

Küresel Servet Ekonomiyle Aynı Hızda Büyümüyor



**Finansmana Erişimde
İhracatçının Asırlık Adresi:
Türk Ticaret Bankası**

**Türkiye'nin Çiçek Haritası
Üretim ve İhracatla
Büyüyor**

**And Dağları'nın Arasında
Büyüyen Ekonomi:
Peru**

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

EP15-E
EP20-E

YAPAR

**ELEKTRİKLİ
TRANSPALET**

1500 KG - 2000 KG



yaparistif.com

f @ /yaparmaterialhandling



WOME
DELUXE



Wome'da Yaz Devam Ediyor!



Maviyle Yeşilin Buluştuğu Eşsiz Atmosferde,
Alkolsüz Her Şey Dahil Wome Deluxe Ayrıcalıklarıyla
Yazın Keyfini Yaşamaya Devam Edin.



444 8 330



+90 542 452 95 95



wome.com.tr

İÇİNDEKİLER

10

TÜRKİYE’NİN AĞUSTOS AYI İHRACATI 23,5 MİLYAR DOLAR OLDU

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: “Ocak-Ağustos dönemindeki mal ihracatımız 185 milyar dolara, son 12 aylık ihracatımız ise 280,3 milyar dolara ulaştı. 8 aylık ihracatta yüzde 4, 12 aylık çevrimde yüzde 4,2 artış kaydettik.”

20

KÜRESEL SERVET EKONOMİYLE AYNI HIZDA BÜYÜMÜYOR

Küresel bilanço 2025 yılında yaklaşık 1,8 katrilyon dolara ulaşırken hanehalkı serveti 570 trilyon dolarla tüm zamanların en yüksek seviyesine çıktı. Ancak büyümenin önemli bölümünün yeni yatırımlar ve üretimden ziyade mevcut varlıkların kazandığı değerden kaynaklandığı görülüyor.

32

FİNANSMANA ERİŞİMDE İHRACATÇININ ASIRLIK ADRESİ

İhracatçının finansmana erişimine odaklanan Türk Ticaret Bankası, 2024’te yeniden faaliyete geçmesinin ardından finansman ve bankacılık çözümlerini genişletiyor. Banka, 2025’te ihracatçılara 76,3 milyar TL finansman sağlarken, yılı 94,1 milyar TL çalışma büyüklüğüyle tamamladı.

36

AVRUPA’DAKİ KURAKLIK TİCARİ KIRILGANLIĞI ARTIRIYOR

Avrupa’nın önemli ticaret güzergâhlarından Ren ve Tuna nehirleri, yüksek sıcaklıklar ve yağış eksikliğinin yol açtığı kuraklık riskiyle karşı karşıya. Daha az yük, daha pahalı lojistik ve artan enerji baskısı anlamına gelen bu durum, Avrupa’nın sanayi ve enerji güvenliğini yeniden gündeme getirdi.

40

TÜRKİYE’NİN ÇİÇEK HARİTASI ÜRETİM VE İHRACATLA BÜYÜYOR

Türkiye, farklı iklim kuşaklarının sunduğu üretim avantajını süs bitkileri sektöründe giderek daha güçlü bir ihracat performansına dönüştürüyor. 2025’te 160 milyon dolara yaklaşan ihracatıyla rekor kıran sektörün hedefinde, küresel pazarda kalıcı bir Türkiye markası oluşturmak var.

46

“TÜRKİYE’Yİ EĞİTİM VE KARIYER ÜLKESİ OLARAK KONUMLANDIRMALIYIZ”

HİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Eğitim Hizmetleri Komite Başkanı Orhan Gazi Yiğitbaş: “Eğitimdeki güçlü temeli, gerekli yapısal iyileştirmelerle desteklediğimiz takdirde Türkiye’nin dünyanın önde gelen eğitim hizmetleri ihracatçıları arasında çok daha üst sıralarda yer alacağına inanıyoruz.”

50

AND DAĞLARI’NIN ARASINDA BÜYÜYEN EKONOMİ: PERU

Bakırdan altına, tarım ürünlerinden yenilenebilir enerjiye uzanan geniş potansiyeliyle Latin Amerika’nın değerli toprakları arasında yer alan Peru, bir yandan sahip olduğu doğal kaynak zenginliğini küresel pazarlara taşıırken, diğer yandan bu kaynakları koruyarak sürdürülebilir bir büyüme modeli oluşturma yollarını arıyor.

56

ZEYTİN: ANADOLU’DA KÖK SALAN KADİM MİRAS

Binlerce yıldır Akdeniz uygarlıklarının sofrasında, kültüründe ve ekonomisinde yer alan zeytin, kadim bir kültürel miras olmanın ötesinde bugün milyarlarca dolarlık küresel bir ticaretin parçası konumunda. Türkiye ise bu güçlü mirası sürdürülebilir üretim, yüksek kalite ve markalaşmayla dünya pazarlarında kalıcı bir avantaja dönüştürmeyi hedefliyor.

70



Yaklaşık iki bin yıldır Roma’nın merkezinde yer alan Panteon, bugün dünyanın en büyük donatsız beton kubbesi olarak kabul ediliyor.

40



TGS Dış Ticaret Genel Müdürü Engin Nukan: "TGS kurulduğu günden itibaren imalatçı firmalara sağladığı kolaylıklarla ülkemizin ihracatının artmasında önemli bir rol oynadı. Önümüzdeki dönemde de imalatçı firmaların yanında yer almaya ve geliştireceğimiz yeni çözümlerle her konuda destek olmaya devam edeceğiz."



28



50

TİMREPORT

TİM ADINA SAHİBİ BAŞKAN
Mustafa GÜLTEPE

YAYIN KURULU
Erdem ÇENESİZ
Hasan Osman SABİR
Melisa TOKGÖZ MUTLU
Ömer MADIRLI
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
Erkan ALTINDAĞ

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

MUSTAFA GÜLTEPE

TİM Başkanı



Sanayi Güçlenirse İhracat Güçlenir

İhracatımız ağustos ayında yüzde 8,1 artışla 23,5 milyar dolar düzeyinde gerçekleşti. 8 aylık ihracatımız 185 milyar dolara, son 12 aylık ihracatımız ise 280,3 milyar dolara yükseldi. Ocak-Ağustos dönemini kapsayan 8 aylık ihracatta yüzde 4, 12 aylık çevrimde ise yüzde 4,2 artış kaydettik.

Türkiye'nin ihracatı sınırlı bir artış patikasında ilerlerken, küresel mal ticaretinde güçlü büyüme dikkat çekiyor. 2026'nın ilk yarısında küresel mal ticaretinin yüzde 12,5 arttığı tahmin ediliyor. Aynı dönemde bizim ihracat artışımız yüzde 3,6'da kaldı. Çünkü yüksek maliyetler hızımızı kesmeye, küresel mal ihracatından aldığımız pay üzerinde baskı oluşturmayı sürdürüyor. En büyük pazarımız Avrupa'dan toparlanma sinyalleri gelirken rekabetçiliğimizi güçlendirecek adımların daha fazla zaman kaybedilmeden atılması büyük önem taşıyor.

TÜİK tarafından açıklanan büyüme verileri de bu tabloyu tamamlayan önemli veriler içeriyor. Türkiye ekonomisi ikinci çeyrekte yüzde 2,3 büyüyerek 24 çeyrektir kesintisiz büyümesini sürdürdü. Net ihracat altı çeyrek sonra büyüme-ye az da olsa pozitif katkı verdi. Net ihracattan gelen 0,6 puanlık katkı önümüzdeki dönem için bizi umutlandırdı.

Biz her dönem ihracatın büyümenin dinamosu olmasını arzu ediyoruz. Ancak, imalat sanayinin milli gelirdeki payı gerilemeye devam ediyor. 2022'nin ikinci çeyreğinde imalat sanayinin milli gelirdeki payı yüzde 23'tü. Oran bu yılın ikinci çeyreğinde yüzde 15,1'e indi. Dört yılda yaklaşık 8 puanlık bir kayıp var. Her fırsatta

söylüyorum: Büyümenin en az yarısının üretim ve ihracattan gelmesi gerekiyor. Oysa ihracatçı-nın rekabet gücü giderek zayıflıyor. Beklentimizi tam olarak karşılamamakla birlikte İstihdam Koruma Destek Programı'nda yapılan revizyon ve imalat sanayi özelinde açıklanan 250 milyar TL'lik finansman paketi için teşekkür ediyorum. Atılan bu adımlar önemli ancak rekabetçiliğimizi yeniden kazanabilmemiz için çok daha fazlasına ihtiyacımız var.

TİM ve ihracatçı birlikleri olarak biz firmala-rımızı yeni pazarlarda yeni müşterilerle ve yeni siparişlerle buluşturmak için sahada olmaya de-vam ediyoruz. Ağustos ayında 7 ticaret heyeti, 1 alım heyeti, 8 fuar katılımı ve 3 UR-GE faaliyeti gerçekleştirdik. Eylül ayında 17 ticaret heyeti düzenleyerek firmalarımızı potansiyel alıcılarla buluşturmayı sürdüreceğiz.

Geçen ay gittiğimiz ülkeler arasında Suriye'nin ayrı bir yeri var. Ticaret Bakanımız ve 200 ki-şilik heyetimizle Şam'da Türkiye-Suriye Ticaret Heyeti ve ikili iş görüşmelerimizi gerçekleştirdik. Şam Uluslararası Fuarı'nda yerimizi aldık. Su-riyeli iş insanlarıyla verimli görüşmeler yaptık. Türkiye ile Suriye arasında her alanda çok geniş iş birliği imkânı bulunuyor. Üretim ve ticaret altyapısının güçlenmesi, Suriye için ekonomik toparlanma, Türkiye için yatırım ve ihracat anlamına geliyor.

Ağustosla birlikte sekiz ayı geride bıraktık. Önümüzdeki dört ayı en verimli şekilde değer-lendirerek mal ihracatında 282 milyar dolarlık hedefe ulaşmak için var gücümüzle çalışmaya devam edeceğiz.

İŞİMİZ ÜRETİM GÜCÜMÜZ İHRACAT

DÜNYA TURU



DÜNYA

KÜRESEL PİYASALAR ABD'DEKİ VERİ AKIŞINA ODAKLANDI

Küresel piyasalar, ABD'de açıklanacak tarım dışı istihdam verilerine odaklanırken bir Fed üyesinden yüksek enflasyona ilişkin uyarı geldi. Jeopolitik risklerin tırmanması ve petrol fiyatlarındaki yükseliş, ABD hisse senetleri ile tahviller üzerinde baskı oluşturdu. Hürmüz Boğazı'nın yeniden açılmasına yönelik kalıcı bir anlaşmanın belirsizliğini koruması, petrol fiyatlarını destekledi. Brent petrol haftalık bazda yaklaşık yüzde 5 gerilese de yeniden yükseldi. Artan enerji maliyetleri, Fed'in faizleri uzun süre yüksek tutabileceği endişelerini güçlendirirken, yatırımcıların gözü istihdam verisinde.



ABD

YAPAY ZEKÂ YATIRIMLARI ENFLASYON BASKISINI ARTIRIYOR

Yapay zekâ yatırımlarındaki hızlı artış, ABD'de enflasyonu düşürmek yerine yükseliş yönünde baskı oluşturuyor. CIBC Capital Markets analizine göre, yapay zekâ yatırımlarının 2026 yılında yıllık enflasyona yaklaşık 0,4 puan katkı yapması bekleniyor. Bu etkinin, veri merkezleri, bilgisayar ekipmanları ve elektrik üretimine yönelik yatırımlardaki artıştan kaynaklandığı belirtiliyor. Çip, yazılım, inşaat malzemeleri, taşımacılık hizmetleri ve elektriğe yönelik talep de fiyatları yukarı çekiyor. Yapay zekânın enflasyon üzerindeki baskısının, sermaye harcamalarındaki artışın yavaşlaması ve verimlilik kazanımlarının artmasıyla 2027'de azalacağı öngörülüyor.



ÇİN

ELEKTRİK ENERJİSİ ÜRETİMİNE KÖMÜR KATKISI

Dünyanın en büyük kömür tüketicisi Çin, 2026'nın ilk yarısında elektrik üretiminde kömürün payını yüzde 49,7'ye indirerek ilk kez yüzde 50'nin altına düşürdü. Çin Enerji İdaresi yetkilisi Xing Yiteng, ülkenin yenilenebilir kaynaklardan ürettiği elektriğin toplam üretimdeki payının yüzde 41,2'ye yükseldiğini açıkladı. Böylece yenilenebilir enerjinin payı ilk kez yüzde 40'ı aştı. Rüzgâr ve güneş enerjisinin toplam elektrik üretimindeki payı ise yüzde 24,6 oldu. Elektrik üretiminde kalan bölüm doğal gaz ve nükleer enerjiden karşılandı. Gelişme, Çin'in enerji dönüşümündeki ilerlemeyi gösterdi.



AB

12,1 MİLYAR EURO'LUK DIŞ TİCARET AÇIĞI VERDİ

Avrupa İstatistik Ofisi, AB ve Euro Bölgesi'nin mayıs ayı uluslararası ticaret verilerini yayımladı. Rapora göre, Avrupa Birliği'nin (AB) ihracatı, mayıs ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 1,1 artarak 215,7 milyar euro, ithalatı ise yüzde 10,8 yükselerek 227,8 milyar euro oldu. AB, söz konusu ayda 12,1 milyar euro dış ticaret açığı verdi. Geçen yılın aynı ayında 12,7 milyar euro ticaret fazlası veren AB'nin dengesindeki değişimde, enerji açığının büyümesi etkili oldu.



AFRİKA

SANAYİDE HIZLANMA İÇİN ENERJİYE İHTİYAÇ VAR

UNIDO'nun "Afrika'da Sürdürülebilir Geçim Kaynakları için Enerji Verimliliği" programı yöneticisi Karin Reiss-Haimbala, Afrika'da sanayinin enerji talebini ve büyüklüğünü doğru analiz etmenin enerji yatırımlarını çekebileceğini söyledi. Reiss-Haimbala, kıtanın hammadde ihracatından imalata geçerek bölgesel ve küresel değer zincirlerine daha güçlü şekilde katılabilceğini belirtti. Küresel enerji dönüşümünün Afrika için önemli bir sanayileşme fırsatı sunduğunu vurgulayan Reiss-Haimbala, kıtanın zengin yenilenebilir enerji kaynaklarına sahip olduğunu ifade etti. Ayrıca temiz enerji teknolojilerine yönelik artan talebin ve kritik minerallerin varlığının kıtanın avantajlarını güçlendirdiğini kaydetti.



GÜNEY KORE

ENFLASYON DÜŞTÜ FAİZ ARTIŞI GÜDEMDE

Güney Kore'de tüketici enflasyonu, temmuz ayında petrol fiyatlarındaki düşüşün etkisiyle yüzde 2,8'e gerileyerek piyasa beklentilerinin altında kaldı. Haziran ayında yüzde 3,2 olan yıllık enflasyon, böylece üç ayın en düşük seviyesine indi. Petrol ürünleri fiyatlarının yüzde 5,5 düşmesiyle aylık TÜFE de yüzde 0,2 geriledi. Maliye Bakanlığı, yakıt fiyat tavanlarının enflasyonu 0,3 puan aşağı çektiğini açıkladı. Kore Merkez Bankası ise yüksek petrol fiyatları ve güçlü iç talep nedeniyle çirdek enflasyonu yakından izleyeceğini belirtti. Bankanın 27 Ağustos'taki toplantısında faiz artışı ihtimali piyasaların gündeminde.

Türkiye'nin Ağustos Ayı İhracatı 23,5 Milyar Dolar Oldu

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: “Ocak-Ağustos dönemindeki mal ihracatımız 185 milyar dolara, son 12 aylık ihracatımız ise 280,3 milyar dolara ulaştı. 8 aylık ihracatta yüzde 4, 12 aylık çevrimde yüzde 4,2 artış kaydettik.”



Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: “Ocak-ağustos döneminde de ihracatımız 185 milyar dolarla rekor kırdı, ağustosta yıllıklandırılmış ihracatımız 280,3 milyar dolarla Cumhuriyet tarihinin en yüksek seviyesine ulaştı.”



Türkiye'nin ağustos ayı dış ticaret verileri, Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından Ankara'da düzenlenen toplantıda açıklandı. Ağustos ayında ihracat, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 8,1 artışla 23,5 milyar dolara ulaşırken 2026'nın ilk 8 ayındaki toplam ihracat 185 milyar dolara, son 12 aylık ihracat ise 280,3 milyar dolara yükseldi.

“AĞUSTOS AYINDAKİ İHRACAT ARTIŞI BÜYÜK BAŞARI”

Toplantının açılışında konuşan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Türkiye ekonomisinin yılın ikinci çeyreğinden itibaren hızlandığını ve ülkenin ikinci çeyrekte yüzde 2,3, yılın ilk yarısı itibarıyla da yüzde 2,5 büyümeye ulaştığını belirtti. Bolat, Türkiye'nin millî gelirinin, yılın

ilk yarısında 1 trilyon 706 milyar doları aşarak tüm zamanların en yüksek seviyesine çıktığını, ikinci çeyrekteki büyümenin 0,6 yüzde puanının net mal ve hizmetler ihracatından geldiğini söyledi.

Ağustos ayı ihracat rakamlarına ilişkin bilgi veren Bolat, şu ifadeleri kullandı: “Ağustosta ihracatımız, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 8,1 artışla 23,5 milyar dolara çıktı, böylece en yüksek ağustos ayı ihracatına ulaştık. Bu, nisandaki yüzde 21'lik, hazirandaki yüzde 22'lik artışlardan sonraki en yüksek üçüncü artış oranıdır. Batıda ağustos ayı tatil ayı olarak nitelendirilmesine rağmen bu artış gerçekten büyük başarı. Buradaki artış, 1 milyar 766 milyon dolardır. Ocak-ağustos döneminde de ihracatımız 185 milyar dolarla rekor kırdı, ağustosta yıllıklandırılmış ihracatımız 280,3 milyar dolarla Cumhuriyet tarihinin en yüksek seviyesine ulaştı.”

“SEKİZ AYLIK İHRACATTA YÜZDE 4 ARTIŞ KAYDETTİK”

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, 2026 yılına 282 milyar dolarlık mal ve 128 milyar dolarlık hizmet ihracatı hedefiyle başladıklarını hatırlattı. Gültepe, sözlerine şöyle devam etti: “Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre, ağustos ayında yüzde 8,1 artışla 23,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Ocak-ağustos dönemindeki mal ihracatımız 185 milyar dolara, son 12 aylık ihracatımız ise 280,3 milyar dolara ulaştı. 8 aylık ihracatta yüzde 4, 12 aylık çevrimde yüzde 4,2 artış kaydettik. Ağustosta 17 sektörümüzün ihracatı artarken 9'unda düşüş oldu. Sektörler sıralamasında otomotiv 2,8 milyar dolarla liderliğini sürdürdü. Otomotivi, 2,7 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1,7 milyar dolarla elektrik-elektronik, 1,6 milyar dolarla mücevher ve 1,5 milyar dolarla çelik sektörümüz takip etti. İhracatını en fazla artıran ilk üç sektörümüz yüzde 175'le mücevher, yüzde 19'la demir-demir dışı metaller ve yüzde 16 ile elektrik-elektronik oldu. Bu üç sektörümüzün toplam ihracatında yaklaşık 1,5 milyar dolarlık artış gerçekleşti. TİM verilerine göre geçen ay 43 ilimiz ihracatını artırdı. 874 firmamız ilk kez ihracat yaptı. En çok ihracat yaptığımız üç ülke Almanya, ABD ve Birleşik Krallık şeklinde sıralandı. Ağustosta parite nedeniyle yaklaşık 32,5 milyon dolarlık kayıp yaşadık. Birim ihracat değerimiz ise 1,65 dolar oldu.”

“BÜYÜMENİN DİNAMOSUNUN ÜRETİM VE İHRACAT OLMASINI ARZU EDİYORUZ”

Güncel gelişmeleri de değerlendiren Mustafa Gültepe, Türkiye ekonomisinin ikinci çeyrekte yüzde 2,3 büyüdüğünü hatırlattı. Net ihracatın altı çeyrek sonra büyümeye az da olsa pozitif katkı verdiğini belirten Gültepe, şunları söyledi: “Net ihracattan gelen

0,6 puanlık katkı önümüzdeki dönem için bizi umutlandırdı. Biz her dönem ihracatın büyümenin dinamosu olmasını arzu ediyoruz. Ancak, imalat sanayisinin millî gelirdeki payı gerilemeye devam ediyor. 2022'nin ikinci çeyreğinde imalat sanayinin millî gelirdeki payı yüzde 23'tü.

Oran bu yılın ikinci çeyreğinde yüzde 15,1'e indi. Dört yılda yaklaşık 8 puanlık bir kayıp var. Her fırsatta söylüyorum: Büyümenin en az yarısının üretim ve ihracattan gelmesi gerekiyor. Oysa ihracatçının rekabet gücü giderek zayıflıyor. Beklentimizi tam olarak karşılamamakla birlikte İstihdam Koruma Destek Programı'nda yapılan revizyon ve imalat sanayisi özelinde açıklanan 250 milyar TL'lik finansman paketi için teşekkür ediyorum. Atılan bu adımlar önemli olmakla birlikte rekabetçiliğimizi yeniden kazana-bilmemiz için çok daha fazlasına ihtiyacımız var.”

“YÜKSEK MALİYETLER HIZIMIZI KESMEYE DEVAM EDİYOR”

Gültepe, 2026'nın ilk yarısında küresel mal ticaretinin yüzde 12,5 arttığının tahmin edildiğini, aynı dönemde Türkiye'nin ihracat artışının ise yüzde 3,6 düzeyinde kaldığının altını çizdi. Yüksek maliyetlerin ihracatçının hızını kesmeye, Türkiye'nin küresel mal ihracatından aldığı payı düşürmeye devam ettiğini belirten Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: “En büyük pazarımız Avrupa'da beklenen toparlanmayı fırsata çevirebiliriz. Ama öncelikle rekabetçiliğimizi güçlendirecek hamleleri yapmamız gerekiyor. Bizler, firmalarımızı yeni pazarlarda, yeni müşterilerle ve yeni siparişlerle buluşturmak için sahada olmaya devam ediyoruz. Ağustos ayında TİM ve ihracatçı birlikleri olarak 7 ticaret heyeti, 1 alım heyeti, 8 fuar katılımı, 3 UR-GE faaliyeti organize ettik. Geçen ay ziyaret ettiğimiz ülkeler arasında Suriye'nin

aynı bir yeri var. Ticaret Bakanımızla birlikte 200 kişilik heyetimizle Şam'da Türkiye-Suriye Ticaret Heyeti ve ikili iş görüşmelerimizi gerçekleştirdik. Şam Uluslararası Fuarı'nda yerimizi aldık. Suriyeli iş insanlarıyla verimli görüşmeler yaptık. Türkiye ile Suriye arasında her alanda çok geniş iş birliği imkânı bulunuyor. Üretim ve ticaret altyapısının güçlenmesi, Suriye için ekonomik toparlanma, Türkiye için yatırım ve ihracat anlamına geliyor.”

“YENİ OVP'DE REKABET İSTİKRARININ DA ÖNCELENECEĞİNİ UMUT EDİYORUZ”

Mustafa Gültepe, 2027-2029 dönemini kapsayacak Yeni Orta Vadeli Program'ın (OVP) pazar günü açıklanmasının beklendiğini hatırlattı. Gültepe, “Yeni OVP'de fiyat istikrarının yanı sıra rekabet istikrarının da önceleneceğini umut ediyoruz. Bu beklentimizi Cumhurbaşkanı Yardımcımız Cevdet Yılmaz'ın başkanlığında yapılan toplantıda dile getirdim. Rekabet istikrarının ihracatımız açısından öneminin altını çizdim.” dedi.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: “İstihdam Koruma Destek Programı'nda yapılan revizyon ve imalat sanayisi özelinde açıklanan 250 milyar TL'lik finansman paketi için teşekkür ediyorum. Atılan bu adımlar önemli olmakla birlikte rekabetçiliğimizi yeniden kazanabilmemiz için çok daha fazlasına ihtiyacımız var.”



Türkiye-Suriye Ticaretinde 10 Milyar Dolarlık Hedef

Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonu ile Şam'da düzenlenen Türkiye-Suriye Ticaret Heyeti ve İkili İş Görüşmeleri, iki ülke iş dünyasının temsilcilerini bir araya getirdi.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Türk iş dünyası olarak Suriye'nin yeniden inşasında yatırımcı ve çözüm ortağı olmaya hazırız."



Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonu ile düzenlenen Suriye Ticaret Heyeti programı Şam'da gerçekleştirildi. Programın açılışına Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Suriye Ticaret Odaları Federasyonu Başkanı Alaa el-Ali, TİM Başkan Vekilleri, Yönetim Kurulu üyeleri ve Birlik Başkanları ile ihracatçı heyeti, Şam Ticaret Müşavirliği ve Türkiye-Suriye iş dünyasının temsilcileri katıldı.

Program kapsamında Türk ihracatçıları ile Suriyeli iş insanları ikili iş görüşmelerinde bir araya gelirken, iki ülke arasındaki ticaret ve yatırım ilişkilerinin geliştirilmesine yönelik fırsatlar değerlendirildi.

"TİCARET, KARDEŞLİĞİN EN KALICI KÖPRÜSÜDÜR"

Programın açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye ile Suriye arasındaki ilişkilerin köklü bir geçmişe dayandığını vurguladı.

İki ülke arasındaki tarihi ve kültürel bağların ticarette de güçlü bir zemine sahip olduğunu belirten Gültepe, "Bizim aramızdaki bağ yüzyıllar öncesine dayanıyor. Asırlardır Şam ile İstanbul, Halep ile Gaziantep aynı kervanların, aynı çarşıların, aynı bereketli İpek Yolu'nun durakları oldu. Dedelerimizin hanlarda, kervansaraylarda oluşturduğu o kadim ticaret hafızası bugün bize yol gösteriyor. Biz bugün sıfırdan bir hikâye yazmıyoruz. Tarihin bize emanet ettiği o büyük ticari kardeşliği modern dönemin dinamizmiyle yeniden ayağa kaldırıyoruz." dedi. "Ticaret, kardeşliğin en kalıcı köprüsüdür." diyen Gültepe, iki ülkenin iş dünyasının kazan-kazan anlayışıyla iş birliklerini güçlendirmesinin önemine dikkat çekti.

TİCARETTE HEDEF 10 MİLYAR DOLAR

Türkiye ile Suriye arasındaki ticaretin son dönemde ivme

kazandığını belirten Gültepe, geçen yıl iki ülke arasındaki ticaret hacminin 3,7 milyar dolara ulaştığını söyledi. Yaklaşık 5 bin 800 Türk firmasının Suriye'ye 3,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiğini aktaran Gültepe, bu yılın ilk yedi ayında ihracatın yüzde 16,5 artışla 2,1 milyar dolara yükseldiğini bildirdi.

Mevcut rakamları bir sonuçtan ziyade başlangıç olarak gördüklerini ifade eden Gültepe, "İhracat ailesi olarak çok daha fazlasını yapabileceğimize inanıyoruz. Çözüm bekleyen konularımızda atılacak adımlarla ticaret hacmimiz büyürken 10 milyar dolarlık hedefimizin de önü açılacak." diye konuştu.

"SURIYE'Yİ ÖNEMLİ BİR TİCARET KÖPRÜSÜ OLARAK GÖRÜYORUZ"

Suriye'nin Türkiye açısından yalnızca bir ihracat pazarı olmadığının altını çizen Gültepe, ülkenin Türkiye'yi Körfez bölgesine bağlayan önemli bir ticaret köprüsü konumunda bulunduğunu söyledi.

Suriye'nin yeniden imar sürecinin çok sayıda sektör açısından önemli fırsatlar sunduğunu kaydeden Gültepe, çimentodan cama, mobilyadan makineye, kimyadan elektrığe kadar geniş bir ürün grubunda talep oluştuğunu ifade etti.

Ticaretin karşılıklı gelişmesini önemsediklerini vurgulayan Gültepe, Suriye'den tekstil ham maddesi, zeytinyağı ve tarım ürünleri ithalatının da arttığına dikkat çekerek, "Biz tek taraflı satış değil, karşılıklı kazanç istiyoruz. Suriye üretsinsin, Suriye kazansın, birlikte büyüyelim." dedi.

"SURIYE'NİN YENİDEN İNŞASINDA ÇÖZÜM ORTAĞI OLMAYA HAZIRIZ"

Yatırım alanında da somut adımlar atıldığını belirten Gültepe, sınır bölgesinde ortak sanayi bölgelerinin gündemde olduğunu ve Türk bankalarının Suriye'de şube açmasına yönelik çalışmaların

sürdüğünü söyledi.

Ticaretin daha hızlı gelişebilmesi için gümrük işlemlerinin ve transit geçişlerin kolaylaştırılması gerektiğini vurgulayan Gültepe, sınır kapılarının kapasitesinin artırılması ile mevzuat ve belge uygulamalarında yeknesaklığın sağlanmasının önemine işaret etti.

Özellikle KOBİ'ler açısından parsiyel yüklemelerde gümrük süreçlerinin daha öngörülebilir hale getirilmesi gerektiğini belirten Gültepe, 2011 yılında askıya alınan Serbest Ticaret Anlaşması'nın da yeni dönemin ihtiyaçları doğrultusunda güncellenmesinin karşılıklı ticarete önemli katkı sağlayacağını ifade etti.

Finansal engellerin kaldırılması için yeni nesil mekanizmaların hayata geçirilmesi gerektiğini de vurgulayan Gültepe, "Türk iş dünyası olarak Suriye'nin yeniden inşasında yatırımcı ve çözüm ortağı olmaya hazırız." dedi.

İkili iş görüşmelerinde atılacak her adımın iki ülkede de üretim, istihdam ve yeni fırsatlar anlamına geleceğini kaydeden Gültepe, Suriyeli iş dünyası temsilcilerini 10-11 Aralık tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirecek Türkiye-Arap Ülkeleri İş Zirvesi ve Alım Heyeti Programı'na davet etti.

"BÖLGESEL İŞ BİRLİĞİNE HER ZAMANKİNDEN FAZLA İHTİYAÇ VAR"

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat da programda yaptığı konuşmada Türkiye ile Suriye arasındaki ticari ve ekonomik iş birliğinin yeni dönemde daha da güçleneceğini söyledi. Türkiye'den yaklaşık 200 kişilik iş insanı heyetiyle Şam'a geldiklerini belirten Bolat, Türkiye'nin 63. Uluslararası Şam Fuarı'nda yaklaşık 33 firma ve bine yakın ziyaretçiyle yer alacağını bildirdi.

Türkiye ve Suriye ekonomileri arasında yakın bir entegrasyon bulunduğu dikkat çeken Bolat, iki ülkenin yatırımcılarının, sanayicilerin,

rinin, KOBİ'lerinin, tüccarlarının ve ihracatçıların uzun yıllardır yakın iş birliği içinde olduğunu vurguladı.

Dünya ekonomisinin jeopolitik gerilimler, bölgesel savaşlar ve büyük ekonomiler arasındaki ticaret savaşları nedeniyle zorlu bir dönemden geçtiğini belirten Bolat, bu süreçte bölgesel iş birliğine her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulduğunu ifade etti.

Türkiye ile Suriye arasındaki kurumsal mekanizmalara ilişkin bilgi veren Bolat, Gümrük İşbirliği Anlaşması'nın imzalandığını ve iş birliği komitesinin kurulduğunu hatırlattı. Ekonomi ve Ticaret Ortak Komitesinin (JETCO) kuruluşuna yönelik adımlar atıldığını ve ilk toplantının İstanbul'da gerçekleştirildiğini belirten Bolat, iki ülkenin merkez bankaları arasındaki iş birliğinin de devam ettiğini söyledi.

Türk bankalarının Suriye'de faaliyet göstermesine yönelik olumlu gelişmeler beklediklerini kaydeden Bolat, sınır illeri ile ticaret ve sanayi odaları arasındaki iş birliklerinin de hız kazandığını belirtti.

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Türk bankalarının Suriye'de faaliyet göstermesine yönelik olumlu gelişmeler bekliyoruz. İki ülkenin merkez bankaları arasındaki iş birliği de devam ediyor."



Küresel E-Ticaretin Önde Gelen Aktörleri İstanbul'da Buluşacak

IGEXX 2026, 3-5 Eylül'de Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilecek. Yaklaşık 2,75 trilyon dolarlık hacmi temsil eden 50 küresel pazar yerinin katılacağı zirve öncesinde TİM'de basın toplantısı düzenlendi.



TİM Başkan Vekili Çetin Tecdelioğlu: "Sanayimizin gücünü, tasarım kabiliyetimizi ve asırlık üretim kültürümüzü dijital dünyanın sınırsız imkânlarıyla buluşturmak istiyoruz. 'Made in Türkiye' imzasını dünyanın dört bir yanındaki tüketicilere doğrudan ulaştırmayı hedefliyoruz."



İstanbul Küresel E-İhracat Zirvesi (IGEXX 2026) için geri sayım başladı. Ticaret Bakanlığının liderliğinde, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) koordinasyonunda ve Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği (ETİD) iş birliğiyle bu yıl ikinci kez düzenlenecek zirve, "Beyond Borders" temasıyla 3-5 Eylül tarihlerinde Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilecek.

Zirve öncesinde TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde düzenlenen basın toplantısına TİM Başkan Vekili Çetin Tecdelioğlu, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdür Yardımcısı Erbülen Kurşun, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü E-İhracat, Dijital Pazarlama, Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Daire Başkanı Hasan Önal, ETİD Genel Sekreteri Ömer Gürkan ve basın mensupları katıldı.

Basın toplantısında IGEXX 2026'nın kapsamı, hedefleri ve programına ilişkin bilgi paylaşılırken Türkiye'nin e-ihracattaki büyüme

potansiyeli ve küresel dijital ticaretteki konumu da değerlendirildi.

"IGEXX'İ ÇOK DAHA GÜÇLÜ VE KÜRESEL BİR BOYUTA TAŞIYORUZ"

Basın toplantısında konuşan TİM Başkan Vekili Çetin Tecdelioğlu, 2024 yılında ilk adımı atılan IGEXX'in bu yıl çok daha güçlü bir yapıyla gerçekleştirileceğini söyledi. Tecdelioğlu, "IGEXX Zirvesi'ni bu yıl Ticaret Bakanlığımızın liderliğinde, Meclisimiz koordinasyonunda ve ETİD iş birliğiyle küresel bir boyuta taşıyoruz. Bu önemli sorumluluğu Meclisimize emanet eden Bakanımıza ve Bakanlığımıza şükranlarımızı sunuyoruz." dedi.

İlk IGEXX organizasyonunun yoğun ilgi gördüğünü hatırlatan Tecdelioğlu, 2024 yılında 30 ülkeden 3 binin üzerinde katılımcının zirvede yer aldığını, 900 firmanın 33 pazar yeriyle 2 binin üzerinde ikili iş görüşmesi gerçekleştirdiğini ve 1 milyar doların üzerinde ticaret

hacmi oluştuğunu belirtti.

"REKABET ARTIK DİJİTAL PLATFORMLARDA YAŞANIYOR"

Küresel ticaretin büyük bir dönüşümden geçtiğini vurgulayan Tecdelioğlu, jeopolitik dengelerin ve tedarik zincirlerinin yeniden şekillendiğine dikkat çekti.

Dijital ticarete yaşanan dönüşümün yeni bir rekabet düzeni oluşturduğunu belirten Tecdelioğlu, "Rekabet artık yalnızca fabrikalarda ya da limanlarda yaşanmıyor. Dijital platformlarda, algoritmaların hızında ve sınır ötesi lojistikte yaşanıyor. Tüketici tek bir dokunuşla dünyanın öbür ucuna ulaşabiliyor. Bizler de bu yeni çağda kenarda bekleyemeyiz. Masada, oyunun kurallarını belirleyen tarafta olmak zorundayız." ifadelerini kullandı.

Türkiye'nin üretim gücünün dijital ticaretin sunduğu imkânlarla buluşturulması gerektiğini kaydeden Tecdelioğlu, Türkiye menşeli ürünlere yönelik talebin kalıcı hâle getirilmesinin önemine işaret etti.

Tecdelioğlu, "Sanayimizin gücünü, tasarım kabiliyetimizi ve asırlık üretim kültürümüzü dijital dünyanın sınırsız imkânlarıyla buluşturmak istiyoruz. 'Made in Türkiye' imzasını dünyanın dört bir yanındaki tüketicilere doğrudan ulaştırmayı hedefliyoruz." diye konuştu.

E-İHRACATTA HEDEF YÜZDE 10

Türkiye'de e-ticaret ekosisteminin son yıllarda hızlı bir büyüme kaydettiğine dikkat çeken Tecdelioğlu, 2025 yılı ETBİS verilerine göre e-ticaret hacminin 4,5 trilyon lirayı aştığını, dolar bazında 115 milyar dolar seviyesinin üzerine çıktığını ve dijital ticarete faaliyet gösteren işletme sayısının 634 bini geçtiğini söyledi.

Bu üretim ve ticaret gücünün e-ihracata daha fazla taşınması gerektiğini vurgulayan Tecdelioğlu, "Temel hedefimiz, e-ihracatın toplam ihracatımız içindeki payını orta vadede yüzde 10 seviyesine çıkarmak.

IGEXX de bu büyük hedefin en somut buluşma noktalarından biri olacak." dedi.

"İSTANBUL'U DİJİTAL TİCARETİN MERKEZLERİNDEN BİRİ HÂLİNE GETİRMEK İSTİYORUZ"

IGEXX 2026'nın temasının "Beyond Borders-Sınırların Ötesinde" olarak belirlendiğini hatırlatan Tecdelioğlu, hedeflerinin yalnızca coğrafi sınırların değil, teknoloji ve dijital ticarete mevcut sınırların da ötesine geçmek olduğunu söyledi.

Tecdelioğlu, "İstanbul'u dünya devi pazar yerlerinin, küresel lojistik aktörlerinin ve yerli üreticilerimizin bulunduğu bir dijital ticaret merkezi-ne dönüştürmek istiyoruz. Amacımız ulusal markalarımızı dünya ligine taşımak ve ihracat ailemizin e-ihracat kasını daha da güçlendirmek." ifadelerini kullandı.

Tecdelioğlu, tüm iş dünyasını 3-5 Eylül tarihlerinde Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilecek IGEXX 2026'ya davet ederek, "Nasıl ki işimiz üretim, gücümüz ihracatsa; geleceğimiz de e-ihracat." dedi.

KÜRESEL E-TİCARETİN ÖNEMLİ BÖLÜMÜ İSTANBUL'DA BULUŞACAK

Ticaret Bakanlığı E-İhracat, Dijital Pazarlama, Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Daire Başkanı Hasan Önal da IGEXX 2026'nın programına ilişkin bilgi verdi. Küresel e-ticaret hacminin 2019 yılında 3,2 trilyon dolar seviyesindeyken 2026 yılında 7 trilyon dolara ulaşmasının beklendiğini belirten Önal, zirveye bu yıl 50 küresel pazar yerinin katılacağını ve 28 panel gerçekleştirileceğini söyledi.

Zirveye katılacak pazar yerlerinin yaklaşık 2,75 trilyon dolarlık ticaret hacmini temsil ettiğini kaydeden Önal, dünyanın farklı bölgelerinden pazar yerleri, markalar ve dijital ticaret ekosisteminin önemli aktörlerinin İstanbul'da Türk firmalarıyla bir

araya geleceğini ifade etti.

Önal, Türkiye'nin e-ihracatta bu yılı 6 milyar dolar seviyesinde tamamlamayı hedeflediğini belirtirken yıllık 10 bin doların üzerinde e-ihracat yapan tüzel firma sayısının 2022'de 8 bin 132 iken 2025'te yüzde 40,4 artışla 11 bin 420'ye yükseldiğini aktardı.

"BÜYÜYEN PAZARDAN DAHA FAZLA PAY ALMAK İSTİYORUZ"

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdür Yardımcısı Erbülen Kurşun ise e-ihracatın hızla büyüyen bir pazar olduğuna dikkat çekerek Türkiye'nin bu alandaki payının artırılmasının önemini vurguladı.

Kurşun, ihracatı sürekli gündemde tutmayı ve firmaların yeni nesil ticaret kanallarından daha fazla yararlanmasını sağlamayı amaçladıklarını belirterek, "Bu pazar giderek geliyor ve hızla büyüyor. Dolayısıyla biz de bu pazardan mutlaka daha fazla pay almak istiyoruz." dedi.

Basın toplantısının sonunda TİM Başkan Vekili Çetin Tecdelioğlu ve Ticaret Bakanlığı E-İhracat Daire Başkanı Hasan Önal, e-ihracat destekleri, KOBİ'lerin dijital ticarete katılımı, küresel korumacılık eğilimleri ve IGEXX 2026'ya ilişkin basın mensuplarının sorularını yanıtladı.

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdür Yardımcısı Erbülen Kurşun: "E-ihracat pazarı giderek geliyor ve hızla büyüyor. Dolayısıyla biz de bu pazardan mutlaka daha fazla pay almak istiyoruz."



İhracatçılar São Paulo'da Brezilyalı Alıcılarla Görüştü

Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda ve TİM organizasyonu ile São Paulo'da gerçekleştirilen ticaret heyeti kapsamında, Türkiye ile Brezilya arasındaki ticari ilişkilerin geliştirilmesi ve ihracatçılar için yeni iş birliği imkânlarının oluşturulması hedeflendi.



Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) organizasyonu ile 18-22 Ağustos 2026 tarihleri arasında Brezilya'nın São Paulo şehrine yönelik ticaret heyeti programı gerçekleştirildi.

TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç başkanlığındaki heyette; çelik, hizmet ile kimyevi maddeler ve mamulleri sektörlerinden 19 Türk ihracatçı firmanın 25 temsilcisi yer aldı. Programın açılışına T.C. São Paulo Muavin Konsolosu Buğra Özsaydı, São Paulo Ticaret Odası Dış İlişkiler Özel Danışmanı Mauricio Manfré, T.C. Brezilya Ticaret Müşavirliği ile Türkiye ve Brezilya iş dünyasının temsilcileri katıldı.

“İKİLİ TİCARET MEVCUT POTANSİYELİ YANSITMIYOR”

Programın açılışında konuşan TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç, 213 milyonu aşkın nüfusu ve 2,3 trilyon dolarlık millî

geliriyle Brezilya'nın dünyanın en büyük ekonomileri arasında yer aldığını belirtti. Brezilya'nın yıllık ithalatının 280 milyar dolar seviyesinde olduğuna dikkat çeken Güleç, “Bu ithalatın Türkiye'den gelen kısmı binde üç buçuk. Yani potansiyelin çok altındayız.” dedi.

Türkiye'nin 2025 yılında Brezilya'ya 985 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiğini, buna karşılık ithalatın 4,5 milyar dolar olduğunu aktaran Güleç, ihracatın ithalatı karşılama oranının yüzde 22 seviyesinde kaldığını ifade etti. Güleç, “2012 yılında Brezilya'ya ihracatımız 1 milyar dolardı. Bugün 985 milyon dolar. 13 yılda yerimizde saydık.” değerlendirmesinde bulundu. Brezilya'ya ihracatta kimyevi maddeler, otomotiv, makine, çelik ve madencilik ürünlerinin öne çıktığını belirten Güleç, 2026'nın Ocak-Temmuz döneminde ihracatın yüzde 10,1 artarak 626

milyon dolara ulaştığını kaydetti.

“MERCOSUR İLE SERBEST TİCARET ANLAŞMASI ÖNEMLİ BİR EŞİK”

İki ülke arasındaki ticaretin daha dengeli ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulması gerektiğini vurgulayan Güleç, “Bugün bizlere düşen, her sektörde yeni iş birlikleri geliştirmek.” ifadelerini kullandı. Türkiye ile Brezilya arasında bir ticaret anlaşması bulunmadığına da dikkat çeken Güleç, “MERCOSUR ile bir serbest ticaret anlaşması, potansiyelin önündeki en büyük engeli kaldıracaktır.” dedi.

BREZİLYALI FİRMALAR İLE 200'E YAKIN GÖRÜŞME

Heyet kapsamında düzenlenen B2B görüşmelerine 71 Brezilyalı ithalatçı firma katıldı. Türk ihracatçı firma temsilcileri ile Brezilyalı iş insanları arasında 200'e yakın ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi.

Hayallerini yarınlara taşıyan KOBİ'lere finansman desteği DenizBank'tan

Yalıtım yenilemeden aydınlatma dönüşümüne, güneş panellerinden rüzgar türbinlerine kadar tüm çevre dostu yatırımlarınızda sürdürülebilir finansman çözümlerimizle DenizBank olarak yanınızdayız.

Yalıtım Yatırımı ✓

Işıklandırma Dönüşümü ✓

Yazılım Altyapı Yenileme ✓

Detaylı Bilgi

denizbank.com | 0 850 222 0 804

DenizBank

İŞ BULAMAYAN GENCİN SORUNU GERÇEKTEN ÜNİVERSİTE Mİ?



PROF. DR. EMRE ALKIN

Türkiye’de üniversiteler son yıllarda sık sık aynı eleştiriyle karşılaşıyor: “Mezun veriyorlar ama mezunları iş bulamıyor.” Eleştirinin haklı tarafları var. Ancak bütün sorumluluğu üniversitenin üzerine bırakınca eğitim zincirinin üniversiteden önceki yaklaşık 12 yıllık bölümünü görmezden gelmiş oluyoruz.

OECD’nin PISA 2022 sonuçları burada önemli bir fikir veriyor. Önce bir düzeltme yapmak gerekir: Türk öğrencilerin PISA sonuçları bütün alanlarda gerilemedi. 2018 ile karşılaştırıldığında matematik yaklaşık aynı seviyede kaldı, fen bilimlerinde artış yaşandı, okuma becerilerinde ise düşüş oldu. Buna rağmen Türkiye her üç alanda da OECD ortalamasının altında kaldı. 15 yaşındaki öğrencilerin yalnızca yüzde 61’i matematikte temel yeterlilik seviyesi olan Level 2 veya üzerine ulaşabildi. OECD ortalaması yüzde 69. Okumada bu oran Türkiye’de yüzde 71, OECD’de yüzde 74. Fen bilimlerinde ise Türkiye yüzde 75 ile OECD’nin yüzde 76’lık ortalamasına oldukça yakın.

Devamsızlık meselesi de tabloya başka bir boyut ekliyor. OECD genelinde üç aydan uzun süre eğitimden uzak kalan öğrencilerin yüzde 70,5’i hastalığı gerekçe göstermiş. Okulda kendini güvende hissetmemek ve sıkılmak yaklaşık yüzde 18,5’er payla sonraki önemli nedenler arasında. Uzun süre okuldan uzak kalmanın akademik bedeli de yüksek. OECD ortalamasında lisede üç aydan fazla devamsızlık yapan öğrenciler matematikte diğer öğrenciler-

den yaklaşık 59 PISA puanı daha düşük sonuç almış.

Türkiye’ye özgü PISA verileri de okul ile öğrenci arasındaki bağ konusunda bazı uyarılar veriyor. Öğrencilerin yüzde 28’i okulda kendisini yalnız hissettiğini, yüzde 26’sı dışlanmış hissettiğini söylemiş. Okula aidiyet duygusu 2018’e göre gerilemiş. Öğrencilerin yüzde 18’i okula giderken yüzde 13’ü sınıfta, yüzde 20’si ise okulun koridor, yemekhane veya tuvalet gibi diğer alanlarında kendisini güvende hissetmediğini belirtmiş.

Bütün bunları üniversite açısından düşünelim. Üniversiteye gelen genç yalnızca YKS puanıyla gelmiyor. 12 yıllık eğitim hayatında edindiği okuma alışkanlığı, matematik temeli, araştırma becerisi, çalışma disiplini, derse devam alışkanlığı ve öğrenmeye karşı tutumuyla geliyor. Bunların bir bölümünde önemli eksiklik varsa üniversitenin önünde iki görev birden ortaya çıkıyor. Hem üniversite düzeyindeki eğitimi vermesi hem de daha önce oluşmuş bazı eksikleri tamamlaması gerekiyor.

Bu sadece Türkiye’nin sorunu da değil. ABD eğitim sistemi yıllardır benzer bir problemle uğraşıyor.

Amerikan Ulusal Eğitim İstatistikleri Merkezi’nin verilerine göre 2019-2020 dönemindeki birinci sınıf üniversite öğrencilerinin yüzde 31,4’ü üniversite hayatlarının bir noktasında telafi, yani “remedial”, ders aldığını bildirmiş. Aynı eğitim yılında öğrencilerin yüzde 15,4’ü üniversite düzeyindeki programa başlamış olmasına rağmen matematik, okuma veya yazma alanında destek derslerine devam etmiş.

Amerika’nın lise tarafındaki son verileri de sorunun neden bitmediğini gösteriyor. 2024 yılında 12. sınıf öğrencilerinin ortalama matematik ve okuma puanları 2019’a göre üçer puan geriledi. Lise son sınıf öğrencilerinin yalnızca yüzde 22’si matematikte, yüzde 35’i okumada NAEP’in “yeterli” kabul ettiği seviyeye ulaşabildi. Aynı öğrencilerin yüzde 31’i sınavdan önceki yalnızca bir ay içinde üç gün veya daha fazla okula gitmediğini söyledi. 2019’da bu oran matematik grubunda yüzde 26, okuma grubunda yüzde 25’ti.

ABD üniversiteleri yıllarca bu soruna öğrenciyi önce telafi derslerine alarak cevap verdi. Daha sonra bunun öğrencinin mezuniyetini geciktirdiği görülünce başka modeller denendi. Tennessee gibi eyaletlerde öğrenciler doğrudan üniversite düzeyindeki matematik ve İngilizce derslerine alınırken aynı anda ek akademik destek vermeye başlandı. Araştırmalar bu sistemin öğrencilerin ilk üniversite derslerini geçme ihtimalini ciddi biçimde artırdığını gösterdi. Ancak aynı araştırmalarda bunun tek başına üniversiteyi bitirme oranını artırmaya yetmediği de ortaya çıktı.

Bu sonuç oldukça önemli. Üniversite öğrencinin eksiklerini azaltabilir, fakat önceki 12 yılda oluşmuş bütün sorunları dört yılda ortadan kaldırması

kolay değil. Türkiye’de “mezunlar iş bulamıyor” tartışmasına da biraz bu açıdan bakmak gerekir. TÜİK’in 2025 verilerine göre lisans mezunlarının kayıtlı istihdam oranı yüzde 73,9. Ancak eğitim aldığı alanla uyumlu bir meslekte çalışanların oranı yalnızca yüzde 56,7. İlk iş bulma süresi ortalama 14,2 ay. Bununla birlikte bütün bölümlerin performansı aynı değil. Tıp mezunlarının yüzde 95,5’i, özel eğitim öğretmenlerinin yüzde 90,8’i kayıtlı istihdamda. Sağlık alanında istihdam oranı yüzde 84,5, mühendislik, imalat ve inşaatla yüzde 82,1. Demek ki sorun yalnızca “üniversiteler öğrenci yetiştiremiyor” şeklinde açıklanamayacak kadar karmaşık. Hangi bölümün kaç mezun verdiği ve ekonominin o mezunlara ne kadar ihtiyaç duyduğu da sonucu belirliyor.

Üniversiteleri tamamen sorumluluktan çıkarmak da doğru olmaz. İş gücü piyasasında karşılıklı sınırlı programlarda ısrar eden, kontenjanını gerçek talebe göre düzenlemeyen, öğrencisine yabancı dil, dijital beceri, uygulama ve iş tecrübesi kazandıramayan üniversitelerin “öğrenci bize zaten kötü geliyor” demeye lüksü yok. Üniversitenin görevi yalnızca kendisine gelen iyi öğrenciyi iyi mezun etmek değil, farklı seviyelerde gelen öğrenciyi mümkün olduğunca ileri taşımak. Zaten YÖK bu konudaki optimizasyon faaliyetini gerektiği şekilde yapıyor. Fakat üniversitelerden bir mucize beklemek de haksızlık olur.

Bir genç 18 yaşına kadar yeterince okumamış, matematikte temel kavramları oturtamamış, araştırma yapmayı öğrenmemiş, uzun süreli devamsızlık yaşamış veya okul ile güçlü bir aidiyet kuramamışsa üniversite bu açığı sıfırdan kapatmaya çalışan bir

kuruma dönüşür. Aynı üniversiteden dört yıl sonra yabancı dil bilen, analitik düşünen, meslek tecrübesi bulunan, dijital araçları kullanan ve şirketlerin hemen işe alabileceği bir mezun çıkarmasını beklemek de pek doğru olmaz. Hatta hayalperestlik olur.

Bence öğrenciyi değil, temel eğitimi masaya koyup incelemek lazım. Çünkü gençler kendilerine sunulan eğitim sisteminin içinden geliyor. Sorun kişisel başarısızlıktan çok eğitim zincirinin birbirinden kopuk halkalarında ortaya çıkıyor. Demek ki tartışmayı “üniversiteler neden mezunlarına iş bulamıyor?” sorusuyla başlatmak yerine biraz daha geriden başlatmak gerekiyor.

ABD örneği bize bir şeyi açık biçimde gösteriyor: Dünyanın en güçlü üniversitelerinin bulunduğu bir ülkede bile lise sisteminden gelen hazırlık açığı üniversitelerin kapısında kaybolmuyor. Üniversiteler telafi dersleri, destek programları ve yeni eğitim modelleri kurmak zorunda kalıyor. Buna rağmen her sorunu çözemiyorlar. Türkiye için de sonuç bundan çok farklı değil.

Tamam, kabul ediyorum: Üniversitelerin daha iyi eğitim vermesi gerekiyor. Kontenjanların daha gerçekçi planlanması gerekiyor. Öğrencilerin üniversite sırasında meslek ve iş tecrübesi kazanması gerekiyor. Ancak bütün bunların öncesinde üniversiteye gelen öğrencinin okuma, matematik, problem çözme, devamlılık ve öğrenme alışkanlığı bakımından daha güçlü bir temelle gelmesi gerekiyor. Unutmayalım ki üniversite eğitimin son dört yılı olabilir ama eğitimin ilk dört yılı değildir. Mezunun başarısızlığını sadece üniversitenin kapısında ararsak çözümün önemli bir bölümünü daha o kapıya gelmeden kaybetmiş oluruz.

Küresel Servet Ekonomiyile Aynı Hızda Büyümüyor

Küresel bilanço 2025 yılında yaklaşık 1,8 katrilyon dolara ulaşırken hanehalkı serveti 570 trilyon dolarla tüm zamanların en yüksek seviyesine çıktı. Ancak McKinsey Company'nin hazırladığı rapor, büyümenin önemli bölümünün yeni yatırımlar ve üretimden ziyade mevcut varlıkların kazandığı değerden kaynaklandığını gösteriyor.

Dünya ekonomisinin büyüklüğünü yalnızca üretim, gelir ve büyüme oranları üzerinden okumak, ekonominin taşıdığı varlık ve borç yapısını tek başına göstermiyor. McKinsey & Company'nin The Global Balance Sheet 2026: Imbalance and Divergence raporu, dünyadaki genel görünümü varlıklar, yükümlülükler ve servet arasındaki ilişki üzerinden ele alıyor. Rapor küresel servetteki büyümenin, finansal varlık fiyatlarından kaynaklandığını ve bu nedenle de dünya ekonomisinin sanıldan çok daha kırılgan hâle geldiğini ortaya koyuyor.

Rapora göre küresel bilanço 2025'te yaklaşık 1,8 katrilyon dolara ulaştı; 2024'te bu değer

1,7 katrilyon dolar düzeyindeydi. İncelenen 23 ekonomi, küresel gayrisafi yurt içi hasılanın yaklaşık yüzde 70'ini temsil ediyor. Bu ekonomilerdeki toplam reel varlıkların değeri 620 trilyon dolar olurken finansal sektörün bilançosu 550 trilyon dolara ulaştı. Toplam servet de 600 trilyon dolar olarak hesaplandı. Servetin yüzde 95'i ise hanehalklarının elinde bulunuyor.

Rapor özellikle 2025'teki servet artışının yapısını da öne çıkarıyor. 2025 yılında hanehalkı serveti 570 trilyon dolara yükselirken bunun yalnızca yüzde 20'si gerçek sermaye oluşumundan geldi. Mevcut varlıkların değer artışları ise yüksek seyreden tüketici enflasyonunun dört puan üzerinde gerçekleşti.



Üretken Varlıklar Yerinde Saydı

Bilançonun bir başka önemli göstergesi de üretken varlıklar oldu. Altyapı, makine ve ekipman ile fikri mülkiyeti kapsayan bu varlıklar gelecekteki üretimin temelini oluşturuyor. Rapora göre üretken varlıkların GSYH'ye oranı 2025'te genel olarak istikrarlı kaldı. Japonya, Çin ve Güney Kore üretken sermaye stoku açısından en yüksek oranlara sahip ekonomiler olurken; Birleşik Krallık, Kanada ve Polonya ise en düşük seviyelerde yer aldı.

2025'te Polonya'nın örneklemedeki ülkeler arasında üretken varlık stoku nu en fazla artıran ekonomi olduğu kaydedildi. Net yatırım oranlarının ise ülkeler arasında farklılaştığı görüldü. Polonya, İsveç, ABD, İtalya ve İspanya'da net yatırım oranları uzun dönem ortalamalarının üzerinde gerçekleşirken Çin, Güney Kore ve İrlanda'da ise ortalamalara kıyasla belirgin düşüş yaşanması dikkat çekti.

1,8 KATRİLYON DOLARLIK BİLANÇO NASIL DAĞILIYOR?

Küresel bilanço, farklı ekonomik kesimlerin varlık ve yükümlülüklerinin birbirine bağlandığı geniş bir yapı oluşturuyor. Gayrimenkul, altyapı, makine ve ekipman ile fikri mülkiyeti kapsayan reel varlıklar, 2025'te 620 trilyon dolara ulaştı. Finansal varlıklar ise hisse senetleri, tahviller, krediler, para ve mevduat ile emeklilik varlıkları gibi kalemlerden oluşuyor. Küresel ölçekte her finansal varlığın karşılığında bir yükümlülük bulunuyor.

Finansal sektörün 550 trilyon dolarlık bilançosu, reel varlıkların değerinin yaklaşık yüzde 90'ına denk geliyor. Toplam servet olan 600 trilyon doların yüzde 95'i hanehalklarına ait. Hanehalkı servetinin yaklaşık yarısı başta konut olmak üzere reel varlıklardan, diğer yarısı ise finansal varlıklardan oluşuyor. 2025'te hanehalkı serveti 2024'e göre 40 trilyon do-

lar arttı ve 2000'deki seviyesinin dört katından fazlasına çıktı.

ABD, küresel hanehalkı servetinin yüzde 30'unu elinde tutarken euro bölgesinin payı yüzde 14, Çin'in payı ise yüzde 13 oldu. Toplam ekonomi, yani şirketler ve kamu dâhil edildiğinde ise Çin'in toplam servetinin ABD'ye yaklaştığı görüldü.

GAYRİMENKUL GERİLİYOR, HİSSELER ÖNE ÇIKIYOR

Küresel bilançonun dört ana kalemi gayrimenkul, hisse senetleri, borç ve para-mevduattan oluşuyor ve toplam değer dörtte üçünden fazlasını temsil ediyor. Gayrimenkul, küresel bilançodaki en büyük tekil varlık sınıfı olmayı sürdürürken bunun üçte ikisi hanehalklarının elinde bulunuyor. Pandemi döneminde, birçok ülkede gayrimenkulün GSYH'ye oranının zirve yapmasından sonra 2025'te uzun dönem ortalamalarına doğru geriledi.

Euro Bölgesi ve Çin'de oranlar yaklaşık 20 yıl önceki seviyelere kadar inmiş durumda. Avustralya ise istisna ülkeler arasında yer alıyor. Ülkede hanehalkı gayrimenkulünün GSYH'ye oranı bir yılda 10 puandan fazla yükseldi ve 25 yıllık ortalamanın 80 puan üzerinde kaldı.

Hisse senetlerinde ise farklı bir tablo ortaya çıktı. ABD, Kanada, Japonya ve Güney Kore'de hisse değerleri 2025'te tüm zamanların en yüksek seviyelerine ulaştı. ABD'de hisse senetlerinin GSYH'ye oranı tarihsel ortalamanın yaklaşık iki katına çıktı. 2021-2025 döneminde S&P 500'ün piyasa değerindeki artışın yüzde 50'sinden biraz fazlası, yapay zekâyla ilişkilendirilen ve "Muhteşem Yedili" olarak adlandırılan şirketlerden geldi.

ABD HİSSELERİ KÜRESEL SERVETİN MERKEZİNE YERLEŞİYOR

ABD'nin küresel bilanço içindeki ağırlığı yalnızca kendi ekonomisiyle sınırlı kalmıyor. Rapora göre ABD şirketlerinden kaynaklanan hisse senetleri, incelenen büyük ekonomiler arasındaki toplam hisse senedi değerinin neredeyse yarısını oluşturuyor. Bu pay son 15 yılda belirgin biçimde yükseldi. ABD'deki hisse senedi yükümlülüklerinin üçte birinden fazlası yabancı kuruluşlara ait. Böylece ABD hisse piyasasındaki değer artışları, ülke dışındaki yatırımcıların bilançolarını da doğrudan etkiliyor.

ABD'de hisse senetlerinin şirketlerin net varlıklarına oranı 2025'te 2,4 kata yükseldi. Diğer ülkelerin çoğunda bu oran yaklaşık 1 seviyesinde kaldı. ABD'de yatırılan sermayenin getirisi yükselirken şirket kârlarının GSYH içindeki payı da 2000 öncesi ortalamalara göre iki katına çıktı. Rapora göre yüksek ABD hisse

değerlemeleri, şirket kârlarının uzun vadede GSYH'den daha hızlı büyümeye devam etmesine bağlı bulunuyor. Küresel hisse senedi değerlerindeki bu yoğunlaşma, ABD ekonomisinin küresel servet üzerindeki etkisini de artırıyor.

SERVETİN YENİ MOTORU HİSSE SENETLERİ OLDU

2025'te küresel hanehalkı servetindeki artışın yapısal olarak önceki dönemlere göre belirgin biçimde ayrıldığı görülüyor. Hanehalkı serveti yıl içinde yüzde 7,3 büyürken, 2000'den bu yana ortalama yıllık artışın yüzde 5,9 olduğu kaydedildi. 2025'te yaratılan yeni servetin yüzde 57'sinin hisse senetlerinden kaynaklanması dikkat çekti. Toplam servet içinde gayrimenkulün payı ise yüzde 15'te kaldı.

Oysa 2000-2024 döneminde servet artışının yarısından fazlasını gayrimenkul oluşturuyordu. Küresel hanehalkı servetinin yaklaşık yarısı gayrimenkulde, yaklaşık dörtte biri hisse senetleri ve yatırım fonlarında, yüzde 20'si para ve mevduatta, yüzde 20'si tahvil ve emeklilik varlıklarında bulunuyor. Krediler ise yüzde 15'lik negatif kalem oluşturuyor.

Ülkelerin servet kompozisyonları da birbirinden ayrılıyor. ABD ve Kanada'da hisse senetleri hanehalkı servetinin üçte birinden fazlasını oluştururken Çin ve Japonya'da para ve mevduatın payı üçte birin üzerinde. 2025'te Çin, Almanya, Fransa, İtalya ve Kanada gibi ekonomilerde gayrimenkul değerleri geriledi; buna karşılık hisse senetleri neredeyse tüm büyük ekonomilerde servet artışının en önemli kaynağı oldu.

ABD, AVRUPA VE ÇİN FARKLI BİLANÇO YOLLARINDA

2025 sonunda büyük ekonomiler aynı bilanço dinamikleriyle hareket etmiyordu. ABD'de servet

2021-2025 döneminde S&P 500'ün piyasa değerindeki artışın yüzde 50'sinden biraz fazlası, yapay zekâyla ilişkilendirilen ve "Muhteşem Yedili" olarak adlandırılan şirketlerden geldi.



UBS'nin 2025 Küresel Servet Raporu'na göre dünya genelinde yaklaşık 1 milyon kişi daha dolar milyoneri statüsüne yükselirken Türkiye, dolar milyoneri sayısının yıllık artış hızında Litvanya'nın ardından ikinci sırada yer aldı.

artışının ana kaynağı değerleme kazançları oldu. Japonya'da da benzer biçimde değerleme kazançları belirleyici hâle geldi ve bu, uzun yıllar süren sıfıra yakın enflasyon döneminden sonra önemli bir değişim oluşturdu.

Çin'de ise servet artışı en fazla yavaşlayan ekonomi oldu. Net yatırım oranlarının gerilemesi, sıfıra yakın enflasyon ve özellikle gayrimenkulde süren değer kayıpları bu sonucu belirledi. Fransa ve Almanya'da hem net yeni yatırımlar hem de değerlemeler gerilerken; pozitif kur etkileri çıkarıldığında iki ülkede de servet kaybı ortaya çıktığı görülüyor. Birleşik Krallık ve Kanada'da ise yerel para birimi cinsinden servet artışının sınırlı

kaldığı kaydedildi.

Küresel bilanço içindeki sınır ötesi pozisyonlar da farklılaşmayı gösteriyor. 2025'te Japonya ve Almanya'nın net uluslararası yatırım pozisyonu GSYH'nin yaklaşık yüzde 90'ına ulaşan net alacaklı konumuna yükselirken ABD'nin net borçlu pozisyonu da GSYH'nin yaklaşık yüzde 90'ına ulaştı. ABD'nin negatif pozisyonunun yarısının ise hisse senetlerinden kaynaklandığı belirtildi.

TÜRKİYE'DE DOLAR MİLYONERİ SAYISINDAKİ ARTIŞ DİKKAT ÇEKİYOR

Union de Banques Suisses (UBS) tarafından hazırlanan rapor Türkiye'deki dolar milyoneri sayısındaki yükselişe dikkat çekti. UBS'nin 2025 Küresel Servet Raporu'na göre dünya genelinde yaklaşık 1 milyon kişi daha dolar milyoneri statüsüne yükseldi. Küresel özel servet de yüzde 10,8 artarak son yılların en güçlü büyümelerinden birini kaydetti.

Bu tablo içinde Türkiye, dolar milyoneri sayısının yıllık artış hızında Litvanya'nın ardından ikinci sırada yer aldı. Ülkedeki dolar milyoneri sayısının da bir yılda yüzde 6,4 yükselerek yaklaşık 93 bine ulaştığı kaydedildi. Artış, yaklaşık 5 bin 650 kişinin daha milyoner statüsüne geçmesi anlamına geliyor.

Daha önceki UBS verileri, Türkiye'de servetin toplumun küçük bir bölümünde yoğunlaştığını ortaya koyuyor. Bu verilere göre en zengin yüzde 1'lik kesim toplam servetin yaklaşık yüzde 39,5'ini elinde bulundururken, en zengin yüzde 5'in payı yüzde 59,2'ye, en zengin yüzde 10'un payı ise yüzde 69,8'e ulaşıyor. Bu rakamlar, servet eşitsizliğinin gelir eşitsizliğinden çok daha belirgin bir yapıya sahip olduğunu gösteriyor.

Türkiye'de Gelirin Neredeyse Yarı En Zengin Yüzde 20'nin

Türkiye'de gelir dağılımına ilişkin son veriler de ekonomideki büyüme ve gelir artışlarının toplumun bütün kesimlerine aynı ölçüde yansımadığını gösteriyor. TÜİK'in 2025 Gelir Dağılımı İstatistikleri, gelir eşitsizliğinde sınırlı bir iyileşmeye işaret etse de gelir pastasının önemli bölümünün hâlâ toplumun üst gelir grubunda toplandığını ortaya koyuyor. Buna göre en yüksek gelire sahip yüzde 20'lik kesimin toplam gelirden aldığı pay bir önceki yıla göre 0,1 puan azalarak yüzde 48'e geriledi. En düşük gelire sahip yüzde 20'nin payı ise 0,1 puan artarak yüzde 6,4'e yükseldi. Böylece toplumun en zengin yüzde 20'sinin elde ettiği toplam gelir, en düşük yüzde 20'nin gelirinin 7,5 katına ulaştı.

İşCep ile ihracatınıza hız, işinize kolaylık katın.

Yurt dışından gelen ihracat bedellerinizi talimat vermeden, İşCep'ten 7/24 hesabınıza aktarın, nakit akışınızı hızlandırın.



İşCep

Ayrıntılı bilgi:
isbank.com.tr

Yapay zekâ desteği ile oluşturulmuştur.

Yurt Dışı Gelen Bedellerin Hesaba Aktarılması özelliği müşterimizin gelen havaleden haberdar olmasını sağlamakta olup Türkiye İş Bankası açısından havalenin kabulü ve bir ödeme taahhüdü yüklenilmesi anlamına gelmemektedir. Türkiye İş Bankası ödeme anına kadar işlemi reddetme hakkını saklı tutar.

Kâğıt Üzerinde Zengin Bir Dünya

1,7
katrilyon
2024 yılı küresel
bilanço büyüklüğü

1,8
katrilyon
2025 yılı küresel
bilanço büyüklüğü

100
trilyon dolar
Son bir yılda
yakalanan büyüme



Mevcut varlıkların değerlemeleri, zaten yüksek olan tüketici enflasyonundan 4 puan daha hızlı büyüdü.



620
trilyon dolar
Küresel reel varlıklar



550
trilyon dolar
Finans sektörünün bilançosu

Finans sektörünün büyüklüğü, reel varlıkların yaklaşık %90'ına ulaşıyor.



600
trilyon dolar
2025 yılı toplam küresel servet



570
trilyon dolar
Toplam hanehalkı serveti



%95
Küresel servetin içinde hanehalklarının payı

%80
Mevcut varlıkların değer kazanımı



- ABD'de hisse senedi değerleri, şirketlerin net varlıklarının 2,4 katına ulaştı.
- Şirket kârlarının GSYH içindeki payı, 2000 yılından bu yana iki katına çıktı.



- Çin'de şirket borcu, reel varlıkların %80'ine ulaştı.
- Şirket borcu GSYH'nin 1,7 katına ulaşarak incelenen ekonomiler arasındaki en yüksek seviyeye çıktı.



- Yatırım büyümesi zayıf seyretti.
- Verimlilik artışı sınırlı kaldı.
- Nüfusun yaşlanması ve iş gücü büyümesinin yavaşlaması potansiyel büyümeyi baskıladı.



“Bizimle Çalışan Firmalar KDV’yi Finansmana Dönüştürüyor”

İhracatçıların en önemli ihtiyaçlarından biri olan finansmana erişim konusunda KDV iadelerini bir yük olmaktan çıkararak finansman aracına dönüştüren TGS Dış Ticaret, geliştirdiği dijital çözümlerle hem ihracat süreçlerini kolaylaştırıyor hem de ihracatçı için daha erişilebilir ve sürdürülebilir ortam yaratıyor.

İhracatçı için rekabet artık yalnızca yeni pazarlara ulaşmakla değil, doğru finansmana zamanında erişmekle de şekilleniyor. 27 yıllık deneyimiyle imalatçı firmaların ihracat süreçlerine aracılık eden TGS Dış Ticaret, bu ihtiyaçtan hareketle geliştirdiği çözümlerle ihracatçının nakit akışına doğrudan katkı sağlıyor.

İş birliği yaptıkları firmaların finansmana erişimini kolaylaştırmak için “Mal Bedeli Prefinansmanı” modelini devreye aldıklarını belirten TGS Dış Ticaret Genel Müdürü Engin Nukan, firmaların KDV iadelerini erken alabilmeleri konusuna da yıllardır destek olduklarını ifade ediyor. “Yeni dönemle birlikte limitleri artırdığımız prefinansman modelimizle üretici firmalara ciddi bir nakit avantajı sağlıyoruz.” diyen Nukan, TGS Dış Ticaret’in ihracatçıların finansmana erişimini kolaylaştıran çözümlerini ve gelecek döneme ilişkin hedeflerini dergimize anlattı.

Küresel talebin yavaşladığı, maliyet ve rekabet baskısının arttığı bir ortamda, TGS Dış

Ticaret’in Türkiye’de 3’üncü büyük ihracatçı olmasına zemin hazırlayan temel strateji ve dinamikleri bizimle paylaşabilir misiniz?

Türkiye’nin genel ihracatı 2025’te yatay bir seyir izlerken, TGS Dış Ticaret olarak biz iş ortaklarımızla birlikte 27 yıllık tarihimizin en yüksek ihracat hacmine ulaştık. Küresel talebin yavaş seyrettiği, birçok sektörün rekabetçilikte zorlandığı bir yılda, ihracatımızı yüzde 26 artışla 3,2 milyar dolara çıkardık.

Bu sonuç, bize ihracatta Türkiye üçüncülüğünü getirdi. Ülkemizde ihracat sıralamasında ilk üçe giren ilk dış ticaret sermaye şirketi olduk.

Biz temel stratejimizi ülkemizde dış ticaret sermaye şirketi yapısını tanımayan firmalara TGS’yi ve avantajlarını hızlı bir şekilde tanıtmaya hedefi üzerine kurguladık. Ayrıca yeni pazarlarda yeni müşteriler edinmeye odaklandık. 2026 yılında da aynı stratejiyle devam ediyoruz.

Küresel ticaretteki jeopolitik gelişmeler ve tedarik zincirleri-

nin yeniden şekillenmesi ihracat rotalarını da değiştirmeye başladı. TGS bu süreçte hangi ülkeleri hedef pazar olarak belirledi, daha çok hangi ülke ya da bölgelere ihracat gerçekleştirebilirsiniz?

Biz hedef pazar belirlemekten daha çok imalatçı firmaların ihracatlarına aracılık ederek işlemlerini kolaylaştırıyoruz. İmalatçı firmalarımızın güvenle ihracat yaptığı tüm pazarlarda hizmet verecek birikime ve güce sahibiz.

İş ortaklarınızın pazar risklerini azaltmak için ülke ve bölge çeşitlendirmesinde nasıl bir strateji izliyorsunuz?

TGS olarak biz iş birliği yaptığımız firmaların finansmana erişimini kolaylaştırmak için “Mal Bedeli Prefinansmanı” adını verdiğimiz modeli devreye aldık. Bu modelle firmalar mal bedelini erken tahsil edebilecekleri için üretim maliyetini düşürüp kapasiteyi artırma imkânı bulabiliyorlar.



TGS Dış Ticaret Genel Müdürü Engin Nukan: “TGS kurulduğu günden itibaren imalatçı firmalara sağladığı kolaylıklarla ülkemizin ihracatının artmasında önemli bir rol oynadı. Önümüzdeki dönemde de imalatçı firmaların yanında yer almaya ve geliştireceğimiz yeni çözümlerle her konuda destek olmaya devam edeceğiz.”

Ülkemizde imalatçı firmaların rekabet gücünün zayıflamasının temelinde, enflasyonla mücadele kapsamında uygulanan “düşük kur yüksek faiz” politikasından kaynaklanan maliyet artışları yatıyor.

Yüksek maliyetler, özellikle emek yoğun sektörlerde rekabetçiliğin zayıflamasına paralel olarak üretim ve istihdam kayıplarına neden oldu. Örneğin, tekstil ve hazır giyim sektöründe 2022 sonunda 1 milyon 223 bine yaklaşan istihdam, Mayıs 2026’da 838 binin altına gerilemiş bulunuyor. Sadece iki sektörde 3,5 yılda 385 bin kişilik istihdam kaybı var. Ayrıca firmalar bu süreçte daha fazla ihtiyaç duydukları düşük maliyetli finansmana erişim konusunda da çok fazla zorlanıyorlar.

TGS olarak biz iş birliği yaptığımız firmaların finansmana erişimini kolaylaştırmak için “Mal Bedeli Prefinansmanı” adını ver-

TGS, aracılı ihracat sözleşmesi kapsamında hizmet veren bir dış ticaret sermaye şirkettir. İmalatçı firmalar adına bölge ve ülke çeşitlendirmesi yapmıyoruz. Firmalar bu konuda kendileri risk analizi yaparak güvenli bölgelere ihracatı öncelikli olarak yükseltmeye çalışıyorlar. En çok ihracat yaptığımız bölgeler arasında Avrupa Birliği (AB) ilk sırada yer alıyor. AB’yi Kuzey Amerika Asya ve Okyanusya izliyor.

Türkiye’nin toplam mal ihracatı 2025 yılında 273,4 milyar dolarla rekor kırmasına rağmen özellikle emek yoğun sektörlerde rekabetçilik kaybı önemli bir gündem hâline gelmiş durumda. TGS olarak farklı sektörlerden ihracatçı firmalarla temaslarınız dikkate alındığında, sahada rekabet gücünü en fazla zorlayan unsurlar nelerdir? Gözlemlerinizi paylaşabilir misiniz?



diğimiz modeli devreye aldık. Bu modelle firmalar mal bedelini erken tahsil edebilecekleri için üretim maliyetini düşürüp kapasiteyi artırma imkânı bulabiliyorlar.

Firmaların KDV iadelerini erken alabilmeleri konusunda da yıllardır destek oluyoruz. İmalatçı firma kendi imkânlarıyla KDV iadesini en iyi ihtimalle üç ay sonra alabiliyor. Süre bazen altı aya kadar çıkabiliyor. Biz bu süreci en fazla bir ayda tamamlıyoruz. Talep olması hâlinde kendi öz kaynaklarımızla süreyi 10 güne kadar indirebiliyoruz. Yeni dönemle birlikte limitleri artırdığımız bu prefinansman modelimizle üretici firmalara ciddi bir nakit avantajı sağlıyoruz.

Kur ve maliyet baskısı, yüksek finansman maliyetleri ve küresel talepteki yavaşlama birlikte değerlendirildiğinde sizce Türk ihracatçısının fiyat rekabetini koruyabilmesi için

öncelikli olarak hangi alanlarda iyileşmeye ihtiyaç var?

İyileşme için bugün yaşadığımız soruna neden olan uygulamanın, yani “düşük kur yüksek faiz” politikasının gözden geçirilmesi gerekiyor. Kur en azından bundan sonra enflasyona paralel hareket etmeli. Hâlen yüzde 3 olan döviz dönüşüm desteği için kur normal seviyesine gelene kadar daha yüksek bir oran uygulanmalı ve kapsam genişletilmeli. Özellikle emek yoğun sektörler için mevcut istihdam destekleri artırılmalı.

Türkiye’nin ihracat hedefleri büyürken ihracatçı firmaların daha fazla ürün satmasıyla birlikte küresel tedarik zincirlerinde daha yüksek katma değerli konumlara ulaşması gerekiyor. TGS, Türkiye’nin bu dönüşümünde kendine nasıl bir rol biçiyor?

TGS kurulduğu günden itibaren imalatçı firmalara sağladığı ko-

Biz özellikle yüksek hacimli ihracatı olan sektörlerdeki firmalara daha fazla avantaj sağlamak istiyoruz. Bu kapsamda özellikle dış ticaret sermaye şirketlerini yeni tanıyan farklı sektörlerdeki ihracatçı firmalarla görüşmelerimiz devam ediyor.

laylıklarla ülkemizin ihracatının artmasında önemli bir rol oynadı. Önümüzdeki dönemde de imalatçı firmaların yanında yer almaya ve geliştireceğimiz yeni çözümlerle her konuda destek olmaya devam edeceğiz.

“KDV’ye Giden En Kısa Yol” yaklaşımınız, bugün ihracatçıların süreçlerini kolaylaştıran bir hizmet modeline dönüştü. Önümüzdeki dönemde teknoloji, yapay zekâ ve veri analitiğinin bu hizmet modeline daha fazla entegre edilmesiyle TGS’nin ihracatçılara sunduğu

değer nasıl bir dönüşüm yaşayacak?

Düşük maliyetli ve uzun vadeli finansmana erişim son yıllarda ihracatçı firmaları en çok zorlayan başlıklar arasında yer alıyor. TGS ile çalışan firmalar bu zor dönemde KDV’yi finansmana dönüştürebiliyorlar. Çünkü biz yıllar önce KDV’yi bir yük olmaktan çıkarıp finansman aracı hâline getirdik. Yapay zekâ başta olmak üzere gelişen dijital teknolojilerinin imkânlarından yararlanarak firmalarımıza farklı yenilikler sunacak çalışmalarımıza hız kesmeden devam

ediyoruz. Örneğin ihracatın tüm aşamalarını tek ekrandan takip edilebilmesine imkân sağlayacak bir projemiz var.

İmalatçı firma siparişi deposunda yükleyip TGS sistemine bilgi girişi yaptığında malının yerini, KDV iadesinin hangi aşamada olduğunu, mal bedelinin gelip gelmediğini ve kur farkını bir bakışta görebilecek. Proje tamamlandığında sadece “KDV’ye giden en kısa yol” değil aynı zamanda “ihracatın en kolay yolu” TGS’den geçecek.

2026 yılı için 4,5 milyar dolarlık ihracat hedefiniz bulunuyor. Bu hedef doğrultusunda yılın ikinci yarısında öncelikleriniz neler olacak? Hangi alanlarda derinleşmeyi hedefliyorsunuz?

Şirketimizin büyüme stratejisi çerçevesinde İmalatçı firmalara sunduğumuz hizmetleri çeşitlendirirken, portföyümüzü hem büyütüyor hem de çeşitlendiriyoruz. Hâlen aktif olarak 300’e yakın iş ortağımıza hizmet veriyoruz. Ağırlıklı olarak tekstil ve otomotiv olmak üzere toplamda 17 sektörden imalatçı firmayla çalışıyoruz. Biz özellikle yüksek hacimli ihracatı olan sektörlerdeki firmalara daha fazla avantaj sağlamak istiyoruz. Bu kapsamda özellikle dış ticaret sermaye şirketlerini yeni tanıyan farklı sektörlerdeki ihracatçı firmalarla görüşmelerimiz devam ediyor. Bu görüşmeler sonucu birçok firma ile yeni sözleşme imzaladık. Önümüzdeki dönemde de aynı strateji doğrultusunda yeni sektörlerde yeni imalatçı firmaları bünyemize katacağız.

Aktif olarak 300’e yakın iş ortağımıza hizmet veriyor, başta tekstil ve otomobil olmak üzere toplamda 17 sektörden imalatçı firmayla çalışıyoruz.

Finansmana Erişimde İhracatçının Asırlık Adresi Türk Ticaret Bankası

İhracatçının finansmana erişimine odaklanan Türk Ticaret Bankası, 2024'te yeniden faaliyete geçmesinin ardından finansman ve bankacılık çözümlerini genişletiyor. Banka, 2025'te ihracatçılara 76,3 milyar TL finansman sağlarken yılı 94,1 milyar TL çalışma büyüklüğüyle tamamladı.

Türkiye'nin ihracat hedefleri her geçen gün büyüyor. Hedefler büyürken ihracatçıların finansmana erişimi de dış ticaret faaliyetlerinin önemli başlıklarından biri hâline geliyor. Bu noktada Türk Ticaret Bankası, ihracatçıların finansmana erişimini destekleyen önemli kurumlardan biri olarak öne çıkıyor.

Faaliyete geçtiği yeni dönemde çalışmalarını doğrudan ihracatçıların ihtiyaçlarına göre şekillendiren Türk Ticaret Bankası, nakdi ve gayrinakdi kredilerin yanı sıra ihracat taahhütlü krediler, TCMB reeskont kredileri, teminat mektupları, dış ticaret işlemleri ve nakit yönetimi gibi farklı ürün ve hizmetlerle ihracatçıların finansal süreçlerine destek sunuyor.

Yalnızca finansman sağlamakla sınırlı kalmayan banka, ihracatçıların kur, faiz ve likidite risklerini yönetmelerine yönelik çözümler de sunuyor. Bu yapıyı ihracatın yoğunlaştığı bölgelere taşımak amacıyla sürdürülen şubeleşme süreci de bankanın yeni döne-

mindeki önemli başlıklardan biri olarak öne çıkıyor. 2025 yılında 11 şubeye ulaşan Türk Ticaret Bankası, 2026'da da yeni şubeler açarak hizmet ağını genişletmeyi sürdürdü.

TÜRK TİCARET BANKASININ YENİDEN YÜKSELİŞİ

Türk Ticaret Bankasının temelleri 1861'de Mithat Paşa ile başlayan milli bankacılık girişimlerine uzanıyor. 1913'te Adapazarı'nda 13 kurucu tarafından "Adapazarı İslam Ticaret Bankası" adıyla kurulan banka, küçük sermaye sahiplerinin bir araya gelmesiyle oluşturulan ilk ulusal özel girişim bankası olarak faaliyet gösterdi. Cumhuriyet'in ardından unvan ve organizasyon yapısında değişiklikler yaşayan banka, 1928'de Adapazarı Türk Ticaret Bankası, 1937'de ise Türk Ticaret Bankası AŞ adını aldı. İzmit, İstanbul, Ankara ve Eskişehir'de açılan şubelerle yerel bir yapıdan ulusal ölçekte faaliyet gösteren bir kuruma dönüştü. 1934'te yönetim



Türk Ticaret Bankasının Rekabet Üstünlükleri

İhracatçı odaklı yaklaşım: Banka, Türkiye'nin ihracatçılarına özel finansman çözümleri sunmayı ve kaynaklarını bu alana yönlendirmeyi misyon ediniyor.

Fijital bankacılık yaklaşımı: Banka, "fijital" (fiziksel+dijital) bankacılık anlayışıyla müşterilerine hem insani dokunuşu ön planda tutan fiziksel hizmetler hem de ileri teknolojiden yararlanan dijital çözümler sunuyor.

Yeni ve çevik yapı: Sıfırdan gerçekleştirilen yapılanma süreci, bankaya sektörün süregelen sorunlarından arınmış, yalın ve çevik bir operasyonel yapı kazandırdı. Bu yapı, karar alma süreçlerini hızlandırarak yenilikçi ürün ve hizmetlerin kısa sürede hayata geçirilmesini sağlıyor.

Güçlü ortaklık yapısı ve sermaye desteği: Banka, İGE, TİM ve ihracatçı birlikleri gibi stratejik iş ortakları sayesinde ihracatçı ekosistemiyle güçlü bağlara sahip.

Yetkin insan gücü: Banka, uzmanlık alanlarında deneyimli, sektörde yeniliklere yön vermiş ve kurum kültürüyle uyumlu çalışanlardan oluşan güçlü bir insan kaynağına sahip.

merkezini Ankara'ya, 1952'de ise İstanbul Bahçekapı'ya taşıdı.

1990'lı yılların ikinci yarısında bankacılık sektöründe yaşanan kriz, Türk Ticaret Bankasının da mali yapısını etkiledi. Banka, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu bünyesine alınan kuruluşlar arasında yer aldı ve 2001 yılında bankacılık faaliyetlerine son verdi. Yaklaşık 20 yıllık aranın ardından banka, ihracatçıların krediye erişiminde yaşanan sorunların çözümüne yönelik yeni yapılanmanın bir parçası olarak yeniden gündeme geldi.

Banka, 27 Nisan 2023'te Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türk Eximbank, 61 ihracatçı birliği ve 20 bankanın ortaklığında kurulmuş olan İhracatı Geliştirme AŞ'nin (İGE) bünyesine katıldı. Böylece bankanın yeniden yapılanma sürecinin önü açıldı.

2025 HIZLI BÜYÜMENİN YILI OLDU

2025, Türk Ticaret Bankası açısından yeniden yapılanmanın sonuçlarının finansal tablolara yansıdığı ilk tam operasyonel yıl oldu. Banka, yılı 47 milyar TL aktif büyüklükle tamamladı. Nakdi ve gayrinakdi kredilerin toplamı 58,5 milyar TL'ye ulaşırken yıl içinde ihracatçı firmalara sağlanan toplam finansman 76,3 milyar TL olarak gerçekleşti. Nakdi kredi bakiyesi dönem başındaki 2,4 milyar TL'den 26 milyar TL'ye, gayrinakdi kredi hacmi ise 6,5 milyar TL'den 32,5 milyar TL'ye çıktı. Mevduat büyüklüğü de yıl sonunda 35,6 milyar TL seviyesine yükseldi.

Güçlü kredi büyümesini sürdüren banka, yılı 560 milyon TL net kârla kapattı. Sermaye artırımlarının da katkısıyla özkaynakları 9,7 milyar TL'ye yükselirken sermaye yeterlilik oranı yüzde 20,70 oldu. Bankanın 2025 yılındaki toplam çalışma büyüklüğü 94,1 milyar TL

olurken aynı dönemde teknoloji ve dijital altyapıya yönelik yatırımlar da hız kazandı. Bilgi teknolojilerine yapılan yatırımlar 773 milyon TL'ye ulaştı. 2024'te kurulan ana altyapının operasyonel olgunluğa taşındığı 2025 yılında banka, iş sürekliliği, ağ modernizasyonu ve SD-WAN mimarisi gibi alanlara yatırım yaptı.

İHRACATIN MERKEZLERİNDE ŞUBELEŞİYOR

Türk Ticaret Bankası, yeniden faaliyete geçişiyile birlikte şube ağını kısa sürede genişletti. Banka, ihracatın yoğunlaştığı bölgelerde finansman hizmetini müşterinin bulunduğu noktaya taşıma hedefi doğrultusunda şube ağını genişletti. 2025 yılı sonunda toplam şube sayısı 11 olan banka, böylece özel bankalar arasında en fazla yeni şube açan banka konumuna ulaştı.

Şubelerin konumlandırılmasında ihracat merkezlerinin belirleyici olduğu görülüyor. 2025'te Gaziantep Şubesinin Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri binasında açılması, bu yaklaşımın örneklerinden biri oldu. Bursa Şubesi 21 Ekim 2025'te açılarken Çukurova Şubesi de Adana Sanayi Odası bünyesinde hizmete başladı. Antalya Şubesi ise Aralık 2025'te faaliyete geçti.

Şubeleşme 2026 yılında da devam etti. Mart ayında Samsun ve Erzurum şubeleri açıldı. Erzurum Şubesinin Doğu Anadolu İhracatçı Birliği binasında hizmet vermeye başlaması, bankanın ihracatçı birlikleriyle kurduğu yerel iş birliği modelinin devamı olarak değerlendirildi. Temmuz 2026 itibarıyla banka, yıl içinde beş yeni şube açarak toplam şube sayısını 16'ya çıkardı. Bu ağ İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Adapazarı, Kocaeli, Antalya, Bursa, Denizli, Erzurum, Gaziantep, Konya, Samsun ve Trabzon gibi ihracat ve üretim merkezlerini kapsıyor.



Bankanın 2026'nın ikinci çeyreğindeki net kârı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 107 artışla 361 milyon TL oldu. Sermaye yeterlilik oranı ise yüzde 16,44 olarak gerçekleşti.

2026'NIN İLK YARISINDA BÜYÜME HIZ KESMEDİ

2025'te yakalanan büyüme ivmesi, 2026'nın ikinci çeyreğinde de sürdü. Erzurum Şubesinin Doğu Anadolu İhracatçı Birliği binasında hizmet vermeye başlaması, bankanın ihracatçı birlikleriyle kurduğu yerel iş birliği modelinin devamı olarak değerlendirildi. Nakdi kredi hacmi 47 milyar TL'ye, toplam mevduat 57 milyar TL'ye çıkarken nakdi ve gayrinakdi kredilerin toplamı 89 milyar TL'ye ulaştı. Bankanın ikinci çeyrekteki net kârı geçen

yılın aynı dönemine göre yüzde 107 artışla 361 milyon TL oldu. Sermaye yeterlilik oranı ise yüzde 16,44 olarak gerçekleşti.

İlk yarıdaki sonuçlar, bankanın özellikle ihracatçı finansmanındaki konumunu güçlendirmeye devam ettiğini gösteriyor. Banka, ihracatçıların finansmana erişimini kolaylaştıran ürünlerini, dış ticaret işlemlerini ve kur, faiz ve likidite risklerinin yönetimine yönelik hizmetlerini geliştirmeyi sürdürdü. 2026 yılı için ihracatçı firmalara 110 milyar TL finansman desteği sağlama hedefi de bu stratejinin ölçeğini ortaya koyuyor.

TÜRK TİCARET BANKASI

401
Çalışan Sayısı

16
Şube

9,7
Milyar TL
Özkaynaklar

58,5
Milyar TL
Toplam Krediler

94,1
Milyar TL
Çalışma Büyüklüğü

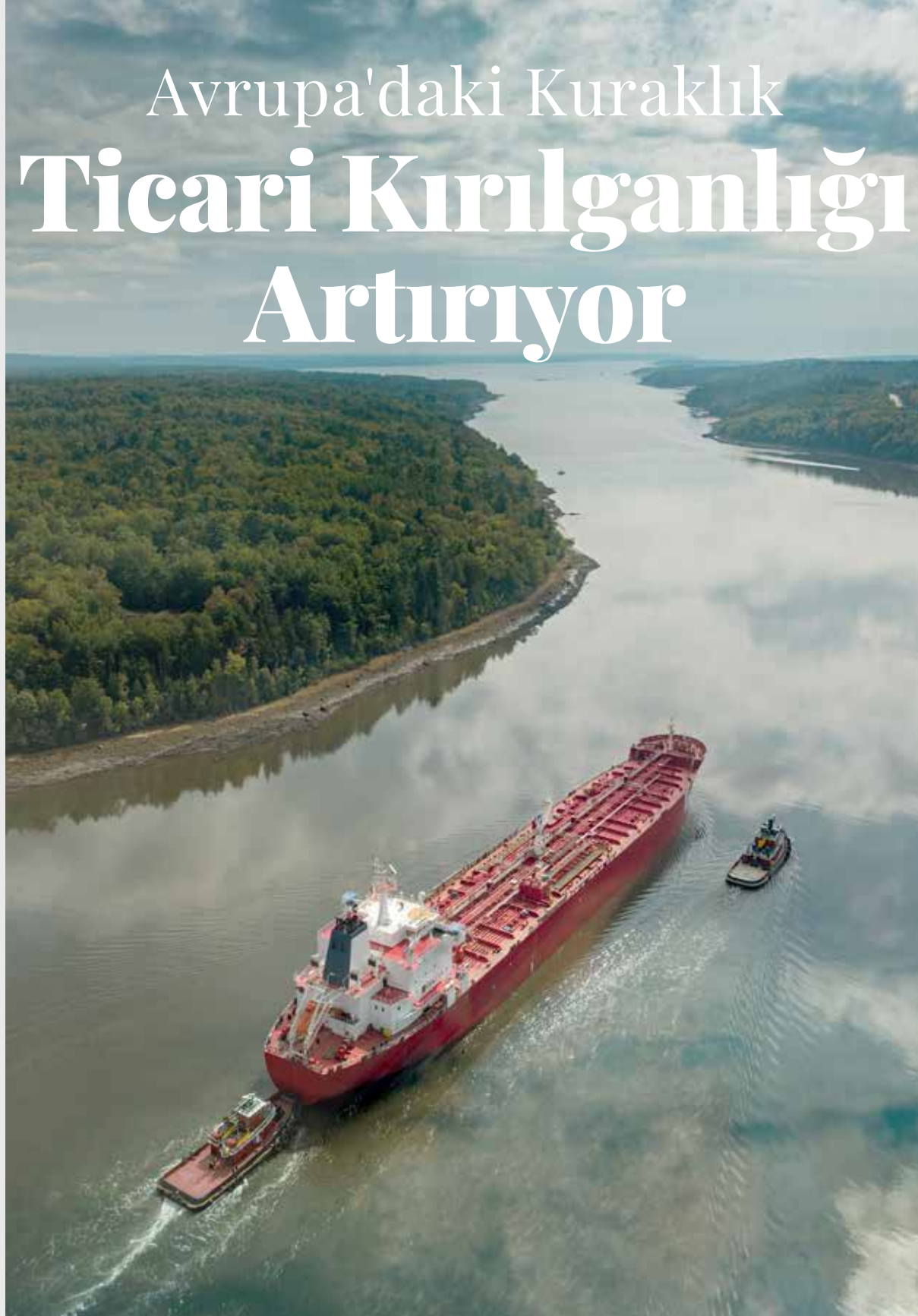
Yıllara Göre Şubeleşme Süreci

2024 İstanbul

2025 Kocaeli, Ankara, İzmir, Bursa, Gaziantep, Adana, Antalya, Denizli, Adapazarı

2026 Konya, Samsun, Erzurum, Trabzon

Avrupa'daki Kuraklık Ticari Kırılganlığı Artırıyor



Avrupa'nın önemli ticaret güzergâhlarından Ren ve Tuna nehirleri, yüksek sıcaklıklar ve yağış eksikliğinin yol açtığı kuraklık riskiyle karşı karşıya. Daha az yük, daha pahalı lojistik ve artan enerji baskısı anlamına gelen bu durum, Avrupa'nın sanayi ve enerji güvenliğini yeniden gündeme getirdi.

Bu yaz tarihinin en sıcak günlerini yaşayan Avrupa, sıcak hava dalgalarının aşırı artışı sonucunda kuraklığın yeni bir boyutuyla karşı karşıya kalmış durumda. Avrupa kıtasını birbirine bağlayan en önemli nehirlerden Ren ve Tuna'da, su seviyelerinin tarihî dip noktalara gerilemesi büyük bir çevre sorunu olmakla birlikte taşımacılık, sanayi üretimi ve enerji arzı üzerinde de doğrudan baskı yaratmaya başladı.

Nehir taşımacılığı, yüksek hacimli yüklerin enerji verimli biçimde taşınması açısından önemli avantajlar sunuyor. Fakat taşımacılık faaliyetleri doğrudan su seviyelerine bağlı. İklim değişikliği nedeniyle daha sık ve daha uzun kuraklık dönemi yaşayan Avrupa'nın su yolları ise daha kırılgan bir hâle gelerek tarihinin en zor zamanlarından birini yaşıyor. Nehirlerin taşıma kapasitesinin düşmesi, yüklerin daha az miktarda sevk edilmesine ve alternatif ulaşım kanallarına kaymasına neden olurken suya bağımlı enerji santralleri de üretimlerini kısıtlamak zorunda kalıyor.

Bilimsel araştırmalar, insan kaynaklı iklim değişikliğinin yalnızca sıcaklıkları yükseltmekle kalmadığını, kuraklıkların ortaya çıkma ihtimalini ve şiddetini de artırdığını ortaya koyuyor. Küresel ortalamanın üzerinde ısınan Avrupa'da yüksek sıcaklıklarla yağış eksikliğinin birleşmesi, nehirlerin ve su kaynaklarının üzerindeki baskıyı daha da artırıyor. Uzmanlara göre sera gazı emisyonlarında küresel ölçekte anlamlı bir azalma sağlanmadığı sürece, bugün istisnai görülen bu

tür sıcak ve kurak dönemlerin gelecekte daha sık ve daha yoğun yaşanması bekleniyor.

TİCARET DAMARLARINDAKİ SU ÇEKİLMEMEYE BAŞLADI

Avrupa'nın iç su yolları, kara yolu ve demir yolunun yanında kıtanın yük taşımacılığı sisteminin önemli bir parçasını oluşturuyor. Bu ağın en stratejik unsurlarından biri olan Ren Nehri, 1.233 kilometrelik güzergâhıyla Kuzey Denizi'ndeki Rotterdam Limanı'nı Almanya'nın Ruhr sanayi bölgesine, İsviçre'ye ve Fransa'ya bağlıyor. Petrol ürünlerinden kimyasallara, kömürden çeliğe ve otomotiv parçalarından konteynerlere kadar çok sayıda ürün bu hat üzerinden taşınıyor. Ren'den her yıl yaklaşık 285 milyon ton yük geçerken Almanya'nın iç su yollarında taşınan malların yaklaşık yüzde 80'i bu nehirle bağlantılı durumda.

Ancak yaz dönemi boyunca sıcaklıkların anormal artması ve su seviyesindeki sert düşüş, gemilerin taşıyabileceği yük miktarını doğrudan sınırlamaya başladı. Gemiler tam kapasiteyle ilerleyemediğinde ise aynı miktardaki yükün taşınması için sefer sayısının artırılması gerekiyor. Bu da navlun maliyetlerini yükselterek hem lojistik şirketlerini hem de nehir kıyısındaki üretim tesislerini etkiliyor. Nitekim Almanya'nın batısındaki Kaub'da, Ren'in su seviyesi temmuz sonunda 25 santimetreye kadar geriledi. Süreç böyle devam eder ve mevcut tahminler gerçekleşirse Ren Nehri, ölçümlerin başladığı 1880'den bu yana en düşük su seviyesine ulaşmış olacak.

Nehirlerin taşıma kapasitesinin düşmesi, yüklerin daha az miktarda sevk edilmesine ve alternatif ulaşım kanallarına kaymasına neden olurken suya bağımlı enerji santralleri de üretimlerini kısıtlamak zorunda kalıyor.



Kiel Dünya Ekonomisi Enstitüsü, Ren Nehri'ndeki düşük su seviyelerinin üçüncü çeyrekte ülkenin gayrisafi yurt içi hasılasında yüzde 0,2'ye varan kayba yol açabileceğini öngörüyor.

REN'DEKİ BİRKAÇ SANTİMETRE, SANAYİDE BÜYÜK BİR MALİYETE DÖNÜŞÜYOR

Ren Nehri'ndeki su kaybının ekonomik önemi, aslında güzergâh boyunca yoğunlaşan sanayi tesisleri düşünüldüğünde daha net ortaya çıkıyor.

Almanya'nın kimya ve ağır sanayi merkezlerinin önemli bir bölümü nehir çevresinde konumlanıyor. BASF ve Bayer gibi büyük şirketlerin yanı sıra enerji ve metal sektöründeki tesisler de ham madde ve ürün sevkiyatında Ren'in sağladığı düşük maliyetli taşımacılıktan yararlanıyor. Su seviyesi düştüğünde sorun yalnızca geminin daha az yük taşımasıyla sınırlı kalmıyor; üretim tesislerinin ihtiyaç duyduğu ham maddelerin zamanında ulaşması da güçleşiyor.

2018 yılında yaşanan bir örnek, bugünkü riskin ekonomik boyutunu daha net gösteriyor. Sekiz yıl önce Ren Nehri'nin su seviyesindeki düşüş nedeniyle BASF'nin Ludwigshafen tesisinde üretim azaldı. Kiel Dünya Ekono-

göre 2018'deki düşük su koşulları Almanya'nın sanayi üretiminde yüzde 1,5'e varan gerilemeye yol açtı. Şirketlerin o tarihten bu yana alternatif taşıma seçenekleri geliştirmesi kırılganlığı bir ölçüde azaltmış olsa da maliyet tamamen ortadan kalkmış değil. Almanya'da iç su taşımacılığının toplam yük taşımacılığındaki payının 2017'de yüzde 4,7'den 2024'te yüzde 4,1'e gerilemesi de firmaların zaman içinde farklı güzergâhlara yönelmeye başladığını gösteriyor.

Bugünkü tabloya göre öngörülerini paylaşan Kiel Dünya Ekonomisi Enstitüsü, Ren'deki düşük su seviyelerinin üçüncü çeyrekte ülkenin gayrisafi yurt içi hasılasında yüzde 0,2'ye varan kayba yol açabileceğini söylüyor.

TUNA'DA SORUN YÜK GEMİLERİNDEN SANTRALLERE UZANIYOR

Ren'de ağırlıklı olarak ticaret ve sanayi üzerinden hissedilen baskı, Tuna'da enerji güvenliği üzerinden hissediliyor. Almanya'dan doğup Karadeniz'e ulaşan ve 10 ülkeden geçen 2.857 kilometrelik Tuna, Orta ve Güneydoğu Avrupa'nın

Romanya'daki Cernavoda, Macaristan'daki Paks ve Bulgaristan'daki Kozloduy santralleri, reaktörlerin soğutulması için Tuna Nehri'nden yararlanıyor. Nehir debisinin düşmesiyle santrallerin ihtiyaç duyduğu soğutma suyuna erişim zorlaşırken yüksek hava sıcaklığı da ikinci bir problem yaratıyor.

temel ulaşım koridorlarından biri. Tahıl, gübre, kömür, demir cevheri ve petrol ürünlerinin taşındığı nehir, aynı zamanda kıyısındaki enerji tesislerinin işletilmesinde kritik bir su kaynağı olarak kullanılıyor.

Özellikle nükleer santraller açısından nehrin işlevi stratejik. Romanya'daki Cernavoda, Macaristan'daki Paks ve Bulgaristan'daki Kozloduy santralleri reaktörlerin soğutulması için Tuna'dan yararlanıyor. Nehir debisinin düşmesi, santrallerin ihtiyaç duyduğu soğutma suyuna erişimi zorlaştırırken yüksek hava sıcaklığı da ikinci bir problem yaratıyor. Çünkü su yalnızca miktar bakımından değil, sıcaklık açısından da santrallerin işletme sınırlarını etkiliyor. Nehir çok ısındığında, santrallerin çevreye deşarj edebileceği ısının sınırlandırılması gerekiyor; bu da üretimin azaltılmasına veya bazı durumlarda tesisin devre dışı bırakılmasına yol açabiliyor.

Örneğin, Romanya'da Tuna'nın debisinin saniyede 1.400 metreküpe kadar gerilemesi ağustos ayı uzun dönem ortalamasının yaklaşık üçte birine denk geldi. Bu da Cernavoda'nın faaliyetini sürdürebilmesi için nehir yatağına müdahale edilerek suyun santralin su alma bölümüne yönlendirilmesini gerektirdi.

ENERJİ ÜRETİMİNDEKİ AÇIK PİYASAYA DA YANSIYOR

Nehirlerdeki su kaybının enerji sektöründeki etkisi yalnızca santrallerin üretim kapasitesiyle sınırlı kalmıyor. Elektrik üretiminin azalması, özellikle sıcak hava dalgalarının talebi yükselttiği dönemlerde arz talep dengesini daha

hassas hâle getiriyor. Avrupa'nın bazı bölgelerinde aynı anda hem soğutma ihtiyacı hem de enerji tüketimi artarken suya bağımlı üretim tesislerinin kapasite kaybetmesi piyasadaki baskıyı büyütüyor. Özellikle Ren ve Tuna'daki düşük seviyeler, nehir kıyısındaki santrallerde elektrik üretimini kısıtlarken enerji fiyatlarını da yukarı yönlü etkiliyor.

Macaristan'daki Paks Nükleer Santrali bu riskin en çarpıcı örneklerinden biri. Ülkenin elektrik ihtiyacının yaklaşık yüzde 40'ını karşılayan santral, Tuna'nın debisinin saniyede 723 metreküpe kadar gerilemesiyle kritik bir eşikle karşı karşıya kaldı. Bazı reaktörlerde üretim azaltılırken hükümet sanayi kuruluşlarından tüketimi düşürmelerini ve vatandaşlardan enerji tasarrufu yapmalarını istedi.

Sorun nükleer enerjiyle de sınırlı değil. Avusturya'da düşük nehir debileri hidroelektrik üretimini azaltırken Sırbistan'da Tuna'daki gerileme hem hidroelektrik üretimini hem de akaryakıt tedarikini tehdit ediyor. Sırbistan'ın ağustos ayında nehir yoluyla getirmeyi planladığı 39 bin ton dizelin yarısından fazlasının sevkiyatı belirsizleşince ülke demiryolunu devreye almak, stratejik yakıt stoklarını kullanmak ve rafineri üretimini artırmak zorunda kaldı.

NEHİR TAŞIMACILIĞINI KURTARMAK NASIL MÜMKÜN?

Avrupa'nın karşı karşıya olduğu sorun, yalnızca kuruyan nehirlerin yeniden kullanılabilir hâle getirilmesiyle çözülebilecek kadar basit değil.

Su seviyelerinin kalıcı biçimde düşme ihtimalinin güçlenmesi, bugüne kadar nehirlerin taşıma kapasitesine göre tasarlanmış lojistik altyapısının yeniden düşünülmesini gerektiriyor. Almanya'da Ren'in kritik kesimlerinde seyir kanalının derinleştirilmesi gündeme gelirken çevre örgütleri, bunun uzun vadede sınırlı fayda sağlayacağını savunuyor. Daha derin kanalların su akışını hızlandırabileceği, yeraltı suyu seviyesini düşürebileceği ve taşkın ovalarının daha hızlı kurumasına neden olabileceği belirtiliyor.

Alternatif yaklaşım ise taşıma sistemini suyun yeni koşullarına uyarlamak. Daha düşük su çekimine sahip gemilerin kullanılması, yüklerin demir yoluna aktarılması ve şirketlerin lojistik ağlarını çeşitlendirmesi bu seçenekler arasında yer alıyor. Düşük su seviyelerine karşı bazı enerji şirketleri yakıt stoklarını önceden artırırken bazı işletmeler ise daha küçük mavnalara geçmeyi veya sevkiyatların bir bölümünü demir yoluna kaydırmayı planlıyor.

Ancak yalnızca taşımacılık sistemini değiştirmek yeterli olmayacak gibi görünüyor. Nehirlerin çevresindeki sulak alanların korunması, bataklıkların yeniden suyla buluşturulması ve doğal taşkın alanlarının güçlendirilmesi, yağışlı dönemlerde daha fazla su tutulmasını sağlayarak kurak dönemlerde nehirleri destekleyebilir. İklim krizi kaynaklı sorunların her geçen gün arttığı düşünüldüğünde Avrupa'nın gelecek yıllar için iklim odaklı kalıcı çözümlere ihtiyacı var.

1.233 kilometrelik güzergâhıyla Kuzey Denizi'ndeki Rotterdam Limanı'nı Almanya'nın Ruhr sanayi bölgesine, İsviçre'ye ve Fransa'ya bağlayan Ren Nehri'nden her yıl yaklaşık 285 milyon ton yük geçiyor.

Türkiye'nin Çiçek Haritası Üretim ve İhracatla Büyüyor

Türkiye, farklı iklim kuşaklarının sunduğu üretim avantajını süs bitkileri sektöründe giderek daha güçlü bir ihracat performansına dönüştürüyor. 2025'te 160 milyon dolara yaklaşan ihracatıyla rekor kıran sektörün hedefinde, küresel pazarda kalıcı bir Türkiye markası oluşturmak var.

Bir çiçeğin değeri yalnızca rengi, kokusu ya da estetik görünümüyle ölçülüyor. Bugün süs bitkileri; tarım, peyzaj, şehircilik, seracılık, lojistik ve dış ticaretin kesiştiği, yüksek katma değer üreten küresel bir sektör hâline gelmiş durumda. Türkiye ise farklı iklim kuşaklarının sağladığı üretim çeşitliliği, Avrupa ile Orta Doğu arasındaki konumu ve geniş bitki varlığı sayesinde bu pazarda her geçen gün daha görünür bir oyuncu olma yolunda ilerliyor.

Ticari kesme çiçek üretiminin 1940'lı yıllarda İstanbul ve çevresinde başlamasıyla temelleri atılan sektör, zaman içinde Yalova'dan İzmir ve Antalya'ya, Sakarya'dan Bursa ve Isparta'ya yayıldı. Bugün yalnızca çiçek değil; fidan, ağaç, çal, iç mekân bitkileri ve soğanlı bitkiler de Türkiye'nin süs bitkileri portföyünde yer alıyor. 2025'te 159,9 milyon dolarla ihracat rekoru kıran sektör, 2026'nın ilk yarısında da yaklaşık 100 milyon dolarlık ihracata ulaştı. Sektörün önündeki asıl hedef ise Türkiye'yi dünya süs bitkileri ticaretinde tanınan, güvenilir ve sürdürülebilir bir marka hâline getirmek.

DÜNYADA ÇİÇEK EKONOMİSİ BÜYÜRKEN TÜRKİYE İÇİN ALAN GENİŞLİYOR

Süs bitkileri küresel ölçekte artı niş bir tarımsal faaliyet olmaktan çıkmış durumda. Sektör; kesme çiçekler, iç ve dış mekân bitkileri, doğal çiçek soğanları ile yosun ve ağaç dalları gibi farklı ürün gruplarını kapsıyor. Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliğinin 2025 Dünya Süs

Bitkileri Sektör Raporu'na göre 2024'te dünya kesme çiçek ve saksılı bitki üretimi 628 bin 800 hektarlık alana yayıldı. Üretimin 472 bin hektarla en büyük bölümü Asya-Pasifik'te gerçekleşirken Hindistan ve Çin, alan bakımından başı çekiyor. Avrupa'da ise İtalya, Hollanda, İngiltere, Almanya ve İspanya öne çıkıyor. Latin Amerika'da Kolombiya ve Ekvador, Afrika'da ise Kenya ve Etiyopya, uygun iklim ve iş gücü maliyetlerinin sağladığı avantajla dünya tedarik zincirinde ağırlıklarını artırıyor.

Üretim coğrafyası kadar ticaretin yönü de dikkat çekiyor. 2024'te dünya süs bitkileri ihracatı yaklaşık 27 milyar dolara ulaştı. Hollanda, Kolombiya, İtalya, Almanya ve Ekvador başlıca ihracatçıları arasında yer alırken ABD, Almanya, Hollanda, İngiltere ve Fransa en büyük ithalat pazarlarını oluşturdu. İthalat pazarlarına

2024'te dünya süs bitkileri ihracatı yaklaşık 27 milyar dolara ulaştı. Hollanda, Kolombiya, İtalya, Almanya ve Ekvador başlıca ihracatçıları arasında yer alırken ABD, Almanya, Hollanda, İngiltere ve Fransa en büyük ithalat pazarlarını oluşturdu.



yakınlığı, Türkiye için önemli bir fırsata işaret ediyor. Avrupa'nın büyük tüketim merkezlerine kısa sürede ulaşabilmek, Türkiye'yi özellikle canlı bitkiler ve kesme çiçeklerde alternatif tedarikçi konumuna taşıyabilir.

TÜRKİYE 6 BİN HEKTARLIK ÜRETİM ALANINA SAHİP

Türkiye'nin süs bitkileri serüveni, ticari anlamda 1940'lı yıllarda İstanbul ve çevresinde başlayan kesme çiçek üretimine dayanıyor. Yalova zamanla bu üretimin önemli merkezlerinden biri hâline gelirken, özellikle 1970'lerden itibaren lojistik imkânların gelişmesiyle sektörün üretim coğrafyası genişledi.

1985'ten itibaren Antalya'dan başlayan kesme çiçek ihracatı ise bölgedeki üretim alanlarının hızla büyümesini sağladı. Böylece sektör, yalnızca iç pazardaki çiçek talebine yanıt veren bir üretim alanı olmaktan çıkarak ihracata dönük bir yapıya kavuştu.

Bugün Türkiye'de süs bitkileri üretimi farklı ürünlerin farklı coğrafyalarda yoğunlaştığı bir yapıya sahip. 2025 verilerine göre 6 bin 527 hektarlık üretim alanının yüzde 72'si dış mekân, yüzde 24'ü kesme çiçek, yüzde 4'ü iç mekân bitkileri ve yüzde 1'i çiçek soğanlarına ayrılıyor. Alan bakımından İzmir ve Sakarya öne çıkarken onları Antalya, Bursa ve Yalova izliyor. Kesme çiçekte Antalya, İzmir ve Isparta; dış ve iç



iç mekân bitkilerinde ise İzmir, Sakarya, Bursa, Adana ve Yalova öne çıkıyor.

BÖLGESEL ÇEŞİTLİLİK İHRACATA ESNEKLİK SUNUYOR

İzmir hem toplam üretim alanı hem de dış mekân bitkileri bakımından sektörün merkezlerinden biri. Sakarya ise özellikle ağaç, çalı ve dış mekân bitkileri üretimindeki geniş kapasitesiyle öne çıkıyor. Bursa ve Yalova da dış ve iç

mekân bitkilerinde güçlü üretim merkezleri arasında bulunuyor. Yalova'nın önemi yalnızca üretim miktarından kaynaklanmıyor; kente yerleşen fidanlıklar, üretici birlikleri ve araştırma altyapısı, burada oluşan bilgi birikimini de sektörün önemli unsurlarından biri hâline getiriyor.

Kesme çiçeğin haritasında ise Antalya belirgin biçimde öne çıkıyor. Seracılık altyapısı, iklim koşulları ve ihracat pazarlarına yönelik üretim deneyimi, Antalya'yı sektörün ihracat merkezlerinden biri hâline getirmiş durumda. İzmir de kesme çiçek üretiminde güçlü bir konuma sahipken Isparta son yıllarda özellikle kesme çiçek alanındaki ağırlığını artırıyor. Türkiye'nin bu bölgesel çeşitliliği, ihracat açısından önemli bir esneklik sağlıyor. Kıyı bölgelerinde sera üretimiyle yılın farklı dönemlerinde kesme çiçek yetiştirilebilirken yüksek rakımlı alanlar üretim sezonunun uzatılmasına katkı sunabiliyor.

2025'TE İHRACAT 160 MİLYON DOLARA YAKLAŞTI

2025 yılında ihracatını yüzde 13,7 artırarak 159,9 milyon dolara yükselten sektör, tarihinin en yüksek yıllık ihracat seviyesine ulaştı. Bu performansta canlı bitkiler belirleyici oldu. Canlı bitki ihracatı yüzde 23 artışla 97,3 milyon dolara çıkarken ağaç, çalı ve dalları ihracatı yüzde 31 artarak 44,9 milyon dolara ulaştı. Kesme çiçek ihracatı ise yüzde 4'lük artışla 51,1 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti.

Pazar tarafında Hollanda 39,97 milyon dolarla ilk sıradaki yerini korudu. Hollanda'yı Azerbaycan, İngiltere, Almanya, Gürcistan, Irak ve Özbekistan izledi. Özellikle Almanya'ya yapılan ihracatın yüzde 47, Özbekistan'a yapılan ihracatın yüzde 95, Rusya'ya yapılan ihracatın yüzde 81 artması dikkat çekti. Canlı bitkilerde Azerbaycan, Gürcistan, Almanya, Irak ve Özbekistan; kesme çiçeklerde ise Hollanda, İngiltere, Polonya, Rusya ve Danimarka öne çıktı.

Avrupa, yüksek satın alma gücü ve büyük tüketim hacmi sebebiyle ülkenin hedef pazarı olmaya devam ederken Azerbaycan, Gürcistan, Orta Asya ve Orta Doğu ülkeleri lojistik yakınlıklarıyla Türkiye için önemli bir büyüme alanı oluşturuyor.

2026'NIN İLK YARISINDA İHRACAT 100 MİLYON DOLARA ULAŞTI

Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği verilerine göre 2026 Ocak-Nisan döneminde ihracat 71,2 milyon dolara ulaştı. Yılın ilk yarısında ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2'lik artış ile yaklaşık 100 milyon dolarlık ihracat gerçekleşti. Sektör temsilcileri, Avrupa'da etkili olan aşırı sıcakların tüketim üzerindeki olumsuz etkisine rağmen yılın ikinci yarısında ihracatın ivme kazanmasını bekliyor.

Türkiye'nin 2026 hedefi, geçen yılki 160 milyon dolarlık seviyenin üzerine çıkmak. Ancak bu büyüme hedefini, yalnızca üretim

Sektör 2026'nın ilk yarısında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2'lik artış ile yaklaşık 100 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi.

miktarını artırarak sağlamak zor görünüyor. Türkiye'nin avantajı, farklı iklim kuşaklarında üretim yapabilmesinin yanı sıra bu çeşitliliği ortak bir kalite anlayışı altında buluşturabilmesinde yatıyor. Hollanda gibi ülkeler yalnızca ürünleriyle değil, mezarları, lojistik ağları, üretim teknolojileri ve marka değeriyle dünya pazarında güçlü bir yer edinmiş durumda. Türkiye'nin de benzer biçimde üretici kapasitesini teknoloji, soğuk zincir, sertifikasyon, ıslah çalışmaları ve uluslararası tanıtım-la desteklemesi gerekiyor.

DÜNYA KESME ÇİÇEK VE SAKSILI BİTKİLER ÜRETİM ALANLARI

Bölge	Alan (hektar)
Avrupa	55.000
Orta Doğu	8.500
Afrika	17.200
Asya/Pasifik	472.000
Kuzey Amerika	27.800
Orta/Güney Amerika	48.300
TOPLAM	628.800

Kaynak: AIPH Statistical Yearbook



6.527
hektar alan

Türkiye'de süs bitkileri
üretimi yapılan alan



160
milyon dolar

2025 yılında Türkiye'nin
gerçekleştirdiği süs
bitkileri ihracatı



80
ülke

Türkiye'den süs bitkileri
ihracatı yapılan ülke
sayısı



%95

Süs bitkileri sektörünün
yaratığı katma değer
oranı



+3.500

Türkiye florasındaki
endemik bitki türü sayısı



Sektörde **80.000** kişiye
doğrudan **500.000** kişiye
dolaylı istihdam sağlanıyor.



Yayla üretimiyle birlikte üretim ve
ihracat sezonu **12 ay** kesintisiz
devam ediyor.

“ÖNCELİĞİMİZ AVRUPA PAZARLARINDAKİ KONUMUMUZU KORUMAK OLMALI”



İbrahim Yılmaz
Orta Anadolu Süs Bitkileri ve
Mamulleri İhracatçıları Birliği
Yönetim Kurulu Başkanı
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

2026 yılının ikinci yarısında yüz-
de 12'lik yıllık büyüme hedefi-
nin yakalanabilmesi için öncelikle
yüksek katma değerli, talebi güçlü
ve iklim değişikliğine karşı daha
dayanıklı ürün gruplarına odakla-
nılması gerekiyor. Canlı bitkiler, dış
mekân süs bitkileri ve kesme çiçek-
ler sektörün büyüme potansiyeli
taşıyan ana grupları olmaya devam
ediyor. Özellikle Avrupa'da son
tüketicinin yanı sıra peyzaj, bahçe
marketleri, yapı ve konut projeleri
gibi profesyonel kullanım alanla-
rına yönelik ürünlerin ihracatının
artırılması da önemli.

Pazar tarafında ise Hollanda,
İngiltere ve Almanya gibi güçlü
olduğumuz Avrupa pazarlarında
payımızı korurken aynı zamanda
daha yüksek büyüme potansiyeli
bulunan Körfez ülkeleri, Orta Asya,
Balkanlar ve Doğu Avrupa ülke-
lerine daha yoğun şekilde yönel-
memiz gerekiyor. Özellikle Birleşik
Arap Emirlikleri, Katar ve Suudi
Arabistan gibi Körfez ülkelerinde
peyzaj yatırımları ve yeni şehir
projeleri önemli fırsatlar sunuyor.

İklim değişikliği artık üretim ve
ihracat kararlarını etkileyen temel
bir faktör hâline geldi. Avrupa'da
yaşanan aşırı sıcaklar, yalnızca
üretimi değil, tüketicinin bahçe ve
balkon bitkilerine olan talebini ve
satın alma zamanını da etkileyebi-
liyor. Bu nedenle Türk süs bitkileri
sektörünün iklim değişikliğine
karşı hem üretimde hem de ihracat
pazarlarında daha esnek bir yapı
oluşturması gerekiyor.

Avrupa bizim için stratejik ve
vazgeçilmez bir pazar olmaya
devam edecek; ancak Avrupa
dışındaki pazarlardaki payımızı da
artırmamız gerekiyor. Farklı iklim
kuşaklarında bulunan pazarla-
ra yönelik ürün çeşitlendirmesi
yaparak mevsimsel talep dalga-

lanmalarının etkisini azaltabiliriz.
Önümüzdeki dönemde sektörün
rekabet gücünü yalnızca üretim
miktarı değil, su ve enerji verimlili-
ği, dayanıklılık, kalite ve sürdürüle-
bilirlik belirleyecek.

Avrupa pazarı, Türkiye'nin
coğrafi yakınlığı, kısa teslimat
süreleri ve güçlü lojistik bağlantıları
nedeniyle sektörümüz açısından
önemini korumaya devam edecek.
Özellikle Hollanda, İngiltere ve Al-
manya bizim için yalnızca ihracat
yapılan ülkeler değil, aynı zamanda
Avrupa'nın büyük dağıtım ve tica-
ret merkezleri olmaları nedeniyle
stratejik öneme sahip pazarlar. Do-
layısıyla mevcut Avrupa pazarları-
mızdaki konumumuzu korumak ve
derinleştirmek önceliklerimizden
biri olmalı.

Önümüzdeki dönemde pazar
çeşitlendirmesine daha fazla ağırlık
vermemiz gerekiyor. Özellikle
Körfez ülkeleri Türkiye açısından
önemli bir potansiyel taşıyor. Birle-
şik Arap Emirlikleri, Katar ve Suudi
Arabistan, büyük ölçekli peyzaj,
turizm, konut ve şehirleşme yatı-
rımları nedeniyle değerlendirilmeli.
Azerbaycan, Özbekistan, Kazakis-
tan, Gürcistan ve diğer Orta Asya
ülkeleri de Türkiye'nin lojistik ve
kültürel yakınlığı sayesinde uzun
vadeli büyüme fırsatları sunuyor.

Bununla birlikte İskandinav
ülkeleri, Polonya, Romanya ve Bal-
kan ülkeleri de Avrupa'ya yakınlık,
gelişen perakende pazarı ve artan
peyzaj yatırımları açısından takip
edilmesi gereken pazarlar arasında.
Bunun için yalnızca fuarlara katıl-
mak yeterli değil; hedef pazarlarda
alıcı araştırmaları, ticaret heyetleri,
B2B görüşmeleri, yerel distribü-
törlerle iş birlikleri ve ülkeye özel
tanıtım çalışmalarını birlikte yürüt-
meyi hedefliyoruz.

Önümüzdeki
dönemde sektörün
rekabet gücünü
yalnızca üretim
miktarı değil, su ve
enerji verimliliği,
dayanıklılık, kalite
ve sürdürülebilirlik
belirleyecek.

“Türkiye’yi Eğitim ve Kariyer Ülkesi Olarak Konumlandırmalıyız”

Türkiye’nin eğitim hizmetleri ihracatı 2012’den bu yana 15 kat büyüyerek 2,9 milyar dolara yaklaşırken uluslararası öğrenci sayısı 350 bin seviyesine ulaştı. 180 ülkeden öğrenci ağırlayan Türkiye, 2030’da 1 milyon uluslararası öğrenciye ulaşarak eğitimde küresel bir merkez olmayı hedefliyor.



HİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı, HİB Eğitim Hizmetleri Komite Başkanı ve TİM Yönetim Kurulu Üyesi Orhan Gazi Yiğitbaşı: “Eğitimdeki güçlü temeli, gerekli yapısal iyileştirmelerle desteklediğimiz takdirde Türkiye’nin, dünyanın önde gelen eğitim hizmetleri ihracatçıları arasında çok daha üst sıralarda yer alacağına inanıyoruz.”



Eğitim hizmetleri ihracatındaki yükselişi nitelik, dijitalleşme ve istihdam olanaklarıyla daha ileri taşımayı hedeflediklerini söyleyen Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Başkan Yardımcısı ve Eğitim Hizmetleri Komite Başkanı Orhan Gazi Yiğitbaşı ile Türkiye’nin küresel eğitim pazarındaki konumunu ve önümüzdeki dönemin önceliklerini konuştuk.

Türkiye’nin eğitim hizmetleri ihracatı 2012’ye göre 15 kat arttı. Bu büyümeyi hangi temel dinamikler üzerinden okumak gerekir?

Bu güçlü büyümenin arkasında, kamu ve özel sektörün eş güdümlü yürüttüğü çok boyutlu bir strateji yatıyor. Türkiye’nin eğitim hizmetleri ihracatındaki yüksek potansiyelinin fark edildiği; başta Yükseköğretim Kurulu (YÖK) ve Ticaret Bakanlığı olmak üzere ilgili tüm kamu kurumlarının yaptığı mevzuat düzenlemeleriyle sektörün önünün açıldığını görüyoruz. Üniversitelerimiz de bu elverişli zemini son derece verimli değerlendiriyor. Özellikle vakıf üniversitelerimiz, küresel pazarlardaki tanıtım ve pazarlama kapasitelerini artırarak sektörün âdeta gelir motoru hâline geldi.

Süreci destekleyen en kritik unsurlar arasında ülkemizin Bologna Süreci ve Avrupa Yükseköğretim Alanı ile tam uyumlu akademik altyapısı, Türk Hava Yollarının sunduğu rakipsiz küresel erişim kolaylığı ve Ticaret Bakanlığının sağladığı can suyu niteliğindeki ihracat destekleri yer alıyor. Sektördeki paydaşların sinerjisi sayesinde son üç yılda eğitim hizmetleri ihracatımızda yüzde 62’lik bir artış yakalandı ve ülkemizdeki uluslararası öğrenci sayısı 2025 yılı itibarıyla 350 bin seviyesine ulaştı.

Türkiye 180 farklı ülkeden öğrenci çekiyor. Uluslararası eğitim pazarındaki konumumuzu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye, uluslararası öğrenci sayısını son 10 yılda altı kat artırarak küresel raporlarda da tescillendiği üzere dünyada en çok uluslararası öğrenciye ev sahipliği yapan ilk 10 ülke arasındaki konumunu pekiştirdi. Bu seviyeyi son derece kıymetli bir eşik ve güçlü bir başlangıç olarak görüyoruz; ancak ülkemizin taşıdığı potansiyelin çok daha yüksek olduğunun da bilincindeyiz. Amacımız, bu ev sahipliğini çok boyutlu bir ekosistem olarak geliştirmek ve 2030 yılında kaliteden asla ödün vermeden 1 milyon öğrenci hedefine ulaşmak.

Türkiye’nin ulaştığı coğrafyalara sömürü değil, yalnızca hizmet ve değer götüren alını ak tarihi, dünyanın dört bir yanındaki coğrafyalara kucak açan hakkaniyet eksensli insani yaklaşımı ve Bologna Süreci ile tescillenmiş kaliteli yükseköğretime geniş erişim olanakları, bizlere son derece sağlam ve zengin bir zemin sunuyor. Bu güçlü temeli gerekli yapısal iyileştirmelerle desteklediğimiz takdirde Türkiye’nin dünyanın önde gelen eğitim hizmetleri ihracatçıları arasında çok daha üst sıralarda yer alacağına inanıyoruz.

Eğitim hizmetleri ihracatının ülkemize kazandırdığı yüksek net katma değer ve cari fazla oranları göz önünde bulundurularak destek limitlerinin daha da artırılması gerekiyor.



Türkiye, uluslararası öğrenci hareketliliğinde son 10 yılda yakaladığı büyümeyle dünyanın en fazla uluslararası öğrenciye ev sahipliği yapan ilk 10 ülkesi arasındaki konumunu güçlendiriyor.

“Uluslararası Akreditasyonlarımızın Sayısını Artırmalıyız”

Türkiye’yi sadece bir eğitim destinasyonu değil, aynı zamanda bir “eğitim ve kariyer” ülkesi olarak konumlandırmalıyız. Bu doğrultuda akademik programlarımızı geleceğin ihtiyaç duyacağı mesleklere göre sürekli güncellemeli; öğrencilerimizin eğitim döneminde yarı zamanlı çalışma, mezuniyet sonrasında ise iş arama ve istihdama katılım imkânlarını kolaylaştıracak yasal düzenlemeleri hızla hayata geçirmeliyiz.

Diğer taraftan, yabancı dilde eğitim sunan programlarımızın ve uluslararası akreditasyonlarımızın sayısını kararlılıkla artırmaya devam etmeliyiz. Ayrıca “öğrenci dostu pilot şehirler” projemiz ile bahar döneminde de öğrenci kabul edilmesine yönelik vizyoner önerilerimiz, bizi küresel rekabette daha avantajlı ve öne çıkan bir konuma taşıyacaktır.

Nitelikli uluslararası öğrencilerin eğitim sonrasında Türkiye ile bağlarını korumak için neler yapılmalı?

Bu doğrultuda en öncelikli adımımız, YÖKSİS altyapısıyla entegre, dinamik ve ulusal düzeyde bütünlüklü bir “Mezun Takip Sistemi” kurmak olmalıdır. İkinci aşamada ise hem Türkçeye hem de kendi yerel kültürlerine hâkim başarılı mezunlarımızı Türk ihracatçı firmalarıyla bir araya getirecek “Türkiye İhracat Gönüllüleri” benzeri köprü projeleri kurumsallaştırmalıyız.

Mezunlarımızın kendi ülkelerinde veya uluslararası kuruluşlarda üstlenecekleri roller, Türkiye’nin bilim diplomasisini ve küresel yumuşak gücünü yapısal olarak pekiştirebilir. Dolayısıyla onları yalnızca geçmişte ülkemizde eğitim görmüş “eski öğrencilerimiz” olarak değil, küresel pazarlardaki fahri marka ve ticaret elçilerimiz olarak konumlandıran uzun vadeli bir beşerî sermaye stratejisi izlemeliyiz. Bu bütüncül süreci hayata geçirirken de uluslararası öğrenci sivil toplum kuruluşları ile Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar

Başkanlığı gibi ilgili tüm kamu kurumlarıyla yakın bir eş güdüm ve iş birliği içinde hareket etmeliyiz.

Türkiye’nin fiziksel öğrenci hareketliliğinin yanı sıra dijital eğitim hizmetlerinde de küresel bir ihracatçı hâline gelmesi için çalışmalar var mı?

Öncelikle sunduğumuz eğitim programlarının bu yeni nesil teknolojik gelişmelere hızla adapte olması kritik önem taşıyor. Nitekim Yükseköğretim Kurulu da yeni açılan yapay zekâ odaklı programlarla bu dönüşümü stratejik düzeyde destekliyor. İkinci olarak, İngiltere gibi eğitim hizmetleri ihracatında öncü ülkelerin başarıyla uyguladığı çevrim içi, hibrit ve sınır ötesi eğitim modellerini bizim de hızla ölçeklendirmemiz gerekiyor.

Bu gelişim sürecinde eğitim sektörü ile yazılım ve bilişim teknolojileri sektörlerinin kuracağı iş birlikleri kilit bir rol üstleniyor. Hizmet İhracatçıları Birliği olarak gelecek dönem hedeflerimiz arasında, yerli EdTech şirketlerimizin küreselleşmesini ve uluslararası çevrim içi sertifika modellerini barındıran “Türkiye Eğitim Teknolojileri İhracat Programı” yer alıyor. Bu stratejik hedefe ulaşabilmek adına eğitimde ulusal bir dijitalleşme yol haritası hazırlamalı ve üniversite-lerimizin uzaktan eğitim altyapılarını güçlendirecek özel teşvik mekanizmalarını devreye almalıyız.

Ayrıca küresel pazarın yoğun talep gösterdiği ortak ve çift diploma modelleri ile mikro yeterlilik programlarının tasarlanmasını teşvik etmeli ve müfredatlarımızı bu esnek yapılara tam uyumlu hâle getirmeliyiz.

Ticaret Bakanlığının eğitim hizmetleri sektörüne yönelik destekleri 2024’te bir önceki yıla göre yaklaşık iki kat artarak 162,6 milyon liraya ulaştı. Sektör, mevcut desteklerin en fazla hangi alanlarda etkisini görüyor?

Diğer hizmet sektörlerimizde olduğu gibi eğitim sektöründe de devlet desteklerinden en yoğun şekilde yararlanan alanların başında reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri geliyor. Özellikle 27 Şubat 2026 tarihli ve 10962 sayılı Karar ile desteklerin kapsamının genişletilmesi ve limitlerin güncellenmesi, sektörümüze çok güçlü bir güven ve motivasyon sağladı.

Bununla birlikte küresel rekabette elimizi daha da güçlendirecek bazı yeni düzenleme ve iyileştirmelere ihtiyaç duyuyoruz. Bunların başında, eğitim hizmetleri ihracatının ülkemize kazandırdığı yüksek net katma değer ve cari fazla oranları göz önünde bulundurularak destek limitlerinin daha da artırılması geliyor. Ayrıca ekosistemin en kritik aktörleri arasında yer alan eğitim danışmanlığı acentelerinin belirli bir regülasyon, eğitim ve ulusal akreditasyon çerçevesinde sisteme entegre edilerek teşvik mekanizmalarına dâhil edilmesi, sektöre çok yönlü ve pozitif bir katkı sağlayacaktır.

Son olarak eğitim kurumlarımızın finansmana erişimini kolaylaştıracak reeskont kredisi koşullarının iyileştirilmesi, küresel pazarlardaki finansal esnekliğimizi ve hareket kabiliyetimizi önemli ölçüde artıracaktır.

Eğitim hizmetleri ihracatını uzun vadeli bir ekonomik ve diplomatik güç unsuruna dönüştürmek için nasıl bir yol haritası izlenmeli?

Eğitim hizmetleri ihracatı, doğası gereği çok paydaşlı ve makro düzeyde koordinasyon gerektiren son derece stratejik bir yapı taşıyor. Bu doğrultuda Ticaret, Dışişleri, İçişleri, Millî Eğitim, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlıklarımız ile YÖK gibi kritik kurumlarımızın ortak bir stratejik akılla ve tam bir eş güdümlü hareket etmesi, önümüzdeki dönemin en öncelikli adımlarından birini oluşturuyor.

Bu kurumsal iş birliği sayesinde

uluslararası öğrencilerin kabul, vize, ikamet, denklik ve istihdam süreçlerini kapsayan uçtan uca tüm yaşam döngüsü, veri ve kalite odaklı olarak iyileştirilmeli; böylece sektörümüz sürdürülebilir bir gelişim zeminine kavuşmalıdır. Eş zamanlı olarak Maarif Vakfı, Yunus Emre Enstitüsü ve Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı gibi kamu diplomasisi kurumlarımızla olan entegrasyonun derinleştirilmesi, bu bütünsel yönetim anlayışının en değerli ayaklarından birini oluşturuyor. Bu vizyoner ekosistem tasarımı, yükseköğretimimizi yalnızca bir döviz girdisi olmaktan çıkarak ülkemizin küresel ölçekteki en prestijli yumuşak güç ve bilim diplomasisi enstrümanlarından biri hâline getirebilir.

Türkiye’nin eğitim hizmetleri ihracatının önündeki en önemli üç yapısal sorun sizce nedir? Komite olarak tespit ettiğimiz en kritik üç yapısal iyileştirme alanı ve bunlara yönelik öncelikli adımlarımızı şöyle sıralıyoruz:

Bürokratik Sürtünme ve Algı Yönetimi: Hedef pazarlardaki vize gecikmeleri veya retleri, ikamet izni süreçlerindeki operasyonel yavaşlıklar, denklik aşamasındaki bürokratik engeller ve istihdam kısıtlarının yanı sıra medyada yer alan genelleyici olumsuz söylemler öğrenci memnuniyetini zedeliyor. Bu durumun çözümü için tüm bakanlıklarımızın eş zamanlı çalışacağı entegre bir dijital veri altyapısının kurulması, uluslararası öğrencilerin ülkemize sunduğu akademik, sosyokültürel ve ekonomik katkıları kamuoyuna anlatan proaktif bir ulusal iletişim kampanyasının başlatılması ve “Study in Türkiye” markasının çok daha etkin bir şekilde yönetilmesi gerekiyor.

Fiyatlama ve Sürdürülebilirlik:

Devlet üniversitelerindeki çok düşük harç politikaları, küresel yükseköğretim pazarında Türkiye için “ucuz eğitim veren ülke” imajı oluşturarak marka değerimizi aşındırıyor. Bu durumun önüne geçmek için hem devlet hem de vakıf üniversitelerini kapsayacak, program bazlı asgari bir “taban fiyat” uygulamasının yürürlüğe girmesi gerekiyor. Nitekim eğitim ihracatında küresel ölçekte örnek gösterilen lider ülkeler de “yüksek fiyat, nitelikli ve esnek burs/indirim” stratejisini başarıyla uyguluyor.

Kontenjan ve Takvim Öngörülebilirliği: Uluslararası öğrenci kontenjanlarının çok geç ve üniversitelerin fiziksel kapasitelerinden ziyade yerel iş gücü ihtiyaçlarına göre açıklanması, kurumlarımızın küresel akademik takvimle rekabet etmesini son derece zorlaştırıyor. Çözüm önerimiz, kontenjan planlamalarının yerel pazar ihtiyaçlarından ziyade üniversitemizin uluslararası akademik ve fiziksel altyapı kapasitelerine göre belirlenmesi ve her yıl en geç şubat-mart döneminde ilan edilerek sürecin öngörülebilir hâle getirilmesidir.

Eğitim kurumlarımızın finansmana erişimini kolaylaştıracak reeskont kredisi koşullarının iyileştirilmesi, küresel pazarlardaki finansal esnekliğimizi ve hareket kabiliyetimizi önemli ölçüde artıracaktır.

Peru

And Dağları'nın Arasında Büyüyen Ekonomi

Bakırdan altına, tarım ürünlerinden yenilenebilir enerjiye uzanan geniş potansiyeliyle Latin Amerika'nın değerli toprakları arasında yer alan Peru, bir yandan sahip olduğu doğal kaynak zenginliğini küresel pazarlara taşıırken, diğer yandan bu kaynakları koruyarak sürdürülebilir bir büyüme modeli oluşturmanın yollarını arıyor.

Güney Amerika'nın batısında, Pasifik Okyanusu ile And Dağları arasında uzanan Peru, bugün sahip olduğu ekonomik ve stratejik ağırlığın temellerini binlerce yıllık tarihinin topraklarında sürmeye devam eden izlerinden alıyor. Bir zamanlar İnka İmparatorluğu'nun merkezini oluşturan ülke, And uygarlıklarının mirasını, sömürge döneminden kalan şehir dokusunu ve modern ekonominin dinamiklerini bugün aynı coğrafyada buluşturuyor.

Machu Picchu'nun da içinde bulunduğu And Dağları, Peru'nun yalnızca kültürel mirasının değil, ülkenin toplumsal ve ekonomik yapısının da şekillenmesinde önemli rol oynuyor. Doğuya doğru uzanan Amazon havzası dünyanın en zengin biyolojik çeşitlilik alanlarından birini ülke sınırları içine taşıyor. Pasifik kıyısındaki limanları ülkeyi Asya-Pasifik ticaretine bağlarken Andlar'ın zengin maden yatakları ise Peru'yu dünyanın önemli bakır, altın ve diğer metal üreticilerinden biri hâline getiriyor.

Pasifik kıyısındaki konumu, zengin maden rezervleri, Amazon havzasına uzanan doğal varlıkları ve tarım ihracatındaki yükselişle Latin Amerika ekonomisinde kendine özgü bir konuma sahip olan Peru, son yıllarda doğal kaynak zenginliğini daha yüksek katma değerli ve sürdürülebilir bir büyüme modeline dönüştürmek için büyük bir çaba gösteriyor.

EKONOMİSİNİN YÜZDE 2,9 BÜYÜMESİ BEKLENİYOR

Peru ekonomisi, temeli doğrudan doğal kaynaklara bağlı şekilde



Cusco Katedrali

işliyor. 2024 yılında 289 milyar dolarlık GSYİH'ye ulaşan ülkenin ekonomisinde hizmetler yüzde 50,8 ile en büyük payı alırken, madencilik ve tarım dış ticaret gelirlerinin oluşmasında belirleyici sektörler olarak öne çıktı.

Tarım ihracatının ise son yıllarda ülke ekonomisindeki ağırlığını giderek artırdığı görülüyor. 2025'te geleneksel olmayan ürünlerin ihracat hacmi yüzde 11 artarken yaban mersini, üzüm, avokado ve ham kakao başta olmak üzere tarımsal ürünlerde yükseliş kaydetmesi ülkenin; Latin Amerika'nın önemli tarım ve gıda tedarikçilerinden biri olarak konumunu güçlendirdiğini gösteriyor. Ancak tarımda yaşanan çeşitlenmenin önünde, iklim değişikliği, su kaynaklarının bölgesel dağılımı ve tarımsal üretimde verimlilik gibi sorunlar yatıyor.

OECD ise Peru'nun makroekonomik dayanıklılığının güçlü olduğunu, ancak büyüme potansiyelinin artırılması için kayıt dışılığın azaltılması, eğitim kalitesinin yükseltilmesi, verimliliğin artırılması ve yatırım orta-



%2,82

Reel GSYİH Büyüme Oranı

380,9

milyar dolar
GSYİH

10.960

dolar

Kişi başı GSYİH
(IMF, 2026 Tahmini)

2025 itibarıyla rüzgâr ve güneş enerjisindeki toplam kurulu gücü yaklaşık 1.100 megavat seviyesine ulaşan Peru'nun, özellikle güney bölgelerindeki yüksek güneşlenme potansiyeli yenilenebilir enerji adına olumlu bir gelecek vad ediyor.



Vinicunca, Gökkuşağı Dağı



1.285.216

kilometrekare
Yüz Ölçümü

34,7
milyon
Nüfus

mının güçlendirilmesi gerektiğini belirtiyor. Özellikle de 2025'teki yüzde 3,4'lük büyümenin ardından öngörülen daha ılımlı bir performans ile 2026 yılında ülke ekonomisinin yüzde 2,9 büyümesi bekleniyor.

İHRACATTA MADENLER AĞIR BASIYOR

Peru'nun dış ticaret performansının merkezinde uzun süredir madencilik hâkim durumda. 2024 yılında ihracatı 74,6 milyar dolar, ithalatı ise 51,3 milyar dolar seviyesinde gerçekleşen ülkenin, 2025'te ise toplam ihracat hacmi bir önceki yıla göre yüzde 11,2 arttı. Geleneksel ihracat ürünlerinin hacmi yüzde 11,2, geleneksel olmayan ürünlerin hacmi ise yüzde 11 yükseldi. Geleneksel

ürünlerin yüzde 87,4'lük bölümünü madencilik ürünlerinin oluşturması ise bakır, altın, çinko ve kurşunun Peru'nun dış ticaretindeki belirleyici rolünü ortaya koymuş oldu.

Bakır, altın, gümüş, kalay, çinko, lityum ve diğer madenler açısından zengin bir ülke olan Peru'da, toplam ihracatın yaklaşık yüzde 65'i madencilik ürünlerinden oluşuyor. 2025'in ilk beş ayında bakır ve altının toplam ihracat değerindeki payı yüzde 54,2'ye ulaşırken, çinko ve kurşun da önemli ihracat kalemleri olarak öne çıktı. Özellikle enerji dönüşümünde elektrikli araçlar, şebeke yatırımları ve yenilenebilir enerji altyapısının bakıra yönelik talebi artırması, Peru açısından önemli bir fırsat yaratıyor. Hâlihazırda ülke dünyanın üçüncü büyük

bakır üreticisi konumunda.

ENERJİDE DÜNYA ÖLÇEĞİNE GÖRE YÜKSEK POTANSİYELE SAHİP

OECD verilerine göre Peru'nun güneş enerjisi potansiyeli dünya ölçeğinde oldukça yüksek seviyede seyrediyor. Buna rağmen rüzgâr ve güneş enerjisinin mevcut kurulu kapasitesi potansiyelin gerisinde kalmış durumda. 2025 itibarıyla rüzgâr ve güneş enerjisindeki toplam kurulu gücü yaklaşık 1.100 megavat seviyesine ulaşan ülkenin, özellikle güney bölgelerindeki yüksek güneşlenme potansiyeli, yenilenebilir enerji adına olumlu bir gelecek vad ediyor.

Aralık 2024'te yapılan Enerji Kanunu reformuyla güneş ve



Madencilikte Yeni İş Birliği Fırsatları Doğabilir

Türkiye ve Peru arasındaki ilişkilerde madencilik de giderek stratejik bir boyut kazanıyor. Mayıs 2026'da Peru Çevre Bakanı Nelly Paredes del Castillo ile Türkiye Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Alparslan Bayraktar arasında madencilik ve kritik mineraller alanında iş birliği fırsatları ele alındı ve iki ülke arasında bir mutabakat zaptı taslağı üzerinde çalışılması konusunda mutabakata varıldı. Peru'nun bakır başta olmak üzere kritik minerallerdeki gücü ile Türkiye'nin madencilik teknolojisi ve tecrübesinin bir araya gelmesi ticari ilişkinin yalnızca ürün alışverişinden teknoloji ve bilgi paylaşımına doğru genişleyebileceğini gösteriyor.

rüzgâr projelerinin uzun vadeli elektrik alım anlaşmalarına erişimi kolaylaştırılarak yenilenebilir kaynakların önündeki önemli bir düzenleyici engel kaldırıldı. Enerji ve Maden Bakanlığı tarafından planlanan 13 büyük ölçekli güneş projesinin toplam kapasitesinin 2.300 megavata ulaşması ise Peru'nun yenilenebilir enerjideki büyüme potansiyelini gösteriyor.

Peru Enerji ve Maden Bakanlığına göre 2025'in ekim ayında güneş, rüzgâr, biyokütle ve biyogazdan oluşan yenilenebilir kaynakların elektrik üretimi 729 gigavat saate ulaşarak toplam üretimin yüzde 13'ünü oluşturdu. Ancak OECD, mevcut hızın 2030 hedefleri ve 2050 net sıfır hedefi için yeterli olmadığına dikkat çekiyor.

BİYOLOJİK ZENGİNLİK ORMANSIZLAŞMAYLA MÜCADELE İÇİNDE

Peru, Brezilya'nın ardından dünyada en geniş Amazon

ormanı alanına sahip ikinci ülke konumunda. Amazon yağmur ormanları ülke topraklarının yaklaşık yüzde 53'ünü kaplıyor. Bu ormanların yalnızca biyolojik çeşitlilik açısından değil, karbonun tutulması, su döngüsünün korunması ve milyonlarca insanın geçim kaynaklarının sürdürülmesi açısından da kritik önemi bulunuyor. Ancak bu doğal zenginlik giderek artan bir ormansızlaşma baskısıyla karşı karşıya. OECD'nin 2025 tarihli çalışmasında, 1985-2024 döneminde Peru'nun toplam 3,6 milyon hektar orman kaybettiği ve kaybın büyük bölümünün ise Amazon bölgesinde gerçekleştiği kaydedildi.

Son yıllarda kaybedilen orman alanlarının yaklaşık yüzde 80'i tarımsal faaliyetlere dönüştürülürken özellikle küçük ölçekli, karma tarım ve hayvancılık faaliyetleri belirleyici oluyor. Tarım alanlarının genişlemesinin yanı sıra kayıt dışı kerestecilik ve kayıt

Peru, Brezilya'nın ardından dünyada en geniş Amazon ormanı alanına sahip ikinci ülke konumunda ancak bu doğal zenginlik giderek artan bir ormansızlaşma baskısıyla karşı karşıya. 1985-2024 döneminde Peru'nun toplam 3,6 milyon hektar orman kaybettiği, kaybın büyük bölümünün ise Amazon bölgesinde gerçekleştiği kaydedildi.



Lima Katedrali



90

milyar dolar

Peru'nun 2025 yılında gerçekleştirdiği ihracat

60,7

milyar dolar

Peru'nun 2025 yılında gerçekleştirdiği ithalat

dışı madencilik üretimi de orman kaybını hızlandırıyor. OECD'ye göre Amazon'daki ormansızlaşma, Peru'nun sera gazı emisyonlarının yaklaşık yarısına katkıda bulunuyor. Bu nedenle Amazon'daki orman kaybının durdurulması, Peru'nun 2050 net sıfır hedeflerine ulaşabilmesi için en önemli adımlardan biri olarak değerlendiriliyor.

TÜRKİYE İLE TİCARETTE MADENCİLİK VE SANAYİ ÖNE ÇIKIYOR

Türkiye ile Peru arasındaki ticaret henüz iki ülkenin potansiyelini tam olarak yansıtmayan bir seviyede olsa da ilişkilerde yeni

fırsat alanları oluşmaya başlamış durumda. 2024 yılında iki ülke arasındaki ticaret hacmi yaklaşık 574,8 milyon dolar olarak gerçekleşti. Türkiye'nin Peru'ya ihracatı 272,2 milyon dolar olurken Peru'dan ithalatı ise 302,6 milyon dolar oldu.

Türkiye'nin Peru'ya ihracatında demir-çelik ürünleri, plastikler, makineler, kimyasallar, motorlu taşıt parçaları, kauçuk ürünleri ve beyaz eşya öne çıkıyor. 2024 verilerinde Türkiye'nin Peru'ya yönelik önemli ürünleri arasında demir veya alaşımsız çelik ürünleri, karboksimetilselüloz, motorlu taşıt süspansiyon parçaları ve çeşitli metal ürünleri bulunuyor. Peru'dan Türkiye'nin ithalatında ise işlenmemiş altın ilk sırada yer alırken kalay, çinko, gümüş, kahve, kavun çekirdekleri ve yaban mersini gibi ürünler de öne çıkıyor.

Türkiye ve Peru arasındaki ticaretin genişlemesi açısından Serbest Ticaret Anlaşması görüşmeleri önem taşıyor. Peru'nun ortalama Most Favoured Nation (MFN) gümrük vergisinin yüzde 2,1 seviyesinde bulunması ve tarifelerin yaklaşık yüzde 70'inin sıfır vergili olması pazara giriş açısından avantaj sağlayan gelişmeler arasında yer alıyor. Türkiye açısından demirli metaller, motorlu taşıtlar ve parçaları ile metal ürünleri Peru'da yüksek ihracat potansiyeli taşıyan sektörler arasında gösteriliyor. Peru'nun alt yapı yatırımlarını artırma hedefi ise Türk müteahhitlik şirketleri ve yapı malzemeleri üreticileri için yeni bir alan açıyor.

Yaşam için teknoloji



BOSCH



Bosch Home Comfort'tan Compress 2000 AWF ısı pompası

Tek bir dış ünite ile küçük alanlarda yüksek performans

Üstün Bosch teknolojisinin **hepsi bir arada monoblok ısı pompası Bosch Compress 2000 AWF**, 8-16 kW ve 22-30 kW arasında değişen esnek güç aralıkları, 54 dB'ye kadar düşük ayarlanabilir ses gücü seviyeleri ve verimli çalışma prensibi sayesinde güvenilir ısıtma, soğutma ve sıcak su üretimi sunar. **A+++'ya kadar verimlilik** derecesine sahip Compress 2000 AWF, fotovoltaiik ve hibrit sistemlerle uyumlu çalışır. Kompakt tasarımıyla dar alanlarda iç ünite olmadan hem yerden hem bütçeden tasarruf sağlar.

Kompakt ve Verimli Isıtma Sever, Bosch Compress 2000 AWF Isı Pompası Seçer.



Ürünümüzü daha yakından tanımak ve hemen teklif almak için QR kodu okutun.



Zeytin Anadolu'da Köklenen Kadim Miras

Binlerce yıldır Akdeniz uygarlıklarının sofrasında, kültüründe ve ekonomisinde yer alan zeytin, kadim bir kültürel miras olmanın ötesinde bugün milyarlarca dolarlık küresel bir ticaretin parçası konumunda. Türkiye ise bu güçlü mirası sürdürülebilir üretim, yüksek kalite ve markalaşmayla dünya pazarlarında kalıcı bir avantaja dönüştürmeyi hedefliyor.

Zeytin, insanlık tarihinin en eski tarım ürünlerinden biri olmanın ötesinde, Akdeniz uygarlıklarının ekonomik, kültürel ve sosyal hayatına yön veren önemli unsurlardan biri oldu. Antik Çağ'dan beri yaşamın içinde etkin bir rol üstlenen ve çeşitli alanlarda kullanılan zeytin, zaman içinde sofralık ürün, zeytinyağı, sabun, kozmetik ve çeşitli gıda ürünlerinin üretiminde kullanılmaya başlanarak kullanım alanını genişletti. Bugün ise yalnızca Akdeniz mutfağının değil, küresel gıda ticaretinin de önemli ürünlerinden biri hâline gelmiş durumda.

Anadolu, sahip olduğu zeytinlikleri, çeşit zenginliği ve üretim kültürüyle bu kadim ürünün dünyadaki önemli merkezlerinden biri. Anadolu'nun Akdeniz, Ege ve Marmara kıyıları, zeytinin doğal yayılış alanlarının başında gelirken bölgedeki uygarlıkların, ticaret ve tarım sistemlerinde zeytin ve zeytinyağının önemli bir yer tuttuğu görülüyor. Uluslararası Zeytin Konseyi de kültüre alınmış zeytinin yaklaşık 6 bin yıl önce Doğu Akdeniz'de ortaya çıktığına ve zeytin yetiştiriciliğinin zamanla Akdeniz havzasına yayıldığına dikkat çekiyor.

Bu miras bugün Türkiye'nin sahip olduğu üretim altyapısında da karşılık buluyor ve dünyadaki en büyük rakiplerinden ayrılmasını sağlıyor. Yunanistan'ın 120 milyon, İtalya'nın 150 milyon, İspanya'nın ise 300 milyon zeytin ağacına sahip olduğu güncel tabloda Türkiye, 200 milyon zeytin ağacıyla ikinci sırada konumlanıyor. Özellikle son 20 yılda, zeytin ağacı varlığını 90 milyondan 200 milyon seviyesine çıkarması sek-

törün üretim kapasitesinin önemli ölçüde büyümesini sağladı. Türkiye bu sayede geleneksel üretici kimliğini korurken aynı zamanda küresel pazarda daha büyük bir tedarikçi olma hedefine bir adım daha yaklaşmış oldu.

TÜRKİYE'NİN ÖNÜNDE YENİ BİR EŞİK VAR

Türkiye'nin zeytin ve zeytinyağı sektörünün ihracatı 2025 yılında bir önceki yıla göre yüzde 39 gerileyerek 496 milyon dolarda kaldı. Zeytinyağında 2024/25 sezonunda Türkiye, 50 bin 710 ton ihracat karşılığında yaklaşık 252 milyon dolar gelir elde etti. Bir önceki sezonda 70 bin 626 ton olan ihracat miktarı yüzde 28, değer ise 505 milyon dolardan yüzde 50 düşüşle 252 milyon dolara geriledi.

Zeytinyağının ortalama ihrac fiyatı da kilogram başına 7,16 dolardan 4,97 dolara indi. Buna rağmen Türkiye, sezon boyunca 139 ülke ve bir serbest bölgeye zeytinyağı ihraç ederek geniş bir pazar ağına ulaştı. ABD, Japonya, Kanada, Suudi Arabistan ve İspanya başlıca pazarlar arasında yer aldı.

TÜİK'in 2026 yılı tahminine göre zeytin üretiminin 2025'teki 2 milyon 450 bin tondan yüzde 55,7 artışla 3 milyon 814 bin tona ulaşması bekleniyor. Bu tahminin gerçekleşmesi hâlinde Türkiye, 2024'teki 3 milyon 750 bin tonluk üretim rekorunu da aşmış olacak. Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği, yüksek rekoltenin katma değere dönüştürülmesi hâlinde sektör ihracatının yeniden 1 milyar dolar ve üzerine çıkabileceğini belirtiyor.

40
bin ton

2026 Ocak-Nisan dönemi zeytin ve zeytinyağı sektörünün toplam ihracat miktarı

126
milyon dolar

2026 Ocak-Nisan dönemi zeytin ve zeytinyağı sektörünün toplam ihracat değeri





TÜRKİYE ZEYTİN ÜRETİMİ (BİN TON)

Yıl	Üretim
2022	2.976
2023	1.520
2024	3.750
2025	2.450
2026*	3.814

Kaynak: TÜİK

*Tahmini

SOFRALIK ZEYTİNDE GÜÇLÜ KONUM

Türkiye'nin küresel zeytin ticaretindeki konumu, özellikle sofralık zeytinde dikkat çekiyor. Tarım ve Orman Bakanlığının 2024 tarihli sektör raporunda yer alan Uluslararası Zeytin Konseyi verilerine göre Türkiye, 2023/24 sezonunda yaklaşık 100 bin ton sofralık zeytin ihracatıyla dünyada üçüncü sırada yer aldı. Dünya sofralık zeytin ihracatında Türkiye'nin payı ise aynı dönemde yüzde 13,9 oldu.

Sofralık zeytin ihracatındaki yükseliş 2025 yılında da sürdü. EİB verilerine göre 2024/25 sezonunda Türkiye'nin sofralık zeytin ihracatı miktar bazında yüzde 29 artarak 100 bin 748 tona, değer bazında ise yüzde 21 artışla yak-

laşık 255 milyon dolara yükseldi. Böylece sofralık zeytin ihracatı rekor seviyeye ulaştı. Siyah zeytin ihracatı 77 bin 343 ton ve 193,7 milyon dolar olurken, yeşil zeytin ihracatı 23 bin 405 ton ve 61,3 milyon dolar olarak gerçekleşti. Sofralık zeytinin ihracat pazarlarında ise Almanya, Irak, Romanya, ABD ve Bulgaristan öne çıktı.

ABD TARİFESİ ZEYTİNYAĞI İHRACATININ DİNAMİKLERİNİ ETKİLEDİ

Türkiye'nin zeytin ve zeytinyağı ihracatında önemli bir pazar olan ABD, uyguladığı gümrük politikalarıyla sektör için yeni bir ticaret engeli oluşturdu. ABD Ticaret Temsilciliğinin yürüttüğü süreç sonucunda Türkiye'den ABD'ye gönderilecek zeytin ve

zeytinyağı ürünlerine mevcut gümrük vergilerine ek olarak yüzde 12,5 oranında tarife uygulanması kararlaştırıldı. Türkiye'nin ürünleri muafiyet kapsamına alınmazken Avrupa Birliği ülkelerinden yapılan zeytinyağı ithalatında toplam verginin yüzde 10'da kalması, Tunus'un ise ek tarifeden tamamen muaf tutulması Türk ihracatçılarını rakiplerine kıyasla daha dezavantajlı bir konuma getiriyor.

2024/25 ihracat sezonunun ilk dokuz ayında Türkiye'nin zeytincilik sektörünün ABD'ye yaptığı ihracat 118 milyon dolara ulaşırken ihraç edilen 44 bin 97 ton zeytinyağının 19 bin 41 tonu ABD pazarına gönderildi. Böylece söz konusu dönemde Türkiye'nin zeytinyağı ihracatının yaklaşık

yüzde 43'ü ABD'ye yapıldı.

Ocak-Haziran 2026 döneminde ise Türkiye'nin zeytinyağı ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre miktar bazında yüzde 52 azalarak 11 bin tona, ihracat geliri ise yüzde 48 düşüşle 57 milyon dolara geriledi. Bu bağlamda, ABD'nin tarife kararının zeytinyağı ihracatının zaten gerilediği bir döneme denk gelmesi, sektör açısından tabloyu daha kritik hâle getiriyor.

ZEYTİNİN KÜRESEL MARKA OLMASI İÇİN İHRACAT NİTELİĞİ ARTIRILMALI

Türkiye'nin zeytin ve zeytinyağında küresel marka olabilmesi için ihracatın niteliğini artırması gerekiyor. Yüksek üretim kapasitesine rağmen ürünün önemli bölümünün dökme veya düşük katma değerli biçimde ihraç edilmesi, Türkiye'nin dünya pazarındaki gerçek potansiyelini tam olarak kullanmasını engelliyor.

Sektör temsilcileri bu nedenle ihracat kanallarının açık tutulmasını, özellikle yüksek rekolte dönemlerinde üretimin uluslararası pazarlara kesintisiz biçimde aktarılmasını savunuyor. EZZİB Başkanı Mehmet Emre Uygun da 2026-2027 sezonunda beklenen yüksek rekoltenin markalı ve ambalajlı ihracata dönüştürülmesinin sektör açısından tarihi bir fırsat olduğunu belirtiyor.

Markalaşma yalnızca ürünün üzerine Türkçe bir etiket koymak anlamına gelmiyor. Zeytinin hangi yöreden geldiği, hangi çeşidin kullanıldığı, nasıl işlendiği, asitlik ve duyuusal özellikleri, üretim yöntemleri ve izlenebilirliği gibi unsurların tüketiciye aktarılması gerekiyor. Türkiye'nin Ayvalık, Memecik, Gemlik, Edremit ve benzeri güçlü çeşitlerini uluslararası pazarlarda coğrafi kimlikleriyle öne çıkarması, zeytinin bir emtia olmaktan çıkarak yüksek katma değerli bir ürüne dönüşmesini sağlayabilir.



Asırlık Meyvenin Dünya Yolculuğu

Arkeolojik bulgular, zeytin ve zeytinyağının MÖ 4. binyıldan itibaren Akdeniz uygarlıklarının yaşamında önemli bir yere sahip olduğunu gösteriyor. Antik Yunan'da Athena ile özdeşleşen zeytin ağacı, akıl, bereket ve zaferin sembolü olarak kabul edilirken; zeytin dalı ise yüzyıllar içinde barışın simgesi hâline geldi.

Zeytinyağı, yemek yapımının ve aydınlatmanın yanı sıra kozmetik, dini ritüeller ve tıbbi uygulamalarda da kullanıldı. Anadolu'da gelişen zeytin yetiştiriciliği zamanla Girit'e, oradan da Akdeniz'in farklı kıyılarına yayıldı. Bir süre sonra Girit, zeytinyağı üretimi, depolanması ve ticaretinde önemli bir merkez hâline geldi. Romalıların geliştirdiği ticaret ağlarıyla Akdeniz'in ötesine taşınan zeytin, 16. ve 17. yüzyıllarda İspanyollar aracılığıyla Amerika kıtasına ulaştı ve böylece binlerce yıllık Akdeniz mirası, küresel bir kültüre dönüştü.

“AMACIMIZ HER ZAMAN MARKALI, AMBALAJLI VE KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜN İHRAÇ ETMEK”



M. Emre Uygun
Ege Zeytin ve Zeytinyağı
İhracatçıları Birliği (EZZİB)
Yönetim Kurulu Başkanı
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

Güçlü bir marka algısı yaratmanın sadece kaliteli üretimden ibaret olmadığını, sürdürülebilir bir üretim yapısına ve pazar koşullarında fırsat eşitliğine dayandığını belirtmek isterim. Türk zeytinyağı, kalite ve standart konusunda kendini defalarca uluslararası alanda kanıtlamış, prestijli ödüller almış bir ürün. Ancak biz, markalı ve ambalajlı ürünlerimizi en kritik pazarlarda konumlandırmaya çalışırken çok ciddi bariyerlerle ve haksız rekabet koşullarıyla karşı karşıya kalıyoruz. Örneğin AB, zeytinyağı için en büyük pazarlardan biri konumunda; fakat ülkemize sadece 100 ton gibi komik bir gümrüksüz kota uyguluyor, bu kotayı aştığınız anda karşınıza devasa gümrük vergileri çıkıyor.

Ayrıca en önemli hedef pazarımız olan ABD'de de kritik bir süreçten geçiyoruz. ABD, kısa süre önce yürürlüğe koyduğu “Bölüm 301” kararıyla Türkiye’den ithal edilecek zeytin ve zeytinyağı ihracatına yüzde 12,5 oranında ilave gümrük vergisi getirdi. Oysa bu pazardaki en büyük rakiplerimizden AB toplamda sadece yüzde 10 vergiyle girerken Tunus, ek vergi uygulamasından tamamen muaf tutuldu. Rakiplerimizin sıfır veya çok düşük vergilerle girdiği bir pazarda, böylesi ağır bir vergi yüküyle rafta tutunmak ve marka inşa etmek maalesef çok zor.

Gümrük duvarlarının yanı sıra maliyet ve destekleme cephesinde de çok ciddi bir dezavantajımız bulunuyor. AB’deki üretici rakiplerimiz çok yüksek oranlarda sübvansede edilirken maalesef ülkemizde üreticiye ve ihracatçıya sağlanan destekler rekabet edebilecek düzeyde değil. Küresel pazarlarda fiyat konusunda rekabetçi olabilmemiz ve markalarımızı dünya raf-

larında tutabilmemiz için tarımsal desteklerin ve ihracat teşviklerinin ivedilikle artırılması şarttır.

Amacımız her zaman markalı, ambalajlı ve katma değeri yüksek ürün ihraç etmek; ancak küresel dinamikleri ve dökme zeytinyağı ticaretinin yadsınamaz bir gerçek olduğunu unutmamalıyız. Markalı ihracat hedeflerimize sağlıklı bir biçimde ulaşabilmemiz için ilgili bakanlıklarımızın bu gümrük duvarlarını ve haksız rekabet unsurlarını ortadan kaldırmaya yönelik diplomasi trafiğini yürütmeleri ve sektörümüze verilen destekleri dünya standartlarına çıkarmaları elzemdir.

Daha önce de ifade ettiğimiz üzere “Dönemsel ve Mevsimsel Reeskont Esnekliği” sağlanması şarttır. Hasat aylarındaki finansman yükünün hafifletilmesi için reeskont kredi limitlerinin bu döneme özel olarak artırılması ve tahsis süreçlerinin hızlandırılması gerekiyor.

Öte yandan, sektörümüz ihracat gelirlerinin tamamına yakınına Türk Lirasına dönüştürerek ülke rezervlerine azami katkı sağlıyor. Bu noktada net döviz girdisi yüksek olan sektörlerin pozitif ayrışması gerektiğine inanıyor ve “Kademeli Döviz Dönüşüm Desteği” modelini talep ediyoruz. Mevcut uygulamada ihracat bedelinin en az yüzde 35’ini bozduran firmalara verilen yüzde 3’lük desteğin, bozdurulan döviz oranı arttıkça kademeli olarak yüzde 7 seviyesine kadar çıkarılması hem ihracatçımızın rekabet gücünü artıracak hem de dövizini tamamen TL’ye çevirmesini güçlü bir şekilde teşvik edecek. Bu destekler sağlandığı takdirde ihracatçımız dünya pazarlarında İspanya, İtalya veya Tunus gibi rakipleriyle daha rahat rekabet edecek.

Markalı ihracat hedeflerimize ulaşabilmemiz için ilgili bakanlıklarımızın gümrük duvarlarını ve haksız rekabet unsurlarını ortadan kaldırmaya yönelik diplomasi trafiği yürütmeleri gerekiyor.

ASSET
Worldwide Express



+200 Ülkeye Gönderim

AwwEx

**Dijital
E-ihracat
Lojistik
Platformu**



**Pazaryeri
Entegrasyonu**

ASSET
Fulfillment

**Asset
Fulfillment
Depolama
Çözümleri**



**Türkiye ve Almanya
Entegre Altyapısı**



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'ten 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
Kontak 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 @BentasBentonit | www.bentashbentonit.com

TİM

**TÜRKİYE
EXPORTERS
ASSEMBLY**

**AMONG TOP 1000
EXPORTERS OF TÜRKİYE**



VAN CAT WHITE CAT'S WHITE roCat



Zeynep Fadilloğlu
İç Mimar

“Gelenek ile çağdaşlık arasında doğal bir denge kuruyorum”

İstanbul’un çok katmanlı kültürel hafızasından beslenen tasarımlarını Londra’dan Boston’a, Doha’dan farklı coğrafyalara taşıyan Zeynep Fadilloğlu, gelenek ile yenilik, zanaat ile teknoloji arasında kurduğu dengeli ilişkinin tasarıma evrensel bir dil kazandırdığına inanıyor.

Tasarımı mimariden mobil-yaya, aydınlatmadan tekstile, sanat eserlerinden zanaatkârlığa uzanan bütünsel bir süreç olarak görüyorsunuz. Bir mekânı tasarlarken bütün bu unsurların aynı hikâyenin parçaları hâline gelmesini sağlayan temel tasarım fikrinizi bizimle paylaşır mısınız?

Benim için iyi bir tasarım, estetik değerinin ötesinde pek çok farklı unsurun ve değerlerin bir araya gelerek oluşturduğu bir bütünlüktür. Bir mekânın kimliği de tek bir unsurdan değil, bütün bu katmanların birbirleriyle kurduğu ilişkiden doğuyor. Her parçanın kendi başına güçlü olmasından ziyade diğerleriyle doğal bir diyalog kurmasını ve aynı atmosferin parçası olmasını önemsiyorum. Sonunda mekânın tasarlanmış olduğunu hissettirmekten çok, kendine ait bir ruhu ve zamansızlığı olmasını amaçlıyorum.

Doğu ile batının, gelenek ile çağdaşlığın, el işçiliği ile teknolojinin karşı karşıya gelmek yerine birbirini beslediği tasarımlarınızda, bu farklılıkları bir araya getirerek

yeni ve özgün bir dil oluşturmaya en önemli koşulu nedir?

Bu farklı dünyaları bir araya getirirken benim için en önemli konu, doğru dengeyi kurmak ve her birinin kendi özgün değerini korumak oluyor. Geleneksel ifadeleri doğrudan tekrar etmek yerine, kültürel birikimin ve taşıdığı ruhun tasarımın içinde inceliklerle var olmasını, kendini göstermeden hissettirmesini önemsiyorum. Teknoloji ve çağdaş tasarımın ise bu hafızanın önüne geçmek yerine onunla sessiz bir diyalog kurarak geçmişle bugün arasında doğal bir bağ oluşturmaya çalışıyorum.

Geleneksel Türk ve İslam sanatlarından güçlü biçimde beslenmenize rağmen geçmişi olduğu gibi tekrar eden tasarım anlayışından uzak kalıyorsunuz. Geçmişten bir motifi, formu ya da zanaat tekniğini kullanırken özünü koruyup çağdaş bir anlam kazanmasını nasıl sağlıyorsunuz?

Ben geçmişi bir referans arşivi olarak değil, yaşamaya ve dönüşmeye devam eden kültürel bir dil olarak



Şakirin Camii



Doha Pearl Mosque

görüyorum. Anadolu, Selçuklu, Osmanlı ve İslam sanatlarında çok güçlü bir zanaat oran, sembolizm ve atmosfer anlayışı var. Bunları olduğu gibi tekrar etmek yerine özlerini, işçiliklerini ve yarattıkları duyguyu bugünün tasarım dili içinde yeniden yorumlamaya çalışıyorum. Amaç hiçbir zaman olduğu gibi tekrar etmek değil; onun ruhunun kendi zamanımızın mekânlarında doğal biçimde yaşamaya devam etmesini sağlamak.

Londra’daki Chintamani, Boston’daki Nahita ve Doha’daki Golden Mosque gibi farklı coğrafyalarda gerçekleştirdiğiniz projeler, Türk tasarımını küresel arenada görünür kılıyor. Coğrafyası, kültürü ve iklimi birbirinden oldukça farklı bu projeler, Türkiye’nin nitelikli hizmet ihracatı ve yaratıcı endüstrilerin uluslararası görünürlüğü bakımından nasıl bir katma değer yaratıyor?

Farklı coğrafyalarda çalışırken her

kültürün kendine özgü değerlerini, yaşam biçimini ve estetik hafızasını tasarımın önemli bir parçası olarak görüyoruz. Her projede bulunduğu coğrafyanın ruhuna, kültürel birikimine ve geleneklerine öncelik veriyor; tasarımın bu değerlerle doğal bir ilişki kurmasını önemsiyoruz.

Aynı zamanda, yaşadığımız bu toprakların çok katmanlı kültürel geçmişini ve güçlü zanaat geleneğini çağdaş bir tasarım dili içinde işlerimize taşıyoruz. Farklı ülkelerde gerçekleştirdiğimiz projelerin uluslararası ölçekte karşılık bulmasını da bu zengin birikimin ve buradan doğan yaratıcı bakışın dünyayla

kurduğu değerli bir kültürel diyalog olarak görüyorum.

iF Design Award, Andrew Martin International Designer of the Year ve House&Garden Design&Decoration Awards gibi uluslararası platformlarda aldığınız ödüller tasarım yaklaşımınızın farklı coğrafyalarda karşılık bulduğunuzun birer kanıtı. Sizce uluslararası ölçekte kabul gören bir tasarım dilinin temelini ne oluşturuyor?

Her tasarımın kendi özgün değerini ve farklılığını taşımasının, uluslararası ölçekte karşılık bulmasının en

Kentsel yenilenme ve dönüşüm sürecinde ihtiyaç duyulan yeni yapıların özgün, nitelikli ve şehrin mevcut dokusuna değer katacak bir tasarım anlayışıyla ele alınmasının İstanbul’un kimliğinin korunmasına katkı sağlayacağına inanıyorum.



The Peninsula Istanbul

The Peninsula Istanbul'da, geçmiş yalnızca dekoratif öğelerle ifade etmek yerine İstanbul'a özgü kültürel referansları, motifleri ve zanaat geleneğini çağdaş bir anlayışla yeniden yorumladık.



The Peninsula Istanbul



Büyükkada Princess Palace Resort Clubhouse

referanslarla taşımak yerine, onun ardındaki kültürel hafızanın ve ineliğin tasarımın içinde doğal biçimde hissedilmesini önemsiyorum. Aynı zamanda her coğrafyanın kendi kimliğine ve özgün değerlerine saygı duymak, bizim için bu yaklaşımın vazgeçilmez bir parçası. Farklı kültürel katmanlar birbirinin önüne geçmeden bir araya gelebildiğinde, tasarımın kendine özgü ve aynı zamanda evrensel bir dil kazandığına inanıyorum.

Şakirin Camii, geleneksel İslam mimarisinin ve sanatının çağdaş tasarım diliyle yeniden yorumlanması açısından kariyerinizde özel bir yere sahip. Geleneksel ibadet mekânının ruhunu korurken onu kendi döneminin mimari diliyle konuşurmak için nasıl bir yol izlediniz?

Tasarıma başlarken yüzyıllar içinde oluşmuş İslam sanatlarını; ibadet mekânlarının mekânsal kurgusunu, ışığın kullanımını ve geleneksel tasarım öğelerinin mekânla kurduğu ilişkiyi önemli referanslar olarak ele aldık. Bu zengin kültür mirasına ve İslam sanatlarının taşıdığı değerlere büyük bir saygıyla yaklaşırken özgün malzeme seçimleri ve çağdaş

Farklı ülkelerde gerçekleştirdiğimiz projelerin uluslararası ölçekte karşılık bulmasını, topraklarımızdaki zengin birikimin ve buradan doğan yaratıcı bakışın dünyayla kurduğu değerli bir kültürel diyalog olarak görüyorum.

tasarım yorumlarıyla bu birikimi kendi döneminin diliyle ifade etmeyi önemsedik. Geleneksel tasarım anlayışını olduğu gibi devam ettirmek yerine, özündeki anlamı ve manevi duyguyu koruyarak özgün bir yorum ortaya koymayı hedefledik. Böylece kültür mirasıyla bağını koruyan, ancak bugüne ait, çağdaş ve özgün bir ibadet mekânı tasarladık.

The Peninsula Istanbul gibi tarihi katmanları güçlü bir yapıda, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemi İstanbul'unu çağdaş bir lüks anlayışıyla buluşturdunuz. Projede tarihi mirasa saygı göstermek ile geçmiş yalnızca dekoratif bir unsur olarak kullanmamak arasındaki çizgiyi nasıl belirlediniz?

The Peninsula Istanbul, kültür mirası niteliğindeki yapıların korunarak yeniden hayata kazandırıldığı, İstanbul için çok kıymetli bir proje. Tarihi Yarımada'nın karşısında, yüzyıllar boyunca farklı medeniyetlere tanıklık etmiş böylesine özel bir konumda, yapıların tasarlandıkları dönemin mimari değerlerini ve özgün karakterlerini korumak bizim için tasarımın başlangıç noktasıydı.

Geçmiş yalnızca dekoratif öğelerle ifade etmek yerine, İstanbul'a özgü kültürel referansları, motifleri ve zanaat geleneğini çağdaş bir anlayışla yeniden yorumladık; yeni fonksiyonların gerektirdiği dokunuşları ise yapının özgün mimari değerlerini gözeterek büyük bir hassasiyetle ele aldık.

Bu yapıların özgün kimliklerini

koruyarak yok olmaktan kurtarılması, yeniden İstanbul'a kazandırılması ve bugün insanların bu kültür mirasını yaşayarak deneyimleyebilmesi, geçmiş ile bugün arasında kurduğumuz ilişkinin en değerli taraflarından biri.

Mimarlık yalnızca yapılar üretmekle kalmıyor; kentlerin kimliğini, insanların mekânla kurduğu ilişkiyi ve şehir hafızasını da şekillendiriyor. Önümüzdeki 10 yıl içinde İstanbul'un mimari dönüşümünü şekillendirecek temel kavramların neler olacağını düşünüyorsunuz?

İstanbul'un en büyük değerlerinden birinin, yüzyıllar boyunca farklı medeniyetlerin bıraktığı izlerle oluşmuş çok katmanlı kültür mirası, özgün dokusu ve şehir hafızası olduğuna inanıyorum. Bu kültür mirasının ve onu oluşturan yapıların, tasarım değerlerinin ve özgün kimliğin korunarak yaşatılması, süregelen ve önümüzdeki dönemde önemi daha da artacak temel konulardan biri.

Bu mirasın yeni nesillere aktarılması, taşıdığı zenginliğin ve farklı medeniyetlerden bugüne ulaşan değerlerin daha iyi anlatılması ve bu konudaki farkındalığın artırılması da korumanın önemli bir parçası. Bununla birlikte, kentsel yenilenme ve dönüşüm sürecinde ihtiyaç duyulan yeni yapıların da özgün, nitelikli ve şehrin mevcut dokusuna değer katacak bir tasarım anlayışıyla ele alınmasının İstanbul'un kimliğinin korunmasına katkı sağlayacağına inanıyorum.



Muscat Hillside Villa

önemli unsurlarından biri olduğuna inanıyorum. Tasarımın, bulunduğu coğrafyayla kültürle, mimariyle ve o mekânı yaşayacak insanlarla güçlü bir bağ kurması çok önemli. Işık, malzeme, zanaat ve teknolojinin bu bütünlük içinde birbirini tamamlamasını önemsiyorum. Tüm bu katmanlar özgün ve dengeli bir biçimde bir araya geldiğinde, tasarımın farklı kültürlerde de karşılık bulan zamansız bir dile kavuştuğuna inanıyorum.

Tasarımlarınızda güçlü bir Anadolu ve İstanbul referansı bulunuyor. Uluslararası projelerinize bu referansları ne ölçüde taşıyorsunuz? Kültürel kimliği evrensel bir tasarım diline dönüştürmenin sınırı sizce nerede başlıyor?

Anadolu ve İstanbul'un yüzyıllar içinde oluşmuş çok katmanlı kültürel yapısı, tasarım anlayışımı sürekli besleyen ve zenginleştiren çok önemli bir kaynak. Uluslararası projelerimizde bu birikimi doğrudan

Teşekkürler Dünya

Ürettiğimiz enerji ekipmanlarını
6 kıtada 80'den fazla ülkede kullandığınız
ve Türk enerjisine güvendiğiniz için
teşekkür ederiz.

Güç Transformatörü
1000 MVA / 1000 kV

Dağıtım Transformatörü
25 kVA - 31,5 MVA / 36 kV

Hava Yalıtımlı Metal Enclosed Hücreler
36 MVA / 630A-1250A

Monoblok Beton Köşk
SF6 Gazlı Kesici ve Ayırıcılar



betaenerji



betaenerji



Beta Enerji



beta.enerji

Dışı klasik içi kozmik bir dünya Panteon

Bir tapınak, bir anıt, bir mühendislik mucizesi... Panteon, yaklaşık iki bin yıldır Roma'nın merkezinde bütün bu kimlikleri aynı kubbenin altında bir arada taşıyor.

Taş ve mermerin estetik gücünün, mühendisliğin incelikli çözümleriyle bulunduğu İtalya, topraklarındaki görkemli eserlerle yüzyıllardır mimarlık dünyasındaki ayrıcalıklı konumunu koruyor. Kolezyum, Aziz Petrus Bazilikası, Trevi Çeşmesi, İspanyol Merdivenleri ve her sokağında karşılaşılabilecek bambaşka hikâyeleriyle Roma, İtalya'daki mimari anlatının en güçlü simgesi. Panteon ise bu anlatının en eski tanıklarından biri...

Roma'nın kalabalık meydanları, taş sokakları ve yüzyıllardır değişmeyen silueti içinde şehrin geçmişiyle bugün arasındaki en kuvvetli bağı olarak öne çıkan Panteon, dünyada döneminin en iyi korunmuş yapıları arasında yer alıyor. Antik Çağ'ın mühendislik kabiliyeti ile estetik anlayışını aynı çatı altında buluşturan yapı, aradan geçen yaklaşık iki bin yıla rağmen hâlâ ayakta. Panteon ilk bakışta klasik bir Roma tapınağını andırır da aslında sütunlu cephenin ardında yükselen kubbe, geometriyi, yük dağılımını ve doğal ışığı aynı tasarım içinde buluşturan incelikli bir mühendislik anlayışını ortaya koyuyor.



BİR TAPINAKTAN DAHA FAZLASI

MÖ 27’de, Roma’nın güçlü devlet adamlarından Marcus Vipsanius Agrippa’nın bir yapı yaptırmak istemesiyle ortaya çıkan Panteon’un bugün gördüğümüz hâli, Roma İmparatorluğu’nun erken dönemlerinden kalan ilk yapıdan oldukça farklı. Antik kaynaklar ve yapının cephesindeki yazıt, bugünkü binanın üzerinde hâlâ Agrippa’nın adının bulunmasıyla geçmişe dair bilgileri doğruluyor. Ancak günümüzdeki Panteon, Agrippa döneminde yapılan yapının birebir devamı değil.

Agrippa tarafından yaptırılan ilk Panteon, MS 80 yılında çıkan büyük yangında zarar görmesinin ardından İmparator Domitian tarafından onarılıyor. Ancak yapı yaklaşık 30 yıl sonra yıldırım düşmesi sonucu yeniden yıkılıyor. İmparator Hadrianus döneminde büyük ölçüde dönüşüm yaşayan yapı, yaklaşık MS 118-125 tarihleri arasında gerçekleştirilen kapsamlı yeniden inşa sürecinin ardından görünümüne ulaşıyor.

Yani Panteon’un hikâyesi MÖ 1. yüzyıla uzanıyor olsa da bugün ayakta duran dev kubbe, Roma İmparatorluğu’nun MS 2. yüz-yıldaki mühendislik seviyesinin imzasını taşıyor. Panteon, bugün hayranlık uyandıran kubbesine İmparator Hadrianus döneminde kavuşsa da Hadrianus’un, yeni yapıya kendi adını vermek yerine Agrippa’nın ismini taşıyan eski yazıtı koruması da dikkat çekici bir tercih olarak değerlendiriliyor.

ROMA’NIN GÖKYÜZÜNE AÇILAN KUBBESİ

Piazza della Rotonda’nın ortasında yükselen Panteon’un ilk bakışta dikkat çeken cephesi, güçlü Yunan etkileri taşıyan klasik bir tapınak düzenine sahip. Önde sekiz büyük



Korint sütununun oluşturduğu portik, üçgen alınlık ve ölçülü cephe düzeni bulunuyor. Diğer sekiz sütun ise arka cephede dörderli şekilde konumlanmış durumda. Sütunların bir bölümü tek parça granitten oluşurken başlık ve kaidelerde ise farklı mermer türleri kullanılmış. Bu bölümde, klasik mimarlığın düzen ve ritim anlayışının güçlü biçimde sürdürüldüğü görülüyor.

Kapıdan içeri girildiğinde yapının en görkemli bölümü olan yaklaşık 43,3 metre çapındaki dairesel salon ve aynı genişliğe sahip bir kubbe yükseliyor. Zeminden itibaren kubbenin zirve noktasına kadar olan yüksekliğin de yaklaşık 43,3 metre olması ve kubbenin yaslandığı kalın duvarlar dışında hiçbir dayanağının olmaması dönemin mühendislik zekâsını ortaya koyuyor. Bu anlamda Panteon, bugün dünyanın en büyük donatısız beton kubbesi

olarak kabul ediliyor.

Kubbenin alt bölümlerinde daha ağır agregalar kullanılırken üst bölümlere doğru daha hafif malzemelere geçilerek tepeye ulaşıldıkça yapının taşıdığı yükün azalması sağlanmış. Kubbenin iç yüzeyinde bulunan derinleştirilmiş kare panellerle ise kubbeye güçlü bir geometrik ritim kazandırılması amaçlanmış. Kubbenin altındaki yaklaşık 6 metre kalınlığa ulaşan duvarlarda yer alan kemer ve boşluklar da yüklerin daha kontrollü aktarılmasına yardımcı olacak şekilde tasarlanmış.

PANTEON’UN KALBİNDEKİ GÖZ: OCULUS

Kubbenin tam ortasında yer alan oculus, yapının en çarpıcı unsurlarından biri. Yaklaşık 9 metre çapındaki bu dairesel açıklık, kubbenin gökyüzüne açılan tek penceresi. Camla kapatılmamış olan oculus, güneş



ışığının doğrudan içeri girmesine izin verecek şekilde tasarlanmış. Gün boyunca hareket eden ışık, kubbenin yüzeyinde ve mermer zeminde farklı görüntüler oluşturabiliyor. Böylece Panteon’un iç mekânı sabit bir görüntü sunmak yerine ışığın sürekli değiştiği, renkli ve canlı bir sahneye dönüşüyor.

Yağmur yağdığında suyun içeri girmesi de tasarımın bir parçası. Zemin, suyun belirli noktalara yönlendirmesini sağlayacak şekilde düzenlenmiş. İçeri giren yağmur suları, merkez çevresinde bulunan küçük drenaj açıklıkları sayesinde hızlıca uzaklaştırılıyor. Kubbenin ortasındaki bu açıklık, insanları ilahi olanla birleştiren kozmik bir gözü temsil ediyor. Oculus’un sembolik olarak yeryüzü ile gökyüzü arasında bir köprü kurduğuna dair genel bir inanış var. Diğer efsane ise deliğin oluşumuyla ilgili. Efsaneye göre Panteon, Hristiyan

kilisesi olarak kutsandığı sırada içeride saklanan yedi putperest iblisin kaçarken bu deliği açtığına inanılıyor.

PAGAN TAPINAĞINDAN YAŞAYAN BİR ANITA

İki bin yıldır var olan yapı, tarih boyunca kullanım işlevi açısından belirli değişimler yaşadı. MS 609 yılında Hristiyan ibadetine açılan yapı, Santa Maria ad Martyres adıyla kiliseye dönüştürüldü. Bu dönüşüm, Antik Roma’nın birçok pagan yapısının uğradığı yıkım ve yağmalamadan Panteon’un korunmasına katkı sağladı. Yapı yeni işleviyle birlikte yaşamaya devam ederken içine sunak ve mezar gibi farklı dönemlerin izleri eklendi.

Rönesans döneminde ise sanatçılar için özel bir anlam kazandı. 1520 yılında yaşamını yitiren büyük ressam Rafael’in Panteon’a gömülmesi yapının sanat

Kubbenin tam ortasında yer alan, yaklaşık 9 metre çapındaki oculus, güneş ışığının doğrudan içeri girmesine izin verecek şekilde tasarlanmış. Gün boyunca hareket eden ışık, Panteon’un iç mekânını sabit bir görüntü olmaktan çıkararak renkli ve canlı bir sahneye dönüştürüyor.



Tanrılara Adanmış Bir Tapınak

Panteon ya da Latince tam adıyla “Pantheon” isminin kökeni, Yunancadaki “pan” ve “theos” sözcüklerine dayanıyor ve “tüm tanrılar” anlamını taşıyor. Yapının ilk kullanım amacı konusundaki tarihçiler arasında kesin bir görüş bulunmuyor. Antik kaynaklarda yapıdan söz edilse de işlevine ilişkin bilgiler sınırlı kalmış durumda. Tapınak olarak tasarlandığı düşüncesi güçlü ancak Panteon’un hangi tanrılara adandığı ya da burada hangi ritüellerin gerçekleştirildiği konusunda yeterli derecede yazılı belgeye ulaşılamıyor.

dünyasındaki prestijini daha da artırdı. İtalya'nın birleşmesinden sonra da ülkenin kraliyet ailesine ait mezarlara ev sahipliği yapmaya başladı. Böylece Vittorio Emanuele II, Umberto I ve Kraliçe Margherita'nın mezarları, Antik Roma ile modern İtalya tarihini aynı mekânda buluşturdu.

Panteon için tarihi kırılmaların bir diğeri de 17. yüzyılda yaşandı. Papa VIII. Urbanus döneminde yapının giriş saçaklarındaki bronz tavan kaplamalarının önemli bölümü, başka yapılarda kullanılmak üzere söküldü. Bronzların bir kısmı Aziz Petrus Bazilikası için Bernini'nin tasarımlarında, bir kısmı da Castel Sant'Angelo'ya top dökmek için kullanıldı. Antik Roma mirasına Romalılar tarafından zarar verilmesine tepki gösteren halk bu olayı, "Barbarların yapmadığını Barberiniler yaptı" anlamına gelen ünlü sözle eleştirdi.

AYASOFYA'NIN İLHAMİ

Panteon ile Ayasofya arasında yaklaşık 4 yüzyıllık bir zaman farkı bulunsu da bu iki yapı, aslında birbirine farklı bir açıdan bağlılar. Antik Roma'nın ihtişamını yaşatma isteğiyle hareket eden Doğu Roma İmparatorluğu, Ayasofya'yı bu hayalin ve ilahi gücün simgesi olarak planladı. Aynı yere üç kez inşa edilen Ayasofya'nın ilk inşaatı, I. Konstantin döneminde başlatıldı. Açılışı, 360 yılında II. Konstantin döneminde gerçekleşen yapı, 404 yılında başlayan isyanda harap olunca İmparator II. Theodosius tarafından birincisinin üzerine ikinci Ayasofya inşa ettirildi. Bu yapının da 532 yılında çıkan bir isyanda yıkılmasının ardından Bizans İmparatoru I. Jüstinyen tarafından 532-537 yıllarında ilk ikisinden çok daha görkemli bir Ayasofya inşa ettirildi.

Ayasofya'nın mimarları Anthemius ve İsidoros, Panteon'un



Panteon'un giriş alınlığında yazan "M. Agrippa L. f. cos. tertium fecit", "Lucius'un oğlu Marcus Agrippa, üçüncü konsüllüğü sırasında yaptı" anlamına geliyor. Bu da Panteon'un temellerinin, Marcus Vipsanius Agrippa tarafından atıldığını kanıtıyor.

dairesel kubbe sistemini birebir kopyalamak yerine Roma'nın kubbe geleneğinde ulaştığı teknik ve mekânsal fikirleri çok daha farklı bir plan üzerinde yeniden yorumladı. Panteon'da kubbe dairesel ve kalın bir rotunda üzerine otururken Ayasofya'da kareye yakın bir ana mekânın üzerine yerleşen kubbenin yükü, dört büyük paye, kemerler ve pandantifler aracılığıyla taşındı.

Bu doğrultuda Ayasofya, Panteon'la başlayan Roma kubbe geleneğinin Bizans mimarları tarafından farklı bir taşıyıcı sistem ve çok daha büyük bir litürjik mekân anlayışı içinde geliştirilmiş bir devamı olarak değerlendiriliyor. UNESCO'nun ilgili teknik raporu da Ayasofya'nın Panteon'dan ilham aldığını, fakat taşıyıcı sisteminin dört büyük paye ve pandantifler üzerinden farklılaştığını belirtiyor.

Taşımacılığın Arkasındaki Mühendislik



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

☎ 0232 510 10 00
✉ krone-trailer.com/tr

KRONE

Sürdürülebilirlik Yolculuğunda İGE İhracatçıların Yanında



Farklı sektör ve ihtiyaçlara özel hazırladığı yenilikçi destek paketleriyle, ihracat ekosistemini güçlendirmek için çalışmalarını sürdüren İhracatı Geliştirme AŞ, İGE Sürdürülebilirlik Destek Paketi ile Türkiye ihracatının sürdürülebilirlik eksenindeki dönüşümüne katkı sağlamaya devam ediyor.

İhracatçıların kredi süreçlerinde karşılaştıkları teminat ihtiyacına yönelik kefalet desteği sunan İhracatı Geliştirme AŞ (İGE), Türkiye'nin ihracat odaklı büyüme vizyonu doğrultusunda faaliyetlerini sürdürüyor. İhracatçıların finansmana erişiminin kolaylaştırılmasının yanı sıra, kaynak çeşitliliğinin artırılması ve uzun vadede

güçlü bir finansman yapısının oluşturulmasını hedefleyen İGE, değişen küresel ticaret dinamikleri ve dönüşen finansman ihtiyaçlarını gözeterek sürdürülebilir çözümler sunuyor.

Bu kapsamda, bugüne kadar 14 bini aşkın ihracatçıya erişerek 316 milyar TL'nin üzerinde krediye kefalet sağlayan İGE, geliştirdiği

stratejik ürünlerle öne çıkıyor.

2026 yılının ilk üç çeyreğinde, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı desteğiyle oluşturulan, E-İhracat Destek Paketi, İGE Eximbank Emek Yoğun Sektörler Destek Paketi, İGE Eximbank 6 Şubat Depremi Destek Paketi, İGE İhracatta Atılım Destek Paketi ve İGE Turizm Destek Paketi olmak üzere beş yeni destek paketini hayata geçiren İGE, farklı sektör ve ihtiyaçlara yönelik olarak tasarlanan destek paketleriyle ihracatçıların finansman kaynaklarına daha kolay ve etkin şekilde ulaşabilmesi için çalışmalarına kararlılıkla devam ediyor.

İGE'DEN İHRACATÇILARIN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK HEDEFLERİNİ DESTEKLEYECEK YENİ PAKET

Uluslararası ticarete yaşanan değişim, ticaretin işleyişini ve rekabet koşullarını yeniden şekillendirirken, ihracatçılar için de kapsamlı bir dönüşümü beraberinde getiriyor. Sürdürülebilirliğin küresel değer zincirinde giderek daha fazla karşılık bulması, ihracatçıların uzun vadeli rekabet güçlerini doğrudan etkiliyor. Karbon kaçağı riskini önlemek ve sera gazı emisyonlarını azaltmak amacıyla tesis edilen Avrupa Birliği Sınırda Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM) gibi uygulamalar, yeşil dönüşüme uyumu ihracatçıların küresel pazarlardaki rekabeti açısından daha da önemli hâle getiriyor. Bununla birlikte, kurumsal yönetim uygulamalarının güçlendirilmesi de işletmelerin değişen koşullara uyum sağlayabilmesinin, şeffaf ve

İhracatçıların yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirlik alanındaki faaliyetlerini desteklemek amacıyla tasarlanan İGE Sürdürülebilirlik Destek Paketi ile ihracatçıların 50 milyon TL'ye kadar olan kredi ihtiyaçlarına kefalet desteği sağlanması amaçlanıyor.

dayanıklı bir yapı oluşturmasının temel unsurlarından biri olarak öne çıkıyor.

Bu süreçte, yeşil dönüşümün gerektirdiği yatırımların uygun finansman olanaklarıyla desteklenmesi, sürdürülebilirlik hedeflerinin somut uygulamalara dönüştürülmesi açısından büyük önem taşıyor. Değişen küresel ticaret koşulları sebebiyle ortaya çıkan yeni finansman ihtiyaçları doğrultusunda destek mekanizmalarını çeşitlendirmeye devam eden İGE, mevcut destek paketlerine, devreye almaya hazırlandığı İGE Sürdürülebilirlik Destek Paketi'ni ekleyerek ihracatçılara olan desteğini güçlendiriyor.

İGE özkaynağıyla hazırlanan ve ihracatçıların yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirlik alanındaki faaliyetlerini desteklemek amacıyla tasarlanan İGE Sürdürülebilirlik Destek Paketi ile ihracatçıların 50 milyon TL'ye kadar olan kredi ihtiyaçlarına kefalet desteği sağlanması amaçlanıyor. Paket kapsamında, 24 aya varan vadelere TL, euro ve dolar cinsinden kredilere kefalet desteği sunulması planlanıyor. Paketle toplam 2,5 milyar TL tutarında krediye kefalet sağlanması hedefleniyor.

İGE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK DESTEK PAKETİ'NDEN KİMLER FAYDALANABİLİR?

Aşağıdaki şartlardan en az birini sağlayan ihracatçıların paket-

ten yararlanabilmesi mümkün olacaktır.

GREENTİM Raporuna Sahip İhracatçılar:

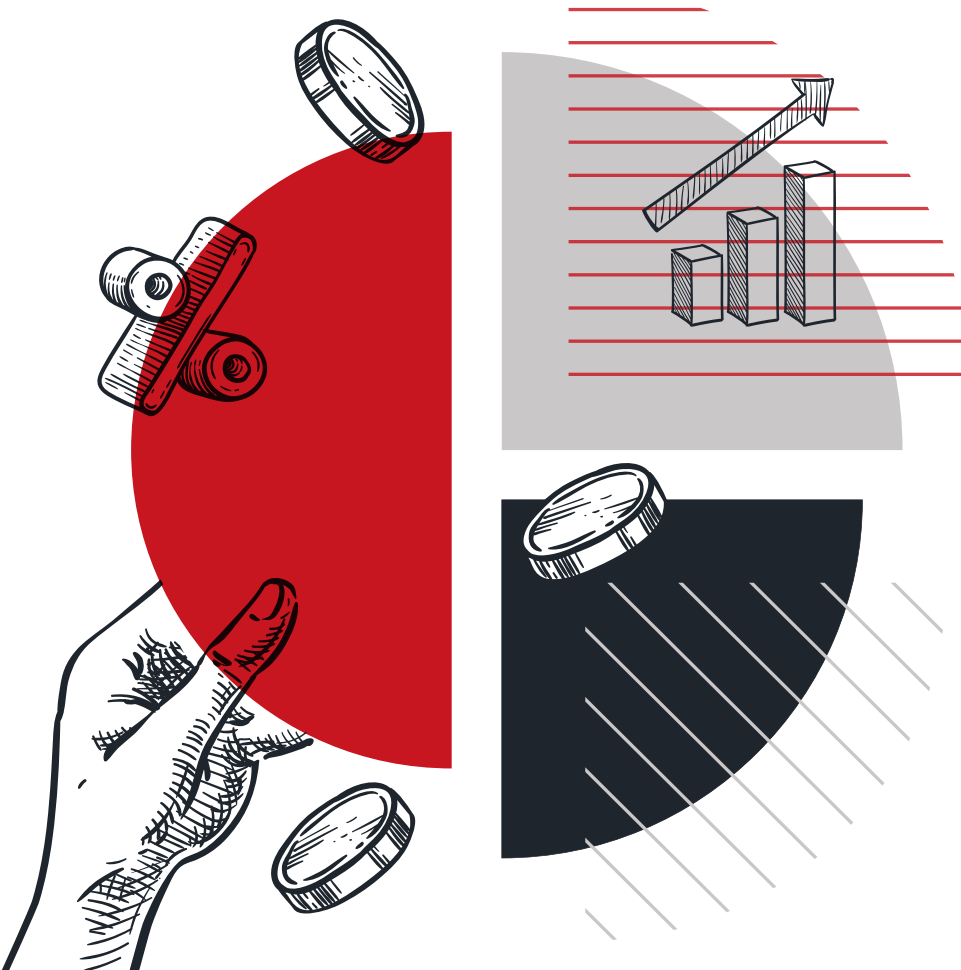
TİM tarafından hayata geçirilen GREENTİM, firmaların Avrupa Yeşil Mutabakatı ve sürdürülebilir bir gelecek kapsamında, Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından akredite edilen TS EN ISO 14064-1 standardı ile uyumlu karbon emisyon hesaplamalarını ve raporlamalarını yapabileceği dijital bir platformdur. GREENTİM raporuna sahip ihracatçılar bu paketten faydalanabilecektir.

Greendeks Sertifikası Notu C ve Üzeri Olan İhracatçılar:

Greendeks, işletmelerin sürdürülebilirlik performansını Çevresel, Sosyal ve Yönetişim (ESG) kriterleri çerçevesinde ölçen, raporlayan ve gelişim alanlarını belirleyerek aksiyon tavsiyelerinde bulunan ve Kredi Kayıt Bürosu (KKB) tarafından hizmete sunulan bir platformdur. Greendeks sertifikası notu C ve üzeri olan ihracatçılar bu paketten faydalanabilecektir.

TSRS Raporuna Sahip İhracatçılar:

Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) tarafından şirketlerin iklim ve sürdürülebilirlik risklerini şeffaf ve uluslararası düzenlemelere uyumlu şekilde



raporlamasını sağlamak amacıyla TSRS (Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları) ulusal standartları yayımlanmaktadır. Kurul Kararlarında belirtilen kriterleri sağlayan ihracatçı firmalar TSRS raporu düzenlemektedir. TSRS raporunu düzenleyen ihracatçılar bu paketten faydalanabilecektir.

Responsible Statüsüne Sahip İhracatçılar:

Responsible, T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülen, şirketlerin Avrupa Yeşil Mutabakatı ve dijital dönüşüm süreçlerine uyum sağlamasını amaçlayan bir destek programıdır. Responsible statüsüne haiz firmalar bu paketten faydalanabilecektir.

Yeşil Dönüşüm Amacıyla Uluslararası Fon Kaynağı Bulunan Bankalar Aracılığıyla Kredi Kullanacak İhracatçılar:

Bankaların sağladığı uluslararası yeşil dönüşüm temalı fonlardan kredi kullanmak isteyen ihracatçılar bu paketten faydalanabilecektir.

İGE Sürdürülebilirlik Destek Paketi kapsamında 24 aya varan vadelerde TL, euro ve dolar cinsinden kredilere kefalet desteği sunulması planlanıyor.



İGE DESTEK PAKETLERİNE NASIL BAŞVURABİLİRSİNİZ?

Destek paketlerinden yararlanmak isteyen ihracatçılar, kefalet limiti tanımlı bankalar aracılığıyla başvurularını iletebiliyor. Paketin detaylarına ve güncel banka listesine İGE'nin resmî internet sitesi (www.ihracatigelistirme.com.tr) üzerinden erişilebiliyor.

İGE KEFALET MEKANİZMASI NASIL ÇALIŞIYOR?

İGE'nin kefalet mekanizması, hızlı, etkin ve objektif bir

değerlendirme süreci üzerine kurulu. Başvurular bankalar aracılığıyla alındıktan sonra dijital ortamda İGE'ye iletiliyor ve analitik model ile değerlendiriliyor. Bu model; firmaların kredi geçmişi, finansal yapısı, nakit akışı ve ödeme performansı gibi birçok kriteri analiz ederek bir rating notu oluşturuyor. Sürecin tamamı uçtan uca dijital olarak yürütülüyor. Bu yapı sayesinde ihracatçıların finansmana erişim sürecinin hızlı, şeffaf ve etkin bir şekilde ilerlemesine katkı sağlanıyor.

Bugüne kadar 14 bini aşkın ihracatçıya erişerek 316 milyar TL'nin üzerinde krediye kefalet sağlayan İGE, geliştirdiği stratejik ürünlerle öne çıkıyor.



Tasarımda
fark yaratmak için
ambalajın
CAM ZAMANI

To make
a difference with design
packaging
GLASSIFIED



| gcaturkiye



| GCA Türkiye

info@gca.com | www.gca.com



Mehmet Batuhan Erkek
ERKBA Medikal AŞ Kurucu ve Genel Müdür

ERKBA Medikal

Hareketi Veriye, Veriyi Sağlığa Dönüştürüyor

Yapay zekâ ve sensör teknolojileriyle fizik tedavi ve rehabilitasyon süreçlerini daha ölçülebilir hâle getiren ERKBA Medikal, geliştirdiği modüler sistemlerle global sağlık teknolojileri pazarında büyümeyi hedefliyor.

Sağlık ve teknolojiyi aynı çatı altında buluşturan ERKBA Medikal’in kuruluş hikâyesini sizden dinlemek isteriz. Şirketin ortaya çıkmasına neden olan fikir nasıl somut bir girişime dönüştü?

Üniversite yıllarımda ülkemizin en çok ithal ettiği ürünler üzerine yaptığım araştırmalar ve kendi sporcu geçmişim beni fizik tedavi alanına yöneltti. Bu ilgi, bitirme tezimle başlayan bir süreç dönüştü; ardından TÜBİTAK BİGG programıyla devam etti. Şirketleşme yolculuğumuz 2017’ye, tez aşamasına kadar uzanıyor; 2020’de TÜBİTAK desteğiyle resmî olarak şirketleştik. 2025’te gerçekleştirdiğimiz kitle fonlama yatırım turuyla da bugünkü ERKBA Medikal AŞ kuruldu. Yani ERKBA, bir üniversite projesinden doğup sahada test edilerek, adım adım olgunlaşmış bir girişim diyebilirim.

ERKBA Medikal’i kurduğunuz dönemde fizik tedavi ve rehabilitasyon alanında nasıl bir tabloyla karşılaştınız?

Fikir aşamasında ve şirketi kurduğumuz dönemde fizik tedavi ve rehabilitasyon alanındaki değerlendirmeler büyük ölçüde terapistin öznel değerlendirmesine dayanıyordu. Aynı hasta, farklı terapistler tarafından farklı şekilde değerlendirilebiliyor; sonuçlar terapistten terapistte değişkenlik

gösterebiliyordu. Tekrarlayan ve monoton egzersizler de hasta motivasyonunu ve tedaviye devam oranlarını düşürüyordu. Aynı dönemde sektörde değişen mevzuatlar da bizim gibi ölçülebilir ve dijital çözümler geliştiren çalışmalarını ön plana çıkardı. Biz de tam bu dönemde doğru çözümle sahada yerimizi aldık.

ERKBA Medikal’in temelinde yapay zekâ, sensör teknolojileri, oyunlaştırma ve dijital veri altyapısı bulunuyor. Bu teknolojilerin her biri rehabilitasyon sürecinde hangi probleme karşılık geliyor?

ERKBA’nın teknolojik omurgası, aslında sahada gördüğümüz tek bir hikâyenin farklı parçalarından oluşuyor. Bir terapi seansını düşünün: Hasta hareket ederken kablolu sensörlerimiz her açıyı ve her salınımı milisaniye hassasiyetinde kaydediyor. Bu veri, arka planda çalışan yapay zekâ tarafından anlamlı bir skora ve gelişim eğrisine dönüştürülüyor; terapist artık “gibi görünüyor” üzerinden değerlendirme yapıyor. Aynı anda hasta ekranda bir oyun oynuyor.

VR ve 3D senaryolar sayesinde yaptığı şey, zorlu bir egzersizden çok eğlenceli bir mücadeleye dönüşüyor. Tüm bu veriler bulutta toplanıyor. Böylece terapist bir sonraki seansı önceki seansın verilerine bakarak planlıyor; hasta

evdeyken dahi yaptığı egzersizleri ve sürecini takip edebiliyor.

Geleneksel fizik tedavi uygulamaları ile dijital rehabilitasyon arasındaki en önemli fark nedir?

En temel fark ölçülebilirlik. Geleneksel yöntemde terapistin deneyimine dayanan ve kâğıda yazılan öznel bir değerlendirme söz konusu. Dijital rehabilitasyonda ise her hareket sensörlerle kaydediliyor; eklem açısı, simetri, hız ve denge gibi veriler nesnel olarak ölçülüp gelişim grafikleriyle takip edilebiliyor. Bunun hasta açısından da çok değerli bir etkisi var: Hasta kendi gelişimini somut sayılar ve grafiklerle gördüğünde motivasyonu ciddi ölçüde artıyor. “İyileşiyorum” hissi soyut kalmıyor, gözle görülür bir ilerlemeye dönüşüyor. Buna oyunlaştırmanın getirdiği eğlence boyutu da eklenince, geleneksel egzersizlerin yarattığı tekrar ve monotonluk yerini aktif katılıma bırakıyor.

Global pazarda ERKBA Medikal’in en güçlü rekabet avantajı nedir? Rakiplerinizden hangi özelliklerle ayrılıyorsunuz?

Global pazarda köklü ve uluslararası geçmişi uzun oyuncularla rekabet ediyoruz. En güçlü özelliğimiz, modüler sistem yaklaşımımız. Tek bir platform üzerinden birçok farklı uzvun tedavisinde kullanılabilen cihazlar geliştiriyor ve ürünlerimizde birden fazla tedavi yöntemini bir arada sunuyoruz. Bu da fizyoterapist hem maliyet

hem de çeşitlilik avantajı sağlıyor; tek bir sisteme yatırım yaparak farklı hasta gruplarına hizmet verebiliyor. Buna oyunlaştırma, yapay zekâ ve sensör teknolojilerimizin sunduğu motivasyon ve gelişim takibini eklediğimizde, yerli üretimin sağladığı maliyet avantajıyla birlikte uluslararası rakiplere karşı güçlü ve bütünsel bir teklif ortaya çıkıyor.

ERKBA Medikal’in ortaya çıktığı günden bu yana geldiği noktayı nasıl tanımlarsınız? 2026’nın ilk yarısını nasıl geçir-diniz, ikinci yarı için hedefleriniz neler?

ERKBA, bir üniversite tezinden başlayıp TÜBİTAK BİGG desteğiyle şirketleşen, 2025’teki kitle fonlama yatırım turuyla bugünkü kurumsal yapısına kavuşan bir hikâye. Bu süreçte 12’nci GİV Girişimcilik Ödülleri’nde birinci olduk, TEKNOFEST kapsamında düzenlenen Uluslararası ISIF Buluş Fuarı’nda iki kez gümüş madalya aldık ve kitle fonlama sürecimizi Fonangels.com’da geniş bir yatırımcı tabanının desteğiyle tamamladık.

2026’nın ilk yarısında odağımız seri üretim altyapımızı kurmak, ürün ailemizi ve yazılımımızı olgunlaştırmaktı. İkinci yarıda ise hedefimiz klinik penetrasyonumuzu artırmak, yeni cihazlarımızın AR-GE süreçlerine odaklanmak ve Avrupa ile Orta Doğu pazarlarına açılmaya yönelik ilk adımları atmak.



“TİM-TEB Girişim Evi Stratejik Çerçevemizi Disiplinli Biçimde Ortaya Koymamızı Sağladı”

TİM-TEB Girişim Evi, bizim için bir danışmanlık kaynağından öte, girişimimizi kurumsal bir stratejiye oturtmamızı sağlayan bir yapı oldu. Onlarla yaptığımız görüşmeler sonucunda hazırladığımız strateji dokümanları, pazar büyüklüğümüzden rekabet analizimize, ürün yol haritamızdan finansman yapımıza kadar stratejik çerçevemizi disiplinli biçimde ortaya koymamızı sağladı. Bu dokümanlar bizim için tek seferlik bir çıktı değil, önümüzdeki süreçte de yol gösterici bir referans olacak. Erken aşamadaki bir girişim için en kritik ihtiyaç, genellikle sermaye kadar “doğru soruları erken sormak”tır. TİM-TEB Girişim Evi, bu konuda bizim için değerli bir yol arkadaşı oldu.



Berat Can Şah
MTN Polimer
Kurucusu

MTN Polimer

Atığın Değerini Yeniden Tanımlayan Teknoloji

Sanayi atıklarını bertaraf edilmesi gereken bir yükten ziyade yeni nesil üretimin değerli bir girdisi olarak ele alan MTN Polimer, deri sanayisinden çıkan atıkları polimer sektörüne kazandırıyor. BIO-LIF ile atığı, tanımlı kalite özelliklerine sahip bir ham maddeye dönüştüren girişim, sürdürülebilirliği teknik performans ve ekonomik değerle buluşturuyor.

Sanayi kaynaklı atıkları polimer sektöründe değerlendirerek katma değerli bir girdiye dönüştürme fikri nasıl ortaya çıktı?

BIO-LIF'in çıkış noktası, deri sanayisinde sahada gördüğümüz somut bir problem. Ailemiz uzun yıllardır deri sektörünün içinde olduğu için, üretim sırasında oluşan tabaklanmış deri tıraşlama atıklarını yakından gözlemledik. Atığın bir kısmı dönemsel olarak gübre üretiminde kullanılıyor; yıl boyunca oluşan miktarın tamamı değerlendirilemediği için kalan bölümü bertaraf ediliyor.

Biz "Bu atığı nasıl bertaraf ederiz?" yerine, "Bunu başka bir sanayinin satın alacağı standart bir ham maddeye dönüştürebilir miyiz?" sorusunu sorduk. Akademisyenlerle başlayan çalışmalarımız laboratuvar ve proses denemeleriyle ilerledi; plastik proseslerinde kullanılabilir sonuçlar vermesiyle BIO-LIF'in temeli oluştu. Bugün yaptığımız iş, deri atığından yeni bir deri ürünü üretmek değil; onu plastik sanayisinin reçetesine girebilen B2B bir polimer katkı ham maddesine dönüştürmek.

Atığın yeniden üretimde kullanılacak teknik bir girdiye dönüştürülmesi oldukça

kapsamlı bir AR-GE süreci gerektiriyor. MTN Polimer olarak bu dönüşümü mümkün kılan temel teknoloji nedir?

Buradaki asıl mesele, tabaklanmış deri tıraşlama atığını plastik sanayisinin ihtiyaç duyduğu tanımlı kalite özelliklerine sahip ve üretim süreçleriyle uyumlu bir girdiye dönüştürmek.

Geliştirdiğimiz teknoloji, polimerle birlikte işlenebilirliği etkileyen kritik özelliklerin kontrollü ve ölçülebilir biçimde yönetilmesine dayanıyor.

AR-GE çalışmalarımızda BIO-LIF'in farklı PP formülasyonlarıyla işlenebilirliğini test ettik; numuneler üreterek proses davranışını ve teknik performansını değerlendirdik. Patent başvurusuna konu teknolojinin temel değeri, bu lifli atığı plastik üreticisinin reçetesine ekleyebileceği, kalite özellikleri tanımlanmış ve daha yüksek katma değerli bir sanayi girdisine dönüştürme yaklaşımında yatıyor.

Düşük karbonlu bir polimer katkı ham maddesi olan BIO-LIF'in en güçlü ticari fırsat sunduğu segmentler hangileri?

BIO-LIF'i geliştirirken temel hedefimiz, tabaklanmış deri tıraşlama atığını plastik üreticisi için çevresel faydanın yanında teknik

ve ekonomik karşılığı da bulunan, kalite özellikleri tanımlanmış bir sanayi girdisine dönüştürmek. Atık esaslı yapısıyla döngüsel ham madde kullanımını destekleyen BIO-LIF, PP bazlı formülasyonlarda kullanılan polimerin belirli bir bölümünün yerini alabiliyor. Böylece fosil kaynaklı ham madde kullanımını ve buna bağlı karbon etkisini azaltma potansiyeli sunuyor. Gerçekleştirdiğimiz numune çalışmalarında BIO-LIF içeren PP formülasyonlarında referans PP'ye göre daha düşük yoğunluk elde ettik; bazı formülasyonlarda ise rijitlik artışı gözlemledik. Bu kazanımların düzeyi müşteri ürününe, reçetesine ve üretim koşullarına göre değişebileceği için her uygulamada ayrıca doğrulanacak.

Bugün kısa vadede en yüksek ticari potansiyeli PP compound üreticileri ile enjeksiyon uygulamalarında görüyoruz. Kasa, palet, sakı ve benzeri teknik plastik ürünler; yüksek ham madde tüketimleri ve görece daha hızlı doğrulama imkânları nedeniyle öncelikli başlangıç alanlarımız. Çuval ve rafya uygulamalarını ikinci aşama büyüme alanı olarak değerlendiriyoruz. Otomotiv yan sanayisi ise hafiflik ve sürdürülebilir içerik ihtiyacı nedeniyle yüksek katma değer potansiyeli taşıyan, ancak daha kapsamlı test ve validasyon gerektiren orta-uzun vadeli stratejik pazarımız.

Sürdürülebilir bir malzemenin sanayide yaygınlaşabilmesi için çevresel faydanın yanında ekonomik olarak da anlamlı olması gerekiyor. BIO-LIF'in üretici açısından oluşturduğu ekonomik değeri nasıl tanımlarsınız?

Sanayide satın alma kararını yalnızca "yeşil" olmak belirlemiyor; maliyet, proses güvenliği ve per-

formans birlikte değerlendiriliyor. BIO-LIF'in ekonomik değerini bu nedenle kilogram fiyatından çok toplam parça ekonomisi üzerinden ele alıyoruz.

Birincil PP'nin bir bölümünü ikame edebilmesi ham madde maliyetini azaltma, uygun reçetelerde yoğunluğun düşmesi ise daha hafif parça üretme potansiyeli yaratıyor. Hedefimiz BIO-LIF'in mevcut üretim hatlarında ek makine veya kalıp yatırımı gerektirmeden (drop-in) kullanılabilmesi. Bizim için sürdürülebilirlik, rekabetçilikle birleştiğinde ölçeklenebilir hâle geliyor.

MTN Polimer'in, atıktan yeniden değere uzanan faaliyet modelinin Türkiye'de yaygınlaşması için hangi koşulların oluşması gerekiyor?

MTN Polimer olarak tabaklanmış deri tıraşlama atığını, plastik sanayisinde kullanılabilecek kalite özellikleri tanımlanmış bir girdiye dönüştüren üretim modelini geliştirdik. BIO-LIF içeren PP numunelerini ürettik, testlerini gerçekleştirdik ve sektörle tedarik ile müşteri uygulamaları konusunda iş birlikleri kurduk. Önceliğimiz, bu çalışmaları tonajlı üretim ve müşteri hatlarında ki doğrulamalarla ticari ölçeğe taşımak.

Modelin Türkiye'de yaygınlaşması; tabakhanelerde malzemenin kaynağında ayrı tutulmasına, düzenli ve izlenebilir tedarik yapısına ve plastik üreticileri açısından kalite sürekliliğinin sağlanmasına bağlı. İzin ve uygulama süreçlerinin açık ve öngörülebilir işlemesi, deri ve plastik sanayisi arasındaki iş birliğini güçlendirecektir. Böylece mevcut kullanım alanlarında tamamen değerlendirilemeyen bu malzemeden yerli ve katma değerli yeni bir ham madde zinciri oluşturulabilir.



HEDEF VE BAŞARILAR

2026'nın ilk yarısı, BIO-LIF'i AR-GE çıktısından sanayi ölçeğinde ticarileşmeye hazırladığımız dönem oldu. BIO-LIF'in TÜBİTAK tarafından Mükemmeliyet Mührü'ne layık görülmesinin ardından TÜBİTAK BİGG Fonu; BİGG ve GCIP kapsamında yatırım yaparak MTN Polimer'e yüzde 5 ortak olması teknoloji ve iş modelimiz açısından çok önemli bir doğrulama sağladı.

Bilişim Vadisi'nde AR-GE ofisimizi açtık, Bursa Deri İhtisas ve Karma OSB'de üretim sahamızı hazırladık, çevresel izin süreçlerimizi tamamladık ve üretim denemeleri yaptık. Sanayi firmalarıyla yürüttüğümüz görüşmeler sonucunda yazılı niyet mektupları ve ölçekli üretim denemesi talepleri aldık. Yılın ikinci yarısına KOSGEB İş Geliştirme Desteği ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Teknogirişim Rozeti ile başladık; bu gelişmeleri sanayileşme ve ölçeklenme hedeflerimiz için önemli kamu doğrulamaları olarak görüyoruz. Stratejik yatırımcılarla görüşmelerimiz sürüyor.

Önümüzdeki dönemde üretim ölçeğimizi kademeli olarak büyütmeyi, Türkiye'de müşteri referansları oluşturmayı ve ardından ihracata açılmayı planlıyoruz. Uzun vadede MTN Polimer'i, sürdürülebilir polimer ham maddelerinde derinleşen ve Türkiye'de geliştirilen malzeme teknolojilerini küresel pazarlara taşıyan ölçeklenebilir bir teknoloji şirketi olarak konumlandırıyoruz.

Temmuz 2026

Tarım Bülteni



SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000\$)

Sektör	Temmuz 2025	Temmuz 2026	Temmuz (%)
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.018.279	1.095.033	7,5
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	689.775	731.097	6,0
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	370.478	384.344	3,7
Yaş Meyve ve Sebze	121.342	296.196	144,1
Meyve Sebze Mamulleri	229.092	215.385	-6,0
Fındık ve Mamulleri	164.269	186.868	13,8
Tütün	109.377	110.383	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	135.311	109.078	-19,4
Zeytin ve Zeytinyağı	46.765	29.327	-37,3
Süs Bitkileri ve Mamulleri	8.822	9.862	11,8

Dünyadan Tarım Haberleri

ABD Buğday Üretimi 1970'ten Bu Yana En Düşük Seviyeye Geriledi

ABD Tarım Bakanlığının (USDA) 10 Temmuz'da yayımladığı Dünya Tarımsal Arz ve Talep Tahminleri (WASDE) raporuna göre ülkenin 2026/27 sezonu buğday üretimi 1,536 milyar buşel seviyesine indi. Bu rakam, 1970/71 sezonundan bu yana kaydedilen en düşük üretim düzeyi oldu. Düşüşte özellikle kışlık buğday belirleyici oldu. Kışlık buğday üretimi 990 milyon buşele gerilerken, ekmeklik unun temel ham maddesi olan sert kırmızı kışlık (HRW) buğday üretimi 1957'den bu yana en düşük seviyeye indi. ABD'nin Great Plains bölgesinde yaşanan şiddetli kuraklık, geriliğin başlıca nedeni olarak gösteriliyor. Rapora göre ABD buğday dönem sonu stokları geçen yıla kıyasla yüzde 22 azalarak 722 milyon buşele düştü. Sezon ortalaması çiftçi satış fiyatı ise buşel başına 5,06 dolardan 6,00 dolara yükseldi. Küresel buğday üretimi, Rusya ve Ukrayna'daki artışların ABD ve Kanada'daki düşüşleri dengelemesiyle yatay seyretti.

Meksika, ABD'deki Gıda Salgınının Sorumlusu Olmadığını Savundu

Meksika Sağlık Bakanı David Kershenovich, ABD'de görülen ve bir parazit enfeksiyonu olan

siklosporiyaz salgınının kaynağının Meksika menşeli marul olduğuna dair henüz bir kanıt bulunmadığını söyledi. Açıklama, ABD Gıda ve İlaç Dairesi'nin (FDA) salgını Meksika'nın Guanajuato eyaletindeki bir marul tesisiyle ilişkilendirmesinin hemen ardından geldi. Bakan, kaynağın orası olduğunu gösteren bir bulgu olmadığını, yine de olası bir ihtimale karşı her türlü önlemin alındığını belirtti. ABD'de 34 eyalete yayılan ve 1.600'den fazla kişiyi hasta eden salgının soruşturması sürerken FDA kaynağı bulmak için izleme ve numune çalışmalarını devam ettiriyor.

Hindistan'ın Yemeklik Yağ Alımı Festival Sezonu Öncesi Artıyor

Dünyanın en büyük bitkisel yağ alıcısı Hindistan'ın, yaklaşan festival sezonu öncesinde temmuz-ekim döneminde yemeklik yağ ithalatını artırması bekleniyor. Ülkede palmiye yağı, soya yağı ve ayçiçek yağı talebi, tatlı ve kızartma tüketiminin arttığı festival aylarında düzenli olarak yükseliyor. Rafinerilerin de azalan stoklarını doldurmak için bu dönemde alımı hızlandırdığı belirtiliyor. Hindistan'ın yükselen talebi, başlıca palmiye yağı tedarikçileri Endonezya ve Malezya ile soya ve ayçiçek yağı sağlayan Arjantin, Brezilya, Rusya ve Ukrayna için önemli bir alıcı gücü demek.



Ülkenin alım kararlarının, dünya bitkisel yağ fiyatları ve küresel yağlı tohum piyasaları üzerinde belirleyici bir etkisi olduğu ifade ediliyor.

Londra ve Washington Karşı Karşıya

Birleşik Krallık'ın yasa dışı ormansızlaşmayla mücadele için hazırladığı yeni kurallar, Washington ile arayı gerdi. Avrupa Birliği'nin (AB) Ormansızlaşma Tüzüğü'nü (EUDR) örnek alan ve 23 Haziran'da duyurulan düzenleme, İngiliz firmalarının sattığı sığır eti, kakao, kahve, palmiye yağı, kauçuk, soya ve ahşabın yasa dışı ormansızlaşmayla bağlı olmadığını belgelemesini zorunlu kılıyor. Bu çıkış, Brexit sonrası Brüksel'e yeniden yaklaşan Londra'ya Washington'ın verdiği tepkinin son örneği olarak okunuyor. Kuzey İrlanda'da EUDR'nin kademeli uygulanacak olması nedeniyle düzenlemenin, AB'ye ihracat yapan firmalar için izlenebilirlik ve veri standartlarında uyumu daha da önemli hâle getirmesi bekleniyor.

Azak Denizi'ndeki Taşımacılık Kısıtları Rus Tarım Sektörünü Etkiliyor

Dünyanın en büyük buğday ihracatçısı Rusya'da yaşanan yakıt sıkıntısı ve Azak Denizi'nde artan gerginlik, çiftçileri zor durumda bıraktı. Rus rafinerilerine aylardır düzenlenen insansız hava aracı saldırıları, traktör ve biçerdöverlerin yakıtı olan motorinin fiyatını hızla yukarı çekti. Bölgedeki tahıl ihracatının ana kapısı olan Azak Denizi'nde deniz taşımacılığına gelen kısıtlamalar yüzünden çiftçiden ürün alımının da büyük ölçüde durduğu bildiriliyor.

Sektör temsilcilerine göre yükselen motorin fiyatı çiftçiye ton başına yaklaşık 1.000 rublelik kayıp yaşıyor, Azak Denizi'ndeki kısıtlamalar ise bu kaybı ikiye katlıyor.

Döviz Dönüşüm Desteğinin Süresi Uzatıldı

Yurt dışı kaynaklı dövizlerin Türk lirasına dönüşümünü teşvik eden uygulamada, döviz dönüşüm desteğinin temel oranı yüzde 2 olarak belirlenirken yüzde 3 destek ve yüzde 35 ihracat bedeli satış yükümlülüğünün uygulanmasına ilişkin geçici süre 31 Ocak 2027'ye uzatıldı.



1 Ağustos 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Firmaların Yurt Dışı Kaynaklı Dövizlerinin Türk Lirasına Dönüşümünün Desteklenmesi Hakkında Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile yurt dışı kaynaklı dövizlerini Türk lirasına dönüştürmesini teşvik eden uygulamada düzenlemeler yapıldı.

Tebliğle, döviz dönüşüm desteğinin temel oranı yüzde 2 olarak

düzenlenirken yüzde 3 destek ödemesi ile ihracat bedeli satış yükümlülüğünün yüzde 35 olarak uygulanmasına ilişkin geçici sürenin 31 Ocak 2027'ye kadar uzatılması kararlaştırıldı.

DÖVİZ ALMAMA TAAHHÜDÜ KALKTI

İhracat ve döviz kazandırıcı hizmetler reeskont kredilerinde olduğu gibi döviz dönüşüm

desteğinden faydalananacak firmalar için döviz almama taahhüdü yerine döviz pozisyonlarına dayalı bir düzenlemeye gidildi. Buna göre firmaların döviz pozisyonları döviz dönüşüm desteği başvurusu öncesinde Merkez Bankası tarafından belirlenecek üst sınırı geçemeyecek. Uygulamanın etkin şekilde yürütülmesinde önemli rolü olan bankaların

Yeni düzenlemeyle gümrük beyannamesinin tescili sırasında gümrüklerce tespit ve kabul edilen kıymetin, kayıt belgesinde yer alan kıymeti yüzde 5'ten (yüzde 5 dâhil) daha az oranda aşması durumunda ithalatın gerçekleştirilebilmesine imkân tanındı.

aracılık işlevleri güçlendirildi ve uygulamanın etkinliğini artırmaya yönelik ilave tedbirler alındı.

İTHALATTA GÖZETİM UYGULAMASINDA YÜZDE 5 KIYMET FARKI DÜZENLEMESİ

17 Temmuz 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile ithalatta gözetim uygulamasında kayıt belgesinin kullanımına ilişkin hükümde değişikliğe gidildi. Düzenlemeyle gümrük beyannamesinin tescili sırasında gümrüklerce tespit ve kabul edilen kıymetin, kayıt belgesinde yer alan kıymeti yüzde 5'ten (yüzde 5 dâhil) daha az oranda aşması durumunda ithalatın gerçekleştirilebilmesine imkân tanındı.

KIYMETLİ MADENLERİN DİJİTAL ORTAMA AKTARILMASI VE BORSADA İŞLEM GÖRMESİNE İLİŞKİN ESASLAR DÜZENLENDİ

29 Temmuz 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Kıymetli Maden Standartları ve Rafinerileri Hakkında Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile birebir fiziki karşılığı darphane veya borsa nezdinde saklanan belirli bir saflık derecesinde ve ağırlıkta işlenmemiş kıymetli madenlerin borsada işlem görmesine ilişkin esaslar belirlendi.

Buna göre kıymetli madenler, borsa üyeleri arasında transferine imkân sağlayan, dağıtık defter teknolojisi altyapısına sahip bir sistem üzerinden sermaye piyasası aracı veya sermaye piyasası

araçlarına özgü haklar sağlayan kripto varlık ya da platformlarda işlem gören kripto varlık olarak nitelendirilmeyen gayri maddi varlık niteliğindeki dijital kıymetli madene, merkezi takas kuruluşları tarafından dönüştürülebilecek.

Tebliğe eklenen geçici maddelerle Kıymetli Maden Takip Sistemi (KMTS) ve dijital varlıklara ilişkin geçiş hükümleri de düzenlendi.

Yapılan düzenlemeye göre:

◆ Başvuru değerlendirme süreci devam eden Türkiye'de yerleşik tüzel kişilerin KMTS kapsamında üretim yapması zorunlu hâle getirildi.

◆ KMTS kapsamında üretim yapacak rafinerilerin, bugünden itibaren bir ay içinde kayıt işlemleri için darphaneye başvuruda bulunması şartı getirildi.

◆ Kayıt işlemlerinin onaylanmasını takip eden bir ay içinde, kayıt tarihinden önce üretilen ve henüz satışı gerçekleştirilmemiş standart işlenmemiş ile basılı kıymetli madenlerin KMTS'ye kaydedilmesi zorunlu kılındı.

◆ Yürürlük tarihi itibarıyla gayri maddi varlık niteliğindeki dijital kıymetli madenlere dönüştürülmüş varlıkların Borsa'da işlem görebilmesi için de bakanlığın uygun görüşünün alınması gerekecek.

BAZI KANUN VE KANUN HÜKMÜNDE KARARNAMELERDE SOSYAL GÜVENLİK VE KAMU ALIMLARINA İLİŞKİN DÜZENLEME YAPILDI

31 Temmuz 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 7590 Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile sosyal güvenlik ve kamu alımlarında bazı düzenlemeler yapıldı. Buna göre Kültür ve Turizm Bakanlığından turizm işletmesi belgesi alan özel konaklama tesislerine, faaliyet gösterdikleri dönemlerle sınırlı olmak üzere Mayıs-Aralık 2026 döneminde sigorta primi desteği sağlanacak.

İmalat sektöründe istihdamı korumaya yönelik 2026 yılı sonunda sona erecek olan desteklerin İşsizlik Sigortası Fonu'ndan karşılanma süresi de 31 Aralık 2028'e kadar uzatıldı. Sigorta primlerine ilişkin SGK'ya yapılan dörtte bir oranındaki Devlet katkısı 1 Ağustos 2026 tarihinden itibaren kaldırıldı.

Kamu ihale Kanunu'nda yapılan değişiklikle kamu alımlarında "pozitif mütekebbiliyet" ilkesi getirildi. Cumhurbaşkanı, yerli istekliler ile yerli ürünlere sağlanan avantajları karşılıklılık esasına göre Avrupa Birliği (AB) ülke-lerindeki isteklilere ve AB menşeli ürünlere de tanıyabilecek. Özel öğretim kurumlarında, kurum türüne uygun olmayan program uygulayan veya milletlerarası okul statüsünde olmasına rağmen Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı öğrenci kabul eden kurumların ruhsatları iptal edilebilecek.

MADEN YÖNETMELİĞİ'NDE DEĞİŞİKLİK YAPILDI

31 Temmuz 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Maden Yönetmeliğinde Değişiklik

Yapılmasına Dair Yönetmelik ile doğal hidrojen kaynaklarının hukuki statüsü netleştirilirken rüdvans sözleşmelerine ilişkin sicil işlemleri kolaylaştırıldı.

Buna göre, Maden Kanunu'nun madenlerin gruplandırılmasına ilişkin beşinci maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan "karbondioksit gazı" ibaresinden sonra "hidrojen gazı" ibaresi eklendi. Böylece jeotermal, doğal gaz ve petrol alanlarının dışında bulunan hidrojen gazı da üçüncü grup madenler arasında yer alacak.

Ayrıca, yönetmelikle rüdvans sözleşmelerine ilişkin hükümler de değiştirildi. Bu kapsamda, rüdvans sözleşmelerinin tek taraflı olarak maden sicilinden terkin edilebilmesi için aranan "kesinleşmiş mahkeme kararı" şartı kaldırıldı. Feshe ilişkin mahkeme kararının bulunması kararın kesinleşmesi beklenmeksizin sicil işlemlerinin yapılması için yeterli olacak.

İTHALATTA TARIM VE ORMAN BAKANLIĞI KONTROLÜNDE İTHAL EDİLECEK ÜRÜNLER DÜZENLENDİ

28 Temmuz 2026 tarihli Resmi Gazete'de yer alan Tarım ve Orman Bakanlığının Kontrolüne Tabi Ürünlerin İthalat Denetimi Tebliği'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile insan sağlığı ve



güvenliği ile hayvan ve bitki varlığı ve sağlığı yönünden Tarım ve Orman Bakanlığının kontrolüne tabi ürünlerin ithalatına ilişkin usul ve esaslar düzenlendi.

Buna göre, gıda ve yem sanayiinde kullanılan bitkisel ürünler, gıda ile temas eden madde ve malzemeler listesine, "Diğerleri (sadece gıda imalatında kullanılan katkı maddeleri, aroma vericiler, işlem yardımcıları, sakız mayası ve benzeri ürünler)" ve "contalar" ürünleri eklendi. "Polipropilen kopolimerleri kompaundları (sadece gıda imalatında kullanılan katkı maddeleri, aroma vericiler, işlem yardımcıları, sakız mayası ve benzeri ürünler) (3902.30.00.00.11) çıkarıldı.

DESTEK SİSTEMİ KATMA DEĞERE GÖRE BELİRLENECEK

Yeni düzenleme kapsamında firmalar, döviz dönüşüm desteğinden ürettikleri katma değer oranında yararlanabilecek. Katma değer hesaplamasında şirketlerin kârlılıkları ile iş gücü

maliyetleri esas alınacak. Aracılı ihracat sözleşmesi kapsamında Dış Ticaret Sermaye Şirketleri, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ile diğer aracı ihracatçıları tarafından yurda getirilen dövizlerin bu firmalara ürün tedarik eden firmalar adına satışı yapılabilecek. Merkez Bankası tarafından aracı bankaya aktarılan döviz dönüşüm desteği tutarı, aracı banka ile doğrudan tedarikçi firma hesabına aktarılabilir. Bu değişiklikler 1 Ekim'de uygulanmaya başlanacak.

PROJE BAZLI DEVLET YARDIMLARINDA BAŞVURU VE DESTEK ŞARTLARI YENİDEN DÜZENLENDİ

9 Ağustos 2026 tarihli Resmi Gazete'de yer alan Proje Bazlı Devlet Yardımı Verilmesine İlişkin Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar ile proje bazlı yatırım desteklerine ilişkin başvuru, değerlendirme ve destek uygulamalarında değişikliğe gidildi. Düzenlemeyle Sanayi ve Teknoloji Bakanlığına, belirlediği yatırım konularında

Maden Kanunu'nda yapılan değişiklikle "karbondioksit gazı" ibaresinin ardından "hidrojen gazı" eklendi. Böylece jeotermal, doğal gaz ve petrol sahaları dışındaki hidrojen gazı da üçüncü grup madenler kapsamına alındı.

13. YIL

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞITİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR MECLİSİ

TIW²⁰₂₆

TÜRKİYE INNOVATION WEEK

Tarihi Not Edin

EKİM 15 > 16 > 17

HALIÇ KONGRE MERKEZİ



ONLINE KAYIT OL! GİRİŞ ÜCRETSİZ

#türkiyeinnovationweek

www.turkiyeinnovationweek.com

turkiyeinnovationweek innovationTR

Yapılan düzenlemeye göre kıymetli madenler, borsa üyeleri arasında transfer edilebilen ve merkezi takas kuruluşlarınca dönüştürülebilen dijital kıymetli madenlere dönüştürülebilecek.

firmaları yatırım yapmaya davet etme veya çağrıya çıkma imkânı tanındı. Bakanlığa yapılacak başvurularda kalkınma ve yatırım bankalarının hazırlanacak fizibilite raporu aranması öngörüldürken, Teknoloji Hamlesi Programı kapsamındaki başvurular bu uygulamanın dışında tutuldu.

Proje bazlı desteklerden yararlanacak yatırımlarda, Teknoloji Hamlesi Programı kapsamında desteklenmesine karar verilen yatırımlar için asgari sabit yatırım tutarı 100 milyon lira, diğer yatırımlar için ise asgari sabit yatırım tutarı veya AR-GE harcaması 2 milyar lira olarak belirlendi. Ayrıca yatırımcıların, destek kararının yürürlüğe girmesinden itibaren üç yıl içerisinde en az 200 milyon lira veya yatırım tutarının yüzde 10'u kadar yatırım harcaması gerçekleştirmesi şartı getirildi.

Yatırımcıların yatırım tamam-

lama vizesinin ardından beş yıl boyunca yılda bir kez faaliyet raporu sunması zorunlu hâle getirilirken, asgari 5 milyar lira sabit yatırım tutarına sahip komple yeni yatırım projelerinde bakanlığın yatırımcılar veya bunların tamamına sahip olduğu iştiraklerle yatırım sözleşmesi imzalayabilmesine imkân sağlandı. Kararın faaliyet raporu sunulmasına ilişkin hükmü, 26 Kasım 2016 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere diğer hükümleri ise 9 Ağustos 2026 tarihinde yürürlüğe girmektedir.

LİSANSLI DEPO İŞLETMELERİNDE KURULUŞ İZNİ KURALLARI YENİDEN BELİRLENDİ

14 Ağustos 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Lisanslı Depo İşletmelerine Kuruluş İzni Verilmesi Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğe göre işletmelerin kuruluş

izni başvurularında ticari ve mali itibar ile güvenilirlik esasları dikkate alınarak olumlu görülmeyen başvurular reddedilecek.

Lisanslı Depoculuk Tazmin Fonu'na işletmeler tarafından yapılan ödemeler, kuruluş izni kapasitesini aşan işletmelerin izin başvurularının ve sıralamasının değerlendirmesinde öncelik sağlanmayacak.

Çeltik hariç hububat ürün grubunda faaliyet gösterecek işletmeler, depolarını yatay şekilde inşa edemeyecek. Hububat, baklagiller ve yağlı tohumlar için faaliyet gösterecek işletmelerin tesis sahasında 10'dan az silo bulunmayacak. İşletmeler, depo kapasitelerini 35 bin tona artırmak için düzenlemenin yürürlük tarihinden itibaren üç ay içinde İç Ticaret Genel Müdürlüğüne başvurabilecek. İşletmeler, artırım izninden itibaren iki yıl içinde faaliyet izni almak zorunda olacak.

Öte yandan, Hububat, Baklagiller ve Yağlı Tohumlar Lisanslı Depo Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğde yapılan düzenlemeye göre, hububat, baklagiller ve yağlı tohumlar için kullanılan lisanslı depo işletmelerinin merkezinde ve şubelerinde bulunan depoların her birinin kapasitesi 35 bin tondan az olmayacak.

İşletmelerin sahip olması gereken asgari ödenmiş sermaye şartları da düzenlendi. Buna göre, 35 bin tona kadar kapasitesi bulunan işletmenin 20 milyon lira, 35 bin 1 ton ile 70 bin ton arasında kapasitesi bulunan işletmenin 30 milyon lira, 70 bin 1 ton ile 110 bin ton arasında kapasitesi bulunan işletmenin 40 milyon lira ödenmiş sermayesi bulunacak. Ayrıca, 110 bin tonu aşan her 30 bin ton için 5 milyon lira ilave asgari ödenmiş sermaye gerekecek. Asgari sermaye tutarının altında kalan işletmeler, sermayelerini 31 Aralık 2028 tarihine kadar yükseltecek.

Daha Yeşil Bir Gelecek için GREENTiM Yanınızda!



CO₂



www.greentim.com



Türk Modasının Küresel Vitrini IFCO 10'uncu Kez Kapılarını Açtı

Avrupa'nın en büyük hazır giyim ve moda fuarı IFCO, beş kıtadan binlerce alıcıyı İstanbul'da buluşturdu. Fuar boyunca sektörün ihracat gücü ve küresel pazarlardaki konumu öne çıktı.



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Biz büyümenin en az yarısının üretim ve ihracattan gelmesini istiyoruz. Üreten ülkeler refahını garanti alabiliyor. Biz de ülkemizi üretimle ihracatla büyütmenin gayretindeyiz."



İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından düzenlenen, Türk moda endüstrisinin küresel ölçekteki prestij organizasyonu İstanbul Hazır Giyim ve Moda Fuarı (IFCO), 10'uncu kez kapılarını açtı. 19-21 Ağustos tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlenen organizasyon için alım gruplarının yanı sıra beş kıtadan binlerce seçkin alıcı İstanbul'a geldi.

Organizasyonun açılış törenine Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, İHKİB Başkanı Mustafa Paşahan, İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Şekib Avdagiç, İstanbul Sanayi Odası (İSO) Başkanı Erdal Bahçıvan ve İstanbul Valisi Davut Gül katıldı.

"2025'TE IFCO'YA KATILAN FİRMALARA 108 MİLYON TL DESTEK VERİLDİ"

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, açılış töreninde yaptığı konuşmada, tekstil ve hazır giyim Türkiye'nin sanayiciliği öğrendiği ilk sektör olduğunu söyledi. Türkiye'nin

ihracatı da tekstil ve hazır giyimden öğrendiğini vurgulayan Bolat, şöyle devam etti: "70'li yıllarda iplik kumaşla başlayıp, 80'lerden sonra konfeksiyon ve giyimle devam eden bir trend yaşandı. Ben her zaman şunu söyledim: 'Biz tekstil ve hazır giyim sektörüne çok önem veriyoruz. Bu iki sektörü asla göz ardı etmiyoruz. Çıkarılan tevatürlerin hiçbirinin gerçekliği yok; sıkıntı var ama çıkış başlayacak.' dedim. Nitekim bu yıl tekstilde ihracat artışı başladı. Konfeksiyon neredeyse geçen yıla paralel gidiyor. Yılın ikinci yarısında onun da artıya geçeceğine inanıyorum. Bu yılın yedi aylık döneminde hazır giyim ihracat birim fiyatı yüzde 10 arttı. Bu Türk hazır giyim sektörünün üstünlüğünden kaynaklandı."

Ticaret Bakanlığı olarak, sektörün yükselen üretim gücünü ve rekabet kapasitesini küresel platformlarda görünür kılan IFCO'yu desteklemeyi kararlılıkla sürdürdüklerini söyleyen Bolat, "2025'in Şubat ve Ağustos aylarında düzenlenen IFCO fuarlarında toplam 524 katılımcı firmaya yaklaşık 108 milyon TL destek verdik. Bu

yıl şubat ayında düzenlenen IFCO için de hâlihazırda 215 katılımcıya yaklaşık 55 milyon TL tutarında destek ödemesi yaptık." dedi.

"EYLÜL'DE AÇIKLANACAK OVP'DE FARKLI DESTEKLER GELMELİ"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe konuşmasına, üretim ve ihracatın Türkiye ekonomisinin en önemli dinamiklerini oluşturduğunu söyleyerek başladı. Gültepe şöyle devam etti: "Türkiye büyük bir ülke. 400 milyar dolara yakın mal ve hizmet ihracatımız var. Biz, 'bu ihracat Türkiye'ye yetmez' diyoruz. Yüzde 3-4'lük ihracat artışları bize yetmez. Hazır giyimde daha fazla sorun olmakla birlikte sanayinin, üretimin, ihracatın genelinde problemlerin yaşandığını hepimiz biliyoruz. Dolayısıyla bu yaşananlar Türkiye'nin problemi. Sanayicinin ve ihracatçının fedakarlığıyla enflasyon bu noktaya kadar geldi. Eylül ayında açıklanacak Yeni Orta Vadeli Program'da (OVP) sanayiye farklı desteklerin gelmesi lazım. Çünkü son dönemlerde Türkiye'nin büyümesine ihracatçılar olarak katkı veremiyoruz. Bu da bizi üzüyor. Biz büyümenin en az yarısının üretim ve ihracattan gelmesini istiyoruz. Üreten ülkeler refahını garanti alabiliyor. Biz de ülkemizi üretimle, ihracatla büyütmenin gayretindeyiz. Ben, zorun geride kaldığını düşünüyorum. Yılın ikinci yarısında daha iyi bir ihracat artışı olacağına inanıyorum."

"IFCO BİR FUARDAN ÇOK DAHA BÜYÜK ANLAM TAŞIYOR"

İHKİB Başkanı Mustafa Paşahan konuşmasında IFCO'nun Türk moda endüstrisi için bir fuardan çok daha büyük anlamlar taşıdığının altını çizdi. IFCO'nun, İstanbul'u küresel moda merkezi yapma sürecinin kilometre taşlarından biri olduğunun belirten Paşahan, "Dört yılda büyük mesafe kat ettik.



IFCO'yu, Türk moda endüstrisini dünyaya anlatan, tasarımı üretimle, markaları alıcılarla, vizyonu ticaretle buluşturan uluslararası bir platforma dönüştürdük. Bugün burada küresel alım gruplarını ve onlarca ülkeden binlerce ziyaretçiyi ağırliyoruz." dedi.

"TALEPLERİMİZ KARŞILANIRSA 2027'DE TOPARLANMA BAŞLAR"

Türk hazır giyim sektörünün yalnızca fabrikalardan ibaret olmadığını vurgulayan Paşahan, sektörün katma değerli üretimi, istihdamı ve ihracatıyla Türkiye ekonomisi için stratejik önemini sürdürdüğünü belirtti. 81 ilin yanı sıra yüzlerce ilçede üretim yaptıklarını ve 2025'i 16,8 milyar dolar ihracatla kapattıklarını anlatan Paşahan, şunları söyledi: "İhracatımızda üç yıldır devam eden daralmaya rağmen 2025'te 12,5 milyar dolar cari fazla verdik. Hep söylüyorum. Hazır giyim gibi yedi sektör daha olsaydı, Türkiye 2025'te cari açık vermeyecekti.

Ticaret Bakanımız Sayın Ömer Bolat, tam iki yıl önce burada, bu kürsüde yaptığı konuşmada, 'Tekstil ve hazır giyim Türk sanayinin gözbebeği' demişti. Bakanınız göreve başladığından bu yana hep sektörümüzün yanında yer alıyor. Ekibiyle birlikte tüm sorunlarımızla yakından ilgileniyor. Kısa sürede prestijli fuarlar

kapsamına alınan IFCO için bugün metrekare başına 6 bin 840 TL destek veriliyor. Bu önemli destek için Bakanımıza, bakan yardımcılarımıza ve değerli bürokratlarımıza teşekkür ediyorum. Ama bir gerçeği burada dile getirmek istiyorum. Sektörü yeniden ayağa kaldırmak için yeni çözümler geliştirmek durumundayız. İHKİB olarak biz çözüm önerilerimizi ve taleplerimizi ilgili kurumlarımızla paylaştık. Taleplerimiz karşılanırsa 2027'den itibaren toparlanmayı başlatıp 2030'da sektörü farklı bir yere getirebiliriz."

İHKİB Başkanı Mustafa Paşahan: "İhracatımızda üç yıldır devam eden daralmaya rağmen 2025'te 12,5 milyar dolar cari fazla verdik. Hazır giyim gibi yedi sektör daha olsaydı, Türkiye 2025'te cari açık vermeyecekti."



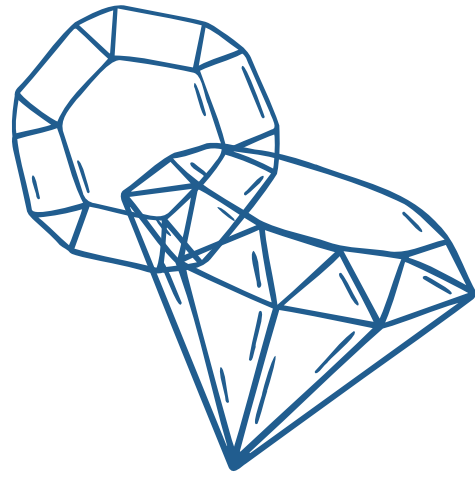
DENİB'den İkinci TURQUALITY Hamlesi

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB), ihracatçı sektörlerin uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü artırmaya yönelik çalışmalarına doğal taş sektörünü de ekledi. Birliğin ikinci TURQUALITY projesi olan DENİB Doğaltaş TURQUALITY Projesi kapsamında düzenlenen Komisyon Toplantısı'nda, projenin yol haritası ve önümüzdeki dönemde hayata geçirilmesi planlanan çalışmalar değerlendirildi.

Toplantıya DENİB Başkanı Osman Uğurlu, Muhasip Üye Murat Tosunoğlu, Yönetim Kurulu Üyesi Celil Kılınç ve TİM Delegatesi Murat Yener katıldı. Uğurlu, doğal taş sektörünün TURQUALITY kapsamına alınmasının uluslararası rekabet gücüne önemli katkı sağlayacağını belirterek, özellikle Denizli traverteninin küresel

ölçekte daha güçlü bir marka değeriyle temsil edilmesini hedeflediklerini ifade etti.

Proje ile Denizli'nin güçlü sektörlerinden doğal taşın küresel pazarlardaki konumunun güçlendirilmesi, sektörün marka değerinin geliştirilmesi ve ihracatın nitelikli ve sürdürülebilir biçimde artırılması amaçlanıyor. Toplantıda ayrıca uluslararası pazarlardaki fırsatlar, sektörün rekabet gücü ve Denizli traverteninin küresel bilinirliğini artıracak adımlar ele alındı.



DENİB Doğaltaş TURQUALITY Projesi ile doğal taşın küresel pazarlardaki konumunun güçlendirilmesi, sektörün marka değerinin geliştirilmesi ve ihracatın nitelikli ve sürdürülebilir biçimde artırılması amaçlanıyor.

Hububat İhracatı Yedi Ayda 6,9 Milyar Dolara Ulaştı

Türkiye'nin hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü, yılın ilk 7 ayında 6,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. TİM verilerine göre ayçiçek yağı, makarna ve buğday ununun yanı sıra çikolata, kakao, bisküvi, gofret ve şekerleme gibi ürünleri de kapsayan sektörün kilogram başına ortalama ihracat birim fiyatı yüzde 6,5 artarak 1,1 dolara yükseldi. Sektörün en büyük pazarı ise 855,9 milyon dolarlık ihracatla Irak oldu. ABD, 538,5 milyon dolarla ikinci sırada yer aldı.

TİM Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Nihat Uysallı, küresel tarım ticaretinin iklimsel anomaliler, jeopolitik gerilimler ve lojistik sorunların etkisiyle zorlu bir dönemden geçtiğini belirtti.

Uysallı, özellikle Karadeniz hattındaki sevkiyat sorunlarının ham madde tedarikini zorlaştırdığını, Türk gıda sanayisinin ise esnek tedarik ağları ve yüksek işleme kapasitesiyle bu riskleri yönetmeye çalıştığını ifade etti.

Uysallı, 23 milyon tonu aşması beklenen buğday rekoltesi ile TMO'nun 11 milyon tona ulaşan alım garantisinin sektörün rekabet gücünü desteklediğini vurguladı. Ham madde tedarikinin kesintisiz sürmesi ve kamu-sanayi iş birliğinin güçlendirilmesi, ihracat performansının sürdürülebilirliği açısından kritik görülüyor.



Hububat sektörünün yedi aylık dönemde en büyük pazarı 855,9 milyon dolarlık ihracatla Irak olurken ABD, 538,5 milyon dolarla ikinci sırada yer aldı.

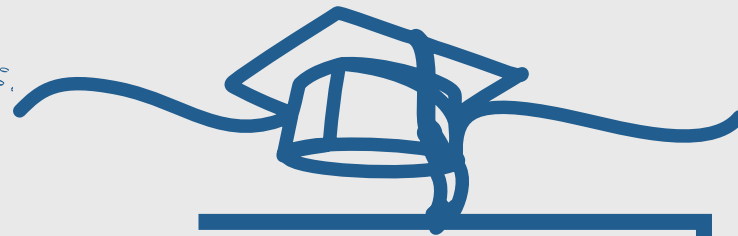
Türkiye'nin En Köklü Tekstil Meslek Lisesi için Ortak Vizyon

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Şişman ile İstanbul İl Millî Eğitim Müdürü Doç. Dr. Murat Mücahit Yentür, Türkiye'nin en köklü tekstil meslek liselerinden İstanbul Tekstil Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinin geleceğini değerlendirmek üzere bir araya geldi. Toplantıda, tekstil sektörünün ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesi, okulun sektörle entegrasyonunun güçlendirilmesi ve mesleki eğitimin gençler açısından daha cazip hâle getirilmesine yönelik çalışmalar ele alındı.

İş birliği kapsamında öğrencilerin uygulamalı eğitim imkânlarının geliştirilmesi, sektörle daha fazla buluşturulması ve mezunların istihdama güçlü biçimde kazandırılması hedefleniyor. İTHİB'in tekstil mühendisliğine yönelik burs programıyla oluşan olumlu algının mesleki ve teknik eğitime de taşınması, gençlerin tekstili gelecek vadeden bir kariyer alanı olarak görmesini sağlayacak projelerin geliştirilmesi de gündemde.

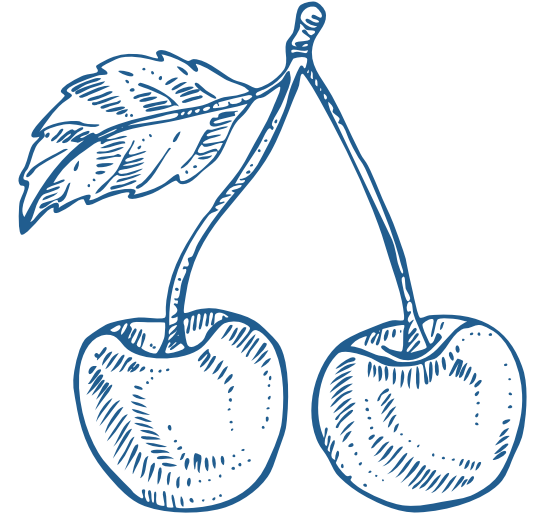
İstanbul İl Millî Eğitim Müdürü Yentür, eğitim, üretim ve istihdam arasındaki bağın güçlendirilmesi gerektiğini vurgularken, İTHİB Başkanı Şişman, tekstilin yalnızca geleneksel üretimden ibaret olmadığını, otomotivden savunmaya ve sağlıktan inşaata kadar uzanan teknik ve katma değerli uygulamalar barındırdığını belirtti. Bu doğrultuda okulun atölyelerinin güncel teknolojilerle güçlendirilmesi ve öğrencilerin gerçek üretim süreçleriyle buluşturulması planlanıyor.

Yüzyılı aşan geçmişe sahip okul, bugün tekstil teknolojisi ve moda tasarımı alanlarında eğitim veriyor. Yaklaşık 21 bin metrekarelik kampüsü, atölyeleri ve laboratuvarlarıyla faaliyet gösteren okulun, güçlenen sektör iş birlikleriyle tekstil sanayisinin geleceğinde daha etkin bir rol üstlenmesi amaçlanıyor.



Yaklaşık 21 bin metrekarelik kampüsü, atölyeleri ve laboratuvarlarıyla faaliyet gösteren okulun, güçlenen sektör iş birlikleriyle tekstil sanayisinin geleceğinde daha etkin bir rol üstlenmesi amaçlanıyor.

Kiraz İhracatı Miktarda 11 Kat, Dövizde 4 Kat Arttı



1 Ocak-10 Ağustos 2026 döneminde 68 bin 737 ton kiraz ihraç eden Türkiye, karşılığında 235 milyon dolarlık döviz geliri elde etti.

Türkiye, 2025 yılında iklim krizi ve özellikle çiçeklenme döneminde yaşanan don nedeniyle büyük kayıp yaşadığı kiraz ihracatında 2026'da güçlü bir toparlanma gerçekleştirdi. 1 Ocak-10 Ağustos 2026 döneminde 68 bin 737 ton kiraz ihraç eden Türkiye, karşılığında 235 milyon dolarlık döviz geliri elde etti. Geçen yılın aynı döneminde ise 6 bin 40 tonluk ihracat karşılığında 47,7 milyon dolar gelir sağlanmıştı. Böylece kiraz ihracatı miktar bazında yaklaşık 11 kat, değer bazında ise 4 kat arttı.

Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Cengiz Balık, Türkiye'nin kiraz üretiminde dünya birincisi, ihracatta ise ilk 3-4 ülke arasında bulunduğunu belirterek 2026'da güçlü bir toparlanma yakalandığını ifade etti. İhracatın yanı sıra pazar çeşitliliğinde de önemli bir gelişme yaşandı. 2025'te 34 ülkeye gönderilen Türk kirazı, bu yıl 52 pazara ulaştı. İspanya, İtalya, Litvanya, Letonya, Birleşik Krallık ve İrlanda'nın da aralarında bulunduğu 21 pazara yeniden veya ilk kez ihracat gerçekleştirildi.

Almanya 74 milyon dolarla en büyük pazar olmayı sürdürürken, Rusya 67,5 milyon, Polonya 29 milyon ve Irak 26,5 milyon dolarlık ihracatla öne çıktı. Sektör, 2027'de iklim kaynaklı bir sorun yaşanmaması hâlinde 250 milyon dolarlık ihracata ulaşmayı hedefliyor. Mevcut pazarları korumanın yanı sıra özellikle Uzak Doğu'da yeni fırsatlara odaklanan sektör, Çin'e kiraz ihracatının açılması için çalışmalarını sürdürüyor.



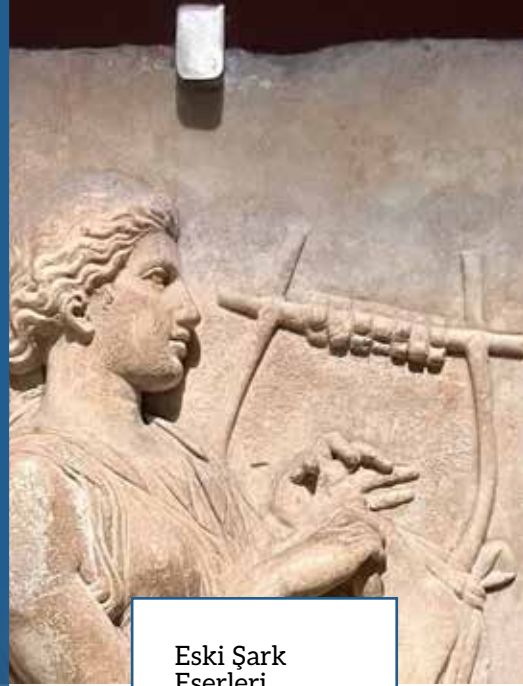
Yoko Ono: İçses ve İçyapı Sergi

Mekân:
Sakıp Sabancı Müzesi

Saat:
10:00-18:00

Yoko Ono'nun Sanat Evreni

Yoko Ono'nun 70 yılı aşan sanat kariyerinden 67 yapıtı bir araya getiren Yoko Ono: İçses ve İçyapı, sanatçının kavramsal işlerden performans, film ve enstalasyonlara uzanan üretimini izleyiciyle buluşturuyor. Hayal gücü, hafıza, barış ve katılım kavramlarına odaklanan sergi, Sakıp Sabancı Müzesi'nin (SSM) galerileri, bahçesi ve Atlı Köşk'üne yayılan kapsamlı dikkat çekiyor. Yoko Ono: İçses ve İçyapı, 27 Aralık 2026 tarihine kadar SSM'de ziyaret edilebilecek.



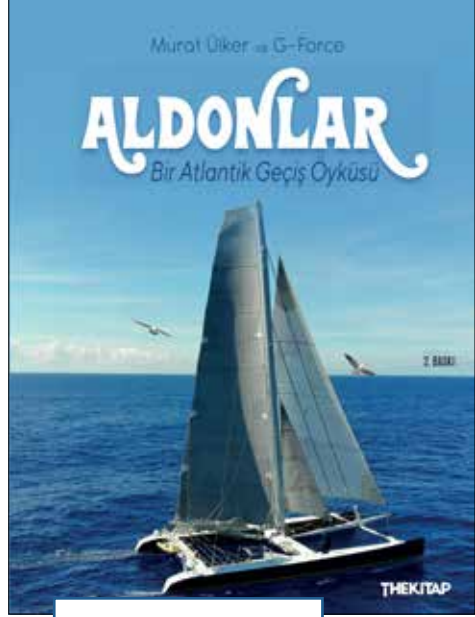
Eski Şark Eserleri Sergi

Mekân:
Eski Şark Eserleri
Müzesi

Saat:
11:00-19:00

Tarihin Derinliklerine Yolculuk

İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nin en kapsamlı koleksiyonlarına sahip olan ve müzenin bahçesinde yer alan Eski Şark Eserleri Müzesi, dört yıllık aranın ardından yeniden ziyaretçilerini ağırlıyor. Mezopotamya, Mısır, Anadolu ve Arap Yarımada'sı'nın kadim uygarlıklarına ait eserleri İstanbul'da tek çatı altında buluşturan müzede, depolarda korunan yüzlerce parça da ilk kez sergileniyor. Hitit kabartmaları, çivi yazılı tabletler, heykeller ve tarihi kitabeler, binlerce yıllık geçmişe ışık tutuyor.



Aldonlar Murat Ülker

Sayfa Sayısı:
136

İlk Baskı Yılı:
2026

Yayınevi:
THE KİTAP

Atlantik'in Ortasında Bir Keşif Öyküsü

Murat Ülker'in Aldonlar: Bir Atlantik Geçiş Öyküsü kitabı, Covid döneminin durağanlığından doğan gerçek bir deniz yolculuğunu anlatıyor. Bir WhatsApp grubunda başlayan fikir, beş kişilik ekibin Las Palmas'tan Antigua'ya uzanan Atlantik geçişine dönüşürken cesaret, dostluk ve dayanıklılığın sınırlarını da keşfe açıyor. Okyanusun değişken doğası ve açık denizin belirsizliği eşliğinde ilerleyen eser, yalnızca bir seyahat değil, insanın kendisiyle ve doğayla kurduğu ilişkiyi de anlatıyor.



Yeniçeriler Godfrey Goodwin

Sayfa Sayısı:
320

İlk Baskı Yılı:
2026

Yayınevi:
Kronik Kitap

Yeniçerilerin Yükselişi ve Çöküşü

Godfrey Goodwin'in Yeniçeriler kitabı, Osmanlı İmparatorluğu'nun en güçlü askeri sınıflarından Yeniçeri Ocağı'nın yüzyıllara yayılan hikâyesini mercek altına alıyor. Ocağın askeri ve siyasi dönüşümünü kronolojik bir çerçevede ele alan eser; devşirme sisteminden acemi oğlanların eğitimine, kışla yaşamından Bektaşî tarikatıyla kurulan bağlara uzanan kapsamlı bir portre sunuyor. İmparatorluğun yükselişinde önemli rol oynayan Yeniçerilerin zamanla geçirdiği dönüşümü ve trajik sonunu gözler önüne seriyor.



Fındıkkıran: Bu Bir Masal Değil Bale

Mekân:
Türk Telekom Opera
Salonu

Fındıkkıran'a Yeni Bir Bakış

Çaykovski'nin ölümsüz müziği, "Fındıkkıran: Bu Bir Masal Değil" ile alışılmış anlatının dışına taşıyor. Pavel Glukhov'un koreografisi, Birinci Dünya Savaşı'ndan dönen Nataniel'in hafızasında geçmiş, aşk, kayıp ve yeniden doğuş arasında ilerleyen çarpıcı bir yolculuk sunuyor. Çağdaş dans, etkileyici dekor ve kostümlerle buluşurken, klasik eser yeni duygularla yeniden yorumlanıyor. Yapım, 11-12 Eylül'de AKM Türk Telekom Opera Salonu'nda izleyiciyle buluşacak.



Swans Konser

Mekân:
AKM Tiyatro Salonu

Klasik Baleye Hip Hop Yorumu

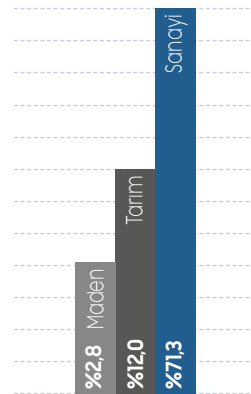
Çaykovski'nin zamansız müziği, Kuğu Gölü'nün klasik anlatısını genç ve çağdaş bir sahne diliyle yeniden yorumluyor. Tan Sağtürk Genç Bale Topluluğu ile hip hop dansçıları buluşturan "Swans", bale, çağdaş dans, teknoloji ve fiziksel tiyatraliteyi aynı sahnede bir araya getiriyor. Beyaz ve siyah kuğuların karşıtlığı üzerinden iyilik ile karanlığın mücadelesini anlatan eser, enerjik ve yenilikçi yorumuyla izleyiciye farklı bir deneyim sunuyor. Swans, 26 Eylül Cumartesi günü AKM Tiyatro Salonu'nda sahnelenecek.

İhracat Rakamları (ÖTS)

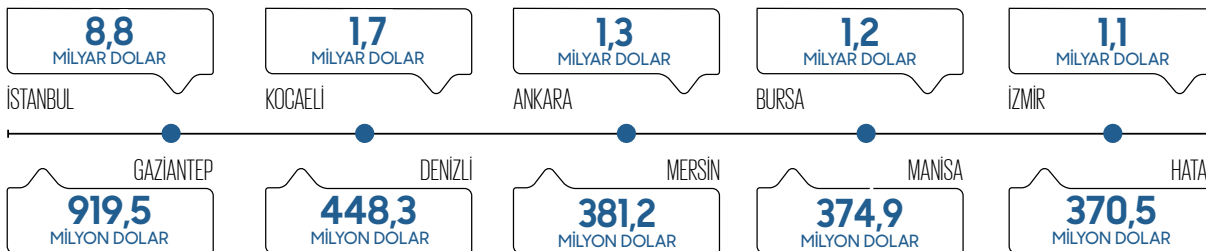
2026 Yılı Ağustos Ayı İhracatı
23,5 Milyar Dolar Oldu.Ağustos Ayı İhracatı Geçen
Yıla Göre Yüzde 8,1 Arttı.Son 12 Aylık İhracat
280,3 Milyar Dolar Oldu.Son 12 Aylık İhracat Geçen
Yıla Göre Yüzde 4,2 Arttı.

En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2026 yılı Ağustos ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,5 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı, 1,3 milyar dolarla ABD ve 1,1 milyar dolarla Birleşik Krallık izledi.

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

İllere Göre 2026 Yılı Ağustos Ayı İhracat Dağılımı



Sektörel Bazda İhracat Rakamları -1,000 \$

SEKTÖRLER	2025	1 - 31 AĞUSTOS			Pay (26) (%)	2025	1 OCAK - 31 AĞUSTOS			Pay (26) (%)
		2026	Değişim ('26/'25)				2026	Değişim ('26/'25)		
I. TARIM	2.703.922	2.820.809	4,3	12,0		23.079.309	23.973.347	3,9		13,0
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.710.373	1.785.160	4,4	7,6		15.408.352	16.177.434	5,0		8,7
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	955.104	958.370	0,3	4,1		8.043.270	7.893.494	-1,9		4,3
Yaş Meyve ve Sebze	177.463	249.139	40,4	1,1		1.989.651	2.897.649	45,6		1,6
Meyve Sebze Mamulleri	209.392	201.066	-4,0	0,9		1.675.049	1.596.872	-4,7		0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	111.092	100.959	-9,1	0,4		1.093.547	960.178	-12,2		0,5
Fındık ve Mamulleri	122.820	116.133	-5,4	0,5		1.457.355	1.731.750	18,8		0,9
Zeytin ve Zeytinyağı	32.494	25.296	-22,2	0,1		345.421	242.045	-29,9		0,1
Tütün	92.607	125.925	36,0	0,5		692.937	743.810	7,3		0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	9.402	8.273	-12,0	0,0		111.123	111.636	0,5		0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	337.984	387.141	14,5	1,6		2.509.911	2.674.907	6,6		1,4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	337.984	387.141	14,5	1,6		2.509.911	2.674.907	6,6		1,4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	655.566	648.507	-1,1	2,8		5.161.046	5.121.007	-0,8		2,8
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	655.566	648.507	-1,1	2,8		5.161.046	5.121.007	-0,8		2,8
II. SANAYİ	15.335.147	16.728.897	9,1	71,3		126.893.808	132.459.239	4,4		71,6
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.117.793	1.160.104	3,8	4,9		8.994.684	9.033.312	0,4		4,9
Tekstil ve Hammaddeleri	748.839	773.485	3,3	3,3		6.257.068	6.324.348	1,1		3,4
Deri ve Deri Mamulleri	137.128	140.157	2,2	0,6		985.358	970.606	-1,5		0,5
Halı	231.826	246.463	6,3	1,1		1.752.258	1.738.358	-0,8		0,9
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2.609.070	2.697.175	3,4	11,5		21.786.946	22.774.489	4,5		12,3
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.609.070	2.697.175	3,4	11,5		21.786.946	22.774.489	4,5		12,3
C. SANAYİ MAMULLERİ	11.608.284	12.871.617	10,9	54,9		96.112.178	100.651.437	4,7		54,4
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.519.171	1.414.393	-6,9	6,0		11.212.196	10.967.998	-2,2		5,9
Otomotiv Endüstrisi	2.729.859	2.791.465	2,3	11,9		26.540.995	27.210.598	2,5		14,7
Gemi, Yat ve Hizmetleri	81.743	100.454	22,9	0,4		1.252.746	1.816.758	45,0		1,0
Elektrik ve Elektronik	1.488.967	1.725.054	15,9	7,4		11.372.307	12.653.845	11,3		6,8
Makine ve Aksamları	962.224	897.934	-6,7	3,8		7.117.484	7.276.055	2,2		3,9
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.098.447	1.310.672	19,3	5,6		8.732.823	9.917.086	13,6		5,4
Çelik	1.364.686	1.531.223	12,2	6,5		10.961.855	11.271.463	2,8		6,1
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	363.878	376.738	3,5	1,6		2.969.564	3.027.366	1,9		1,6
Mücevher	596.278	1.638.018	174,7	7,0		5.694.077	5.350.830	-6,0		2,9
Savunma ve Havacılık Sanayii	833.842	511.369	-38,7	2,2		5.418.177	6.297.848	16,2		3,4
İklimlendirme Sanayii	569.188	574.296	0,9	2,4		4.839.953	4.861.591	0,4		2,6
III. MADENCİLİK	522.783	650.465	24,4	2,8		3.957.145	4.729.487	19,5		2,6
Madencilik Ürünleri	522.783	650.465	24,4	2,8		3.957.145	4.729.487	19,5		2,6
TOPLAM (TİM*)	18.561.853	20.200.171	8,8	86,1		153.930.263	161.162.073	4,7		87,1
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	3.139.237	3.266.617	4,1	13,9		24.035.691	23.844.160	-0,8		12,9
GENEL İHRACAT TOPLAMI	21.701.090	23.466.788	8,1	100,0		177.965.954	185.006.234	4,0		100,0

AKİB Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Limonluk Mah. Vali Hüseyin Aksoy Cad. No: 4 Yenışehir/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	HİB 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
BAİB 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	İİB 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: Doğu Tozanlı Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay Genel Sekreter Yrd.: Volkan Kekevi
DENİB 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	İMMİB 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
DAİB 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	İTKİB 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
DKİB Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Pazarcı 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	KİB 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
EİB 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	OAİB 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
GAB 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@gab.org.tr Web Adresi: www.gab.org.tr Genel Sekreter: Bülent Kayalı Genel Sekreter Yrd.: Ahmet Şahbudak Genel Sekreter Yrd.: Aydın Kutlu Genel Sekreter Yrd.: Serdar Hasan Aydoğan	UIB Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Organize Sanayi Bölgesi 2. Gelişim Sahası Kahverengi Cad. No: 11 16140 Nilüfer/Bursa Tel: 0 224 219 10 00 Faks: 0 224 219 10 90 E-Posta: uludag@uib.org.tr Web Adresi: www.uib.org.tr Genel Sekreter: Mümin Karacakayalılar Genel Sekreter Yrd.: Ayşe Mehtap Ekinci Genel Sekreter Yrd.: Birgül Polat

Genel Sekreter Yiğit Tufan Eser

Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş Genel Sekreter Yrd. Funda Özgüleç Yüceer Genel Sekreter Yrd. V. Merve Yıldız Güler

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

light+
intelligent building
 ISTANBUL

26. – 28. 11. 2026
İSTANBUL KONGRE MERKEZİ
Aydınlatma ve
bina otomasyonu
teknolojileri fuarı


Destekleyen:



AYDINLATMA GEREÇLERİ İMALATÇILARI DERNEĞİ



CORPUS
SİGORTA

GÜÇ BİRLİĞİ

KASKO YAPTIRMA- YANLARIN YAPTIRDIĞI KASKO

KASKONOMİQ

Her 10 KASKONOMİQ'lerden 9'u kaskoya ilk kez ya da yeniden "evet" dedi. Üstelik yarısından fazlası ilk kez kasko yaptırdı.

Çünkü KASKONOMİQ, araç yaşına takılmadan avantajlı primle genişletilmiş kasko güvencesi sunuyor.

Her yaşa, her araca **KASKONOMİQ**.



%91

YENİ SİGORTALI

- ▶ ARAÇ YAŞ SINIRI YOK
- ▶ ORJİNAL YEDEK PARÇA
- ▶ İKAME ARAÇ
- ▶ KAZA HALİNDE ÇEKİCİ HİZMETİ
- ▶ HASARSIZLIK BOZULMAZ

Çarpma, çarpışma, yangın, sel, su baskını, hırsızlık, deprem, terör ve asistans teminatlarıyla.



KAREKODU TELEFONUNUZUN KAMERASI İLE OKUTARAK
UYGULAMAYI İNDİREBİLİRSİNİZ.

Q>BLOG

Q>MAG

Q>SÖZLÜK



QUICK

SİGORTA