve Ankara hattında yürütülen istişareler de tarafların bölgesel sorunlarda uzlaşma ve iş birliği isteğini net bir şekilde ortaya koydu.

Doğu Akdeniz'deki enerji kaynakları ve deniz yetki alanları, iki ülke arasındaki ilişkileri vazgeçilmez bir stratejik boyuta taşıyor. 2022 yılında büyükelçi düzeyindeki atamaların, ekonomik verilere doğrudan yansdığı görülüyor. Türkiye'nin Mısır ile ticaret hacmi 2024 yılında 8,8 milyar dolar seviyesine ulaşırken, ihracatı 4,2 milyar dolar, ithalatı ise 4,6 milyar dolar olarak kaydedildi. Cumhurbaşkanı Erdoğan ve Mısır Cumhurbaşkanı Abdulfettah es-Sisi, iki ülkenin 2028'de ticaret hacminin 15 milyar dolara ulaşması yönünde bir hedef belirledi.

Bölgesel istikrarın anahtarı olan bu yaklaşma, sadece iki ülkenin değil, tüm Akdeniz'in refahı için kritik bir fırsat sunuyor. Üst düzey temasların sıklaşmasıyla birlikte, ticaret ve diplomasideki bu olumlu seyrin daha da güçlenmesi bekleniyor.

Bordromat®
a CottGroup® Company

Bordro Süreçlerini Sadeleştiren Akıllı Çözüm

Bulut tabanlı bordro süreç yönetim sistemi ile işlerinizi kolaylaştırın



(*) Hizmet İhracatçıları Birliği - 2024



(**) Bilişim 500 - 2024



ISO 9001

ISO 10002

ISO 22301

ISO 27001

ISO 27701

ISO ISAE 3402
CERTIFIED TYPE II

ask@cottgroup.com

+90 212 244 92 22

www.bordromat.com

/cottgroup

/cottgroupsocial

/company/cottgroup

/cottgroup

@cottgroupsocial

Finansman Destekleri Küresel Rekabette İhracatçının Elini Güçlendiriyor

Türkiye, sürdürülebilir büyüme yolculuğunda katma değerli üretimi merkeze alırken, ihracatçının en büyük sorunlarından biri olan finansmana erişim gücünü devreye alan destek paketleriyle aşmaya çalışıyor.

Türkiye ekonomisinin sürdürülebilir büyüme yolculuğunda yüksek teknolojiye dayalı, katma değerli üretim, stratejik bir role sahip. Küresel rekabette pazar payını artırmanın anahtarı olan ihracatın ivme kazanması ise doğrudan finansmana erişim kolaylığına bağlı. Çünkü sürdürülebilir büyümenin temel taşı olan üretimin devamlılığı, sanayicinin üzerindeki finansman yükünün hafifletilmesiyle mümkün oluyor.

Bu kapsamda Ticaret Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı ile Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB); ihracatçının finansal ihtiyaçlarını karşılamak üzere uyum içinde hareket ediyor. Özellikle reeskont kredilerindeki artışlar, ihracatçıların nakit akışını güçlendirerek yeni pazarlara açılmalarını kolaylaştırıyor.

İhracat odaklı bu büyüme modeli, doğrudan yatırımları, üretim kapasitesini ve istihdamı tetikleyen pozitif bir döngü yaratıyor. 2025 yılında toplam 396,5 milyar dolarlık mal ve hizmet ihracatı gerçekleştiren Türkiye'nin, günlük ihracatı 1 milyar dolar sınırını aşmış durumda. Orta Vadeli Program (OVP) hedefleriyle uyumlu olarak 2030 yılına kadar bu rakamın günlük 1,5 milyar dolara, yıllık ise 500 milyar dolar seviyesine çıkarılması hedefleniyor. Bu hedeflerin gerçekliğe ulaşmasının yolu da sanayici ve ihracatçıya sunulan finansman desteklerinden geçiyor.

TÜRK EXİMBANK'IN 2026 YILI FİNANSMAN HEDEFİ 60 MİLYAR DOLAR

Türkiye, 2026 yılına girerken ekonomik büyüme modelini tamamen sürdürülebilir üretim, katma değerli ihracat ve istihdamın korunması temelleri üzerine inşa etmeye odaklanıyor. Bu vizyon doğrultusunda, sanayicinin finansal dalgalanmalardan korunması amacıyla geliştirilen teşvik

sistemleri arasında Türk Eximbank dikkat çekiyor. 2024 yılında ihracatçılara toplam 48,7 milyar dolar destek sağlayan Türk Eximbank, 2025 yıl sonu itibarıyla ise 26,8 milyar doları kredi, 27,5 milyar doları sigorta olmak üzere, bir önceki yıla kıyasla yüzde 11 artışla toplam 54,3 milyar dolar tutarında rekor seviyede destek sundu. Eximbank, 2026 yılında ise 60 milyar dolar finansman desteği sunmayı hedefliyor.

Ocak ayında düzenlenen Türk Eximbank'ın Alıcı Kredileri Programı Tanıtım Toplantısında, Türk Eximbank'ın ihracatçılara yönelik desteklerinden bahseden Türk Eximbank Genel Müdürü Ali Güney, şu bilgileri paylaştı: "Bugün itibarıyla aktiflerimizin yüzde 90'ını ihracatçılarımıza kredi olarak tahsis ediyoruz. Toplam aktif büyüklüğümüz 1,3 trilyon TL seviyesine ulaştı. 2025 yılında uluslararası sermaye piyasaları ve finansal kuruluşlardan 8,7 milyar dolar tutarında kaynak temin ettik. Yine 2025 itibarıyla aktif olarak destek verdiğimiz 18 bin 500 ihracatçımızın yüzde 83'ünü KOBİ'lerimiz oluşturuyor. Son beş yılda, 6 bin yeni KOBİ firmamız Türk Eximbank desteklerinden faydalanmaya başladı ve ihracat

İmalat sanayi işletmelerinin finansmana erişimde yaşadıkları zorlukları hafifletecek 100 milyar TL'lik finansman paketi, altı ay anapara ödemesiz ve 36 aya kadar vade imkânı sunuyor.





Performans Destek Şartları

Tekstil, giyim, deri ve mobilya imalatı gibi belirli sektörler için:

- Korunan her bir istihdam için **30 prim gün karşılığı 3.500 TL** geri ödemesiz destek
- İşletme başına **10.458.000 TL** üst limit

ekosistemimizin kapsayıcılığı önemli ölçüde arttı.”

“ALICI KREDİLERİ PROGRAMI İHRACATÇININ SATIŞINI GÜVENCEYE ALIYOR”

Türk Eximbank tarafından sunulan Alıcı Kredileri Programı'nın, en önemli üçüncü destek programı olarak hayata geçirildiğini aktaran Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, program hakkında şu bilgileri paylaştı: “Bugüne kadar gerek ihracat kredisi gerekse ihracat sigortası araçları kullanıldı, şimdi üçüncü bir mekanizma olarak Alıcı Kredileri Programı devreye alınıyor. Bu, birçok mali açıdan güçlü gelişmiş ülkelerin eximbankları tarafından uygulanan bir program. Klasik ihracat finansman araçlarından farklı olarak finansmanı doğrudan ürünlerimizi satın alan yabancı alıcıya sağlayan ve ihracatçımızın satışını güvenceye alan bir model olacak. İlk aşamada ihracatçımız ile yabancı ithalatçı arasında imzalanan ihracat sözleş-



mesine istinaden Türk Eximbank'a başvuruluyor. Uygun görülen kredi tutarı için Ticaret Bakanlığı tarafından karşılanacak faiz desteği devreye girerek ihracatımızın yapılabilmesinde finansman önemli bir rekabet unsuru hâline getirilmiş oluyor.”

İMALAT SANAYİSİNE 100 MİLYAR LİRALIK CANSUYU

Şubat ayında Cumhurbaşkanlığı tarafından duyurulan ve tüm imalat sanayi işletmelerine açık olan 100 milyar lira büyüklüğündeki finansman paketi, sektör genelinde ses getirerek önemli bir etki yarattı. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, KOSGEB ve İŞKUR iş birliğiyle hayata geçirilen bu kapsamlı program, yalnızca KOBİ'leri değil büyük ölçekli işletmeleri de kapsayarak üretimin sürekliliğine ve istihdamın korunmasına odaklanıyor. Programın temel amacı ise ekonomik dalgalanmalara karşı sanayicinin elini güçlendirmek ve

finansmana erişimi kolaylaştırarak üretim çarklarının kesintisiz dönmesini sağlamak.

Altı ay anapara ödemesiz ve 36 aya kadar vade imkânı sunan destek paketi, piyasa şartlarının oldukça altındaki finansman maliyeti oranlarıyla sanayiciye âdeta can suyu oldu. İmalat sanayi işletmelerinin finansmana erişiminde yaşadıkları zorlukları hafifletecek finansman paketinin duyurusunu yapan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, “Tüm imalat sanayi işletmelerine açık, 100 milyar lira büyüklüğündeki pakette, finansman maliyeti oranları piyasa şartlarının altında olacak. İstihdam yoğunlukları ile orantılı olarak işletme başına 50 milyon liraya kadar cazip kredi imkânı sunacağız. Finansman paketini aynı zamanda kredi kefalet paketiyle de destekliyoruz. KOBİ'lerimiz teminat sorunu yaşamadan bu kredi imkanına ulaşabilecek. Ayrıca istihdamı koruyan KOBİ'lerimize KOSGEB

aracılığı ile 10 puan indirim imkânı sağlayacağız.” dedi.

REKABET GÜCÜ ARTARKEN İSTİHDAM GÜVENCE ALTINA ALINACAK

Destek programı, işletmelerin ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş iki ana destek mekanizması üzerine kurgulanmış durumda. Tekstil, giyim, deri ve mobilya gibi emek yoğun sektörler için kurgulanan “Performans Desteği” modelinde, işletmelere korudukları istihdam başına geri ödemesiz nakdi destek sağlanırken; diğer imalat kollarındaki firmalar için “Finansman Desteği” devreye giriyor. İkinci modelde işletmeler, 50 milyon liraya varan kredi imkânından yararlanabiliyor ve bu kredilerin finansman maliyetinin önemli bir kısmı devlet tarafından karşılanıyor. Ayrıca vade seçeneklerindeki

şartların uygunluğu, firmaların nakit akışını bozmadan borçlanabilmesine olanak tanıyor.

Bu desteklerden yararlanmanın en kritik koşulu ise istihdamın korunması ilkesine dayanıyor. İşletmelerin bu finansman imkânlarından yararlanabilmeleri için 2025 yılının son çeyreğindeki çalışan sayılarını 2026 yılı boyunca muhafaza etmeleri şart koşuluyor. Sağlanan geri ödemesiz desteklerin yalnızca vergi ve SGK prim borçlarına mahsup edilebilecek olması, paketin kamu maliyesiyle de entegre bir yapıda kurgulandığını gösteriyor. 15 bankanın ve Kredi Garanti Fonu gibi kefalet kuruluşlarının dâhil olduğu bu süreç, 2 Mart itibarıyla dijital kanallar üzerinden başlayacak başvurularla birlikte, imalat sanayisinin rekabet gücünü artırarak istihdamı güvence altına almayı hedefliyor.

2025 yılında 26,8 milyar doları kredi, 27,5 milyar doları sigorta olmak üzere toplam 54,3 milyar dolarlık destek sunan Türk Eximbank, 2026 yılında 60 milyar dolar finansman desteği sunmayı hedefliyor.



Finansman Destek Şartları

Performans desteği kapsamı dışında kalan imalat sektörleri için:

- **10 puan finansman desteği** (geri ödemesiz)
- İşletme başına **50.000.000 TL** kredi üst limiti
- Krediler **6 aya kadar anapara ödemesiz**, azami **36 ay vadeli**

“ULUSLARARASI TİCARETTE İVMELENMEMİZİ SAĞLAYAN PARAMETRE REKABETÇİLİKTİR”



Mustafa Gültepe
Türkiye İhracatçılar Meclisi
Başkanı (TİM)

Türkiye ekonomisi için sağlıklı ve sürdürülebilir büyümenin lokomotifi olan üretim ve ihracatta işler son üç yıldır arzu ettiğimiz gibi gitmiyor. Son üç yılın üçünü de rekorla kapatmamıza rağmen tabloyu iyi analiz etmek durumundayız. 2025'te ihracatımızı değer olarak 11,5 milyar dolar artırdık. Farkın 7,7 milyar dolarlık kısmı otomotiv, savunma sanayi ve mücevher sektörlerinde sadece beş firmanın ihracatından geldi. Ayrıca 5,4 milyar dolarlık parite kaynaklı artımız var. Yani parite ve beş firmanın katkısı olmasaydı 2025'i ekside tamamlayacaktık.

İhracatta kaybedilen her müşteri ve pazar en iyimser durumda bile kapasitenin düşürülmesi anlamına geliyor. Sonraki aşamalarda firmanın tamamen kapanması gibi hiç istenmeyen durumlarla karşılaşabiliyor. Düşürülen kapasite ve kapanan firma ise istihdam kaybı olarak karşımıza çıkıyor.

SGK verilerine göre imalat sanayimiz son üç yılda 560 bin kişilik istihdam kaybı yaşadı.

Devletimiz istihdamı korumak adına 2025'in başında emek yoğun sektörlerdeki KOBİ'ler için 2 bin 500 liralık istihdam desteği açıklamıştı. 2026'da destek miktarı 3 bin 500 liraya çıkarılırken büyük ölçekli firmalar da kapsama alındı. Asgari ücret desteği de bin 270 lira oldu. Bu katkılar için şükranlarımızı sunuyoruz. Ancak bugünkü koşullarda bu desteklerin yeterli olmadığını görüyoruz. Dolayısıyla ihracatı yeniden ayağa kaldırmak için çok daha güçlü ve kararlı adımlar atılmalı. Bu kapsamda istihdam desteğinin 6 bin liraya, asgari ücret desteğinin 2 bin 500 liraya çıkarılması,

yüzde 3 olan döviz dönüşüm desteğinin en az yüzde 8'e yükseltilmesi, düşük faizli ve uzun vadeli finansmana erişim imkânlarının sağlanması gerekiyor.

Bu durumda da 100 milyar liralık finansman paketi elbette önemli. Ancak mevcut koşullarda çok daha fazlası gerekiyor. Tekstil, giyim, deri ve mobilya imalatı gibi belirli sektörler için performans desteği devreye alınırken, performans desteği kapsamı dışında kalan sektörler içinse finansman desteği sunulacak. Ancak bu paketle sunulan finansmanın yıllık maliyetinin yüzde 33 olduğunu unutmamalıyız. Emek yoğun dört sektör dışındaki imalat sanayi sektörlerinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin 2025 yılı Kasım-Aralık ortalama istihdam düzeylerini koruma taahhüdü karşılığında, kullandıkları kredilerde finansman maliyetinin 10 puanını KOSGEB karşılayacak. Mevcut konjunktürde bu aylardaki istihdamı koruyabilmek de kolay bir süreç olmayacak. Tüm zorluklara rağmen bu iradenin ortaya konmuş olması, imalat sanayimizin mevcut tablosunu da göz önüne aldığımızda olumlu bir adım.

Bu adımların genişlemesi, çeşitlendirilmesi ve tabana yayılması 27 sektörümüzün geleceği açısından büyük önem arz ediyor.

“DÜNYAYA KENDİ ENFLASYONUMUZU İHRAÇ ERMEYE ÇALIŞIYORUZ”

Dünya jeopolitik risklerin ve küresel belirsizliklerin arttığı bir dönemden geçiyor. Bu süreci en az hasarla atlatabilmemiz için rekabetçi kalabilmemiz gerekiyor. TCMB'nin yıl sonu enflasyon hedefi yüzde 16. Ancak tahmin aralığı ise son

İhracatı yeniden ayağa kaldırmak için istihdam desteğinin 6 bin liraya, asgari ücret desteğinin 2 bin 500 liraya çıkarılması, yüzde 3 olan döviz dönüşüm desteğinin en az yüzde 8'e yükseltilmesi, düşük faizli ve uzun vadeli finansmana erişim imkânlarının sağlanması gerekiyor.

güncellemeyle yüzde 15-21 seviyesine çekildi. Bu rakamların son yılların en düşük enflasyon hedefleri olduğunu da göz önüne aldığımızda, küresel bazda neyle mücadele ettiğimiz tablosunu daha net görüyoruz.

Rekabetçilik dediğimiz aslında, alıcılara bir dert anlatamama meselesi. Yurt içinde esnafımız, ticaret insanımız bunu hasbelkader açıklayabiliyor ancak dünyada böyle bir zemin yok. Bir nevi biz son yıllarda dünyaya, ürünlerimizin yanında kendi enflasyonumuzu da ihraç etmeye çalışıyoruz. Alıcılar doğal olarak fiyat odaklı düşünüp bunu satın almıyor. Ne yazık ki birçok sektörümüzün rekabet gücü zayıfladı. Yeniden rekabetçi konuma gelebilmemiz için ihracatçıya 100 milyar liralık finansman desteğinden çok daha fazlasının sağlanması gerekiyor.

“REKABETÇİLİĞİMİZİ KAYBETMESEYDİK İHRACATIMIZ 300 MİLYAR DOLARA ULAŞABİLİRDİ”

İhracatın çarpan etkisini yüksek teknolojiyle, AR-GE'yle, inovasyonla, markalaşarak ve ikiz dönüşümle artırabiliriz. Bütün bu alanlarda kapasitemizi artırmak için yatırım yapmamız gerekiyor. Günümüz koşullarında yatırım yapamayan, teknolojisini yenileyemeyen işletmenin ayakta kalma şansı bulunmuyor.

Dolayısıyla bir firmanın hem varlığını sürdürebilmesi hem de yüksek katma değerli üretim yapabilmesi için sürekli kendini yenilemesi gerekiyor.

Son yıllarda, TİM İhracat Pazar Monitörü'ndeki rakamları incelediğimizde 100 baz puan üzerinden Ocak 2023'te 101,5 puanla en yüksek skor kaydedilirken en düşük skor Mart 2025'te 98,9 puanla gerçekleşti. Bu ne demek? Küresel talepte çok büyük bir kırılım, düşüş, büyük bir şok yok demek. Biz, bu düzlemde eğer rekabetçiliğimizi kaybetmeseydik, ihracatımızın 2021-2023 periyodunu da düşündüğümüzde bugün 300 milyar dolara ulaşması hayal değildi.

Dolayısıyla uluslararası ticaretin mevcut yapısında ivmelenmemizi sağlayan en dominant parametrenin rekabetçilik olduğunu görüyoruz.

İhracatın çarpan etkisini yüksek teknolojiyle, AR-GE'yle, inovasyonla, markalaşarak ve ikiz dönüşümle artırabiliriz. Bütün bu alanlarda kapasitemizi artırmak için yatırım yapmamız gerekiyor.

Anadolu Toprağının Bereket Sembolü İncir



Bereketli Anadolu topraklarının ballı darısı incir, üretim ve ihracattaki güçlü varlığıyla Türkiye için dünya pazarlarında stratejik bir noktada konumlanıyor. Dünya kuru incir ticaretinin yarısından fazlasını tek başına üstlenen Türkiye, özellikle coğrafi işaretli ürünü olan Aydın İnciri ile küresel pazardaki tartışmasız liderliğini sürdürüyor.

Yemiş, ballı darı, bardacık, Sarılop... Halk arasında birden fazla ismi olsa da herkesin bildiği genel ismiyle incir; insanlık tarihinin en eski meyvelerinden biri olmasının ötesinde, Anadolu coğrafyası için bereketi ve zenginliği simgeleyen stratejik bir tarım ürünü. Yani hem kültürel hem de ekonomik değeri oldukça yüksek nadir meyvelerden.

Anadolu, özellikle de Ege Bölgesi, bu değerli meyvenin sadece üretim merkezi değil aynı zamanda genetik anavatanı olarak kabul görüyor. İncirde genetik çeşitlilik merkezi olarak kabul edilen Türkiye, uygun ekolojik koşulları sayesinde dünya incir üretiminde ve ihracatında açık ara lider konumunda. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) verilerine göre Türkiye, küresel yaş incir üretiminin yaklaşık yüzde 24-26'sını, dünya kuru incir ticaretinin ise yarısından fazlasını tek başına gerçekleştiriyor. Türkiye'nin bu hâkimiyeti, inciri sadece bir meyve olmaktan çıkararak ülkenin dış ticaret dengesine pozitif katkı sağlayan, katma değeri yüksek bir prestij ürününe dönüştürüyor.

TÜRKİYE DÜNYANIN İNCİR DEPOSU KONUMUNDA

Türkiye, incir üretiminde sahip olduğu genetik miras, coğrafi avantaj ve yüzyıllara dayanan üretim kültürüyle dünyanın incir deposu olmaya devam ediyor. Aydın İnciri'nin başı çektiği bu üretim serüveni, yüksek ihracat potansiyeli ve ekonomik getirisiyle Türk tarımının yüz akı

konumunda. İncir, Türkiye için bir tarım ürünü olmanın ötesinde binlerce ailenin geçim kaynağı ve stratejik ihracat kalemlerinden biri olarak konumlanıyor. Tek başına dünya kuru incir ihracatının yüzde 66'sını gerçekleştiren Türkiye, bu ticarettten yıllık 306 milyon doların üzerinde gelir elde ediyor. 2023 yılında taze incir ihracat miktarında yüzde 5'lik bir azalma görülmesine rağmen elde edilen gelirlerde yüzde 39'luk bir artış yaşandı. Kuru incir ihracatı 2024-2025 sezonunda ise tarihinde ilk kez 300 milyon dolar barajını aşmayı başardı ve ihracat, 369 milyon 759 bin dolar oldu.

Türkiye'nin bu başarısının arkasında, bölgelere göre özelleşmiş üstün genotipler yatıyor. Üretim temelde kurutmalık ve sofralık (yaş) olmak üzere iki ana kategoriye ayrılıyor. Kuru incir üretimi, neredeyse tamamen Aydın ve İzmir illerini kapsayan Büyük ve Küçük Menderes havzalarında yoğunlaşıyor. Çünkü bölgenin nem, sıcaklık ve rüzgâr dengesi, dünyanın en kaliteli kurutmalık çeşidi kabul edilen Sarılop için mükemmel bir iklim sunuyor. İnce kabuklu, dolgun etli ve yüksek şeker oranına sahip olan bu tür, güneş altında doğal yollarla kurumaya en elverişli çeşit olarak biliniyor.

Taze incir tüketiminde ise Bursa Siyahı, dünyaca ünlü bir marka olarak yer alıyor. İri yapısı, koyu mor rengi ve dayanıklı meyve etiyle İngiliz Kraliyet Ailesi'nin sofralarına kadar ulaşan bu tür, özellikle Avrupa pazarında büyük rağbet görüyor. Ayrıca Mersin ve



İnsanlığın Varlığı Kadar Eski Bir Geçmiş Var

Tüm dinlerde cennet ağacı olarak kabul edilen incir, insanlık tarihinin en eski tanıklarından biri olarak yalnızca bir meyve değil; kültürlerin, inançların ve mitlerin ortak hafızasında özel bir yere sahip kutsal bir sembol sayılıyor. Mitolojik anlatılarda incir ağacı; zeytin ve üzümle birlikte varlığı ve bereketi temsil ediyor. İncirin bu sembolik gücü, yalnızca anlatılarda değil arkeolojik bulgularla da destekleniyor. Ürdün Vadisi'nde yapılan kazılarda ortaya çıkarılan ve MÖ 9000'li yıllara tarihlenen fosilleşmiş incir kalıntıları, incirin ehlileştirilen en eski bitkilerden biri olduğunu ortaya koyuyor. Bu da incirin, tarımın ve yerleşik hayatın başlangıcına eşlik eden temel besinlerden biri olduğunu gösteriyor.

Tarih kaynaklarında; Babil İmparatoru II. Nebukadnezar'ın, efsanevi Asma Bahçeleri'ne incir ağaçları diktirdiği, Kleopatra'nın inciri çok sevdiği, firavunların mezarlarına öteki dünyada da yanlarında olsun diye fosilleşmiş kuru incirlerin bırakıldığı biliniyor. Antik Yunan'da ise hem bir gıda maddesi hem de tıbbi bir mucize olarak görülüyordu. Modern botanik ve tıbbin öncüleri olan Aristoteles ve öğrencisi Theophrastus, yazdıkları şifalı bitki kitaplarında incirin besleyici ve iyileştirici özelliklerine geniş yer ayırdığı görülüyor.

SEZONLARA GÖRE KURU İNCİR REKOLTE TAHMİNLERİ, İHRACAT MİKTARI VE DEĞERİ

Sezon	Rekolte Tahmini (ton)	İhracat (ton)	İhracat Değer
2021/22	75.000	70.647	258.141
2022/23	91.000	73.388	259.936
2023/24	92.000	60.655	276.984
2024/25	78.832	61.621	369.759

Kaynak: Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)



Adana gibi bölgelerdeki erkenci türler de sezonu erken açarak Türkiye'ye ticari avantaj sağlıyor.

TÜRKİYE'DEKİ İNCİR AĞACI SAYISI 10 MİLYONUN ÜZERİNDE

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, Türkiye'deki incir ağacı varlığı istikrarlı bir artış trendinde. Ülke genelinde toplam meyve veren incir ağacı sayısı 10 milyonun üzerinde seyrediyor. Toplam incir üretim alanlarının yüzde 60'ından fazlası ise incirde bir dünya markası olan Aydın il sınırları içerisinde yer alıyor.

Modern tarım tekniklerinin yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel ocak dikim sisteminden modern kapama bahçe sistemlerine geçiş hızlanmaya başladı. Bu durum, birim alandan alınan verimi artırsa

da incir ağacı, iklim koşullarının değişkenliği konusunda hassas bir bitki olmasıyla biliniyor. Bu da iklim değişiminden doprudan etkilenebilmesine neden oluyor. Özellikle kış kuraklıkları ve hasat dönemindeki yağışlar, rekolteyi ve kaliteyi doğrudan etkileyen en önemli faktörler arasında yer alıyor.

İNCİRİN COĞRAFİ BAŞKENTİ: AYDIN

İncir bölgesi olarak anılan Büyük Menderes havzası, bugün Türkiye'deki taze incir üretiminin yaklaşık yarısını tek başına üstleniyor. Özellikle Aydın, dünya incir ticaretinin kalbinin attığı yer olarak incirde bir marka konumunda. Dünyada en fazla yetiştirilen Ficus Carica türünün ana vatanı olan bu bölge hem üretim miktarı hem incir ağacı

varlığı hem de kalite bakımından küreseldeki yarışın liderliğini üstleniyor.

Kalitesi, ince kabuğu, bal oranı ve kurutmaya elverişliliği ile dünyada eşsiz bir konuma sahip olan Aydın İnciri, Avrupa Birliği (AB) nezdinde de tescillenerek Türkiye'nin AB'den coğrafi işaret alan ilk ürünlerinden biri oldu. Bu tescil, ürünün küresel pazarlardaki marka değerini artırdığı gibi Türk incirinin kaliteli ve güvenilir gıda algısını pekiştirmesini sağladı. Aydın'ın mikrokliması, kuzeyden esen rüzgârların nemi alması ve güneyden gelen sıcak havanın meyveyi olgunlaştırmasıyla dünyanın en kaliteli kurutmalık inciri olan Sarılop çeşidinin yetişmesine olanak tanıyor.

Aydın, 210 bin tonluk yaş incir üretimiyle dünya üretiminin yüzde 16'sını, Türkiye'de ise 375 bin tonluk üretimle yüzde 56'sını karşılıyor. 2024-2025 sezonunda Türkiye genelinde üretilen 69 bin 953 ton kuru incirin, 54 bin 85 tonu Aydın'dan çıkarken, 57 bin 320 tonluk ihracatın 43 bin 213 tonunu yine Aydın gerçekleştirdi.

KURU İNCİRDE İHRACAT 58,9 BİN TON OLDU

Türkiye, üretim ve ihracatında dünya lideri olduğu kuru incirde, 2024/25 sezonunu miktardaki hafif gerilemeye rağmen döviz getirisinde tarihi başarı elde etti. Türkiye, 25 Eylül 2024 tarihinde başlayan 2024/25 sezonunda, 30 Ağustos 2025 tarihine kadar geçen sürede 58 bin 903 ton kuru incir ihraç ederek 353 milyon 912 bin dolar döviz getirisi elde etti. Bir önceki sezonun aynı döneminde 61 bin 859 ton olan ihracat miktarı, bu yıl yüzde 5 oranında azalsa da elde edilen döviz getirisi yüzde 25'lik rekor bir sıçrayışla 283 milyon dolardan 353 milyon 912 bin dolara yükseldi.

Bu başarının arkasında, özellikle stratejik pazarlarda yürütülen etkin tanıtım faaliyetleri yer alıyor. Toplamda 97 ülkeye ihraç edilen Türk kuru incirinin en büyük alıcısı, 84,5 milyon dolarlık ithalatla Amerika Birleşik Devletleri (ABD) oldu. Ege İhracatçı Birlikleri'nin yürüttüğü "Turkish Tastes" isimli TURQUALITY Projesi sayesinde ABD pazarında Türk gıdasına olan ilgi katlanarak arttı. ABD'ye yapılan sevkiyat miktar bazında yalnızca yüzde 2 artarken, döviz getirisi yüzde 43 gibi çarpıcı bir artışla 59 milyon dolardan 84,5 milyon dolara ulaştı.

Avrupa pazarında da benzer bir ivme yaşandı. Fransa'ya yapılan ihracat yüzde 30'luk artışla 43,2 milyon dolara tırmanırken Almanya yüzde 32'lik bir talep artışıyla 42 milyon dolarlık Türk kuru inciri ithal etti. Bu pazarları 17 milyon dolarla Kanada ve 14 milyon dolarla İtalya takip etti.

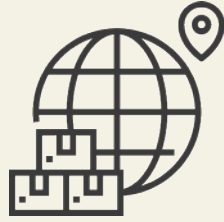
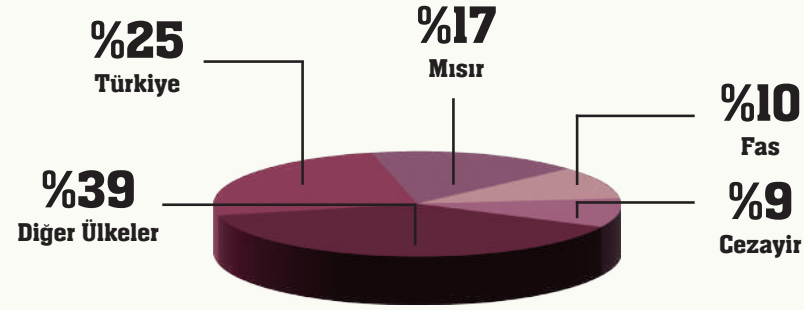
Kuru incirde 2025/26 sezonu ise 15 Ekim 2025 tarihinde başladı. Sektör, önümüzdeki dönemde 65 bin ton ihracat hacmine ulaşmayı ve ülke ekonomisine 400 milyon dolarlık rekor bir döviz girdisi sağlamayı hedefliyor.



Kayıtlara göre, Türkiye'de toplam meyve veren incir ağacı sayısı 10 milyonun üzerinde. İncir üretim alanlarının yüzde 60'ından fazlası ise Aydın il sınırları içinde yer alıyor.

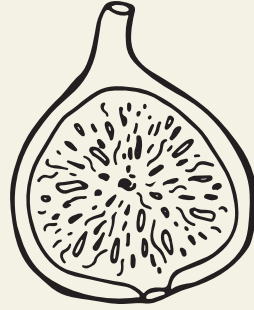
Kuru incir üretimi, neredeyse tamamen Aydın ve İzmir illerini kapsayan Büyük ve Küçük Menderes havzalarında yoğunlaşırken; taze incir tüketiminde ise Bursa Siyahı, dünyaca ünlü bir marka olarak yer alıyor.

Dünya genelindeki toplam incir üretiminde Türkiye açık ara lider konumunda



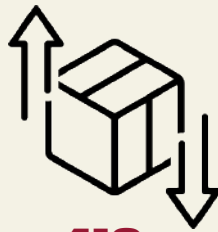
338
milyon dolar

Türkiye'nin yıllık kuru incir ihracatı



331.200
ton

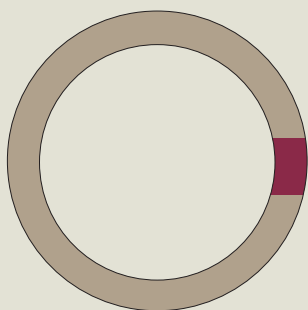
Türkiye'nin yıllık ortalama incir üretimi



419
milyon dolar

2024 yılında kuru incir ihracatının birim değeri

- Türkiye, dünya incir üretiminin %25'ini tek başına karşılıyor.
- Dünya kuru incir ihracat değerinin ise %44,9'unu elinde tutuyor.
- Türkiye'deki toplam incir üretiminin %90'ından fazlasını, kurutmaya en uygun çeşit olan "Sarılöp" oluşturuyor.



Aydın'da üretilen incirin %5'i taze tüketilirken, %95'i kurutulmuş olarak değerlendiriliyor.

İncirin Kalbi Aydın'ın performansı

- Türkiye üretimindeki payı %55,9
- Toplam incir ağacı sayısındaki payı %59,2
- 2024 yılı toplam yaş incir üretimi 209.590 ton
- Son 10 yıl içindeki yaş incir üretimi 190 bin ton (2014-2024)

"ÜRETİCİDEN İHRACATÇIYA UZANAN ENTEGRE YAPIMIZLA RAKİPLERİMİZDEN AYRIŞIYORUZ"



Mehmet Ali Işık
Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye'yi diğer incir üreticisi ülkelerden ayıran en büyük stratejik avantajı; ekolojik üstünlüğü, genetik mirası ve uzun yıllara dayanan sürdürülebilir üretim ve ihracat kültürünün bir araya gelmesidir. Özellikle Büyük Menderes Havzası'nın mikroikliması, Sarılöp başta olmak üzere dünya pazarlarında referans kabul edilen çeşitlerin yetişmesine imkân tanıyor. Bunun yanında Türkiye, üniversitelerin ve araştırma enstitülerinin bilimsel altyapısı ve çalışmaları, yetiştiricilik, hasat, kurutma teknikleri ve ihracata yönelik kalite standartları konusunda ciddi bir bilgi birikimine sahip. Üreticiden ihracatçıya uzanan entegre yapı, izlenebilirlik, tecrübe ve insan kaynağı Türkiye'yi Mısır, Fas ve Cezayir gibi rakiplerinden ayırıyor.

2024/25 sezonunda miktar bazlı düşüşe rağmen ihracat gelirin de sağlanan yüzde 27'lik artış, doğru fiyatlandırma, pazar çeşitlendirmesi ve kalite odaklı ihracat stratejisinin bir sonucu oldu. Bu artış sürdürülebilir kılmak ve 2025/26 sezonunda 400 milyon dolar hedefine ulaşmak için birkaç temel strateji öne çıkıyor. Bunların başında yüksek kaliteli ürün ve gıda güvenliği oranının artırılması, düşük kaliteli ürünlerin farklı değerlendirme kanallarına yönlendirilmesi geliyor. Ayrıca organik kuru incir, fonksiyonel gıda, atıştırılabilir ve işlenmiş ürünler gibi katma değeri yüksek segmentlere yatırım yapılmasına devam ediliyor. Geleneksel AB pazarlarının yanında Uzak Doğu, Amerika ve Körfez ülkelerinde markalaşma ve raf payı artırma çalışmaları da öncelikli hedefler arasında. Birim fiyat artışının kalıcı olabilmesi için kalite, gıda

güvenliği ve sürdürülebilirlikten ödün vermeden üretim ve ihracat zincirinin güçlendirilmesi esas alınıyor.

Aflatoksin ve okratoksin, olumsuz iklim koşulları, kuraklık, hasat yönetimi, kurutma ve depolama süreçleriyle doğrudan ilişkili olması nedeniyle kuru incir ihracatında en kritik gıda güvenliği risklerinden biri olmaya devam ediyor. Özellikle AB gibi hassas pazarlarda bu toksinler, parti reddi, imha ve ek analiz maliyetleri gibi ciddi sonuçlar doğurabiliyor. Ancak uzun yıllardır yürütülen çalışmalarda çok önemli mesafeler kat edildi. İyi tarım uygulamaları, üretici eğitimleri, karanlık odalarda ayıklama, lazer ayıklama makineleri ve taşınabilir UV lambalarının geliştirilip yaygınlaştırılması ile ayıklama teknolojileri sayesinde risk büyük ölçüde yönetilebilir hâle geldi.

Bugün gelinen noktada, aflatoksin ve okratoksin ile bulaşık ürünler fiziksel ve/veya lazer makineleriyle olabildiğince ayıklansa da, kuru incir içinde oluşabilen olası bulaşıklık görülmediği ve dolayısıyla çok fazla ayıklanmadığından dolayı riski minimize etmek mümkün olabiliyor. Türkiye, bilimsel ve teknolojik altyapısıyla bu konuda dünyada en ileri uygulamalara sahip ülkelerden biri konumunda. 2000 yılından bu yana birliğimiz tarafından yürütülen "Aflatoksinli Kuru İncirlerin İmhası Projesi" ile özel karanlık odalarda ve lazer makinelerinde ayıklanan aflatoksinli kuru incirler, Çevre ve Şehircilik Bakanlığının onayladığı biyogaz tesisinde imha ediliyor. 2025 yılında toplam 1.464 ton aflatoksinli ve küflü kuru incir toplanarak biyogaz tesisinde enerjiye dönüştürüldü.

2000 yılından bu yana birliğimiz tarafından yürütülen "Aflatoksinli Kuru İncirlerin İmhası Projesi" kapsamında, 2025 yılında toplam 1.464 ton aflatoksinli ve küflü kuru incir toplanarak biyogaz tesisinde enerjiye dönüştürüldü.

Şehirler

Yeniden Nefes Alabilir mi?



Akıllı ve yeşil şehir vizyonunu, sıfır atıktan yeşil enerjiye uzanan bütüncül kalkınma hamlesiyle kurgulayan Türkiye; afetlere dirençli, dijital altyapısı güçlü ve ekosistemle uyumlu bir gelecek için yarının şehirlerini bugünden inşa ediyor.

Hızla artan dünya nüfusu ve eşi benzeri görülmemiş bir hızla ilerleyen sanayileşme, kentlerin çehresini geri dönülemez biçimde değiştirirken, yerel yönetimleri sürdürülebilirlik kavramıyla çok daha yakından yüzleşmek zorunda bırakıyor. İklim değişikliği, doğal kaynakların tükenmesi ve çevre kirliliğinin ulaştığı boyutlar, modern kentleşme anlayışında köklü bir değişimi zorunlu kılıyor.

Bugün dünya nüfusu 8,2 milyar aşmış durumda. Türkiye'nin nüfusu ise 2025 yılında bin 5 artışıyla 86 milyonu geçti. Türkiye, özellikle son çeyrek asırda yaşadığı yoğun göç ve hızlı kentsel büyümenin yarattığı sorunları, yüksek ekolojik duyarlılık ve ileri teknoloji ile harmanlayarak bir fırsata çevirme yolunda önemli adımlar atıyor. Türkiye'nin akıllı şehirlere yönelik attığı adımların temeli ise "akıllı ve yeşil şehir" vizyonuna dayanıyor.

TEKNOLOJİ VE DOĞANIN KUSURSUZ DENGESİ BİRLEŞİYOR

Artık şehirlerin yalnızca ekonomik birer büyüme motoru değil, aynı zamanda nefes alan, kendi kendine yetebilen ve doğayla tam uyum içinde yaşayan canlı ekosistemler olması gerektiği inancıyla hareket ediliyor. Bu bağlamda, dijital teknolojilerin sunduğu sınırsız imkânlar ile doğanın kusursuz dengesi bir araya getirilerek "akıllı ve yeşil şehir" vizyonu başarıyla hayata geçiriliyor. Şehirlerin karbon ayak izini silmeyi, hava ve su kalitesini iyileştirmeyi, döngüsel ekonomiyi gündelik kentsel hayatın sıradan bir parçası kılmayı amaçlayan bu vizyon, Türkiye'nin

uluslararası arenadaki çevre odaklı konumunu da her geçen gün güçlendiriyor.

İklim krizine karşı sağlam bir savunma hattı örmenin ötesinde, gelecek nesillere her açıdan yaşanabilir, güvenli ve çevresel şoklara karşı dirençli şehirler bırakma ideali, tüm stratejik planlamaların merkezine yerleşiyor. Enerji verimliliğinden akıllı ulaşım, kentsel tarımdan sıfır atık projelerine kadar uzanan bu geniş yelpaze, Türkiye'nin dijital ve doğal dönüşüm yolculuğunun kilometre taşlarını oluştururken hem vatandaşlara hem de dünyaya ilham veren bir kalkınma hikâyesinin de temelini atıyor.

İlgili bakanlıkların öncülüğünde hayata geçirilen vizyon, teknolojiyi yalnızca ulaşılamaz bir amaç değil, toplumsal refahı kalıcı biçimde artırmak için kullanışlı ve güçlü bir araç olarak konumlandırıyor. Uzun vadeli hedefler doğrultusunda uygulamaya konulan Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı ise yerel dinamiklere uyumu merkeze alırken, şehirlerin hem fiziksel hem de dijital altyapısını uyumlu şekilde dönüştürmeyi amaçlayan devasa bir yol haritası sunuyor.

TÜRKİYE'NİN YEŞİL EKONOMİ VİZYONU

Türkiye, ekolojik sürdürülebilirliği ekonomik kalkınmanın merkezine yerleştirerek yeşil ekonomiye geçiş sürecinde çok boyutlu ve yenilikçi bir vizyon ortaya koyuyor. Bu yapısal dönüşümün en önemli itici güçlerinden birini, çevre dostu projelere can suyu olan yeşil finansman mekanizmaları ve karbon piyasaları oluşturuyor. Üretim süreçlerinin çevresel maliyetini dengelemek amacıyla



Türkiye'nin Sürdürülebilir Kalkınma Vizyonu

Sıfır Atık Hareketi: Türkiye'de atık yönetimini düzenleme hedefiyle 2017 yılında başlatılan Sıfır Atık Projesi, geri dönüşüm oranlarını yükseltiyor. Paylaşılan verilere göre, 2023 itibarıyla geri dönüşüm oranı yüzde 27'ye ulaştı. Hedef bu oranı, 2035'te yüzde 60'a çıkarmak.

Ulusal Akıllı Şehir Stratejisi: Türkiye genelinde teknoloji odaklı kentsel yönetimi temel alan bu strateji doğrultusunda, 81 ilde su kaynaklarının dijital takibi, akıllı trafik ağlarının kurulumu ve enerji verimliliği odaklı sistemler hızla devreye alınıyor. Ankara, İstanbul, Konya ve Gaziantep ise çözümlerin test edildiği pilot merkezler olarak öne çıkıyor.

Yenilenebilir Enerji Politikaları: 2023 yılı itibarıyla ulusal elektrik üretiminin yüzde 42'si tamamen temiz kaynaklardan elde ediliyor. Bu oranın 2030 yılına kadar yüzde 55 seviyesine taşınması hedeflenirken; rüzgâr, güneş ve hidroelektrik santrallerine yönelik stratejik yatırımlar da ivme kazanarak büyümeye devam ediyor.

Karbon Nötr Şehirler Projesi: Türkiye'nin 2053 Net Sıfır Karbon vizyonu, yoğun nüfuslu metropollerde karbon ayak izini azaltmayı amaçlıyor. Yerel yönetimler, toplu taşımada otonom ve elektrikli araç kullanımını genişletirken, yeni yeşil alanları da şehir yaşamına kazandırıyor.

Uzun vadeli hedefler doğrultusunda uygulamaya konulan Ulusal Akıllı Şehirler Stratejisi ve Eylem Planı, yerel dinamiklere uyumu merkeze alırken, şehirlerin hem fiziksel hem de dijital altyapısını uyumlu şekilde dönüştürmeyi amaçlayan devasa bir yol haritası sunuyor.

karbon emisyon ticareti altyapısı hızla güçlendirilirken, sürdürülebilir yatırımları teşvik eden yeşil dönüşüm piyasalarının genişletilmesi için stratejik adımlar kararlılıkla atılıyor.

Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınma vizyonu, çevresel teknolojileri modern şehircilikle harmanlayan, bütüncül bir dönüşümü temsil ediyor. Bu stratejinin kalbinde yer alan Sıfır Atık Hareketi, atığı ekonomik bir kaynağa dönüştürerek döngüsel ekonomi modelini toplumsal bir kültüre dönüştürüyor. Bu proje, Ulusal Akıllı Şehir Stratejisi ile dijital bir boyuta taşınarak, veriye dayalı yönetim sistemleriyle şehirlerin kaynak verimliliğini üst seviyeye çıkarıyor.

Sürecin enerji ayağını oluşturan Yenilenebilir Enerji Politikaları ise kamu binalarından sanayi bölgelerine kadar temiz enerji kullanımını yaygınlaştırarak dışa bağımlılığı azaltırken, yeşil kalkınmanın da itici gücü hâline geldi. Tüm bu gelişmeler, Karbon Nötr Şehirler Projesi ile taçlanarak Türkiye'nin 2053 Net Sıfır Emisyon hedefine rehberlik diyor. Bu vizyon, sadece binaların veya enerjinin dönüşümü değil; iklim kanunuyla desteklenen, afetlere dirençli ve gelecek nesil-



lere daha yaşanabilir bir dünya bırakmayı amaçlıyor.

GERİ DÖNÜŞÜMÜN 2035'TE YÜZDE 70'E ÇIKARILMASI HEDEFLENİYOR

2017 yılında başlatılmasının ardından küresel bir çevre hareketine dönüşen Sıfır Atık Projesi; bugün 205 bin binada kurulan sistemler, 81 il için hazırlanan eylem planları ve yedi bölgedeki pilot ilçelerle devasa bir ivme kazandı. 2017'de yüzde 13 olan belediye atığı geri dönüşüm oranı; 2021'de yüzde 27,2'ye, 2022'de yüzde 30,13'e, 2023'te yüzde 34,92'ye ve 2024 yılı itibarıyla yüzde 36,08'e ulaştı. Bu verimin, 2035 yılında yüzde 60'a,

2053'te ise yüzde 70'e çıkarılması hedefleniyor.

Atıkların birer ekonomik değere dönüştüğü bu vizyon, depozito yönetim sistemi ile daha da güçleniyor. Makine altyapısı Sakarya'da kurulan ve Temmuz 2025'ten itibaren "7 bölge 7 il" temasıyla Samsun, Erzurum, Konya, İzmir, Gaziantep ve Mersin'de devreye alınan bu sistem, Ankara'da 20 ve İstanbul'da üç olmak üzere toplam 23 kamu binasına yerleştirildi. 2025 sonunda ülke geneline yayılması ve 2026'da tam kapasiteye geçmesi planlanan sistem sayesinde her yıl 25 milyar şişeden fazlası geri dönüştürülecek. Ek olarak, yedi sektörü içeren Ulusal Döngüsel Ekonomi Stratejisi ile atık maliyetleri düşürülerek eko-

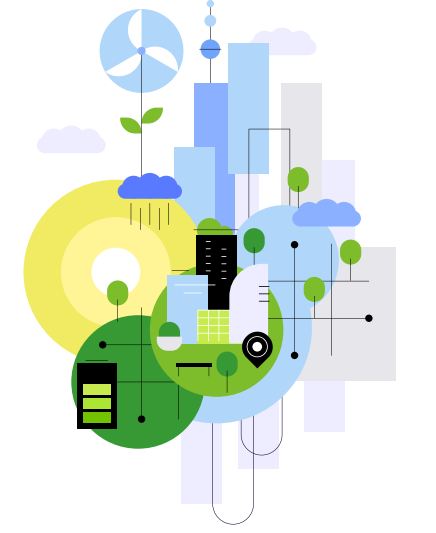
nomiye 350 milyar TL katkı ve 100 bini aşkın yeni istihdam sağlanması, bölgesel yatırımların belirlendiği 2025-2035 planlamalarıyla güvence altına alınıyor.

MİLLET BAHÇELERİ ŞEHİRDE YAŞAM KALİTESİNİ ARTIRIYOR

İklim krizine karşı en güçlü savunma hatlarından olan karbon yutak alanlarının oranı, ülke yüz ölçümünün yüzde 13,33'üne yükseltilerek toplam korunan alan sayısı 4.217'ye ulaştırıldı. Biyolojik çeşitliliğin korunduğu 19 adet Özel Çevre Koruma Bölgesi'ndeki bu vizyon, denizlerde de hassasiyetle uygulanıyor. Fethiye-Göcek sahilinde başlatılan pilot projeye 90,20 kilometrekarelik 17 koyda; 925 deniz mapası, 906 tonoz ve 906 şamandıra kurularak toplam 886 tekneye çevreci hizmet sunuluyor.

Şehirlerde ise yaşam kalitesini artıran millet bahçeleri projesi hız kesmiyor. "81 İlde 81 Milyon Metrekare" hedefiyle planlanan toplam 543 bahçenin inşasında büyük aşama kaydedildi. Bugün itibarıyla 36,5 milyon metrekarelik 313 bahçe tamamlanırken, 45,1 milyon metrekarelik 230 bahçenin çalışmaları sürüyor. Sadece İstanbul'da 5,5 milyon metrekarelik 34 bahçe hizmete açıldı, 20'si devam ediyor. Türkiye genelinde ise 6,3 milyon metrekareyi kapsayan 36 bahçenin açılışı için çalışmalar devam ediyor.

Yedi sektörü içeren Ulusal Döngüsel Ekonomi Stratejisi ile atık maliyetleri düşürülerek ekonomiye 350 milyar TL katkı ve 100 bini aşkın yeni istihdam sağlandı.



Sürdürülebilir Su Yönetimi Gelişiyor

Yeşil şehirlerin inşasında su ve atık altyapısı, tarihi bir eşiği atıyor. 2002 yılında 145 olan atık su arıtma tesisi sayısı 2025'te 1.258'e çıkarılarak, hizmet verilen belediye nüfusu yüzde 35'ten yüzde 91,1'e yükseltildi. Hâlihazırda yüzde 6,7 oranında kullanılan arıtılmış atık suların, 2028'de yüzde 11'e, 2030'da ise yüzde 15'e çıkarılması hedeflenirken bu suları yeniden kullanan tesislere yüzde 100'e varan enerji teşviki sağlanıyor. Katı atık tesislerinde de ciddi bir ilerleme kaydedilmiş durumda. 20 yıl önce sadece 15 olan katı atık düzenli depolama tesisi sayısı, günümüzde 97'ye ulaşarak 1.252 belediyede toplam nüfusun yüzde 96,1'ine modern, çevreci ve güvenli bir atık yönetimi hizmeti sunuyor.



Melda Dikmen Gürel
Treso İç Mimarlık Kurucusu

“Zamansızlık, Trendleri Doğru Dozda ve Doğru Yerde Kullanabilmekle İlgili”

İç mimaride estetiği, işlevsellik ve güçlü bir karakterle harmanlayan Treso İç Mimarlık Kurucusu Melda Dikmen Gürel; insanı odağına aldığı tasarım sürecinde, mekânları kullanıcının ruhuna ve yaşam ritmine göre kurguluyor. Gürel ile trendlerin ötesinde, zamansız malzeme seçimlerinin ve rafine detayların hâkim olduğu tasarımlarını konuştuk.

Öncelikle sizi tanımak ve Treso İç Mimarlık'ın kuruluş öyküsünü dinlemek isteriz. 2011 yılından bu yana varlığını sürdüren mimarlık şirketiniz hangi alanlarda hizmet veriyor?

Treso İç Mimarlık; tohumları çocukluk hayallerimde atılan, eğitim hayatım ile olgunlaşan, hayranlıkla takip ettiğim girişimci hikâyelerinin cesaretiyle meslek hayatımın erken yıllarında kurma şansı bulduğum bir tasarım ofisi. Tasarımı yalnızca estetik bir çıktı olarak değil yaşamı doğrudan etkileyen bir deneyim olarak ele alan bir anlayış üzerine kuruldu.

Bugün Treso İç Mimarlık bünyesinde, ağırlıklı olarak üst segment konut projelerinde tasarım ve uygulama hizmeti veriyoruz. Bunun yanı sıra ofis, klinik ve seçili ticari alanlarda da mekânın karakterine ve kullanıcıya özel çözümler üretiyoruz. Her projeyi, kendi bağlamı ve hikâyesi olan özgün bir tasarım süreci olarak ele alıyoruz.

Projelerinizde her kullanıcının alışkanlıklarına ve estetik anlayışına göre şekillenen özenli bir iççilik sergiliyorsunuz. Bir mekânı sadece güzel olmaktan çıkarıp yaşayan bir senaryoya dönüştürürken odaklandığınız kritik detaylar nelerdir? Treso imzasını bir mekânda hangi dokunuşlardan hemen tanıyabiliriz?

Bizim için mekân tasarımı; bir sonuçtan daha çok iyi kurgulanmış bir süreçtir. Merkezine insanı yani kullanıcıyı alır. Kullanıcının alışkanlıklarını, beklentilerini ve yaşam ritmini doğru okuyarak ona çok daha iyi bir yaşam deneyimi sunar. Tasarladığımız mekânları bu bağlamda âdeta “kişiye özel dikilmiş bir ceket” gibi tanımlamayı severiz.

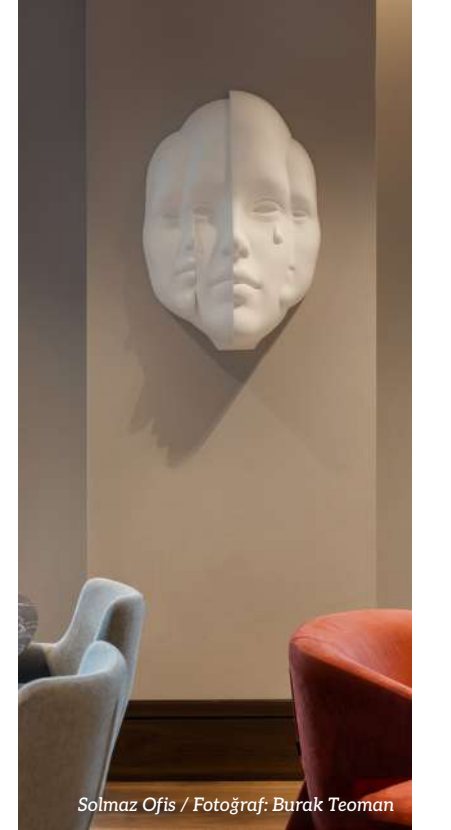
Bu nedenle tasarım sürecinin en başında, kullanıcıyı tanımaya ve anlamaya büyük zaman ayırırız. Günlük alışkanlıklar, yaşam ritmi, mekânla kurulan duygusal bağ bizim için belirleyici olur.



Villa SUU / Fotoğraf: Ümit Okan



Prof. Dr. Burçak Bilginer Klinik / Fotoğraf: Burak Teoman



Solmaz Ofis / Fotoğraf: Burak Teoman

Treso imzası kendini genellikle zamansız malzeme seçimleri, dengeli renk paletleri, rafine detay çözümleri ve abartıdan uzak ama güçlü estetik dili ile gösterir. Mekânın kendi içinde sessiz ama karakterli, güçlü ve net bir bütünlük sunması bizim için çok kıymetlidir.

Günümüz dünyasında trendler hızla değişiyor. Böyle bir ortamda, bir mekânın zamansız kalmasını sağlayan temel dinamikleri sizce neler oluşturuyor?

Zamansızlık, trendlerden tamamen kopmak değil de onları doğru dozda ve doğru yerde kullanabilmekle ilgili. Bizim için zamansız bir mekân; fonksiyonel kurgusu iyi düşünülmüş, malzeme kalitesi yüksek ve kullanıcıya uzun yıllar eşlik edebilecek bir altyapıya sahip olandır. Değişen ihtiyaçlar için esneklik sağlayabilecek kapasite öngörülerek tasarlanmış olmalıdır.

Treso imzası kendini genellikle zamansız malzeme seçimleri, dengeli renk paletleri, rafine detay çözümleri ve abartıdan uzak ama güçlü estetik dili ile gösterir. Mekânın kendi içinde sessiz ama karakterli, güçlü ve net bir bütünlük sunması bizim için çok kıymetlidir.

Mekânın ana kurgusu güçlü olursa zaman içinde değişmesi gereken unsurlar kolaylıkla dönüşebilir. Yapısal malzemelerde daha yalın ve dingin bir baz, tüm mekân kurgusunda takip edilmiş iyi bir matematik dengesi; bizim zamansız estetik anlayışımızın temel dinamiklerini oluşturuyor.

Sürdürülebilirlik artık projelerin eklentisi değil, ana karakteri hâline gelmiş durumda. Sizin için sürdürülebilir mimari tasarım ne ifade ediyor? Bir projeyi estetik olduğu kadar sürdürüle-

bilir de kılan temel kriterleriniz neler?

Sürdürülebilirlik bizim için yalnızca malzeme ya da teknik bir başlık değil tasarıma yaklaşım biçimi diyebiliriz. Hızla tüketilen, kısa sürede değiştirilen mekânlar üretmek yerine; uzun vadede değerini koruyan, esnek ve zamansız çözümler üretmeye odaklanıyor ve bunu kurulduğumuz günden bu yana çok önemsiyoruz.

Bizim için sürdürülebilir mimari tasarım aslında çok katmanlı ve bileşeni olan bir yaklaşım biçimi. Sadece malzeme ölçөгünden bu



Solmaz Ofis / Fotoğraf: Burak Teoman



Prof. Dr. Burçak Bilginer Klinik / Fotoğraf: Burak Teoman

Hızla tüketilen, kısa sürede değiştirilen mekânlar tasarlamak yerine; uzun vadede değerini koruyan, esnek ve zamansız çözümler üretmeye odaklanıyor ve bunu kurulduğumuz günden bu yana çok önemsiyoruz.



Solmaz Ofis / Fotoğraf: Burak Teoman

konuya yaklaşacak olsak bile bir projede seçtiğiniz malzemenin üretim tekniğiyle başlayan sürdürülebilirlik kavramı, o malzemenin kullanıma bağlı dayanım durumundan, kaliteli bir uygulama işçiliği sayesinde kullanım ömrünün uzatılmasına kadar; farklı perspektiflerden bakış açıları gerektiriyor.

Kullanıcının vizyonuna ve gustosuna uygun tasarımı sunmak, yaşam senaryoları üzerine iyi düşünülmüş proje çözümleriyle gereksiz tüketimin önüne geçmek yine sürdürülebilirliğin önemli bir parçası. Bu anlamda estetikle sürdürülebilirliği birbirinden ayırmadan, dengeli bir tasarım dili kurmaya çalışıyoruz.

Tasarımlarınızdaki renk kullanımında nasıl bir çizgide ilerliyorsunuz? Mekânlarda rengi sadece görsel bir tercih olarak mı, yoksa kullanıcının mekâna aidiyetini sağlayan psikolojik bir araç olarak mı konumlandırıyorsunuz?

Renk, kesinlikle mekânla kurulan ilişkinin en güçlü psikolojik araçlarından biri. Ancak aynı zamanda

en hızlı tüketilen unsurlardan da biri olduğunu göz ardı etmemek gerekiyor. Bu anlamda az önce de üzerinde durduğumuz tasarım anlayışımız sebebiyle renk kullanımına biraz daha stratejik yaklaşığımızı söyleyebilirim.

Genel olarak daha sakin, zamansız paletlerle çalışmayı; rengi ise değişebilir, tamamlayıcı öğelerde daha cesur kullanmayı tercih ediyoruz. Böylece kullanıcı, mekânla olan bağını zaman içinde kaybetmeden, gerektiğinde dönüştürebiliyor.

Mekânların ruh hâlini belirlemede bir mimari unsur olarak tekstil ürünlerinin yerini nasıl yorumluyorsunuz? Tekstil ürünlerini seçerken tercihlerinizi neler belirliyor?

Toplumumuzda mekânla kurulan ilişki yalnızca görsel değil; dokunsal ve duyuşsal bir ilişkidir. Kumaşa dokunmak, yüzeye temas etmek, malzemenin hissini algılamak; kültürel olarak bizim için çok güçlü bir refleks. Bu nedenle tekstil ürünleri, bizim için mekânın ruh hâlini belirleyen en temel mimari unsurlardan biri.

Mekâna sıcaklık, denge, karakter ve ruh kazandıran son derece güçlü bir unsur.

Hatta bazen bir doku ve onun ortaya koyduğu his bir tasarımın ilham noktasını bile oluşturabiliyor. Bu noktada tekstil seçimi bizim için sadece döşemelik, perde, halı gibi daha bilindik öğelerle de sınırlı kalmıyor. Özellikle bir konutta sofa tekstilinden, yatak ve banyo tekstillerine kadar daha bütüncül bir yaklaşım benimsiyoruz.

Türkiye, üretim kalitesi ve malzeme çeşitliliği (mermer, tekstil, mobilya) konusunda çok güçlü bir potansiyele sahip olsa da markalaşma konusunda hâlâ eksikler bulunuyor. Türk tasarımcıların dünya sahnesinde daha fazla söz sahibi olabilmesi için sizce ekosistemin neye ihtiyacı var?

Türkiye, üretim gücü, zanaatkarlık geleneği ve malzeme çeşitliliği açısından son derece güçlü bir altyapıya sahip. Ancak bu potansiyelin uluslararası ölçekte değer kazanabilmesi için tasarım, strateji ve markalaşmanın birlikte ilerlemesi gerekiyor.

Türk tasarımcıların kendi kimliklerini koruyarak, daha cesur ve tutarlı bir duruş sergilemeleri gerekiyor. Bununla birlikte özgün bir bakış açısıyla hem anlatıcı hem de lider rolünü üstlenmeleri stratejik anlamda önem taşıyor. Markalaşma yolculuğu kesinlikle iyi bir hikâye anlatıcılığı istiyor. Sürecin aslında çok da kolay olmaması iyi bir lider rolü gerektiriyor.

Bu yolculukta, markalaşabilen diğer hikâyelerde; sonucun başarısı, süreci dinleyicisinin zihninde pürüzsüz gibi imgeleştiriyor belki. Ama aslında başarı, çoğu zaman birçok başarısızlığın birleşiminde, sabırla ve azimle benzer yolları defalarca yürüyebilme becerisinde saklı. Bazen özgün tasarımlar iyi hikâyelerle anlatılsa da yolculukta çok erken vazgeçme yönelimi de markalaşmanın başarıyla sonuçlanmasını ne yazık ki engelleyebiliyor.

2026 yılı itibarıyla mimari trendler nasıl şekillenecek? Son dönemde tüketicilerin farklılaşan tercihleri ile ilgili neler söylersiniz?

Mimari trendlerin merkezinde artık biçimden çok insan ve insan deneyimi yer alıyor. Mekânlar yalnızca estetik olarak etkileyici olmakla yetinmiyor; kullanıcının ruh hâline, yaşam ritmine ve "iyi olma" ihtiyacına hizmet edecek şekilde kurgulanıyor. Bu da tasarımda daha duyuşsal, daha katmanlı ve daha kişisel yaklaşımları beraberinde getiriyor.

Pandemi süreci ile içine ve özüne dönen kullanıcı, artık kendini daha iyi tanıyor. Ona neyin iyi geldiğini ve ne istediğini daha iyi biliyor. Bunu önemsiyor ve yaşadığı mekânda da bu iyi gelme hâline odaklanıyor.

Kopyalanabilir stiller yerine, kişisel hikâyesini yansıtan, zamansız ve dönüştürülebilir mekânlar tercih ediliyor. Bu da mekânları ve tasarımı daha bireysel, daha sezgisel bir noktaya taşıyor diyebiliriz. Kullanıcısının yaşam kalitesini iyileştirmeye hizmet eden mekânların çıkmasına olanak sağlıyor. Trendlerden bağımsız olarak, kendini tanıyan ve ihtiyaçlarını doğru ifade edebilen kullanıcılarla ortaya çıkan projeler de her zaman daha güçlü ve kalıcı oluyor.



Dünyaya Yayılan Yerli Cevher Seramik

Ham maddesini yerli kaynaklardan alan ve 1,4 milyar doları aşan ihracatıyla 148 ülkeye ulaşan Türk seramik sektörü, Avrupa'nın üçüncü, dünyanın ise dokuzuncu büyük üreticisi olarak küresel seramik liginde üretim üssü konumunda.

Anadolu'nun binlerce yıllık çömlekçilik geleneğini modern teknolojiyle harmanlayan seramik, bugün Türkiye'nin sanayileşme hamlesinde ve ihracat odaklı büyüme modelinde stratejik bir rol üstlenen, katma değeri yüksek lokomotif sektörler arasında yer alıyor. Geleneksel üretim kültürünü modern teknolojiyle birleştiren bu dev sanayi, inşaat malzemeleri alanında olduğu kadar ileri teknoloji gerektiren teknik seramiklerde de küresel bir oyuncu konumunda. Ayrıca ihracatta yerli kaynakları en verimli kullanan ve ithalata bağımlılığı en az olan sektörlerden biri olarak, ülkenin stratejik güçlerinden biri olmayı istikrarla sürdürüyor.

1950'li yıllarda filizlenen, 1980'lerden itibaren ise dünyaya açılan Türk seramik sektörü, bugün 4,6 milyar dolarlık üretim değeri ve 1,4 milyar doları aşan ihracatıyla küresel devler arasında rekabet ediyor. 68 bin kişiye doğrudan, yarım milyon insana ise dolaylı istihdam sağlayan sektör, Türkiye ekonomisine sağladığı net döviz girdisi ve yarattığı istihdam ile "yerli ve milli" üretimin lokomotiflerinden biri olarak biliniyor.

SEKTÖR AVRUPA'DA İLK ÜÇ ÜRETİCİ ÜLKE ARASINDA YER ALIYOR

Türk seramik sektörünün en güçlü olduğu alanların başında seramik karo ve kaplama malzemeleri geliyor. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren gerçekleştirilen teknolojik yatırımlar, Türkiye'yi bu alanda bir dünya markası hâline getirmiş durumda. 2022 verilerine göre Türkiye, sahip olduğu yüksek üretim kapasitesi ve 385 milyon metrekarelik devasa üretimiyle Avrupa'nın üçüncü, dünyanın ise dokuzuncu büyük üreticisi ünvanını elinde bulunduruyor.

İhracatta da benzer bir tablo hâkim. Türkiye, dünya genelinde seramik karo ihracatında beşinci sırada yer alarak 148 farklı ülkeye Türk imzasını taşıyor. Pandemi sonrası yaşanan tedarik zinciri kırılmalarına rağmen sektör, 2020-2022 yılları arasında üst üste büyüme kaydederek 524 milyon metrekarelik toplam üretim kapasitesine ulaşmayı başardı. İç pazardaki konut ihtiyacı ve yenileme projeleriyle desteklenen bu büyüme, 42 büyük ölçekli firmanın rekabetçi gücüyle perçinleniyor.



Seramik Sektörünün Yıllara Göre İhracatı

1,4
milyar dolar
2025

1,3
milyar dolar
2024

Eskişehir, Bilecik ve Kütahya hattı, seramik sektörünün ana üretim havzası olarak öne çıkarken; İzmir, Manisa, Çanakkale ve Çorum gibi iller ise diğer önemli üretim merkezleri arasında yer alıyor.

Türkiye'deki seramik üretimi coğrafi olarak belirli bölgelerde kümelenmiş durumda. Eskişehir, Bilecik ve Kütahya hattı, sektörün ana üretim havzası olarak öne çıkarken; İzmir, Manisa, Çanakkale ve Çorum gibi iller de diğer önemli üretim merkezleri arasında yer alıyor. Bu kümelenme modeli, ham maddeye erişim ve lojistik avantajlar sağlayarak sektörün rekabetçiliğini artırıyor.

NİTELİKLİ BÜYÜME DÖNEMİNDE

Sektör küresel pazarlardaki tüm dalgalanmalara rağmen ihracat performansını artırmaya devam ediyor. Dünya genelinde seramik talebinin yüzde 2,5 oranında gerilediği bir dönemde, Türkiye hem pazar payını korudu hem de Avrupa pazarındaki liderliğini pekiştirdi. 2024 yılı verilerine göre, toprak, cam ve seramik ürünleri grubunun toplam ihracatı 2,95 milyar dolara ulaşırken; bu başarıda, Türk seramiklerinin kalite algısının yüksekliği ile tasarım odaklı ürün geliştirme süreçlerinin etkili olduğu görülüyor.

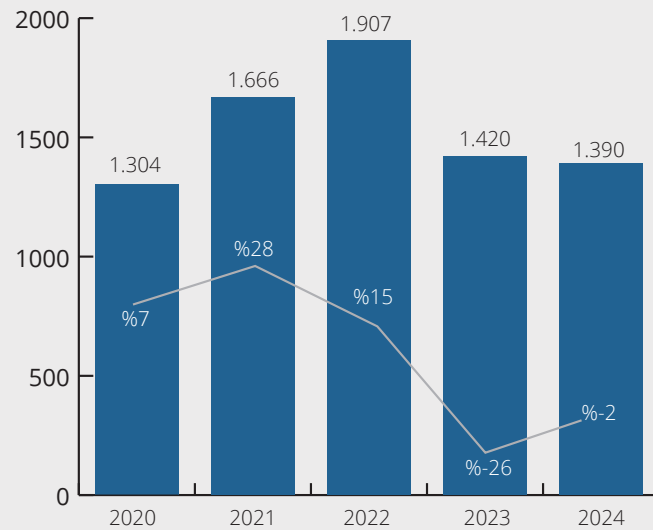
2024 yılını 1,38 milyar dolarlık toplam ihracat hacmiyle tamamlayan sektör, özellikle inşaat seramikleri grubunda sağladığı 860 milyon dolarlık net ticaret katkısıyla 20 farklı sanayi kolu arasında "İhracat Katkı Endeksi" sonuçlarında liderliği üstlendi.

2025'in ilk çeyreğinde seramik karo ve fayans ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 16,7 artışla 210 milyon dolara, seramik sağlık gereçleri ihracatı ise yüzde 9,4 artışla 93 milyon dolara yükseldi. Frit ve emaye gibi ara mali ihracatındaki çift haneli büyüme, sektörün sadece nihai ürün değil, ham madde tedariginde de güçlendiğini kanıtıyor.

İHRACAT PAZARINDA AVRUPA ÜLKELERİ BAŞI ÇEKİYOR

Türkiye'nin seramik ihracatında ana pazarı, kalite ve standartlarının en yüksek olduğu Avrupa Birliği ile Kuzey Amerika ülkeleri oluşturuyor. 2024 yılı ihracat verilerine göre, sektörün en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler arasında başı, 152 milyon dolar ile Almanya çekiyor.

Seramik Sektör İhracatı (Milyon Dolar)



İkinci sırada 130 milyon dolarla Amerika Birleşik Devletleri (ABD), üçüncü sırada ise 105 milyon dolarla İngiltere yer alıyor.

ABD, sektörün en büyük ve en hızlı büyüyen pazarlarından biri olarak 2024 yılında yüzde 16'lık pay ile en büyük ihracat pazarı oldu. 2025'in ilk çeyreğinde ise frit ve pigment gibi ürünlerde ABD'ye yapılan ihracat yüzde 18 oranında artış gösterdi.

Almanya, İngiltere ve İtalya'nın başı çektiği Avrupa ülkeleri de yine Türk seramiğinin en çok tercih edildiği geleneksel pazarlar arasında yer alıyor. Sektör, pazar çeşitliliği stratejisi kapsamında Orta Doğu ve Afrika'nın yanı sıra Güney Amerika ve Uzak Doğu pazarlarına da odaklanmış durumda.

İKLİM KRİZİ DÖNÜŞÜMÜ ZORUNLU KILIYOR

Çimento, cam, seramik ve toprak ürünleri, birçok ana sektöre ham madde tedarik etmesi açısından Türkiye'nin ihracat lokomotifleri arasında yer alsa da sektör, Avrupa Yeşil Mutabakatı (AYM) ve Sınırda Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM) gibi uluslararası düzenlemelerin odağında yer alıyor. Seramik sektörü, enerji ve kaynak yoğun

yapısı nedeniyle yeni yeşil ticaret düzeninden en doğrudan etkilenecek alanların başında geliyor.

Türkiye'nin seramik ihracatının yaklaşık yüzde 40'ının AB'ye yapılması, 2030 yılına kadar SKDM kapsamına alınması beklenen sektör için stratejik bir uyum sürecini zorunlu kılıyor. Fosil yakıtlara olan bağımlılığın azaltılması, karbon ve su ayak izinin minimize edilmesi, sadece çevresel bir sorumluluk olmaktan çıkarak küresel rekabetçiliğin korunması için bir varlık sebebi hâline geldi.

Türkiye'nin ulusal emisyon ticaret sistemini (ETS) kurma çalışmaları ve İklim Kanunu hazırlıkları, ihracatçının karbon maliyeti yükünü hafifletmeyi amaçlıyor. Ancak seramik sektörü gibi yüksek yatırım gerektiren alanlarda, yenilenebilir enerjiye geçiş ve teknolojik modernizasyon için güçlü teşvik mekanizmalarına ve yeşil finansmana ihtiyaç duyuluyor. Sürdürülebilirlik odaklı bu dönüşümün başarıyla yönetilmesi, Türk seramik sektörünün sadece AB pazarındaki yerini sağlamlaştırmakla kalmayacak, aynı zamanda onu küresel sürdürülebilir ticaretin öncü oyuncularından biri hâline getirecek.

2025'in ilk çeyreğinde seramik karo ve fayans ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 16,7 artışla 210 milyon dolara, seramik sağlık gereçleri ihracatı ise yüzde 9,4 artışla 93 milyon dolara yükseldi.



İGE'den İhracatçının Gücüne Güç Katacak Üç Stratejik Destek

Bugüne kadar 240,2 milyar TL tutarında krediye kefalet sağlayan ve 13 bini aşkın firmaya erişen İGE, stratejik ürünleriyle firmalara sürdürülebilir ihracat imkânı sunmaya devam ediyor.

Ülkemizin ekonomik kalkınma vizyonu doğrultusunda ihracatın sürdürülebilir ve istikrarlı biçimde artırılması büyük önem taşıyor. İhracatı Geliştirme AŞ (İGE), ihracatçıların gelişen ve çeşitlenen finansman ihtiyaçlarını gözeterek, kamu desteği ve güçlü paydaş yapısıyla oluşturduğu ekosistem sayesinde ihracatın sürdürülebilirliğini destekliyor ve istikrarlı büyümesine katkı sunuyor.

İGE, yalnızca ihracatçıların krediye erişimini kolaylaştırmakla kalmıyor; aynı zamanda finansman maliyetlerinin düşürülmesini, kaynak çeşitliliğinin

artırılmasını ve uzun vadede sağlam bir finansman yapısının tesis edilmesini hedefliyor. Bu kapsamda bugüne kadar 240,2 milyar TL tutarında krediye kefalet sağlayan ve 13 bini aşkın firmaya erişen İGE, stratejik ürünleriyle öne çıkıyor: İGE Destek Paketi, Yabancı Para Kefalet Destek Paketleri ve E-İhracat Destek Paketi.

Teminat yetersizliği yaşayan ihracatçılardan dijital dönüşüm sürecindeki firmalara, yabancı para finansmana ihtiyaç duyan işletmelerden yeni pazarlara açılmak isteyen KOBİ'lere kadar geniş bir kesim, bu paketler aracılığıyla sürdürülebilir ihracat imkânına kavuşuyor.

İGE DESTEK PAKETİ

İhracatçı firmaların krediye erişimde karşılaştıkları en önemli sorunlardan biri teminat yetersizliği. İGE Destek Paketi, bu ihtiyaca çözüm üretmek amacıyla esnek ve uzun vadeli finansman imkânı sunacak şekilde tasarlandı.

Paket kapsamında sağlanan kefalet desteğiyle firmaların krediye erişimi hızlanırken, paketin sunduğu avantajlarla ihracatın sürdürülebilirliğine doğrudan katkı sunuluyor.

YABANCI PARA KEFALET DESTEĞİ

İhracat işlemlerinin büyük bölümü döviz bazlı gerçekleşirken, firmaların finansman ihtiyaçları da çoğu zaman yabancı para cinsinden oluyor. Bu noktada teminat yapısının güçlendirilmesi, firmaların kur riskini daha etkin

Bugüne kadar 1,6 milyar dolar tutarında yabancı para krediye kefalet sağlayan İGE, sunduğu yenilikçi ve hedef odaklı finansman çözümleriyle yalnızca bir kefalet kurumu değil; ihracatçının yanında konumlanan stratejik bir çözüm ortağı olarak faaliyet gösteriyor.

yönetebilmesi açısından kritik rol oynuyor. İGE kefaletiyle gerek özkaynak gerekse T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı kaynaklarından kullanılan yabancı para krediler, ihracatçılara önemli avantajlar sunuyor:

- Yabancı para reeskont kredisi yalnızca İGE kefaletiyle Eximbank üzerinden kullanılabilir.
- Bankalar, İGE kefaletiyle kullandıkları yabancı para nakdi kredilerde yüzde 0,5 büyüme sınırından (Sekiz hafta üzerinden hesaplanan) muaf tutuluyor.

Bugüne kadar 1,6 milyar dolar (67,2 milyar TL) tutarında yabancı para krediye kefalet sağlayan İGE, sunduğu yenilikçi ve hedef odaklı finansman çözümleriyle yalnızca bir kefalet kurumu değil; ihracatçının yanında konumlanan stratejik bir çözüm ortağı olarak faaliyet gösteriyor.

E-İHRACAT DESTEK PAKETİ

Küresel ticaretin dijitalleştiği günümüzde e-ihracat, firmalar için yalnızca bir alternatif değil, rekabet gücünü belirleyen stratejik bir zorunluluk hâline geldi.

Her sektörde faaliyet gösteren ihracatçıları desteklemek amacıyla hayata geçirilen E-İhracat

Destek Paketi, basitleştirilmiş gümrük beyannamesi veya gümrük beyannamesi ile e-ihracat yaptığını tevsik eden firmaların kullanacağı kredilere yüzde 100 İGE kefaleti sağlıyor.

12 aya varan vade ve altı aya kadar anapara ödemesiz dönem imkânı sunulan kredilere verilen kefalet desteği sayesinde, e-ihracat yapan firmaların finansmana erişimi kolaylaşıyor.

Toplam 500 milyon TL kredi hacmine kefalet sağlanması hedeflenen bu paket, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı desteğiyle oluşturulmuş olup Türk Eximbank aracılığıyla ihracatçıların kullanımına sunuluyor. Böylece İGE, dijital kanallar üzerinden küresel pazarlara açılan firmaların da ihracatına güçlü bir finansman desteği sunuyor.

İGE, hem özkaynağı hem T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı desteğiyle ihracatçıların kullanımına sunduğu kefalet destek paketleriyle bu zamana kadar 240,2 milyar TL krediye kefil oldu.

Vizyoner yaklaşımı ve yenilikçi çözümleriyle İGE, 2026 yılında da ihracatçıların finansmana erişimini güçlendiren ve ihracatın sürdürülebilir büyümesine katkı sağlayan finansman araçlarını, paydaşlarıyla birlikte geliştirmeye kararlılıkla devam ediyor.



Vizyoner yaklaşımı ve yenilikçi çözümleriyle İGE, 2026 yılında da ihracatçıların finansmana erişimini güçlendiren ve ihracatın sürdürülebilir büyümesine katkı sağlayan finansman araçlarını, paydaşlarıyla birlikte geliştirmeye kararlılıkla devam ediyor.

İGE DESTEK PAKETİ

Yararlanıcı	KOBİ ve KOBİ Dışı
Başvuru Süresi	31.12.2026'ya kadar
Kefalet Üst Limiti	40 Milyar TL
Kredi Üst Limiti	45 Milyar TL
Yararlanıcı/Risk Grubu Kredi Üst Limiti (Bankalar)	KOBİ 52,9 Milyon TL KOBİ Dışı 112,5 Milyon TL
Yararlanıcı/Risk Grubu Kredi Üst Limiti (Türk Eximbank)	KOBİ 105 Milyon TL KOBİ Dışı 263 Milyon TL
Kefalet Komisyonu (İGE)	%0,5
Yapılandırma Komisyonu (İGE)	%0,5
Ürün Vadeli Azami	36 Ay
Başvuru Kredi Tipi/Türü	Nakit - TL, Dolar, Euro

2025 yılının mart ayında hayata geçirilen İGE Destek Paketi ile 42,5 milyar TL tutarında krediye kefalet desteği sağlandı. İGE Destek Paketinin detaylarına yandaki tabloda yer verilmiştir.

İGE YABANCI PARA KEFALET DESTEK PAKETİ

Yararlanıcı	KOBİ ve KOBİ Dışı
Başvuru Süresi	31.12.2026'ya kadar
Kefalet Üst Limiti	56,1 Milyar TL
Kredi Üst Limiti	65,5 Milyar TL
Yararlanıcı/Risk Grubu Kredi Üst Limiti (Bankalar)	KOBİ 30 Milyon TL KOBİ Dışı 50 Milyon TL
Yararlanıcı/Risk Grubu Kredi Üst Limiti (Türk Eximbank - Türk Ticaret Bankası)	KOBİ 50 Milyon TL KOBİ Dışı 100 Milyon TL
Kefalet Komisyonu (İGE)	%0,5* / %0,75** / %1,25***
Yapılandırma Komisyonu (İGE)	%2
Ürün Vadeli Azami	12 Ay
Başvuru Kredi Tipi/Türü	Nakit - Dolar/Euro

*Eximbank aracılığı ile verilen yabancı para reeskont kredileri

**Eximbank ve Türk Ticaret Bankası aracılığı ile verilen reeskont harici nakit krediler

*** Eximbank ve Türk Ticaret Bankası dışındaki diğer bankalar tarafından kullanılan nakit krediler

Bugüne kadar 1,6 milyar dolar (67,2 milyar TL) tutarında yabancı para krediye kefalet sağlayan İGE'nin İGE Yabancı Para Kefalet Destek Paketine ait detaylar yandaki tabloda yer verilmiştir.

E-İHRACAT DESTEK PAKETİ

Yararlanıcı	KOBİ ve KOBİ Dışı
Başvuru Süresi	31.12.2026'ya kadar
Kefalet Üst Limiti	500 Milyon TL
Kredi Üst Limiti	500 Milyon TL
Yararlanıcı/Risk Grubu Kredi Üst Limiti	500 Bin TL
Kefalet Komisyonu (İGE)	%0,5
Yapılandırma Komisyonu (İGE)	%0,5
Ürün Vadeli Azami	12 Ay
Başvuru Kredi Tipi/Türü	Nakit - TL

İGE, 12 aya varan vade ve 6 aya kadar anapara ödemesiz dönem imkânı sunulan kredilere verilen kefalet desteği sayesinde, e-ihracat yapan firmaların finansmana erişimini kolaylaştırıyor. E-ihracat Destek Paketinin detaylarına yandaki tabloda yer verilmiştir.

YENİLİKÇİ KÜRESEL SAVUNMA ÇÖZÜMLERİ



Hazan Günay
HSB Solutions Kurucusu

HSB Solutions

Türkiye'den Dünyaya Yüksek Teknoloji İhracatı

Dünyada dört farklı eVTOL geliştiricisiyle çalışan tek Türk mühendislik firması olan HSB Solutions, geleneksel havacılığın katı güvenlik standartlarını geleceğin uçan araçlarına entegre ederek kontrollü hız avantajı sağlıyor.

Sizi HSB Solutions'ı kurmaya iten ne oldu?

Mitsubishi Regional Jet programında çalıştığım dönem, benim için bir kariyer adımından çok daha fazlasıydı. Küresel havacılık ekosistemini içeriden gözlemleme fırsatı buldum. Farklı ülkelerden ekiplerle, yüksek regülasyon baskısı altında, disiplinli ve sistematik bir mühendislik kültürü içinde çalıştım. Türk mühendisliği zaten dünya standartlarında. Ama bu güç çoğunlukla bireysel başarı hikâyeleri üzerinden yurt dışına taşınıyor. Ben farklı bir yol mümkün mü diye düşündüm. "Türkiye'den ayrılmadan, burada kalıp, küresel ölçekte en zorlu projelere katkı sağlayabilir miyiz?"

Japonya'da edindiğim güçlü network ve global OEM'lerle kurduğum ilişkiler bana bunun mümkün olduğunu gösterdi. Aynı zamanda şunu da fark ettim: Flight sciences, loads, aeroelastics, sertifikasyon gibi niş ve yüksek uzmanlık gerektiren alanlarda Türkiye merkezli, global hizmet veren bir mühendislik firması yoktu. HSB Solutions, işte bu vizyonla kuruldu.

HSB'nin Türkiye'den dünyaya mühendislik vizyonu, operasyonel süreçlerinize nasıl yansıyor?

Bizim vizyonumuz sadece Türkiye'den dünyaya mühendislik hizmeti sunmak değil, Türk mühendisinden global bir marka yaratmak. Bunun da yolu yalnızca teknik kapasiteden geçmiyor. İnsan

odağından, gelişim kültüründen ve otonomiden geçiyor.

HSB'de en başından beri en iyi mühendisliğin, sorumluluk verilen ve güvenilen insanlar tarafından üretileceğine inandım. Bu nedenle operasyonel yapıyı klasik hiyerarşik kontrol modeli üzerine değil; sahiplik ve otonomi üzerine kurduk.

Growth-oriented bir organizasyonuz. Her proje, aynı zamanda bir öğrenme ve derinleşme alanı. Özellikle flight sciences, loads, aeroelastics ve sertifikasyon gibi niş alanlarda uzmanlık geliştiriyor; insanlarımızı alanında referans gösterilen uzmanlar hâline getiriyoruz. Müşterilerimizin organizasyonuna entegre olurken aynı zamanda kendi kültürümüzü de koruyoruz. Çünkü uzun vadeli hedefimiz yalnızca büyümek değil. Türk mühendisliğini, güvenilirlik ve uzmanlıkla anılan küresel bir marka hâline getirmek.

Geleneksel havacılık devleri ile Advanced Air Mobility girişimleri arasında kendinizi nasıl bir köprü olarak konumlandırıyorsunuz?

Bizim en büyük farkımız, köprü rolünü teorik olarak değil, sahada edindiğimiz sertifikasyon tecrübesiyle üstlenmemizden geliyor. Geleneksel havacılık tarafında birden fazla sertifikasyon programında aktif rol aldık. Uçuşa elverişlilik gerekliliklerinin nasıl yorumlandığı

ğını, regülasyon otoriteleriyle nasıl çalışılması gerektiğini, tasarım kararlarının sertifikasyona nasıl etki ettiğini sahada deneyimledik. Dünyada dört farklı eVTOL geliştiricisiyle çalışmış ve bu platformların geliştirme süreçlerine aktif katkı sunmuş tek mühendislik şirketiyiz. Bu bizim için ciddi bir öğrenme eğrisi anlamına geliyor.

Çünkü eVTOL şirketlerinin en büyük ihtiyacı kontrollü hız. Hızlı gelişirken güvenliği, regülasyon uyumunu ve sertifikasyon stratejisini doğru kurgulamak gerekiyor. Biz tam bu noktada devreye giriyoruz ve geleneksel firmalar için yeni platformların getirdiği belirsizlikleri daha yönetilebilir hâle getiriyoruz.

Yapay zekâ destekli dijital mühendislik, geleneksel uçak tasarımı ve analiz süreçlerini nasıl dönüştürüyor?

Havacılık, doğası gereği zaman ve kaynak yoğun bir sektör. Bir hava aracının geliştirme süreci yıllar sürüyor. Yüz binlerce mühendislik saati, binlerce analiz döngüsü, kapsamlı test kampanyaları ve çok katmanlı sertifikasyon süreçleri gerekiyor. Fiziksel testler, prototip üretimi ve uçuş testleri hem maliyetli hem de zaman açısından kritik. Bu nedenle sektörün en büyük ihtiyacı: Aynı güvenlik seviyesini koruyarak daha verimli çalışabilmek. Modelleme ve simülasyon burada oyunun kurallarını değiştiriyor. Gelişmiş M&S altyapıları sayesinde tasarım kararlarının etkisini çok daha erken fazda görebiliyoruz. Yük analizleri, aeroelastik davranış, performans hesapları, sistem entegrasyonu gibi kritik konuları fiziksel teste gitmeden önce yüksek doğrulukla değerlendirebiliyoruz.

Yapay zekâ ise bu süreci daha da hızlandırıyor. Büyük veri setlerinden reduced-order modeller üretmek, senaryo bazlı analizleri otomatikleştirmek, tekrar eden raporlama süreçlerini hızlandırmak

ve gereksinim doğrulamalarını daha sistematik yapmak mümkün hâle geliyor. Biz yapay zekâyı mühendisin yerine koymuyoruz. Onu, mühendisliğin verimliliğini artıran bir hızlandırıcı olarak kullanıyoruz. Geleceğin havacılığı yalnızca daha yenilikçi değil; aynı zamanda daha verimli olmak zorunda. Modelleme, simülasyon ve AI destekli dijital mühendislik bu dönüşümün merkezinde yer alıyor.

HSB Solutions'ın gelecek yol haritasında neler var?

Bugüne kadar belirli uzmanlık alanlarında derinleşerek büyüdük. 2026'da odağımız yatayda dağılmak değil; dikeyde güçlenmek. Bulduğumuz alanlarda daha fazla uzmanlık, daha fazla sahiplik ve daha yüksek katma değer üretmek istiyoruz. Yalnızca projelere katkı sunmak değil; müşterilerimizin en kritik mühendislik problemlerinde daha stratejik ve daha kapsamlı bir rol üstlenmek istiyoruz. 2026 ilk çeyrekte kuruluşu tamamlanacak Japonya ofisimiz, Asya bölgesinde kalıcı ve güçlü bir konumlanma sağlıyor. Orada kurduğumuz ilişkiler ve güven temelli iş birlikleri üzerinden daha yerleşik bir yapı inşa edeceğiz.

2026 ilk altı ayda açacağımız Kanada ofisimiz ise Kuzey Amerika pazarına doğrudan erişim anlamına geliyor. Özellikle yeni nesil hava araçları ve gelişmiş havacılık programları açısından bu bölge stratejik önemde. Bu coğrafyada daha görünür, daha entegre ve daha aktif bir oyuncu olacağız. Hedefimiz net: Türkiye merkezli ama çok merkezli düşünen bir mühendislik şirketi olmak. 2026 sonunda görmek istediğim tablo şu: Birden fazla kıtada aktif, uzmanlık alanlarında referans gösterilen, süreçlerini sistemleştirmiş ve Türk mühendisliğini küresel ölçekte bir marka hâline getirmiş bir HSB. Büyümek istiyoruz ama daha önemlisi, doğru yönde ve doğru kimlikle büyümek istiyoruz.



"TİM-TEB Girişim Evi'nin Destekleri Katalizör Rolü Oynuyor"

TİM-TEB Girişim Evi'nin desteğini, yalnızca bir program katılımı olarak değil; doğru zamanda devreye giren, doğru kapıları açan ve girişimin yönünü netleştiren stratejik bir katkı olarak değerlendiriyorum. Özellikle küresel pazara açılma hedefi olan girişimler için, network'e erişim, görünürlük ve karar verici paydaşlarla bir araya gelme imkânı son derece kritik.

Bu destek; işimizi daha net bir çerçevede anlatmamıza, hedef kitlemizi keskinleştirmemize ve ekosistem içinde daha görünür ve güçlü bir duruş sergilememize katkı sağladı. Aynı zamanda, Türkiye'den global ölçekte değer üreten teknoloji ve mühendislik girişimlerinin çoğalması adına, TİM-TEB Girişim Evi gibi yapıların önemli bir katalizör rolü oynadığını düşünüyorum.



Handan Doğan
Biyoteknoloji
Kurucusu
Gıda Yüksek
Mühendisi

Collaxir

Çevreci Vizyonla Yerli Kolajen Üretimi

İthalata dayalı kolajen pazarında yerli girişim olarak dikkat çeken Collaxir, TÜBİTAK desteği ve patentli yeşil üretim teknolojisiyle sürdürülebilir kalkınma hedeflerini iş modelinin merkezine koyarak organik atıkları yüksek katma değerli ürünlere dönüştürüyor.

Collaxir'in hikâyesi nasıl başladı?

Collaxir'in temeli, tamamen kişisel bir deneyime dayanıyor. 2017 yılında annemin diz kapaklarında ciddi bir sıvı azalması problemi başladı. Ben de bu süreçte anneme iyi gelecek akademik makaleler ile klinik çalışmaları taramaya başladım ve kolajen peptitlerle tanıştım.

O dönemde Türkiye'de bu ürünler üretilmiyor, ithal ediliyordu. Yurt dışından ürünler getirerek kendi formülasyonlarımı oluşturdum. Bu ürünleri düzenli kullanmasıyla annemin eski konforuna büyük ölçüde kavuştuğunu gördük.

Çevremizdeki insanlar da bu değişime şahit oldu ve aynı problemi yaşayan kişiler benden bu ürünleri istemeye başladı. O an şunu düşündüm: Bu sadece annemin sorunu değil. Belki benimde ilerki yaşlarda başıma gelebilecek, toplumda çok yaygın görülen bir problem. Bu ürünleri ülkemize kazandırmak için hocalarımın destek istedim. Üniversitelerin laboratuvarlarında yapılan ön denemeler sonrasında daha kapsamlı ve profesyonel bir AR-GE süreci gerektirdiğini gördüm ve "TÜBİTAK 1512" programına başvururdum. TÜBİTAK Bireysel Genç Girişimci desteğini kazanmamla

Kasım 2021'de, Teknopark İstanbul'da Collaxir'i kurarak AR-GE çalışmalarımıza resmen başladık.

Bu süreçte karşılaştığınız en büyük zorluk neydi?

En büyük zorluk, bu işin Türkiye'de yapılabileceğine dair inancı oluşturmak ve üretim altyapısını kurmaktır. Kolajen üretimi birkaç büyük global oyuncunun elinde ve geleneksel yöntemlerin dışına çıkarak yeni nesil, yeşil bir teknoloji geliştirmek ciddi bir AR-GE süreci gerektiriyor. Finansman, pilot üretim ve teknik validasyon aşamaları zorluydu; hâlâ pilot ölçekte üretim yapıyor ve altyapımızı güçlendiriyoruz. Bu süreçte yaklaşık 150 metot optimizasyonu yaptık. Bugün patentli ve ödüllü yeşil yöntemimizle yüksek saflıkta, düşük molekül ağırlıklı kolajen peptitleri Türkiye'de üretebiliyor ve sağlıklı yaşamı destekleyen biyoteknolojik ürünler geliştirebiliyor olmak hem ekonomik hem stratejik açıdan önemli bir kazanım.

"Patentli Yeşil Üretim Teknolojisi" ile çevreye sağladığınız katkıdan bahsedebilir misiniz?

Tüm ekstraksiyon süreçlerinde olduğu gibi geleneksel kolajen üretiminde genellikle yoğun kimyasallar ve uzun, yüksek sıcaklıklı

işlemler kullanılır. Biz ise çevre dostu toksik olmayan yeşil çözümlerle daha düşük sıcaklıkta, sıfır atık yaklaşımıyla üretim yapıyoruz. Balık atıklarını yüksek saflıkta kolajen peptitlere dönüştürürken balık yağı ve protein gibi değerli ara ürünler de elde ediyoruz. Yani atığı değere çeviren sürdürülebilir bir biyoteknoloji modeli kurduk. Bu yaklaşım Avrupa Yeşil Mutabakatı ve sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle de tam uyumlu.

Ürünlerinizdeki "düşük moleküler ağırlık" ve "yüksek biyoerişilebilirlik" kavramları, son kullanıcı için ne ifade ediyor?

Kolajen çok büyük bir protein olduğu için emilimi doğal olarak sınırlı ve yavaş. Eğer doğru şekilde parçalanıp molekül ağırlığı düşürülmezse, vücut onu verimli kullanamaz.

Biyoerişilebilirlik, tükettiğiniz kolajenin ne kadarının kana geçtiğini ifade eder ve görülen fayda bununla doğrudan bağlantılıdır. Klinik çalışmalarda günlük 10 gram kolajen peptit önerilir; ancak biyoerişilebilirlik düşükse bunun sadece 2-3 gramı emilebilir ve etki sınırlı kalır. Bu nedenle önemli olan sadece kolajen tüketmek değil; düşük molekül ağırlığa, yüksek saflık ve biyoerişilebilirliğe sahip ve doğru üretim sürecine sahip bir ürün tercih etmektir. Collaxir kolajen peptitleri 2000 Daltonun altında, yüksek saflıkta ve yüzde 90'ın üzerinde biyoerişilebilirliğe sahiptir. Bu da daha hızlı emilim ve daha etkin sonuç anlamına gelir.

Sürdürülebilirlik, Collaxir'in stratejik planlarında nasıl bir yer tutuyor?

Sürdürülebilirlik bizim için pazarlama değil, iş modelimizin temeli. Organik atıkları yüksek katma değerli ürünlere dönüştürüyor, enerji verimli prosesler kullanıyor ve sıfır atık yaklaşımı benimsiyoruz. Collaxir, Birleşmiş Milletler'in 17

sürdürülebilir kalkınma hedefinden sekizini doğrudan destekliyor.

Organik atıkları ham maddeye dönüştürme modeliniz, Türkiye'nin dışa bağımlılığını azaltmada nasıl bir stratejik tampon görevi görüyor?

Pandemi bize ham madde ve sağlıklı yaşam ürünlerinde dışa bağımlılığın ne kadar riskli olduğunu gösterdi. Bu nedenle yerli teknolojiyle üretim yapmak ve kendi kaynaklarımızı katma değerli biyoteknolojik ürünlere dönüştürmek stratejik bir gereklilik. Şu an pilot ölçekli üretim yapıyoruz ve yolun başındayız. Hedefimiz kapasiteyi artırarak ithalata güçlü bir alternatif sunmak.

TEKNOFEST 2025'ten altın madalya ile dönmek, "Feed The Future" ve "En Yenilikçi Takviye Edici Gıda" ödülünü almak girişimin vizyonuna neler kattı?

Bu ödüller vizyonumuzu güçlendirdi ve daha büyük düşünme cesareti verdi. 3-4 yıldır buzağının görünmeyen tarafında; projeler, yoğun AR-GE süreçleri ve patent çalışmalarıyla ilerliyoruz. Biz teknolojimizi ve formülasyonlarımızı bugünün ihtiyaçlarına göre değil, geleceğin dünyasını düşünerek geliştirdik. Bu yüzden aldığımız ödüller bizim için sadece birer başarı değil; uzun vadeli vizyonumuzun doğru temeller üzerine kurulduğunu gösteren güçlü bir karşılık oldu.

TEKNOFEST 2025 Altın Madalya ve "Feed The Future" ödülü, sürdürülebilir ve yerli biyoteknoloji yaklaşımımızın doğru konumlandığını ortaya koydu. TÜBİTAK destekli geliştirdiğimiz Celluragen Marine Collagen Complex'in Boğaziçi Üniversitesi'nde düzenlenen GIFT Zirvesi'nde "En Yenilikçi Takviye Edici Gıda" ödülünü alması ise ürün tarafındaki bilimsel ve inovatif yaklaşımımızın somut bir göstergesi oldu.



HEDEF VE BAŞARILAR

Kuruluşumuzdan bugüne baktığımızda; patentli üretim teknolojimiz, güçlü AR-GE altyapımız, biyoteknolojik sağlıklı yaşam formülasyonlarımız ile ulusal ve uluslararası ödülllerimiz sayesinde Türkiye'de inovatif kolajen alanında öncü bir konuma ulaştık. Ancak bunu bir sonuç değil, başlangıç olarak görüyoruz; hâlâ buzağının etkilerindeyiz.

2026'da önceliğimiz pilot üretim kapasitemizi artırmak ve endüstriyel ölçeğe geçiş için altyapımızı güçlendirmek. Bununla birlikte sağlıklı yaşam destek ürün portföyümüzü genişletmeyi, longevity odaklı yeni biyoteknolojik formülasyonlarımızı pazara sunmayı ve Avrupa ile Orta Doğu pazarlarına açılmayı hedefliyoruz. Uzun vadede amacımız net: Collaxir'i sağlıklı yaşam ve longevity alanında biyoteknolojik çözümler geliştiren, küresel ölçekte rekabet eden güçlü bir marka hâline getirmek.

Ocak 2026 Tarım Bülteni



SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000\$)

Sektör	Ocak 2026	Ocak 2026	Değişim (%)
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.024.885	929.385	-9,3
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	608.345	562.428	-7,5
Yaş Meyve ve Sebze	352.916	513.368	45,5
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	284.327	363.532	27,9
Meyve Sebze Mamulleri	209.829	187.382	-10,7
Findık ve Mamulleri	207.208	180.835	-12,7
Kuru Meyve ve Mamulleri	163.153	138.972	-14,8
Tütün	85.914	63.853	-25,7
Zeytin ve Zeytinyağı	51.206	29.950	-41,5
Süs Bitkileri ve Mamulleri	18.348	14.961	-18,5

Dünyadan Tarım Haberleri

Avrupa Tarımı Mercosur Anlaşması Etrafında Bölünüyor

Avrupa Birliği ile Mercosur ülkeleri arasında yürütülen ticaret anlaşması görüşmelerinde İspanya'nın takındığı tutum, tarım çevrelerinde yeni bir tartışmanın fitilini ateşledi. Fransa başta olmak üzere bazı ülkeler, yerli üreticiyi korumak amacıyla ithalata sınırlama getirilmesini savunurken; İspanya, bu anlaşmanın Avrupa tarımı açısından yalnızca bir tehdit olarak görülmemesi gerektiğini, aynı zamanda önemli bir pazar fırsatı sunduğunu dile getiriyor.

İspanya'nın yaklaşımı özellikle işlenmiş tarım ürünleri, zeytin yağı, şarap ve peynir gibi katma değeri yüksek Avrupa ürünlerinin, Güney Amerika pazarına gümrüksüz şekilde girmesini hedefliyor. Ancak bu tablo, madalyonun diğer yüzünde kırmızı et ve hububat üreticileri açısından ciddi bir rekabet baskısı anlamına geliyor. Bu durum, Avrupa tarım politikalarında farklı önceliklere sahip ülkeler arasındaki ayrışmayı bir kez daha gündeme taşıyor. İspanya cephesi, anlaşmanın ancak Avrupa'daki tarımsal üretim standartlarının pestisit kullanımı, hayvan refahı gibi kriterler dâhil ithal ürünler için de geçerli olması şartıyla imzalanmasını savunuyor.

Küresel Tahıl Ticaretinde Yeşil Taahhütler Tartışma Konusu

Küresel tahıl ticaretinde söz sahibi şirketlerin, tedarik zincirlerinde ormansızlığa yol açan alımlardan kaçınma taahhütleri, Brezilya'daki uzun soluklu bir çevre anlaşmasının çöküşüyle birlikte şüpheyle karşılanıyor. Yaklaşık 20 yıldır Amazon yağmur ormanlarının korunmasına katkı sağlayan "Amazon Soy

Moratorium" adlı anlaşma Ocak 2026'da çöktü. Bu moratoryum, soya tüccarlarının yağmur ormanlarının yeni kesildiği arazilerden ürün satın almasını engelliyordu. Ancak Brezilya'nın Mato Grosso eyaletindeki yerel yasama organlarının vergi teşviklerini geri çekme tehdidi tahıl tüccarlarını bu anlaşmadan vazgeçmeye itti.

Çevreciler ve araştırmacılar, mevcut taahhütlerin şeffaflık eksikliği ve çeşitli yıllara dek sınırlı ormansızlık izinleri nedeniyle etkinin sınırlı kalabileceği uyarısında bulunuyor. Bu gelişme, ham maddelerin büyük kısmının sığır eti üretimi için yem olarak kullanıldığı tahıl piyasasında çevresel sürdürülebilirlik tartışmalarını yeniden alevlendiriyor.

Mosaic: Kuzey Amerika'da Gübre Talebi Sert Düşüyor

ABD merkezli gübre üreticisi Mosaic, 2025'in dördüncü çeyreğinde Kuzey Amerika'da gübre talebinin beklenenden çok daha fazla gerilediğini açıkladı. Şirketin verdiği ön bilgilere göre, özellikle fosfat bazlı gübre sevkiyatları geçen yılın aynı dönemine kıyasla yaklaşık yüzde 20 geriledi; potas talebi de zayıfladı. Bu durum, şirketin satış hacimlerini ve nakit akışını olumsuz etkiledi ve Mosaic hisselerinin işlem öncesi seansında değer kaybetmesine yol açtı. Mosaic, çiftçilerin daralan bütçeleri ve sezonun erken kış koşulları nedeniyle gübre uygulama döneminin kısılmasının talepte belirgin düşüşe neden olduğunu belirtti. Şirket, dördüncü çeyrekte fosfat satışlarının yaklaşık 1,3 milyon ton, potas satışlarının ise yaklaşık 2,2 milyon ton olduğunu duyurdu; bu rakamlar şirketin önceki tahminlerinin altında kaldı.

İspanya'da Toprak Politikası Değişiyor

İspanya hükümeti, tarım sektöründeki yaşlanma sorununa çözüm bulmak amacıyla genç çiftçilerin araziye erişimini kolaylaştıracak yeni politika adımları üzerinde çalışıyor. Planlar arasında, kamu arazilerinin daha etkin kullanımı, atıl tarım arazilerinin üretime kazandırılması ve genç üreticilere uzun vadeli kiralama imkânlarının artırılması yer alıyor. Resmî verilere göre İspanya'da çiftçilerin ortalama yaşı 61'e yaklaşırken, 40 yaş altı çiftçilerin toplam üreticiler içindeki payı yüzde 10'un altında kalıyor. Hükümet, araziye erişimin önündeki engellerin kaldırılmasının genç nüfusun tarıma yönelmesini teşvik edeceğini savunuyor. Ancak sektör temsilcileri, sorunun yalnızca araziyle sınırlı olmadığı görüşünde.

Tarım örgütleri; düşük kârlılık, artan girdi maliyetleri, gelir istikrarsızlığı ve bürokratik yüklerin gençlerin sektöre girmesini zorlaştıran temel faktörler olduğuna dikkat çekiyor.

DSÖ'den Avrupa'ya Alkol Politikası Uyarısı

Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Avrupa'da alkollü içeceklerin fiyatlarının çok düşük seyretmesinin, bölgedeki sağlık sorunlarını derinleştirdiğini uyarısıyla gündeme taşıdı. WHO'nun raporuna göre, 2022-2024 döneminde bazı Avrupa ülkelerinde bira ve sert içkilerin geliri karşılaştırıldığında daha ulaşılabilir hâle geldiği tespit edildi; bu eğilim sağlık risklerini artırma potansiyeli taşıyor. WHO, daha ucuz alkolün şiddet, yaralanma ve çeşitli hastalık risklerini arttırabileceğini belirtiyor.

İllerin Yerel Yatırım Konuları Yeniden Düzenlendi

Yeni düzenlemeye göre 81 ildeki yatırımları içeren "Yerel Yatırım Konuları Listesi", bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmayı ve bölgelerin rekabet güçlerini artırmayı amaçlıyor.



Resmî Gazete'de yer alan, 31 Ocak 2026 tarihli Yerel Yatırım Konuları Listesi Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak için hazırlanan ve her il için belirlenen yerel yatırım konularında değişikliğe gidildi.

Buna göre, tebliğde yer alan "Yerel Yatırım Konuları Listesi"ndeki illerin yatırım konularında bazı değişiklikler yapıldı. 81 ildeki

yatırımları içeren söz konusu liste, bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmayı ve bölgelerin rekabet güçlerini artırmayı amaçlıyor.

Liste oluşturulurken yerel ihtiyaçların karşılanması, atıl kaynakların değerlendirilmesi, bölgede üretimi olmayan ancak başarı olasılığı yüksek sektörlerin geliştirilmesi, bölgelerin sektörel öncelikleri doğrultusunda ileri-geri bağlantılı sektörlerin desteklenmesi gibi kriterler dikkate alındı.

KAMU YERLİ ÜRETİMDE ÖNCELİKLİ ÜRÜNLER LİSTESİ GÜNCELLENDİ

31 Ocak 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Öncelikli Ürün Listesi Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile orta-yüksek ve yüksek teknoloji düzeyine sahip sektörler olan "kimya", "eczacılık", "tıbbi ve dişçilikle ilgili araç gereçler imalatı", "bilgisayar, elektronik ve optik", "elektrikli teçhizat", "makine",

"ulaşım araçları" ile "diğer sektörlerle ilişkin ürün listesi" ve "yenilikçi teknoloji alanları listesi" güncellendi.

Bu kapsamda, söz konusu sektörlerde bazı ürünlerin kapsama grubu genişletilirken bazı yeni ürünler de öncelikli ürün listesine eklendi. Öte yandan, üretken yapay zekâ teknolojileri, yapay zekâ ile optimize enerji sistemleri, yapay zekâ haberleşme teknolojileri, dijital ikiz teknolojileri, metin ve konuşmadan anlama, üretim ve etkileşimi sağlayan yapay zekâ tekniği olarak da bilinen doğal dil işleme gibi başlıklar da yenilikçi teknoloji alanları listesinde yer aldı. Yapılan düzenlemelerle katma değerli yerli üretimin artırılması hedefleniyor.

21 İLDE KENEVİR ÜRETİMİ YAPILABİLECEK

31 Ocak 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Kenevir Yetiştiriciliği ve Kontrolüne Dair Yönetmelik ile kenevirin lif ve sap üretiminin yanı sıra tıbbi ilaç ve kişisel bakım ürünlerinde kullanımı için üretim süreci yeniden tanımlandı. Yönetmelikle birlikte 21 ilde üretime izin verilirken, tıbbi amaçlı yetiştiricilik Afyon Alkaloidleri Fabrikası ve Sağlık Bakanlığı onaylı yüksek güvenlikli kapalı alanlarda yapılabilecek.

Buna göre lif, tohum ve sap üretimi amaçlı kenevir yetiştiriciliği, Amasya, Antalya, Bartın, Burdur, Çorum, İzmir, Karabük, Kastamonu, Kayseri, Konya, Kütahya, Malatya, Ordu, Rize, Samsun, Sinop, Sivas, Tokat, Uşak, Yozgat ve Zonguldak ile bu illerin ilçelerinde yapılabilecek.

Tıbbi ve sağlık ürünleri üretimi amaçlı kenevir yetiştiriciliği ise Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO) Genel Müdürlüğüne bağlı Afyon Alkaloidleri Fabrikası sahasında, organize tarım bölgelerinde ya da Sağlık Bakanlığından üretim yeri

izni almış, kapalı ve iklimlendirme özelliğine sahip, yüksek güvenlik önlemleri bulunan tesislerin yer aldığı il idari sınırları içinde gerçekleştirilebilecek.

TİCARİ ETLİK VE YUMURTACI KANATLI İŞLETMELERİNİN TEKNİK VE SAĞLIK ŞARTLARI BELİRLENDİ

31 Ocak 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Ticari Etlik ve Yumurtacı Kanatlı İşletmelerinin Biyogüvenlik Kurallarına Dair Tebliğ ile tavuk, hindi, ördek, kaz, devekuşu ve bıldırcın yetiştiriciliği yapılan ticari etlik ve ticari yumurtacı kanatlı işletmelerinin sahip olması gereken teknik ve sağlık şartlarıyla biyogüvenlik kuralları tespit edildi.

Buna göre 350 ve üzeri yumurtacı tavuk, 500 ve üzeri etlik tavuk, 200 ve üzeri hindi, ördek, kaz ve bıldırcınla 20 ve üzeri devekuşu yetiştiriciliğinin yapıldığı kanatlı işletmeler tebliğ kapsamında olacak.

Farklı türdeki hayvanlar aynı işletmede bulundurulmayacak. Aynı küme bulunan hayvanların yaş aralığı en fazla 7 gün olacak ve bir küme en fazla birbirini takip eden 7 gün boyunca hayvan girişine izin verilecek. Aynı işletme içinde hem ticari etlik hem de ticari yumurtacı kanatlı sürüler bulundurulmayacak. Ticari etlik ve yumurtacı kanatlı işletmeleri, biyogüvenlik tedbirlerinin sistematik ve sürdürülebilir şekilde uygulanabilmesi için kendi işletmelerine özel bir biyogüvenlik planı hazırlanacak.

Biyogüvenlik planı, ilk kez hazırlandığında il/ilçe müdürlüğü veteriner hekimi tarafından uygunluk açısından kontrol edilecek ve onaylanacak. Tebliğin yayımı tarihi itibarıyla Bakanlık veri sistemine kayıtlı olan işletmeler, en az 150 santimetre yüksekliğinde sağlam tel örgü ya da çitle çevrilme ve yer seviyesinden en az 50

Yeni yönetmelikle birlikte lif, tohum ve sap üretimi amaçlı kenevir yetiştiriciliği, Amasya, Antalya, Bartın, Burdur, Çorum, İzmir, Karabük, Kastamonu, Kayseri, Konya, Kütahya, Malatya, Ordu, Rize, Samsun, Sinop, Sivas, Tokat, Uşak, Yozgat ve Zonguldak ile bu illerin ilçelerinde yapılabilecek.



santimetre duvarla desteklenme, tahta palet kullanılmaması ve çift kademeli giriş yükümlülüklerine 12 ay içinde uyum sağlamak zorunda olacak.

ONAYLANMIŞ KİŞİ STATÜ BELGESİ VEYA YETKİLENDİRİLMİŞ YÜKÜMLÜ SERTİFİKASI SAHİPLERİNE GÜMRÜKTE YENİ KOLAYLIKLAR GETİRİLDİ

6 Şubat 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Gümrük Genel Tebliği (Gümrük İşlemleri)'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile Gümrük işlemlerinde uygulanacak bazı usullerde değişikliğe gidildi. Düzenleme, özellikle Onaylanmış Kişi Statü Belgesi ve Yetkilendirilmiş Yükümlü Sertifikası sahiplerine yönelik basitleştirilmiş işlem taleplerini kapsıyor.

Tebliğin birinci maddesiyle, 11 Temmuz 2002 tarihli ve 24812 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Gümrük Genel Tebliği'nin 3'üncü maddesinin son fıkrası de-

ğiştirildi. Yapılan değişiklik kapsamında, Onaylanmış Kişi Statüsüne İlişkin Gümrük Genel Tebliği'nde yer alan 42/A maddesindeki koşulları sağlayan firmalara yönelik yeni bir uygulama getirildi.

Buna göre, Onaylanmış Kişi Statü Belgesi ya da Yetkilendirilmiş Yükümlü Sertifikası sahibi olan ve ilgili maddede belirtilen kolaylıklardan yararlanma hakkına sahip bulunan kişiler tarafından eşyalar için yaygın basitleştirilmiş usul talep edilmesi halinde, bu talepler eşyanın belirli özellikleri taşıyıp taşımadığına bakılmaksızın kabul edilecek.

DAMPİNGE KARŞI ÖNLEM SÜRESİ TEMMUZ AYINDA DOLACAK BAZI İTHAL ÜRÜNLER İLAN EDİLDİ

6 Şubat 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ ile bazı dampinge karşı önlemlerin süreleri belirlendi. Demir ve çelikten eşya faslı altındaki Vietnam menşeli "paslanmaz çelikten olanlar" ve

"diğerleri"ne ilişkin dampinge karşı önlemin yürürlükte kalma süresi 10 Temmuz'da sonlanacak. Plastik ve mamulleri faslı altındaki ABD ve Almanya menşeli "yalnız süspansiyon tipi polivinil klorür" ile ilgili önlemlerin süresi 14 Temmuz'da sona erecek.

Çeşitli mamul eşya faslının alt kalemleri arasında yer alan Çin menşeli "plastik maddelerden olan sıvı mürekkepli bilyalı kalem", "yalnız plastik maddelerden olan jel mürekkepli bilyalı kalem" ve "plastik maddelerden olanlara" ilişkin dampinge karşı tedbirlerin süresi ise 15 Temmuz'da bitecek.

SERBEST BÖLGELERDE İŞLETİCİLER İÇİN AYRI MUHASEBE ZORUNLULUĞU BAŞLADI

6 Şubat 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Serbest Bölgeler Uygulama Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile serbest bölgelerde faaliyet gösteren işletici ve B.K.İ.'lere yönelik önemli düzenlemeler yürürlüğe girdi. Ticaret Bakanlığı tarafından yapılan değişiklik

kapsamında faaliyet ruhsatlarının kapsamı, muhasebe kayıtlarının ayrıştırılması, süre uzatımları ve üstyapıların kullanımına ilişkin yeni hükümler getirildi.

Buna göre, işletici veya kuruluş ve işletici (B.K.İ.) statüsündeki firmalar, sözleşme imzalanmasının ardından faaliyet ruhsatı alacak. İş yeri kiralama ve depo işletmeciliği gibi faaliyetler ise ana ruhsata ek olarak verilecek ayrı ruhsatlar altında yürütülecek.

Yönetmelikte yapılan değişiklik doğrultusunda işletici veya B.K.İ. faaliyet ruhsatı ile ek ruhsatların muhasebe kayıtlarının hiçbir şekilde birleştirilemeyeceği belirtildi.

YERLİ MALİ TEBLİĞİ'NDE OTOMOTİV SEKTÖRÜ İÇİN DÜZENLEME YAPILDI

7 Şubat 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Yerli Mali Tebliği'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile otomotiv sektörü için nihai ürünün yerli katkı oranı hesaplamasında 1 Temmuz'a kadar tebliğ hükümlerinin uygulanmaması hükme bağlandı. Bu süre boyunca otomotiv ürünleri, yerli katkı oranı şartına tabi tutulmadan değerlendirilecek.

Dampinge karşı belirlenen yeni önlemler kapsamında, demir ve çelikten eşyalara ilişkin dampinge karşı önlemin yürürlükte kalma süresi 10 Temmuz'da sonlanacak. Plastik ve mamuller ile ilgili önlemlerin süresi ise 14 Temmuz'da sona erecek.

Öncelikli Ürün Listesi'nde yapılan değişikliğe göre; üretken yapay zekâ teknolojileri, yapay zekâ ile optimize enerji sistemleri, yapay zekâ haberleşme teknolojileri, dijital ikiz teknolojileri ve doğal dil işleme gibi başlıklar yenilikçi teknoloji alanları listesinde yer aldı.



Avrupa'nın En Büyük Hazır Giyim Fuarı IFCO, 9'uncu Kez Kapılarını Açtı

İstanbul'u küresel moda merkezi yapma hedefinin sembollerinden İstanbul Hazır Giyim ve Moda Fuarı (IFCO), Avrupa ve ABD merkezli alım gruplarının yanı sıra 150'yi aşkın ülkeden binlerce seçkin alıcıyı ağırladı.



Türk moda endüstrisinin küresel ölçekteki prestij organizasyonu ve aynı zamanda alanında Avrupa'nın en büyük etkinliği olan İstanbul Hazır Giyim ve Moda Fuarı (IFCO), 4-7 Şubat tarihleri arasında dokuzuncu kez kapılarını açtı.

"KÜRESEL MODA MERKEZİ İSTANBUL HEDEFİMİZE YAKLAŞTIK"

Açılıшта konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, IFCO'nun dört yılda çok büyük mesafe kat ettiğini vurguladı. Gültepe, "Bu ülkenin sanayicisinin, girişimcisinin, ihracatçısının ortak bir kültürü var. Biz sektörümüze değer katacak her projede tek ses, tek yürek olabiliyoruz. Hazır giyimde IFCO, tekstilde TEXHIBITION işte o kültürün eserleri. Avrupa'nın en büyük hazır giyim ve tekstil fuarlarını artık İstanbul'da düzenliyoruz. IFCO ve TEXHIBITION'la birlikte İstanbul'un global fuar merkezi kimliğini daha da güçlendirdik. Aynı zamanda bu iki fuarla İstanbul'u küresel moda

merkezi yapma hedefimize bir adım daha yaklaştık." dedi.

"GÜÇLÜ MARKALAR YARATMALIYIZ"

Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Açar da konuşmasında, Türk hazır giyim endüstrisinin dünyada hızlı teslimat, esnek üretim, sürdürülebilirlik ve kalite gibi alanlarda öne çıktığının altını çizdi. Açar, şöyle devam etti: "Günümüzde dünya sahnesinde kalıcı olmak, güçlü markalar yaratmakla ve güven veren ürünler üretmekle mümkün. Biz de dijitalleşmeden sürdürülebilirliğe, ihracatın finansmanından pazar çeşitlendirmeye, eğitimden markalaşmaya özel sektörümüzle el ele vererek yürüttüğümüz daha birçok faaliyetle sizleri desteklemeye, rekabet gücünüzü artırmaya devam ediyoruz."

"IFCO, ULUSLARARASI MODA TAKVİMİNDE KALICI BİR YER EDİNDİ"

İHKİB Başkan Yardımcısı Mustafa

Paşahan ise IFCO'yu dört yılda Türk moda endüstrisinin üretim kapasitesini ve tasarım gücünü dünyaya tanıtan stratejik bir platforma dönüştürdüklerini söyledi. Her IFCO'da çitayı daha da yükselttiklerini belirten Paşahan, sözlerini şöyle sürdürdü: "IFCO, uluslararası moda takviminde kalıcı bir yer edindi. Katılımcı profili ve artan küresel ziyaretçi ilgisiyle ihracat odaklı büyüme stratejimize katkı sağlıyoruz. 2025'te prestijli fuar kapsamına alınan IFCO için Ticaret Bakanlığımız katılımcı firmalarımıza metrekare başına 5 bin 400 lira destek veriyor. Zorluklarla sınandığımız bir dönemde anlamlı ve önemli bir destek. Bugüne kadar düzenlediğimiz sekiz fuarda 3 bin 340 firmamızı, 165'i aşkın ülkeden, 214 bin alıcı ile bir araya getirdik. Dokuzuncu IFCO'da katılımcı firmalarımızı beş kitadan 30 bin alıcıyla buluşturuyoruz. Artık güçlü bir marka kimliği kazanan IFCO, gelecekte de moda endüstrimizi küresel vitrine çıkardığımız en önemli platform olacak."

AKAMİB İhracatın Şampiyonlarını Ödüllendirdi

2025 Yılı İhracat Şampiyonları Ödül Töreni'nde, Kayseri, Adana, Mersin, Hatay, Karaman ve Niğde illerinde mobilya, kâğıt ve orman ürünleri sektöründe en yüksek ihracatı gerçekleştiren toplam 48 firmaya plaket takdim edildi.



Akdeniz Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği (AKAMİB), Kayseri'de bu yıl üçüncüsünü düzenlediği 2025 Yılı İhracat Şampiyonları Ödül Töreni ile sektörün önde gelen firmalarını bir araya getirdi. Ödül törenine; Kayseri Valisi Gökmen Çiçek, Kayseri Milletvekili Şaban Çopuroğlu, Kayseri Büyükşehir Belediye Başkanı Dr. Memduh Büyükkılıç, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdür Yardımcısı Tayfun Kılıç, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkan Vekili Ahmet Güleç, AKAMİB Başkanı R. Onur Kılıçer ve çok sayıda ihracatçı katıldı.

"BU ZORLU SÜRECİ ÜRETİM GÜCÜMÜZLE AŞACAĞIZ"

Ödül töreninde konuşan TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç, Türkiye'nin 2026 yılı için 282 milyar doları mal, 128 milyar doları hizmet olmak üzere toplam 410 milyar dolarlık ihracat hedefi olduğunu vurguladı. Güleç, "Mevcut pazarlardaki payımızı koruyabilmek için rekabetçiliğimizi yeniden kazanmak, şirket sermayelerinin erimedığı ve üretim

maliyetlerinin yönetilebilir olduğu bir zemin oluşturmak zorundayız. Mobilya, kâğıt ve orman ürünleri sektörümüz bu zor tabloda güçlü bir direnç gösterdi. Bundan sonraki yolumuzu tasarım, işlevsellik ve markalaşma üzerine kurarak bu zorlu süreci üretim gücümüzle aşacağız." dedi.

"EN FAZLA MOBİLYA İHRACATI GERÇEKLEŞTİREN İLK 10 ÜLKE ARASINDAYIZ"

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdür Yardımcısı Tayfun Kılıç ise şunları söyledi: "Sektörümüzün başarısının ardında büyük bir emek, tasarım gücü, alın teri ve azim bulunuyor. Sektör, 2025 yılında da bir önceki yıla göre yüzde 1,8 oranında artış yaşayarak yaklaşık 4,6 milyar dolar seviyesinde ihracat gerçekleştirdi. Türkiye, dünyada en fazla mobilya ihracatı gerçekleştiren ilk 10 ülke arasına girmeyi de başardı. 2025 yılında, 200'ün üzerinde ülkeye ihracat yaparak küresel erişimini genişletti. Ülkemizin küresel mobilya ihracatından aldığı payın

yüzde 1,9'a ulaşması ve Türk mobilyasının dünyanın dört bir yanında tercih edilmesi hepimiz için büyük bir gurur kaynağı oldu."

"DÜNYADA MARKA OLMA YOLUNDA HIZLA İLERLİYORUZ"

AKAMİB Başkanı R. Onur Kılıçer, bugün 5 bin üyeye ulaşan AKAMİB'in 165 ülkeye ihracat yaptığını ve sektörün, Türkiye'nin dış ticaret fazlası veren nadir alanlarından biri olduğunu ifade etti. 2025 yılının tarife savaşları, bölgesel çatışmalar ve küresel gerilimlerle zor bir yıl olduğuna dikkati çeken Kılıçer, "Dünyada marka olma yolunda hızla ilerliyoruz. İhracatçılarımız pazarlara sahip çıkmak için büyük bir mücadele veriyor. Bu ekosistemin zayıflaması istihdamdan, yatırımdan ve ihracattan vazgeçmek anlamına gelir. Sektörümüz daha fazla ilgi ve desteği fazlasıyla hak ediyor. Bu nedenle 2026'da da umudumuzu kaybetmeden pazarlarımızı koruyarak yolumuza devam edeceğiz." ifadelerini kullandı.

“Moda Sektörünü Asla İhmal Etmeyeceğiz”

Başarının İzinde İhracatın Peşinde 2025 Yılı Ödül Töreni’nde konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, emek yoğun sektörler için acil destek gerektiğini belirtti ve ekledi: “Türkiye’nin orta ve uzun vadeli hedeflerine ulaşabilmesi için 27 sektörün hepsinden katkı alınması gerekiyor.”



Türk moda endüstrisinin amiral gemisi İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), 2025 yılında gerçekleştirilen 16,8 milyar dolarlık ihracatta en çok katkısı bulunan üyelerini ödüllendirdi. Törende 42’si platin, 53’ü altın, 143’ü gümüş, 179’u bronz ve 768’i başarı ödülü olmak üzere toplam bin 185 firmaya plaket ve sertifika verildi.

“HAZIR GİYİMDE İHRACAT HACMİ ÜÇ YILDA 4,4 MİLYAR DOLAR DARALDI”

Ödül töreninde konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye’nin hazır giyimde küresel oyuncu olduğunu hatırlattı. 2025’te gerçekleştirilen 16,8 milyar dolarlık ihracatın sektörü mutlu etmediğini vurgulayan Gültepe, şöyle devam etti: “Hazır giyim gibi iklere imza atan bir sektörde 20 milyar doların altına düşmeyi elbette istemezdik. Ancak maliyetlerle kur arasında denge bozuldu. Ocak 2022’den Ocak 2026’ya dört yılda; asgari ücret yüzde 560, enflasyon yüzde 367, dolar kuru yüzde 217, euro kuru

ise yüzde 228 arttı. Enflasyonla kur arasında 150 puanlık fark oluştu. İşte bu fark nedeniyle tekstilden mobilyaya, makineden deriye, birçok sektörümüzün rekabet gücü zayıfladı. Hazır giyimde ihracat hacmimiz üç yılda 4,4 milyar dolar daraldı.”

Emek yoğun sektörler için acil destek gerektiğini vurgulayan Gültepe, “Girişimlerimiz sonucu 2025 yılında başlatılan istihdam desteği önemli bir adımdı. Ancak mevcut koşullarda 3 bin 500 liralık desteğin yetmediğini hepimiz biliyoruz. Bu nedenle istihdam desteğinin 6 bin liraya, asgari ücret desteğinin 2 bin 500 liraya çıkarılması, döviz dönüşüm desteğinin daha etkin ve verimli bir şekilde uygulanması, ihracatçımızın uzun vadeli ve düşük faizli finansmana erişimini sağlayacak politikaların devreye alınması gerekiyor.” dedi.

“İKİZ DÖNÜŞÜMÜ HIZLA TAMAMLAMAK DURUMUNDAYIZ”

İHKİB Başkan Yardımcısı Mustafa

Paşahan da konuşmasında, küresel moda yön veren, markaların ülkeleri bir Türkiye hayal ettiklerini söyledi. Paşahan, şöyle devam etti: “Bu sektörde iddialı olabilmemiz için ikiz dönüşümü hızla tamamlamak durumundayız. İHKİB olarak bu bilinçle yıllardır ikiz dönüşüm üzerinde çalışıyoruz. Bugüne kadar tasarımı ve ikiz dönüşümü odağına alan 12 projeyi tamamladık. Geçen yıl üç yeni projeyi başlattık. Projeler için Avrupa Birliği ile ulusal ve uluslararası kuruluşlardan hibe destekleri sağladık. Ekoteks’i bu desteklerle dünyanın sayılı laboratuvarlarından biri hâline getirdik, Dijital Dönüşüm Merkezini bu desteklerle kurduk. Yine bu desteklerle kurduğumuz İstanbul Moda Akademisinde (İMA) moda endüstrimiz için tasarımcı ve donanımlı insan kaynağı yetiştiriyoruz. Şimdi bu üç kurumu tek çatı altında topluyoruz. 14 bin metrekare kapalı alana sahip Tasarım ve Eğitim Merkezimizin inşaatı tamamlandı.

EHKİB İhracatın Yıldızları Ödül Töreni Düzenledi

Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliğinin, 2025 yılı ihracatına 940 milyon dolarlık katkı sağlayarak sektör performansına belirleyici rol oynayan toplam 67 firma ödüllendirildi.



Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (EHKİB), 2025 yılında gerçekleştirdiği 1 milyar 268 milyon dolarlık ihracatın yüzde 75’ini tek başına üstlenen, 2 milyon dolar ve üzeri ihracat yapan 67 üyesi için “İhracatın Yıldızları Ödül Töreni” düzenledi.

Törende; 2-5 milyon dolar arası ihracat gerçekleştiren 39 firmaya bronz, 5-20 milyon dolar arası ihracat yapan 19 firmaya gümüş, 20-100 milyon dolar arası ihracata imza atan yedi firmaya altın ve 100 milyon doların üzerinde ihracat gerçekleştiren iki firmaya platin kategorilerinde ödülleri takdim edildi.

Toplamda 67 firma, birliğin 2025 yılı ihracatına 940 milyon dolarlık katkı sağlayarak sektör performansına belirleyici rol oynadı.

“HAZIR GİYİME GÖZÜMÜZ GİBİ BAKMALIYIZ”

Ödül töreninde konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, son üç yılda hazır giyim ihracatında 4,4 milyar dolarlık daralma yaşanmasına rağmen sektörün 12 milyar dolar cari fazla verdiğini belirterek, üretim ve ihracatta ekonominin itici gücü olmaya devam ettiğini ifade etti.

Gültepe, “Sadece bu rakam bile hazır giyimün ülke ekonomisi için önemini gösteriyor. Dolayısıyla hazır giyime ve tüm sektörlerimize gözümüz gibi bakmalıyız. Hiçbir sektörden vazgeçmemeliyiz. Hiçbir sektörümüzü feda edemeyiz.” şeklinde konuştu.

Sürdürülebilir büyümenin üretim ve ihracatla mümkün olacağını belirten Gültepe, ekonomideki büyümenin önemli bir bölümünün ihracattan gelmesi gerektiğini ancak mevcut tabloda net ihracatın büyümeye katkı sunmadığını söyledi. 2025 yılında ihracatta artış yaşanmasına rağmen bazı sektörlerin gerileme eğiliminde olduğunu belirten Gültepe, 2026’nın ilk ayında ihracatta düşüş yaşandığını ve birçok sektörün performans kaybı yaşadığını aktardı. Mevcut desteklerin önemli olduğunu ancak yetersiz kaldığını ifade eden Gültepe, döviz dönüşüm, istihdam ve asgari ücret desteklerinin artırılması gerektiğini belirtti.

“2026’DA HEDEFİMİZ TOPARLANMA EĞİLİMİNİ BAŞLATMAK”

EHKİB Başkanı Burak Sertbaş ise 2025 yıl sonu hedeflerini

mutlak büyüme yerine, pazar kaybetmeden değer bazlı ihracatı güçlendirmek üzerine konumlandıklarını, zor bir yılda dengeli kalmayı ve rekabetçiliklerini korumayı amaçladıklarını kaydetti.

İstihdama katkılarının ve katma değerli ihracatlarının son derece kıymetli olduğunu vurgulayan Sertbaş, “Nitekim sektörümüzün ortalama ihracat fiyatı Türkiye ortalamasının oldukça üzerinde bir performans sergiliyor. Türkiye genelinde tüm sektörlerde ortalama ihracat birim fiyatı 1,6 dolar iken; 2025 yılı hazır giyim Türkiye geneli ihracat birim fiyatı 16,21 dolar, EHKİB ihracat birim fiyatı ise 21,19 dolar seviyesindedir. 2025 yılının bütününde; EHKİB olarak 1.191 üye firmamız 163 ülke ve bölgeye ihracat yaptı. İspanya, Almanya, Hollanda, İngiltere ve İtalya en çok ihracat yaptığımız ülkeler oldu. 2026’ya dönük hedefimiz; katma değerli üretim, tasarım ve markalaşma, sürdürülebilir dönüşüme uyum ve dijitalleşme yatırımlarını hızlandırarak ihracatta toparlanma eğilimini başlatmak olacak.” dedi.

İDDMİB'den Metalik Yıldızlara Ödül

İDDMİB, ihracata katma değer sağlayan 25 farklı kategoride toplam 77 firmayı ödüllendirdi.



İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB), ihracatta başarılı performans sergileyen firmaları İhracatın Metalik Yıldızları Ödül Töreni'nde ödüllendirdi. Ödül töreni Ticaret Bakan Yardımcısı Volkan Ağar, Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe ve İDDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Çetin Tecdelioğlu ile birlikte sektörün öncü isimleri, dernek ve federasyon başkanlarının katılımı ile gerçekleşti. Törende, ihracatta istikrar ve katma değer yaratan 25 kategoride 77 firma Metalik Yıldız ödülüne layık görüldü.

“METALİN REKABET GÜCÜ, TÜRKİYE SANAYİSİNİN GÜCÜ DEMEKTİR”

Ödül töreninde konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, küresel ticarete belirsizliklerin arttığı ve maliyet baskılarının yoğunlaştığı 2025 yılında, düşük kur-yüksek faiz ortamının birçok sektörün rekabet gücünü zorladığını belirtti. Gültepe, işçilikten enerjiye, ham maddeden finansmana kadar tüm maliyet kalemlerinde ciddi artışlar yaşandığını ifade etti. Gültepe, buna rağmen ihracatçıların

üretimi sürdürdüğünü, pazarlarını koruduğunu ve yılı yüzde 4,5 artışla 273,4 milyar dolarlık ihracatla kapattığını kaydetti. Demir ve demir dışı metaller sektörünün, bu zorlu tabloda sahada kalmayı başaran, ritmini bozmayan sektörlerin başında geldiğini vurgulayan Gültepe, “Sektörümüz, otomotivden makineye, beyaz eşyadan inşaatı kadar sanayimizin omurgasını oluşturmaya devam etti. Metalin rekabet gücü, Türkiye sanayisinin rekabet gücü demektir.” dedi.

“TÜRKİYE'Yİ KÜRESEL TİCARETE DAHA GÜÇLÜ BİR KONUMA TAŞIYACAĞIZ”

Ticaret Bakan Yardımcısı Volkan Ağar ise demir ve demir dışı metaller sektörünün üretim kapasitesi, ihracat gücü ve diğer sanayi kollarıyla oluşturduğu sinerji sayesinde Türkiye'nin en stratejik sektörlerinden biri olduğunu Ağar, sektörün 2025'i yükselişle kapattığını ve 2026'ya da güçlü bir başlangıç yaptığını ifade etti.

TURQUALITY, UR-GE, fuar, alım heyeti ve finansman destekleriyle sektörlerin rekabetçiliğinin artırılmaya devam edeceğini belirten Ağar, yeşil dönüşüm, tasarım ve

katma değerli üretim odağında Türkiye'nin küresel ticarete daha güçlü bir konuma taşınacağını dile getirdi.

43 ÜLKEDE YÜZDE 50'NİN ÜZERİNDE ARTIŞ

İDDMİB Başkanı Çetin Tecdelioğlu da zorlu küresel ve yerel koşullara rağmen sektörün 2025 yılını güçlü bir performansla tamamladığını vurgulayarak, Türk metal sanayisinin dayanıklılığına dikkat çekti. Demir ve demir dışı metaller sektörü olarak 2025 yılını yüzde 6,3 artışla 13,47 milyar dolarlık ihracat hacmiyle kapattıklarını hatırlatan Tecdelioğlu, “Daha da önemlisi, kilogram başı ihracat değerimizi 4,43 dolardan 4,73 dolara yükselterek katma değerli üretim yolunda önemli bir ivme yakaladık. Bu tablo, Türk metal sanayisinin direncini ve ihracatçımızın her koşula hızla uyum sağlayabildiğini gösteriyor.” dedi.

Sektörün pazar çeşitliliğini koruduğunu ve birçok pazarda büyüme sağladığını belirten Tecdelioğlu, 2025 yılında 43 ülkeye yüzde 50'nin, 41 ülkeye ise yüzde 10'un üzerinde ihracat artışı kaydedildiğini açıkladı.

Halı Sektörünün Tasarım ve İhracat Başarısı Taçlandırıldı

Türk halı sektörünün ihracat devleriyle genç yeteneklerinin ödüllendirildiği törende, ihracat başarısı gösteren 40 firma ödülleri kavuşurken; tasarım yarışmasında dereceye giren gençler, sektörün geleceğine dair umut verdi.



İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) tarafından düzenlenen 18. Ulusal Halı Tasarım Yarışması ve Halı İhracatının Yıldızları Ödül Töreni, Fişekhane'de gerçekleştirildi. Türk halı sektöründe emeği, tasarımı ve ihracat başarısını aynı çatı altında buluşturan organizasyonda hem genç tasarımcılar hem de ihracatta başarı gösteren firmalar ödülleri kavuştu. Sektörün ihracattaki başarılı performansının ödüllendirildiği Halı İhracatının Yıldızları Ödül Töreni'nde, dört kategoride 40 firma ödül aldı. 18. Ulusal Halı Tasarım Yarışması'nda ise birincilik ödülünü, “Akış” adlı tasarımla Pirdoğan Burhanlı kazandı. Yarışmada ikinci sırayı “Collision” tasarımıyla Cihan Gözel alırken, üçüncülük ödülünün sahibi ise “Miras” isimli tasarımıyla Hazal Deniz Bozkurt oldu.

“TASARIMCILARIMIZ İHRACAT YOLCULUĞUMUZUN EN STRATEJİK PAYDAŞLARIDIR”

Törende konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, halının Türkiye için yalnızca bir ihracat kalemi değil, köklü bir kültürel miras

olduğunu belirtti. Halı sektörünün küresel ihracatta güçlü bir konumda bulunduğunu hatırlatan Gültepe, 2025 yılında 2,8 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirildiğini, Türkiye'nin dünya halı ihracatında ikinci sırada yer aldığını ifade etti. Tasarımcıların vizyonunun bu başarıyı ileri taşıyacak en önemli unsur olduğunu vurgulayan Gültepe, “Turkish Carpet markasıyla halıdan katma değer çarpanı en yüksek geliri elde eden ülke olma potansiyeline sahibiz. Tasarımcılarımız bu yolculuğun en stratejik paydaşlarıdır. Geçen yıl 4 bin 300'ü aşkın firmamız dünyanın dört bir yanında bayrağımızı dalgalandırdı. ABD'den Birleşik Krallık'a, Almanya'dan Irak'a kadar uzanan bu başarı hikâyesinde pay sahibi olan her bir ihracatçımızı yürekten tebrik ediyorum.” değerlendirmesinde bulundu.

“KATMA DEĞERLİ VE TASARIM ODAKLI ÜRÜNLERLE FARK YARATMAK ZORUNDAYIZ”

İHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Hayri Diler ise son yıllarda

sektörü yalnızca koruyan değil, ileriye taşıyan adımlar attıklarını vurgulayarak tasarımın halı sektörünün geleceğindeki kritik rolüne dikkat çekti. Diler, “Artık sadece üretmek yetmiyor. Katma değerli, özgün ve tasarım odaklı ürünlerle fark yaratmak zorundayız.” dedi.

İHİB olarak uluslararası alanda güçlü projelere imza attıklarını ifade eden Diler, Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği ile birlikte International Carpet and Flooring Expo'nun Türkiye'ye kazandırılmasının, ICOC gibi prestijli organizasyonların Türkiye'de düzenlenmesinin ve Turquality tanıtım projelerinin Türk halısının marka değerini küresel ölçekte güçlendirdiğini belirtti. İhracat ödülleri bu vizyonun somut bir göstergesi olduğunu vurgulayan Diler, “Bugün ödül alan firmalarımız yalnızca kendi başarılarını değil, Türk halı sektörünün gücünü ve potansiyelini de temsil ediyor. Türk halısının girmeyeceği hiçbir coğrafya bırakmamak için kararlılıkla çalışıyoruz.” ifadelerini kullandı.

AHKİB Hazır Giyim Şampiyonlarını Ödüllendirdi

2025 yılında ihracat başarısı gösteren 40 firmanın ödüllendirildiği törende, sektörün geleceğinin düşük maliyette değil tasarım, hız ve yüksek katma değerde olduğu vurgulandı.



Akdeniz Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AHKİB), 2025'te birlik bünyesinde en yüksek ihracat performansını sergileyen firmaları ödüllendirdi. Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) hizmet binasında gerçekleştirilen törene çok sayıda sektör temsilcisi ve ihracatçı iş insanı katıldı. Program kapsamında, AHKİB'in 2025 yılı ihracatına en güçlü katkıyı sunan 40 firmaya ödülleri takdim edildi.

"ALDIĞIMIZ DESTEĞİN KATBEKAT FAZLASINI ÜLKEYE KAZANDIRIRIZ"

Törenin açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, hazır giyim sektöründeki daralma ve rekabet gücü kaybına dikkat çekerek destek mekanizmalarının güçlendirilmesi çağrısında bulundu. 2025 yılında hazır giyim ihracatının yüzde 6,3 düşüşle 16,8 milyar dolar seviyesinde gerçekleştiğini belirterek, sektörün üç yıldır küçülme eğiliminde olduğuna

dikkat çeken Gültepe, "Sadece hazır giyimde değil, birçok sektörde işler yolunda gitmiyor." şeklinde konuştu.

Hazır giyim ihracatında son üç yılda 4,4 milyar dolarlık kayıp ve 235 bin kişilik istihdam düşüşü yaşandığını, ithalatın ise 5 milyar dolara yaklaştığını hatırlatan Gültepe, ihracatçıların rekabet gücünün korunması ve üretim kapasitesinin sürdürülebilirliği için desteklerin güncellenmesi gerektiğini vurguladı. Döviz dönüşüm desteğinin yüzde 8'e çıkarılması, istihdam desteğinin 6 bin TL seviyesine yükseltilmesi ve asgari ücret desteğinin 2 bin 500 TL seviyesine taşınması gerektiğini dile getiren Gültepe, "İhtiyaz istemiyoruz, aldığımız desteğin katbekat fazlasını ülkeye kazandırırız." dedi.

"AHKİB ÜYELERİ BAŞARI HİKÂYESİ YAZDI"

Törenin açılış konuşmasını yapan AHKİB Başkanı Gürkan Tekin ise Türkiye genelinde hazır giyim ve konfeksiyon

ihracatının 2025'te yüzde 6,3 gerileyerek 16,8 milyar dolara düştüğünü hatırlatarak yüksek işçilik maliyetleri, enerji fiyatları, finansmana erişimdeki sıkışma ve Avrupa pazarındaki yoğun rekabet baskısının sektörü ciddi biçimde zorladığını ifade etti. Emek yoğun yapısı nedeniyle hazır giyim bu maliyet artışlarını en sert hisseden sektörlerin başında geldiğini belirten Tekin, "Buna rağmen AHKİB üyeleri üretimden ve ihracattan vazgeçmeyerek farklı bir başarı hikâyesi yazdı." dedi.

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün gelecek dönemde bütüncül ve uzun vadeli bir yeniden yapılanma vizyonuna ihtiyaç duyduğunu vurgulayan Başkan Tekin, "2026-2028 dönemi sektörümüz açısından kritik bir eşik. Türkiye'nin düşük maliyetli üretimle rekabet etme dönemi büyük ölçüde geride kaldı. Bundan sonraki yol; nitelikli üretim, yüksek katma değer, tasarım, hız ve esneklikten geçiyor." diye konuştu.

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

Daha Yeşil Bir Gelecek için GREEN TİM Yanınızda!



www.greentim.com

Metal Sektöründe İhracat Birim Fiyatları Rekor Kırdı

İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) tarafından açıklanan TR-METALENDEKS Ocak 2026 verilerine göre sektör yıla miktar bazında sert bir düşüşle başlasa da ihracat birim fiyatları kilogram başına 5,32 dolar ile endeks tarihinin zirvesine ulaştı.

Ocak 2026 verilerine göre metal sektörü yıla miktar bazında sert bir düşüşle başlasa da ihracat birim fiyatları kilogram başına 5,32 dolar ile endeks tarihinin zirvesine ulaştı.

Aralık 2025'te 126 puan olan miktar endeksi, Ocak ayında yüzde 11,3 azalarak 111,8 puana geriledi. Bu seviye, son 22 ayın en düşük miktar endeksi olarak kaydedildi. Tonaj bazındaki kayba rağmen arz kaynaklı fiyat baskısının ihracat gelirlerindeki düşüşü sınırladığı görüldü. Toplam ihracat değeri 1 milyar 91 milyon dolar olurken, değer endeksi yıllık bazda yüzde 6 artış gösterdi.

Genel düşüş eğilimine karşın bakır sektörü hem miktar hem de değer endeksinde yükselerek pozitif ayrıştı. Bakırda birim fiyatlar kilogram başına 12,68 dolar seviyesine çıktı. Buna karşın alüminyum, hırdavat ve mutfak eşyaları sektörlerinde miktar endeksleri geriledi.

İDDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Çetin Tecdelioğlu, fiyat artışlarının gelir kaybını dengelediğini belirtti. Tecdelioğlu, "Birim fiyatın 5,32 dolara çıkması potansiyelimizi gösteriyor. Ancak küresel büyüme beklentileri zayıf. Bu süreçte miktar artışından ziyade, pazar çeşitliliği ve katma değerli üretime odaklanarak rekabet gücümüzü korumalıyız," değerlendirmesinde bulundu.



Çikolata ve Şekerde 9 Milyar Dolarlık Hedef

Almanya'da düzenlenen ve dünyanın en büyük bisküvi, çikolata ve şekerleme fuarı olan ISM Köln Fuarı'nda Türkiye, bu yıl 25. kez millî katılım ile yer aldı. İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İHBİR) organizasyonunda kurulan Türkiye Millî Pavilyonu, iki ayrı holde ziyaretçilerini ağırladı. Pavilyonda toplam 35 firma yer alırken, fuar genelinde Türkiye'den 100 firma ISM Köln'de temsil edildi.

Fuara ve sektöre ilişkin değerlendirmelerde bulunan İHBİR Başkanı Kazım Taycı, ISM'in tüm alt kırımları ile birlikte sektör için stratejik bir platform olduğuna dikkat çekti. Türk çikolata ve şekerleme sektörünün küresel ölçekte istikrarlı şekilde büyüdüğünü vurgulayan Taycı, özellikle ABD pazarının öncelikli hedef ülkeler arasında yer aldığını belirtti.

Taycı, "Sadece şekerli ve kakaolu ürünlerde ABD'ye ihracatımız yaklaşık 600 milyon dolar seviyesinde. Bunun yanı sıra lavaş, baklava, künefe ve donuk pastacılık ürünleriyle Amerika'da ciddi bir pazar payımız var. TURQUALITY kapsamında Türk çikolatası, Türk şekerleri, Türk lokumu ve Türk kahvesinin tanıtımı için bu yıl New York, Chicago, Los Angeles, Miami ve Las Vegas'ta yoğun faaliyetlere başlayacağız. Önümüzdeki dönemde ABD'ye özel bir önem vereceğiz ve ihracat rakamlarımızı artıracacağız." dedi.

Sektörün dinamik yapısına dikkat çeken İHBİR Başkanı Taycı, mevcutta 3 milyar dolar olan çikolata, şekerli ve kakaolu mamuller ihracatını, İHBİR'deki ikinci başkanlık döneminde 9 milyar dolara çıkarmayı hedeflediklerini söyledi. Dünya genelinde atıştırmalık, çikolata ve şekerleme sektörünün her yıl yüzde 4 ila 6 arasında büyüdüğüne işaret eden Taycı, "Bu sektörün hedef kitlesi diğer sektörlerle göre çok daha geniş ve hızla büyüyor. Türkiye bu alanda son 20 yılda üretim kapasitesini 5-6 kat artırdı. Yapılan yatırımlar ve ürün çeşitliliği, bu agresif gibi görünen hedefi gerçekçi kılıyor." dedi.

Her yıl yüzde 4 ila 6 arasında büyüme yaşayan çikolata ve şekerleme sektörü, son 20 yılda üretim kapasitesini 5-6 kat artırdı.

Çelik Sektörü Yakın Pazarlara Odaklandı

Geçen yılı tonaj bazında artışla tamamlayan çelik sektörü, bundan sonraki büyümesini yakın pazarlara odaklanma ve katma değerli ürün ihracatını artırma stratejisiyle sürdürmeyi hedefliyor. 2025 yılında Türkiye'nin çelik ihracatı 19,4 milyon ton olarak gerçekleşirken, ihracatın toplam değeri 16,5 milyar oldu. Ton başına ortalama ihracat fiyatı ise 851 dolar seviyesinde kaldı.

Bu artışın zorlu piyasa koşullarında elde edildiğini vurgulayan Çelik İhracatçıları Birliği (ÇİB) Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Aslan, "Küresel çelik piyasasında fiyatlar ciddi baskı altında. Çin'in yüksek ihracat hacmi ve dünya genelindeki arz fazlası fiyatları aşağı çekiyor. Bu ortamda büyümeyi ancak doğru pazarlara odaklanarak ve esnek bir

2026'da tonajda 20 milyon ton seviyesini, değer bazında ise 17 milyar dolarlık bir hedefleyen çelik sektörü, katma değerli ürünlerin payını artırarak daha dengeli bir büyüme amacında.

stratejiyle sağlamak mümkün." dedi. Sektörün bundan sonraki dönemde deniz aşırı ve yüksek maliyetli pazarlardan ziyade, Türkiye'ye coğrafi olarak yakın ülkelere odaklanacağını belirten Aslan, şöyle devam etti: "Çelik sektörü giderek bölgeselleşiyor. Uzak pazarlarda hem lojistik maliyetler artıyor hem de gümrük vergileri ve kotalar ciddi bir engel oluşturuyor. Buna karşılık yakın pazarlarda hızlı teslimat, esnek üretim ve güçlü ticari ilişkiler gibi

avantajlarımız var."

Bu kapsamda Avrupa Birliği ülkeleri, AB dışındaki Avrupa pazarları, Balkanlar, Doğu Avrupa ve komşu ülkelerin öncelikli hedef pazarlar arasında yer aldığını kaydeden Aslan, mevcut pazarlarda derinleşmenin temel strateji olacağını ifade etti. Aslan, Romanya, Bulgaristan, Balkan ülkeleri, Gürcistan ve Azerbaycan gibi pazarlarda yapılan sektörel çalışmaların da ihracata doğrudan katkı sağladığını söyledi.

Türk Kozmetiğinden Küresel Çıkarma

İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB), Türk kozmetik sektörünün küresel rekabet gücünü artırmak amacıyla Avrupa ve Amerika kıtalarında eş zamanlı bir ticaret diplomasisi yürüttü. Prag'da düzenlenen sektörel ticaret heyeti ve Miami'deki millî katılım organizasyonu ile Türk firmaları, uluslararası dev satın almacılarla bir araya geldi.

Prag'da gerçekleştirilen ECRM Kozmetik Sektörel Ticaret Heyeti, 13 Türk firmasını 109 uluslararası alıcıyla buluşturdu. Üç gün süren organizasyonda 620'den fazla ikili iş görüşmesi yapılarak yeni iş birliklerinin temeli atıldı. Türkiye'nin Çekya'ya olan kozmetik ihracatı 2024'te 18,63 milyon dolar olarak kaydedilirken, bu heyetin Avrupa pazarındaki etkinliği daha da artırması bekleniyor.

İKMİB, ABD'nin en prestijli fuarlarından biri olan Cosmoprof North America Miami'ye bu yıl üçüncü kez millî katılım organizasyonu düzenledi. 27-29 Ocak'ta gerçekleşen fuarda, toplam 33 Türk firması yenilikçi ve kaliteli ürünlerini sergileyerek Amerika pazarındaki varlığını güçlendirdi.

Sektörün performansını değerlendiren İKMİB Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, Türk kozmetik sektörünün 2025 yılını yüzde 11,8 artışla 2,3 milyar dolarlık ihracatla kapattığını vurguladı. Pelister, "ABD, uçucu yağlar ve kozmetik ürün grubunda en çok ihracat yaptığımız ikinci ülke konumunda. 2025'te ABD'ye ihracatımız yüzde 17 artışla 155,4 milyon dolara ulaştı. Bu yüksek potansiyelden faydalanmak ve ihracatımıza katkı sağlamak üzere İKMİB olarak faaliyetlerimize devam ediyoruz." dedi.

2025 yılını 2,3 milyar dolarlık ihracatla kapatan Türk kozmetik sektörünün, uçucu yağlar ve kozmetik ürün grubunda en çok ihracat yaptığı ikinci ülke olan ABD'ye ihracatı yüzde 17 arttı.





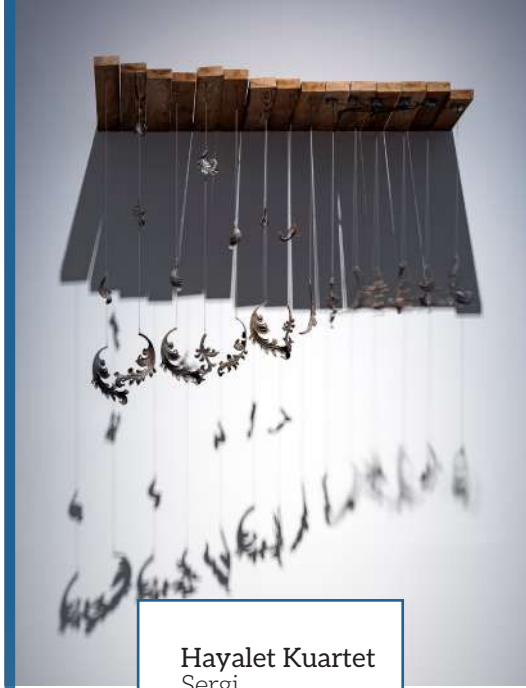
Sevgilerle, Bedri Rahmi Eyüboğlu Sergi

Mekân:
Casa Botter

Saat:
10:00-21:00

Zarflarda Yaşayan Anılar

İstanbul'un eşsiz yapısı Casa Botter, İBB Miras ve İBB Kültür iş birliğiyle hazırlanan "Sevgilerle, Bedri Rahmi Eyüboğlu" sergisine ev sahipliği yapıyor. Sergi, usta sanatçı Eyüboğlu'nun 1957-74 yılları arasında dostları ve ailesiyle arasındaki yazışmaların zarflarını birer sanat eserine dönüştürüyor. Fikret Mualla'dan Nâzım Hikmet'e uzanan geniş bir kültür ağının izlerini taşıyan seçkide, Bedri Rahmi'nin özgün motifleri, balık imgeleri ve otoportre silüetleri küçük tuvaler gibi parlıyor. Sanatçının özel dünyasına şiirsel bir yolculuk sunan bu özel arşiv, 29 Mart'a kadar ziyaret edilebilir.



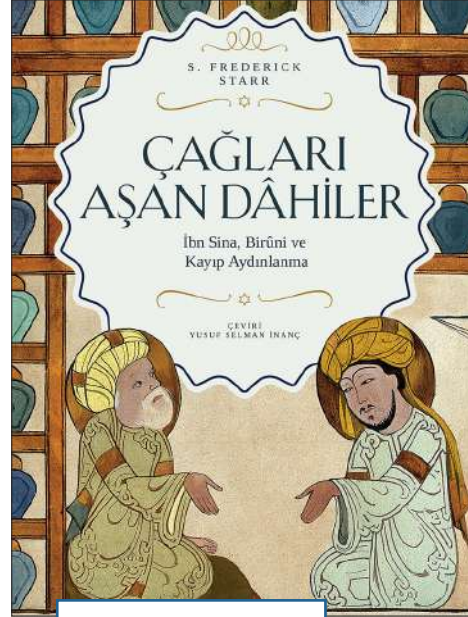
Hayalet Kuartet Sergi

Mekân:
Arter

Saat:
11:00-19:00

Zamanın ve Mekânın İzinde

Arter, Hera Büyüktaşçıyan'ın kişisel ve kent tarihini harmanlayan "Hayalet Kuartet" sergisine kapılarını açıyor. Sanatçının erken dönem yapıtlarını yeni üretimleriyle buluşturan sergi; bellek, mimari ve doğa kavramlarını Kurtuluş ve Tarlabası ekseninde sorguluyor. Tıp dilindeki "hayalet uzuv" teriminden ilham alan sergi; Nekropol, Avlu, Cadd ve Bakış bölümlerinden oluşuyor. Dört element ve dört farklı zamansallık üzerine kurulan yapıtlar, izleyiciyi varlık ve yokluk arasındaki eşikte düşsel bir yolculuğa çıkarıyor. Yüzey gerilimlerini ve seslerle toplumsal hafızanın hayaletlerini görünür kılan sergi, 17 Ağustos'a kadar ziyarete açık.



Çağları Aşan Dahiler S. Frederick Starr

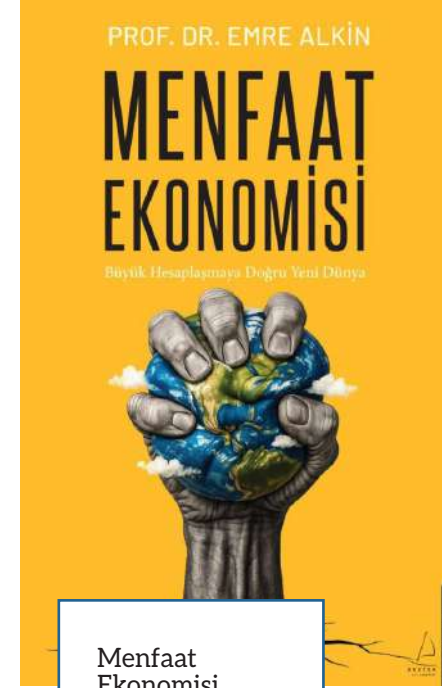
Sayfa Sayısı:
360

İlk Baskı Yılı:
2026

Yayınevi:
Kronik Kitap

Bilim Tarihinin İki Büyük Dehası

S. Frederick Starr, yeni kitabı "Çağları Aşan Dâhiler"de Orta Asya'nın altın çağını iki dev ismi olan İbn Sina ve Birûni merceğinden anlatıyor. Bin yıl önce tıp, matematik ve gök biliminde çığır açan bu iki deha, Antik Yunan mirasını devralıp modern bilimin temellerini attı. Kitap, Amerika'yı öngören Birûni ile Avrupa düşüncesini şekillendiren İbn Sina arasındaki yaratıcı gerilime ve sert mektuplaşmalara odaklanıyor. Sürgünlerin ve siyasi kargaşanın gölgesinde yeşeren bu rekabet, Batı Rönesansı'nın gizli kaynağını gün ışığına çıkarıyor.



Menfaat Ekonomisi Prof. Dr. Emre Alkin

Sayfa Sayısı:
200

İlk Baskı Yılı:
2025

Yayınevi:
Destek Yayınları

Algı ve Gerçek Arasında Bir Sorgulama

Ekonomist Emre Alkin, yeni kitabıyla liberal kapitalizmin sarsılan temellerini ve modern ekonomik sistemin karmaşık yapısını masaya yatırıyor. Sadece rakamlara değil, büyümenin niteliğine ve toplumsal düzene odaklanan yazar, okuru büyüleyici bir sorgulamaya davet ediyor. Enflasyondan dijital dönüşüme, ahlaki erozyondan savaş ekonomisine uzanan geniş bir yelpazede kalem oynatan Alkin, istikrar kavramını ideolojik bir perspektifle yeniden yorumluyor. Verilerin birer sayıdan öte, güç ilişkilerinin yansıması olduğunu savunan eser, ekonominin algı yönetimiyle imtihanını çarpıcı analizlerle gözler önüne seriyor.

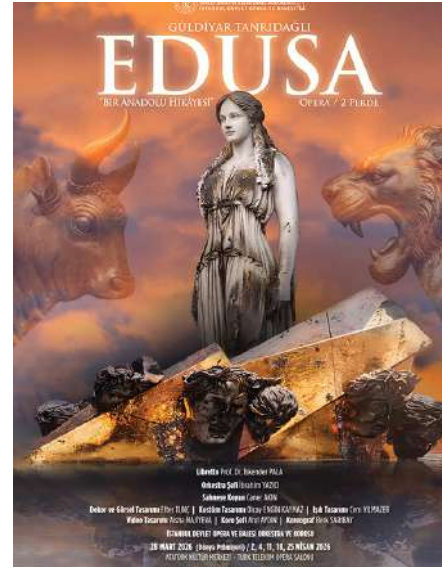


İngesel Sanat Yolculuğunda 50 Yıl "Suat Arıkan" Konser

Mekân:
AKM Tiyatro Salonu

Sanatla Geçen Yarım Asır

Opera sanatçısı ve ressam Suat Arıkan, sanat hayatının 50. yılını özel bir projeye taçlandırıyor. Sanatı disiplinle yoğrulmuş bir yaşam pratiği olarak gören Arıkan, toplumsal önyargılara ve zorluklara karşı yarım asırdır sürdürdüğü üretimini sanatseverlerle paylaşıyor. Resim yapmadığı günü "yaşamamış" sayan sanatçı, özgün üslubu ve istikrarlı yolculuğuyla biriktirdiği eserlerini hem sahnede hem de galeride sergiliyor. Arıkan'ın konseri, 30 Mart'ta dinleyicilerle buluşacak.



Edusa "Bir Anadolu Hikayesi" Opera

Yönetmen:
Caner Akın

Libretto:
İskender Pala

Mekân:
Atatürk Kültür Merkezi

Anadolu'nun Kadim Mirası Sahnedeki

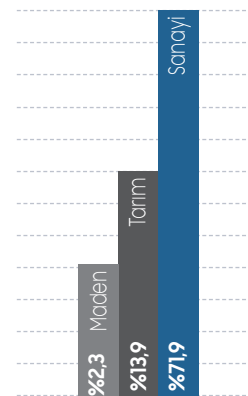
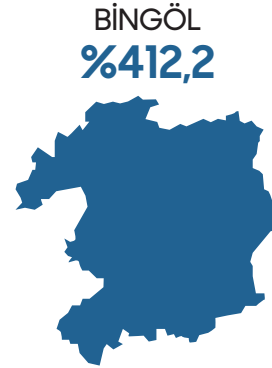
Lidya Krallığı'nın ihtişamı, İskender Pala'nın derinlikli librettosu ve Güldiyar Tanrıdağlı'nın besteleriyle hayat buluyor. Yönetmen Caner Akın'ın yenilikçi rejisiyle sahnelenen Edusa, izleyiciyi Sard kentinin zenginliğinden Kızılırmak boylarına uzanan epik bir yolculuğa çıkarıyor. Maddi güç ve iktidarın geçiciliğine karşı kültürün ve adaletin ölümsüzlüğünü vurgulayan eser, Anadolu'nun binlerce yıllık hafızasını çağdaş bir opera diliyle buluşturuyor. Etkileyici prodüksiyon, 28 Mart'ta prömiyerini gerçekleştirecek.

İhracat Rakamları (ÖTS)

2026 Yılı Şubat Ayı İhracatı
21 Milyar Dolar Oldu.Şubat Ayı İhracatı Geçen Yıla
Göre Yüzde 1,6 Arttı.Son 12 Aylık İhracat 272,7
Milyar Dolar Oldu.Son 12 Aylık İhracat Geçen
Yıla Göre Yüzde 3,9 Arttı.

En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2026 yılı Şubat ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,662 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı, 1,115 milyar dolarla Birleşik Krallık ve 1.012 milyar dolarla İtalya izledi.

Alt Üretim Gruplarının 2026 Yılı
Şubat Ayında İhracattan Aldığı PayAna Üretim Gruplarının
2026 Yılı Şubat Ayında
İhracattan Aldığı Pay2026 Yılı Şubat Ayında İl
Bazında En Dikkat Çeken
İhracat Artışı

İllere Göre 2026 Yılı Şubat Ayı İhracat Dağılımı



Sektörel Bazda İhracat Rakamları -1,000 \$

SEKTÖRLER	1 - 28 ŞUBAT				1 OCAK - 28 ŞUBAT			
	2025	2026	Değişim ('26/'25)	Pay(26) (%)	2025	2026	Değişim ('26/'25)	Pay(26) (%)
I. TARIM	2.949.368	2.929.151	-0,7	13,9	5.954.175	5.910.888	-0,7	14,3
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	2.068.438	2.022.456	-2,2	9,6	4.180.574	4.078.480	-2,4	9,9
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.063.436	953.396	-10,3	4,5	2.088.145	1.881.057	-9,9	4,5
Yaş Meyve ve Sebze	318.988	398.070	24,8	1,9	671.904	911.178	35,6	2,2
Meyve Sebze Mamulleri	198.829	195.517	-1,7	0,9	408.657	382.839	-6,3	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	144.944	134.847	-7,0	0,6	308.097	273.416	-11,3	0,7
Fındık ve Mamulleri	215.799	208.683	-3,3	1,0	421.860	389.362	-7,7	0,9
Zeytin ve Zeytinyağı	41.063	29.722	-27,6	0,1	92.270	59.673	-35,3	0,1
Tütün	65.991	80.082	21,4	0,4	151.905	143.935	-5,2	0,3
Süs Bitkileri ve Mamulleri	19.389	22.138	14,2	0,1	37.737	37.021	-1,9	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	275.421	306.584	11,3	1,5	559.747	670.371	19,8	1,6
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	275.421	306.584	11,3	1,5	559.747	670.371	19,8	1,6
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	605.509	600.112	-0,9	2,8	1.213.854	1.162.036	-4,3	2,8
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	605.509	600.112	-0,9	2,8	1.213.854	1.162.036	-4,3	2,8
II. SANAYİ	14.669.632	15.151.293	3,3	71,9	29.613.196	29.250.951	-1,2	70,7
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.115.709	1.108.830	-0,6	5,3	2.296.308	2.150.307	-6,4	5,2
Tekstil ve Hammaddeleri	755.797	759.705	0,5	3,6	1.581.002	1.488.557	-5,8	3,6
Deri ve Deri Mamulleri	132.253	127.689	-3,5	0,6	258.434	234.114	-9,4	0,6
Halı	227.659	221.436	-2,7	1,1	456.872	427.636	-6,4	1,0
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2.485.587	2.322.496	-6,6	11,0	5.036.696	4.622.179	-8,2	11,2
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.485.587	2.322.496	-6,6	11,0	5.036.696	4.622.179	-8,2	11,2
C. SANAYİ MAMULLERİ	11.068.336	11.719.966	5,9	55,6	22.280.192	22.478.465	0,9	54,3
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.354.737	1.328.486	-1,9	6,3	2.763.983	2.667.117	-3,5	6,4
Otomotiv Endüstrisi	2.976.591	3.543.949	19,1	16,8	5.972.933	6.604.498	10,6	16,0
Gemi, Yat ve Hizmetleri	158.783	176.441	11,1	0,8	241.198	343.388	42,4	0,8
Elektrik ve Elektronik	1.292.820	1.412.649	9,3	6,7	2.516.348	2.754.075	9,4	6,7
Makine ve Aksamları	807.919	892.563	10,5	4,2	1.598.285	1.704.979	6,7	4,1
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.020.280	1.098.999	7,7	5,2	2.030.709	2.172.519	7,0	5,3
Çelik	1.233.327	1.192.569	-3,3	5,7	2.479.161	2.274.862	-8,2	5,5
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	320.216	337.019	5,2	1,6	637.401	653.987	2,6	1,6
Mücevher	877.796	571.605	-34,9	2,7	2.040.359	1.047.589	-48,7	2,5
Savunma ve Havaçılık Sanayii	435.240	553.410	27,2	2,6	820.336	1.107.903	35,1	2,7
İklimlendirme Sanayii	590.626	612.276	3,7	2,9	1.179.477	1.147.548	-2,7	2,8
III. MADENCİLİK	417.966	475.477	13,8	2,3	874.606	994.754	13,7	2,4
Madencilik Ürünleri	417.966	475.477	13,8	2,3	874.606	994.754	13,7	2,4
TOPLAM (TİM*)	18.036.965	18.555.921	2,9	88,1	36.441.977	36.156.593	-0,8	87,4
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	2.691.746	2.508.950	-6,8	11,9	5.447.387	5.223.610	-4,1	12,6
GENEL İHRACAT TOPLAMI	20.728.712	21.064.872	1,6	100,0	41.889.364	41.380.202	-1,2	100,0

<p>Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Limonluk Mah. Vali Hüseyin Aksoy Cad. No: 4 Yenisehir/Mersin Tel: 0 324 325 37 37 Faks: 0 324 325 41 42 E-Posta: akib@akib.org.tr Web Adresi: www.akib.org.tr Genel Sekreter: Mehmet Ali Erkan Genel Sekreter Yrd.: Canan Aktan Sarı Genel Sekreter Yrd.: Osman Erşahan Genel Sekreter Yrd.: H. Okan Şenel</p>	<p>Hizmet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 01 00 Faks: 0 212 454 01 01 E-Posta: info@hib.org.tr Web Adresi: www.hib.org.tr Genel Sekreter: Fatih Özer Genel Sekreter Yrd.: Abdullah Keskin Genel Sekreter Yrd.: Üzeyir Işık</p>
<p>Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Aspendos Bulvarı No: 221 07200/Antalya Tel: 0 242 311 80 00 Faks: 0 242 311 79 00 E-Posta: baib@baib.gov.tr Web Adresi: www.baib.gov.tr Genel Sekreter: Ümit Sezer</p>	<p>İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 C Blok, Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 05 00 Faks: 0 212 454 05 01-02 E-Posta: iib@iib.org.tr Web Adresi: www.iib.org.tr Genel Sekreter: Doğuş Tozanlı Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay Genel Sekreter Yrd.: Volkan Kekevi</p>
<p>Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Akhan Mah. 246 Sok. No: 8 Pamukkale/Denizli Tel: 0 258 274 66 88 Faks: 0 258 274 72 22 - 62 E-Posta: denib@denib.org.tr Web Adresi: www.denib.org.tr Genel Sekreter: Uğur Dayıoğlu Genel Sekreter Yrd.: Yusuf Fidangenç</p>	<p>İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01 E-Posta: immib@immib.org.tr Web Adresi: www.immib.org.tr Genel Sekreter: Armağan Vurdu Genel Sekreter Yrd.: Coşkun Kıriloğlu Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı Genel Sekreter Yrd.: Aydın Yılmaz</p>
<p>Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Cumhuriyet Cad. Eren İş Mrk. No: 86 K: 4-5 Erzurum Tel: 0 442 214 11 85 Faks: 0 442 214 11 89-91 E-Posta: daibarge@daib.org.tr Web Adresi: www.daib.org.tr Genel Sekreter: Murat Karapınar</p>	<p>İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 B Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01 E-Posta: info@itkib.org.tr Web Adresi: www.itkib.org.tr Genel Sekreter: Mustafa Bektaş Genel Sekreter Yrd.: Özlem Güneş Genel Sekreter Yrd.: Fatih Zengin Genel Sekreter Yrd.: Çağrı Öztürk</p>
<p>Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Pazarca Mah. Sahil Cad. No: 95 Trabzon Tel: 0 462 326 16 01 Faks: 0 462 326 94 01-02 E-Posta: dkib@dkib.org.tr Web Adresi: www.dkib.org.tr Genel Sekreter: İdris Çevik</p>	<p>Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Bulvarı No:19/E 28200 Giresun Tel: 0 454 216 24 26 Faks: 0 454 216 48 42 E-Posta: kib@kib.org.tr Web Adresi: www.kib.org.tr Genel Sekreter: Sertaç Şevket Toramanoğlu</p>
<p>Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Cad. No:382 Alsancak/İzmir Tel: 0 232 488 60 00 Faks: 0 232 488 61 00 E-Posta: eib@egebirlik.org.tr Web Adresi: www.egebirlik.org.tr Genel Sekreter: İ. Cumhur İşbirakmaz Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal</p>	<p>Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Ceyhan Atuf Kansu Cad. No: 120 Balgat/Ankara Tel: 0 312 447 27 40 (5 Hat) Faks: 0 312 446 96 05 E-Posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr Web Adresi: www.oaib.org.tr Genel Sekreter: Musa Demir Genel Sekreter Yrd.: Esra Arpınar Genel Sekreter Yrd.: Fatih Yumuş</p>
<p>Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012 No'lu Sk. No: 6 27090 Şehitkamil/Gaziantep Tel: 0 342 211 05 00 Faks: 0 342 221 05 09-10 E-Posta: gaibevrak@gaib.org.tr Web Adresi: www.gaib.org.tr Genel Sekreter: Bülent Kayalı Genel Sekreter Yrd.: Ahmet Şahbudak Genel Sekreter Yrd.: Aydın Kutlu Genel Sekreter Yrd.: Serdar Hasan Aydoğan</p>	<p>Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Organize Sanayi Bölgesi 2. Gelişim Sahası Kahverengi Cad. No: 11 16140 Nilüfer/Bursa Tel: 0 224 219 10 00 Faks: 0 224 219 10 10 E-Posta: uludag@uib.org.tr Web Adresi: www.uib.org.tr Genel Sekreter: Mümin Karacakayalılar Genel Sekreter Yrd.: Ayşe Mehtap Ekinci Genel Sekreter Yrd.: Birgül Polat</p>

Genel Sekreter Yiğit Tufan Eser

Genel Sekreter Yrd. Dr. Kübra Ulutaş Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş Genel Sekreter Yrd. Funda Özgülec Yüceer

Dış Ticaret Kompleksi

Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3 B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL

444 0 846 (TİM)

tim@tim.org.tr • tim.org.tr

Artık kasko
her araç için ekonomik

HER YAŞA HER ARAÇA KASKONOMİQ



İSTEYENE İMM

SERVİS SEÇİMİ
ARAÇ YAŞI SINIRSIZKAZA
HALİNDE ÇEKİCİ
KURTARICI
İKAME ARAÇ

Aracınız ister yeni ister eski, ister motor ister kamyonet olsun, genişletilmiş kasko ile araç bedelinin %85'e kadarı bizde, siz sadece küçük bir prim ödeyin yeter.

Her yaşa, her araca KASKONOMİQ.



KAREKODU TELEFONUNUZUN KAMERASI İLE OKUTARAK UYGULAMAYI İNDİREBİLİRSİNİZ.

BLOG MAG SÖZLÜK

f @ X v in

MARKAYI BAŞARIYA GÖTÜREN YOL...

adres patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"



filiz
zakir
@adrespatent

adres patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr
0(212) 347 89 89

25 YIL
Sige çok yakınız?

MERKEZ
Levent Cd. Krizantem Sk. No: 33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL

İSTANBUL LEVENT

0(212) 347 89 89

info@adrespatent.com

İKTİLLİ TEKNOLOJİ

0(212) 549 43 70

ikitelli@adrespatent.com

MERTER

0(212) 890 55 50

merter@adrespatent.com

ESENYURT TEKNOLOJİ

0(549) 474 04 37

esenyurt@adrespatent.com

KADIKÖY

0(216) 386 26 88

anadolu@adrespatent.com

GEBZE TEKNOLOJİ

0(537) 659 50 23

gebze@adrespatent.com

ANKARA

0(312) 232 62 85

ankara@adrespatent.com

İZMİR

0(232) 425 20 40

izmir@adrespatent.com

DENİZLİ

0(258) 265 69 12

denizli@adrespatent.com

BURSA

0(224) 504 53 43

bursa@adrespatent.com

LONDRA

+44(7552) 725 955

londra@adrespatent.com

I ♥ PATENT

