



## NORMALLEŞME SÜRECİNİN İLK ADIMLARI ATILDI

# 62

### Ülkelerin yeni rekabet sahası; e-ihracat

Devletler, firmaları e-ihracata yönlendiren teşvikleriyle pandemi döneminde yüksek hacimlere erişen e-ihracattan daha fazla pay almak istiyor.



YENİ



# StyleShoots

## ECLIPSE

Ayakkabı ve Küçük Ürünler için



360° Sinematik Videolar  
İnanılmaz Fotoğraflar  
Hepsi Bir Makinede



Styleshoots Eclipse'i Instagram'da  
keşfedin! @astajuki

### ASTAJUKI

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



İTKİB HEDEF

# İÇİNDEKİLER

## KONULAR

46

### **Güncel**

DEĞİŞEN TÜKETİCİ  
DAVRANIŞLARI,  
PERAKENDE  
SEKTÖRÜNÜ NASIL  
ETKİLEYECEK?

94

### **Kültür Sanat**

İZOLASYON  
SÜRECİNİN YENİ  
SUNUMU ONLINE  
KÜLTÜR SANAT

98

### **Değişim**

DİJİTALLEŞEN İŞ  
DÜNYASININ YENİ  
TRENDİ "HOME OFFICE"

102

### **Yaşam**

MODA BİR KIYAFETTEN  
ÇOK DAHA FAZLASI



# İÇİNDEKİLER



## BÖLÜMLER

08

### Kısa Haberler

Maske ihracatı için ön izin kaldırıldı

38

### Kapak Konusu

Küresel pandemiye küresel yanıt  
“Normalleşme süreci”

50

### Gündem

ABD-Çin hattında yeni kriz  
“Çin virüsü”

### 84 Halının Tarihi



54

### Dosya

Gelecek geldi (mi?)

62

### İhracat

Türkiye ve gelişmiş ülkeler  
e-ihracatı destekliyor

68

### Araştırma

İhracatçının güvenli limanı  
alacak sigortası

74

### Moda Tasarımcısı

#### HATİCE GÖKÇE

Erkek giyiminde avangart ve  
deneysel tasarımlar

78

### Rapor

McKinsey pandemiye moda endüstrisi  
için fırsat olarak görüyor

80

### Analiz

Türkiye dokusuz kumaş kapasitesi  
ile fark yaratıyor

86

### Sektörel Bakış

Maske üretiminde standartlara  
uyum test ediyor

## İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

### SAHİBİ

İTKİB adına Genel Sekreter V.  
Mustafa BEKTAŞ

### YAYIN KURULU BAŞKANI

Hikmet ÜNAL

### YAYIN KURULU BAŞKAN YARDIMCILARI

Sultan TEPE

Bekir Burak UYGUNER

İbrahim GEYİKOĞLU

### YAYIN KURULU

#### HAZIR GIYIM

İlker KARATAŞ  
Mithat SAMSAMA

#### TEKSTİL

M. Fatih BİLİCİ  
Ali Sami AYDIN  
Orhan AYDIN  
Fatma UÇURUM

#### DERİ

İlhan KUŞELİ  
Serkan CEVAHİRCİOĞLU

#### HALI

Bülent METİN  
Haşim GÜRELİ

### YÖNETİM YERİ

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

TEL: 0212 454 02 00

FAX: 0212 454 04 15

WEB: www.itkib.org.tr

e-mail: info@itkib.org.tr



viyamedya

YAYINA HAZIRLIK

### GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Selda YEŞİLTAS

### SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Murat ERDOĞAN

### BAŞ EDITÖR

Peri ERBUL

### GÖRSEL YÖNETMENLER

Ercan YAVUZ, Erkan ALTINDAĞ,  
Yılmaz MERMER

### EDİTÖRLER

Ebru PAKSOY, Edip ÜÇOK  
Zeynep TÜTÜNCÜ GÜNGÖR

### MUHABİR

Gizem İRİS

### FOTOĞRAF EDITÖRÜ

Fatih YALÇIN

### REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ MÜDÜRÜ

Nilüfer SENTÜRK

### REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ

Angel ZAMAN, İlknur ULUSOY,  
Nisa ÖZTÜRK

### İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI YUNUS

APT. NO: 45 KAT: 3

NİSANTASI - SİSİLİ / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

### BASKI

ÖZGÜN OFSET

Seyrantepe, Aytekin Sok. No:21

Kağıthane/İstanbul

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

# brother *Yamatoto*<sup>®</sup>

## NEXIO S-7300A

## VG Serisi Yüksek Japon Teknolojisi



## EN İYİSİNİ İSTEYENLER İÇİN ÜRETİLDİLER!

UĞUR PLAZA Merkez Mah. Aytaç Mevkii Basın  
Ekspres Yolu No:5/A 34303 Halkalı - İSTANBUL  
Tel.: +90 (212) 495 00 00 Faks: +90 (212) 495 39 50  
uguras@brothertr.com www.ugurbrother.com

Türkiye Distribütörü

**UĞUR**<sup>®</sup>  
M A K İ N A

# KMT

1996

KOMET METAL ACCESSORIES

ONe STeP AHead



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

# KOMET METAL SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİMDE METAL AKSESUAR SEKTÖRÜNE ÖNCÜLÜK EDİYOR...

Komet Metal Aksesuar San. Ve Tic. A.Ş. için 1996 yılından beri düğme ve aksesuar fabrikası olarak üretimine devam ediyor. 7000 metrekarelik tesiste aylık 50.000.000 metal aksesuar üretim kapasitesine sahip. Sektördeki ticari liderliğini sürdürülebilirliğe verdiği önem ve çevre dostu üretimde de ortaya koyuyor.

Komet Metal Aksesuar San. Ve Tic. A.Ş. sürdürülebilir üretim kapsamında HOHENSTEIN belgelendirme kuruluşu tarafından yapılan denetimler sonucunda, metal aksesuar alanında STeP by OEKO-TEX belgesini dünyada ilk defa alan firma oldu.

STeP by OEKO-TEX belgesi; markalara, bayilere ve üreticilere sürdürülebilirlik konusundaki piyasa talebini başarılı şekilde karşılamak ve şeffaf bir şekilde belgelemek için hedefe yönelik bir çözüm sunmaktadır. Çevre dostu üretim proseslerinin kalıcı şekilde uygulanması, iş güvenliğinin iyileştirilmesi ve tüm üretim tesislerinde sosyal sorumluluk bilincine uygun çalışma koşullarının teşvik edilmesi amaçlanır.

Komet Metal Aksesuar San. Ve Tic. A.Ş. için sürdürülebilirliğin önemi, doğa ve çevre dostu bir üretim gerçekleştirmektir. Sürdürülebilir üretimin bütünü olarak kullanılan teknolojinin, çevrenin ve doğal kaynakların iyi tanınması gerekmektedir. Bu kapsamda Komet Metal Aksesuar San. Ve Tic. A.Ş. günümüzde müşterilerinden gelen talepler doğrultusunda üretimde kimyasalların sorumlu kullanımıyla, yüksek kalitede, çevre dostu ve sosyal sorumluluk bilincinde ürünlerini ortaya koymaktadır.

Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun 1987 yılında yayınladığı raporda sürdürülebilirliğin tanımı; "İnsanlık, doğanın geleceğinde aktif rol alacak olan kuşakların gereksinimlerine cevap verebilme yeteneğini; hiçbir tehlikeye atılmadan, günlük ihtiyaçlarını temin ederek, kalkınmanın sürdürülebilir kılma yeteneğine sahip olmaktır." şeklinde yapılıyor. Komet Metal Aksesuar San. Ve Tic. A.Ş. doğa dostu üretim anlayışıyla yaşadığımız çevreyi korurken gelecek nesiller için de üzerine düşeni yapıyor.

**OEKO-TEX®**

INSPIRING CONFIDENCE

**STeP**



19001236 HOHENSTEIN HTTI

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



@kometmetal



kmt@kometmetal.com.tr

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

## İTÜ Teknokent'te nano teknoloji kumaş makinesi geliştirildi



İSTANBUL TEKNİK Üniversitesi ARI Teknokent şirketlerinden Areka Filtrasyon, nano teknolojiyle kumaş üretimi yapan makineler geliştirdi. Günlük en az 30 bin FFP3 standardında koruyucu maske üretim kapasiteli 150 santimetre eninde nanolif üretim makinesinin imalatının devam ettiğini açıklayan şirket; haziran ayında seri üretime geçileceğini bildirdi.

İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi bünyesinde Öğretim Üyesi olarak çalışan Areka Filtrasyon Genel Müdürü ve Medikal Tekstiller Ar-Ge Merkezi (Mediteks) Koordinatörü Doç. Dr. Ali Kılıç, tekstil sektörünün Türkiye için gerek üretim gerekse istihdam anlamında kritik önemde olduğunu ve daha donanımlı, daha bilgili, daha vizyoner tekstil mühendislerinin yetistirilmesinin sektörün geleceğini belirleyeceğini ifade etti. İTÜ Çekirdek Big Bang'te üçüncülük ödülü alan projeleriyle patent aldıklarını belirten Kılıç; "Öğrencilerimle yazdığımız proje Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından desteklendi ve Areka Filtrasyon şirketi kuruldu. Patentini de aldığımız yenilikçi lif üretim sistemleri üzerine çalışmalar yapıyoruz. Bunlar şu anda oldukça önem kazanan filtre maske üretimi için gerekli kumaşların makineleri. Ürettiğimiz bilgilerin somut katma değer sağlayan ürünlere dönüştüğü bir şirket yapısı kurmayı hedefledik" ifadelerini kullandı.



## Maske ihracatı için ön izin kaldırıldı

**TİCARET BAKANİ** Ruhsar Pekcan, Twitter hesabından yaptığı açıklamada "Tekstil ve hazır giyim sektöründe küresel talep daralmasının yaşandığı bu dönemde, çok kullanımlı bez (dokuma-örme kumaştan mamul) maske ihracatı için ön izin şartı aranmayacak" dedi.

Piyasaya sunulan tıbbi ve cerrahi maskelerin ihracatında Sağlık Bakanlığı'ndan ön izin alınması uygulamasının son dönemde ülkede artan maske ihtiyacının karşılanmasına ve sağlık çalışanlarının tam donanımlı olarak COVID-19 hastalarına hizmet sağlamasına önemli katkı sağladığını belirten Pekcan; Ticaret Bakanlığı olarak ihracatçı sektörlerin COVID-19 pandemisinin dünya

ekonomisinde yol açtığı tahribatı en az zararlarla atlatmalarını sağlamayı amaçladıklarını vurguladı.

"Türkiye, bir yandan sağlık hizmetlerinin gerektirdiği tıbbi ekipmanlarda yurt içi talebi karşılarken, aynı zamanda dünyanın önde gelen tekstil ve hazır giyim üreticilerinden biri olarak bez maskenin uluslararası piyasada en büyüğe sahiptir" şeklinde konuşan Bakan Pekcan; tekstil ve hazır giyim sektöründe küresel talep daralmasının yaşandığı bu dönemde, çok kullanımlı bez maske ihracatı için ön izin şartı aranmayacağını açıklayarak; "İhracatçılarımıza kolaylık sağlayacak bu uygulamanın hayırlı olmasını dilerim" şeklinde konuştu.

## HAZIR GİYİM MAĞAZALARININ ÇOĞU 1 HAZİRAN SONRASINDA AÇILDI

**TÜRKİYE'DE KORONAVİRÜS** salgını nedeniyle bir süredir kapalı olan alışveriş merkezleri 11 Mayıs itibarıyla kapılarını tekrar açtı. Alışveriş merkezlerinin açılma kararı almış olmasına rağmen içlerindeki mağazaların çoğunun ilk anda açılmaması dikkat çekti. Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD) Başkanı Hüseyin Altaş, Türkiye genelinde 436 alışveriş merkezinden 420'sinin 11 Mayıs itibarıyla açıldığını söyledi.

Altaş; alışveriş merkezlerindeki mağazaların yüzde 40'ünün kapılarını belirlenen tarihte açtığını, ancak mağazaların çoğunluğunun sokağa çıkma yasakları ve bayram tatili dolayısıyla 1 Haziran ve sonrasında

acmaya başladıklarını belirtti. Hazır giyim mağazalarında ilk anda oranının daha düşük olduğunu belirten Altaş, alışveriş merkezlerinde 11 Mayıs öncesinde de açık olan market ve eczaneler dışında; özellikle kozmetik, çocuk kıyafeti, spor ürünleri mağazalarının açılma oranlarının daha yüksek olduğunu aktardı. Salgın öncesinde normal zamanda Türkiye'de bir günde alışveriş merkezlerine giren kişi sayısı 6,5 milyon iken 11 Mayıs Pazartesi günü 1 milyon 226 bin giriş olduğunu aktaran Altaş, açılan mağazalarda ortalama cironun da normale oranla yüzde 40 seviyesinde olduğunu, alışveriş merkezine giren 10 kişiden 8'inin alışveriş yaptığını dile getirdi.



# COVID-19'U BİRLİKTE YENELİM



## PEGASUS®

## ZOJE



### M952 Serisi

Overlok Makinesi ile  
Lastik Takma



### W662PV Serisi

Burunlu Reçme ile Lastik  
takıldıktan sonra kenar kıvrırma



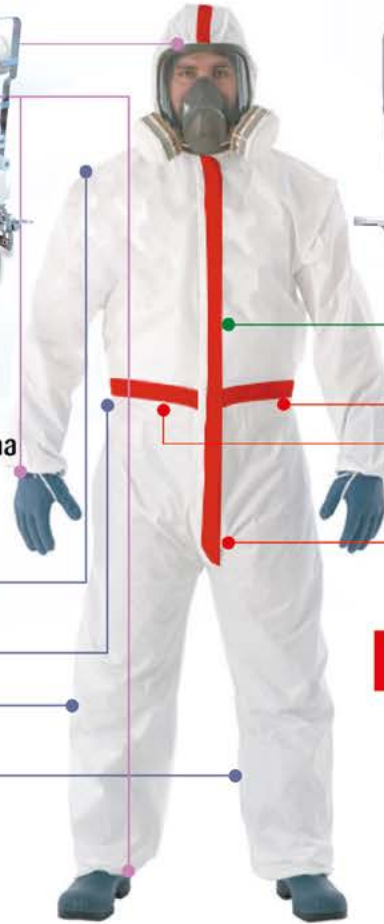
### A8000

Yeni Nesil D.Drive Düz  
Dikiş Makinesi LCD ekran  
Kompakt Sistem



### M922 Serisi

Virüse karşı güçlü koruma için  
çift iğne zincir dikiş ile birleştirme



## HO-HSING

### BM6000

ŞERİT YAPIŞTIRMA  
KAYNAK MAKİNASI



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

**TETAŞ**  
İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.

Güvenli Hizmet

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



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

 Tetaş İç ve Dış Ticaret A.Ş.

 tetas.com.tr

 Tetaş AŞ

## Pandemi, tekstil ve hazır giyim sektörlerini doğrudan etkiledi



**PANDEMİ SÜRECİNİN** moda sektörü üzerindeki etkisini değerlendiren Atılım Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü Başkanı Dr. Serdar Egemen Nadasbas, modanın umutsuzluğun yoğun olarak yaşandığı süreçlerin sonrasında insanların yeniden canlanması için ilk başvurdukları yol olduğunu dile getirdi. İnsanların kendini iyi hissetmek için evlerini yenilediklerini, maskelerini süslediklerini, sık ev giysileri tercih ettiklerini ve böylece kendilerini motive ettiklerini söyleyen Nadasbas; "İş ortamının evlere taşınması ile formal giysileri andıran ev kıyafetleri tercih edilmeye başlandı, fiziki alışverişin durduğu noktada online alışveriş patlama yaşadı, evde spor yapmak için aktif giyim ürünleri ve spor ekipmanları satışında artış görüldü. Moda, doğası gereği yeni olanla ilgilidir. Bu bir savaş, sanat akımı, teknolojik gelişme ya da içinde bulunduğumuz zamanda olduğu gibi bir salgın olabilir. Özellikle kitlesel ölçekte yansımaları olan yeni gelişmeler her alanı olduğu gibi modayı da doğrudan etkiledi. Bu etki üretim sistemlerinde, formlarda, renklerde ya da malzemelerde görülüyor" dedi.

1918'de ortaya çıkan ve dünya genelinde milyonlarca insanın hayatını kaybettiği İspanya gribi salgınında da tıpkı bugün olduğu gibi maske kullanımının yaygınlaştığını hatırlatan Nadasbas sözlerine; "Görselliğin daha da önemli olduğu günümüzde maskelerin sadece koruma fonksiyonunu yerine getirmesi kullanıcılar için yeterli değil. Bunun yanında estetik kaygılar da devreye giriyor. Moda ve tekstil, COVID-19 salgınının şu ana kadar en çok etkilediği sektörler arasında. Salgının küresel ölçekte hissedilmeye başladığı mart ayının satış rakamlarında şubat ayına göre yüzde 34'lük bir düşüş ortaya çıktı. Moda endüstrisinde satışların yüzde 80'inin fiziki ortamda gerçekleştiriliyor olması bunun diğer bir nedeni. Alışveriş için mağazaları tercih eden insanların evlerinden çıkamamaları sektörün kan kaybetmesini tetikledi. Artık bir giysinin sık ya da kaliteli olmasının dışında farklı ihtiyaçları da karşılaması gerekecek" şeklinde devam etti.

## Stok Finansman Destek Paketi devreye alındı

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, koronavirüs salgınının ihracatçılara olan olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla Türk Eximbank'ın "Stok Finansman Destek Paketi"ni devreye aldıklarını açıkladı.



**TÜRK EXİMBANK;** salgınla mücadele döneminde ihracatçılara uygulanmasına yeni başlanan Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) kaynaklı Türk Lirası reeskont kredisinden Kredi Garanti Fonu (KGF) teminatıyla kullanılan reeskont kredisine, kredi geri ödemelerinde süre uzatımından kredi azami vadelerinin uzatımına kadar birçok finansman kolaylığı sağladı. Bu desteklere ek olarak yeni bir finansman destek paketini de ihracatçıların hizmetine sunduklarını belirten Bakan Pekcan, "Türk Eximbank'ın stok finansmanına yönelik kredisi mevcut koşullarda sipariş iptalleri ve talep düşüşü nedeniyle ürünlerini planladığı gibi satamayıp stokları artan ihracatçılarınmıza

kolaylık sağlayacak" dedi.

Pekcan, bu kapsamda KGF tarafından Türk Eximbank'a tanınan Hazine destekli kefalet limitinin toplam 10 milyar lira olduğuna işaret ederek, kredinin detaylarına ilişkin şunları kaydetti: "KGF teminatıyla TCMB kaynağından Türk Lirası olarak kullanılacak kredinin faizi yıllık yüzde 7,25, KGF komisyonu ise binde 4,5 düzeyinde olacak. Kredi, TCMB kaynaklarından, azami 1 yıl vadeli olarak kullanılacak. Kredi limiti, KOBİ'ler için 25 milyon lira, KOBİ dışı firmalar için 50 milyon lira olacak ve 1 Ocak-31 Mart 2020 tarihlerindeki stok alım belgelerinin ibrazı halinde kullanılacak."

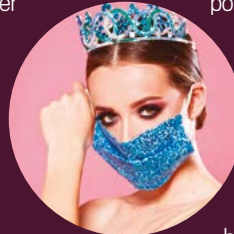
## HAZIR GİYİMDE MASKE MODASI ÇEŞİTLENİYOR

**COVID-19 SALGINI** nedeniyle günlük hayatın vazgeçilmez olan maskeler, moda markalarının da kreasyonlarında yer almaya başladı. Farklı tasarımlar, renk ve desenlerde üretilmeye başlanan maskeler, koruyucu bir etki sağlarken aynı zamanda modadan uzak kalmak istemeyenler için alternatif oluşturuyor.

Kıyafetlerine uygun maske kullanmak isteyen tüketicilere yönelik

olarak Türk hazır giyim markaları da inovatif ürünlerini pazara sunmaya başladı. Müşteri portföylerine ve markalarının

kimliğine uygun, özgün tasarımlar hazırlamaya başlayan hazır giyim markalarının yeni ürün alternatifleri arasında siperlikli sapka gibi yaratıcı ürünler yer alıyor. Maske tasarımlarında ağırlıklı olarak trend sloganlar, hayvan figürleri, çizgi film karakterleri gibi öğeler kullanılıyor.



# İŞİ DÜNYAYLA OLAN İHRACATÇILARA DÜNYA KADAR DESTEK!

**6 aya kadar ödemesiz dönemli İhracat Kredisi**  
ve dış ticaret hizmetleri İhracatçıya Destek Paketi'nde.

e-Teminat Mektubu  
İhracatçı Kart  
Dış Ticaret Paketleri  
e-İhracat Hizmet Paketi  
Nakliyat Sigortası  
Muhabir Garantili İhracat Faktoringi  
e-Mail Bilgilendirme Hizmetleri  
İş Bankası her zaman, her yerde sizinle.

TÜRKİYE  BANKASI



Kampanya çerçevesinde firma başına 2.000.000 €/2.000.000 \$/5.000.000 TL limite kadar kredi verilebilecektir. Kredi talepleri için son karar İş Bankası tarafından verilecektir. İş Bankası, kredi talebini reddetme ya da gerekli gördüğü takdirde farklı şartlarda kredi tahsis etme ve teminat talep etme hakkına sahiptir.

## Küresel moda endüstrisine çağrı



**İNGİLİZ "THE British Fashion Council" (BFC) ve Amerikan "Council of Fashion Designers of America" (CFDA) sektörel kuruluşları bir araya gelerek küresel moda ve hazır giyim endüstrisinden yavaşlaması ve COVID-19 salgını vesilesiyle sektörün kendini yeniden organize etmesi çağrısında bulundu. İngiltere'nin ve ABD'nin iki önemli hazır giyim, moda kuruluşunun bu çağrısının önemli olduğu düşünülüyor.**

Söz konusu çağrıda COVID-19 pandemisinin sektörü her açıdan olumsuz yönde etkilediği ancak sektörün küresel çapta yavaşlaması ve kendini yeniden dizayn edebilmesi ve resetlemesi için vesile olabileceği belirtiliyor. Çağrıda uluslararası markaların yıl boyunca çıkardıkları koleksiyon sayılarının da azaltılması gerektiği yer alıyor.

## Uluslararası Doğu Halıları Konferansı 2021 yılına ertelendi

**BU SENE 15. baskısının İstanbul'da yapılması planlanan Uluslararası Doğu Halıları Konferansı (International Conference on Oriental Carpets - ICOC), pandemi sürecinin yaratmış olduğu kısıtlılık ve alınan sağlık önlemleri sebebiyle, 2021 yılına ertelendi.**

Dünya genelinde yüzlerce yabancı satın almacı, ihracatçı, üretici, koleksiyoner ve halı meraklısının katıldığı ICOC, her sene dünyanın önde gelen şehirlerinin ev sahipliği yapmak için yarıştığı ve halı sektörünün küresel arenadaki en önemli organizasyonlarından biri olarak kabul ediliyor.

Bu sene ipi göğüsleyerek konferansa ev sahipliği yapma hakkını kazanan İstanbul'un bu başarısının arkasında İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) bulunuyor.

Uluslararası Doğu Halıları Konferansı Yürütme Komitesi iş birliği ile gerçekleştirilecek olan ICOC'nin Türkiye Yürütme Komitesi Başkanlığı'nı yürüten İHİB Başkan Yardımcısı İbrahim Geyikoğlu, konuya dair yaptığı açıklamada, "Türkiye bir halı ülkesi, bu sebeple de ICOC'nin burada, dünya şehri İstanbul'da yapılması çok önemli. Hem Türkiye halı sektörünün gücünü göstermek, Türkiye halılarının, el kilimlerinin değerini ortaya koymak hem de ülkemizin tanıtımını yapmak adına bu konferans değerli bir yerde duruyor.

Bu, İstanbul'un ikinci ev sahipliği olacak. Daha önce 2007 yılında şehrimizde yapılmıştı.



Bugüne dek pek çok kez ICOC'lere katılmış biri olarak söyleyebilirim ki, İstanbul'da yapılan konferans, en başarılı birkaç ICOC'den biriydi. Bunun sebebi de konferansı spesifikleştiren 'oryantal' kavramının içinde bulunuyor olmanız" dedi.

Pandeminin yarattığı talihsizlikler nedeniyle konferansın ertelenmesinin kendilerini üzdüğünü aktaran Geyikoğlu, bunu telafi etmek adına arada geçecek olan zamanı, etkinliği içerik olarak daha da çeşitlendirecek ve zenginleştirecek fikirler üzerine düşünerek geçireceklerini ekledi.

## HEPSİBURADA'DAN HAZIR GİYİM PERAKENDECİLERİNE ÖZEL PAKET

**COVID-19 SALGINIYLA** birlikte tüketicilere ulaşmakta zorluk çeken tekstil ve hazır giyim perakendecilerine özel bir Perakende Dayanışma Paketi hazırlayan Hepsiburada, Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) ile iş birliği yaptı. Üç ay süreyle BMD üyesi markaların Hepsiburada'da açacakları mağazalarındaki satışlarına ekstra ticari destek sağlayan Hepsiburada, ek pazarlama aktiviteleriyle markaların öne çıkmasına yardımcı oluyor. Paket kapsamındaki firmalar ayrıca lojistik için Hepsijet'i kullanabiliyor. Hepsiburada ile yeni çalışmaya başlayacak tüm BMD üyesi markaların entegrasyon ücretini de bu süre boyunca Hepsiburada üstleniyor ve ilgili online ve offline kanallarda özel lansman

duyuruları yaparak firmaların marka bilinirliğine destek oluyor.

Arzu eden BMD üyesi markalar, bir kısmı mayıs ayı itibarıyla bir kısmı ise yaz sonuna kadar operasyona açılacak Avrupa, Türki Cumhuriyetler ve Orta Doğu bölgesinden istedikleri ülkelere Hepsiburada üzerinden satış yapma imkanını yakalayacak. Hepsiburada, BMD üyesi markaların yurt dışı pazarlara ürün satışını kolaylaştırmak adına ürün geliştirilmesi, ürünlerin e-ticaret platformunda doğru konumlandırılması, pazarlama faaliyetleri, lojistik ve gümrük hizmetleri, yerel dil desteği, yerel tahsilat ve ödeme çözümleri dahil birçok konuda altyapı desteği sunacak.

# MPRENSES®

## TEXTILE

GELİNLİK • ABİYE & FANTAZİ KUMAŞ

### PRENSES EXCLUSIVE İstanbul

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

### SULTANHAMAM 1

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

### SULTANHAMAM 2

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

### MAHMUTPAŞA

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

### NİŞANTAŞI

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

### İZMİR

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



/presestextile

www.mprenses.com

## Next, sipariş iptallerinden tasarruf etti



**AVRUPALI HAZIR** giyim perakende markaları, özellikle de İngiliz perakende hazır giyim markaları ve alım grupları koronavirüs salgınına bahane ederek tedarikçi ülkelere hem mevcut ve gelecek mal siparişlerini iptal etti hem de geçmiş ve mevcut borç ödemelerinde zorluk çıkardı. Markaların ayrıca ek vade ve indirimler talep ettiği de biliniyor.

Bu süreçte, İngiliz hazır giyim markalarından Next'in, koronavirüs salgını gerekçesiyle iptal ettiği veya ertelediği siparişler nedeniyle 290 milyon pound tasarruf ettiği kaydedildi.



## Mısır'daki fabrikalar zor durumda

**MISIR'DAKİ HAZIR** giyim fabrikaları sipariş iptalleri nedeniyle zor durumda kaldı. Sipariş iptallerinin milyonlarca dolar değerinde olduğu kaydedilirken hazır giyim üreticilerinin en az üçte ikisi, salgın sonrası kapasitelerini çok ciddi oranda düşürdü. Anket yapılan yerli hazır giyim tedarikçilerinin üçte biri, 3 ay içinde toparlanmayı umuyor ama çoğunluk ancak 12 ay veya daha uzun sürede toparlanabileceğine inanıyor.



## Hazır Giyim

# Markalar stoktaki ürünler için çözüm arıyor

COVID-19 sonrasında hazır giyim sektörünü bekleyen en büyük belirsizliklerden biri, ilkbahar-yaz ürünlerinin akıbeti olacak.

**PERAKENDE SEKTÖRÜ** faaliyete geçtiğinde üretilmiş ürünlerin mağazalara gönderilip gönderilmeyeceği ve tüketicilerin bu ürünleri almak isteyip istemeyeceği belirsizliğini korurken ürünlerin satılmaması durumunda ne olacağı da merak konusu. Üretim fazlasının ilk etapta mağazalara gönderilmesi bekleniyor. Ancak yeni sezon ürünleri geldiğinde bu ürünler reyonda daha fazla bekletilemeyecek. Stokta bulunan ürünleri eritebilmek için yüzde 70 ve daha da fazla oranlı indirimlerin söz konusu olacağı düşünülüyor. Bir başka çözüm ise, mevcut ürünleri bir sonraki sezon için yeniden tasarlamak ancak burada da tedarik zincirinin kompleks yapısı nedeniyle sorunlar çıkıyor. Yeniden tasarlanan ürünlerin yerel pazarlarda değerlendirilmesi durumunda beden konusunda sorunlar oluşabiliyor. Markaların, ürünleri yeniden işlemekten geçip pazarlamaya yönelik eğilimlerinin daha yüksek olduğuna dair bilgiler edinilirken, ürünlerini bir sonraki yılın ilkbahar-yaz sezonu için bekletmeyi planlayan markalar ve perakendeciler için ise depolama en büyük sorun.

**SATILMAYAN ÜRÜNLERİN NASIL DEĞERLENDİRİLECEĞİ MERAK KONUSU**  
Perakendecilerin satılmayan ya da stok fazlası ürünleri fiyatlarını kırarak indirimli satış mağazalarına satması bekleniyor. Ancak aynı üründen yüzlerce adet almak için indirimli satış mağazalarını ikna etmek ayrı bir sorun olarak ortaya çıkıyor. Aynı sorun, ürünlerin indirimli satış mağazaları sonrasındaki muhtemel durağı olan ikinci el pazarında da ortaya çıkacak gibi görünüyor. Ayrıca tüketicilerin ikinci el kıyafete yönelik taleplerinin koronavirüs riski taşıyabilecekleri endişesiyle eskiye göre daha düşük olması bekleniyor. Satılmayan ürünlerin geri gönderimi de nakliye ücretini kimin ödeyeceği ya da paketlemenin dahil olup olmayacağı gibi alt sorunları içeriyor. Ürünler, indirimli satış mağazalarında ya da ikinci el pazarında satılmazsa bu durumda markaların gideceği bir sonraki durak yardım merkezleri ve geri dönüşüm olacak. Hazır giyim sektörünün bu süreçten kâr elde ederek çıkması söz konusu olmadığı için alınan hasarı en aza indirecek şekilde hareket etmenin en doğrusu olacağı düşünülüyor.



## Tekstil Dünyası'nda kendimizi evimizde hissediyoruz

Hem kökleri merkezinin bulunduğu bölgede çok sağlam hem de bütün dünyada kendini evinde hissediyor. Groz-Beckert'i farklı yapan özellik bu. Endüstriyel makine iğnelerinin, hassas makine parçalarının ve sistemlerin dünyada lider üreticisi olarak, ürünlerimizin ve servislerimizin kalite ve hassasiyet standartlarını mümkün olan en yüksek seviyede tutuyoruz. Yaklaşık 9.000 çalışanımız ve örme, dokuma, keçe, tafting, tarak ve dikiş alanlarında kullanılan yaklaşık 70.000 adet ürün çeşidimiz ile tekstil endüstrisine en ideal desteği sunuyoruz. Ve 1852'den beri bu şekilde sizi hedeflerinize ulaştırıyoruz.

### Ücretsiz myGrozBeckert Uygulaması



Haber Bülteni  
Online kayıt olabilirsiniz



### Groz Beckert Turkey Tekstil Makine Parç.Tic.Ltd.Şti.

Gen.Ali Rıza Gürcan Cad.  
Alparslan İş Merkezi No: 29 / 1-2-3  
34169, Merter, İstanbul, Türkiye

T: 0212-9246868 | F: 0212-9246869

info.turkey@groz-beckert.com [www.groz-beckert.com](http://www.groz-beckert.com)

## Debenhams tedarikçi ödemeleri için ek süre istedi



**İNGİLİZ DEBENHAMS'IN,** 40 tedarikçiden yılda 120 milyon dolarlık mal aldığı Bangladeş'te üreticileri yüz üstü bıraktığı ve Debenhams yönetiminin Bangladeşli üreticilerden yüzde 90 indirim istediği belirtiliyor. Markanın Bangladeşli üretici firmalara 66 milyon dolar borcu olduğu da bilinirken malların 26 milyon dolarlık kısmı İngiliz limanlarında, 40 milyon dolarlık kısmı ise tedarikçi fabrikalarda yüklenmeyi bekliyor.

Daha önceden borcunu ödemek için mart ayına kadar 60 günlük moratoryum isteyen marka, 30 gün daha müddet istediğini bildirdi. Tedarikçiler ise yüzde 90 oranında indirim yapamayacaklarını, güçlerinin ancak yüzde 15 oranında bir indirime yeteceğini söylüyor.



## Tedarikçilerine satın alma taahhüdünde bulundu

**NİSAN AYININ** başında Primark, koronavirüs bağlantılı perakende krizi nedeniyle Bangladeş merkezli üretimlerinden 256 milyon poundluk siparişlerini iptal etmiş veya askıya almıştı. Salgının yayılma hızının kontrol edilebilmesi amacıyla kapanma mecburiyetinde kalan Primark'ın dünya genelindeki 373 mağazasında, stokunda ve tedarik zincirinde toplam bedeli 1,6 milyar poundluk ürünün beklediği belirtildi.

Bangladeş Hazır Giyim Üreticileri ve İhracatçıları Birliği'nin (BGMEA) açıklamasına göre Primark; 135 milyon pound değerinde, 83 milyon parça hazır giyim ürünü siparişini iptal etmiş, 121 milyon pound değerinde 84 milyon parça hazır giyim ürünü siparişini ise askıya almıştı. Primark'ın askıya aldığı siparişleri de zaman içerisinde iptal edebileceği yönünde yorumlar gündemde. Bu haberler üzerine bazı insan hakları ve çalışma örgütlerinden oluşan sivil toplum kuruluşları, Sunday Times'ta Primark'a yönelik bir çağrı mektubu yayımladı. Söz konusu mektupta

Primark'ın iptal ve askıya aldığı siparişlerin Bangladeş'te yarım milyon işçiyi zor durumda bıraktığı ifade edildi. Birçok işçinin zor bir hayat sürdüğü, düşük maaşlarla ve sosyal güvencesiz çalıştıkları, İngiliz markalarının etik olmayan davranışlarının cezasının çalışanlara çektilmemesi gerektiği belirtildi.

### STOK MİKTARI 2 MİLYAR POUND SEVİYESİNE ÇIKTI

Bu gelişmelerin ardından 20 Nisan tarihinde Primark tarafından yapılan açıklamada, tedarikçilerin desteklemesi amacıyla üretimi bitmiş olan ve devam eden siparişlerinden 370 milyon pound tutarındaki bir bölümün daha alınımın yapılacağı duyuruldu. Açıklamaya göre Primark, 17 Nisan itibarıyla tedarikçileri tarafından üretilmiş, üretimi başlamış veya üretimi planlanmış ürünleri satın alacağını bildirdi. Mağazalarının kapalı olduğu dönemde Primark'ın satın almış olduğu ve satın alma taahhüdünde bulunduğu stok miktarının 2 milyar pound seviyesine çıktığı belirtildi.

## HAZIR GİYİM PAZARI 2019 HACMİNE ANCAK 2022'DE ULAŞACAK



**KORONAVİRÜS SALGINININ** 2020 yılında küresel hazır giyim pazarında 2019 yılına göre 297 milyar dolar değerinde daralmaya neden olacağı öngörülüyor. Global Data Araştırma şirketi tarafından yapılan araştırma kapsamındaki öngörüye göre bu kaybın yüzde 42'sinin sadece ABD pazarında gerçekleşeceği tahmin ediliyor.

ABD pazarındaki daralmanın giderek daha

fazla hazır giyim perakende firmasının Chapter 11 kapsamında iflas koruma başvurusu yapmalarına neden olacağı beklenirken aynı tahminlere göre küresel hazır giyim harcamalarının 2021 yılında tekrar yükselse geçeceği, ancak bu yükselişin 2020 yılındaki kaybı karşılamayacağı belirtiliyor.

Küresel hazır giyim pazarının; 2019 yılı hacmine ancak 2022 yılında tekrar ulaşabileceği öngörülüyor.



## İngiltere'de perakende giyim satışlarındaki düşüş %50'ye varıyor

**COVID-19 PANDEMİSİNDE** mağazaların kapalı olması ve online satışların bu acığı dengeleyecek seviyede olmaması nedeniyle İngiltere'de perakende giyim satışlarında düşüş olduğu belirtiliyor. Açıklanan resmi verilere göre, İngiltere genelinde perakende satışlar nisan ayında mart ayına göre yüzde 18 oranında düşerken geçen yılın aynı dönemine göre ise yüzde 22 oranında azaldı.

Aynı verilere göre ülke genelinde perakende giyim satışları da mart ayında yüzde 35 azalmışken nisan ayında ise düşüş oranı yüzde 50 seviyesine yükseldi. Bu düşüş oranı; tekstil, hazır giyim ve ayakkabı perakende verilerinin ölçülmesine başlandığı 1988 yılı mart ayından beri yaşanan en derin düşüş olarak dikkat çekiyor. Ülke genelinde anket yapılan hazır giyim, tekstil ve ayakkabı firmalarının yüzde 28'i nisan ayında sıfır ciro beyan etti.



## ABD'de markalar zor günler geçirirken AVM'ler açılıyor

**ABD'DE J.CREW, Neiman Marcus ve J.C. Penney** markalarının salgına mali sıkıntıdayken yakalandıkları belirtiliyor. Laura Ashley, Galeria Karstadt Kauhof ve Debenhams markaları da daha önceden iflasın eşiğine yaklaşmışken salgınla birlikte daha kötü hale geldi.

Amerikan perakende giyim şirketi J.Crew Group, koronavirüs salgınının ekonomik etkileri sonucu konkordato başvurusunda bulunduğunu duyurdu. Şirketten yapılan açıklamada, yaklaşık 1,65 milyar dolarlık borcun öz kaynağa dönüştürülmesi için borç verenlerle anlaşma yapıldığı kaydedildi. Şirket yönetimi bu süreçte müşterilere hizmet sunmaya devam edileceğini

belirterek COVID-19 salgınından kaynaklanan olağanüstü koşullarda dahi tüm operasyonları günlük olarak sürdüreceklerini vurguladı.

ABD'de koronavirüs vaka sayısı hızla artarken ülkenin en büyük AVM işletmecisi Simon, 49 AVM'yi tekrar açmaya hazırlanıyor. ABD'de AVM'ler 18 Mart'tan beri kapalıydı. Tekrar açılacak 49 AVM, Alaska, Arkansas, Georgia, Indiana, Mississippi, Missouri, Oklahoma, South Carolina, Tennessee ve Texas'ta bulunuyor. Açılacak olan AVM'lerde belli bir saat sınırı olması, ziyaretçilerin ateşinin ölçülmesi, içeride sosyal mesafeye dikkat edilmesi gibi tedbirler alınacak.

## MARKS&SPENCER SALGIN SONRASI YENİ TEDARİK PLANINI UYGULAYACAK



**COVID-19 SALGINI** nedeniyle mağazaları kapanan ve online satışlara rağmen hazır giyim satışları bu dönemde yüzde 75 azalan Marks&Spencer'in tedarik ve satın alma sistemini değiştireceği belirtiliyor.

COVID-19 salgını sırasında mağazaların

kapalı olması ve satışların durması nedeniyle elinde 145 milyon pound değerinde stok mal biriken grubun, bundan sonraki dönemde yakından tedarik, hızlı tedarik ve esnek miktarlarda tedarik modeline dayanan yeni bir tedarik ve satın alma modeline geçeceği şirket tarafından açıklandı.

## Sürdürülebilir ayakkabı pazarı 2027'de 11,8 milyar dolara ulaşacak



**ULUSLARARASI BİR** araştırma kuruluşu tarafından yapılan güncel araştırmaya göre sürdürülebilir ayakkabı pazarı yeni materyaller inovasyonu ve yeni üretim teknikleri ile 2027 yılında dünya çapında 11,8 milyar dolar pazar büyüklüğüne ulaşacak. Araştırma ve rapora göre sürdürülebilir ayakkabı kategorisinde öngörülen büyüme; işlevsellik, rahatlık ve konfor bileşmelerinde yapılacak yeniliklerle paralel gelişecek.

Araştırmaya göre 2000 yılı ve sonrasında doğanlar ile X jenerasyonu, bireyselleşmiş sürdürülebilir ayakkabılarla daha yakından ilgileniyorlar ve daha büyük bir hedef kitleyi teşkil ediyorlar.



## Normalleşme döneminde ayakkabı ve hazır giyim alışverişlerinde artış

**ABD'NİN BAZI** eyaletlerinde karantina uygulamalarının ve tedbirlerin yumuşatılması ve kontrollü olarak mağazaların açılmasıyla birlikte ayakkabı ve hazır giyim perakendelerinden umut verici rakamlar gelmeye başladı. Ödeme çözümleri kuruluşu Klarna tarafından verilen bilgilere göre, 25 Nisan - 2 Mayıs tarihleri arasında ABD

genelinde ayakkabı, hazır giyim ve aksesuar alışverişlerinde günlük ortalama yüzde 20'lik artış yaşandı.

Genç tüketicilerin ayakkabı, hazır giyim ve aksesuar alanında alışverişlerinde artış gözlenirken, orta yaşlı tüketicilerde daha ağırlıklı ev ve bahçe eşyalarında alışveriş yoğunluğu yaşandığı görüldü.



## İNGİLİZ HÜKÜMETİ GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERİN HAZIR GİYİM SEKTÖRLERİNE YARDIM EDECEK

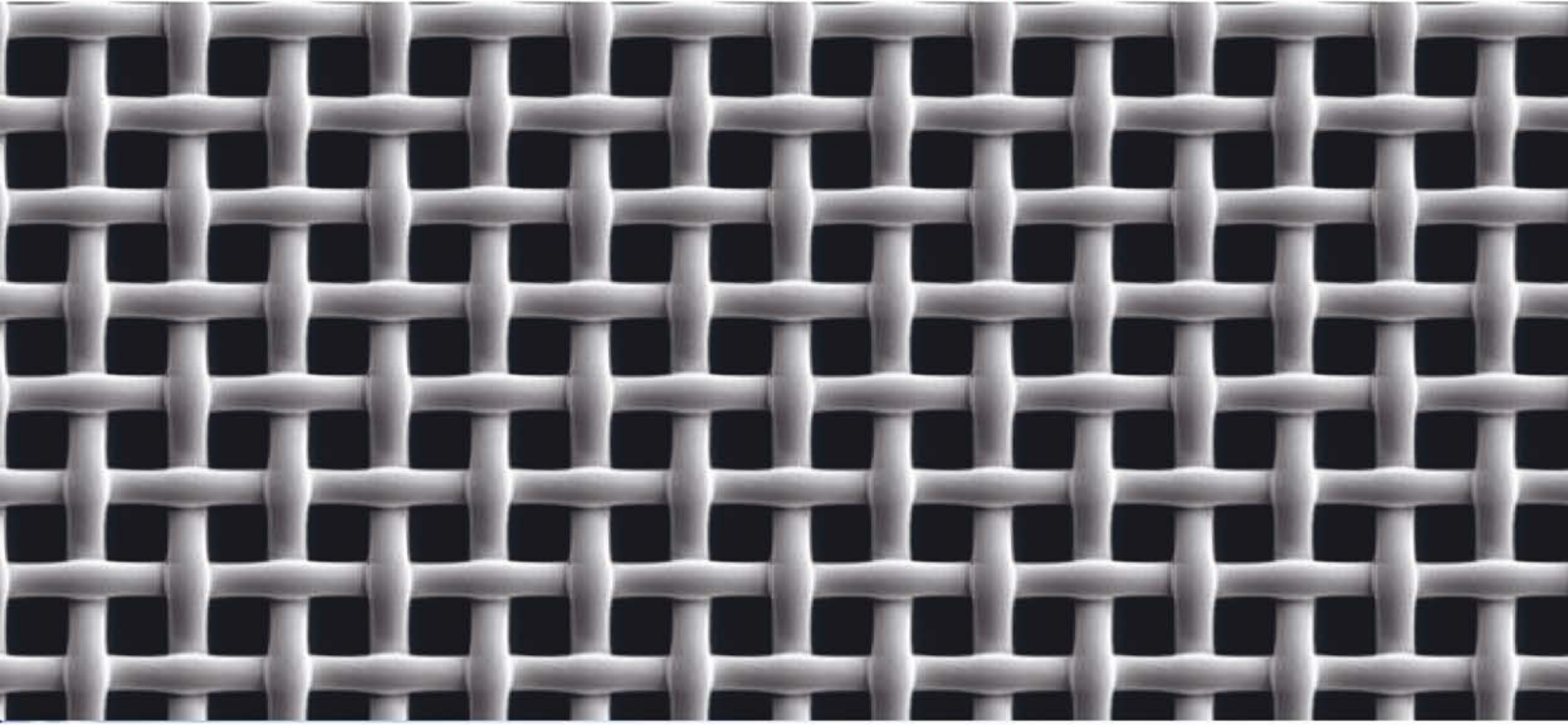
**İNGİLİZ HÜKÜMETİ** gelişmekte olan ülkelerin hazır giyim sektörlerine firma bazında başvuru ile yardım edeceğini duyurdu. Yardım almak için bu ülkelerdeki firmaların başvuru aşamasında zor durumda olduğunu belgelemesi bekleniyor. Türkiye ise yardım alacak ülkeler listesinde bulunmuyor.

Başvuruya göre firma başına 200 bin ile 600 bin pound arası nakdi yardım veya

teknik yardım yapılacağı ilan edildi. Program kapsamında yardım edilecek ülkeler: Afganistan, Bangladeş, Burkina Faso, Çad, Kongo, Etiyopya, Ghana, İran, Irak, Jamaika, Ürdün, Kenya, Lübnan, Libya, Malawi, Mali, Mozambik, Myanmar, Niger, Nijerya, Pakistan, Rwanda, Sierra Leone, Somalia, Güney Sudan, Sudan, Suriye, Tanzanya, Uganda, Yemen, Zambiya ve Zimbabve olarak açıklandı.

## Polyester Screen Mesh İpek Elek Bezi

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



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

## Nickel Rotary Screen Rotasyon Baskı Şablonu

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

Phone : +90(224) 211 08 08 - +90(224) 211 08 09  
Fax : +90(224) 211 08 10

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

# Mağazalarda COVID-19 Korunma Rehberi yayınlandı

İTKİB tarafından hazırlanan Mağazalarda COVID-19 Korunma Rehberi, normalleşme kapsamında faaliyetlerine yeniden başlayan tekstil ve perakende sektörü için önemli ipuçları barındırıyor.



**İSTANBUL TEKSTİL** ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB), Mağazalarda COVID-19 Korunma Rehberi yayınladı. 2019 yılının son günlerinde Çin'de ortaya çıkarak tüm dünyaya yayılan koronavirüs sonrasında tüm ülkelerde bulaşıcılığın azalması amacıyla sıkı önlemler alındı. Alınan önlemler kapsamında kamu ve özel sektör kuruluşlarının yanı sıra büyük, küçük işletme ve iş yerlerinde faaliyetler durduruldu. Türkiye'de de mart ayında görülmeye başlanan virüs nedeniyle dünya geneliyle benzer önlemler uygulamaya koyuldu. 11 Mayıs itibarıyla açılan alışveriş merkezleri ve kısmen normalleşme sürecine geçilmesi ile birlikte hem müşterilerin hem de çalışanların hijyenik ortamlarda çalışması ve belirlenen kurallara uyum sağlaması önemli hale geldi.

İTKİB üyesi tekstil ve hazır giyim perakende sektöründe COVID-19 salgını döneminde mağazalarını yeniden açan firmaların tüm çalışanlarının ve müşterilerinin uymaları gereken kural ve sergilemeleri gereken davranışları içeren Mağazalarda COVID-19 Korunma Rehberi; Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ile Sağlık Bakanlığı'nın rehberleri, genelgeleri ve İTKİB üyesi şirketlerin yurt dışı ve yurt içinde faaliyet gösteren iş ortaklarının geliştirdikleri uygulamalar kaynak alınarak hazırlandı.

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

## SERVİSLERİN DOLULUK ORANI YARI YARIYA İNDİRİLMELİ

Rehbere göre firmaların servis araçlarını günlük olarak dezenfekte etmesi, her serviste el dezenfektanı bulundurulması, şoförlerin maske takması ve servislerin doluluk oranlarının azami yüzde 50 limitine göre ayarlanması gerekiyor. Servis bekleme ve servisten ayrılma anlarında sosyal mesafeye dikkat edilmesi, çalışanların isimlerine göre belirlenmiş koltuklar dışında bir koltuğa oturmaması ve servislerin klima yerine doğal yollarla havalandırılması da önemli noktalar arasında. Özel araç kullanımı ile mağazalara ulaşıyorsa araçta şoför haricinde yalnızca bir kişinin bulunması ve kişinin arka koltukta oturması gerekiyor.

## MAĞAZALARDA DOĞAL HAVALANDIRMA KULLANILMALI

Servislerden inen çalışanların maskeli olarak mağazaya ulaştıklarında giriş öncesi termal kamera ya da manuel termometre ile ateş ölçümleri sağlanmalı. 37.5 ve üzeri ateşi tespit edilen çalışanlar mağazaya giremezken bu durumda karantina odası ya da benzeri bir alanda izolasyon sağlanmalı ve ardından çalışan, hastaneye yönlendirilmeli. Rehberde göre müşterilere yönelik talimatlar arasında mağaza girişine hijyenik paspas konulması, tüm müşterilerin kapı girişlerinde ateş ölçümünün sağlanması, mağaza içerisinde sosyal mesafeye uyum gösterilmesi konusunda anonslar yapılması, müşterilerin maske kullanması ve mağazanın görünür yerlerine uyulması gereken kuralların asılması gerekiyor. Mağaza içerisine dezenfektan yerleştirilmesi de rehberde göre uyulması gereken tedbirler arasında. Mağazaların genişliğine göre her 100 metrekarede aynı anda en fazla 10 müşteri olması gerekiyor. Mağazaların dezenfekte edilmesi ve klima yerine doğal hava kullanılması da önemli.

Her müşterinin ardından kabinlerin dezenfekte edilmesi gerektiği belirtilen rehberde, denenen raf ürünlerinin dezenfekte edilmeden rafa yerleştirilmemesi ve müşteri ile çalışanların kabinlere maskeyle girmesi öneriliyor. Kabinlerde kalma süresi ise sınırlandırılmalı. Mağaza alanında hijyenik bir çalışma için tüm çalışanların vardiya boyunca en az iki kere değiştirebileceği maskeleri kullanmaları, sosyal mesafe sağlayamayacak kadar yakın çalışanların ise ayrıca yüz siperliği takmaları gerektiği belirtiliyor. Açık ve kapalı dinlenme alanlarında sosyal mesafe koruyucu işaretlemelerin yapılması da rehberde belirtilen, dikkat edilmesi gereken tedbirler arasında.

Rehberin tamamına ulaşmak için:



# İTKİB'in İşe Geri Dönüş Rehberi'nde alınması gereken önlemler sıralandı

İTKİB, COVID-19 salgınıyla mücadele kapsamında üretime dönüş süreci ve sonrasında uyulması gereken kuralların belirlendiği İşe Geri Dönüş Rehberi'ni yayınladı.

**T**ÜM DÜNYAYI etkisi altına alan ve mart ayı itibarıyla Türkiye'de de görülmeye başlanan COVID-19 salgını sonrasında alınan bir dizi önlem ile iş hayatı durma noktasına geldi. Birçok işletmenin faaliyetlerine ara vermesi ile sonuçlanan bu süreç, ülkede vaka sayılarının azalmaya başlamasıyla birlikte çeşitli tedbirlerle normalleştirilmeye çalışılıyor. İTKİB üyesi tekstil ve hazır giyim işletmelerinin salgın dönemi içinde tekrar üretime başlamalarıyla birlikte almaları gereken önlemlerin neler olduğunun sıralandığı rehberde tavsiye uygulamalar yer alıyor.

Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ile İşçileri Bakanlığı'nın açıkladığı bilgi ve genelgeler doğrultusunda hazırlanan rehberde üretim alanlarından ekipman ve makine hijyenine, ofis kullanımından toplantı, eğitim ve konferans salonlarına, yemekhane kurallarından evden çalışma talimatlarına kadar birçok alanda uyulması gereken tavsiyeler açıklanıyor.

## SOYUNMA/GİYİNME KABİNLERİ MÜMKÜN OLDUĞUNCA KULLANILMAMALI

Personel servislerinin kullanımı konusunda dikkat edilmesi gereken kuralların belirtildiği rehberde şirket araçları ve özel araçlarla iş yerlerine ulaşım konusundaki önlemler de açıklandı. İş yeri girişlerinde çalışanların ve müşterilerin ateşlerinin ölçülmesi, maske takılması, el dezenfektanı kullanımı gibi önlem tavsiyelerinin yer aldığı rehberde iş yerine giren nakliyeciler, ziyaretçi ve tedarikçilere yönelik alınması gereken önlemler de bulunuyor. Bekleme salonlarının dezenfekte edilmesi ve sosyal mesafe kurallarına uygun olarak ziyaretçilerin bu alanlarda bekletilmesi tavsiye ediliyor.

Çalışanların ve müşterilerin kullandığı soyunma/giyinme kabinlerinin mümkün olduğunca kullanılmaması önerilirken, kullanılması durumunda da günlük olarak dezenfekte edilmeleri, kabinlere mutlaka maske ile girilmesi, kabinlerin giriş çıkışında sosyal mesafe kurallarına riayet edilmesi ifade ediliyor. Rehberde ayrıca duşların kullanımının yasaklanması gerektiği ve tuvaletlerde bulunan, elle temas edilen noktaların ayrıntılı olarak temizlenmesi ve tuvaletlerdeki el kurutma makinalarının kullanımının iptal edilmesi öneriliyor.

## ÜRETİM BANTLARINDA ÇALIŞANLARIN SOSYAL MESAFE KURALINA UYMASI GEREKİYOR

Üretim ve iş başı toplantılarının sosyal mesafe kurallarına uygun olarak yapılmasına işaret edilen rehberde, üretim bantlarında çalışanlar arası mesafenin korunması, tüm çalışanların taktığı maskelerin vardiyada en az iki kez değiştirilmesi

ve kullanılan maskenin belirlenen atık kutularına atılması konuları yer alıyor. Vardiya aralarında ya da hafta sonlarında tüm üretim alanları dezenfekte edilmeli. İş kıyafetlerinin her fırsatta 60-90 derecede yıkanması, kıyafetlerin farklı alanlara temas etmemesi de son derece önemli. Üretim alanlarının tuvaletlerinde bulunan manuel muslukların fotoselli hale getirilmesi, atölyelere taze hava girmesinin sağlanması ve çalışanların kullandıkları aletlerin dezenfeksiyonundan sorumlu olması gerekiyor. Rehberde eldiven kullanım talimatına yönelik de bilgiler yer alıyor.

İşe Geri Dönüş Rehberi'nde ofis giriş çıkışlarının mümkün olduğunca temassız hale getirilmesi, ofis personeline günde kaç maske tedarik edileceğinin belirlenmesi, giriş çıkışlarda el dezenfeksiyonunun önemi ve ofis ekipmanlarının temizliği konusunda da uyarılar yer alıyor. Ofislerin günde en az 3 kez, yarımşar saatlik periyotlarla havalandırılması gerekiyor. Ofis personeli dışında ziyaretçilerin ve işçilerin ofise girişinin engellenmesi de önemli. Bu süreçte toplantı sayısının minimuma indirilmesi ve uzaktan toplantının tercih edilmesi tavsiye ediliyor. Aksi halde sosyal mesafe kurallarına uygun şekilde, minimum kişi ile maksimum 15 dakikalık toplantılar, ayakta düzenlenmeli. Toplantı katılımcıları, maskeli olmalı ve katılımcılar arası elden ele belge dolaşımı yapılmamalı. Sınıf eğitimlerinin de azaltılması gerektiğine işaret edilen rehberde konferans ve toplu aktivitelerin ertelenmesi ya da uzaktan gerçekleştirilmesi öneriliyor.

Rehberin tamamına ulaşmak için:





# İTKİB Birlikleri taleplerini Hazine ve Maliye Bakanı ile paylaştı

Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın katılımıyla Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) koordinasyonunda düzenlenen TİM Sektörler Konseyi Toplantısı, online olarak yapıldı. TİM Başkanı İsmail Güle'nin ve ihracatçı birliklerin ev sahipliğinde gerçekleşen toplantıda İTKİB Birlikleri de yer alarak, sektörlerindeki sorunları dile getirdi ve çözüm önerilerini paylaştı.

**T**ÜRKİYE İHRACATÇILAR Meclisi (TİM) Sektörler Konseyi Toplantısı 22 Mayıs tarihinde online olarak gerçekleştirildi. Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın katılımıyla düzenlenen toplantıda İTKİB Birlikleri de yer aldı. COVID-19 pandemisi sonrası sektörlerin ihracat potansiyeline ilişkin görüş alışverişinde bulunulan toplantıda İstanbul Hazirgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe ham madde ve yan sanayi girdileri ithalatına getirilen yeni önlemlerin kaldırılması ve gözden geçirilmesi taleplerini ileterek bu önlemlerin sektörel taraflarla istişare edilerek alınmasının önemine değindi. Kısa çalışma ödeneği süresinin uzatılması, SGK primlerinin alınmaması, kamu alacaklarının ötelenmesi ve kira ödemelerinin düzenlenmesi gibi nakit yönetimine dair tedbir ve destek taleplerini de dile getiren Başkan Gültepe; kamu alacaklarının vadelenilerek bir yıl ertelenmesi, üçüncü taraflara karşı kira gibi ödeme taahhütleri ile ilgili de bir düzenleme getirilmesi, kira stopajı düşürülerek kiraya üst sınır getirilmesi konularını gündeme taşıdı. Stok finansman desteği ve KDV iade süreçlerinin iyileştirilmesini de talep ettiklerini belirten Gültepe; “Başta AB olmak üzere pazarların pandemi nedeniyle kapanması ile ham maddeleri temin edilerek üretimi yapılmış ürünlerin ihracatı yapılamamış, bu da firmaların üzerinde stok maliyeti yaratmıştır. Bunun için teminata

ihtiyaç duymayacak şekilde finansman desteği sağlanmalıdır” şeklinde konuştu.

**MALİYET KALEMLERİNDEKİ ARTIŞA DİKKAT ÇEKİLDİ**  
İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı (İTHİB) Ahmet Öksüz ise pandemi sürecinde sektörün yaşadığı sorunları, çözüm önerilerini ve gelecek değerlendirmelerini paylaştı. Başkan Öksüz; gerçekleştirilen toplantıda ayrıca enerji maliyetlerindeki artış ve pamuk prim desteklerine ilişkin sektörün önemli taleplerine de dikkat çekerek sektörün maliyet kalemlerindeki artışın küresel rekabetçiliği olumsuz etkilediğini dile getirdi.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Mustafa Şenocak da özellikle vergi süreçlerinde mücbir sebep uygulamasının birçok firmaya destek olduğuna değinerek NACE kodları nedeniyle mücbir sebep uygulamasının sektörün tamamını kapsamadığını, bu kapsamın genişletilerek tüm sektörün faydalanabileceği bir hale getirilmesini talep ettiklerini belirtti. Firmaların kamu ve özel bankalara olan borçlarının en az bir yıl süreyle faizsiz olarak ertelenmesi ve kısa çalışma ödeneğinin altı aydan bir yıla kadar uzatılması; konkordato süreçlerinin tekrar gözden geçirilmesi ile yerli üreticiyi korumak amacıyla ithalatta uygulanan geçici ilave vergilendirme süresinin uzatılması da Başkan Şenocak'ın dile getirdiği konular arasındaydı.

# İHKİB, BMD ile Paydaşlar Toplantıları'nda bir araya geldi



İHKİB, ÜYE FİRMA yöneticileri ve sektör dernekleriyle birlikte online olarak gerçekleştirdiği Paydaşlar Toplantıları'na devam ediyor. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve Yönetim Kurulu Üyelerinin ev sahipliğinde, Prof. Dr. Oğuz Babüroğlu moderatörlüğünde yapılan toplantıda BMD ile bir araya gelindi. 15 Mayıs'taki toplantının gündemini COVID-19 salgını nedeniyle marka ve perakende firmalarının yaşadığı sorunlar oluştururken normalleşme sürecinde sektöre ilişkin öngörü ve çözüm önerileri değerlendirildi.

Başkan Mustafa Gültepe'nin İHKİB olarak

süreçte ne gibi adımların atıldığına yönelik yaptığı bilgilendirme konuşmasının ardından sektörün önemli markalarının süreçte yaşadıkları sorunlar ve çözüm önerileri ele alındı. BMD Başkanı Sinan Öncel'in çözüm önerileri arasında stopajın indirilmesi ve kiralara üst sınır getirilmesi konuları yer aldı.

## CİROLARIN İSTENİLEN SEVİYEYE ULAŞMAMASI PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN ORTAK SORUNU

Tüketici davranışlarının nasıl normale dönebileceği de toplantıda gündeme geldi. Zorlu bir süreçten geçtiklerini ifade eden markalar; istihdamın korunabilmesi için kısa çalışma ödeneğinin uzatılması, kredi desteklerinin artırılması ve geri ödemelerin ertelenmesi gerektiği noktasında birleşti. Var olan stokların nakde çevrilmesi konusunda sorun yaşayacağını öngören markalar, büyük indirimlerin söz konusu olabileceğine, bu durumun perakende sektörünün kârlılığını düşürebileceğine ve mağazalara açılma bile ciroların bir süre eskisi gibi olmayacağına işaret etti. İthalat alanında getirilen ek vergilendirmeler de sektörü etkileyen bir diğer olumsuz gelişme.

Ara mamullere getirilen ithalat vergisi uygulamasının yanlış olduğunu düşündüklerini belirten Başkan Mustafa Gültepe, durumu yetkili makamlarda dile getireceklerini ve devlet desteklerinin altı ay daha uzatılması konusunda önerilerde bulduklarını ifade etti.

## Küresel Tedarik Zincirleri ve COVID-19 Krizleri Webinar'ı gerçekleştirildi

AAFA TARAFINDAN düzenlenen "Global Supply Chains and the COVID-19 Crises Webinarı", 28 Mayıs'ta gerçekleştirildi. Moderatörlüğü AAFA Politikadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Nate Herman tarafından yapılan Webinar'da Sustainable Apparel Coalition Genel Müdürü Amina Razvi, Euratex Genel Müdürü Dirk Vantghem ve AAFA Başkanı Steve Lamar konuşmacı olarak yer aldı.

Salgın döneminde Çin'de üretimin durması ve ulaşım yollarının kapatılması ile hazır giyim ve konfeksiyon tedarik zincirinde şok yaşandığına değinilen toplantıda salgının diğer ülkelere yayılmasıyla ve mağazaların kapanmasıyla perakende şokunun ortaya çıktığı, sipariş iptali ve ertelemelerinin başlamasıyla da tedarik zincirinde ikinci şokun yaşandığı gündeme geldi.

Sustainable Apparel Coalition; sektörün yaşanan krizden çıkmaya yönelik bir iyileşme stratejisinin tam anlamıyla devreye girmediğini, likidite krizinin önlenmesiyle birlikte tedarik zincirinde sorumluluk, şeffaflık ve güven oluşturulması

ihtiyaç duyulduğunu dile getirirken sektörde önemli boyutlara ulaşan stok krizinin gündeme geldiğine dikkat çekti. Euratex de AB nezdinde yapılan anket çalışmasına göre firmaların satışlarında yüzde 60 oranlarında düşüşler kaydedildiğine vurgu yaparak hazırlanan strateji belgesiyle acil yapılması gerekenler ile uzun dönemli taleplerini Avrupa Komisyonu'na ilettiklerini belirtti. AAFA ise; COVID-19 krizinin tedarik zincirindeki mevcut iş birliklerine yarattığı sorunlara çözüm bulmak amacıyla 70 ticaret kuruluşu ve birlik ile ortak deklarasyon imzaladıklarını belirterek koruyucu giysi ürünlerinde artan talebin karşılanmasına yönelik çalıştıklarını da ifade etti.

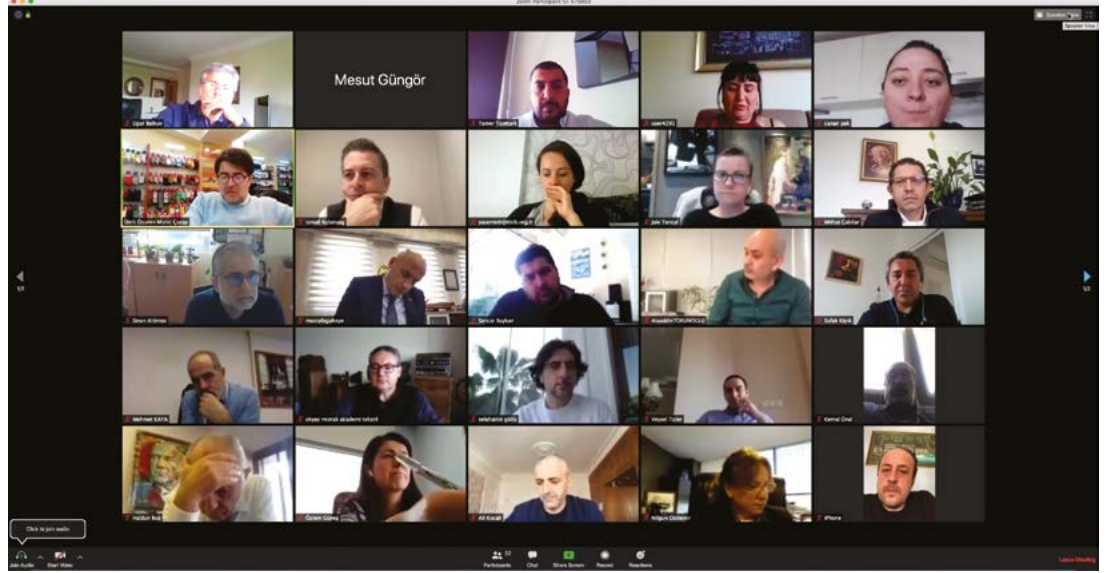
Tedarik zincirinde teknoloji kullanımı ve daha derin iş birliklerinin kurulmasının ön plana çıkabileceği, bölgesel iş birliklerinin stratejik hale geleceği ve Avrupa, Orta Amerika gibi yakın bölgelerden tedarikin önümüzdeki dönemde daha önemli hale geleceği de toplantı gündeminde değerlendirildi.

# İHKİB, Arcadia Group'un ticari ortakları ile bir araya geldi

**TEKSTİL VE HAZIR GIYIM** sektörü COVID-19 salgını döneminde alıcı grupların sipariş iptalleri ve ödemeleri geciktirmeleri nedeniyle zor günler geçiriyor. Bu süreçte birçok çalışma gerçekleştirerek yaşanan sorunların önüne geçilmesini amaçlayan İHKİB, 5 Mayıs tarihinde COVID-19 Salgını Sonrasında Arcadia Group ile Ticari İlişkiler isimli video konferansı gerçekleştirdi. Sektörde Arcadia Group ile ticari ilişkileri bulunan firmaların yaşadığı sorunların ele alındığı toplantıda İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, sorunların çözümü noktasında neler yapabilecekleri hakkında firmalara bilgi verdi.

21 firma temsilcisinin katıldığı toplantının gündemini ödemeler konusundaki vade uzatımları ve sipariş iptalleri oluşturdu. Sorun yaşanan alıcı grupların ağırlıklı olarak İngiltere pazarında yer aldığını dile getiren firma temsilcileri, alıcı gruplarla sigortalı olarak çalışmanın önemine de değindi.

Siparişleri iptal eden ve ödemeleri bir ay süreyle uzattığı belirtilen Arcadia Group'un yaptığı ilk etap ödemelerinde, nedeni bilinmeyen kesintiler olduğu da söyleniyor. Bireysel çabalar ile konuyla ilgili çözüme ulaşamadıklarını ifade eden firmalar, birlik



olarak hareket etmenin süreçteki önemine işaret etti. İHKİB imzalı bir mektubun, alıcı gruplar üzerinde daha büyük bir etki yaratacağını düşünen firmalar, uzun sürelerdir çalıştıkları Arcadia Group'un adaletsiz davranışlar sergilediğini dile getirdi.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ise daha önce uyguladıkları mektup deklarasyonunun alıcı gruplar üzerinde etkin sonuçlar yarattığını, firmaların isteği doğrultusunda bu adımı atabileceklerini belirtti. 90 günden uzun vadelerle çalışılmamasının önemine de dikkat çeken Gültepe, ödemeleri garanti altına almadan iş yapılmaması konusunda da uyarılarda bulundu.

## Sektörün karşılaştığı sorunlar hükümet nezdinde takip ediliyor

**İHKİB'İN 15 MAYIS** tarihinde Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Dairesi Başkanı Ahmet Onur Öztürk ile gerçekleştirdiği online toplantıda Arcadia firmasının tutumu ve bu konuda neler yapılabileceği istişare edildi. Öztürk, Genel Sekreterlik tarafından konuya ilişkin yazıyı aldıklarını ve Bakan'a bilgi verdiklerini aktarırken Londra Ticaret Ateşesi ile de görüştiklerini ve konuyu Ticaret Ateşeliği düzeyinde de takip ettiklerini ifade etti. İngiliz perakendecilerin finansal zorluk içinde olduğu, Debenhams markasının kayyuma devredildiğinin, Primark'ın ise iflas eşiğinde olduğunun gündeme geldiği toplantıda Ahmet Onur Öztürk, tedarikçi firmaların alacaklarına dair sayısal verinin hesaplanması ve Bakanlıklarına iletilmesi talebinde bulundu.

Öztürk, Bakanlık tarafından yürütülecek faaliyetler ile sektörün karşılaştığı bu sorunun hükümet nezdinde takip edildiğinin İngiltere'ye hissettirilmesinin ardından karşılaşılan duruma göre yaptırım dahil, uygulanabilecek seçeneklerin değerlendirileceğini ifade ederek bu aşamada sektörün de uyarı ve diğer faaliyetlerine devam etmesinin faydalı olacağını belirtti.

Toplantı sırasında İngiltere Büyükelçiliği'nden gelen koruyucu giysi talebi için üretici firmaların uygunluğunun incelendiği ve COVID-19 Action in the Global Garment Industry temalı ILO deklarasyonu da gündeme gelirken, ILO Türkiye'nin yönlendirmesiyle yapılan yazışmalar hakkında bilgi verildi.



# İHKİB, ihracatçı firmaları Türk Eximbank yetkilileri ile buluşturdu

İHKİB, 7 MAYIS tarihinde Başkan Mustafa Gültepe'nin moderatörlüğünde ihracatçı firmalar ile Türk Eximbank yetkililerini buluşturdu. Eximbank Genel Müdür Yardımcıları Enis Gültekin ve Çağrı Altındağ ile hazır giyim sektör firmalarına yönelik gerçekleştirilen webinar'da Eximbank kredileri ve sigorta programları hakkında bilgilendirme yapılırken firmaların soruları da yanıtlandı.

Banka olarak yaklaşımlarının yapıcı ve kredilerin kullanılabilir olmasına yönelik olduğunu belirten Eximbank yetkilileri, ürünler ve yapılan değişiklikler hakkında bilgi verdi. Eximbank'a 10 milyar TL kredi limiti verilmesiyle birlikte COVID-19 salgınında firmaların stokta kalan mallarına yönelik 1-31 Mart 2020 bilanço ve stok evraklarının kontrolü ile stok artışının kanıtlanmasının ardından stok finansman kredisi vereceği duyuruldu. Teminat mektubu ile alınan kredilerde yüzde 7,75, KGF'li olunması durumunda ise 0,50 ilave oranlarla stok finansman kredisi verilebileceğini ifade eden yetkililer; aynı oranların TL reeskont kredisi için de geçerli olduğunu belirtti.

KOBİ'ler için 25 milyon TL limit olduğunun açıklandığı toplantıda stok finansmanının da TL reeskont kredisinden kullanıldığı ifade edildi. Faiz ve istihdam şartları her iki kredi için de aynı iken 31 Aralık 2019 ve 31 Mart 2020 tarihleri arasındaki stoğa yapılan alımların değerlendirilerek stok artışının evrak üzerinde görüleceği şartı gündeme geldi.



Salgın sürecinde alacak sigortasında ihracata devam edenlerin limitlerini açık tuttuklarını belirten yetkililer, önceki dönemde sorun yaşanan firmalarla ise çalışma yaptıklarını açıkladılar. Uzatılan vadelerde ilave limit talepleri oluştuğunu ve onları da olumlu değerlendirmeye çalışacaklarını belirten Eximbank yetkilileri, 3 aylık vade uzatımı için ilave prim almadıklarını, haziran sonunda durumu tekrar değerlendirip vadesi gelen prim borçlarına bakacaklarını dile getirdi. Alacak sigortalarında primleri arttırmak istemeyen Eximbank'ın indirim yapmasının da mümkün görünmediği

ifade edildi. Bundan sonraki süreçte alacak sigortası ile çalışmanın önemi vurgulandı.

## MARKALARA 1 YIL ÖDEMESİZ, 5 YIL VADELİ KREDİ

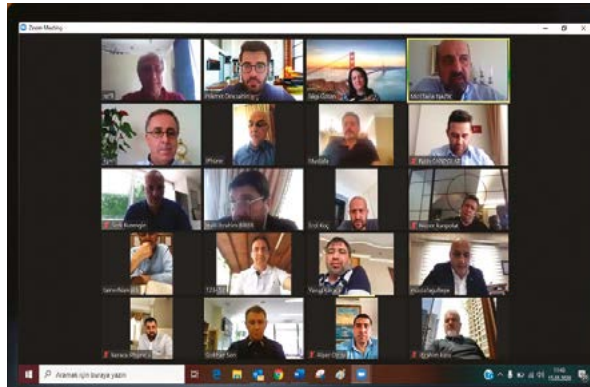
İhracatı gerçekleştirilen malın karşı tarafın gümrüğünde kalması durumunda malın ülkeye geri getirilmesi sürecindeki zararın Eximbank tarafından karşılandığını, malın karşı tarafın gümrüğünde kalması durumunda ise tazminat taleplerinin değerlendirildiği açıklandı. Türk markalarının yurt dışında yaygınlaştırılması amacıyla marka kredilerine 1 yıl ödemesiz, 5 yıl vade veren Türk Eximbank; bu kredilerin mağazalaşma faaliyetlerinde yapılan harcamalarda kullanılmasını sağlıyor.

İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe de toplantıda ağustos ayından sonra talep artışı yaşanacağını ve ocak-şubat dönemindeki günlere geri döneceğini, piyasaların yavaş yavaş hareketlenmeye başladığını ifade etti.

## İHKİB, TİGSAD'ın Yönetim Kurulu Toplantısı'na katıldı

**YERLİ İÇ GİYİM** üreticilerinin üretim ve markalaşma standartlarının yükselmesi ve global pazarda etkisinin artırılması adına faaliyetler gösteren Türkiye İç Giyim Sanayiciler Derneği'nin (TİGSAD) 18 Mayıs'ta gerçekleştirmiş olduğu toplantıya İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe de katılım gösterdi. Piyasanın mevcut durumunun değerlendirildiği toplantıda yeni normale adaptasyon süreci de değerlendirildi.

Gültepe; toplantıda iç giyim sektörü için "Hazır giyim sektörünün en güçlü kollarından biri"



ifadesini kullandı. Koronavirüsün sektörü ne şekilde etkilediği ve sektöre olan olumsuz etkileri için neler yapılabileceği gibi konuların görüşüldüğü toplantıda, sektörün talepleri konusunda İHKİB'in atmış olduğu adımlar da görüşüldü. TİGSAD Yönetim Kurulu Üyelerinin talepleri de dinlenerek gerekli mercilere taleplerin iletilmesi hususunda çalışmalar gerçekleştirileceği ifade edildi. Toplantıya aynı zamanda Bloomberg TV Genel Yayın Yönetmeni Gökhan Şen de katıldı.

İhracatçıların sesinin duyulması hususunda Gökhan Şen ile de istişarelerde bulunuldu.

# İHKİB, ekonomi ve iş dünyasının geleceğini Ufuk Turu programında değerlendirdi

İHKİB, Yeni Dönemin Şifreleri isimli Ufuk Turu programını Instagram canlı yayınında gerçekleştirdi. 11 Mayıs'ta İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin katılımı ve Ekonomist Ali Ağaoğlu'nun moderatörlüğüyle gerçekleştirilen canlı yayında maske üretiminden sektörün gelecekte elde edebileceği avantajlara, devlet desteklerinden salgın sonrası şirketleri bekleyen sürece kadar birçok konu ele alındı.

Gelecekte ekonomi ve iş dünyası alanında yaşanacak gelişmeleri dile getiren Ekonomist

Ali Ağaoğlu'nun sorularını yanıtlayan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe; tekstil sektörünün Türkiye için sağladığı katma değer salgın döneminde bir kez daha ortaya çıktığını belirtti. Gelişmiş ülkelerde bile maske tedariki konusunda sorunlar yaşandığına işaret eden Gültepe, kısa sürede ülkenin maske ihtiyacını karşılamaya yönelik adımlar attıklarını ve gelinen noktada maske ihracatının da önünün açılmasından dolayı mutluluk duyduklarını söyledi.

TİM'in başkanlığında, birlikler olarak sanal fuarlar gerçekleştirme konusunda hazırlıklarını sürdürdüklerini



ifade eden Mustafa Gültepe; "Sanal ticaret heyetleri ile de pazarlama şekillerimizi değiştireceğiz. Türkiye, stratejik konumu ve performansı ile pazarın gözdesi olacak. ABD ve Avrupa'da yeni fırsatlar çıkabilir. Kalitemiz ve üretim hızımızla ön planda olacağız. Ülkemiz son on yılda birçok alanda büyük bir dönüşüm kaydetti. Satış kanallarının dijitale adapte edilmesi gerekliliği bu süreçte tekrar ortaya çıktı. Dünyayı yakalamak için bizler de bu alanda

gelişim kaydetmeliyiz. Haziran ayı ve sonrasında gerekli önlemleri alarak çalışmalarımıza başlamalıyız" dedi.

Salgın sürecinde İHKİB olarak devlet desteklerinin üç aydan altı aya uzatılması konusundaki çalışmalarını, başlattıkları eğitim programlarını ve diğer çalışmalarını da anlatan Gültepe; "Gelecek dönemde iş yapış biçimlerinden giyim tarzına kadar birçok alanda değişiklikler yaşanacak. Sağlıklı tekstil bu süreçte önem kazanacak. Geri dönüşüm ekonomisi ön plana çıkacak. Ülkeler tüm sektörlerde kendi kendilerine yetebilmeyi öğrenecek" şeklinde konuştu.

## Kısa çalışma ödeneği webinar'ında ihracatçıların soruları yanıtlandı

İHKİB YÖNETİM Kurulu Başkanı Mustafa Gültepe'nin moderatörlüğünde, İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Danışmanı Servet Kaba'nın katılımıyla Kısa Çalışma Ödeneği webinar'ı gerçekleştirildi. 9 Mayıs tarihinde yapılan webinar'da ihracatçı firmaların soruları da yanıt buldu.

Toplantının açılış konuşmasını yapan Başkan Mustafa Gültepe; "İHKİB olarak gereken girişimleri yapıyoruz, vergiler yüzde 90 ötelendi, İngiltere pazarındaki sorunları çözmeye çalışıyoruz. Bugün de kısa çalışma ödeneğinde yaşanan sorunları ve uygulamaları konuşup bilgilenecek adına toplandık. İş yerlerini yavaş yavaş açıyoruz ve İHKİB olarak işe geri dönüş rehberlerini yayınladık. Alacakların temininde yaşanan sorunların çözümü için avukatlık şirketi ile anlaştık. Müşterilerden talepler gelmeye başladı, ikinci yarıdan sonra yüzde 60-70 oranında kapasiteye ulaşacağız. Ağustos ayından sonra ise avantaj elde etmeye başlayacağız" şeklinde konuştu.

Kısa çalışma ödeneğinin işsizlik sigortası fonundan sağlandığını ve COVID-19 sonrası şartların kolaylaştırıldığını belirten İş Hukuku ve



Sosyal Güvenlik Danışmanı Servet Kaba; başvurularda artık müfettiş raporu aranmadığını ve 2009 yılında hayatımıza giren kısa çalışma ödeneğinden 2010-2020 arasında 4 milyon çalışanın faydalandığını ifade etti.

Bu ödeneğin asgari ücretin yüzde 150'sini geçmediğini ve üst sınırın 4.380 TL olduğunu dile getiren Kaba; "Aradaki fark salgından önceki dönemde ödenmiyordu ancak salgın sürecinde işveren isterse yüzde 40'lık kısmı ödeyebilir. Ödeneye başvurulabilmesi için firma faaliyetinin haftada 15 saat azalmış olması gerekiyor. Başvurular elektronik ortamda yapılabilir, bu süreçte kendi isteği ile işten ayrılan

personellerin de İŞKUR'a bildirilmesi gerekiyor. Ödemeler her ayın 5'inde PTT üzerinden yapılacaktır. Ancak artık doğrudan çalışanın IBAN'ına yatırılıyor" dedi.

İŞKUR'un elektronik ortamda hangi personelin kısa çalışma ödeneğini hak ettiğini yayınladığını belirten Kaba; ödenekten faydalanamayanlar için ise günlük 38,94 TL ücretsiz izin ödeneği imkânı olduğunu dile getirerek firmaların bu konudaki sorularını yanıtladı.

# İHKİB, İngiltere Büyükelçiliği İkili Ticaret Politikaları Birimi ile bir araya geldi

İHKİB, İngiltere Büyükelçiliği İkili Ticaret Politikaları Birimi ile online toplantı gerçekleştirdi. 5 Mayıs'ta düzenlenen toplantıda İngiliz Heyeti ile COVID-19'un sektörde Türkiye-İngiltere ticari ilişkileri üzerinde ne gibi etkileri olduğu ve önümüzdeki dönem beklentileri istişare edildi.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, salgın nedeniyle yılın ilk dört ayında tüm ülkelere yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında düşüş yaşandığını ancak İngiltere'ye yapılan ihracatın daha fazla olduğunu dile getirdi. İngiliz alıcı ve markaların sipariş ertelemeleri, iptalleri ve yüksek indirim taleplerine yönelik mektup diplomasi başlatılması da toplantıda gündeme gelirken karşılaşılan sorunların çözümüne yönelik Bakanlık nezdinde İngiltere hükümeti ile temasa geçilmesine karar verildi.

İngiltere firmalarının anlaşma yapmaya yanaşmadıklarını ve Avrupa ülkelerinden çok farklı yaklaşımları olduğunu dile getiren üyeler; aralık ayında gönderimi yapılan ürünlerin ödemelerini bile hala alamadıklarını belirtti. Yaşanan bu güven kaybının yeniden inşa edilmesinin zorluğunun da ifade edildiği toplantıda pandemi sonrasında İngiltere ile ticari ortaklığın sürdürülebilmesi için güven ortamının kurulmasının gerektiği belirtildi.

Heyet, İngiliz hükümetinin koruyucu giysi talebinin olduğunu belirterek tedarik aşamasında yaşanan sorunlar nedeniyle koordinasyon konusunda İHKİB'den destek talep etti. Talep edilen ürünlerin tedarik organizasyonunun yapılmasına karar verildi. İngiltere'nin AB ile yürüttüğü STA müzakereleri de toplantıda değerlendirildi. Müzakerelerin olumlu seyrettiği bilgisi paylaşılırken sonuçlara göre Türkiye ile STA sürecinin tamamlanacağı da hatırlatıldı. İngiltere ve AB arasında yürütülen STA müzakerelerinin detayları ve özellikle single transformation gibi teknik konuları konuşmak üzere İngiliz Büyükelçiliği ile temasa geçilmesine karar verildi.



## Euratex Yetenekler Komitesi Toplantısı gerçekleştirildi

EURATEX YETENEKLER Komitesi Toplantısı, 20 Mayıs'ta, online olarak gerçekleştirildi. Farklı ülkelerden sektörel kurum ve kuruluşların temsilcilerinin katılımıyla düzenlenen toplantıya İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cem Altan ile İTKİB Genel Sekreterliği'ni temsilen Gülçin Akturan Güner katıldı.

Euratex Genel Sekreteri Dirk Vantyghe, açılış konuşmasında AB Komisyonu seviyesinde politika yapımcıların nezdinde hazır giyim ve tekstil sektörlerinin de COVID-19 salgınından derinden etkilendiğini gösterecek, gerekli destekleri temin edecek şekilde hareket edilmesi gerektiğini belirterek sektörü daha rekabetçi hale getirebilecek, kısa ve uzun vadede etkili olacak önlemlerin ele alınmasının ve mevcut krizden fırsatlar yaratmanın önemine değindi. Komiteden sorumlu Euratex temsilcisi Lutz Walter'ın aktarımına göre ise COVID-19'un sektörler üzerindeki olumsuz etkilerini ölçebilmek amacıyla gerçekleştirilen ankete katılan firmaların yüzde 89'u salgından yüksek derecede etkilendi. Firmalar insan kaynakları yönetimi alanında yaşanan sorunların da oldukça önemli olduğunu belirtti.

COVID-19 ile sektörün yaşadığı bu işgücü krizinin daha da derinleşebileceği öngörülürken uzaktan eğitim modellerinin sektör için gerekli olan nitelikli

işgücünün oluşturulmasında değerlendirilmesinin önemi de toplantı gündemine taşındı. Toplantıya katılan temsilciler kendi ülkelerindeki sektörel güncel durumu ve devlet tarafından sağlanan destekler ile uygulanan önlemleri aktardı.

### TÜRKİYE'DE DESTEKLER İSTİHDAMIN AZALTILMAMASI ÖNKOŞULU İLE VERİLDİ

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Cem Altan, Türkiye'nin COVID-19 pandemisi yayılmaya başladığı andan itibaren gerekli önlemleri almada hızlı davrandığını ve mart başından itibaren fabrikaların kapatıldığını aktarıırken hükümet tarafından sağlanan 500 milyar liralık destek paketi ve kısa çalışma ödeneğinin 2 aydan 4 aya çıkartılması gibi desteklerden bahsetti. Sağlanan tüm desteklerin istihdamda herhangi bir azaltılmaya gidilmemesi önkoşuluyla verildiğini, maske ihracatındaki yasağın kaldırılarak ön izne bağlandığını da ifade eden Altan; markaların sosyal uygunluk ve kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında üreticilerden bu kadar talepkâr olup tüm bu süreç boyunca siparişleri iptal edip ödeme yapmayarak sözlerini tutmadığını, ocak ve şubat aylarında dahi gönderimi yapılan ve teslim edilen ürünleri ödemeyen firmaların bu kapsamda sınıfta kaldığını da sözlerine ekledi.

# OECD Responsible Business Chains'ta tekstil ve hazır giyimin geleceği konuşuldu

**O**ECD TARAFINDAN her yıl iki kez düzenlenen Responsible Business Chains toplantılarının ilk etabı 19 Mayıs'ta video konferans olarak yapıldı. Toplantıyı İHKİB Uluslararası İlişkiler ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışma Grubu'ndan Jale Tuncel, Nilgün Özdemir ve Cem Altan ile İTKİB Genel Sekreter Yardımcısı Özlem Güneş ve İTKİB Hazır Giyim Ar-ge Şubesi'nden Ahmet Şişman takip etti.

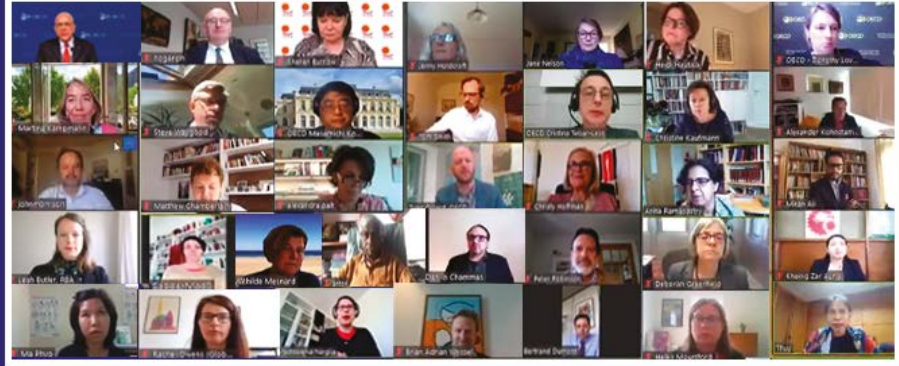
Açılış oturumuna video mesaj ile katılan OECD Genel Sekreteri Angel Gurría, pandemiyi sadece ölümlere ve hastalıklara neden olmakla kalmayıp, dünya ekonomisi ve ülke ekonomilerini de derinden etkilediğini belirtti. OECD Genel Sekreter Yardımcısı Masamichi Kono'ya göre ise ülkeler ve ekonomiler pandemiye hazırlıksız yakalandı. Pandemi nedeniyle dünya ekonomisi bu yıl en az yüzde 2 oranında daralırken dünya ticareti de yüzde 13 ile 32 arasında bir oranda daralacak.

## ASYA GENELİNDE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ ZOR GÜNLER GEÇİRİYOR

Toplantının Asya oturumunda Bangladeş temsilcisi, hazır giyim sektörü olarak tarihte görülmedik bir talep şoku yaşadıklarını dile getirdi. İptal edilen siparişler, yapılmayan ödemeler ve uyulmayan sözleşmeler nedeniyle güven bunalımı yaşadıklarını ifade eden Bangladeş temsilcisi, başta katı davranan bazı markaların şimdi teslim almadıkları siparişleri kabul etmeye ve ödeme yapmaya başladıklarını söyleyerek yine de birçok markanın ciddi indirimler istemeye devam ettiğini belirtti.

Batılı markaların bu tutumlarına karşı Asyalı tedarikçi ülkelerin sektörel kuruluşları bir araya gelerek tek bir dil ile hareket etmeye çalıştılar. Pandemi sonucunda Asya genelinde hazır giyim sektöründe binlerce işçi, işsiz kaldı veya zorunlu izine çıkarıldı. Bangladeş Hazır Giyim Üreticileri ve İhracatçıları Birliği yeni dönemde Latin Amerika pazarına yoğunlaşmayı planlıyor. Bangladeş'te hükümet hazır giyim üreticilerine nisan, mayıs, haziran maaşları için yardım etti ve karşılığında işçileri işten çıkarmamalarını istedi. Benzer destek paketleri Myanmar ve Kamboçya'da da yapıldı. Myanmar hazır giyim sektöründe çalışanların çoğu kadın ve göçmen işçilerden oluşurken pandemi nedeniyle birçok çalışan işsiz kaldı.

## GLOBAL FORUM ON RESPONSIBLE BUSINESS CONDUCT



#OECDrbc

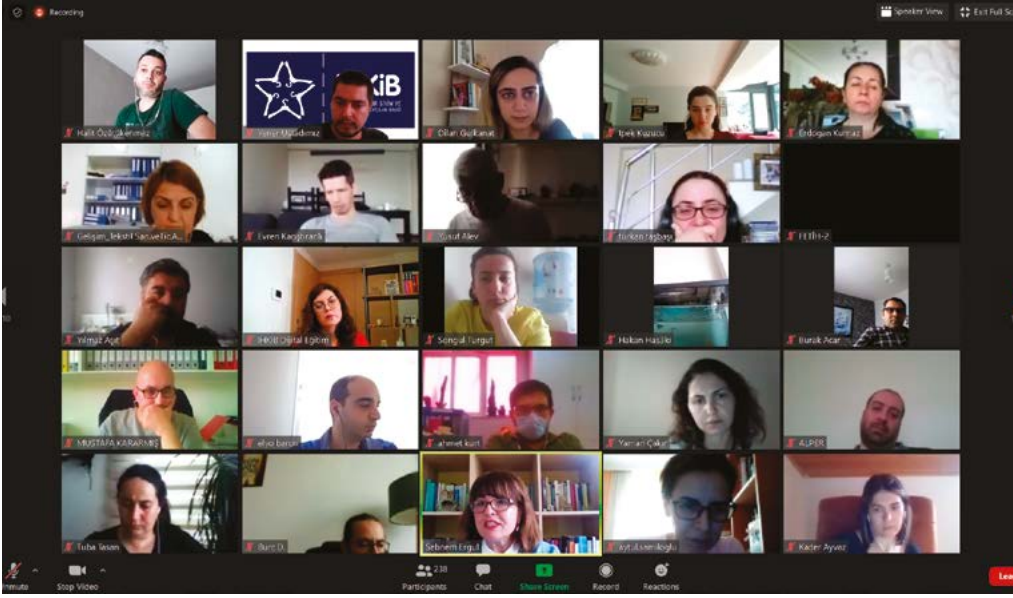


## SOSYAL DİYALOG EKSİKLİĞİ GİDERİLMELİ

Fair Wear Derneği temsilcisine göre bu krizin sonuçlarından biri, tedarikçilerin yeterli ödeme alamadığı için işçilere de ödeme yapılmaması. Tedarikçiler, markalar ve işçiler arasında sosyal diyalog eksikliğine işaret edilen toplantıda değişen iş koşulları nedeniyle tedarikçiler ile markalar arasında güven bunalımının başladığına değinildi. Bu dönemde fabrika yönetimleri ile işçiler arasındaki sosyal diyalogun her zamankinden daha fazla gerekli hale geldiği de belirtildi.

Vietnam'da ise hazır giyim ve ayakkabı sektöründe yeni bir stratejiye geçildi. Vietnam'ın Çin ile sınırı olduğu için pandemiyi başlangıcında hazır giyim sektörünün ham madde ve girdi sorunu olduğu fakat daha sonra problemin talep düşüklüğüne dönüştüğü söylendi. Toplantı katılımcıları Batılı markaların ve alıcıların "mücbir sebep" bahanesiyle ödemeleri askıya almaları nedeniyle eski sözleşme ve ödeme sisteminin sürdürülebilir olmadığını, yeni bir sistem gerektiğini belirttiler.

Brezilya ile ilgili bilgi veren katılımcılar, hükümetin ve şirketlerin pandemiye verdikleri tepkinin ülkede zaten mevcut eşitsizliği daha da artırdığını ifade etti. Sri Lanka'da ise hazır giyim sektörünün pandemi nedeniyle 2,5 milyar dolar zararda olduğu öne sürüldü. Katılımcılara göre savunmasız durumda olan kadınlar ve göçmen işçiler için yatırımcıların ve markaların daha fazla katkıda bulunması gerekiyor. Pandemi sonrası dönemde "sorumlu satın alma uygulamaları" konusuna daha çok eğilinmesi de gündeme gelirken toplantının 17 Haziran'da gerçekleşecek ikinci ayağında çözüm önerileri tartışılacak.



## İHKİB Kariyer Akademi uzaktan eğitimlerine devam ediyor

**HAZIR GİYİM** ve moda dünyasında çalışan ya da bu alana ilgi duyanlara yetkinlik kazandırmak, güncel kalmalarını sağlamak, yaptıkları işin kalitesini artırmak ve iş imkanı sağlamak adına en yeni içeriklere sahip eğitimler sunan İHKİB Kariyer Akademi Uzaktan Eğitim Merkezi, içeriklerini ücretsiz olarak sunmaya devam ediyor.

Pandemi süreci ile yaşanan kısıtlılık ve evde geçirilen zamanın kaliteli, bilgi edinici şekilde değerlendirilmesini sağlamak amacıyla hareket eden

İHKİB Kariyer Akademi, son dönemin en popüler ve kullanışlı uygulaması Zoom Meeting üzerinden geçtiğimiz iki ayda 15 eğitim gerçekleştirdi. Alanında yetkin ve uzman isimlerin anlatımında gerçekleşen eğitimler, önümüzdeki ayda da devam edecek. Akademi, haziran ayında dokuz eğitim daha yapacak.

İHKİB Kariyer Akademi'nin geçtiğimiz aylarda gerçekleştirdiği eğitimlere toplam 2 bin 585 kişi katılım gösterirken, 5 bin 416 kişinin öğrenme yönetim sistemine (LMS) kaydolması sağlandı.

## Moda Trend Seminerleri sanal platforma taşındı

**EN GÜNCEL** trendleri yakalamak, değişen tüketici alışkanlıklarından haberdar olmak ve yeni yaratım alanları sunacak kaynakları takip etmek isteyen hazır giyim ihracatçıların, markalarının ve tasarım dünyasının bir araya geldiği Moda Trend Seminerleri, bu sene online platforma taşındı.

Geçtiğimiz senelerde Türkiye moda dünyasının en önemli etkinliklerinden İstanbul Fashion Week ile eş zamanlı gerçekleştirilen organizasyon, küresel gündemi meşgul eden pandemi sebebiyle bu yıl sanal ortamda ve moda haftasından farklı tarihte yapıldı.



Seminerin bu seneki konuğu Trendpie Kurucusu Ahu Barut oldu. "COVID-19 sonrası şekillenen yaşam ve moda trendleri" hakkında başarılı bir sunum gerçekleştiren Barut, pandemi süreci ile beraber değişen tüketici alışkanlıklarının ve moda anlayışının beraberinde getirdiği yeni akımları ve bu akımların günlük yaşamın içinde nasıl yer alacağı hakkında bilgiler vererek, modanın aktörlerinin yeni normaldeki moda anlayışı için hazırlıklı olması gerektiğini söyledi.

30 Nisan tarihinde yapılan seminer, 450'nin üzerinde moda ilgisinin katılımı ile gerçekleşti.

# Öğrenciler ile hazır giyim sektörü sanal ortamda buluştu

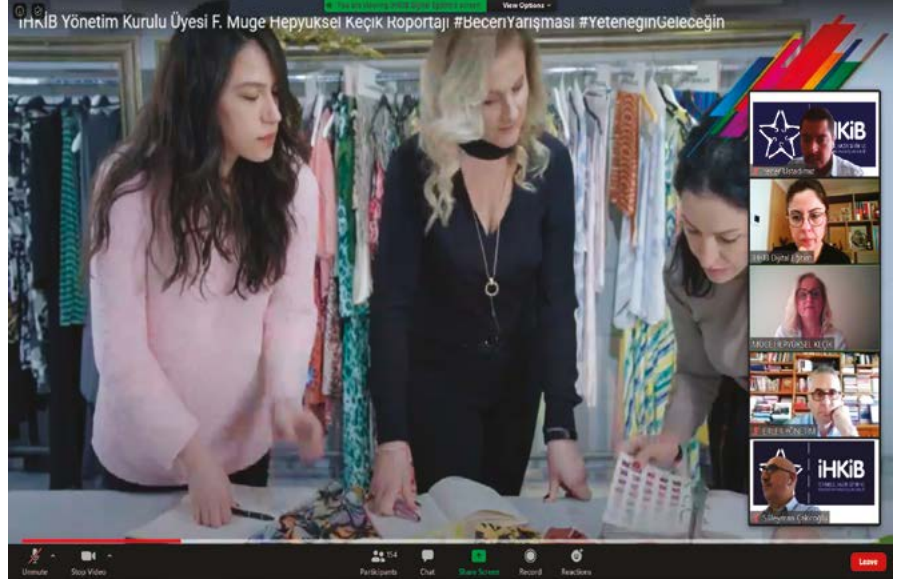
**DİJİTAL ORTAMIN** farklı platformları üzerinden farklı kesimlerle ilgilileri bir araya getiren İHKİB Kariyer Akademi, Mayıs ayında gerçekleştirdiği sanal organizasyonlar ile öğrencilerle hazır giyim sektörünü bir araya getirdi.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu Üyeleri ile sektörün önde gelen temsilcilerinin katılım sağladığı dijital öğrenci-sektör buluşmalarına, İHKİB Protokol Okulları öğrencilerinin yanı sıra İstanbul'daki okulların "moda tasarım teknolojisi" bölümünde okuyan öğrenciler de yer aldı.

Öğrenci-sektör buluşmalarının ilki 12 Mayıs tarihinde gerçekleşti. İHKİB Eğitim Çalışma Grubu Başkanı İlker Karataş ile Les Benjamins Kurucusu ve Kreatif Direktörü Bünyamin Aydın'ın sunum yaptığı etkinliğe 110 öğrenci katılım sağladı.

14 Mayıs 2020 tarihli buluşmada ise öğrencilere İHKİB Eğitim Çalışma Grubu Üyesi Müge Hepyüksel Keçik ile LCWaikiki İşe Alım Uzmanı Belma Topal ve İşe Alım Destek Uzmanı Meltem Çoban eşlik etti. Etkinliğe 157 öğrenci katıldı.

Mayıs ayının son buluşması ise 21 Mayıs tarihinde gerçekleşti. İHKİB Protokol Okulları'nın yanı sıra moda tasarım teknolojisi alanında okuyan İstanbul'un farklı okullarından öğrencilerin de yer aldığı buluşmada,



İstanbul Moda Akademisi Eğitmeni Burcu Yıldırım ile İHKİB Eğitim Vakfı İnsan Kaynakları Uzmanı Yener Üstadımız öğrencilere sunumlar yaptı. Bu son etkinlikte de 158 öğrenci yer aldı.

Tüm etkinliklerde öğrenciler katılımcı isimlere merak ettiklerini sorarak, modanın bugününe ve geleceğine dair bilgileri edindi.

## İHKİB Kariyer Akademi gündemin başlıklarını webinar'larla değerlendiriyor

**SOSYAL MEDYA** ve dijitalin sunduğu avantajı kişiler için en verimli şekilde değerlendirme hedefinde olan İHKİB Kariyer Akademi Uzaktan Eğitim Merkezi, ekran başından verdiği eğitimlerinin yanında gerçekleştirdiği webinar'larla da bilgilendirmeye devam ediyor. İHKİB Kariyer Akademi, moda, tasarım, hazır giyim ve tekstil başlıklı içeriklerinin yanı sıra yeni sürecin ortaya koydukları, teknoloji, tedarik zinciri, ekonomi, pazarlama, markalaşma ve tüm bunların gelecekteki yansımaları gibi başlıklarla da izleyici ve ilgililerle bir araya geliyor.

Bu bağlamda, İHKİB Kariyer Akademi 11 Mayıs tarihinde "Blockzincir ve Kriptolu Gelecek", 12 Mayıs tarihinde ise Prof. Dr. Uğur Batı tarafından verilen "Yeni Normalde Deneysel Pazarlama ve Duyusal Markalama" konulu webinarı gerçekleştirdi. Online seminerlere toplamda yaklaşık 750 kişi katıldı.

İHKİB Kariyer Akademi webinar'larına ilerleyen günlerde de devam edecek.



**İHKİB**  
İSTANBUL HAZIR GIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

## Gelecek Geliyor!

**Blokzincir ve Kriptolu Gelecek**  
webinarımıza kayıt yaptırmayı unutmayın.



Moderatör  
**Tavit Köletavitoğlu**  
Albays Proje ve Arazi Geliştirme  
Şirketi Yönetim Kurulu Başkanı



**Dr. Vedat Güven**  
TIM Danışmanlık Kurucu Ortağı



**Behzat Yıldırım**  
TIM Danışmanlık Kurucu Başkanı

**Tarih**  
12.05.2020  
21:30



İHKİB KARIYER AKADEMİ

**Son Kayıt**  
11 Mayıs  
17:30

# İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, İTÜ öğrencileri ile buluştu



İSTANBUL TEKSTİL ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, İstanbul Teknik Üniversitesi Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi öğrencileri ile bir araya geldi. Tekstil Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi, Doçent Dr. Nazan Okur'un da yer aldığı toplantıda, öğrenciler Ahmet Öksüz'e, sektöre ilişkin sorularını yöneltti.

Video konferans yolu ile gerçekleştirilen toplantıda, Ahmet Öksüz, pandemi döneminde tekstil ve ham maddeleri sektörünün ihracat performansını ve pandemi sonrası hedeflerini değerlendirdi.

İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi ve İTÜ Tekstil Mühendisliği Kulübü'nün düzenlediği toplantıda Öksüz, "İTHİB olarak sektörümüzün geleceği ve gençlerimizin nitelikli olarak yetişmeleri için, gençlerimizi her zaman destekleyeceğiz. Türkiye tekstil ve hazır giyim endüstrisini daha da ileri taşıyacak genç arkadaşlarımıza güveniyoruz, inanıyoruz. Bu kapsamda, öğrencilerimizden gelen hiçbir talebi geri çevirmiyoruz. Pandemi sebebiyle sektörümüzdeki Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarını çok daha stratejik bir önem kazandı, dolayısıyla tekstil mühendislerimizden beklentimiz çok büyük" değerlendirmelerinde bulundu.

Toplantı sonunda öğrenciler, sektöre ve gelecek beklentilerine ilişkin sorular sordukları Ahmet Öksüz'den kariyer hedeflerine ilişkin tavsiyeler de aldılar.

## İTHİB Yönetim Kurulu Toplantısı gerçekleştirildi

İTHİB YÖNETİM Kurulu Toplantısı online olarak 12 Mayıs tarihinde gerçekleştirildi. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle'nin katılımı ile gerçekleşen video konferans toplantısında, güncel dış ticaret istatistikleri değerlendirilerek, çok kullanımlık maskeler ile ilgili yürürlüğe giren kararlar değerlendirildi.

Toplantıda Ticaret Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, TÜBİTAK, TSE ve İTHİB'in ortak çalışmaları ile belirlenen maske standartları hakkında görüş alışverişinde bulunuldu. Konuya ilişkin değerlendirmelerde bulunan Ahmet Öksüz; "Fransa ve İspanya'dan sonra, çok kullanımlık maske kumaşlarının standartlarını belirleyen üçüncü ülke olduk. Birlik olarak bu çalışmanın içinde olmaktan büyük gurur duyuyoruz. Umuyoruz ki belirlenen standartlar, çok kısa zaman içinde ihracatımıza yüksek pozitif ivme ile katkı sağlayacaktır" dedi.



Toplantıda çok kullanımlık maske ihracatının da serbest bırakılması da değerlendirilirken, İTHİB'in sektörel taleplerinden biri olarak çözüme kavuşturulan konu ile ilgili Yönetim Kurulu üyeleri atılacak adımları değerlendirdi.

# İTÜ ile İTHİB çok kullanımlı maske kumaşlarının standartlarına ilişkin çalıştay yaptı

**İTHİB BAŞKANI** Ahmet Öksüz ve Yönetim Kurulu Üyeleri ile İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Tekstil Teknolojileri ve Tasarım Fakültesi Öğretim Üyeleri'nin katılımı ile çok kullanımlı maske kumaşlarına ilişkin bir çalıştay gerçekleştirildi.

İTÜ Öğretim Üyeleri'nin sunumlar gerçekleştirdikleri çalıştayda, çok kullanımlı maske üretiminde standartların belirlenmesine ilişkin görüş ve öneriler paylaşıldı. Gerçekleştirilen toplantıda yüzde 100 pamuktan yapılan pamuk karışımı, organik, anti bakteriyel maskelerin küresel taleplerine ilişkin görüşler paylaşılırken, hali hazırda Fransa'nın gerçekleştirdiği çok kullanımlı maske kumaşının standart çalışmaları hakkında değerlendirmelerde bulunuldu.

Toplantıda filtre görevi görebilecek ve çok kullanımlı olması yönüyle de sürdürülebilir özellikte olan dokuma-örme kumaşlardan yapılacak maskelere



ilişkin alternatif standart önerileri değerlendirilirken, standardın hayata geçmesi ile birlikte, Türkiye'nin küresel çapta tüm talepleri rahatlıkla karşılayabilecek güçte olduğu vurgulandı.

# İTHİB Konfeksiyon Yan Sanayi Kümelenme Projesi'nin ilk eğitimi gerçekleştirildi

**KONFEKSİYON YAN** Sanayi Sektörü İhracatının Geliştirilmesi UR-GE Projesi'nin ilk eğitimi olarak organize edilen Trend Analizi ve Yorumlama Semineri 20-21-22 Mayıs tarihlerinde, video konferans olarak gerçekleştirildi. Toplamda 300'e yakın firmanın katıldığı eğitimin üçüncü gününde İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz de eğitime katılarak, katılımcılara UR-GE projesinin üç yıl boyunca başarılı bir şekilde devam etmesini umduklarını ilettiler.

Aksesuar, fermuar, düğme ve etiket gibi yan sanayi ürünleri üreten firmaların bulunduğu ve tüm

sektöre açık olarak düzenlenen eğitime yoğun ilgi gösterilirken; İstanbul Moda Akademisi'nden Gülin Girişmen'in verdiği eğitimin ilk günü, koleksiyon hazırlama ve sunma konuları işlendi. Sunum hazırlamada tüketici profilleri, aidiyet duygusu ve yaşam alanlarına değinen Gülin Girişmen; küresel firmaların ürünlerini buna göre nasıl hikayeleştirdiğine ilişkin örnekler sundu. Sunum sonunda firmalar kendi ürünleri özelinde dikkat edilmesi gereken hususlara dair Girişmen'e sorular sorarak değerlendirmelerde bulundular.

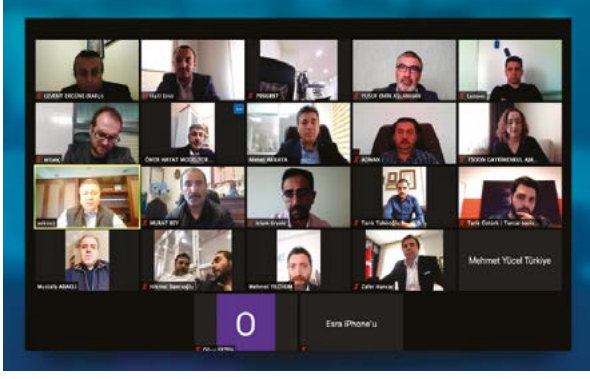
Konfeksiyon Yan Sanayi Özelinde Trend Analizi ve Yorumlama Eğitimi'nin ikinci gününde temel trend kavramları ve trendlerin analizi değerlendirilirken Girişmen; trend eğilimlerinin değişimini ve aksesuarlar üzerindeki dönüştürücü etkisini, teknolojik ve dijital gelişmelerle birlikte dünyadan örneklerle anlattı. Firmalar özellikle pandemi sonrasında nasıl bir değişim olacağına dair fikirlerini paylaştılar.

Trend Analizi ve Yorumlama Eğitimi'nin son gününde CATWALK analizleri yapılarak, öne çıkan aksesuarlar, formlar ve renkler ayrıntılı olarak detaylandırıldı. Küresel markaların koleksiyonları örnek verilerek, 2021 yaz ve kış tahmini trendleri aktarıldı.

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ise eğitime katılan firmalara teşekkür ederek, "Eğitimimiz üç gün boyunca yoğun katılımıyla gerçekleşti. Firmalarımıza katma değer oluşturacak eğitimlere çok önem veriyoruz, İTHİB olarak UR-GE projelerimiz kapsamında eğitimlerimizi düzenlemeye devam edeceğiz" dedi.







## İTHİB İOSİD üyeleri ile bir araya geldi

**İSTANBUL TEKSTİL** ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, İkitelli Organize Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (İOSİD) üyeleri ile bir araya geldi. 6 Mayıs tarihinde gerçekleştirilen video konferansta, İOSİD üyeleri Ahmet Öksüz'ü ağırlarken; webinar'da pandemi sürecinin Türkiye ekonomisine mevcut ve potansiyel etkileri, sektörün yaşadığı sorunlar ve çözüm önerileri paylaşıldı.

İOSİD Başkanı Ahmet Akkaya ve Yönetim Kurulu Üyeleri'nin bulunduğu toplantıda, pandeminin Türkiye ekonomisine mevcut ve potansiyel etkileri üzerine fikir alışverişleri yapıldı.

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ise maske üretimi, Türkiye'nin çok kullanımlık maske üretim kapasitesi, ihracat potansiyeli ve sektör ihracatındaki son durumu değerlendirirken; toplantıda KOBİ'lerin faydalanabileceği finansal destek paketleri hakkında da güncel bilgiler paylaşıldı.

## İTHİB, OTİAD'ın Yönetim Kurulu Toplantısı'na katıldı



**İSTANBUL TEKSTİL** ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, 20 Mayıs tarihinde İstanbul Tekstilci İş İnsanları Derneği'nin (OTİAD) Yönetim Kurulu Toplantısı'na katıldı.

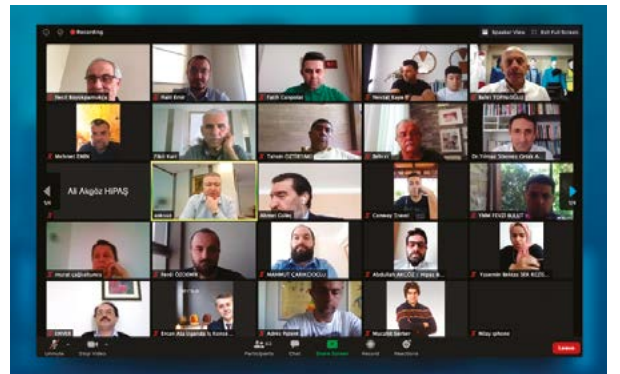
OTİAD Başkanı Rıdvan Kandağ ve Yönetim Kurulu Üyeleri ile bir araya gelen Ahmet Öksüz, sektörün mevcut durumunu değerlendirerek, Pandemi sürecinde kurumlar arası iş birliğinin büyük rol oynadığını vurguladı. OTİAD ile daha sık bir araya gelmekten büyük mutluluk duyduğunu ifade eden Öksüz, yılın ikinci yarısında sektörün ihracat verilerinin telafi edileceğini belirterek; pandemi sonrası süreçte, e-ticaret ve sanal fuarların da ağırlık kazanacağını altını çizdi.

OTİAD Başkanı Rıdvan Kandağ ve Yönetim Kurulu Üyeleri'nin, COVID-19 sürecinin en hafif hasarla atlatabilmesi için çözüm önerilerini dile getirdikleri toplantıda, sektörde yaşanan daralmanın, ancak el birliği ile aşılabileceği vurgulandı.

## Ahmet Öksüz, Ortak Akıl İş Platformu Zirvesi'ne katıldı

**İTHİB BAŞKANI** Ahmet Öksüz, 16 Mayıs tarihinde, Ortak Akıl İş Platformu Başkanı Dr. Yılmaz Sönmez'in moderatörlüğünde gerçekleşen Ortak Akıl İş Platformu'nun düzenlediği zirveye katıldı.

Ortak Akıl İş Platformu tarafından zirve olarak düzenlenen webinar'a İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz ve İstanbul Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ahmet Güleç konuşmacı olarak katıldı. Zirvede iş insanları bir araya gelirken, COVID-19 pandemi sürecinin etkileri ve sektörel ihracat rakamları değerlendirildi. İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, ihracat ve maske gündemine ilişkin değerlendirmelerde bulunurken; zirvenin sonunda iş insanların sorularını cevaplandırdı.



# İDMİB'in E-Ticaret Komitesi toplantıları devam ediyor

**İSTANBUL DERİ** ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği, deri ihracatında dijital dönüşüm çalışmalarına hız kazandırarak, üretici ve alıcı firmaları buluşturmayı amaçlayan sanal fuar düzenlenmesi konusunda ilerleme kaydediyor. Bu kapsamda oluşturulan E-Ticaret Komitesi, İDMİB olarak değişimlere hazır olmak istediklerini dile getirerek çok iyi hazırlanmış bir internet sitesi oluşturulması ve bütün ürünlerin dijital ortama taşınmasıyla sürecin başlayacağını vurguladı.

Dünyanın hızlı bir şekilde dijital eksene kaydığı bugünlerde dijitalleşmek, daha az zaman ve maliyetle tüm dünyaya açılma imkânı tanıyor. Bunu avantaja çevirmek isteyen Komite Üyeleri, ilerleyen dönemde sektörün diğer paydaşlarıyla da ortak iş geliştirme konusuna sıcak baktıklarını belirtti.

## İDMİB, EDMİB İLE DE YAKIN TEMASTA

Bu kapsamda Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (EDMİB) ile de yakın temas halinde çalışan Komite Üyeleri, 30 Nisan tarihinde EDMİB Başkanı Erkan Zandar ile bir araya geldi. Yapılan toplantıda 1-3 Haziran'da gerçekleştirilen, Türkiye'nin ve dünyanın ayakkabı ve saracıye sektörlerine yönelik ilk sanal fuarı olan Shoedex2020 etkinliği gündeme alındı. Firmaların

yurt dışı alıcılara ürünlerini sergileyebilmesi imkânı sağlayan, online B2B görüşmeler ile yeni iş ilişkilerinin tesis edilebilmesine yardımcı olan bu platformun geliştirilebilmesi için fikir alışverişinde bulunuldu.

Ticaret Bakanlığı'nın koordinasyonu ve Türkiye İhracatçıları Meclisi'nin destekleriyle gerçekleştirilen etkinliğin ilerleyen dönemlerde daha çok firmayı bir araya getirebilmesi için iki Birliğin iş birliği de toplantıda görüşülen konular arasındaydı.

## BİRLİK TEMSİLCİLERİ SEKTÖRÜN İHRACAT ATAĞINA KALKABİLMESİ İÇİN SORUMLULUK ALMAYA HAZIR

2020'ye sektör olarak iyi bir başlangıç yapıldığının ve yılın başından bu yana deri ve deri mamulleri ihracatının yükselişle sürdürüldüğünün belirtildiği toplantıda, global sağlık sıkıntısıyla beraber sektördeki firmaların işlerinin durma noktasına geldiği de ifade edildi. E-Ticaret Komitesi, normalleşmeyle beraber ihracatın başlamasını umut ettiklerini dile getirdi.

Önümüzdeki dönemde sektörün tekrar ihracat atağına kalkabilmesi için sorumluluk almaya hazır olduklarını dile getiren temsilciler; güncel gelişmeler ışığında toplantılarına devam edeceklerini belirtti.



## BAŞVURULAR BAŞLADI

[idmib.org.tr](http://idmib.org.tr)

## 20-23 EYLÜL

# 2020



# MILANO

**İ D M İ B**  
İSTANBUL DERİ VE DERİ MAMULLERİ  
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

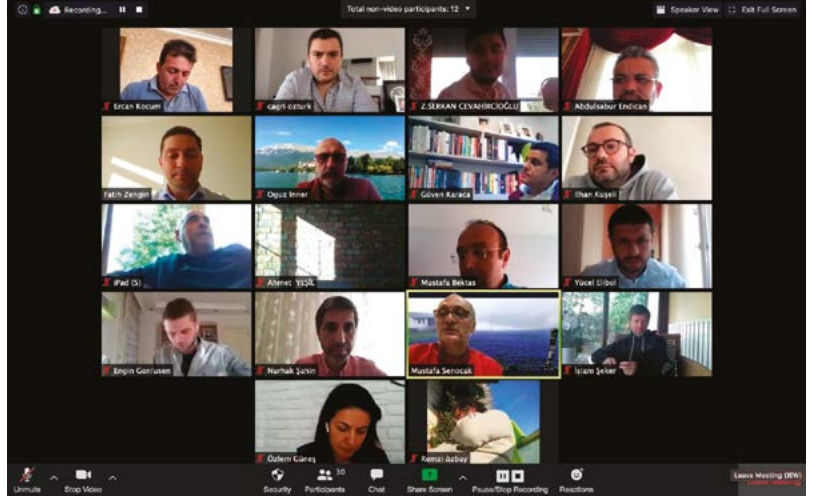
# İDMİB Yönetim Kurulu koronavirüs gündemiyle toplandı

**İDMİB YÖNETİM KURULU**, mart ayından bu yana bütün dünyayı etkisi altına alan ve küresel bir salgına dönüşen COVID-19 nedeniyle bu ay üçüncü defa online olarak bir araya geldi.

Toplantıda güncel dış ticaret verileri değerlendirilirken, dünya çapında neredeyse bütün ekonomileri sarsan koronavirüsün etkileri ile olası sonuçları da tartışıldı. Bu kapsamda Birlik olarak yapılan çalışmalar aktarılırken yine salgın boyunca devreye alınan destek paketleri hakkında da bilgi verildi.

Türkiye'nin ve dünyanın olağanüstü zamanlardan geçtiğini dile getiren İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak, bu krizden ancak hep beraber el ele verilerek çıkılabileceğinin altını çizdi. Bu kapsamda açıklanan stok finansman desteği, kısa çalışma ödeneği, mücbir sebep kapsamında vergi ödemelerinin ötelenmesi ve Kredi Garanti Fonu limitlerinin artırılması gibi önlemlerin hemen her sektör için büyük önem taşıdığını ifade etti.

Toplantıda ayrıca deri ve deri mamulleri sektörünün COVID-19'dan önce olduğu gibi üretime



devam ettiği ve ihracata hazır olduğu konulu tanıtım videosu da gösterildi. Türkçe, İngilizce ve Rusça dillerinde hazırlanan tanıtım filmi dünyanın dört bir yanından yaklaşık 4 bin alıcı firmaya ulaştırıldı.

## İDMİB dijital dönüşüm çalışmalarını sürdürüyor

**OLUŞTURDUĞU** E-Ticaret Komitesi ile dijitalleşme çalışmalarına hız kesmeden devam eden İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) bu kapsamda 9 Mayıs tarihinde İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkan Yardımcısı Jale Tunçel ve İstanbul Moda Akademisi (İMA) yetkilileriyle bir araya geldi.

Toplantıda İDMİB'in yaptığı çalışmalardan kısaca bahsedilerek oluşturulan 9 maddelik yol haritası paylaşıldı. Temelde firmaların dijital platformda ürünlerini sergilemeleri, e-katalog oluşturmaları, B2B görüşmeler yapmaları, fuar düzenlemeleri ve böylelikle Türk derisinin tanıtılması konularına yoğunlaştığından bahsedildi. Projenin diğer bir ayağı olan firmaların dijital modelleme kabiliyetlerinin geliştirilmesi konusunda ise daha önce çeşitli hizmet sağlayıcılarıyla yapılan toplantıların değerlendirmeleri paylaşıldı.

Sektörünün ileri gelen kuruluşlarından olan İMA'nın özellikle dijital tasarım konusunda önerilerini paylaştığı toplantıda konfeksiyon, ayakkabı ve saracıye ürün grupları için kullanılacak çeşitli tasarım programları hakkında görüş alışverişinde bulunuldu. İlerleyen süreçte üç boyutlu modelleme



imkanıyla zaman ve emek tasarrufu sağlayan programların giderek daha önemli hale geleceği belirtilerek firmaların şimdiden buna adapte edecek yöntemler tartışıldı.

# Deri ve deri mamulleri sektöründe Dijital Dönüşüm UR-GE Projesi başlıyor

**İDMİB**, Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenen, "Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi UR-GE Tebliği" kapsamında, deri ve deri mamulleri ihracatçılarına yönelik dijital dönüşüm ve e-ihracata hazırlık sektörel kümelenme projesini hayata geçiriyor.

Firmaların uluslararası pazarlarda rekabet gücünü ve ihracatını artırmak amacıyla sektör ve katılımcı firma analizlerinin yapılarak eksiklerinin belirlendiği ve buna yönelik eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin alındığı ve devamında ortak pazarlama çalışmalarının gerçekleştirildiği proje, kümelenme anlayışı temelinde planlanıyor. Deri ve Deri Mamulleri Sektöründe Dijital Dönüşüm ve E-İhracat UR-GE Projesi ile yenilikçi ve sürdürülebilir yaklaşımlar çerçevesinde sektörün geliştirilmesi, dönüştürülmesi ve güçlendirilmesi hedefleniyor.

Proje kapsamında ihtiyaç analizinde tespit edilen konular çerçevesinde firma bazlı/toplu katılım ile teknik eğitim/danışmanlık faaliyetleri gerçekleştirilecek. Sonrasında hedef pazarlara yönelik bir adet yurt dışı fuar ziyareti, B2B ikili iş görüşmeleri, alım heyetleri, tedarikçiler ile birebir ya da online temaslar sağlanacak.

## FİRMALAR KATILDIKLARI HER BİR PROJE İÇİN %25'LİK ÖDEME YAPIYOR

Projeye deri ve deri mamulleri sektöründe üretici, ihracatçı, marka olarak faaliyet gösterenler başvurabilirken KOBİ'lere öncelik tanınacak. Başvuru şartları arasında İDMİB üyesi olmak, en az limited şirketi statüsünde olmak, iş birlikteliğine açık olmak,



proje süresince yürütülecek faaliyetlere aktif katılım sağlamak ve Sosyal Uygunluk sertifikalarından en az birine sahip olmak veya sosyal uygunluk süreçlerine hazır/uyumlu olmak yer alıyor. Ayrıca başvuru yapacak olan firmaların proje katılım bütçesinin oluşturulması için başlangıçta katılım bedeli ödemesi, katılım gösterilen her bir proje alt faaliyeti için

yüzde 25'lik katkı payını karşılaması ve başka bir UR-GE projesinde eş zamanlı olarak yer almaması gerekiyor. Prefinansmanını İDMİB'in sağladığı projenin koordinasyonu İTKİB sekreteryası tarafından yürütülüyor.

## TİCARET BAKANLIĞI DA DESTEKLİYOR

En fazla üç yıl olan proje süresince gerçekleştirilmesi öngörülen her bir faaliyetin toplam bütçesinin yüzde 75'i Ticaret Bakanlığı tarafından destekleniyor. İhtiyaç analizi ve eğitim, danışmanlık, tanıtım faaliyetleri için destek tutarı 400 bin dolar olarak belirlenirken yurt dışı pazarlama faaliyetlerinde program başına 150 bin dolar, alım heyeti faaliyetlerinde program başına 100 bin dolar ve istihdam faaliyetlerinde emsal brüt ücret tutarında destek öngörülüyor. Projenin sona ermesi ile birlikte faaliyetlere aktif katılan firmalar, Ticaret Bakanlığı'na başvuru yaparak yıllık en fazla 50 bin dolara kadar üç yıl boyunca alacakları danışmanlık hizmetleri giderlerinin yüzde 70'ini destek olarak alabilecek. Başvuru yapacak firmaların 15 Haziran, saat 17:30'a kadar başvuru formunu doldurarak deri@itkib.org.tr adresine e-posta yoluyla ve formun aslını posta yoluyla/elden iletmeleri gerekiyor.



Covid 19'a dur demek için maske üreticilerinin yanındayız!

# Bakterilere karşı %99,9 etkili mikrofilament maske kumaşı\*

*Yeni teknoloji*



\*3 katlı medikal maske akredite test sonucu.

**MOGUL**

Diversity in Nonwovens

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



# Küresel pandemiye küresel yanıt “**NORMALLEŞME SÜRECİ**”

Haftalardır dünyayı kilitlenme noktasında tutan COVID-19'a karşı, Türkiye'nin de içinde bulunduğu pek çok hükümet, normalleşme sürecine gitti. İş yerleri açıldı, fabrikalar üretim hattının başına geçti. Normalleşme sürecinin başlaması ile ülkenin lokomotif sektörlerinden tekstil ve hazır giyim de siparişleri almaya ve yenileri için çalışmaya başladı.



**D**ÜNYA GENELİNDE ülkelerdeki vaka sayılarında yaşanan azalmalarla birlikte kademeli bir normalleşme süreci yaşanmaya başlandı. Bu durum, pandemi öncesindeki döneme devam edeneceğimiz anlamı taşımasa da aylardır devam eden kısıtlamalar ve izolasyondan sonra hem insanlar hem de işletmeler için rahatlama anlamı taşıyor.

Kısıtlamalardan çıkış stratejileri ülkeden ülkeye, hatta şehirden şehre değişmekle beraber pek çok ülkede, mağazalar, restoranlar, okullar, fabrikalar faaliyete geçti.

Dünyadaki ilk normalleşme hareketi, salgının ilk başladığı yer olan Çin'de gerçekleşti. Ülkenin büyük bir bölümünde hayat normale dönerken mağazalar, restoranlar, ofisler ve fabrikalar iş başı yaptı. Trafik yoğunluğu normal seyrine dönmeye başladı. Çinli bir araştırma şirketinin yaptığı araştırmaya göre, Çin iş gücünün dörtte üçü 24 Mart itibarıyla yeniden işe döndü.

Nisan-mayıs itibarıyla Çin'de başlayan normalleşme sürecine İtalya, Fransa, Belçika, Almanya, İspanya, Türkiye gibi ülkeler de dahil oldu.

#### **NORMALLEŞME İLE EKONOMİK BASKININ AZALTILMASI HEDEFLENİYOR**

Kısıtlamaları kaldırmanın en önemli etkenlerinden biri, COVID-19'un ekonomi üzerinde yarattığı tahribatı gidermeye yönelik oldu. Pandemiden sadece KOBİ'ler ve küçük işletmeler değil, dünyanın önde gelen pek çok devi de etkilendi.

Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) nisan ayında güncellediği tahminlerine göre, küresel ekonomi bu sene için yüzde 3'lük bir küçülme yaşayacak. Salgından önceki dönemde ise yüzde 6'lık bir büyüme beklentisi vardı. IMF'nin yaptığı bir diğer tahmini açıklama ise, küresel ekonominin ilk çeyrekte 9 trilyon dolar kaybettiği oldu. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ise işletme faaliyetlerindeki ciddi kesintiler sebebiyle, 1-6 milyar işçinin geleceğinin belirsiz olduğunu söylüyor.

Bu durumun önüne geçmek isteyen hükümetler bir yandan teşvik ve destek paketleri sunarken, diğer

Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) nisan ayında güncellediği tahminlerine göre, küresel ekonomi bu sene için yüzde 3'lük bir küçülme yaşayacak.





## Çin, her ne kadar mart ayı itibarıyla normalleşme sürecine girmeye başlamış ve üretim hatlarının başına geri dönmüş olsa da dünya genelinde aldığı eleştiriler nedeniyle, güven ve kan kaybı yaşıyor. Bu da Türkiye'ye eskisinden daha fazla talep olacağını gösteriyor.

yandan gevşetilen kısıtlamaların günlük işleyişine uygun kurallar belirliyor. Hareketlilik serbestisine izin veremeye başlayan tüm ülkelerde ana tedbirleri sosyal mesafe kuralı ve maske kullanımı oluşturuyor. Ülkelerin kendi kişisel tedbirleri de söz konusu; örneğin Almanya kuaförlerden fabrikalara kadar her işletmenin işleyiş kurallarını tek tek açıkladı. Belçika, işçilerin iki metre ihlalini aşmamaları için ikaz eden ve kişinin sağlık verilerini toplayan bileklik uygulamasına geçerken, benzeri bir sistemi ABD de kullanıyor.

Türkiye'de ise 65 yaş üstü ve 20 yaş altı için sokağa çıkma, hükümetin belirlediği tarihlerle yapılıyor. 11 Mayıs tarihi ile AVM'ler, kuaförler iş başı yaptı. Sanayide çarklar dönmeye başladı. Bir süredir üretimin durduğu fabrikalar yeniden üretmeye koyuldu.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan konuyla alakalı yaptığı açıklamada üretim noktasında öncelikli sektörlerin lokomotif konumundaki tekstil, tarım ve sanayi olduğunu ve turizm ile diğer sektörler içinse kademeli bir normalleşme sürecinin oluşacağını söyledi.

Türkiye'de sanayinin ve işletmelerin üretim ve hizmetin başına geçmesi ile ilgili bakanlıklar da firmaların uyması gereken kuralları içeren raporlar yayınlamaya çalışarak, salgının çalışan sağlığına ve faaliyetlerin devamlılığına bir kez daha zarar vermemesini sağlamaya çalışıyor.

### MODA ENDÜSTRİSİNDEN NORMALLEŞME ADIMLARI

Tüm dünyayı kilitleyen koronavirüsün en fazla etkilediği sektörlerin başında tekstil ve hazır giyim geldi.

“Türkiye'nin petrolü” olarak adlandırılan tekstil ve hazır giyim sektörü yılda 30 milyar dolara yakın ihracat gerçekleştiriyor ve 1 milyondan fazla kişiyi istihdam ediyor. Çin'de baş gösteren virüs nedeniyle yılın ilk ayına hızlı bir giriş yapan endüstri, mart ayında dünya çapında yayılmaya başlayan salgın sebebiyle, global markalarla sipariş teslimi noktasında mağduriyetler yaşamaya başladı. Koronavirüs sebebiyle mücbir sebep maddesi koydurup, verilen siparişleri almaya yanaşmayan yabancı moda şirketleri, nisan ayı ihracatında yüzde 60'tan fazla bir düşüş yaşanmasına neden oldu. İlk iki aydaki artan ihracat oranlarıyla birlikte sene sonu için önemli hedefler koyan tekstil ve hazır giyim, yaptığı hedef güncellemesinde yılın ilk yarısı için yüzde 50'lik ihracat düşüşü öngördü.

Nisan-mayıs süreci ile başlayan normalleşme ise, ikinci yarı için daha olumlu bir tablo çiziyor.



Ülkelerde başlayan normalleşme süreci ile pek çok sanayide olduğu gibi Türk tekstil ve hazır giyim sektöründe de hareketlenme yaşanıyor. Dünya devleri, önceden verdikleri siparişleri almaya başladı. Başta İtalya ve Almanya'dakiler olmak üzere Avrupa'daki firmalar ve markalar, önceden verdikleri siparişleri almanın yanında yeni siparişler sunmaya başladı. Bu markaların başında ise Türkiye'den yoğun şekilde ürün ihraç eden Zara ve H&M geliyor. Global markaların pek çoğu, önceden verdikleri siparişleri almanın yanında kontratlarını yenileme sürecine de girdi.

Bu gelişmeler ile birlikte moda endüstrisinin Mayıs ayından itibareneksiyi azaltmaya başlayacağı öngörülüyor. Sektördeki genel kanı, ilk yarıdaki düşüşün, ikinci yarıda daha normal hale geleceği ve sene sonu için ihracattaki azalmanın yüzde 20-25 civarında olacağı. Perakende mağazalarının açılması ise olumlu süreci daha da hızlandıracak.

#### ÇİN MALLARINA OLAN TALEP DÜŞÜKLÜĞÜ TÜRKİYE'Yİ ÖNE ÇIKARACAK

Avrupa Birliği ülkelerinin pandemiden en yoğun şekilde etkilenmesi, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün büyük bir ivme kaybetmesine sebep olmuştu. Bunun temelinde ise sektörün ihracatının yüzde 70'ten fazlasını AB'ye yapıyor olması yatıyor. Avrupa'da salgından en fazla etkilenen isimler arasında olan İtalya, Fransa, Birleşik Krallık, İspanya, Belçika ve Almanya gibi ülkeler, Türkiye'nin bölgedeki ilk 10 ithalatçısı arasında yer alıyor.

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü, AB'nin yaşadığı bu olumsuzluklardan dolayı, orta vadede birliğin yeniden bir yapılanma sürecine gireceğini ve Türkiye ile ilişkilerin ve ticaretin de revize edileceğini düşünüyor. Diğer yandan ise, Çin, her ne kadar mart ayı itibarıyla normalleşme sürecine



## Çok Kullanımlık Maske İhracatı Artacak

**NORMALLEŞME** dönemi ile birlikte insanların iş yerlerine, okullara, alışveriş alanlarına geri dönmeleri sonrasında maske ihtiyacının daha da artacak olması, sektörü çok kullanımlık maske üretimine itiyor. Eğilimin sürdürülebilir ürünlere yönelmesi de sektör adına talebi artıran bir durum.

Bir süredir Türk tekstil sektörünün aktörleri tarafından hayata geçirilmek istenen yıkanabilir ve çok kullanımlık maskelerin üretimi, hükümetin bu ürün için standartları belirtmesi ve kısıtlı olan maske ihracatını kaldırması ile önemli bir ihracat hamlesine dönüştü. Yurt dışından Türk tekstil ve hazır giyim sektörüne bu konuda gelen yoğun istegin yanı sıra turizm sektöründe meydana gelecek hareketliliğin de talebi artıracığı görüşü var. Fonksiyonel maskelerin sektördeki katma değerli ihracatı 3-4 kat artıracığı da belirtiliyor. Bu da daha uzun bir süre var olacak olan pandemi gündeminde ihracatı artıracak önemli bir potansiyel olarak ortada duruyor.

Fact.mr'nin yaptığı araştırma, küreselde sürdürülebilir maske pazarının yıllık bazda yüzde 8'lik bir büyüme oranına sahip olduğunu ve 2030 yılına kadar 4 milyar dolardan fazla bir pazar hacmine ulaşacağını öngörüyor.



girmeye başlamış ve üretim hatlarının başına geri dönmüş olsa da dünya genelinde aldığı eleştiriler nedeniyle güven ve kan kaybı yaşıyor. Genel kanı, Çin mallarına olan talepte duraksamalar ve azalmalar olacağı yönünde. Moda endüstrisinin yetkilileri bu durum neticesinde, global sektördeki en güvenilir partner olan Türkiye'nin ihracatında bir yükseliş sağlayacağı ve Türkiye'ye eskisinden daha yoğun talep olacağı görüşünde.

Avrupa kıtasının en büyük tekstil üreticisi konumunda olan tekstil endüstrisi, krizi etkin bir şekilde yönetip, ülkenin potansiyelini artırmak için tam anlamıyla gerçekleştirecek olan normalleşme sürecine odaklanmış durumda. Sektörün şu an için orta uzun vadedeki temel hedefi, toparlanma sürecinde fırsatları iyi değerlendirerek, bölgenin en güçlü ticari aktörü olmak.

**Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Türkiye'nin normalleşme adımlarıyla ilgili yaptığı açıklamasında; üretim noktasında öncelikli sektörlerin lokomotif konumundaki tekstil, tarım ve sanayi olduğunu ve turizm ile diğer sektörler için ise kademeli bir normalleşme sürecinin oluşacağını söyledi.**



TSE'nin yayınladığı COVID-19 Hijyen, Enfeksiyon Önleme ve Kontrol Kılavuzu'na QR kodu okutarak ulaşabilirsiniz.



## TSE'den Sanayicilere COVID-19 Kılavuzu

**TÜRK STANDARTLARI** Enstitüsü (TSE) tarafından hazırlanan COVID-19 Hijyen, Enfeksiyon Önleme ve Kontrol Kılavuzu, sanayi işletmelerinin salgınla mücadelede ne gibi önlemler almalarını en detaylı şekilde anlatıyor. Rehber niteliğinde kılavuz, Dünya Sağlık Örgütü, Sağlık Bakanlığı, doktorlar, COVID-19 Bilim Kurulu ve sektör temsilcilerinin görüşleri doğrultusunda hazırlandı. Tüm sektörlerdeki sanayicilerin enfeksiyonu önleme ve kontrol altında tutmaları için gerekli bilgilerin yer aldığı kılavuz, sektörel farklılıklar, değişen çalışan sayısı ve operasyonel faaliyetler noktasında endüstriler için detaylarda farklı uygulamalar içeriyor.

Kolay ve etkili tedbirler alınmasını sağlayan kılavuzun giriş bölümünde hastalığın hangi yollarla bulaştığı, periyodu, ilerleyişi ve ortaya koyduğu sonuçlarla alakalı alınacak tedbirler yer alıyor. İzleyen bölümlerde ise bu tedbirlerin hayata nasıl geçirilmesi gerektiği anlatılıyor. Kuralların uygulama yöntemlerinin somut kurallarla

anlatıldığı kılavuzda, virüse ilişkin düzenli eğitimler verilmesi ve çalışanların her daim güncel tutulmasının önemine değiniliyor.

Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, konuyla alakalı yaptığı basın açıklamasında, kılavuzun firmalar için salgınla mücadele konusunda yol gösterici olmasının yanında, salgın sonrası dönemde güvenilir ve hijyenik üretim standartlarına uygunluğun belgelendirilmesini de sağlayacağını söyledi ve şöyle devam etti: "İşletmeleri buna göre denetleyecek ve denetimi geçenlere uluslararası nitelikteki COVID-19 Güvenli Üretim Belgesi vereceğiz. Önümüzdeki dönemde uluslararası ticarete bu tip belgelendirmeler daha fazla ön plana çıkacak. Yabancı müşteriler, muhatap olduğu firmaların hijyen şartlarını sağlayıp sağlamadığına daha çok dikkat edilecek. Üretimi güvenli koşullarda gerçekleştirenler, piyasanın da hâkimi olmaya başlayacaklar. Sanayi tesisleriyle başlayacağımız bu belgelendirme faaliyetini, ilerleyen zamanlarda başka sektörler de yayacağız."

## “HAZIR GİYİM HIZLA NORMALLEŞECEK SEKTÖRLERİN BAŞINDA GELİYOR”

**PANDEMİ SÜRECİNDE** hazır giyim ve konfeksiyon sektörü olarak hem üretim hem de ihracat konusunda son yıllarda yaşadığımız belki de en büyük sorunlarla karşı karşıya kaldık. Firmaların bir kısmı fabrikalarını kapatırken bazıları iptal edilen siparişler nedeniyle elde kalan stokları ucuza satmak zorunda kaldı.

Nisan ayı tüm sektörler gibi pandemiden en fazla etkilendiğimiz ay oldu; yüzde 62 düşüş yaşadık. Bu zor süreçte İHKİB olarak üreticimizin ve ihracatımızın yanında olabilmek adına gerek yurt içi gerekse yurt dışı kurum ve kuruluşlarla istişarelerde bulunduk. Kamu ile olan bağımız ve Birlik olarak yurt dışındaki temsil gücümüz sayesinde Avrupalı müşterilerimize sesimizi duyurmak konusunda kayda değer başarılar elde ettik.

Normalleşme sürecine gelecek olursak; maske üretiminin sektörü az da olsa canlandırması, almış olduğumuz aksiyonlar sayesinde sipariş iptallerinden vazgeçilmesi,

ise dönüş uygulamalarının düzenlenmesi gibi etmenler sayesinde, aslında sektör olarak normalleşme sürecine adım atmıştık. Bunda kamu kurum-kuruluşları ile yapmış olduğumuz istişareler neticesinde alabildiğimiz devlet desteklerinin de büyük bir payı oldu. Nisan ayındaki daralmanın ardından mayıs ayını yüzde 48 daralma ile kapatabildik. Yaşadığımız olumsuzluklar neticesinde yılın ilk beş ayında geçen yıla göre yüzde 26,1 eksideyiz ancak en kötü dönemi geride bıraktığımızı söyleyebilirim. İhracattaki daralmamız hazıranda yüzde 30, temmuzda yüzde 20-25, ağustosta yüzde 10-15 civarlarında devam edecek gibi tahmin ediyoruz. Yani en iyimser tahminle Eylül ayı ihracatımızda geçen yılın aynı dönemiyle başa baş durumu yakalayabileceğimizi ümit ediyoruz.

İHKİB olarak ihracatçılarımızın bu dönemde yaşadığı sorunların farkındayız ve bu bağlamda çalışmalarımıza devam ediyoruz. Kısa çalışma ödeneğinin sene sonuna kadar uzatılması ve Devlet Malzeme Ofisi'nin ihracatta hibe almayı durdurması gibi konulardaki girişimlerimiz devam ediyor. Bu konularda ihracatçımız desteklenmeye devam eder, nakit akışımızı destekleyecek önlemler alınır ve ham madde ithalatı konusunda karşılaştığımız zorluklar en aza indirgenirse, normalleşme sürecimiz daha da hızlanacaktır. Salgın nedeniyle küresel ticarete bütün oyun planlarının değiştirilmek zorunda kaldığı bu yılı, geçen yıla göre yüzde 15 daralma ile kapatabilirsek, sektörümüz adına başarı olacağına inanıyoruz diyebilirim.

“Kısa çalışma ödeneğinin sene sonuna kadar uzatılması ve Devlet Malzeme Ofisi'nin ihracatta hibe almayı durdurması gibi konulardaki girişimlerimiz devam ediyor.”



**MUSTAFA GÜLTEPE**  
İHKİB BAŞKANI

## “TEKNİK TEKSTİLİN ÖNEMİ DAHA DA ARTACAKTIR”

**KÜRESEL KARANTİNA** önlemleri ve talep daralmasının bir sonucu olarak, her ne kadar Türkiye geneli ile tekstil ve ham maddeleri ihracatımız gerilese de yaşanan tüm gelişmelere rağmen mayıs ayında 174 ülkeye ihracat gerçekleştirdik. Mayıs ayında ihracatımız bir önceki aya göre yüzde 30 oranında arttı. Özellikle Avrupa'da normalleşmeye geçilmesiyle birlikte Çin pazarına karşı oluşan negatif algının Türkiye'ye olumlu yansımaları olacaktır.

Hızla toparlanma eğilimine geçen tekstil ve ham maddeleri sektörü olarak, küresel piyasaların da normalleşmesiyle birlikte 2020 yılının ikinci yarısından itibaren ihracatımızın artış eğilimine geçeceğini öngörüyoruz. Tekstil ve ham maddeleri sektörü olarak ilerleyen dönemde yeni kurallara, yeni normal düzene göre şekillenecek ve ihracatımıza devam edeceğiz. Sektörümüz, değişime adaptasyon kabiliyeti çok yüksek bir sektör. Bu kapsamda yeni normalin

bir sonucu olarak e-ticaret, alternatif lojistik kanallarını kullanma, sanal fuarlar ve dijitalleşmeye dair birçok alanda altyapı çalışmaları gerçekleştiriyoruz. Bununla birlikte göreve geldiğimiz günden bu yana teknik tekstillerin sektörümüzün geleceği ve dijital dönüşümü açısından çok önemli olduğunun altını çizdik, projeler yürüttük. 14 küme firmamız ile başlattığımız UR-GE projemizin yanında beşerî sermayemize de yatırım yaparak, İstanbul Teknik Üniversitesi ile iş

birliği yaptık ve Türkiye'nin ilk tezli teknik tekstiller yüksek lisans programını hayata geçirdik. Bugün koronavirüs salgınında medikal tekstil ürünlerinin ham madde tedarikini sağlayan teknik tekstil sektörümüzün ne kadar stratejik öneme sahip olduğu bir kez daha gözlemlenmiş oldu. Dolayısıyla, “yeni normal”de teknik tekstil sektörümüzün önemi gerek Türkiye’de gerekse küresel sistemde her geçen gün artacaktır. Koronavirüs salgını öncesinde başlattığımız “Teknik Tekstillerde Dönüşüm ve İnovasyon” kümelenme projemiz gibi sektörümüze yön veren çalışmaları önümüzdeki dönemde de gerçekleştirerek, “yeni normalde” firmalarımızın dijital dönüşümüne katkı sağlamayı, firmalarımızı sanal ticaret heyetleri gibi alternatif pazarlama yöntemleriyle küresel alıcılarla buluşturmayı hedefliyoruz.



**AHMET ÖKSÜZ**  
İTHİB BAŞKANI

“Yeni normalde firmalarımızın dijital dönüşümüne katkı sağlamayı, firmalarımızı sanal ticaret heyetleri gibi alternatif pazarlama yöntemleriyle küresel alıcılarla buluşturmayı hedefliyoruz.”

## “SEKTÖRDE DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ BAŞLATIYORUZ”

**COVID-19 SALGININ** sebep olduğu olağanüstü hâl ve beraberinde getirdiği değişiklikler, tüm sektörler için kaçınılmaz bir değişimi işaret ediyor. Bu değişimin merkezinde ise dijital dönüşüm yer alıyor. Klasik iş yapış şekillerinin geri dönülmez şekilde değiştiği bu süreçte, e-ticaret, e-ihracat, mobilizasyon, online platformlar ve Ar-Ge çalışmaları hız kazanırken; küreselleşme, uluslararası ticaret ve tedarik zinciri büyük önem kazanmaya başladı.

Biz de İDMİB olarak bu değişimleri dikkate alıp, sektörümüzü yeni döneme adapte edebilmek ve ihracatımızı artırmak adına “İDMİB Dijital Dönüşüm” isimli projemizi hayata geçirdik. Öncelikli amacımız üyelerimizi yabancı alıcılar ile dijital ortamda bir araya getirmek. Bunun için gerek TİM gerekse Bakanlığımız ile koordinasyon içerisinde çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Salgın süresinde devletimizin sağladığı olanaklar, Türk Eximbank ve kamu bankalarının sağladığı kredi destekleri firmalara can suyu oldu. Normalleşme sürecinde firmalarımızın dijital dönüşümüne yönelik devlet desteklerinin detaylı şekilde ele alınarak revize edilmesi ihracat potansiyelimizi daha da artıracaktır. Pandemi sonrası üretimin ve ihracatın keskin bir şekilde yükselise geçeceğini öngörüyoruz. Üretime yönelik devlet destekleri de normalleşme süreci özelinde tekrar revize edilebilir. Bu noktada, Ticaret Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı ve TİM ile sık sık bir araya gelip, görüş ve önerilerimizi paylaşıyoruz.

Diğer yandan salgın boyunca bütün dünya evlerine kapanmışken, Türkiye ve özelinde 7 bin 500 işletmemiz ile Türk deri ve deri mamulleri sektörü olarak üretmeye, çalışmaya ve ihracata hazır olduğumuzu anlatan Türkçe, İngilizce ve Rusça dillerinde bir video hazırladık, en büyük ihracat pazarlarımızda yayınladık ve dünyanın en büyük fuarlarına katılım sağlayan ihracatçı firmaları ile paylaşmaya devam ediyoruz. Önemli kazançlar sağlayacağına inandığımız bu projenin pilot uygulaması olabilecek Dijitalleşme ve E-ticaret UR-GE projemizi de üyelerimize duyurduk. Ayrıca yeni ticaret diplomasinin merkezinde yeni nesil ticaret heyetleri, sanal fuarlar, e-ihracat, dijital platformlar gibi sanal ticari organizasyonlar da kendine yeni dönemde geniş yer bulacak. İDMİB olarak bizler de dijital dönüşüme, sanal fuarlara ve ticaret heyetlerine yönelik çalışmalarımızı aralıksız sürdürüyoruz. Diğer taraftan geleneksel fuar çalışmalarımız için de faaliyetlerimizi sürdürüyor, milli katılım organizasyonunu yaptığımız fuar organizatörleri ile iletişimimizi artırarak devam ettiriyoruz.

“İDMİB olarak, sektörümüzü yeni döneme adapte edebilmek ve ihracatımızı artırmak adına 'İDMİB Dijital Dönüşüm' isimli projemizi hayata geçirdik.”



**MUSTAFA ŞENOCAK**  
İDMİB BAŞKANI

## “TÜKETİCİ ARTIK DAHA HIZLI HİZMET BEKLİYOR”

**GELİŞMİŞ ÜLKELERDEKİ** online ticaret kanalları sayesinde hali sektöründe, normalleşme süreci ile beraber hızlı bir işe dönüş süreci yaşanıyor. Mart ve nisan aylarında ürün alımı gerçekleştirilmeyen ithalatçılar, bu süre zarfında stoklarını online kanallarında tüketince, acilen yeni imalat talebinde bulunmaya başladılar. Bu nedenle sektörde imalat ve ihracat noktasında hızlı bir dönüş yaşanmaya başladı.

Sunu görüyoruz ki, uzun bir süre evlerinde kalmak zorunda insanlar COVID-19'un yarattığı kısıtlılık ve izolasyon sebebiyle sabırsız tüketiciye dönüşmüş durumda. Online ticaret kanalları üzerinden alınan ürünlerin ve hizmetin eskisinden dahi daha hızlı teslim edilmesi talep ediliyor. Bu da gösteriyor ki; üretim, nakliye, ithalatçının depolaması ve tüketiciye kargolanması şeklindeki tedarik zincirinin artık kısaltılması gerekmektedir. Bu nedenle tüm ihracatçılar için hedef pazarlarında kendilerine ait lojistik depolar kurulması hem kârlılığın daraldığı dönemde ekstra kâr yaratılması ve ülkemize daha yüksek katma değer sağlanması hem de online tüketicinin hızlı hizmet beklentisinin karşılanması anlamında önem arz etmektedir.

Esnek imalat süreçleri de yeni normalin kaçınılmaz iş şekli haline dönüşecektir. Firmaların bu yeni normale de hazırlıklı olmasında ve altyapısını buna göre entegre etmesinde fayda var.

Her anlamda küresel bir değişirici görevi gören pandemiden sonra pek çok şeyin değişeceği artık herkesce bilinen bir gerçek. Pandemi ticari hayat için tedarik zinciri ve dijitalleşmenin önemini keskin bir şekilde gözler önüne serdi. Küresel tedarik zincirine entegrasyonu yüksek olan ve dijital varlığını artıran ülkelerin ve işletmelerin bu süreçten kazançlı çıkacağı net şekilde görülüyor. Tüm firmaların ve kanaat önderlerinin yol haritalarını buna göre revize etmesi lazım.

“Gelişmiş ülkelerdeki online ticaret kanalları sayesinde hali sektöründe, normalleşme süreci ile beraber hızlı bir işe dönüş süreci yaşanıyor.”



**UĞUR UYSAL**  
İHİB BAŞKANI



#### Showroom

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

#### Fabrika

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



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



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



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



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



# DEĞİŞEN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI, PERAKENDE SEKTÖRÜNÜ NASIL ETKİLEYECEK?

Yapılan araştırmalar COVID-19 salgını nedeniyle alım gücü daralan tüketicilerin tasarrufa yöneldiğini gösteriyor. Salgın sonrasında açılan mağazalar, henüz eski cirolarına ulaşmaktan uzak olsa da perakende sektörünün alacağı önlemler ve uygulayacağı stratejilerle tüketicileri yeniden harcama yapmaya yönlendireceği düşünülüyor.

**T**ÜKETİCİ HARCAMALARI küresel ekonomik dinamizmin temelinde yer alıyor. COVID-19 sürecinde finansal kaygılar ve işsizlik seviyesinin yükselmesi gibi nedenlere bağlı olarak tüketicilerin alım gücünde küresel olarak daralmalar görüldü. Uzmanlar, belirsizliklerle boğuşan tüketicilerin satın alma konusunda kararsızlık yaşadığını ifade ederken sosyal izolasyon da tüketicilerin harcamalarını sınırlandırmasına neden olduğu biliniyor. COVID-19 virüsünün tüm dünyada yayılmasının ardından birçok ülkede alınan önlemlerin ilki alışveriş merkezlerinin ve mağazaların kapatılması oldu. Normalleşme sürecinde mağazalar kademeli olarak açılmaya başlansa da markaların büyük kısmı henüz kepenk kaldırmadı ve açanlar da henüz cirolarını beklenen seviyeye çıkaramadı.

McKinsey'nin tüketici davranışlarının COVID-19 sürecindeki değişimini incelediği araştırmaya göre tüketicilerin yiyecek ve ev gereçleri gibi ihtiyaçları salgın öncesine göre artarken, Hootsuite firmasının We Are Social raporuna göre de koronavirüs sürecinde değişen tüketici davranışları ile sanal market trafiği yüzde 251 yükseldi. Çin'de kısıtlamalar kalktıkça sağlık ve evcil hayvan giderleri gibi harcamaların normale dönüş seyrinde olduğu ancak genel olarak tüketicilerin bu süreçte temel ihtiyaçlarını merkeze aldıkları ve diğer kategorilerde daha az harcama yaptıkları gözlemleniyor. Türkiye'deki tüketicilerin de yüzde 56'sı harcamalarını bu süreçte kısıt. Küresel ölçekte tüketici harcamaları nisan ayında yüzde 30-50 oranında düşüş gösterdi. Turizm sitelerinin trafiğinin yüzde 72 azaldığı görüldü. Deloitte'un Küresel COVID-19 Salgınının Türkiye'de Farklı Kategorilere Etkileri raporuna göre ise, tüketicilerin büyük bölümü hobi sitelerine yüksek ilgi gösteriyor. Ulaşım, mücevher ve takı gibi ürünlere de ciddi oranda talep azaldı.

#### HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ SALGIN ÖNCESİNE KIYASLA DARALDI

McKinsey'nin araştırmasına göre küresel çapta endişe verici sektörlerin başında restoranlar ve eğlence merkezleri bulunurken seyahat ve hazır giyim sektörlerinde de her ülkede düşüş yaşandığı görülüyor. Çin'in hazır giyim sektöründe salgın öncesine kıyasla yüzde 40-50 oranında daralma gözleniyor. Tüketiciler tasarruf eğilimlerine geçerken giyim markaları da üretim hacimlerini yeniden ölçeklendirme konusunda zorlanıyor. Çin'de karantina uygulamalarının en yoğun olduğu dönemde mağazalarının yüzde 64'ünü kapatan H&M Grubu, haftalık bazda satış performansını açıkladı. Yedinci hafta itibarıyla satışları bir önceki yıla kıyasla yüzde 89 oranında daralan firma, mağazalarını açmaya başladıktan sonra artan satışlarına rağmen henüz beklenen hıza ulaşamadı. Ancak diğer taraftan Çin'de salgın sonrasında açılan Hermes mağazasının tüketiciler tarafından "intikam alışverişi" olarak adlandırıldığı, bir günde 2,7 milyon dolarlık cironun elde edildiği de dikkat çekiyor.

Virüsün bulaşıcılığının azaltılması amacıyla alınan mağazaların kapatılması önlemleri, perakende sektörünü büyük ölçüde etkiledi. Özellikle tekstil ve hazır giyim mağazalarının aylarca kapalı kalması

**%251**  
Sanal market  
trafiğindeki  
artış



**%72**  
Turizm sitelerinin  
trafiğindeki  
düşüş

**%56**  
Türkiye'de  
harcamaları  
kısıt tüketicilerin  
oranı



**%30-50**  
Küresel ölçekte  
nisan ayında  
tüketici harcamaları  
daki düşüş

**%40-50**  
Çin'in  
hazır giyim  
sektöründeki  
daralma oranı





hem tedarik zincirini hem de üreticileri olumsuz etkilerken bu durum birçok markanın cirolarında önemli düşüşler yaşanmasına sebep oldu. Virüsün görülmeye başlandığı Aralık 2019 tarihinden beri kapalı olan birçok perakende mağazası, Mayıs 2020'ye geldiğinde başlatılan normalleşme çalışmaları kapsamında kademeli olarak yeniden açılıyor. Hem alışveriş merkezleri hem de markalar normalleşme sürecinde açılan mağazalarında tüketiciler için bir dizi önlemler alıyor. Türkiye'de 11 Mayıs itibarıyla kademeli olarak açılan alışveriş merkezlerindeki hazır giyim mağazalarında kabinlerin en fazla 10 dakika süresince kullanılması, kabin kullananların aralarında bir boş kabin bırakması, kabinlerin sıklıkla havalandırılması da bu önlemlerden bazıları.

Geride bırakılan beş, altı aylık süreçte tüketicilerin değişen davranışları perakende sektörünün gelecekte farklılaşmasını tetikleyecek gibi görünüyor. Sosyal mesafe uygulamaları nedeniyle gıda ve gıda dışı perakende sektöründe müşterilerin büyük bölümü ihtiyaçlarını e-ticaret portalları üzerinden tedarik etme eğilimi geliştirdi. Firmaların bu dönemde e-ticaret üzerinden elde ettiği cirolar rekor seviyelere ulaştı. Ancak yine de e-ticaret kanalları üzerinden elde edilen gelirlerin, fiziksel kanallardan elde edilen gelirlerle ulaşması mümkün görülüyor. Bu nedenle mağazaların yeniden açılması, perakende sektörünün tüketicileri yeni normale alıştırmaları ve ticaretin normal seyrine dönebilmesi adına yapılan tüm çalışmalar büyük önem taşıyor.

#### ÇEŞİTLİ KAMPANYALAR VE İLETİŞİM STRATEJİLERİ İLE TÜKETİCİLER MAĞAZALARA YÖNLENDİRİLEBİLİR

Deloitte'un Perakende Sektörü COVID-19 Sonrası Döneme Nasıl Hazırlanmalı isimli araştırmasında; bu

Firmaların bu dönemde e-ticaret üzerinden elde ettiği cirolar, rekor seviyelere ulaştı.

hazırlıklar genel olarak tüketiciyi mağazaya çekmek, güvenli alışveriş ortamı sağlamak ve operasyonel devamlılığı sağlamak şeklinde gruplandırıldı.

Araştırmaya göre mevcut şartlarda tüketici alışkanlıkları değişse de salgın sonrası dönemde mağazaların yeniden eski günlere dönmesi bekleniyor. Salgın nedeniyle kalabalıktan uzak, daha izole bir yaşam sürme eğiliminde olan tüketicilerin belli bir süreliğine mağazalara ya da alışveriş merkezlerine gitmeyi tercih etmemesi beklenen bir durumdu. Ancak gerekli önlemlerin alınmasıyla tüketicileri tekrar mağazalara çekmek amacıyla çeşitli iletişim kampanyaları düzenlenmesinin bu süreçteki en etkin stratejilerden biri olacağı düşünülüyor. Müşterilerin geri dönüşünü hızlandıracak olan bu iletişim kampanyaları Çin'de bazı yerel yönetimlerin ya da hükümet yetkililerinin mağazalara giderek halka örnek teşkil etmesi faaliyetleriyle uygulanmaya başlandı. Ülkede aynı zamanda tüketicileri yeniden mağazalara çekmek için indirim kuponları dağıtıldığı da görülüyor. Bu kapsamda 70 milyon dolar değerindeki kuponlar, fiziksel mağazalarda harcanmak üzere WeChat ve Alipay gibi dijital platformlardan dağıtılmaya başlandı.

Tüketicileri eski alışkanlıklarına döndürmek için proaktif mağaza içi kampanyaların da etkin olacağı düşünülüyor. Özellikle sadık müşterilere yönelik farklı değer önerilerinin ön planda olduğu mağaza içi kampanyalar, tüketicilerin mağazalara yeniden çekmenin bir alternatifi. Bu noktada mağaza içi alışverişe yönelik indirimler, bazı ürünlerin yalnızca mağazalardan tedarik edilebilir olması gibi kampanyalar fiziki mağazaları bir çekim merkezi haline getirmek konusunda perakendecilerin uygulayabileceği yöntemler arasında.

#### FİZİKİ MAĞAZALARDA ALINAN ÖNLEMLER TÜKETİCİLERDE GÜVEN YARATACAK

Deloitte'un pandemi sonrası perakende uygulamalarında ele aldığı ikinci başlık olan mağaza içerisinde güvenli alışveriş ortamını sağlamak için yapılması gerekenler bölümünde de hijyen ve sosyal mesafe uygulamalar örneklendirildi. Salgın sonrası dönemde hayatın normale dönmeye rağmen tüketicilerin bir süre virüs kapma olasılığına karşı endişeli davranışlar sergileyebileceği öngörülüyor. Bu nedenle tüketicileri rahatlatmak amacıyla sosyal mesafe uygulamalarına özen gösterilmeli. Birçok işletmenin bu konuda çalışmalar yaptığı, zemin ve döşemelere uygulanan sosyal mesafe hatırlatıcı bekleme noktalarının işlevsel olduğu görülüyor. Mağazalarda aynı anda sınırlı sayıda müşteri bulundurma konusu da önem taşıyor. Türkiye'de açılan alışveriş merkezlerine ve market, mağaza gibi perakende satış noktalarına aynı anda sınırlı sayıda müşteri alınması uygulaması devam ettiriliyor. Yine Türkiye'de birçok perakende mağazanın ve kurumun uyguladığı hem personelin hem de müşterinin kullanımına yönelik dezenfektan bulundurulması aktivitelerinin planlanması da tüketici davranışlarını etkileyebilecek uygulamalardan.

Pandemi sürecinde getirilen sınırlandırmaların kademeli olarak kaldırılmaya başlandığı Almanya'da



800 metrekare altındaki mağazaların açılmasına izin verildi. Güvenli bir mağaza açılış süreci için önlemlerin alındığı ülkede indirim market zincirlerinden biri olan Aldi Sud, mağazadaki müşteri sayısını kontrol etmek için dijital bir sistem kullanacağını duyurdu. Bu sistemde sensörler aracılığıyla mağaza içindeki müşteri sayısı gösterilecek ve personel bu konuda uyarılabilecek. Çin'de ise mağazalarının yüzde 95'ini tekrar açma kararı alan Starbucks, mağazaların girişine hem müşterilerin hem de çalışanların vücut ısılarını otomatik olarak ölçebilen güvenlik istasyonları kurdu. Walmart, ABD'de mağazalarının eczane bölümlerini plastik panolarla kapatarak hapşırılmalara karşı koruma sağlamayı planlıyor. Çin; alışveriş merkezlerinde yoğun önlemler alırken hijyen, sosyal mesafe ve temassız ödeme kurallarına uyulması, personelin mağazaya vücut sıcaklığı normal olduğunda girebilmesi, havalandırma koşullarının güçlendirilmesi gibi önlemleri uyguluyor.

Hazır giyim sektörünün perakende mağazalarında önlemler kabinlerde yoğunlaştırılıyor. H&M, müşterilerini kabinleri kullanmaktansa, ürünleri denemeden satın alma ve sonrasında iade ya da değişim haklarını kullanma yönünde teşvik ediyor. Çinli alışveriş platformu Tmall ise müşterilerin görüntüsünü denemek istenen tekstil ürünü ile birleştiren deneme panoları hizmetini sunuyor.

#### TEMASSIZ ÖDEME YAYGINLASACAK

Mağazaların kasalarında beklenen sıra ise tüketicileri fiziksel mağazalardan uzaklaştıran etkenlerin başında yer alıyor. Bu nedenle perakende mağazalarının temassız ödeme ve kasiyersiz kasa gibi uygulamalarını hızlandırması bekleniyor. Amazon tarafından geliştirilen ve Amazon Go mağazalarında kullanılan kasiyersiz "check out" teknolojisinin perakendecilere satışına başlandı. Video kamera ve hareket sensörü kullanarak alınan ürünlerin tespit edildiği ve tüketicilerin kredi kartlarını eşleştirdikleri bu mobil uygulama yoluyla ödeme yapılabiliyor. Uygulamanın hem sosyal mesafeye hem de kasiyerle temasa çözüm sunması bekleniyor. Birçok ülkede ise perakendeciler müşterilerinin hayatını kolaylaştırmak ve müşterilerine güven vermek amacıyla mağazaya girmeden ürünlerin teslim alınmasına olanak tanıyan "curbside pickup" uygulamasını devreye aldı. Uygulamada müşteriler online olarak siparişini verdikleri ürünlerini mağaza önünden veya alışveriş merkezi otoparkından teslim alabiliyor.

#### OPERASYONEL DEVAMLILIĞIN SAĞLANMASI PERAKENDE SEKTÖRÜ İÇİN ÖNEMLİ

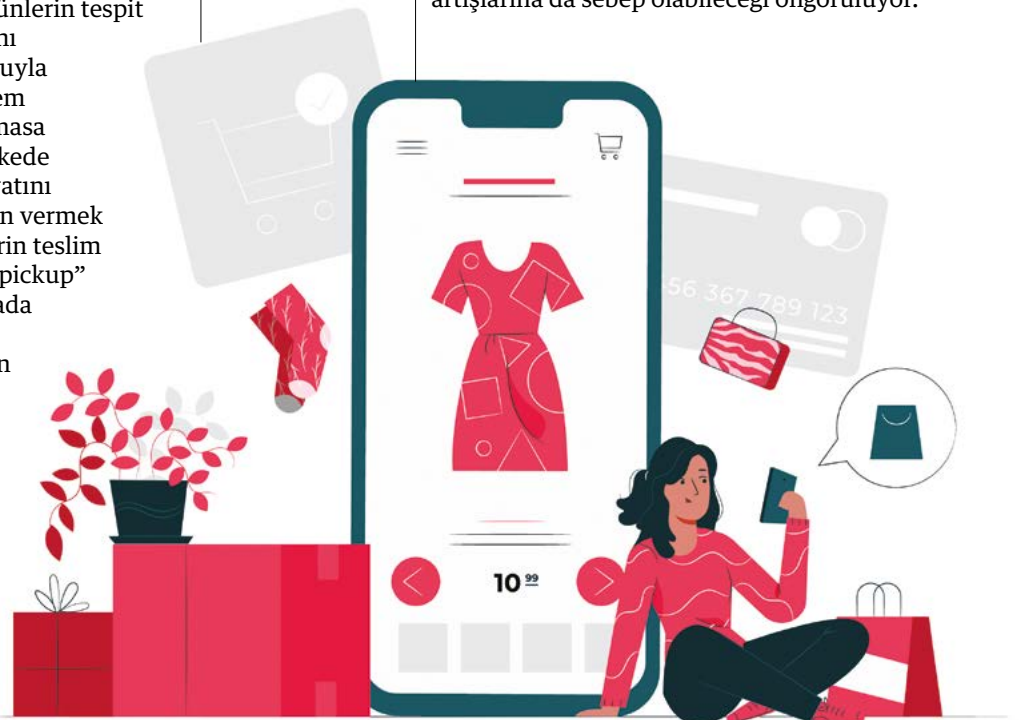
Tüm bu önlemlerin yanı sıra mağazaların yeniden açılmasında operasyonel devamlılığın sağlanması için yapılması gerekenler de büyük önem taşıyor. Perakende şirketleri sezon

stoklarını temizlemek ve kaybedilen ciroyu telafi edebilmek için mağazalarını hızla açmak konusunda bir eğilim içerisinde. Ancak operasyonel maliyetlerin ve tüketicilerin mağazalara geri dönme hızının da bu süreçte hesaba katılması gerekiyor. Örneğin Çin pazarından öğrendiklerini diğer pazarlarda da uygulamaya koyan Nike, geçiş dönemini üç fazda değerlendiriyor. Bunlardan birincisi mağazaların tekrar açıldığındaki iyileşme fazı, ikincisi arz ve talebin normale dönmesi, üçüncüsü ise satışların artışa geçmesi. Mağazaların yeniden açılması iyi bir operasyonel plan gerektiriyor. Envanter kontrolleri, hazır giyim sektöründe sezon ürünlerinin yer alması önem taşıyor. Tüketicilerin değişen alışkanlıkları kapsamında, Çin'de yeniden alışverişe başlayan kadın tüketicilerin standart ürünler yerine daha trend ürünleri tercih ettiği gözlemlendi.

Salgın sonrası süreçte, mağazaların kapatılmasıyla koruma altına alınan personelin fiziki ve duygusal sağlığı da operasyonların devamlılığı için önemli bir husus. İşgücünü koruma amacındaki kurumlar büyük bir avantajı da elinde bulunduruyor. Amerika'da bu süreçte mağaza çalışanlarına yönelik ücretsiz eğitim programları yapıldığı ve çalışanların geliştirilmesine yönelik adımlar atıldığı biliniyor. Mağazaların gelir modellerini optimize etmek, performansı düşük olan mağazaları kapatmak gibi aksiyonlar da bu süreçte perakendecilerin alabileceği önlemler arasında bulunuyor.

Salgın döneminde değişen tüketici davranışları perakende sektöründe atılacak yeni adımların da belirleyicisi olabiliyor. Örneğin online kanalları daha önce deneyimlememiş olan özellikle ileri yaşta tüketicilerin bu eğilimlerinin sürmesi de yeni bir trend haline gelebilir. Tedarik zincirinin esnek bir yapıda kurgulanması da perakendeciler için önemli adımlar arasında. Salgın döneminde tüketiciler çoğunlukla acil olmayan ihtiyaçlarını erteledi, izolasyonun sona ermesiyle bu durumun ani talep artışlarına da sebep olabileceği öngörülmüyor.

Hazır giyim sektörünün perakende mağazalarında alınan önlemler kabinlerde yoğunlaştırılıyor.





# ABD-Çin hattında yeni kriz “ÇİN VİRÜSÜ”

ABD ile Çin arasında birkaç yıldır devam eden ticaret savaşı, koronavirüs sebebiyle yeni bir faza taşınmak üzere. İki ülke arasında devam eden rekabetin kaçınılmaz şekilde ekonominin yeni düzenine ve tedarik zincirine etki edeceği söyleniyor.

**A**BD İLE ÇİN ARASINDA birkaç yıldır devam eden güç savaşı koronavirüs, Donald Trump'ın ısrarlı söylemi ile "Çin virüsü" sebebiyle yeni bir faza taşınmak üzere. Geçtiğimiz sene ticaret savaşı ile ekonomi ve siyasal gündemi meşgul eden iki süper güç, ticaret hacimlerindeki daralma ve ekonomik kayıplar nedeniyle, ocak ayındaki anlaşma ile bir ateşkes sağlama yoluna gitmişlerdi. Ancak bu durum, ABD'nin, Çin'i dünyayı virüs hakkında erkenden uyaracağı gerekçesi ile yeniden bir çatışmaya dönüştü.

Ekonomist İstihbarat Birimi Genel Müdürü Robin Bew "Kriz dönemlerinde küresel rekabet azalmaktan ziyade, yoğunlaşma eğilimindedir. Koronavirüs krizi, Çin ile ABD arasındaki zaten kötü olan ilişkilerin daha da derinleşmesine sebep oldu" diyerek, önümüzdeki aylarda karşılıklı söylemlerin daha da derinleşeceğini belirtiyor.

İki ekonomik dev arasında fikri mülkiyet hakları ve teknoloji hakimiyeti gibi konular sebebiyle baş gösteren ticaret savaşları, koronavirüs ışığında ABD Başkanı Donald Trump'ın mayıs ayında yaptığı yeni yaptırımlar açıklaması ile yeniden alevlendi. Diğer yandan Trump'ın geçtiğimiz sene sonunda devreye aldığı yüzde 25'e varan tarifeler, yıllık 370 milyar dolarlık Çin malları ithalatında devam ediyor. ABD Başkanı, yeni yaptırımların ne yönde olacağına dair net bir açıklama yapmazken, bu yaptırımların ne kadar sert olacağı ve nasıl doğru şekilde kalibre edileceği konusunda ABD yetkilileri arasında büyük bir tartışma söz konusu. Bunun temelinde, vaka sayısı 1,5 milyonu aşan ve COVID-19'un yeni üssü haline gelen Amerika'nın kişisel koruyucu ekipmanlarını Çin'den ithal etmesi de yatıyor. Pek çok ABD yetkilisi, bu yeni tarifelerin ticaret anlaşmasına zarar vereceğini söylüyor.

Diğer yandan iki ülkenin kısa süre önce imzaladığı birinci faz ticaret anlaşmasının uygulanmasının giderek zora girdiği belirtiliyor. Özellikle, Çin basınında anlaşmanın devam edemeyeceğine ve revize edilmesi gerektiğine yönelik söylemler giderek çoğalıyor. Buna karşılık olarak ise Başkan Trump, birinci faz ticaret anlaşması gereğince



Çin'in Amerika'dan 250 milyar dolarlık ürün alması gerektiğini hatırlatmayı unutmuyor. Fakat salgının neden olduğu aksamalardan dolayı iki ülke arasındaki ticaret, yıllık bazda yüzde 19,6 azalma yaşadı. Bu arada Çin ile Amerika arasında geçen yılki ticaret savaşının bir sonucu olarak küresel ticaret hacimleri zaten azalmıştı.

Çinliler ayrıca ABD'li bazı politikacıların virüs salgını sebebiyle Çin'in markalarına yönelik olumsuz yaklaşımlarını da doğru bulmuyor.

#### **ABD KORONAVİRÜS TASARISINI BLOKE ETTİ**

Çin ile ABD arasındaki bu gerginlik mayıs ayında gerçekleşen Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nde de anlaşmazlığa neden oldu. ABD, diğer devletlerin üzerinde anlaşma sağladığı koronavirüs tasarısını bloke etti. ABD, bu yeni yasa tasarısına "pandemi süresince dünyada ateşkes uygulanması" veya "ülkelerin hesap vermeye yükümlü olduğu" ibarelerinden birini koydurmak istiyor. Bu ibarelerden herhangi birinin tasarıda yer alacak olması, ABD'nin Çin'i virüsün yayılmasından sorumlu tutmak için yetecek. Bu arada Çin'i yayılmadan sorumlu tutmak isteyen tek ülke ABD değil; İngiltere ve Avustralya da Çin'i bu konuyla alakalı suçluyor.

Analistler, Trump'ın bu hamle ile ticaret savaşları ve ekonomik üstünlük sağlama noktasında avantajlı hale gelmeye çalıştığını söylüyor. Ancak aynı analistler, bu hamlenin Asya devinin küresel olarak genişletmesini engelleyemeyeceğini de ifade ediyor.

Çin Cumhurbaşkanı Xi Jinping de Trump gibi koronavirüsü fırsata dönüştürme çabasında, ki nisan ayında başlattığı "maske diplomasisi" ve tıbbi malzeme yardımları ile Avrupa'da yeni bir sayfa açmaya çalışıyor. Bu hamleler özellikle Çekya, Sırbistan, Macaristan gibi Doğu Avrupa hükümetlerinden tam not aldı. Daha önce de İtalya, İspanya, Hollanda ve Slovakya tıbbi yardım için Çin'den övgü ile bahsetmişti.

**İki ekonomik dev arasında fikri mülkiyet hakları ve teknoloji hakimiyeti gibi konular sebebiyle baş gösteren ticaret savaşları, koronavirüs ışığında ABD Başkanı Donald Trump'ın mayıs ayında yaptığı yeni yaptırımlar açıklaması ile yeniden alevlendi.**



### ABD-ÇİN GERİLİMİ TEDARİK ZİNCİRLERİNİ YENİDEN YAPILANDIRABİLİR

Başkan Trump, Mayıs ayında Fox News ile yaptığı röportajda, Çin'e yeni yaptırımlar konusunda ileri giderek, "Tüm ilişkiyi kesebiliriz" dedi. Bu, içinde bulunduğumuz koşullar ve Çin ile ABD arasındaki ticari ilişkilerin büyüklüğü göz önüne alındığında imkansız olsa da küresel şok dalgalarının oluşmasına sebep olabilir. Bu söylemlerin ardından, dünya çapında önemli borsalarda yaşanan düşümler ve dalgalanmalar da bunun bir işareti.

Çoğu uzman ve yetkili, koronavirüs pandemisi ile ilişkilendirilen Washington Pekin arasındaki ticari gerginliklerin, bazı çok uluslu şirketleri iş modellerini değiştirmeye zorlayacağını ve tedarik zincirlerini ABD kıyılarına yakınlaştıracığını söylüyor. ABD'deki pek çok siyasetçi de Çin ile olan ilişkilerin ciddi şekilde değiştirilmesi konusunda hemfikir, ancak Kasım ayında Trump seçimden yenik çıkarsa bu sorunları çözmek sonrakiler için daha da karmaşık hale gelebilir. Her iki durumda da dünya ekonomisinin yeniden şekillenmesi, endüstrilerin ve tedarik zincirinin yeniden yapılanması kaçınılmaz.

2019 yılında Çin'e uyguladığı yaptırımlarının bir sonucu olarak, Amerika yeni tedarikçiler edinme, tedarik zincirinde Çin'e karşı bağımlılığı azaltma yoluna gitti. Bunun bir sonucu olarak da Türkiye ile ABD arasında 100 milyar dolarlık bir ticaret anlaşması sağlandı. Aynı zamanda yılın ilk iki ayında Çin'in tüm dünyaya kapanması sebebiyle ABD ve pek çok ülke tedarik için Türkiye'ye yöneldi. ABD, Çin ile Ocak ayında imzaladığı ticaret anlaşmasına rağmen bu politikasını sürdürüyor. Aynı şekilde ABD'nin müttefikleri de benzer yolu izliyor.

**%19,6**

**ABD-Çin arasındaki salgın sebebiyle azalan ticaret hacmi**

**370 milyar dolar**

**Çin mallarında devam eden ekstra yaptırımların hacmi**

**250 milyar dolar**

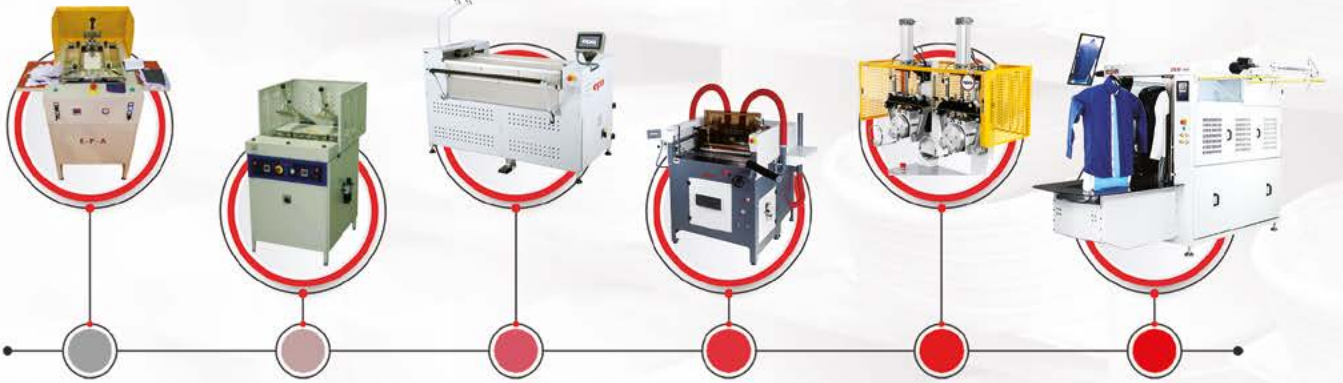
**Çin'in birinci faz ticaret anlaşması ile almayı taahhüt ettiği ABD malı hacmi**

Avustralya ihracat pazarlarını genişletmeye ve tedarik zincirlerini Çin dışına taşımaya çalışıyor.

Uzmanlar da son 10 yılda yaşanan yoğun krizlerin, savaşların, doğal afetlerin ardından deforme olan küresel düzenin kolektif bir eylemden çıkıp çok kutuplu bir biçime yönelebileceğine vurgu yapıyor. Bu bağlamda ABD ile Çin'in devam ettirdiği rekabetin küresel düzenin yeniden şekillenmesinde kritik rol oynayacağı belirtiliyor. Yakın bir süre önce ticari konularda normalleşmeye gitmeye çalışan iki ülkenin yeniden çatışma sürecine girmesinin global sistemdeki düzensizliği artıracığı dillendiriliyor.

**2019 yılında Çin'e uyguladığı yaptırımlarının bir sonucu olarak, Amerika yeni tedarikçiler edinme, tedarik zincirinde Çin'e karşı bağımlılığı azaltma yoluna gitti. Bunun bir sonucu olarak da Türkiye ile ABD arasında 100 milyar dolarlık bir ticaret anlaşması sağlandı.**

≡  
**epa**<sup>®</sup>  
akin



1980

81 - 83 - 85 - 87 - 89 - 91 - 93 - 95 - 97 - 99 - 01 - 03 - 05 - 07 - 09 - 11 - 13 - 15 - 17 - 19

2020

**40. yılımızda 50 ülkeye akıllı üretim  
çözümleri sağlamaya devam ediyoruz...**

*for exclusive Garments...*

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

# GELECEK GELDİ (Mİ?)

Yapay zekâ, bigdata, robotlar, otonom sistemler... İnsanlığın geleceğini şekillendiren teknolojik gelişmelerin, salgınla mücadele döneminde hayatı kolaylaştırdığı bir kez daha görüldü. Koronavirüs salgını ile değişen iş yaşamı ve sosyal hayat, bir aydınlanmaya da işaret ederken fütüristler, dünyanın mücadele ettiği bu virüsün bizi “geleceğe” birkaç adım daha yaklaştırdığı fikrinde birleşiyor. Geleceğin nasıl şekilleneceğini Ufuk Tarhan, Eray Yüksek, Halil Aksu, Mustafa Aykut ve Tuğrul Cora'ya sorduk...

**İ**NSANLIK TARİHİNE yepyeni bir boyut kazandıran teknoloji çağını yaşıyoruz. Binlerce yıllık serüvende, birbirinden farklı devrimlerle yeniden yazılan kurallar; 21. yüzyılda öngörülme­yen bir hızla yeniden evriliyor. 1800'lü yıllarda ilk kez analitik makine tasarlamaya başlayan insanlık, ilerleyen yıllarda icat ettiği bilgisayar teknolojisini bugün öyle bir noktaya ulaştırdı ki; makineler insanların yerini almanın yanı sıra birçok kolaylığı da hayatın içine dahil etti. Bugün yapay zekâ olarak adlandırılan öğrenen teknolojiler gerek iş süreçlerinde gerekse sosyal hayatta dijital bir asistan görevini üstleniyor, konuşuyor, çalışıyor hatta üretiyor. Tarihteki en önemli gelişmelerden biri olarak addedilen sanayi devrimi sonrasında iş süreçlerinde insan gücünün yerini alan makineler, insan hayatında var olan standartların iyileştirilmesini ve daha iyi yaşam koşullarının ortaya çıkmasını sağlamıştı. Makinelerin yerini aldığı insanlar için



Yapay zekâ olarak adlandırılan öğrenen teknolojiler gerek iş süreçlerinde gerekse sosyal hayatta dijital bir asistan görevini üstleniyor, konuşuyor, çalışıyor hatta üretiyor.

hala birçok iş fırsatı bulunuyordu. Ancak bugün geldiğimiz noktada nitelikli işgücünün yerini alan akıllı teknolojiler, birçok mesleği tehdit ediyor. Yerimizi alan makineleri yönetme kabiliyetine sahip değilsek güncel eğitimleri hızla tamamlayıp farklı iş kollarını deneyimlemek ve çağa ayak uydurmaktan başka seçeneğimiz kalmayabilir.

#### **ÇİĞİR AÇAN TEKNOLOJİLER İŞ HAYATINI DEĞİŞTİRİYOR**

Dönüşüm otomotiv, bankacılık ve lojistik gibi bazı sektörlerde çok hızlı yaşansa da birçok sektörde bu değişimin nasıl şekilleneceği hala merak konusu. Endüstrilerdeki ipuçlarından gelecekle ilgili öngörülerde bulunulmaya çalışılıyor. Bir yandan veri analizi ve siber güvenlik gibi yeni iş kolları doğarken diğer yandan çağrı merkezi, muhasebe, posta gibi iş kollarında insana duyulan ihtiyacın son bulma olasılığı mevcut. Robot postacılar

şimdiden dünyanın bazı noktalarında kullanılmaya başlandı. Bugün bir bankayı arayıp çağrı merkezine bağlanmayı beklemek yerine cep telefonumuzdaki yapay zekâ banka asistanını kullanıyoruz. Mobil olarak yapılabilen finansal hizmetler, online alışverişler, iletişim teknolojileri gibi gelişmeler zaten artık hayatın bir parçası, kullanırken şaşırılmayan ve hemen adapte olunan unsurlar haline geldi.

İlerleyen teknolojilerin önümüzdeki yıllarda hem yüksek işsizlik hem de nitelikli eleman açığı gibi bir sorun yaratması bekleniyor. “Robotlar geliyor: İnsanlara otomasyon çağında faydalanma ve ayakta kalma rehberi” kitabının yazarı John Pugliana; gelişmiş sanayi ülkelerinde doktorluk, avukatlık, mimarlık, polislik ve emlakçılık gibi meslek gruplarının gelecekte insanlara ihtiyaç duymayacağını öngörüyor. Pugliana’ya göre teknisyen, yazılımcı ve bilgisayar işlemcileri ise gelecekte parlak meslek gruplarından bazıları. Geçmiş yıllardaki örneklerinde görüldüğü üzere; gelecek birçok noktada insan yaşamını kolaylaştırıcı özellikleri barındırsa da aynı zamanda yarattığı köklü değişimlerle birtakım sorunları da beraberinde getirebiliyor.

#### **PERAKENDE MAĞAZALARIN YERİNİ 3D MERKEZLERİ ALACAK**

Sapiens kitabının yazarı Yuval Noah Harari, “21. yüzyıl için 21 ders” isimli kitabında, yaşanan çağda gelişmekte olan ülkelerin ağırlıklı olarak vasıfsız işçilerin işgücünü satarak ekonomik ilerleme kaydettiğini belirtiyor. Günümüzde milyonlarca Bangladeşli işçinin ürettiği tişörtleri ABD’ye sattığını anlatan Harari, yapay zekâ, robot ve 3D yazıcıların yükselişe geçmesiyle ucuz ve vasıfsız işgücünün önemini yitireceğini; tişörtlerin Bangladeş’te imal edilip, ABD’ye nakledilmesiyle uğraşmak yerine Amazon’dan satın alınıp New York’ta çıktısının alınabileceğini söylüyor. Hayli çarpıcı görünen bu örnekte tekstil ve hazır giyim sektörünün geleceğine dikkat çeken Harari, bu durumun perakende mağazacılığı da etkileyeceğini öngörüyor. Yazar, Beşinci Cadde’deki Zara ve Prada mağazalarının yerini Brooklyn’deki 3D yazıcı merkezlerinin alabileceğini, hatta bu yazıcıların bazı kişilerin evlerinde bile bulunabileceğini anlatıyor. Bangladeşli işçilere akan hasılatın, teknoloji devlerinin kasalarına akmaya başlamasıyla gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinin çökme tehlikesinde olduğunu söyleyen Harari, çarenin işçilere yeni beceriler kazandıracak eğitimlerde olduğuna işaret ederek belki de tekstil işçilerinin çocuklarının ya da torunlarının 3D yazıcıların üretiminde görev alabileceğini dile getiriyor.

#### **TEKSTİL VE KONFEKSİYON 4.0 DÖNEMİ BAŞLIYOR**

Bugün birçok küresel kuruluş, tekstil ve konfeksiyon sektöründe robotlar ve yapay zekâ girişimlerini kullanarak imalattan tasarım aşamasına kadar birçok alanda otomasyona olanak tanıyor.

Modern tekstil ve konfeksiyon endüstrisinde dikiş makinelerinde kullanılan yapay zekâ teknolojisi ile dikiş verimliliği ve kalite artırılırken dikime hazırlık işlemlerinde kumaşların serim ve kesimlerinde robotlar kullanılabilir. Görüntü işleme sistemleri ile kumaşlar üzerindeki hatalar tanımlanabilir, kalite kontrol sırasında işçilerin gözden kaçırabileceği hatalar sistemler tarafından yeniden değerlendirilebilir. Kumaşlardaki renk farklılıklarını ayırt edebilen sistemler ve anlık stok kontrolü yapabilen dronlar da tekstil sektörünün şimdiden geleceğe yaptığı yatırımlar arasında.

Vücut taraması yaparak beden ölçülerini belirleyen uygulamalar, sanal giydirme programları, hangi ürünün nerede ve kaç tane olduğunu gösteren akıllı mağazalar, denenilen ürünün farklı bedenlerinin stokta olup olmadığını gösteren akıllı kabinler, takip edilen ürün stoğa girdiğinde bilgi veren sistemler, kombin tamamlamayı kolaylaştıran uygulamalar gibi gelecek teknolojileri de moda sektörünün gidişatını değiştirecek gibi görünüyor. Bu teknolojilerin büyük kısmı tekstil ve hazır giyim sektöründe şimdiden uygulanmaya başladı bile. Türkiye'deki markalar ve tekstil şirketleri de bu alandaki çalışmalarını yakından takip ederek kendi sistemlerine uyguluyor.

#### İŞ DÜNYASI KORONAVİRÜS İLE DİJİTAL GELECEĞİ DENEYİMLEYİ

Tüm bu gelişmelerin ışığında yaşadığımız çağda, koronavirüs salgınının tüm dünyayı etkisi altına almasıyla adeta yeni bir süreç başladı. Koronavirüs salgını, dünya genelinde alışlagelmiş ve hiç sorgulanmayan sosyal, finansal ve iş süreçlerini sorgulamaya açık hale getirdi. Salgın hem bireylerde hem de kurumlarda birtakım aydınlanmaların yaşanmasında etkili oldu.

Ekonomi anlamında da birtakım gelişmelerin hızlanacağına işaret eden bu dönemde kripto paraların ve sanal bankacılık işlemlerinin yeni trendler arasında yer aldığı görülüyor. Salgın süreci iş hayatında da birtakım köklü değişimlere sahne oldu. Bazı şirketlerin daha önceden de deneyimlediği Home Office kavramı, bu süreçte iş dünyasının temel



**Vücut taraması yaparak beden ölçülerini belirleyen uygulamalar, sanal giydirme programları, akıllı mağazalar, akıllı kabinler, kombin tamamlamayı kolaylaştıran uygulamalar moda sektörünün gidişatını değiştirecek gibi görünüyor.**

prensibi haline geldi. Birçok kurum, çalışanlarının sağlığı ve güvenliği amacıyla çalışmalarını ev ortamında sürdürdü. Toplantılar, müşteri ziyaretleri hatta ticaret online ortamlara taşınırken iş seyahatleri de rafa kalktı. Neredeyse tüm dünyada ülkelerin sınırlarını kapatması ile uluslararası dolaşımın sınırlandırıldığı bu dönemde fuarlar yerini sanal fuarlara bıraktı. Video konferanslar hayatımıza girerken uzaktan kontrol sağlayan pek çok dijital altyapı da şirketlerin geleceğinde önemli bir kavram haline geldi. Son yıllarda dijitalleşme trendinde altyapılarını geliştiren ve bu alana yatırım yapan şirketler bu süreci bir nebze daha rahat atlattırken teknolojik gelişmelere direnme eğilimi gösteren sektör ve şirketler için de geleceğin geldiği nokta daha anlaşılır bir gerçekliğe ulaştı. Birçok şirket bu dönemde dijitalleşmeyi yapılacaklar listelerinin üst sıralarına taşımaya karar verdi. Salgın sonrası dönemde de özellikle işveren cephesinde bu süreçte deneyimlenen birçok uygulamanın kalıcılığının sağlanacağı öngörülüyor.



# BİZİ GELECEĞE TAŞIYAN ARAÇ BİRDENBİRE TURBO VİTESE GEÇTİ

**SALGININ ÖZELLİKLE** son bes yıldır kendini iyice belli eden, yaygınlaşması beklenmekte olan teknolojik değişimlerle entegre ilerlemesi gereken bazı dinamikleri hızlandırdığını düşünen M-GEN Dijital Ajans Kurucusu, Fütürist, Ekonomist ve T-İnsan kitabının yazarı Ufuk Tarhan; "Bizi geleceğe taşıyan araç birdenbire turbo vitesine geçti, hepimizi jet hızı ile kapısı hafif aralanmış olan yenedünyanın önüne bırakıverdi. İnsanlık şimdi yeni normalin, geleceğe açılan esşigin önünde, dijital atak nedenli dönüşüm spazmı geçirir gibi endişeli, meraklı, kaygılı, umutlu, zorunlu, heyecanlı, ne yapacağını bilmeyen salınımlı duygu halleriyle bekliyor..."

İnsanlığın salgın formunda gelen bu atağı ve değişim sancısını, sıkıntısını atlatarak daha iyi bir gelecek için ilerleyebilmesi; her alan ve katmanda sıkı bir yaşamsal diyet ve versiyon yükseltme aksiyonu içine girmesine, olumlu niyetleri hedeflemesine, çokluğa-asırılığa değil, gerekli ve yararlıya odaklanmasına ve zihinde-dilde-bedende hijyen sağlmasına bağlı. Salgın insanlığın yozlaşan değer sistemlerini ve yaşam amaçlarını gözden geçirmesine, fabrika ayarlarına dönmesine neden olacak, inşallah" şeklinde konuştu.

Fütüristler, teknolojistler, filozoflar ve bilim insanlarının zaten çoktandır geleceğin teknolojileri konusunda işaret fisekleri fırlattığını, doğanın sinyal gönderip durduğunu söyleyen Tarhan; özellikle son 5-10 yıldır geleceğin nasıl gelmekte olduğuna dair fazlası ile ipucu verdiğini ancak insanların gözlerini paraya, tüketime, savaşmaya ve "daha çok" yazan her şeye diktikleri için bu mesajları algılayamadığına işaret etti. Tarhan; virüsün bu duyarsızlığa adeta bir set çekerek "Hadi bakımm evleriniz! Oturun oturduğunuz yerde! Bi' durun, bi' kendinize gelin, aklınızı başınıza toplayın, bu arsız, suursuz gidisiniz hayra alamet değil! Akıllı olun, insanlığınıza geri dönün, gelecekle geleceklere, gelmesi gerekenlere odaklanın!" dediğini ifade ediyor.

Ufuk Tarhan'a göre epeydir dünyanın gelecek 100 yılına damgasını vuracağı söylenen, COVID-19'la herkesin olacağını kabullendiği teknolojik dönüştürücüler listesi şöyle: Yüzde 100 dijital dönüşüm, 5G, yenilenebilir enerji, blockchain, kripto paralar, yapay zeka, robotlar, otonom araçlar, drone'lar, 3-Boyutlu tasarım-cizim-üretim, hologramlar, sanal/artırılmış/karma gerçeklik, quantum bilgisayarlar, genetik ve nano teknolojilerde çığır açan gelişmeler, dikey çiftlikler, laboratuvar gıdaları, denizin, toprağın altında yaşam merkezleri, uzay istasyonlarında Mars'ta koloniler kurulması, normal insanlar için de uzay yolculuklarının başlaması, beyine ve vücuda takılan çipler-yapay organlar, teknolojik tekilliğe geçiş, uzayan insan ömrü...

"Proaktif, önlem alma, sabırla, disiplinle inovasyon yapma kodlarımızda da ciddi bug'lar olduğu bir gerçek" şeklinde konuşan Tarhan; "Türk toplumu son derece hızlı değişebilme, adapte olabilme, kriz zamanlarında ayakta kalabilme, küllerinden tekrar tekrar doğabilme, zor zamanlarda dayanışma ve dayanıklılık gücü (rezilyansı) yüksek, oldukça değişken, kendine has, hem batılı hem doğulu, renkli etnik karması olan, zaman zaman akıl almaz aptallıklar ve cinlikler yapabilen, ele avuca sığmaz bir toplum. Üstelik çok ayrıcalıklı bir

coğrafyada. O yüzden zorlayıcı koşulların gerekliliklerini yerine getirecek ve hem koronavirüs sonrasına hem de bundan sonra olacak sayısız krize uyum sağlayacaktır. Türklerin pratik zekâsı, tam bunun gibi zamanlara uygun vasıfları, "virüs bizi bozamaz!" deyip gözü kara ilerleyecek, her zaman, her durumda olduğu gibi kurtulmanın, gelişmenin, ayakta kalmanın bir yolunu bulacaktır" dedi.

## ASLA ESKİSİ KADAR ÇOK SEYAHAT ETMEYECEĞİZ

Ne iş ne sosyal ne eğitim ne de turizm amaçlı asla eskisi kadar çok seyahat etmeyeceğimizi belirten Tarhan; "İstese de edemeyeceğiz" diyor ve ekliyor; "Ülkelerin milli korumacı önlemleri, güvenlik kaygıları, yeni ve çok zorlayıcı vize koşulları, ekonomik kısıtlar gibi nedenler belirleyici olacak. Gelişen teknolojik olanaklarla uzaklar o kadar canlı, hissedilebilir, paylaşılabilir ve konforlu biçimde yaklaşacak ki; eskisi kadar kısa, uzun mesafe seyahat gereği de kalmayacak.

Bugün ayıla bayıla "ne iyi oldu, meğer ne rahatlık" dediğimiz video konferans sistemleri için 5-10 yıl içinde "ne ilkemis" diyeceğiz. Her şey sanal gerçeklik ve hologram uygulamalarıyla iyice gerçeğe yakın hale gelecek. Eğitimde, rekabette fırsat eşitsizlikleri büyük ölçüde azalacak. Ofislerde çalışan sayıları çok çok azalacak, sahada, ön saflarda çalışanların sayıları artacak. Hem çalışanlarla hem müşterilerle aracsız, anında iletişim yeni normal olacak. Ofis, okul gibi yerler daha çok sosyal mesafeli ve son derece steril koşullarda, insan insana bir araya gelme ihtiyacını gidermek üzere değişecek. Plazaların bir kısmı dikey çiftliklere, laboratuvarlara, 3-Boyutlu tarama, üretim merkezlerine, bazı katlar çalışanların evlerine, bazıları da kiralanan-paylaşılan ofislere, iş-egitim yerlerine dönüşecek"

## TEKSTİLİN ESKİSİ GİBİ DEVAM ETMESİ MÜMKÜN VE GEREKLİ DEĞİL

Robotların bir moda akımı yaratacağını pek sanmadığını belirten Ufuk Tarhan; "Belki Ar-Ge, show, gösteri, şaka amaçlı bir şeyler olabilir ancak insanlığın bu tip süs, püs, gösteriş, moda gibi konulara yaklaşımı hızla değişecek, değişmeli.

Diğer pek çok sektör gibi tekstilin de eskisi gibi devam etmesi mümkün ve gerekli değil.

Sürdürülebilirlik adına tıkanmak üzere olan iş kollarının çoğunda tekstille direkt alakalı konular var. Tekstil ve moda; kullandığı ham maddeler, kimyasallar ve ürettiği çevreye zararlı atıkların yanı sıra tüketimi teşvik eden, ekonomiye katkısı ile birlikte zararı da oldukça yüksek görülen sektörler arasında ve mercek altında. Bu yüzden devrimsel hamleler yapmak zorunda. Tekstil ve ilintili sektörlerin de artık insanlığa ve doğaya yararlı, geri dönüşebilen, sıfır atık prensibiyle çalışan, akıllı, çok fonksiyonlu, pratik, dayanıklı, doğa dostu giysiler, malzemeler ve dekorasyon malzemeleri icat etmesi, üretmesi gerekiyor. Yakın gelecekte pek çok tekstil şirketinin başta medikal ve teknoloji olmak üzere tamamen farklı konulara doğru direksiyon kıracağını, ilginç birleşme ve satın almaların yaşanacağını tahmin etmek zor değil. Bunlara odaklanılmalı" diyerek sözlerini noktaladı.



**UFUK TARHAN**

M-GEN DİJİTAL AJANS KURUCUSU

# DİJİTAL DÖNÜŞÜM TERCİH OLMAKTAN ÇIKTI, ZORUNLULUK HALİNE GELDİ

**SON YILLARDA** dijital dönüşümden söz etmeyen sektörün neredeyse kalmadığını söyleyen Fütüristler Derneği Başkanı ve Akademisyen Dr. Mustafa Aykut; "Kimi şirketler ve kamu kurumları erken davranarak bir an önce dönüşümlerini tamamlamaya çalışırken, büyük bir çoğunluk da değil dönüşümünü planlamak, onunla neyin kastedildiğini bile kavrayamamışken COVID-19 salgınına yakalandı. Sonuç olarak, mavi yakalılar işlerini robotlar yapacak derken, önce beyaz yakalılar işlerini kaybettiler. Çünkü işe gidememenin alternatifi, işi iyi bir iletişim altyapısıyla eve getirmek oldu. Böylece 9-17 arası ofislere doluşan çalışanların her gün girip-çıkışları plazalar boş kaldı. Evden İnterneti kullanarak işlerini tamamladıklarında verimin arttığını gördüler. Dijital dönüşüm tercih olmaktan çıktı, zorunluluk haline geldi" dedi.

Lojistik firmalarının hiç olmadığı kadar iş yüküyle karşı karşıya kaldıklarını, karlılıklarını her gün yeni rekorlar kırdıklarını da dile getiren Aykut; "Online alışveriş siteleri her yastan insanın kullanabildiği ve araba dahil her şeyin satıldığı, 24 saat açık pazarlara evrildi. Sağlık ürünleri ise dezenfektan malzemelerinden, cerrahi maskelere, suni solunum cihazlarından uzaktan teşhis kitlerine kadar en çok aranan nesnelere haline geldi. Ortama en çabuk adapte olan sektörlerin başında tekstil sektörünü sayabiliriz. Çünkü daha önce ne üretirse üretsin, atölyeler; hızla sağlık maskeleri, koruma tulumları üretir hale getirilebildiler. Bunu her sektör için söylemek zor" şeklinde konuştu. İnternet altyapısı, iletişim, online hizmet platformu sağlayıcılarının talepleri karşılama zorlandıklarını ve bütün bunların bize artık kol gücünün yerini otomasyonun beklediğimizden daha hızlı alacağını gösterdiğini ifade eden Aykut; robotlar, sensörler, yapay zekâ, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklikten yararlanamayan sektörlerin hızla kaybolacağını da belirtti. Aykut'a göre; otomasyon her yere hâkim olacağı gibi, kendini hızla zaman ve zemine adapte edebilen yapıdaki atölyeler, üretim bantları, hizmet sağlayıcılar piyasada ayakta kalmayı başaracaklar.

200 yıldır kendini yenileyemeyen ve kurallarını değişmez gibi gören sağlık ve eğitim sektörlerinin bugün ne yapacağını bilemez durumda olduğunu, sağlık kurumlarının şimdilerde Big Data olmadan hiçbir şey yapılamayacağını gördüğünü de söyleyen Dr. Mustafa Aykut; "Bugün sadece bir uygulama üzerinden gerçekleştirilen adım adım izleme yordamları, birkaç yıl içerisinde her yere yerleştirilen kameralar, sensörler ve diğer algılayıcılarla sizin isteminiz ve izniniz dışında da gerçekleşecek. Bunu sağlayacak iletişim altyapısı bugünden mevcut. Eğitim için çok şey söylemeye gerek yok. Örneğin, İngiltere'de 1200'ü yıllarda temeli atılan Cambridge Üniversitesi 2020-2021 öğrenim yılını tümüyle online sürdüreceğini açıkladı. Bu ne büyük bir dönüşümdür, tahayyül edebiliyor musunuz?" dedi.

## FUARLARA ONLINE KATILACAK, ÜRÜNLERİNİZİ ONLINE TANITACAKSINIZ

"Bu topraklar üzerinde yaşayan bizler, yüzyıllardır farklı medeniyetlerin maddi ve manevi kalıntıları üzerinde oturuyoruz. Hoşgörülü,

misafirperver, kalabalık olmayı seven, kederi ve kıvancı sıcak temas ile paylaşan, geniş ailelerden kopamayan insanlarız. Bu özelliklerimiz COVID-19 salgını ile askıya alındı. Ortaya çıkan farklı davranış biçimlerini 'yeni normal' olarak niteleyenler var. Ben bunlara katılanlardan değilim. Olsa olsa 'yeni anormal' diyebiliriz" şeklinde konuşan Aykut; bu durumun bizim için bir standart olamayacağını; olmaya zorlandığında ise topluca depresif, mutsuz ve umutsuz bir toplum haline dönüşebileceğimizi söyledi. İş yerlerinde ve sosyal ortamlarda fiziki mesafelerin yeniden tanımlanmak zorunda olduğunu belirten Aykut; COVID-19'un bize büyüklerimizi ya da küçüklerimizi daha sık aramamız gerektiğini, çocuklarımızı zaman ayırmanın ne kadar değerli olduğunu, uzun süre birlikteysen sabırla dinlemenin, sükunetle anlatmanın erdemini, hiçbir şey yapamazmış gibi hissedip, her işimizi baskasına gördürürken elimizden çok iş gelebileceğini öğrettiğini söyledi.

COVID-19'dan en çok etkilenen sektörlerin başında turizm ve seyahat geliyor diyen Aykut; "Hiçbir otel kapasitesinin üçte birine hizmet vererek ayakta kalmaz. Odaları boş tutmanın bir anlamı

yok. Restoranlarda masa, sandalye sayısını azaltmak da maliyetli. Sonuçta, tüm bu olumsuz koşullara pratik çözümler üretilmek zorunda. Uçakla, otobüsle, trenle seyahatler yeni kurallara ve düzenlemelere tabi olacak. Örneğin COVID-19 hastalığını geçirmiş olduğunuzu ya da aşılandığınızı belgelemeden belli mesafelere, hatta belli ülkelere uçamayacaksınız. Sağlık sigortanız, gittiğiniz ülkedeki sağlık harcamalarınızı karşılayacak polise vermiş olmalı. Havaalanlarına yurt içi ve yurt dışı uçuşlarda sizden istenen sürelerden daha önce varmalısınız. Siz de bazı ülkelere gitmek istemeyeceksiniz. Çünkü riskli bulacaksınız. Gidemediğiniz yerlere online bağlanacaksınız. Fuarlara online katılacaksınız. Ürünlerinizi online tanıtacaksınız. Bunun en güzel örnekleri sanal gerçeklik uygulamaları ile olacak" ifadelerini kullandı.

Bugün 7,4 milyar insan yaşıyor olmasına karşın, önümüzdeki 10 yıl içerisinde insandan daha fazla robota sahip olacağız diye konuşan Aykut; "Robotlar her yanımızda

olacak. Evimizde, iş yerimizde, hatta arabamızda. Bir başka deyişle arabamızı kullanmak için sürücüye ihtiyaç duymayacağız. Direksiyon, gaz, debriyaj, fren pedali gibi şeyler olmayacak. Çünkü arabamızın kendisi zaten robot olacak. Bu örneği sunun için veriyorum. Evet, her yanımızı robotlar saracak, ama bunların çok azı insanımsı robotlar olacak. Kimi araba şeklinde, kimi tek kolla çalışan imalat robotu, kimi ağır yük taşıyan tekerlekli, kimi dört, kimi iki ayaklı, kimi ise uçabilen, yüzebilen robotlar olacak. Onların arasında insanımsı olanları elbette gıydirmek bir trend olabilir. Asıl giyinmiş ya da soyunmuş robotlar insan görüntüsüne birebir benzediğinde bambaska bir dünyanın kapıları açılacak. O aşamada insan-robot birliktelikleri dahi söz konusu olacak. Bu aşamada karşılaşacağımız ve şimdi imkânsız gibi görünen şeyi şöyle tanımlayabiliriz. Robotların zekâsı insanın zekâsından üstün olacak ve insanlar için moda trendlerini onlar belirleyecek" açıklamasını yaptı.



**DR. MUSTAFA AYKUT**  
FÜTÜRİSTLER DERNEĞİ BAŞKANI

# YENİ NORMALİN GERİ DÖNÜŞÜ OLMAYACAK

**“ÖNCE SÖYLE** bir zamanda yolculuk yapıp 6 ay öncesine, 2019 sonuna gidelim. Kurumların sene sonu kapanış heyecanlarının dorukta, o son birkaç yüz metreyi de asıp hedeflerini tutturmanın vereceği muhteşem haz duygusuna doğru koştuğu döneme... Stratejistlerin yönetim kurullarına sundukları umut dolu 2020 planlarının onaylandığı dönemlere... Bir sonraki inovatif ürünlerin, hizmetlerin tasarlandığı, üretim kapasitelerinin, yatırımların tekrar tekrar gözden geçirildiği dönemlere... İnsan kaynaklarının yeni organizasyon hazırlıklarını tamamlama aşamalarına çok yaklaştığı o sene sonuna... 2020'nin ilk ışıkları ile dolu dizgin tekrar başlayacağımız ilk başlangıç toplantısına ve sonrasına... Geziliş, görülecek yerler, yenecek yemekler, gidilecek konserler, verilecek kilolar, alınacak kıyafetler, taşınacak şehirler, evler, arabalar ve benzeri tüm hedeflerin belirlendiği o 2020 başına...” diyerek bizi zamanda bir yolculuğa çıkararak Tomorrowism Kurucu Ortağı Eray Yüksek; yaşanan süreci “O zamanlarda kaygılarımız; teknolojinin hızına ayak uydurmakta zorluk çeken kurumlar, karşılaşılan uyum sorunları, sayısallaşma, daralan pazarlar, küresel tehditler, yeni gelen oyuncular ile rekabet, üretim, performans, maliyetler etrafında, belki de alıştığımız zorluklara çözüm arayışlarında iken önce yavaş yavaş sonra birden tüm gezegen koronavirüs ile donma durumuna geldi” şeklinde ifade etti.

Yaşamsal desteği sağlayan sağlık, lojistik, gıda, temizlik dışında kalan tüm endüstrilerin kapılarını kapatarak çalışanlarını evlerine yolladığını, devletlerin de vatandaşlarını izole olmaya, evlerinde kalmaya ikna ettiğini, insanlığın iş dünyasının ve kurumların bir yaşam mücadelesine başladığını dile getiren Yüksek; salgından kurtulanların yaşamlarını, değerlerini, çok daha önemlisi amaçlarını sorgulamaya, gelecekle ilgili anlamlandırmaya başladıklarını; o çok ertelenen okunacak kitaplar, aranacak arkadaşlar, öğrenilecek yetenekler, hobiler, geciktirilen mutluluklar için yoğun bir öğrenme ve kişisel yatırım sürecinin başladığını belirtti.

## YENİ VERSİYONLARIMIZ BELİRMENE BAŞLADI

Belirmeye başlayan yeni versiyonlarımızı; “Doğada tek başına yaşamını sürdürebilen, yalnızlığı seven, kendi kendine yetebilen, her türlü yaşam formuna değer veren, gezegene saygılı, adeta bir avcı toplayıcı sonrası tarım toplumunda yaşayabilecek kadar bilgisi olan bir Doğa İnsanı ve her türlü gelişmiş teknolojiyi kullanabilen, iletişimde mükemmel, yaratıcılığı üst seviyede, görev-proje bazlı çalışabilen, girişimci DNA'sına sahip, yine küresel zorlukların önünde duran bir Webinar İnsanı” olarak adlandıran Yüksek; “Tüm insanlık normale dönmeyi veya yeni normali konuşurken büyük endüstriler ise statükolarını bazı hijyenik ve kozmetik çözümler ile koruma çalışmalarına başladılar ve denemelerine devam edecekler. Değişimin öncüleri eğitim, sağlık ve lojistik oldu. Bu yeni normalin geri dönüşü de olmayacak gibi. Büyük yara alan havayolları, oteller, yeme içime, spor, eğlence sektörleri tasarladıkları yeni hijyen, mimari dizaynların finansal modellerini de oluşturmak zorundalar” şeklinde konuştu.

## TEKSTİL DÜNYASI TÜKETİCİLERE İNOVATİF ÇÖZÜMLER ÜRETMEYE BAŞLAMALI

Barınma ve örtünme gereksinimlerinin; statükoyu korumaya çalışanlar, doğada yaşamayı seçenler, teknolojinin yeni girişimcileri ve diğer tüm yeni insanlar için hala geçerli olduğunu vurgulayan Yüksek; “Tekstil dünyasının da bu tüketicilere inovatif yaklaşımlar ile yeni çözümler üretmek için senaryo planlamalarına hızla başlamaları gerekiyor” dedi.

Öte yandan geçen sene konuştuğumuz geleceğin öncüsü 3 ana



## ERAY YÜKSEK

TOMORROWISM KURUCU ORTAĞI

trendin ve destekleyici teknolojilerin 2020'ye ve sonrasına fırsatlar yaratacağını da görmekte olduğumuzu aktaran Yüksek, öncelikle İnsan Genomu projesi ile gündeme gelen uzun yaşam formları ve sadece sağlık alanında değil, insana hizmet eden tüm kurumların da 100 yaş üstü için uzun süreli planlarını gözden geçirmeleri gerektiğini ifade etti.

Büyük veri, süper bilgisayarlar ve üzerinde geliştirilen algoritmaların, yapay zekâ projelerinin koronavirüs izolasyonunda bile hızını kesmediğini de belirten Yüksek; “Google ve IBM'in kuantum bilgisayar yarışını 2020 duyurularında gördük. Bu da yapay zekâ projelerinin, algoritmaların, robotların tanımlı işleri insanlardan çok yakın zamanda alacağını önemli bir göstergesi. Nesnelerin interneti ise sürücüsüz araçlar, dronelar, 3 boyutlu yazıcılar, sanal gerçeklik ile tarım, savunma, lojistik, eğlence, oyun gibi birçok alanda 2020 ve yakın geleceğimizi değiştirecek gibi gözüküyor” dedi. Koronavirüs sürecinde zamanın çok hızlandığına da şahit olduğumuzu, 2030'larda öngördüklerimiz dün olduğunu, 2040'larda öngördüklerimizin bugün olabileceğinin, 2050'lerde öngördüklerimizin ise yarın olacağını sinyallerini verdiğini paylaşan Yüksek; insanlığın pandemi dışında depremler, seller, iklim değişimi, su, temiz enerji ve karbon salınımı benzeri küresel zorluklar sonucunda toplu ölümlere yol açacak diğer sorunları da ciddiye almasını öğrendiğini düşünüyor.

Esas tartışmanın, Ray Kurzweil'in 2016'da yazdığı İnsanlık 2.0, Max Tegmark'ın Yaşam 3.0, Michele Holiday'ın İnsanlık 4.0 kitaplarında teknolojinin baş döndürücü değişimini; insanlığın biyolojik ve bilinc değişiminin nasıl yakalayacağı olmaya devam edeceğini ekleyen Eray Yüksek soruyor; “Peki biz yeni versiyonumuza hazır mıyız?”

# BU TÜR KRİZLER DAHA BİLİNÇLİ YAŞAMLAR KONUSUNDA FARKINDALIĞIMIZIN ARTMASINI SAĞLAYABİLİR

**KORONAVİRÜS SALGINI** sürecini genel hatlarıyla değerlendiren, kurumlara dijital ve kültürel dönüşüm alanlarında yönetim danışmanlığı hizmeti veren Digitopia şirketinin kurucu ortağı ve CEO'su Halil Aksu; "Epidemi veya pandemi uzmanı değilim, ama rakamlara bakılacak olursa, ülke ve millet olarak en iyi yönetenler arasındayız gibi görünüyor. Salgın ne kadar kırılgan olduğumuzu bize çok çarpıcı bir şekilde gösterdi. Ayrıca medeniyetimizin ve hayatlarımızın her şeyin yolunda olmasına ne kadar muhtaç olduğumuzu da gösterdi. Bu bakımdan "sürdürülebilirlik" her zamankinden daha iyi anlaşıldı" dedi. Salgının geleceğimiz üzerine çok muazzam bir etkisi olacağını düşünmediğini belirten Aksu; "Bir süre hijyen konusunda hassasiyetimiz olacak, zaman içinde azalacak, eski haline dönecek. Sağlık sisteminin geliştirilmesi, salgın öncesinde de gündemde idi, hala gündemde, her zaman gündemde olacaktır. Bu tür krizler belki "sürdürülebilirlik" konusunda ve daha bilinçli yaşamlar konusunda biraz farkındalığımızın artmasına sebep olabilir" şeklinde konuştu.

## VİDEO KONFERANS YÖNTEMİYLE İŞLER ÇOK DAHA VERİMLİ BİR ŞEKİLDE HALLEDİLECEK

Dijital imkanların, yani cep telefonu, WhatsApp, video konferans ve benzeri teknolojilerin bir anda çok yaygınlaşarak hayatımızın normal olduğu gibi değişen ama bu teknolojiler ve bu imkanların zaten yıllardır var olduğu işaret eden Aksu; bu konuda olgunluğu yüksek olan, özellikle global şirketlerin ve çok farklı lokasyonlarda ofisleri olan şirketlerin bu teknolojileri yıllardır gayet efektif bir şekilde kullandığını hatırlattı. Aksu; "Şimdi bu teknolojiler tabii ki çok daha fazla yaygınlaşacak. Salgın sonrasında kullanımı devam edecek. Tek bir toplantı için seyahat etmek, şehrin bir ucundan bir ucuna kadar trafikle boğuşmak şart olmayacak, video konferans yöntemiyle işler çok daha verimli bir şekilde halledilecek.

Geleceğin teknolojileri sıralamakla bitmez. Tek bir tanesini anmak gerekirse, yapay zekâ diyebiliriz. Dünyadaki veri miktarı arttı, yenilikçi algoritmalar çoğaldıkça ve bu konudaki insan kaynağı geliştikçe, cep telefonumuzdan akıllı fabrikaya kadar, aracımızdan çocuğumuzun oyuncağına kadar, okuldan hastanedeki hasta yatağına kadar, iş ve özel hayatımızın her alanına girecek ve değer katacak. Her teknolojiye olduğu gibi, bunda da riskler var. Ama faydaları, risklerinden çok ağır bastığı için, yaygınlaşması kaçınılmazdır. Virüs ve salgın çok vahim bir pandemiye sebep olmuş olsa da insanlık tarihi ve gelişimi bakımından çok noktasal bir olaydır. Hijyen, sağlık, bu tür durumlara daha hazırlıklı olmak gerektiği, medeniyetimizin kırılganlığını elimizden geldiğince dikkatlice yönetmemiz ve korumamız gerektiği net bir şekilde anlaşılmalıdır. Ama salgını ve ekonomik etkilerini bir şekilde atlattıktan sonra, büyük oranda kaldığımız yerden devam edeceğiz diye düşünüyorum" dedi.

Sadece Türklerin değil, tüm insanların beşerî varlıklar olduğunu ve doğduğumuz andan itibaren hep başka insanlarla ilişkimiz, temasımız, sohbetimiz olduğunu dile getiren Halil Aksu; "Aileler kurulur, okullara gidilir, işlerde çalışılır, pazarlardan alışveriş yapılır, birlikte eğlenilir, birlikte kutlanır, birlikte üzülmürüz. Bunun değişmesi mümkün değil. Belki hijyene biraz daha dikkat ederiz. Belki "kolonya tutma" gibi adetlerimiz tekrar geri gelir. Ama sıcakkanlı Akdeniz insanları olarak, salgını tastamam atlattıktan sonra birlikte maça da gideceğiz, düğünlerimizde halay da çekeceğiz, çocuklarımızın doğum günlerini de kutlayacağız,



## HALİL AKSU

DIGITOPİA KURUCU ORTAK & CEO

üzüldüğümüzde en yakın dostumuzun bacağına başımızı yaslayacağız" diye konuştu.

## ŞİRKETLER SÜREÇLERİNİ SORGULAMAYA BAŞLADI

Yönetim danışmanı olarak pek çok şirket ve yönetici ile görüştüğünü, stratejik projeler yürüttüklerini belirten Aksu, evden çalışmanın uzun süredir gündemde olan ama ülkemizde düşünülmediği gibi yaygınlaşmayan bir konu olduğunu söyledi. Şu an özellikle beyaz yakalı çalışanların neredeyse tümünün evden çalıştığına işaret eden Aksu; bu durumun veriminin ve ayrıca ofisteki verimin de tartışılabilirliğini dile getirdi. Aksu sözlerine; "Bunun mümkün olduğunu görmüş olduk. Bu durum zoraki oluştu. Ama şirketler ofis ebatlarını, her gün herkesi trafikte servislerle evden işe, isten eve taşımayı sorgulamaya başladılar. Herkes her zaman ofiste çalışacak uç noktadan, herkes sürekli evde çalışacak uç noktasına gidilmeyecektir. Sağlıklı bir orta yol bulmak gerek. Evde - yalnız olarak - yapılabilecek işler var, ofiste ekip olarak, eğlenerek, yiyerek içerek, yapılacak işler var. Kritik nokta bunların iyi yönetilmesi, çalışanlara bu imkanların sağlanması, çevik kültür gibi unsurlarla desteklenmesi, eğlenceli, verimli ve sürdürülebilir kılınmasıdır" şeklinde devam etti.

Hayatımıza girmeye başlayan robotlar için bir giyim pazarının ve bir modanın olup olmayacağını sordüğümüz Halil Aksu; robotların örtülecek bir ayıbının olmadığını ve üsümedikleri için giydirilmek gibi bir zorunlulukları olmadığını belirterek gelecekte bir robot modasının oluşmayacağını belirtti ve her sektörde olduğu gibi, tekstil sektöründe de uygun alanlarda robotların yaygınlaşacağını kesin olduğunu sözlerine ekledi.

# ÇALIŞANLARIN DİJİTAL YETKİNLİKLER KAZANMIŞ OLMALARI BUNDAN BÖYLE DAHA DA ÖNCELİKLİ

**KORONAVİRÜS MÜCADELESİNDE** hiç öngörülme ve bugüne kadar yaşanmamış bir süreçle beraber Türkiye olarak iyi bir sınav verdiğimiz düşünürken Robotik süreç otomasyonu ve yapay zekâ teknolojilerini birleştirme alanında dünyanın önde gelen firmalarından biri olan UiPath Türkiye'nin Genel Müdürü Tuğrul Cora; Türkiye'nin genç, krizlere alışık ve adaptasyonu yüksek işgücüyü kısa zamanda yeni düzene uyum sağlamayı başardığını, bu dönemde kurumların özellikle dijital ve bilgi teknolojileri birimlerinin çok zorlu bir dönüşümü başarıyla hayata geçirdiğini ifade etti.

Her şeyden önce içinde bulunduğumuz dönemin bundan sonraki yaşam ve çalışma kültürümüzü de kalıcı olarak etkileyeceğini düşündüğünü belirten Tuğrul Cora; "Bu dönemde dijitalleşmenin ne kadar önemli olduğunu bir kez daha görmüş olduk. Dijitalleşme adımlarını atmış ve bu alanda yatırımlarını yapmış kurumlar, belirli bir ofis alanına bağlı olmadan çalışmalarını aynı şekilde devam ettirdi. Çalışanların dijital teknoloji ile donanmış, yeni dijital yetkinlikler kazanmış olmalarının bundan böyle daha da öncelikli olacağını görüyoruz" dedi.

Bundan sonra teknolojinin etkisinin hiç olmadığı kadar hızlanacağını düşünen Cora; "Özellikle 5. endüstri devrimi, robotlarla iş birliği içinde olacağımız sinyallerini verirken bundan sonrasında ömür boyu eğitim ve teknolojiyi bir arada gerçekleştirebilen toplumlar ileri gidebilecek. İnsanlar ve robotların beraber çalışacağı iş ortamları daha da yaygınlaşacak. Sanayide yaklaşık 250 yıl önce makineleşme ile başlayan, son 50-60 yılda ise otomasyon (endüstriyel robotlar) ile devam eden insan ve robotların beraber çalıştığı iş ortamları artık ofislere de taşındı. Tabii ofisler de endüstriyel robotlar yerine robot yazılımlar, insanların bilgisayar başında yaptıkları operasyonel işleri yaparak insanların daha hızlı, daha verimli ve daha yaratıcı olmasına katkı sağlayacak. Yapay zekâyı da içinde barındıran bu robot yazılımlarına robotik süreç otomasyonu adını veriyoruz" dedi.

UiPath'in kurumlara sunduğu robotik süreç otomasyonu ve yapay zekâ teknolojileri sayesinde kurumların hız ve verimlilik artışı sağladığına, hataları ortadan kaldırdığına, ortaya çıkan ilave iş gücü sayesinde çalışanları daha katma değerli işlere yönlendirerek hem müşteri memnuniyetini hem de çalışan motivasyonunu artırdığına ve bu sayede dünya ile çok daha etkin bir şekilde rekabet ettiklerine değinen Cora; robotik süreç otomasyonunun aynı zamanda 'Yapay Zekâ' (AI) ve 'Makine Öğrenmesi' (ML) destekli Akıllı Otomasyon (IA)'a giden yolda köprü görevi gören çok önemli bir teknoloji olduğunu belirtti. Bu alanda faaliyet gösteren şirketlerin stratejileri doğrultusunda, 2 yıl içinde yazılım robotlarının tamamen yapay zekâ robotları olması öngörüldüğüne dikkat çeken Cora; bu sayede robotların insanlardan devamlı öğrenen, tahminlerde bulunan, kendilerine sorulan sorulara cevap verebilen ya da önceden uyarın özelliklere sahip olacak ve RPA'nın kullanım alanlarının daha da genişleyeceğini belirtti.

## İNSANOĞLU SOSYALLEŞMEKTEN HİÇBİR ZAMAN VAZGEÇMEYECEK

İnsanoğlunun sosyal bir varlık olduğunu, bununla beraber bizim kültürümüzün birçok kültüre göre daha iç içe ve sosyal etkileşim ve dayanışmanın daha fazla olduğu bir yapıda olduğunu kaydeden Tuğrul Cora; "Dijital etkileşimlerin, aynı mekânı paylaşarak yüz yüze yapılan etkileşimin yerine geçeceğini söylemek doğru olmaz. Ancak bazı alanlarda daha fazla dijital, daha az yüz yüze etkileşim yapacağımızı



**TUĞRUL CORA**  
UIPATH TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ

öngörmek mantıklı görünüyor. Ama insanoglu sosyalleşmekten hiçbir zaman vazgeçmeyecek" dedi.

Bu süreçte kullanılan dijital teknolojiler işlerimizi yapmak için hem kolaylık hem de büyük verimlilik sağlamış oldu diyen Cora; içinde bulunduğumuz dönemin kurum ve çalışanlara farklı dijital çözümler ile işlerini devam ettirmeyi öğrettiğini; aslında bu öğretinin beraberinde müthiş bir verimlilik sağladığını ve iş çıktısının da eskisinden çok da kötü olmadığını deneyimlemiş olduklarını ifade etti. Cora sözlerine; "Artık kurumlar rekabetçi olabilmek ve maliyetlerini daha fazla kontrol altına alabilmek için bu dönemde kazanılan yetkinlikleri devam ettireceklerdir. Örneğin seyahat kısıtlamasının olduğu bu ortamda müşteri, bölge veya farklı ülke ziyaretleri tamamen online görüşme teknolojileri ile sağlanmış oldu, birçok masraf kalemi ortadan kalkarken online toplantıların iş çıktıları fiziksel ziyaretleri aratmamaya başladı. Seyahat kısıtlamalarının kalkmasıyla dahi daha önce yerinde yapılan birçok toplantının uzaktan yapılacağını öngörüyoruz" şeklinde devam etti.

Robot modası konusunda ise yazılım robotlarının fiziksel bir görüntüsü olmadığı için bir moda kaygıları da olmadığını ifade eden Tuğrul Cora; "Fiziksel robotlar insanlar tarafından tasarlandığı için kullanılan malzeme, dış görünüm ve şekil olarak insanların yaşadığı dünya ve modayla beraber hareket ediyorlar. Bizim nesilde hayatımıza giren ilk robotlar hep bilim kurgu filmleri ile oldu. 1970'ler ve 1980'lerde çekilen bilim kurgu filmlerindeki robotlarla simdilerde çekilen bilim kurgu filmlerindeki robotların değişimine bakınca, modanın etkisi çok net şekilde görülebiliyor" dedi.

# Türkiye ve gelişmiş ülkeler e-ihracatı destekliyor

Modern dünyada internetin yaygınlığı ve teknolojik cihaz kullanımının artması e-ihracat faaliyetlerinin hız kesmeden sürmesine olanak tanıyor. Koronavirüs salgını ile önemi artan e-ihracat konusunda gerek Türkiye’de gerekse diğer gelişmiş ülkelerde firmaları destekleyecek birçok uygulama hayata geçiriliyor. Devletlerin politikaları sayesinde ihracatçılar yeni pazarlara kolaylıkla ulaşabiliyor.

**S**ON YILLARIN gelişen ticaret trendi e-ihracat, koronavirüs salgınının değiştirdiği tüketici davranışları ile günümüzde daha önemli bir hale geldi. Uluslararası ticaretin virüse karşı alınan önlemler nedeniyle sekteye uğraması, firmaları bu konuda yeni çözüm yolları arayışına sevk etti. Teknolojinin sağladığı imkanlar ve dijital altyapıların gelişimi; ihracatın artık tek tıkla, online platformlardan da yapılabilmesini sağlıyor. Firmalara birçok avantaj da sağlayan e-ihracat; dünyanın farklı noktalarındaki alıcı ve satıcıların fiziksel olarak bir araya gelmeden, internet ortamında buluşarak ticari faaliyetlerini sürdürebilmeleri anlamına geliyor.

B2C e-ticaret pazarı büyüklüğüne bakıldığında 2018 yılında Çin’in 634 milyar dolarlık hacimle lider konumda olduğu görülüyor. ABD, 504 milyar dolarlık e-ticaret hacmi ile ikinci sırada yer alırken onu 123 milyar dolar ile Birleşik Krallık, 103 milyar dolar ile Japonya ve 70 milyar dolar ile Almanya takip ediyor. Türkiye’nin B2C e-ticaret pazarı büyüklüğü ise aynı dönemde 6,1 milyar dolar olarak görüldü. 2019 yılında küresel e-ticaret hacminin 3,5 trilyon dolara erişeceği öngörülüyordu. Küresel çapta e-ticaret hacminin 2019 yılsonunda ulaştığı boyutu belgeleyen raporlar henüz hazırlık aşamasında olsa da dünya genelinde 2,8 milyar kişinin online alışveriş yapıyor olması bu hacmin her geçen yıl artacağına işaret ediyor. ABD’de nüfusun yüzde 65’i online alışveriş

yaparken bu oran Çin’de yüzde 46, Birleşik Krallık’ta yüzde 73, Japonya’da yüzde 59 ve Almanya’da yüzde 70. Türkiye nüfusunun ise yüzde 49’unun online alışveriş yaptığı biliniyor. Alibaba tarafından yapılan bir araştırmaya göre de sınır ötesi e-ticaret pazarı, 2020 yılında 994 milyar dolara ulaşacak. Dünyada sınır ötesi e-ticaret işlemlerinde en çok tercih edilen kategori ise yüzde 31 ile giyim ve ayakkabı.

## İNGİLTERE’NİN ONLINE İHRACAT PAKETİ BU ALANDA BİR İLK OLDU

Dünyanın e-ticaret anlamında önde gelen gelişmiş ülkeleri, firmaların müşterilerine çok daha kolay şekilde ulaşabilmesi ve e-ihracat hacimlerini büyütebilmesi anlamında pek çok destek sağlıyor. Türkiye’nin 2020 yılının ocak-nisan döneminde 433 milyon dolarlık hazır giyim ihracatı, 119 milyon dolar tekstil ve ham madde ihracatı, 14,9 milyon dolar deri ve deri mamulleri ihracatı ve 24,8 milyon dolarlık halı ihracatı gerçekleştirdiği İngiltere; e-ihracat konusunda başarılı ülkelerden biri olarak biliniyor. 2014 yılında İngiltere Ticaret Bakanlığı tarafından açıklanan Online İhracat Paketi, bu alanda hükümetler tarafından hazırlanan ilk destek paketi olma özelliğini taşıyor. Paketin yardımıyla 2020 yılında İngiltere’nin dış ticaret hacminin 1 trilyon pounda yükselmesi hedeflendi. İngiltere Ticaret Bakanlığı bu kapsamda e-ihracat faaliyetinde



bulunmak isteyen firmalara ücretsiz danışmanlık desteği sağlıyor. Firmalar e-ihracatta dikkat etmeleri gereken noktalarla ilgili ücretsiz danışmanlık hizmetine bakanlığa bağlı Uluslararası Ticaret Departmanı (DIT) aracılığıyla online olarak ya da çeşitli bölgelerdeki ofisler vasıtasıyla ulaşabiliyor.

DIT, e-Danışmanlık Bankası isimli sistemiyle de firmaların e-ihracat alanındaki sorularını uzman görüşleriyle yanıtıyor. Yurt dışı piyasalardaki önemli isimler, e-ihracat yapmak isteyen firmalarla etkinlik ve seminerler aracılığıyla buluşturuluyor. DIT'nin faaliyetlerinden biri de ihracatçıların yurt dışında da desteklemek. Yurt dışına çıkan İngiliz firmalar, karşılaştıkları sorunların çözümü için DIT'nin dış ticarete etkin olunan ülkelerde açtığı ofislerde destek bulabiliyor. Ayrıca Çin-İngiliz İş Konseyi ve Alibaba arasında imzalanan Fikri Mülkiyetin Korunmasıyla İlgili Mutabakat'a göre İngiliz firmalarının fikri mülkiyetlerini zedeleyen ürünlerin Alibaba aracılığıyla satılmasına izin verilmiyor.

#### **ÇİN, E-İHRACATÇININ LOJİSTİK MALİYETİNİ AZALTI**

Çin'de geleneksel ticaret ile karşılaştırıldığında ülkenin sınır ötesi e-ticaret uygulamalarının vergi avantajı dışında, gümrük denetimi, kayıt işlemleri, zaman ve ürünün izlenebilmesi bakımından birtakım avantajlar getirdiği biliniyor. 1990'lı yıllardan beri yurt dışındaki firmaların üretimlerini Çin sınırlarına taşımaları için çeşitli teşvik modelleri geliştiren dünyanın en büyük üreticilerinden Çin, üretici firmaların ihracata yönelmesi konusunda da pek çok destek uyguluyor. E-ticaret ve e-ihracat devi olarak bilinen Çin, tüm dünyaya yayılma hedefiyle ihracatçılarına birçok açıdan kolaylık sunuyor. Çin'in e-ihracat hacmini artırmak amacıyla firmalara sağladığı en önemli avantaj; China Post. China Post, devlet kuruluşu olan lojistik bir firma. Çok düşük gönderi ücretleri ile hem alıcılar hem de satıcılar için teşvik edici bir unsur olan China Post'un gönderi ücretlerini örneklemek gerekirse; Los Angeles'tan New York'a bir ürünün ulaşım bedeli 20+ dolar iken China Post ile Pekin'den New York'a ulaştırılan gönderinin ücreti 5 dolar civarındadır. Çin hükümeti, firmaların ihracat hacimlerini yükseltmek amacıyla denetim sıklığını da düşürüyor. İhracat yapmak isteyen firmalar düşük maliyetli kredilere



kolaylıkla erişebiliyor. Devletin bir kuruluşu olan Union Pay sayesinde birçok farklı firmanın ödeme sistemi, tek bir çatı altında toplanıyor. Union Pay, ödemelerin satıcılara aktarılmasını ya da iade durumlarında alıcılara oldukça hızlı şekilde geri gönderilmesini sağlıyor.

**ABD, E-İHRACAT KONUSUNDA DANIŞMANLIK VERİYOR**  
E-ihracatın genişleyen hacmi, ABD’de de yükseliş trendinde. Türkiye’nin 2020 yılının Ocak-Nisan döneminde 174,6 milyon dolarlık hazır giyim ihracatı, 167 milyon dolar tekstil ve ham madde ihracatı ve 221,4 milyon dolarlık halı ihracatı gerçekleştirdiği ABD; çeşitli teşvik programlarıyla e-ihracat hacmini genişletmeyi amaçlıyor. Ülkede son yıllarda Gümrük ve Sınır Muhafaza Departmanı aracılığıyla e-ihracat alanında faaliyet göstermek isteyen firmalara danışmanlık hizmeti de sağlanıyor. Bu departmanın çatısı altında kurulan E-ticaret İnovasyon Laboratuvarı (EIL) da Amerikan firmalarına e-ticaret yoluyla ulaşabilecekleri yurt dışı pazarlar, dijital stratejik çözümler ve e-ticaret internet sitelerinin küreselleştirilmesi gibi konularda destek sağlıyor.

Gümrük ve Sınır Muhafaza Departmanı’nın yayımladığı E-ticaret Strateji Planı’nda ise e-ihracata yatırım yapmak isteyen Amerikan firmalarının dikkat etmesi gereken konular, yurt dışı pazarlarla ilgili bilgi ve tavsiyeler sunuluyor. ABD hükümeti, çeşitli e-ticaret platformlarıyla bu alanda anlaşmalar yapıyor. Yapılan anlaşmalar sayesinde ihracatçı firmaların bu platformlarla olan ilişkilerinin ve platformların kullanımının kolaylaştırılmasını amaçlıyor. Amerikan firmaların e-ihracat alanında Çinli rakiplerine göre en büyük dezavantajı ise yüksek gönderim maliyetleri. Çin’in China Post uygulaması nedeniyle birçok müşteri ABD’den satın alabileceği bir ürünü, gönderim maliyetinin düşük olması nedeniyle Çin’den almayı tercih ediyor.

## TÜRKİYE, E-İHRACAT STRATEJİSİ VE EYLEM PLANI’NI DEVREYE ALDI

Türkiye’de e-ticaret hacminin 2019 yılında yüzde 39 büyüyerek 83,1 milyar TL’ye ulaştığı biliniyor. Gelişen teknolojiye bağlı olarak e-ihracat potansiyeli ve hacmi de artış gösteriyor. Bu konuda ciddi adımlar atan Ticaret Bakanlığı, Türkiye’nin uluslararası ticaretteki payını artırmak ve ülkeyi bölgesel bir e-ticaret merkezi haline getirmek amacıyla 2018-2020 E-ihracat Stratejisi ve Eylem Planı’nı devreye aldı. Planda 7 ana hedef ve 23 eylem belirlendi.

Birinci hedef lojistik kapasitesinin geliştirilmesi üzerine kuruldu. Bu hedef doğrultusunda e-ihracata yönelik yerel ve bölgesel lojistik üslerin kurulması ve e-ihracat odaklı bir işletimin sağlanması, hızlı teslimat yapılabilmesi ve iade maliyetlerinin azaltılması amacıyla da yurt dışında tedarik üslerinin kurulmasının desteklenmesi planlanıyor. E-ihracatta taşıma ve işlem maliyetlerinin azaltılarak rekabet üstünlüğü sağlanması, hızlı teslim imkanlarına yönelik uluslararası iş birliklerinin geliştirilmesi de eylem adımlarından biri. İkinci hedef ise gümrük işlemlerinin sınır ötesi e-ticaret ihtiyaçları

## BİLİYOR MUSUNUZ?

İngiltere, Belçika, Hollanda, İtalya, Polonya ve İspanya’da online alışveriş yapan tüketicilerin büyük bölümü satın aldıkları ürünlerin gündüz saatlerinde evlerine teslim edilmesini beklerken Almanya, Fransa ve İskandinavya’daki tüketicilerin büyük çoğunluğu posta kutusuna teslimat bekliyor. Gelişmiş pazarlarda teslimatın aynı gün içerisinde yapılması ise neredeyse standart bir beklenti.





çerçevesinde geliştirilmesi. Hedef kapsamında KDV iadelerinin süreçlerinin iyileştirilmesi ve kolaylaştırılması, iade edilen ürünlerde idari yüklerin kaldırılarak uluslararası örnekler doğrultusunda süreçlerin iyileştirilmesi, ülke ve sektör analizleri için sınır ötesi e-ticaret istatistiklerinin oluşturulması, Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesi'nin (ETGB) tüm taşıma modlarını kapsayacak hale getirilmesi planlandı.

#### **E-İHRACAT YAPAN FİRMALARIN SAYISININ ARTIRILMASI HEDEFLENİYOR**

Sınır ötesi e-ticarette ürün güvenliği ve denetimin etkinleştirilmesi de Türkiye'nin e-ihracat hedeflerinden biri olarak belirlendi. Bu hedef kapsamında ürünlerin tüketicici haklarını koruyacak hukuki altyapılarının geliştirilmesi ve güven artırıcı tedbirlerin alındığını gösteren uygulamalar geliştirilmesi planlandı. E-ihracat yapan firmaların uluslararası rekabetçiliğinin geliştirilmesi de Türkiye'nin e-ihracat başarısı için koyduğu hedefler arasında. Uluslararası alanda e-ihracat platformlarının kurulmasını ve işletilmesini destekleyen bu hedefe göre ihracatçılar uluslararası e-ticaret platformlarını etkin bir şekilde kullanabilmek amacıyla desteklenecek. Mikro girişimcilere danışmanlık desteği dahil uluslararası rekabete uyum sağlamaları konusunda destek verilmesi, ödeme hizmetleri sunan firmaların uluslararası bilinirliğinin artırılması, yöresel ve el emeği ürünlerin e-ticarete konu edilmesi gibi destekler de bu hedef kapsamına alındı.

Türkiye'nin belirlediği beşinci hedef ise ülkedeki e-ihracatçı firma sayısının artırılması oldu. Farklı ülkelerdeki e-ticaret ekosistemine ilişkin güncel bilgiler ve pazar, ürün grubu bilgilerinin yer aldığı bir internet sitesinin kurulması, e-ihracatçı firmaların satış öncesi ve sonrasında ülke, müşteri, dil, zorunlu

## **TİCARET BAKANLIĞI'NDAN YENİ E-TİCARET HAMLESİ**

**KORONAVİRÜS** salgını nedeniyle zor günler geçiren KOBİ'lere yönelik, Ticaret Bakanlığı tarafından destek kampanyası başlatıldı. Bakanlığın KOBİ'lerin e-ticaret alanındaki faaliyetlerini kolaylaştırmak amacıyla başlattığı kampanya ile e-ticaret siteleri komisyon indirimine gitti, vadeleri düşürdü ve altyapı sağlayıcıları da paketlerinde indirimler yaptı. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, "E-Ticaret Olarak KOBİ'lerin Yanındayız" kampanyasının daha fazla KOBİ'yi e-ticaretle tanıştırmayı yanı sıra internetin daha nitelikli kullanılmasını teşvik etmeyi amaçladığını belirterek, "Kampanya sayesinde pazarlama sıkıntısı çeken küçük işletmelerimize çözüm getirmeyi hedefliyoruz. KOBİ'lerimizin e-ticaret sayesinde büyümesini ve kurumsallaşmasını, emeklerinin karşılığını alabilmelerini arzu ediyoruz. Yerel ürünlerin ve yerel üreticilerin e-ticaret sayesinde ürünlerini etkinlikle pazarlayabilmelerini, katma değer elde etmelerini ümit ediyoruz." dedi. Salgın döneminin dijitalleşmenin önemini bir kez daha ortaya çıkardığına değinen Bakan, e-ticarette güvenilirliğin önemine dikkat çekerek bu alanda güvenin artması için Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi'ni oluşturduklarını aktardı.

Kampanyaya 16 elektronik ticaret sitesi, 3 elektronik ticaret altyapı sağlayıcısı, 2 sanal market, 1 sanal yemek servisi, 2 ödeme kuruluşu ve 1 sivil toplum kuruluşu destek verdi. Bu kuruluşlar; İyzico.com, Sahibinden.com, Yemeksepeti.com, Amazon.com, Gittigidiyor, Getir.com, Hepsiburada, Arcelik, Cimri.com, N11.com, Trendyol, Akakce, Safamerve, Modanisa, Migros Sanal Market, Epttavm, Globalpiyasa.com, İdeasoft, Elektronik Ticaret İşletmeleri Derneği, İpara, Farmasi, Chemorbis, Steelorbis, Stemia.com, Mutlubiev.com ve Platin Market olarak açıklandı.

Amazon Türkiye ise ihracat eğitimlerini online ortama taşıyacaklarını, ilk 500 gönderi için depolama hizmetlerine ilişkin hizmet bedeli almayacaklarını ve 125 Euro'luk reklam desteği sağlayacaklarını dile getirdi.

**Alibaba tarafından yapılan bir araştırmaya göre sınır ötesi e-ticaret pazarı, 2020 yılında 994 milyar dolara ulaşacak. Dünyada sınır ötesi e-ticaret işlemlerinde en çok tercih edilen kategori ise yüzde 31 ile kıyafet ve ayakkabı.**

uygulamalar gibi dikkat etmesi gereken alanlarda yönlendirme yapmak amacıyla destek merkezlerinin kurulması da bu hedef kapsamındaki planlara dahil edildi. E-ihracatçı firma tabanını ülke genelinde genişletmek için eğitim ve danışmanlık programlarının organize edilmesi ve firmaların e-ihracata özendirilmesi planlandı.

Mikro girişimcilerin e-ihracatçı olmasının sağlanması hedefi kapsamında güncel bir portal ile mikro girişimcilerin düzenli olarak bilgilendirilmesi, e-ihracat alanında farkındalık sağlanması amacıyla etkinlikler düzenlenmesi, Esnaf ve Sanatkarlar Şurası'nda e-ihracat komitesi kurulması ve kadınların e-ihracat konusunda bilgilendirilmesi için seminerler düzenlenmesi planlandı. Ticaret Bakanlığı, e-ihracatın geliştirilmesi kapsamında uluslararası iş birlikleri de gerçekleştiriyor. Bu hedef kapsamında KOBİ'lerin belli ülkelerdeki etkin e-ticaret siteleri ile iş birliği yapması, ikili veya çok taraflı ticaret anlaşmalarında e-ticareti geliştirmeye yönelik hükümlere yer verilmesi planlanıyor.

#### İHKİB VE ALIEXPRESS ARASINDA İMZALANAN ANLAŞMA, E-İHRACATA KATKI SAĞLIYOR

Türkiye'nin e-ihracat stratejileri kapsamında İHKİB de Aliexpress ile yaptığı anlaşma ile sektöre katkı sağlıyor. 15 bine yakın üyesi bulunan İHKİB, global anlamda en büyük B2C platformu olan Alibaba Group bünyesindeki Aliexpress ile Türk hazır giyim üreticileri ve ihracatçıların platformun dijital altyapısı ve hizmetlerinden faydalanarak yurt dışındaki tüketicilere doğrudan ulaşmasına imkân sağlayan bir anlaşma imzaladı. Anlaşma kapsamında İHKİB üyeleri, Aliexpress platformu üzerinde ücretsiz mağaza açabiliyor ve koleksiyonlarını paylaşabiliyor. Anlaşma ile özellikle Rusya, Orta Doğu ve Avrupa'daki tüketicilere ulaşmak adına önemli bir avantaj sağlanması, ülkedeki toplam ihracatta e-ihracatın payının artırılması hedefleniyor. Platforma dahil olmak isteyen şirketlerin büyüklüklerine bakılmaksızın mikro girişimcilerin dahi perakende satış yapabileceği anlaşmada başvuru ve kayıt aşamasından, mağaza açma ve koleksiyon paylaşmaya kadar Aliexpress'in Türkiye'deki ticari ortağı İhracat.name firması rehberlik ediyor.

## Ticaret Bakanlığı, Türkiye'nin uluslararası ticaretteki payını artırmak ve ülkeyi bölgesel bir e-ticaret merkezi haline getirmek amacıyla E-ihracat Stratejisi ve Eylem Planı'nı devreye aldı. Planda 7 ana hedef ve 23 eylem belirlendi.

### SANAL FUARLAR DESTEK KAPSAMINA ALINDI

**RESMİ GAZETE'DE** Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi Hakkında Cumhurbaşkanı Kararı yayımlandı. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, kararın detaylarını paylaşırken COVID-19 pandemisiyle iş yapma pratiklerinin radikal bir şekilde değiştiğine dikkat çekti ve dijitalleşmenin önem kazandığı bu dönemde ihracata yönelik dijital faaliyetleri teşvik edecek yeni bir destek mekanizması geliştirdiklerini vurguladı.

Cumhurbaşkanı Kararı'na göre, Türkiye'de sınai veya ticari faaliyette bulunan şirketler ile iş birliği kuruluşlarının pazara giriş ve pazarlamaya yönelik dijital faaliyetlerine ilişkin giderlerinin Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan karşılanması amaçlanıyor. Şirketler, e-ticaret sitesi başına yıllık 8 bin liraya kadar desteklenecek. Bu destekten en fazla üç e-ticaret sitesi için ve e-ticaret sitesi başına en fazla iki yıl yararlanılabilecek. Söz konusu destek oranı bu yıl yüzde 80 olacak. Bakanlık koordinasyonunda iş birliği kuruluşlarınca düzenlenen sanal ticaret heyeti faaliyetlerine ilişkin giderler ise yüzde 50 ve faaliyet başına 50 bin dolara kadar desteklenecek.

İhracat Genel Müdürlüğü tarafından uygun görülen uluslararası niteliği haiz sanal fuarlara katılımcıların istikrar etmelerini sağlamak üzere iş birliği kuruluşlarınca düzenlenen sanal fuarlara katılım organizasyonlarına, genelgede belirtilen giderler yüzde 50 ve faaliyet başına 50 bin dolara kadar desteklenerek katkı sağlanacak. Ayrıca, iş birliği kuruluşlarınca düzenlenen sanal fuar organizasyonlarına dair genelgede belirtilen giderler için yüzde 50 oranında, faaliyet başına 100 bin dolara kadar destek verilecek.



# TEKNOLOJİNİN MODASI

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



**Live ERP**  
İş Çözümleri Platformu



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



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



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



**Live VOGUE**  
Konfeksiyon Üretim Takip Sistemi



**Live DYE**  
Tekstil Terbiye Takip Sistemi



**Live WEAVE**  
Dokuma Üretim Takip Sistemi



**Live KNIT**  
Kumaş Üretim Takip Sistemi



**Live YARN**  
İplik Üretim Takip Sistemi



**Live POSITIVE**  
Satış Yönetim Sistemi



**Live SHOP**  
Satış Noktası Yönetimi



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



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



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



**sentez**  
business solutions

# İhracatçının güvenli limanı **ALACAK SİGORTASI**

Koronavirüs salgını nedeniyle tüm dünyada daralan ekonomi, özellikle ihracatçı firmaların alacağı ödemeleri riskli hale getirdi. İptal edilen siparişlerle nakit akışları bozulan üreticiler, tahsil edemedikleri alacakları nedeniyle de zor günler geçirirken alacak sigortaları bu noktada firmalara birçok avantaj sağlıyor.



**C**OVİD-19'UN tüm dünyada yarattığı büyük çaplı ekonomik kriz, ticari faaliyetleri sektöre uğrattı. Özellikle ihracat gerçekleştiren firmalar, bu süreçte birçok problem ile karşı karşıya kaldı. Gerek tekstil ve hazır giyim gerekse ham madde ithalatı konusunda Avrupa Birliği'nin en önemli tedarikçilerinden biri olan Türkiye de bu süreçten olumsuz etkilenen ülkeler arasında yer aldı. Tekstil ve hazır giyim sektörü, ülkeye ihracat başarısı ile katma değer yaratan sektörlerin başında gelirken yaşanan salgın döneminde birtakım sorunlarla karşılaştı. Ülkelerin virüsün bulaşıcılığını engellemek amacıyla aldığı tedbirler perakende sektörünü, dolayısıyla da tekstil ve hazır giyim sektörünü derinden etkiledi.

Tıpkı Türkiye'de olduğu gibi başta Avrupa ülkeleri olmak üzere Çin, ABD ve İngiltere gibi ülkelerde de alışveriş merkezleri ve mağazalar kapatıldı. Sosyal izolasyonun sağlanması adına alınan bu önlemler tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren dünyaca ünlü markaların da mağazalarının kapılarına kilit vurmasına neden oldu. Kapanan mağazalar nedeniyle ünlü moda devleri birbiri ardına zor durumda olduklarını belirten açıklamalarda bulundular. Bu süreçte tedarikçilerinin hazırladığı siparişlerin büyük bölümünü beklemeye alan markalar, aynı zamanda bazı siparişlerini de direkt olarak iptal etti. Malzemeleri temin edilen, üretimi gerçekleştirilen ve hatta birçoğu sevkiyata hazır hale gelen siparişlerin ertelenmesi ya da iptal edilmesi ile birlikte tedarikçilerin iş süreçleri de sektöre uğradı. Tedarik zincirinde yaşanan bu aksaklıklar nedeniyle birçok ülkedeki tekstil ve hazır giyim tedarikçisi firma işçilerine

**Genellikle toplam ciro esasına göre yapılan alacak sigortalarında bir firma alacağını tahsil edemediğinde poliçesinde belirlenen şartlar doğrultusunda alacağının yüzde 80-100'ünü sigorta şirketinden tahsil edebiliyor.**



**ALİ GENÇTÜRK**

COFACE SİGORTA GENEL MÜDÜRÜ

## **İHRACATÇILARIN TAHSİL EDEMEDİĞİ ALACAKLARI SİGORTA ŞİRKETLERİ ÖDÜYOR**

**TİCARİ ALACAK** sigortasının firmaların birbirleri ile yaptıkları ticaretten doğan vadeli ve açık hesap alacakların teminat altına alınması olduğunu söyleyen Coface Sigorta Genel Müdürü Ali Gençtürk; her sektör ve büyüklükteki firmaya polise hizmeti sunduklarını, Türkiye'de bugün hem küçük ölçekli hem büyük hem iç pazara satan hem de ihracat yapan her firmanın ticari alacak sigortasından yararlanabildiğini belirtti.

COVID-19'un tüm dünyadaki ülkeleri ve firmaları ekonomik olarak büyük bir belirsizlik içerisine sürüklediğine de değinen Gençtürk; Coface'in bu yıl dünya genelinde iflasların yüzde 25 artacağını duyurduğunu vurguladı. Böyle bir süreç yaşarken ticari alacak sigortası şirketlerinin tamamının alıcıların finansal durumlarındaki değişiklikleri daha yakından izlemeye başladığını belirten Gençtürk; "Coface olarak bizler, ihracatçı firmalarımıza tahsil edemedikleri alacaklarını poliçeleri kapsamında ödemeye devam ederken, yurt dışındaki alıcılarının durumları hakkında da daha güncel bilgiler verebiliyoruz. Ayrıca ihracatçı firmalarımıza önceden tahsil edemedikleri alacaklar için ilgili ülkedeki avukatlarımız aracılığı ile tahsilat hizmeti de sunuyoruz" dedi.

Poliçede yer alan alıcı limitlerinin; bulunduğu ülke, firmanın finansal geçmişi, sektörü gibi birden çok değişken ile hesaplandığını ve yurt içinde maksimum vadenin 150, ihracatta 180 gün olduğunu söyleyen Gençtürk; tazminat tutarının yüzde 90 olduğunu da belirtti. Tazminat ödemeleri sigortalının müdahale talebini takiben, alıcının iflası durumunda 30 gün, diğer şartlarda 150 gün içerisinde yapılır diyen Gençtürk; tazminat ödemesinden sonra alacağın tamamının tahsil edilmesi durumunda kalan yüzde 10'un da poliçeliye ödendiğini aktardı.

### **TEK ALICI İLE ÇALIŞMA DÖNEMİ BİTTİ**

Ticari alacak sigortasının Türkiye'de hızla yayılan ve büyüyen bir ürün olduğunun altını çizerek her belirsizlik döneminde olduğu gibi bu dönemde de firmaların ürüne olan talebinin arttığını dile getiren Gençtürk; "Bu gündemden sonra tüm ülke ve sektör risklerinin artış gösterdiğini biliyoruz. COVID-19 krizine yakalanmadan önce genel durumu daha iyi olan ülkeler tabii ki bu dönemi daha az zararla atlatacaklar. Gelişmekte olan ülkelerin aldığı zararlar ise gelişmiş olan ülkelere göre doğal olarak daha fazla olacak. Tekstil sektörü için de daha önce ihracat yapılan pazarları iyi analiz etmeleri gerektiğini söyleyebiliriz. 2020 yılında dünya ticaret hacminde yüzde 4,3'lük daralma yaşanacağı öngörüyoruz. Bu nedenle, ihracatçılarımıza ikinci, üçüncü dalganın olmadığını varsayarak; hızlı bir şekilde toparlanan ve sektörün mevcut ihracat pazarları Almanya, İngiltere gibi güçlü ülkelere yeni alıcılar bulmalarını önerebiliriz. Tek alıcı ile çalışma döneminin bittiği gerçeği ile, ihracatçılarımıza ülke risklerinden daha çok firmaların risklerini takip etmelerini tavsiye ederiz. Bunun için de ilgili firmalar hakkında bilgi ya da rapor alabilirler" şeklinde konuştu.



ücretsiz izin kullanılmak ya da işten çıkarmalara başlamak gibi önlemler almak zorunda kaldı.

#### TEDARİK ZİNCİRİNDE YAŞANAN AKSAKLIKLAR NAKİT AKIŞININ BOZULMASINA NEDEN OLUYOR

Özellikle ilkbahar-yaz sezonuna ait çok büyük miktardaki stoklara çareler aranırken devlet destekleri ile ayakta kalmaya çalışan tedarikçi firmaların bu dönemdeki en büyük sorunlarından bir diğeri de ödemeler oldu. Tedarikçilerine ödeme yapmayan, vade uzatımı ya da indirim talebinde bulunan markalara Türkiye de dahil olmak üzere pek çok tedarikçi ülke deklarasyon başlattı. Yaşanan zorlukların altının çizildiği mektuplar ve uyarılar, tedarikçi firmaların ödemelerini almaları konusunda çözüm arayışının başlıca önlemleri oldu.

Tedarik zincirinde yaşanan aksaklıklar ve markaların bu süreçte tedarikçilerine karşı sorumlu davranışlar sergilememesi birçok üreticinin nakit akışının bozulmasına sebep oldu. Likidite ihtiyacının arttığı bu dönemde ortaya çıkan finansman eksiklikleri firmalar için birbirinden farklı sorunları doğururken ticari faaliyetlerin ve iş süreçlerinin de durma noktasına gelmesine sebep olabiliyor.

#### ALACAKLARIN GÜVENCE ALTINA ALINMASI FİRMALARA AVANTAJ SAĞLIYOR

Gerek iç piyasada gerekse dış pazarda yaşanan tüm bu sorunların önüne geçilebilmesi, alacakların zamanında tahsil edilerek nakit akışının korumaya alınması ve ticaretin sürdürülebilirliği konusunda en güvenilir liman olarak alacak sigortaları görülüyor. Alacak sigortası, firmaları büyük ölçekli kayıplara karşı koruma amacıyla alacaklarını güvence altına alan bir sistem olarak biliniyor. Özel sigorta şirketleri tarafından sunulan alacak sigortaları, ticari bir alacağın ödenmemesine bağlı olarak ortaya çıkabilecek kayıpları tazmin etme avantajı sağlıyor. Bu ürün sayesinde, alacaklar tahsil edilemediğinde tazminat ödemesi devreye giriyor.

Alıcılar için belirlenen kredi limitleri kapsamında, belirlenen yurt içi ve yurt dışı

## ALACAK SİGORTASI KULLANAN İHRACATÇI FİRMALAR SATIŞ HACİMLERİNİ ARTIRABİLİYOR

**B2B SATIŞ** yapan şirketlerin, banka teminatlı, akreditifli, kamuya ve grup içi şirketlere yapılan satışları dışındaki tüm vadeli satışların alacak sigortası kapsamına girebildiğini ve alacak sigortasının gerek ihracat yapan gerekse de yurt içi satış yapan firmalar için uygun bir ürün olduğunu belirten Atradius Türkiye Ülke Müdürü Taner Işık; tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını nedeniyle şirketlerin tahsilat ve ödeme dengelerinde sorun yaşamaya başladıklarını dile getirdi.

Bu dönemde Atradius olarak sigortalılarına gecikme bildirim ve tahsilat sürelerinde esneklik sağladıklarını ifade eden Işık; "Böylelikle, sigortalılarımız kendi alıcılarına daha uzun ek vade tanıma şansına sahip oluyor ve gecikme, sigorta şirketine bildirilmeden tahsilat imkânı artıyor. Tahsilatın yapılamadığı durumlarda ise polise koşullarına paralel olarak fatura vadesi üzerinden 150

gün geçtiğinde bizim için hasar gerçekleşmiş oluyor ve 30 gün içerisinde tazminat ödeniyor. Eğer sigortalı satış yaptığında limit almışsa, alıcısının yaşayacağı herhangi bir ödeme güçlüğü durumundan etkilenmeden, fatura tutarının yüzde 90'ını sigorta şirketinden tazmin ediyor. Alacak sigortası kullanan ihracatçı firmalar yurt dışında, görece daha az tanıdıkları firmalara sigorta güvencesi ile satış yapabiliyor, pazarlarını geliştirebiliyor, satış hacimlerini arttırabiliyor" dedi.

Alacak sigortasının sistemine göre risk değerlendirilmesinin temeli oluşturduğunu söyleyen Işık; "Firmaların cirosu, kimlerle ticaret ilişkisi içinde olduğu, müşterileriyle çalışma hacimleri limitleri belirleyici unsurlardan bazılarıdır. Maksimum 180 gün vadeye kadar yapılan satışları teminat altına alıyoruz. Vade kısaltıkça prim oranı düşmektedir" şeklinde konuştu.



**TANER İŞİK**  
ATRADIUS TÜRKİYE ÜLKE MÜDÜRÜ

#### YURT DIŞI İLİŞKİSİ OLAN FİRMALAR BU ÜRÜN İLE İLGİLİ OLARAK GİTTİKÇE BİLİNÇLENİYOR

Alacak sigortasına olan ilginin yıllar itibarıyla sürekli artış trendinde olduğuna değinen Taner Işık; "Alacak sigortasında satış yaptığınız anda limitiniz varsa, o tahsilatın size sorun yaratmayacağını, müşterinizden tahsil edemeseniz bile sigorta şirketinden tazmin edeceğinizi biliyorsunuz. Türkiye pazarındaki, özellikle yurt dışı ilişkisi olan firmalar da bu ürün ile ilgili olarak gittikçe bilinçleniyor" ifadelerini kullandı.

Salgının uzun vadeli ekonomik etkilerini ve alınan önlemlerin ne kadar işe yaradığını görmek için yeterli bir süre geçmediğini, yine de salgın öncesinde ekonomisi görece daha güçlü olan ülkelerin daha az, sorunları olan ekonomilerin daha çok etkileneceği açık diye konuşan Işık; Kuzey Amerika, Euro bölgesi ve kısmen geri kalan Avrupa, Japonya ve Avustralya'nın büyük ihtimalle süreci daha kolay atlatırken, Afrika, Güney Amerika ve Asya (Çin hariç) ülkelerinin daha fazla sorun yaşayacağını kaydederken EU bölgesinde Almanya, Fransa ve Benelüks bölgesinin, İtalya ve İspanya'ya kıyasla daha iyi durumda olduğunu da sözlerine ekledi.

# BU DÖNEMDE ŞİRKETLERİN NAKİT DENGELERİNİ KORUMALARININ DAHA DA ZORLAŞTIĞINI GÖZLEMLİYORUZ

**ALACAK SİGORTASINI** şirketlerin "Hayat Sigortası" olarak tanımladıklarını söyleyen Euler Hermes Türkiye Pazarlama, Dağıtım Kanalları ve Ticari Tahsisten Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ömer Gürcan Köseoğlu; şirketlerin bilançolarının yaklaşık yüzde 40'ını alacakların oluşturduğu düşünüldüğünde her ölçekten şirket için sabit kıymetler kadar alacaklarının sigortalanmasının da çok önemli hale geldiğini belirtti. Söz konusu ticaret olduğunda Euler Hermes Türkiye olarak iç pazar ya da ihracat fark etmeksizin şirketler arası müşterilerimizin nakit ve ticari alacaklarının yönetimini desteklemeyi hedefliyoruz diyen Köseoğlu; "Bugün sahip olduğumuz bilgi ağıyla veri tabanımızda yer alan 40 milyonu aşkın küçük, orta ve çok uluslu şirketlerin kurumsal ödeme gücünde günlük değişimleri takip ve analiz ediyoruz. Risk yönetimi, hukuki takip ve tahsilat, tazminat olarak sınıflandırdığımız üç ana hizmet alanında müşterilerimize dinamik olarak sürekli fayda sağlamaktayız. Küçük ölçekli, orta ve büyük ölçekli ve çok uluslu şirketler, alacak sigortası hizmetimizden yararlanabiliyor" dedi.

Koronavirüs salgınının özellikle yüksek sabit giderleri ve işletme sermayesi gereksinimleriyle ilgili sorunlar yaşayan ve daha geniş envanterleri bulunan şirketlerin kırılganlıklarını daha da artırdığını dile getiren Köseoğlu; bu dönemde şirketlerin nakit dengelerini korumalarının daha da zorlaştığını gözlemlediklerini aktardı. Türkiye olarak ihracat atılımı yapmak istediğimiz bu dönemde istihbarat gücüyle yerel bilgiye ulaşımın en önemli avantaj olduğunu belirten Köseoğlu; "Ticari alacaklarını sigortalayan şirketler, mevcut müşterileri ile güvenle ticaret yapmalarının yanı sıra, yeni pazarlara açılırken Euler Hermes'i referans ve yol gösterici bir iş ortağı olarak yanlarına alıp, potansiyel alıcılarının kredibilite değerlendirmesine sahip oluyor. Olası bir ihracat tahsilatında problem gerçekleştiğinde normal şartlarda oldukça pahalı olan hukuksal takibi, policemiz dahilinde o ülkedeki yerel avukatlar aracılığıyla birinciden takip ediyoruz" şeklinde konuştu.



**ÖMER GÜRCAN KÖSEOĞLU**

EULER HERMES TÜRKİYE PAZARLAMA, DAĞITIM KANALLARI VE TİCARİ TAHSİSTEN SORUMLU GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

## TAHSİLAT SÜRECİNDE BORÇLU İLE İLETİŞİMİ VE TAHSİLAT SORUMLULUĞUNU MÜŞTERİMİZ BİZE DEVREDER

Köseoğlu; polise maliyetini etkileyen başlıca faktörler arasında limit büyüklükleri, teminat altına alınacak ülkeler, alıcı konsantrasyonu, alıcı kredibilitesi, geçmişte tahsil edilemeyen alacaklar, alt sektörler, ticari deneyimi, ortalama/azami fatura vadesi, ekonomik koşullar gibi etkenler bulunduğunu ve limit değerlendirmelerini alıcı bazında gerçekleştirdiklerini söyledi. Müşterinin hasar başvurusu ile birlikte tahsilat işlemlerinin başladığını belirten Köseoğlu; "Öncelikle sulh yoluyla tahsilat yapılmaya çalışılır. Tahsilat sürecinde borçlu ile iletişimi ve tahsilat sorumluluğunu müşterimiz bize devreder. Sulh yoluyla tahsilat sonrasında bir ödeme ve/veya ödeme planı alınmaz ise, hukuki işlemlerin başlaması için hasar dosyası avukatlara iletilir ve tüm risk için müşterimiz adına hukuki süreç başlatılır. Şirketimizin en büyük farkı ve gücü uluslararası tahsilat ofislerimiz sayesinde alacağınızın o ülkedeki uzman kişiler tarafından takip edilmesi diyebiliriz" açıklamasını yaptı.

Kriz dönemlerinde büyük şirketlere göre daha savunmasız olan KOBİ'ler için polise yönetimi ve özel nakit akışı destek paketlerinde esneklikler sağladıklarını da açıklayan Köseoğlu; alacak sigortasına olan rağbetin önümüzdeki dönemde artacağını düşündüklerini belirtti. Tekstil sektörünün 2-3 ay yetecek stok seviyelerine sahip olduğu için sistemik bir kıtlık sorunu yaşamadığını altını çizen Köseoğlu; lüks ürün şirketlerinin salgının etkisini en çok hisseden grup olduğunu, büyük mağazalar ve alışveriş merkezleri aracılığıyla satış yapan şirketlerin hala büyük risk altında olduğunu ve bu kapsamda Çin, Kore, Tayvan ve Vietnam'ın risk derecelendirme notunu düşük seviyesinden orta risk seviyesine, Japonya, İsrail, İrlanda, Hollanda, Portekiz, Singapur, Güney Afrika ve Tayland'ın notunu da hassas risk seviyesine indirdiklerini açıkladı.

vadelerine göre, peşin ve banka teminatı dışında kalan açık hesap satışlarını kapsayan alacak sigortaları birçok riske karşı alacakları güvence altına alıyor. Ürün; iflas, tasfiye, konkordato ve geç ödeme gibi ticari risklerin yanı sıra savaş, ambargo, fon transferi olmaması, kamu alıcısının ödeme yapmaması, hükümetlerin var olan sözleşmeleri iptal etmesi, ithalat yasakları gibi politik risklere karşı da güvence sağlar. Global çaplı sigorta şirketlerinin deneyimli risk uzmanları, aynı zamanda küresel araştırma ve öngörülerıyla de müşterilerini olası tehlikelere karşı bilgilendiriyor. Mali bir istikrar ile sağlıklı büyümenin önünü açan alacak sigortaları yurt içi ve yurt dışı piyasalarda geçerli bir ürün.

## COVID-19 SALGINI NEDENİYLE ALACAKLAR RİSK ALTINDA

Müşterilerin ödeme aczine düşmesi ya da belirlenen süre içinde ödeme yapmaması durumuna karşı koruma sağlayan alacak sigortaları; özellikle COVID-19 salgını sonrasında görülen sipariş iptalleri ya da ödeme gecikmeleri konularında ihracatçı firmalara önemli bir

**Tazminat ödemeleri, alıcının iflası durumunda 30 gün, diğer şartlarda 150 gün içerisinde yapılır.**

## ALACAK SİGORTASI HANGİ AVANTAJLARI SAĞLAR?

- Müşterilere yönelik risk analizi
- Olası gecikmelere karşı öngörü ve çözüm yolları
- Uzman tavsiyesi
- Alacakların ödenmeme riskinin ortadan kaldırılması
- Nakit akışının sektöre ugramaması
- Kâr marjlarının korunması
- Güvenli ticaret
- Hukuki ve bürokratik süreç yetkisinin devredilmesi
- Tahsilat işlemlerinin gerçekleştirilmesi



# TÜRK EXİMBANK DA ALACAK SİGORTASI İLE İHRACATÇILARIN YANINDA

**TÜRK EXİMBANK** tarafından uygulanan alacak sigortası kapsamında, yurt dışında yerleşik alıcı (ithalatçı) firmalara gerçekleştirilen ihracat bedelleri, alıcı firmaların ticari ya da politik nedenlerle ihracat bedellerini ödememesi riskine karşılık güvence altına alınıyor. İhracatçı ya da ihracata yönelik imalat yapan firmaların söz konusu sigortadan faydalanabildiği bilgisini paylaşan Türk Eximbank, ayrıca ihracatçı firmaların yurt içinde gerçekleştirdikleri mal sevkiyatlarını da yurt içi alacak sigortası kapsamında sigort alıyor.

COVID-19 nedeniyle tüm dünya genelinde görülen olumsuzlukların, yurt dışındaki alıcı firmaların ticari faaliyetlerini etkilediğini belirten Türk Eximbank; bu durumun alıcı firmaların ödeme gücünün yaşamasına ve vadelerinde ödeme yapamamalarına neden olduğuna değinerek "İhracatlarını, alacak sigortası kapsamında güvence altına almış olan firmalarımız, bu dönemde sigortalarından faydalanabilmekte ve tahsil edemedikleri ihracat bedellerinden doğan zararları bankamızca tazmin edilmektedir. Böylelikle, alacak sigortası sigortalı firmaların tahsilat riskini ortadan kaldırmak suretiyle nakit akışlarının bozulmasını engellemekte, aynı zamanda alıcı firmaların, sektör ya da ülkelerin güncel durumlarının izlenmesi suretiyle ihracatçı firmalara enformasyon hizmeti de sunmuş olmaktadır" açıklamasını yaptı.

## İHRACATÇI FİRMALAR İÇİN BU DÖNEMDE ALACAK SİGORTASININ ÖNEMİ BİR KEZ DAHA ORTAYA ÇIKTI

Alacak sigortası kapsamında sigortalı firmalara, çalışmakta oldukları her bir alıcı için, alıcı firmanın finansal durumuna göre

farklı tutarlarda limitler tahsis eden Türk Eximbank; kısa vadeli alacak sigortası dahilinde, azami 360 güne kadar vadeli, orta/uzun vadeli sigorta programı kapsamında ise 360 günden uzun vadeli ihracat işlemlerini sigort alıyor. İhracat işlemlerinin çok büyük bir kısmını oluşturan kısa vadeli işlemlerde, prim maliyeti ortalama binde 3,5 seviyesindeyken alıcı firmaların ödeme gücüne düşmesi, iflas/tasfiye sürecine girmesi ya da alıcının ülkesinden kaynaklı bir politik risk nedeniyle ihracat bedelinin ödenmemesi halinde oluşan zarar banka tarafından tazmin ediliyor. İçinde bulunulan dönemde, ihracatçı firmalar tarafından alacak sigortasına yoğun bir talep



bulduğunu aktaran banka; ihracat bedellerini tahsil etme aşamasında sorun yaşamakta olan ihracatçı firmalar için bu dönemde alacak sigortasının öneminin bir kez daha ortaya çıktığını vurguladı.

Avrupa ülkelerinin Türk ihracatında önemli bir paya sahip olduğunu hatırlatan Türk Eximbank; özellikle ihracat hacmindeki yüksek payları ile orantılı olarak başta İtalya ve İngiltere olmak üzere hemen hemen tüm Batı Avrupa ülkelerinin, diğer ülkelere kıyasla sigortalı firmalar açısından ödeme problemlerinin daha sık yaşandığı ülkeler arasında yer aldığını ve COVID-19 kapsamında diğer sektörlerde olduğu gibi tekstil sektöründe de yılın ikinci yarısında iyileşme sürecine girilmesinin beklendiğini açıkladı.



avantaj yaratıyor. Küresel salgın nedeniyle küçük ya da büyük ölçekli olmaksızın birçok markanın nakit akışında sorunlar yaşadığı biliniyor. Bu sorunlar firmaların iş ortaklarına olan ödemelerini geciktirmesine sebep olurken alacakların mevcut dönemde daha fazla risk taşıdığı öngörülüyor. Müşterileriyle açık hesap çalışan her şirket ticari alacak sigortasından faydalanabilirken vadesi bir yıldan az olan ticari alacaklar bu ürün ile garanti altına alınabiliyor.

Bilançolardaki alacakların ortalama yüzde 40'ını oluşturan açık hesap vadeli satışlardan doğan teminatsız alacakları güvence altına alan bu sigorta ürününde, sigorta kapsamına alınan alıcılardan mali tabloları dışında maddi bir teminat ya da kefalet talep edilmiyor ve alacaklı olunan müşteriye herhangi bir sorumluluk yüklenmiyor. Genellikle toplam ciro esasına göre yapılan alacak sigortalılarının tazminat seviyesi yüzde 80-100 arasında değişiyor. Yani sigortaya sahip olan bir firma alacağını tahsil edemediğinde poliçesinde belirlenen şartlar doğrultusunda alacağının yüzde 80-100'ünü sigorta şirketinden tahsil edebiliyor. Tazminat ödeme süreleri ise genel olarak hasar bildirimini takip eden ortalama 150 günlük sürecin sonunda gerçekleştiriliyor. Hasar bildirimini ve tazminat talebi izlemeleri, çoğunlukla sigorta şirketlerinin online hizmetleri üzerinden takip edilebiliyor.

Ticari alacak sigortalılarının maliyeti, satışların bir yüzdesi olarak hesaplanıyor. Bu oran şirketin ticari geçmişi, şüpheli alacakları, sektörü, ihracatın vadesi, ödeme şekli, alıcının ülkesinin risk kategorisi, alıcının özel ya da kamu alıcısı olup olmadığı ve müşteri tabanı gibi hususlara göre değişiklik gösteriyor. İhracatçıların güvenle çalışabilmesinin önünü açan bu ürün yeni pazarlara açılmayı da teşvik ediyor.



## BİRLİKLERDEN ÜYELERİNİN YURT DIŞI ALACAKLARINA HUKUKİ DESTEK

İTHİB, İHKİB ve İHİB; üyelerinin yurt dışı alıcı firmalar ile yaşadığı anlaşmazlıkların çözümü için Arıtürk&Partners Hukuk Bürosu ile iş birliği sağladı. 7 ülkede kendi hukuk bürosu bulunan, 56 ülkede anlaşmalı olduğu hukuk büroları ile hizmet veren ve 107 ülkede operasyon yapan Arıtürk&Partners Hukuk Bürosu, birlik üyelerine COVID-19 salgını nedeniyle yaşadıkları hukuki sorunlar kapsamında destek sağlayacak.

Salgın sırasında iş insanlarının, ithalat ve ihracatçıların zorluklar yaşadığını belirten Arıtürk&Partners Hukuk Bürosu Kurucu Ortağı Av. Arb. Zeki Arıtürk; "İhracatçı birlikler ile zarara uğrayan firmaların alacakları için dünya genelinde hukuki destek sağlayacağımız bir anlaşma yaptık. İhracatçılarımızın bu zor günleri en az zararla atlatabilmesi ve ödemelerini alabilmesi noktasında hukuki destek vereceğiz. Uluslararası alanda her hukuk sistemi kendine özgüdür. Bugün Türkiye'de kullanılan hukuk sistemi ile Amerika, Avrupa



### ZEKİ ARITÜRK

ARITÜRK&PARTNERS HUKUK  
BÜROSU KURUCU ORTAĞI AV. ARB.

ya da İngiltere'de kullanılan hukuk sistemleri farklı. Bu nedenle iş insanlarımızın Türkiye'deki ya da yurt dışındaki bürolarla temasa geçmesi gerekiyor. Yurt dışı hukuk bürolarımızdaki Türk asıllı çalışanlarımız ile iş insanlarının yabancı dil sorunlarının önüne geçiyor ve alanında uzman ekiplerle çalışıyoruz" dedi. Yurt dışında avukatlık ücretlerinin yüksek olduğunu dile getiren Arıtürk; 5 bin dolarlık bir alacak için 10 bin dolar ücret yatırmanın gerekebileceğini hatırlatarak; "Kendi bürolarımız olması nedeniyle biz müvekkillerimize yasal masraflar haricinde ekstra bir maliyet ya da araştırma ücreti fatura etmeyeceğiz. İş insanlarının daha fazla zarar etmesini engellemek amacıyla her türlü tedbir ve özeni gösteriyoruz. Yaptığımız anlaşmalar gereği yurt dışı tahsilatlarda alacaklı olunan tarafın yasalarda karşı vekalet ücreti varsa bu ücret tahsil edilecek, yoksa sadece tahsilatın yüzde 10'u tahsil edilecek" şeklinde konuştu. Yapılan anlaşmaların ardından başvuruların gelmeye başladığını, birçok kişiye konuyla ilgili bilgi verdiklerini ve bazı noktalarda harekete geçtiklerini belirten Arıtürk; bu süreçte genel olarak alacaklarla ilgili hukuki taleplerde çok büyük artış olduğunu da kaydetti.



**750**  
**Bin TL**  
**Devlet**  
**destekli**  
**alacak**  
**sigortala-**  
**rında**  
**alıcı başına**  
**teminat**  
**tutarı**

## YURT İÇİ ALACAKLARINA DEVLET DESTEKLİ ÇÖZÜM

TÜRKİYE'DE 2019 yılından bu yana devlet desteği ile birlikte, birçok özel sigorta firmasının sunduğu devlet destekli alacak sigortaları ise mevcutta yıllık cirosu 25 milyon TL'nin altında olan mikro ve küçük işletmeleri kapsayan bir üründü. Ancak koronavirüs sonrasında yapılan düzenleme ile birlikte yıllık cirosu 125 milyon TL'ye kadar olan işletmeleri de kapsar hale gelen devlet destekli alacak sigortaları dövizde endekli alacaklar hariç olmak üzere Türk Lirası cinsinden, yurt içi piyasalardaki alacakları teminat altına alıyor. Son dönemde talebin arttığı görülen devlet destekli alacak sigortalarında nisan ayında yapılan değişiklik ile alıcı başına teminat tutarı 750 bin TL'ye çıkarıldı. Bugüne kadar 5 bin 500 KOBİ'nin alacağını bu ürün ile güvence altına aldığı biliniyor.

### DEVLET DESTEKLİ ALACAK SİGORTASI İŞLEVSEL BİR ÜRÜN

Devlet destekli alacak sigortalarıyla herhangi bir teminata bağlanmamış vadeli satışlardan doğan borcun ödenmeme riskinin teminat altına alındığına işaret eden TOBB Türkiye Sigorta Acenteleri İcra Komitesi Başkanı Levent Korkut; maksimum fatura vadesinin 360 gün olduğunu belirtti. Bu dönemde ürüne büyük bir ilginin de söz konusu olduğunu söyleyen Korkut; "İçerisinde bulunduğumuz böyle bir küresel bir sorun olan salgın döneminde, işletmelerde sattıktan sonra alacağımızı alabilecek miyim kuşku ve belirsizliği nedeniyle ürüne artan bir talep gözleniyor" dedi. Devlet destekli alacak sigortalarının çıkarılmasındaki ana nedenin reel sektörün iç piyasada derinlik kazanmasının önündeki tahsilat probleminin güvence altına alınması olduğunu belirten Korkut; "Umuyorum ki;



### LEVENT KORKUT

TOBB TÜRKİYE SİGORTA  
ACENTELERİ İCRA KOMİTESİ  
BAŞKANI

bir süre sonra sigorta havuzu belli bir büyüklüğe ulaşınca yurt dışı dövizli faturalar da kapsam dahiline alınacaktır. Devlet destekli alacak sigortası teklif süreci, sadeleşmiş bilgi ve teklif formları ile teminat verme konusunda daha az seçici olması açısından işlevsel bir üründür" şeklinde konuştu.

Türkiye'nin son yıllarda ihracat alanında başarılı bir ülke olduğunu altını çizen Korkut; salgın döneminde alıcıların verdiği siparişleri azalması veya iptal etmesinin ihracatçıları zorlayan bir durum olduğunu belirterek "Uzun süreli, karşılıklı güven oluşmuş satıcı ve alıcı arasında bu tür sorunlar bir şekilde çözülebiliyor. Ancak özellikle ekonomik olarak biraz sıkıntılı ve ticaret hacminin oldukça fazla etkilendiği İtalya, İspanya, Afrika ülkeleri, Doğu Bloku, Rusya, Bulgaristan, Romanya, İran, Irak gibi ülkeleri önümüzdeki süreçte ihracat açısından riskli ülkeler olarak görüyorum" dedi.



# Erkek giyiminde avangart ve deneysel tasarımlar



RÖPORTAJ:  
BURCU  
BATUR

Erkek moda sektöründe cinsiyet kodlarının bir bir kırıldığı günümüzde, 20 yıldır detayların hakim olduğu deneysel cesur çizgisiyle bu konuda öncü olan Moda Tasarımcıları Derneği Kurucu Üyesi Hatice Gökçe, tasarımlarını minyatür sanatının detaylarıyla ve tarih ile de zenginleştiriyor. Tarkan başta olmak üzere Türkiye'deki birçok ünlü erkek ismi de giydiren tasarımcı, modanın pandemi sonrası geleceğinde ise dijitalleşmenin yanında, film sektöründen de daha fazla faydalanılacağı görüşünde.

**DENEYSELLİK** ekseninde erkek modasının geleneksel kodlarını kıran bir tasarımcı olmanın yanında, minyatür sanatını da tasarımlarına uygulayıp yeni ile eskiyi bağdaştıran eklektik bir tarzınız var. Osmanlı sanat tarihinin öncülerinden Matrakçı Nasuh'un İstanbul minyatürlerinden ilham alan kapsül koleksiyonunuzla Topkapı Sarayı'nda tasarımlarını sergileyen ilk modacı oldunuz. Bu yıl Bayburt'ta ve Pera Müzesi'nde sunulacak yeni kapsül koleksiyonlarınızın teması ve koleksiyondaki silüetler neler? Markamızın geneline yayılan eklektik bir tarzı sahip olduğumuzu düşünmüyorum ancak tarihte yer almış bazı erkek karakterleri kullandığımız için bu duyguyu hissettirmiş olmalıyız. Yirmi yıllık mazimizde bu tarzda sadece üç koleksiyonumuz oldu: Seyyah (Evliya Çelebi), Şahname (Minyatür Koleksiyonu) ve Matrakçı Nasuh koleksiyonları.

Bayburt Baksı Müzesi için kapsül bir koleksiyon hazırlıyorum. Bölgeye özgü

el dokuması olan ehram kumaşından herkesin uzun zaman giyebileceği kaftan, yelek ve çantadan oluşan kapsül bir koleksiyon. Geleneksel dikim tekniğini giyilebilir tasarımlara uyguluyorum. Neredeyse tamamı el yapımı olan tasarımlar hem bölgedeki dokuma tezgahlarında dokunmasının devamına sebep olacak hem de yine bölgedeki kadın iş gücüyle dikim aşaması da gerçekleştirilerek bölgeye katkı sağlayacak. Koleksiyondaki ürünler, Baksı Müze mağazasında satışa sunulacak.

Karakarga Atölye olarak, Murathan Mungan'ın hikayesinden Mustafa Avkıran'ın oyunlaştırdığı ilk kez 2000 yılında sahnelenen ve Türkiye'nin yanı sıra dünyanın pek çok şehrinde seyirciyle buluşmuş ve iz bırakmış "Dumrul ile Azrail" oyununun kostümlerini de hazırladık. Dumrul ile Azrail oyununda, yaşam ile ölüm, varoluş ile yok oluş arasındaki ince çizgide aşk anlatılıyor. Kostümlerde kullandığımız lekelerin

materyali tel ve telin en güzel işlendiği teknik ise tel kırma.

Pandeminin bitip oyunların yeniden başlamasını ipe çekiyoruz.

**Pandemi günlerini yaratıcılık ve moda tasarımı anlamında nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu "arınma"; süreci ilham kaynaklarınız, kullandığınız malzemeler ya da tasarım çizginizi etkileyecek mi?**

İzolasyonun ilk haftalarında belirsizlikle boğuştuğumuz bir gerçek. Bu belirsizlikte dengede kalmaya çalıştım. Odaklanıp ayağa kalkınca, herkesin "ah keşke azıcık zaman olsa da yapamadıklarımı hayata geçirsem" dediği, zamansızlıktan yakındığı bir süreçte hayatı ve yaptığımız her şeyi sorgulatan izolasyon sürecini yaşadık ve hâlâ yaşıyoruz. Böyle zamanlarda yaratıcılık "yapay" olmayan "gerçek" ihtiyaçlara yönelir ki bu da "tasarımın özü"dür bence.

Pandemiden önce, uzun zamandır sürdürülebilir moda konuşuluyordu ve

ne zaman tam anlamıyla hayata nüfuz edecek sorusu sık sık gündem oluyordu. Pandemi, bu süreci hızlandırmış oldu. Bu dönem elbette sürdürülebilir moda'nın kurallarına uymayan markalar için içe dönme, yeniden düşünme ve markalarını bu kurallara göre kurgulama dönemi olacak. Bizim markamız için ise değişen bir şey olmayacak. Ne ilham kaynaklarımız, ne kullandığımız malzemeler ne de tasarım çizdiğimiz değişmeyecek çünkü zaten yüksek kalitede ürünler tasarlıyorduk. İhtiyaç doğrultusunda limitli üretim yapıyorduk. En iyi ve en doğal kalitede kumaş ve malzeme kullanıyorduk, üstelik müşterilerimize -eğer istemişlerse- giysilerini dönüştürme servisi de veriyorduk. Hızlı moda akımına hizmet etmiyorduk. Şeffaftık ve gerçekten yavaşlamıştık. Minimum atıkla tasarımlarımızı üretiyorduk. Daha az



**Bayburt Baksı Müzesi için bir koleksiyon hazırlıyorum. Bölgeye özgü el dokuması olan ehram kumaşından herkesin uzun zaman giyebileceği kaftan, yelek ve çantadan oluşan kapsül bir koleksiyon.**

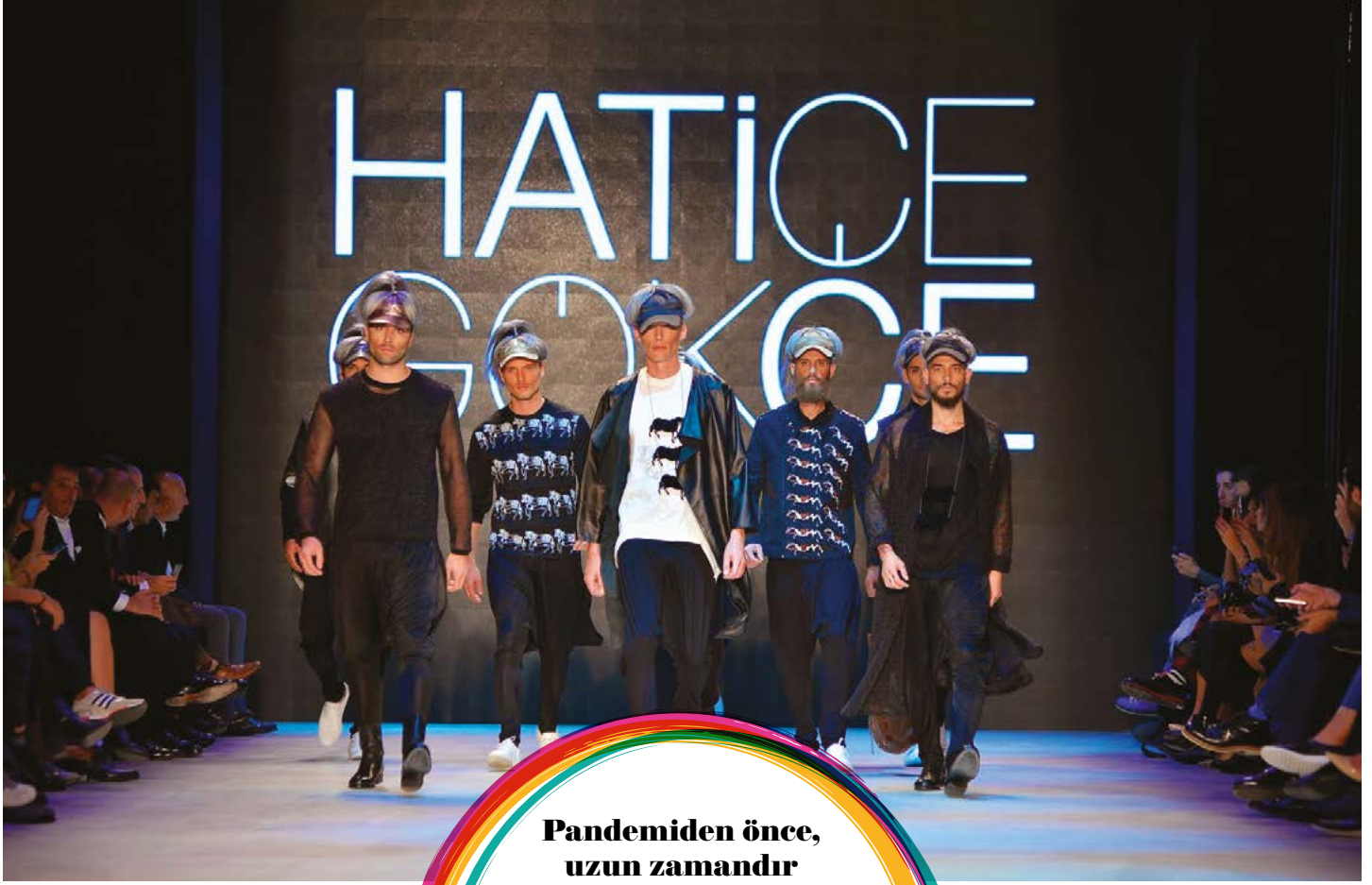
kazanıyorduk ama huzurluyduk ve hâlâ da huzurluyuz. Bundan sonrası için de bu şekilde devam edeceğiz.

**Erkek giyiminde dünyada hangi tasarımcının çizgisini beğeniyorsunuz? Erkek moda tarihinde en çok hangi dönemden besleniyorsunuz ve moda tarihinden hangi erkek stil ikonları size ilham veriyor?**

Siyaset, sinema, sanat, spor ve erkeklerin imajına en karmaşık katkıyı yaptığını söyleyebileceğimiz müzik sektörü, 60'lı yıllarda her açıdan en yaratıcı dönemi işaret ediyor. Bu dönem için hem dünyadan hem Türkiye'den oldukça kabarık ve heyecan verici bir listem var. Hazır giyim de hayatımıza girmesi ile daha hızlı yayılmış ve etkilemiş. Bu zamanlardan bir kişi seçmek imkansız. Öyle verimli bir dönem ki Rolling Stones, Zeki Müren, John Lennon, The Beatles, Bob Dylan, Pink Floyd, Ayhan Işık, Alain Delon, Marlon Brando, Paul Newman, Robert Redford, Steve Macqueen... seçim yapmak imkansız ve hepsi benim için birer ikon.

**Dünya moda başkentlerindeki 2020 yaz sezonundaki erkek moda haftaları yerine, Fransa'da The Federation de la Haute Couture et de la Mode ve İtalya'da Camera Nazionale della Moda Haziran ayında kreatif film ve videolarla yeni koleksiyonların sanal pistlerle (virtual runway) sunulacağını açıkladı. Pandemi**





**Pandemiden önce, uzun zamandır sürdürülebilir moda konuşuluyordu ve ne zaman tam anlamıyla hayata nüfuz edecek sorusu sık sık gündem oluyordu. Pandemi, bu süreci hızlandırmış oldu.**

sonrası geleneksel moda sistemi de sorgulanırken, dijital erkek moda haftalarıyla ilgili öngörüleriniz neler?

Bu dönemde geleneksel yöntemlerin yerine dijital olanın geçmesi ve dijitalin yanında daha yaratıcı sunum biçimlerinin kullanılması kaçınılmaz. Uzun süredir giymek istediklerimizi dijitalde beğeniyorduk ya da satın alıyorduk. Koleksiyonların dijitalde sunulması fikri daha eşitlikçi bir yol gibi geliyor kulağa. İsteyen herkes aynı anda sunumu görebilecek. Ancak kişisel düşüncem moda için film sektöründen çok faydalanacağımız yönünde. Hikayeyi bu dille anlatıp tasarımları da bu yolla sunmak daha heyecan verici olacak. Tüm duyulara hitap eden bir yol.

Birleşmiş Milletler'in desteği ile sürdürülebilirlik anlamında örnek bir sosyal sorumluluk projesi olan "Argande"nin tasarım koordinatörüsünüz. Modanın ticari açlığını ve tüketicinin sonsuz tüketme arzusunu "modanın vahşi yüzü" olarak tanımlarken, siz kendi tasarımlarınızda sürdürülebilirlik ile ilgili nelere dikkat ediyorsunuz?

Hızlı moda akım ve eğilimlerine uymayan, yaşam kalitesini artırmak üzerine kurulu gerçek ihtiyaç için yüksek kaliteli tasarımlar yapıyoruz. Kullandığımız

materyaller en doğal ve iyi materyaller. Yaptığımız her şeyi dönüştürebilmek de elimizde. Atıklarımızı yine tekstil ve moda hizmet edecek şekilde değerlendiriyoruz. Ayrıca şeffafız. Kimlerle ve hangi şartlarda nasıl çalıştığımız da ortada. Bu sebeple, kurulduğumuz günden beri aynı çizgide güçlenerek ilerliyoruz.

Dünyada toplumsal cinsiyet rollerinin değişmesi ve flulaşmasıyla, erkek giyimi de evriliyor. Siz yirmi yıldır avangard ve cesur tasarımlarınızla Türkiye'de erkek modasında öncü oldunuz. Türkiye'de değişen erkek tüketici profili ve erkek giyim sektörüyle ilgili görüşleriniz nelerdir? Erkek modasında tabuların yıkıldığı, sınırların neredeyse önemini yitirdiği bir dönemdeyiz. Ülkemiz için konuşursak, alt kültür kendi sokak modasını yarattı. Her kesimin cesur erkekleri var ve sokaktaki de artık cesurca giyiniyor. Toplumsal cinsiyetteki hızlı değişimin de etkisiyle seçimlerde de seçenekler arttı. Erkekler ne giymek istediklerini biliyor ve talep ediyorlar. Bir hashtag sayesinde dünyanın bir başka ucundaki tam da aradığımız gibi olan giysiye ulaşabiliyorsunuz. Ulaşamayamı da düşünen büyük ölçekte hizmet sunan markalar var. Daha ulaşılabilir fiyatlara tasarıma sahip olabiliyorsunuz. En önemli oldukça bilinçli bir tasarımcı grubu geliyor.

DISCOVER ITS DIFFERENCES

FARKLARINI KEŞFEDİN

PASHA

YouTube Instagram LinkedIn Twitter Facebook /effeendustri



FOR THOSE WHO PREFER THE BEST

EN İYİYİ TERCİH EDENLER İÇİN

## GOOD TO BEST

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

## İYİDEN MÜKEMMELE

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

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

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

+90 212 886 5533  
+90 212 671 8520



# McKinsey pandemiyi moda endüstrisi için fırsat olarak görüyor

Sektörün ihtiyaçlarını karşılamakta yetersiz görülen tedarik modelinin, COVID-19 döneminde hazır giyim sektörü ve moda endüstrisinde krizlere neden olduğu biliniyor. McKinsey, Değişim Zamanı isimli raporunda sektörün yeni ve sürdürülebilir bir tedarik modeline geçişinin hızlanacağını vurguluyor.



**M**CKINSEY’NİN MODA tedarikinin daha çevik ve sürdürülebilir bir hale gelmesi için krizin nasıl fırsata çevrilebileceğini konu aldığı Değişim Zamanı isimli raporu mayıs ayında, web sitesinde yayınlandı. COVID-19 salgını nedeniyle hazır giyim sektörü ve moda endüstrisindeki tedarik zinciri modelinin değişiminin hızlanabileceğinin vurgulandığı raporda, dünya hazır giyim sektörü ve moda endüstrisinin daha talep odaklı ve daha sürdürülebilir tedarik modeline dayanan yeni bir sisteme ihtiyacı olduğuna da değinildi.

COVID-19 salgını hazır giyim sektörü ve moda endüstrisini tedarik ve üretim açısından derinden etkiledi. Sektörün sadece mevcut krizle başa çıkmakla yetinmeyip geleceğe de bakması ve bu salgın vesilesiyle tedarik uygulamalarını değiştirmesi gerekiyor. Salgın öncesinde modası geçmiş olan tedarik modelini değiştirmeye başlayan hazır giyim sektörü ve moda endüstrisinin eski tedarik modelinde uzun teslim süreleri, yüksek hacimli siparişler ve düşük esneklik mevcuttu. Bu eski tedarik sisteminde değişim bir gereklilik olarak görülürken ihtiyaç duyulan yeni tedarik modelinin; daha talep odaklı ve sosyal-çevresel açılardan daha sürdürülebilir olması öncelikli.

Raporda koronavirüs döneminde ortaya çıkan krizin mevcut tedarik ve değer zincirini bozduğu için yeni bir model ve sistem kurmak için de yeni bir fırsat olduğu vurgulanıyor. Salgının hazır giyim ve moda tedarik operasyonlarını nasıl olumsuz etkilediğinin ve şirketlerin buna karşılık nasıl tedbirler aldığını anlatıldığı raporda uzun vadeli bakış açısına ve tedarik uygulamalarını yeniden şekillendirecek stratejilere de yer veriliyor.

Uzun vadeli sektörel değişim için iki hedef gösterilen rapordaki birinci hedef; talep odaklı tedarik zinciri modeliye ikinci hedef ise sürdürülebilir tedarik. Rapora göre her hazır giyim ve moda firmasının bu krizden çıkması ve değişimi başarması için değer zincirinin bütün halkalarında yakın iş birliğine ihtiyaç duyuluyor.

### SEKTÖR, TALEP ODAKLI VE SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR GELECEK İÇİN DEĞİŞMEK ZORUNDA

Varsayımları desteklemek için hazır giyim sektörünün ve moda endüstrisinin tedarik yöneticileri ve paydaşları ile geniş odaklı bir anketin de düzenlendiği raporda; katılımcılara şirketlerin bu krize nasıl tepki verdiği, ne tedbirler aldığı ve geleceği nasıl gördüğü soruldu. 14 Nisan ile 22 Nisan tarihleri arasında Kuzey Amerika ve Batı Avrupa’da bulunan moda markaları ve perakende gruplarının 116 tedarik ve satın alma yöneticisine uygulanan anket, aynı zamanda 230 Sourcing Journal abonesine de uygulandı. Bu aboneler de sektör mensupları, mümessiller, tedarikçiler ve akademisyenlerden oluştu.

Anket katılımcılarına göre, sektör sadece mevcut acil krizle mücadele etmekle kalmayıp daha talep odaklı ve daha sürdürülebilir bir gelecek için değişimi başarmak zorunda. Şirketler bu süreçte stoklarını



Değişim Zamanı Raporu’nda hazır giyim sektörü ve moda endüstrisinin geleceğinin nasıl şekilleneceği noktasında COVID-19 pandemisinin bir fırsat sunduğu ve bu vesile ile radikal bir sistem değişikliği yapılabileceği vurgulanıyor

kontrol etmek, tedarik zincirlerinde devamlılık sağlamak, nakit akışını sürdürmek ve maliyetlerini azaltmak gibi tedbirler geliştirirken anket sonuçlarına göre şirketlerin en çok maliyet azaltıcı eforlar konusunda iş birliğine gittiği görülüyor.

### ESNEK TEDARİK ZİNCİRİ HER ZAMANKİNDEN ÖNEMLİ

Değişim Zamanı Raporu’nda hazır giyim sektörü ve moda endüstrisinin geleceğinin nasıl şekilleneceği noktasında COVID-19 pandemisinin bir fırsat sunduğu ve bu vesile ile radikal bir sistem değişikliği yapılabileceği vurgulanıyor. Talep odaklı ve esnek bir tedarik zincirinin her zamankinden daha önemli hale geldiğine de değiniliyor. Bu noktada dijital dönüşüm de büyük bir önem taşıyarak gerekli olan radikal değişimin diğer bir ayağının da sürdürülebilirlik olduğu, yeni sistemde sürdürülebilir bir tedarik modeli hedeflendiğinin altı çiziliyor.

Anket sonuçlarına göre COVID-19 sonrası tedarik ve satın alma sürecinde önümüzdeki dönemde Çin ile Hindistan’dan ve nispeten Bangladeş’ten alımların azalacağı öngörüsü dikkat çekiyor. Katılımcılara yeni dönemde hangi dijital uygulamalara gittikleri sorulduğunda ise cevap olarak en çok numune onayı için video konferanslar düzenlenmesi, üç boyutlu tasarım iş birliği, sanal prototipleme ve dijital B2B platformları düzenlenmeleri alındı.

Hazır giyim sektörü ve moda endüstrisinin 2020 yılının kalan bölümünde COVID-19’un tedarik zincirlerine verdiği zararı tamir etmekle geçeceği öngörülürken salgının milyonlarca işçiyi olumsuz etkilediği ve birçok marka ve perakendecinin de hayatta kalma mücadelesi verdiği biliniyor. Raporda markalar ve şirketler için acil önceliğin ayakta kalmak olduğu ancak geleceğin de ihmal edilmemesi gerektiği anlatılıyor. Artık ihtiyaçlara cevap vermeyen geleneksel tedarik sistemi yerine, pandemi vesilesiyle daha talep odaklı ve sürdürülebilir bir tedarik modeline dayanan yeni sisteme geçişin hızlanması gerektiği ve sektörün buna ihtiyacı olduğu vurgulanıyor.

### YENİ DÖNEMDE HAZIR GİYİM VE MODA ŞİRKETLERİNİN RADİKAL SİSTEM DEĞİŞİKLİĞİ VE TEDARİK SİSTEMİ DEĞİŞİKLİĞİ YAPABİLMELERİ İÇİN GEREKEN UNSURLAR:

1. Tedarik karışımalarını yeniden haritalandırmaları, yani tedarik yaptıkları ülkeleri çeşitlendirmeleri gerekiyor. Bu noktada Nearshoring, yani yakından tedarik önem kazanacağından Türkiye daha ön plana çıkacak.
2. Daha güçlü tedarik ortaklığı ilişkileri geliştirilmeli.
3. Değer zincirinin ve tedarik zincirinin dijitalleşmesi gerekiyor.
4. Şirket kültürleri ve düşünme şekilleri iş birliğine daha yakın biçimde değişmeli.



# Türkiye dokusuz kumaş kapasitesi ile fark yaratıyor

Gelişen tekstil endüstrisinde yoğun kullanım alanı ile önemini artıran dokusuz kumaşlar, koronavirüs salgını mücadelesinde tüm dünyanın tedarik etmeye çalıştığı bir ürün haline geldi. Türkiye, dokusuz kumaş kapasitesinin sağladığı avantaj ile maske ve diğer sağlık ürünlerinin üretimini kendi imkanlarıyla gerçekleştiren sayılı ülkelerden biri olarak fark yarattı.

**K**LASİK TEKSTİL endüstrisinde dokuma ya da örme olmayan, keçe ve benzeri kumaşları ifade eden dokusuz kumaşlar, farklı uzunluklardaki elyafların kimyasal, mekanik ya da termal işlemlerle bir araya getirilmesiyle üretiliyor. Nonwoven olarak da adlandırılan dokusuz kumaşlar, avantajlı yönleri ve her geçen gün artan kullanım alanları nedeniyle tekstil sektörü içerisinde üretim ve tüketim oranları yüksek ivmelere ulaşan bir ürün haline geldi. Klasik

kumaşlara göre mukavemet yönünden daha zayıf olan dokusuz kumaşlar, çok düşük gramajlarla yüksek makine verimliliklerinde üretilebildikleri için sektöre önemli bir maliyet avantajı sağlıyor.

Temel kumaş yapıları olan dokuma ve örme kumaşlar, bazı alanlarda istenilen amacı karşılamadığı ve istenilen mukavemeti veremediği ya da maliyetleri nedeniyle tercih edilmeyebiliyor. Tam bu noktada devreye giren dokusuz kumaşlar



ise örme ve dokulu yüzeylerde kullanılan ipliğin aksine; henüz iplik haline gelmemiş liflerden meydana geliyor. Kesikli ya da kesiksiz liflerin birbirlerine bağlanması sonucu ortaya çıkan dokusuz kumaşların lif türleri; istenilen ürüne, maliyetine, kullanım alanına, bağlanma yeteneğine ve temel özelliklerine göre değişiyor. Dünya genelinde dokusuz kumaşların üretiminde en fazla kullanılan lif çeşitleri polipropilen, polyester, rayon, akrilik, poliamid, olefin, naylon ve pamuk olarak biliniyor. Polipropilen yüzde 63 oranla dokusuz kumaş üretiminde en fazla kullanılan lif iken, bu kadar fazla kullanılmasının sebebi ise yüksek hacimlilik, yüksek sürtünme direnci, ısıyla kolay bağlanma, kolay bağ yapma, düşük erime noktası ve düşük maliyetli olma özellikleri. Polipropilin tüm bu özelliklerinin yanı sıra düşük dayanıma sahip bir lif olması nedeniyle dayanıklılık gerektiren dokusuz kumaşlarda çok fazla tercih edilmiyor. Dokusuz kumaşlar, dayanıklı ve atılabilir ürünler olarak iki ayrı kategoride üretim gerçekleştirilmesini sağlıyor.

#### SALGIN SÜRECİNDE DOKUSUZ KUMAS TEMEL İHTİYAÇ HALİNE GELDİ

Dünyada yaşanan koronavirüs salgını ile bilinirliği artan dokusuz kumaşlar, temel ihtiyaçlardan biri haline gelen maskelerin ham maddesi olması nedeniyle gündeme geldi. Fakat dokusuz kumaşlar aslında uzun yıllardır insan hayatı için önemli olan birçok alanda kullanılıyor. Neredeyse her gün tüketilen kolonyalı mendiller ve makyaj temizleme mendilleri gibi kozmetik mendiller, poşet çay gibi paketlenen malzemeleri, su emici mendil gibi çok amaçlı ve tek kullanımlık bezler, ayakkabı ya da giysi saklama torbaları, çadırlar, elektrik süpürgesi filtreleri, kitap ciltleri, sağlık sektöründe kullanılan birçok ürün ve çocuk bezlerinin tamamı dokusuz kumaşlardan elde ediliyor. Gündelik hayatta sık sık kullandığımız bu ürünlerin yanı sıra dokusuz kumaşlar; ev ve mobilya, konfeksiyon, endüstri, inşaat, tarım ve bahçe, otomotiv, jeotekstil, savunma sanayii, hijyen, ambalaj ve tıp alanlarında da sıklıkla kullanılıyor.

#### KISA SÜRELİ KULLANIMLARDA SAĞLIĞA EN UYGUN MATERYAL

Dokusuz kumaşlar insan teniyle çok uzun süreler kullanıma uygun olmaması nedeniyle örme ve dokuma kumaşa göre insan bedeni üzerinde kullanım alanı sınırlı kalan bir materyal. Dokuma ve örme kumaşlara göre daha düşük maliyetli olması nedeniyle tercih edilebilen dokusuz kumaşlar; dış giyimde beklenen tutum, dökümlülük, esneklik ve sağlamlık özellikleri açısından yeterli bulunmuyor. Ancak son yıllarda tek kullanımlık tulum ve iç çamaşırı gibi uygulamalarla yapılan çalışmalarda; dokusuz kumaşların bu dezavantajlı yönleri de giderilmeye çalışılıyor.

Sağlık alanında ise belirli süreliğine kullanılan maske, önlük, koruyucu giysi gibi alanlarda kullanılması en uygun ham maddelerden biri olan



#### DOKUSUZ TEKSTİL NERELERDE KULLANILYOR?

- Kozmetik mendiller
- Paketleme malzemeleri
- Çok amaçlı, tek kullanımlık bezler
- Ayakkabı, kıyafet, halı saklama torbaları
- Çadır
- Elektrik süpürgesi filtresi
- Kitap ciltleri
- Çocuk bezleri
- Hijyenik pedler
- Maske
- Koruyucu önlük ve giysiler
- Cerrahi örtüler
- Tela ve vatka gibi konfeksiyon yan malzemeleri
- Halılar
- Mobilya dolgu malzemeleri
- Çanta ve ayakkabı astarları
- Klima malzemeleri
- Dalgıç kıyafetleri
- Savunma kıyafetleri
- Otomobil içi aksesuarlar
- Kablo kaplamaları
- Asfalt kaplamaları
- Erozyon önleme malzemeleri
- Çatı kaplamaları ve yalıtım malzemeleri
- Yer döşemeleri
- Sera ve fidanlık malzemeleri
- Yara bantları
- Galos ve süngerler
- Bandajlar

Dokusuz kumaşların toplam teknik tekstil ihracatından aldığı pay yüzde 36,3'e yükselirken ihracat değeri de 223 milyon dolara erişti. Dokusuz kumaşın ihracat hacminin bir önceki yıla kıyasla, bu dönemde yüzde 9,6 oranında arttığı göze çarpıyor.





dokusuz kumaşların; sentetik lifler yerine doğal liflerden elde edilmesi hijyenik açıdan insan sağlığı için elverişli bir yapıda olmasını sağlıyor.

#### “SAHİP OLDUĞUMUZ BU ALTYAPININ BÜYÜK AVANTAJINI YAŞADIK”

Türkiye, dokusuz kumaş kapasitesi konusunda önemli bir zenginliğe sahip. Sahip olduğu kapasite ile koronavirüs salgınında maske üretimi konusunda da bir adım önde olan Türkiye, aynı zamanda bu kapasite sayesinde dünyanın birçok ülkesine

yardımda bulundu. Salgın sürecinde nonwoven kumaş tedariki tüm dünyada önem kazandı. Türkiye’de üretilen maske ve koruyucu giysi gibi sağlık ekipmanları Almanya, İngiltere, İspanya, İtalya, Kuzey Makedonya, Karadağ, Sırbistan, Bosna-Hersek ve Kosova başta olmak üzere pek çok ülkeye ulaştırıldı.



**AHMET ÖKSÜZ**

Türkiye’nin nonwoven kumaş kapasitesinin oldukça yüksek olduğunu dile getiren İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçı Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz; bu kapasitenin yüzde 10’unun bile iç pazarın ihtiyacını karşılayabileceğini, geri

kalan yüzde 90’lık kapasitenin ihraç edilebilir durumda olduğunu dile getirdi. Kumaş üreticilerinin bu dönemde büyük fedakarlıklar gösterdiğine de değinerek nonwoven kumaşın özellikle Gaziantep, Kahramanmaraş ve İstanbul bölgelerinde üretildiğini aktaran Öksüz; “Bu süreçte, sahip olduğumuz bu altyapının büyük avantajını yaşadık. Şu anda dünyada bu kumaşı bulmak oldukça zor. En büyük maske üreticilerinden olan Çin de bu kumaşı satmıyor. Hatta bizden tedarik etmek istiyorlar. Çok geniş bir kullanım alanı olan bu ürüne, şu an maske üretimi için ihtiyaç duyuluyor” dedi.

**Türkiye’nin nonwoven kumaş kapasitesinin oldukça yüksek olduğunu dile getiren İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz; bu kapasitenin yüzde 10’unun bile iç pazarın ihtiyacını karşılayabileceğini, geri kalan yüzde 90’lık kapasitenin ihraç edilebilir durumda olduğunu dile getirdi.**

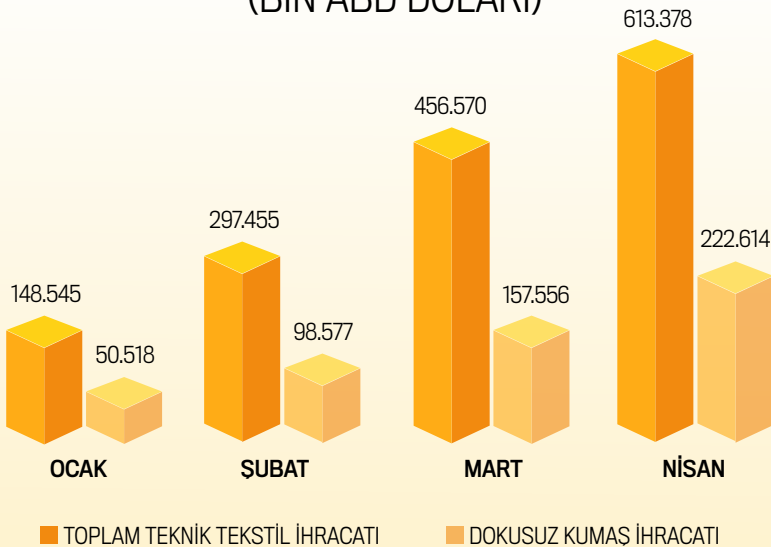


### YILIN İLK 4 AYINDA İHRACAT 223 MİLYON DOLARA YÜKSELDİ

Teknik tekstil ham maddesi olarak gruplandırılan dokusuz kumaşlar; Türkiye'nin teknik tekstil ihracatının en önemli ürün grubu. Türkiye'nin toplam teknik tekstil ihracatı 2019 yılında 1 milyar 724 milyon dolar hacmine ulaştı. Bu hacmin yüzde 34,2'lik oranı ise dokusuz kumaşlardan elde edildi. Aynı dönemde Türkiye'nin dokusuz kumaş ihracatı 590 milyon dolara yükseldi.

Dünyanın koronavirüs salgını ile mücadele ettiği 2020 yılına gelindiğinde ise nisan ayı itibarıyla Türkiye'nin toplam teknik tekstil ihracatının 613 milyon 378 bin dolara ulaştığı görülüyor. Bu süreçte dokusuz kumaşların toplam teknik tekstil ihracatından aldığı pay yüzde 36,3'e yükselirken ihracat değeri de 223 milyon dolara erişti. Dokusuz kumaşın ihracat hacminin bir önceki yıla kıyasla, bu dönemde yüzde 9,6 oranında arttığı göze çarpıyor. 2020'nin ilk dört ayında Türkiye'nin teknik tekstil ihracatındaki en önemli ilk 10 ülke ise sırasıyla Almanya, ABD, İtalya, İngiltere, İspanya, Romanya, Çin, Mısır, Polonya ve Fransa oldu. Bu ülkeler arasında Çin, geçtiğimiz yıla kıyasla yüzde 872 oranında artan ihracat ile dikkat çekiyor.

## TÜRKİYE'NİN DOKUSUZ KUMAŞ İHRACATI (BİN ABD DOLARI)



## DOKUSUZ KUMAŞ TERİMİ İLK OLARAK 1942'DE, ABD'DE KULLANILDI

GELİŞEN TEKNOLOJİYE bağlı olarak kullanım alanı gittikçe çeşitlenen ve ekonomik bir ham madde olması nedeniyle tercih edilen dokusuz kumaşların ilk olarak soguktan korunmak amacıyla hayvan tüyleri, su, ısı ve yapışkan malzemelerle elde edildiği, 1800'lü yıllarda kâğıt makinesinin kullanılmasıyla da yünün keceleştirme işleminin icat edildiği biliniyor. Yüzyıllar önce keşfedilerek geliştirilen bu yüzey, günümüzde neredeyse her alanda kullanılan dokusuz kumaşların ortaya çıkmasında etkili oldu. Isıtma özelliği ve dayanıklılığı yüksek olan keçe, hala sıklıkla kullanılan bir kumaş türüyken 19. yüzyılda, tekstil sanayinin elyaf döküntülerinin değerlendirilmesi fikri ile yeni üretim teknolojileri de geliştirilmeye başlandı. 1942 yılına gelindiğinde ise ABD'de yapıştırıcı madde ile sabitlenen tülbentlerin üretiminde dokusuz kumaş terimi ilk defa kullanıldı.



# El halıcılığının eskiye dönüşü devlet desteği ile mümkün olur

İHİB olarak, Anadolu'nun en eski sanatlarından olan el halıcılığının geçmişteki itibarını kazanması adına yaptığımız çalışmalar ve girişimler neticesinde gördük ki, bu el sanatının yeniden yükselişe geçmesi için kamu tarafının bu işin bir parçası olması gerekiyor. Devlet kademesinin dahil olmadığı bir süreçte, el halısının eski değerini ve ihracat rakamlarını yakalaması pek mümkün gözüküyor.

**ÜZERİNDE YAŞADIĞIMIZ** bu muhteşem Anadolu coğrafyasının güzellikleri ve özellikleri anlatmakla bitmez. Anadolu, yüzyıllardır birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, farklı kültürlerle yoğrulmuş eşsiz bir coğrafyadır. Neolitik, Bronz gibi birçok çağa tanıklık etmiş, sayısız uygarlığa beşik olmuş bu coğrafyanın en güzel ve en eski kültür varlıklarından birisi Anadolu halıları ve kilimleridir. Anadolu Selçuklu Devleti'nden gelen bu gelenek, bizim ata sanatımızdır. Bu sanatın tarihini, önemini anlamak ve anlatmak süreklilik açısından büyük önem arz etmektedir çünkü dünyaya mal olmuş bu sanatımız ne yazık ki, son yıllarda kaybolmaya yüz tutmuştur ve bu duruma sessiz kalmak kanaatimce suçtur.

Halılarımızın tarihinden başlayacak olursak, bu sürecin Anadolu Selçuklu halıları ile başladığını söyleyebiliriz. O dönemde bu halılar günlük yaşam için evde kullanılmak üzere dokunmuştur. Osmanlı Dönemi'nde ise Uşak ve Bergama halıları



**İBRAHİM GEVİKOĞLU**  
İHİB YÖNETİM KURULU  
BASKAN YARDIMCISI

ile halı sanatımız altın çağını yaşamıştır. Dünya ticaretinde yerini alan bu halılar, özellikle başta Avrupa olmak üzere dünyanın her köşesine taşınmışlardır. 15, 16 ve 17. yüzyıllarda dünyanın en ünlü evlerini ve saraylarını süslemiş, Holbein, Lorenzo Lotto gibi Avrupalı ressamların tablolarında resmedilmişlerdir. Osmanlı'nın son yılları ve Cumhuriyet ile beraber ise, Hereke halımız Türkiye'nin en önemli simgelerinden

biri haline gelmiştir. Hereke halıları, kayda değer üretim ve ihracat mallarımızdan olmuştur. Hereke ipek halılarımız da kalite anlamında dünyanın tercih ettiği bir üründür. Metrekaresinde bir milyon düğüm bulunan ve dokuma süresi altı ay olan bu halılar bizim için çok değerli halılardır.

#### **EL HALISI İHRACATI 25 YIL ÖNCE 300 MİLYON DOLARDI**

Anadolu'nun her coğrafyasına yayılmış olan ve her bölgenin, her şehrin hatta her köyün özelliğini ve farklılığını yansıtan motiflerle bezenmiş Anadolu halılarımız dünyanın her köşesinden

25-30 yıl önce 250-300 milyon dolar olan el halısı ihracatının rakamları geçen yıl 50 milyon dolar civarına gerilemiştir. Bu durumun en önemli nedeni, üretimin azalması ve dokuyucu sayımızın 50 bin-100 binden 3-5 binlere düşmesidir.



beğeni toplamaktadır. Bu nedenle uzun yıllardır ihracatımızda önemli bir kalemdir. Ancak son yıllarda halı ihracatımız hızla düşmüştür. 25-30 yıl önce 250-300 milyon dolar olan el halısı ihracatının rakamları geçen yıl 50 milyon dolar civarına gerilemiştir. Bu durumun birçok nedenini bulabiliriz ancak kanaatimce en önemli neden üretimin azalması, dokuyucu sayımızın 50 bin-100 binden 3-5 binlere düşmesidir.

Kadın istihdamının çok fazla olduğu halıcılık sektörü, uzun yıllardır kadınlara ekonomik özgürlük kazandıran, göçü önleyen, hayvancılık ve tarıma katkısı olan bir alandır. Turizmin ise bel kemiğidir.

#### **DEVLETSİZ ÇÖZÜM MÜMKÜN DEĞİL**

Uzun yıllardır halıcılığın bitme noktasına geldiğini ve bir an önce bunun devlet eliyle önüne geçilmesi gerektiğini İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) olarak birçok mecrada dile getirdik. Toplantılar yaptık, bakanlarla konuştuk, önerilerde bulunduk ama bir çözüm bulamadık. Vardığımız sonuç, devletin içinde olmadığı hiçbir çözümün, bu sorunu çözemeyeceği yönünde oldu. Ne yazık ki, bu ata sanatı kendi kaderine terk edildi. Ancak İHİB olarak, biz pes etmeyeceğiz ve uzun yıllardır sürekli tekrarlamamıza rağmen yine çözüm önerilerini sunacağız. Bizim isteklerimiz;

-Devletin bu konuyla ilgili bir birim oluşturması ve bu birimin güncel durumu takip etmesi,

-Türkiye'deki bütün dokuyucuların Sosyal Sigortalar Kurumu (SSK) kapsamına alınarak devlet tarafından SSK primlerin ödenmesi ve dokumacılığın güvence altına alınması,

-Kapatılan Sümer Halı'nın durumunun tekrar gözden geçirilerek, Türkiye'de yeniden özel sektörle iş birliği yaparak hayata geçirilmesi,

-Geçmişte Türk El Halıcılığı Projesi (TEH) kapsamında devletin belirlediği standartlarda ve kalitede yapılan halı ve kilimlere tekrardan alım garantisi verilmesi ve bu ürünleri sertifikalandırması,

-Devlet tarafından kültürel etkinliklerin artırılması, Türkiye'ye ait olan halı ve kilimlerin coğrafi işaretlerinin alınması ve marka tescili yapılarak bu sanatın koruma altına alınmasıdır.



Soru ve görüşleriniz için:  
kilim@kilimcompany.com



# Maske üretiminde standartlara uyum test ediliyor

COVID-19 salgını mücadelesinde tüm dünyada bir anda gündem olan ve temel ihtiyaca dönüşen maske ve koruyucu giysiler; Türkiye'yi güçlü ham madde ve üretim kapasitesiyle ön plana çıkardı. Geçtiğimiz günlerde ihracatına izin verilen bez maskeler ile cerrahi maskeler ve koruyucu giysiler, belirli standartlara göre üretilip çeşitli testlerden geçirildikten sonra sağlık sektörünün ve tüketicilerin kullanımına sunuluyor.



**K**ORONAVİRÜS salgınından korunmak amacıyla alınan önlemlerin başında maske kullanımı geliyor. Tüm dünyada büyük bir ihtiyaç haline gelen maskeler, uzun bir süre daha hayatımızda olacak gibi görünüyor. Hem bireyler hem de sağlık çalışanları için önemli bir ihtiyaç haline gelen maskeler ve koruyucu giysiler belirli standartlara göre üretiliyor. Üretimin ardından çeşitli testlerden geçirilen bu ürünlerin insan sağlığına ve standartlara uyumu denetleniyor.

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) iştiraki olan Ekoteks Laboratuvarı; maske, cerrahi örtü ve önlükler ile koruyucu giysilerin üretiminde uyulması gereken, Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından belirlenen standartlar doğrultusunda ürünleri test ediliyor. Sağlık sektörünün ve tüketicilerin kullanımına sunulmadan önce Türkiye'nin birçok noktasında üretilen binlerce numunenin test edildiği Ekoteks Laboratuvarı'ndaki çalışmalar tüm hızıyla sürerken

ihracatının önünün açıldığı bez maskeler de test edilmeye başlandı.

Eskiden yalnızca sağlık çalışanlarının kullandığı ürünlerken bugün tüm insanlar için önemli hale gelen bu ürünlerin belirli standartlara uygun olarak üretilmesi, sağlık açısından son derece önemli. Maske ve koruyucu giysilerden alınan numuneler, kimyasal ve fiziksel testlerin ardından standarda uygun olup olmadığı konusunda raporlanıyor. Ekoteks Laboratuvarı'na bugüne kadar 160'tan fazla firmanın, binin üzerinde ürün numunesi gönderdiği biliniyor.

## MASKELERDE BAKTERİ TUTUNMA ÖZELLİĞİ, TOPLAM BAKTERİ YÜKÜ VE NEFES ALABİLİRLİK TEST EDİLİYOR

Tıbbi yüz maskelerinin yapım, tasarım, performans gereklilikleri ve deney yöntemleri TS EN 14683 standardına göre belirleniyor. Nanwomen kumaştan yapılan maskeler; pileli, ultrasonik dikişler ve kulak tutma lastikleriyle üretiliyor. Nanwomen kumaşın dış katmanında hidrofobik dokunmamış bir tabaka,

orta katmanında eritilerek şişirilmiş filtre ve iç katmanında yumuşak emici dokunmamış tabaka bulunuyor. Tip I, Tip II ve Tip IIR olarak üçe ayrılan tıbbi yüz maskeleri için genel gereklilikler malzeme/ yapım ve tasarımdan oluşuyor. Malzemeler ve yapım konusunda maskelerin kullanım süresince parçalanmaması, ayrılmaması veya yırtılmaması gerekirken filtre ve tabaka malzemesi seçiminde de temizlik düzeyine dikkat ediliyor. Tasarım aşamasında ise maskenin burun, ağız ve çene üzerine sıkı bir şekilde takılabilmesi ve yan taraflarının yüze oturmasını sağlayan bir araca sahip olması gerekiyor. Maskeler aynı zamanda kullanıcıyı sıçrama ve damlacıklara karşı korumak için buğu önleyici özelliği olan veya olmayan, burun hatları ile uyumun sağlanarak maskenin yüze daha iyi oturmasına yarayan burun köprüsü gibi ilave özelliklerle de farklı şekil ve yapılarla tasarlanabiliyor.

Maske testlerinde dikkat edilen en kritik üç nokta ise bakteri tutunma özelliği, toplam bakteri yükü ve nefes alabilirlik. Ürünlerin ambalajındaki “CE” işareti, teste tabi tutulduğunu ve kullanıma uygun olduğunu gösteriyor.

#### **FİLTRELİ MASKELER SİMÜLASYONDA 10 KEZ TAKILIP ÇIKARILYOR**

Bir kereden fazla kullanılması amaçlanan parçacık filtreli yarım yüz maskeleri ise EN 149 standardına göre belirleniyor. Partikül filtreleme verimlerine ve sızdırma değerlerine göre FFP1, FFP2, FFP3 olarak ayrıştırılan parçacık filtreli yarım yüz maskeleri ağız, burnu ve çeneyi kaplayarak soluk alma ve verme valfleri bulundurabiliyor. Yarım maskeler tamamen veya büyük oranda filtre malzemesinden oluşuyor. Gaz filtreleri ise maskenin ayrılmaz parçalarından biri olarak biliniyor. Yarım maske ile kullanıcının yüzü kuru ya da nemli olduğunda, baş hareket ettirildiğinde dış atmosfere karşı yüzde yeterli sızdırmazlık sağlanması amaçlanıyor.

Parçacık filtreli yarım yüz maskelerinin test aşamalarında görsel muayene, malzeme, temizlik ve dezenfeksiyon, uygulamaya ilişkin performans, sızdırma, filtre malzemesi, cilde uyum, alevlenebilirlik, karbondioksit muhtevası ve soluk verme valfi, solunum direnci, sökülebilir parçaları ve tıkanma durumu kontrolleri sağlanıyor. Maske malzemesinin 10 kez simülasyon işlemi takma yapıldığında herhangi bir mekanik hasarının olmaması, filtre malzemesinin test değerlerini karşılaması, baş kayışının rahatlığı, bağlantıların emniyeti ve partikül toplama deneyinden geçmesi gerekiyor. Ayrıca keskin kenarlarının ve çapağın bulunmaması, kullanıcının cildiyle temasta tahrişe yol açmaması, yanmaması gibi gereklilikleri de test aşamalarında değerlendiriliyor.

Cerrahi örtü ve önlüklerin gereklilikleri ise EN 13795-1 standartlarına göre belirleniyor. Cerrahi örtü ve önlükler mikrobiyal yük, mikrobiyal penetrasyon, sıvı penetrasyon, dikiş mukavemeti, patlama mukavemeti, partikül salınımı gibi testlerden geçiriliyor. Patojen organizmalara karşı tekrar kullanılabilir ya da sınırlı

kullanılabilen koruyucu giysilerin performans gereklilikleri ve test yöntemleri de EN 14126 standartlarına göre yapılıyor. Koruyucu giysiler yırtılma, dikiş mukavemeti, aşınmaya dayanım, kopma, delmeye dayanım, çekme kuvveti, su iticiliği, yanma ve bükülme dayanımı testlerinden geçiriliyor. Kimyasal geçirgenliği, bağlantı yerleri ve aksesuarları, virüse karşı dayanıklılık, bakteri bariyer penetrasyonu, kontamine sıvı aerosollerinin penetrasyon direnci ve kirlenmiş katı parçacıklara nüfuz etmesine karşı direnci de testlerle ölçülüyor.

#### **BEZ MASKE İHRACATININ ÖNÜ AÇILDI**

Bez maskeler için yeni bir adım atıldığının altını çizen Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, bu ürünün standartlarının belirlendiğini ve bez maske ihracatında ciddi bir potansiyel olduğunu açıkladı. Henüz semptomu bulunmayan enfekte kişilerden solunum damlacıklarının atılımının en aza indirgenmesi ve virüsün yayılım hızının düşürülmesi için kullanılan maskelerin üretim standartları TSE tarafından açıklandı. Türkiye, Fransa ve İspanya'nın ardından tüm dünyada bu standartları oluşturan üçüncü ülke oldu.

#### **İHRACAT SÜREÇLERİNDE FİRMALARIN YANLARINDA OLACAĞIZ**

Çok kullanımlık bez maske ihracatının serbest bırakılmasının sektörde memnuniyet yarattığını ve istihdama olumlu katkı yaptığını belirten İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe; ihracat süreçlerinde firmaların yanlarında olacaklarını, dünyanın dört bir yanına ihraç edilecek maskelerin testlerinin Ekotek laboratuvarında yapılacağını kaydetti. Gültepe, ihracatçı firmaların herhangi bir olumsuzlukla karşılaşmaması için ürünlerini mutlaka testten geçirmesini öneriyor. İşletmelerin kapasitelerinin yüzde 15-20'sini çok kullanımlık maske üretimine ayıracağını kaydeden Gültepe; “Hazır giyim siparişlerinin durması nedeniyle yüzlerce firma maske ve tulum gibi tıbbi malzeme üretimine başladı. Başta Avrupa olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde maskeye yoğun bir talep var. Salgın nedeniyle Türkiye'nin hazır giyim ihracatı ilk dört ayda yüzde

**Eskiden yalnızca sağlık çalışanlarının kullandığı ürünler olarak bilinen ve bugün tüm insanlar için önemli hale gelen maske ve koruyucu giysilerden alınan numuneler, kimyasal ve fiziksel testlerin ardından standarda uygun olup olmadığı konusunda raporlanıyor.**

## Günlük hayatın bir parçası haline gelen kullan-at maskelere bir alternatif olan bez maskeler, sentetik veya doğal liflerden geliştirilen kumaşlardan üretililecek.

20,1 daralırken 1 Ocak-12 Mayıs tarihleri arasında maske ve koruyucu giysi ihracatı yüzde 585 artışla 123 milyon dolara yükseldi. Orta ve uzun vadede devam edecek gibi görünen bu talebi fırsata dönüştürmek isteyen Çin, Bulgaristan ve Romanya gibi ülkeler maske fabrikası kurmak için hazırlık yapıyor. Oysa Türkiye’de üretime hazır ve çok güçlü bir altyapı var. Biz bu potansiyeli kullanarak rakip ülkeler pazara girmeden satışa başlamak istiyoruz” dedi.

### BEZ MASKE STANDARTLARININ BELİRLENMESİNDE İTHİB ÖNEMLİ BİR ROL OYNADI

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, Ticaret Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, TÜBİTAK, TSE ve İTHİB’in ortak çalışmalarıyla belirlenen bez maske standartlarına ve ihracatın serbest bırakılmasına ilişkin “Biz hazırız” mesajı verdi. Türkiye’nin ihracatına en büyük katma değeri sağlayan sektörlerden biri olarak çok kullanımlık maske ihracatı konusunda Ticaret Bakanlığı ile yoğun mesai harcadıklarını ifade eden Öksüz; “Hazırladığımız raporlarda bu alanda kapasitemizin sadece yüzde 5’ini kullanarak ayda 650 milyon adet çok kullanımlık maske üretim kapasitesine ulaşacağız. Halkımızın ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra tıbbi maske, çok kullanımlık maske, önlük gibi medikal tekstil ürünleri üretimimizin sadece bir kısmını ihraç ederek 5 milyar doların üzerinde bir ihracat potansiyeli yaratabiliriz. Çok kullanımlık maske ihracatındaki yasak nedeniyle firmalarımız yurt dışından gelen siparişleri ihracata çeviremiyor ve müşteri kaybetme riskiyle karşı karşıya kalıyordu. Yasak kararının kaldırılmasıyla tüm bu olumsuzluklar da ortadan kalkmış oldu. Daha çok ihracat, daha güçlü Türkiye ekonomisi için biz hazırız” dedi. Pandemiye rağmen tekstil ve ham madde sektörü olarak nisan ayında yaklaşık 170 ülkeye ihracat gerçekleştirdiklerini belirten Öksüz, sorumluluklarının farkında olarak daha çok ihracat, yatırım ve istihdam için hazır olduklarını belirtti.

### BEZ MASKELER 60 DERECE SICAKLIKTA, 5 YIKAMAYA DAYANIKLI OLMALI

Açıklanan standartlarda bez maskenin özellikleri, üretimi, tasarımı, yıkama, kurutma ve bağlantı noktaları,



TSE'nin açıkladığı çok kullanımlık maske standartlarına ulaşmak için:



filtrasyon ve kullanım sonrası imha gibi özellikleri belirlendi. Günlük hayatın bir parçası haline gelen kullan-at maskelere bir alternatif olan bez maskeler, sentetik veya doğal liflerden geliştirilen kumaşlardan üretililecek. Kumaşlar; dokuma, örme, triko ya da dokusuz kumaş olabilecek. Küçük, orta ve büyük boy olmak üzere sınıflandırılan maskelerin bileşenlerinin yırtılma ve bağlantı noktalarının ayrılmaya karşı dayanıklı olması gerekiyor. Nefes alınabilir bir yapıda olması ve rahat giyilebilir tasarlanması da üretim gereklilikleri arasında. Tüm bileşenlerin temizliği ve dezenfeksiyonunun evde yapılmasının kolay olması, klips zımba gibi risk taşıyan malzemeler içermemesi, tahriş ya da olumsuz sağlık etkileri yaratacak kumaşlardan imal edilmemesi, kullanılan kumaşın dayanıklı olması da bez maskenin standartları arasında. Üç mikrondan daha büyük damlacıklar için bariyer görevi gören bez maskeler kullanım ömrü boyunca bütünlüğünü korumalı, kullanıcıyla temas eden kısımlarında keskin kenarlar bulunmamalı.

Bez maskelerin performansı filtrasyon verimliliği, nefes alabilirlik ve mikrobiyal yük göstergeleri üzerinden ölçümlenecek. Kullanıcının burun, ağız ve çenesi üzerine sıkı şekilde takılabilir olması gereken bez maskelerin yüzün yan tarafına da tam oturması ve burun köprüsü gibi ilave özelliklerle tasarlanması bekleniyor. Bez maskelerin 5 yıkama ve kurutma sonrasında da performansını koruyacak şekilde üretilmesi gerekiyor.

Ekoteks Laboratuvarı Teknik Müdürü Sevim Razak, maskeler için uygulanan test aşamalarını anlatırken tıbbi yüz maskeleri ve bez maskeleri için Avrupa standartları ve TSE’nin yayınladığı standartlar dahilinde testler yaptıklarını belirtti. Bez maskelerin, tek kullanımlık maskelerden farkının 60 derece gibi sıcaklıkta beş defa yıkandıktan sonra tekrar kullanılabilir olması ve aynı özellikleri sağlayabilmesi olduğunu söyleyen Razak; yurt dışından da test talepleri olduğunu ifade ederek “İngiltere, İspanya ve Romanya gibi ülkelere de test talebi alıyoruz. Numune gönderiliyor. Önümüzdeki günlerde ya da ilerleyen aylarda maskeler hayatımızdan kolaylıkla çıkmayacak gibi görünüyor” dedi.





# KESİM HANE OTOMASYON SİSTEMLERİ

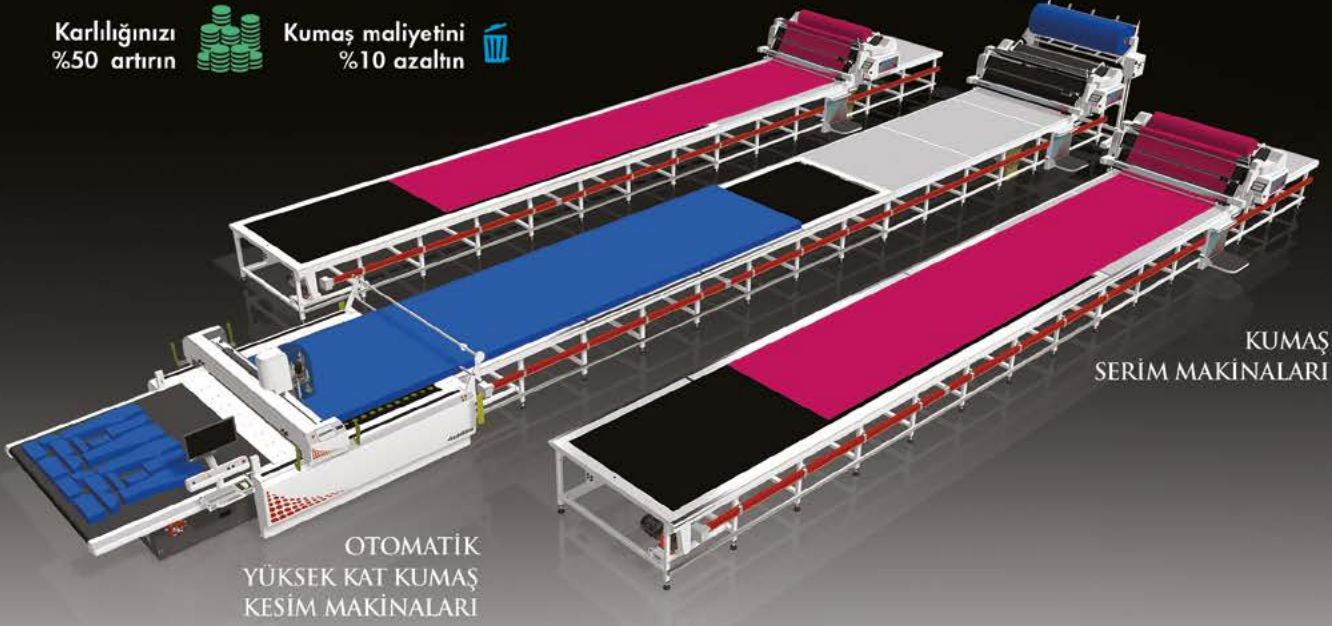
intelloCut



Karlılığınızı  
%50 artırın



Kumaş maliyetini  
%10 azaltın



KUMAŞ  
SERİM MAKİNALARI

OTOMATİK  
YÜKSEK KAT KUMAŞ  
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL  
THE RIGHT WAY TO CUT

OTOMATİK  
TEK KAT KUMAŞ  
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL  
THE RIGHT WAY TO CUT

SADECE 500w İLE  
9 DAKİKADA  
BİR TAKIM ELBİSE



**bierrebi**  
Italian cutting technologies

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



**bierrebi**  
Italian cutting technologies

OTOMATİK  
DANTEL  
KESİM  
MAKİNASI



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

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



# BRÜKSEL MEKTUBU

M. HALUK ÖZELCİ | İTKİB BRÜKSEL TEMSİLCİSİ

## Perakende sektörü için “güçlü olan ayakta kalır dönemi”

Aradan geçen haftalar sonrasında COVID-19 salgınının yarattığı tahribatin boyutu da ortaya çıkmaya başladı. İşletmelerin tam olarak ne zaman eskiye döneceği ve ayakta kalıp kalamayacakları ise hâlâ belirsiz. Bu noktada yapılan araştırmaların ortaya koyduğu görüş ise, güçlü olanın ayakta kalacağı yönünde.

» **COVID-19 SALGINININ** üretim sanayiine verdiği zararın boyutları ortaya çıkmaya başladı.

Hizmet sektöründeki irili ufaklı firmaların uzun süre kapalı olması, fabrikaların ve atölyelerin üretimlerinin haftalarca durması, işletmelerin geleceğini tehlikeye attığı gibi çalışanları da zorda bıraktı.

Bu firmaların, işletmelerin, fabrikaların ne zaman eski haline döneceği veya ayakta kalıp kalamayacağı, işten çıkarmaların ne düzeyde olacağı belli değil.

Dünyanın önde gelen danışmanlık firmalarından McKinsey'nin yaptığı bir araştırmaya göre, dünyada moda denince akla gelen markaların, butiklerin ve büyük mağazaların yaklaşık üçte biri bu krizi atlatamayacak.

Araştırmadan elde edilen sonuca göre, bunun etkisini, 2,5 trilyon dolarlık moda sanayisinin tedarik zinciri içinde yer alan ancak sağlanan desteklere ulaşamayan firmalar ve oralarda çalışanlar hissedecek.

Bundan sonra moda perakendecileri ve tedarikçileri için “güçlü olan ayakta kalır” (Darwin teorisi) kuralı geçerli olacak.

Rapora göre, moda sektöründe 2019 yılında yaratılan toplam kârın yüzde 97'si, aralarında İnditex ve Nike'in da yer aldığı 20 firmanın cebine girmiş.

McKinsey, normal süreçte firmaların 2021 bahar siparişlerine odaklanmaları gerekirken, şu anda mevcut

kontratlarına çözüm bulmaya çalıştıklarını ileri sürüyor. Batılı alıcıların ve perakende zincirlerinin (Arcadia, Primark vs.) önemli kısmı, tedarikçilerine verdikleri siparişleri almaktan vazgeçtiklerini veya ödemek zorunda oldukları bedelin çok altında bir rakamı ödeyebileceklerini söylüyor. Buna karşılık H&M, İnditex, M&S ve Tommy Hilfiger'ın çok düzgün bir duruş sergileyerek, verdikleri siparişlerin karşılığını ödeyeceklerini ve tedarikçilerini destekleyeceklerini açıkladıkları da belirtiliyor.

Araştırmada, bu krizden en çok etkilenen ülkenin, dünyanın ikinci en büyük hazır giyim ihracatçısı konumundaki Bangladeş olacağına, onu Vietnam ve Sri-Lanka'nın izleyeceğine dikkat çekiliyor.

### HİÇBİR ŞEY ESKİSİ GİBİ OLMAYACAK

COVID-19 salgınının günlük yaşamı altüst ettiği bu günlerde herkesin ağzından düşmeyen bir laf var; “bundan sonra hiçbir şey eskisi gibi olmayacak”.

Aslında konumuz bu değil ama, 2001 yılında İkiz Kuleler'in vurulmasından sonra o tarihteki ABD başkanı George Bush, yaklaşık olarak aynı şeyleri söylemiş ve yeni dünya düzeninin çok farklı olacağına işaret etmişti. ABD'deki terör saldırısının ardından başkanın söyledikleriyle, bugün COVID-19 salgını için tekrarlanan cümle aynı ama şartlar ve ortam çok farklı.

COVID-19, yaşamımızı tamamıyla değiştirdi. Hepimiz evlere kapandık, ilaç, doktor, gıda gibi zorunlu ihtiyaçlar dışında sokağa çıkmamaya, başkalarıyla temas etmemeye özen gösteriyoruz. Çalışanlar işlerini evlerinden ve internet yoluyla sürdürüyor. Salgın öncesinde ara sıra başvurulmuş video konferanslar, e-toplantılar bugün artık çalışma yaşamının normal yöntemi haline geldi. Son yıllarda teknoloji çok geliştiğinden, neredeyse her işlem artık sanal ortamda yapılabiliyor.

EURATEX'in geçen mart ayından bu yana düzenlediği çalışma grubu toplantıları video konferans yoluyla

**McKinsey'nin yaptığı bir araştırmada bu krizden en çok etkilenen; dünyanın ikinci en büyük hazır giyim ihracatçısı konumundaki Bangladeş olacağı, onu Vietnam ve Sri Lanka'nın izleyeceği belirtiliyor.**

gerçekleştiriliyor. Çok önceden planlanan ve yeni ofis binasının açılışıyla beraber 26 Haziran'da Brüksel'de yapılması öngörülen Genel Kurul Toplantısı da sanal ortamda düzenlenecek. Bu çalışma düzeninin daha uzun süre böyle devam edeceği anlaşılıyor. Hatta klasik büro ortamının sona erdiğini ileri sürenler bile var. Fiziki olarak toplantılara katılma zorunluluğu olmadığı için uçakla yapılacak seyahatlerin de azalması bekleniyor.

AB'de yapılan bir araştırmaya göre, işlerini evden sürdürenlerin yaklaşık yüzde 65'i salgın sona erince bile evden çalışmayı tercih edeceklerini söylüyor.

Kimse, eskiden olduğu gibi kalabalık bir ortamda yapılacak toplantılara, seminerlere katılmak istemiyor. COVID-19 salgınının insanlarda büyük bir korku ve tedirginlik yarattığına şüphe yok.

Avrupa Parlamentosu, Avrupa Konseyi ve AB Komisyonu'nun yüzlerce kişilik toplantı salonlarını gözümün önünde canlandırıyorum. Salgın sonrasında Parlamento'nun genel kurulu nasıl toplanacak, 705 parlamenter nasıl bir araya gelecek. Aynı şekilde Konsey, Komisyon nasıl toplanacak?

Araştırma, halen kullanılmakta olan büyük ofis binalarına artık ihtiyaç duyulmayabileceğine işaret ediyor.

ABD'de yapılan buna benzer bir araştırmada, evden çalışmanın rutin hale gelmesiyle tüm dünyadaki ofislerin değerinde büyük gerileme bekleneceğine dikkat çekiliyor.

#### **AVRUPA'DAN 4 AŞAMALI COVID-19 EYLEM PLANI**

Avrupa'da 35 ülkedeki ulusal sanayi ve ticaret odalarının çatı kuruluşu olan BusinessEurope birkaç hafta önce COVID-19'un yarattığı büyük yıkıma karşı, "Proposals for a European Economic Recovery Plan" kapsamında dört başlıktan oluşan bir plan yayımladı.

■ Yeni ve revize edilmiş uzun süreli bir finansal çerçeve oluşturulmalı. Özel bir Avrupa kurtarma fonunu da kapsayan AB yatırım fonları yaşama geçirilmeli.

■ Tek pazar, sürdürülebilir yatırım,

büyüme ve istihdamı desteklemeye daha fazla odaklanmalı.

■ AB, kurallara dayalı, adil ve serbest ticaret, yatırım ve çok taraflı çözümlerin destekçisi olarak yoluna devam etmeli (raporda bu başlık altında, AB-Türkiye arasındaki Gümrük Birliği'ne (GB) işaret ediliyor ve Türkiye'nin temel alanlarda AB yasalarıyla uyum içinde olmasının önem taşıdığı hatırlatılıyor).

■ AB mali desteği, üye ülkelerin büyümeyi ve istihdamı artıran yapısal reformlarının daha iyi kullanılması amacıyla aksamadan sürdürülmeli.

Türkiye'nin de üyesi olduğu BusinessEurope'un yayımladığı bu 'ekonomik kurtarma planının' AB Komisyonu ve Avrupa Parlamentosu tarafından dikkate alınacağına ve yapılan önerilerin yaşama geçirilmeye çalışılacağına şüphe yok.

Planda, AB-Türkiye GB'ye değinilmesi Komisyon'a verilmiş bir mesaj olması açısından önemli sayılabilir. Ancak geçmişe kısaca göz atarsak, GB'nin birçok alanda işlemediği ve taraflar arasında asimetrik bir yapı olduğu yıllardan beri hem benim hem de resmi yetkililerimizin her ortamda dile getirdiğimiz bir konu. GB'nin modernize edilerek günün koşullarına uyarlanmasının şart olduğunu, AB Komisyonu, AB Parlamentosu ve üyesi olduğumuz çeşitli kuruluşlara defalarca anlattık.

Dünya Bankası'nın, modernizasyonun şart olduğunu somut bir şekilde ortaya koyan raporu yayımlanmaya kadar kımıldamayan Komisyon bu işten kaçamayacağını anladı ve yenilenme çalışmaları başladı. Ancak bir süre sonra meydana gelen politik gelişmeler nedeniyle yeniden durdu ve rafa kalktı.

AB Komisyonu'nun Gümrük Birliği'nin modernizasyonu konusunda olumlu baktığını söylemek mümkün. Ancak bugüne kadar çalışmalarda bir ilerleme sağlanamamasının esas nedeni Komisyonu destekleyen bir siyasi iradenin olmamasıdır. Başka bir deyişle topluluğun en güçlü iki ülkesi olan Almanya ve Fransa konuya olumlu yaklaşmamaktadır.

Umarım, önümüzdeki yaz döneminde Almanya'nın dönem başkanlığında olumlu adımlar atılır ve modernizasyon çalışmaları yeniden başlar.

BusinessEurope'un yayımladığı kurtarma planının ardından AB Komisyonu, 750 milyar Euro tutarında "yeni nesil büyük bir kurtarma planı" önerisini üye ülkelerin onayına sundu.

Bu öneri onaylanırsa, Komisyon'un bu mega destek planını iki bölümde kullanmak istediği anlaşılıyor. Bunlardan biri, ihtiyaçlara göre tüm ülkelere hibe olarak dağıtılacak olan 500 milyar Euro. Burada İtalya en büyük, İspanya ise ikinci büyük dilimi alacak. Bu para karşılıksız verilecek ve geri ödemesi olmayacak.

250 milyar Euro'luk ikinci bölüm, daha fazla koşullarla ve başvuran ülkelere kredi şeklinde sağlanacak ve alan ülkenin borç yüküne eklenecek.

**AB'de yapılan  
bir araştırmaya  
göre, işlerini  
evden  
sürdürenlerin  
yaklaşık yüzde  
65'i salgın  
sona erince  
bile evden  
çalışmayı tercih  
edeceklerini  
söylüyor.**



## COVID-19 sonrası küresel ekonomide görünüm

Ekonomilerde bir toparlanma olsa da küresel ekonominin 2019 düzeyinde üretim seviyesine dönmesi 1,5-2 yıl alacak gibi görünüyor. Örneğin, Dünya Ticaret Örgütü'nün tahminlerine göre 2019 yılında yüzde 0,9 büyüyen dünya ticaretinin 2020 yılında yüzde 11 daralması bekleniyor.

➤ **COVID-19'UN GETİRDİĞİ** arz ve talep yönlü şoklar sonucu dünya ekonomisi 1929 Buhranı'ndan bu yana en sert daralmayla karşı karşıya kalmış durumda. Yılın başında ABD ile Çin arasındaki ticaret savaşına 1. faz anlaşmayla ara verilmesi sonucu uluslararası kuruluşların küresel büyüme beklentisi 2020 yılı için yüzde 3'lerin üzerine çıkmaya başlamıştı. COVID-19 bu tahminleri negatif yüzde 3 civarlarına indirdi.

Yıllık bazda tarihi bir daralmayla karşı karşıya olmakla birlikte bu daralmanın büyük oranda yılın ilk 6 ayında gerçekleşmekte olduğu söylenebilir. Ekonomilerin kademeli olarak açılması ve normalleşme sürecine girilmesiyle genel beklenti yılın ikinci yarısında toparlanmanın başlaması. Bu temel senaryodaki önemli varsayımlar; normalleşme sürecinin yönetilebilir şekilde sürdürülmesi, pandeminin izolasyona yol açacak bir şekilde tekrar gelmemesi ve bu süreçte aşı, ilaç konusunda olumlu gelişmelerin yaşanması şeklinde. Bunların bir kısmının gerçekleşmemesi durumunda büyüme ile ilgili beklentiler daha olumsuz tarafa yönelecektir.

Bu baz senaryo üzerinden önümüzdeki döneme ilişkin tahminlerimizi yapmaya çalışacağız. Öncelikle, toparlanmanın sektörel olarak çok homojen bir seyir izlemeyeceğini düşünüyoruz. COVID-19'un özellikle ABD ve Avrupa'da ortaya çıkmasından sonra başta hisse senetleri olmak üzere, sermaye piyasaları çok sert düşüşler gösterdi. Fakat merkez bankalarının verdiği sınırsız likidite genişlemesinden sonra sermaye piyasaları V şeklinde diyebileceğimiz bir dönüş gerçekleştirdi. İzolasyonlar ve tedarik zincirlerinde yaşanan kesintiler nedeniyle imalat sanayinde faaliyet gösteren birçok sektör yılın ilk yarısında ve özellikle ikinci çeyreğinde çok sert bir daralma ile karşılaştı. Normalleşme sürecinin başlaması ve imalat sanayinde ötelenen üretimin devreye girmesiyle toparlanmanın hızlanmasını beklemek yanlış olmayacaktır. Buradaki dönüşün U şeklinde olacağını tahmin ediyoruz.

Yaşanan COVID-19 sürecinin etkisini görece daha uzun süre göstermesini beklediğimiz ise hizmet sektörleri. Turizm başta olmak üzere, birçok hizmet sektöründe

talep dönüşünün zamana yayılacağını beklemek yanlış olmayacaktır. Aşı ile ilacın bulunması ve yaygın kullanımı gerçekleşene kadar hizmet sektörlerinin toparlanması muhtemelen yavaş olacaktır. Bu çerçevede, hizmet sektörlerindeki toparlanmanın alt ayağı hafif yukarı giden L şeklinde olmasını bekliyoruz. Hizmet sektörlerindeki istihdam ve gelir kaybının bir süre sonra ekonominin genel talep koşullarında da yavaşlamaya yol açma ihtimali bulunuyor. Dolayısıyla, imalat ve finans sektörlerindeki toparlanmanın da ivme kaybetme ihtimali bulunuyor. Bütün sektörleri topladığımızda küresel ekonomide önümüzdeki 2-3 çeyrek karekök şeklinde √ bir toparlanmanın bizi beklediği düşüncesindeyiz.

Temel senaryomuzda ekonomilerde bir toparlanma olsa da küresel ekonominin 2019 düzeyinde üretim seviyesine dönmesi 1,5-2 yıl alacak gibi görünüyor. Örneğin, Dünya Ticaret Örgütü'nün tahminlerine göre 2019 yılında yüzde 0,9 büyüyen dünya ticaretinin 2020 yılında yüzde 11 daralması, 2021 yılında ise yüzde 8,4 büyümesi bekleniyor.

Türkiye ekonomisi de küresel ekonominin bu genel seyrinden etkilenecektir. Yaşadığımız süreci kısa vadeli değil, biraz uzun vadeli düşünmekte fayda var. Kredi mekanizması dışında, yaşanan gelir ve istihdam kaybını telafiye yönelik, karşılıksızlık esasına dayanan transfer harcamaları ağırlıklı bir maliye politikası desteği toparlanmaya katkı sağlayacaktır. COVID-19 sonrası tedarik zincirlerinin yapılanması muhtemelen değişecektir. Çin dünya imalat sanayi üretiminin yüzde 35'ini gerçekleştiriyor. Tek bir merkezin bu kadar büyük paya sahip olmasının yarattığı riskler çok net ortaya çıkmış durumda. Bu payın yüzde 25'lere inme ihtimali yüksek görünüyor. Benzer ürünler üreten bir ülke olarak Türkiye bu değişimde payını arttırabilir, bazı sektörler için yeni lojistik merkezi olabilir. Bu payı arttırmak adına birçok ülkenin gireceği rekabette öne çıkmak için hem firmalarımıza hem ekonomi yönetimine çok iş düşüyor.

**Turizm başta olmak üzere, birçok hizmet sektöründe talep dönüşünün zamana yayılacağını beklemek yanlış olmayacaktır.**

# TERCİHİM

## TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ

TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ OKU GELECEĞİNİ DOKU

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

**İlk 20 Bin**

öğrenciye

**\*Asgari ücret**

**20 - 50 Bin**

arası öğrenciye

**\*Asgari ücretin %70'i**

**50 - 80 Bin**

arası öğrenciye

**\*Asgari ücretin %50'si**



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

# İzolasyon Sürecinin Yeni Sunumu

## ONLINE

## KÜLTÜR SANAT



**P**ANDEMİNİN SUNDUĞU “yeni normal”in en büyük vurgusunu çevrimiçi dünyanın gittikçe artan içeriği oluşturuyor. İnsanların evde geçirdiği ve sosyal yakınlığı internet ortamına taşıdığı koronavirüs günlerinde, sanal dünyanın ve teknolojinin nimetlerinden yararlanmak trend olmanın ötesinde yeni bir varoluş yöntemi, insanlarla kurulan bağın devamlılığı adına bir zorunluluk haline geldi.

Bu bağın devamlılığının en fazla anlam ifade ettiği alanlardan olan kültür sanat da bu yeni normalde, yüksek perdeden sunanlardan. İptal edilen konserlerin, fuarların, sergilerin, kapanan müzelerin, dünya mirası alanların ve doğal harikaların boşluğunu çevrimiçi dolduruyor. Sanatın içine düştüğü izolasyon, son dönemde teknolojinin ve sanal gerçekliğin kullanımını zorunlu hale getirdi. Son dönemde Metropolitan Operası, Cleveland Balesi ve punk grubu Dropkick Muphys’in St. Patrick’s Day performansları sanal gerçeklikle beraber benzersiz bir şova dönüştü. Yine sanal gerçeklik sayesinde Japonya’nın kiraz ağaçlarının arasında botanik geziler yapmak mümkün hale geldi. Müzelerin eserlerini 360 derecelik sanal turlarla görmek benzersiz bir deneyim sunuyor.

Pandemi, beklenmedik bir şekilde sanal medyanın altın çağını başlatarak, dijitalin ilk vaadini en başarılı şekilde sunmasını sağladı. Dünyanın kültürel, tarihsel, sanatsal değerlerine erişim imkanı sundu. Halbuki birçoğu, pandemiden öncesine kadar pek çoğumuz için finansal veya fiziksel olarak erişilmezdi.

#### BRITISH MUSEUM İNGİLTERE

Google Street View teknolojisini kullanarak, eserlerini sanal ortamda ziyaretçilere sunan müzelerden olan British Museum, sekiz milyondan fazla nesneyi içeren koleksiyonunun bir bölümünü ekrandan sergiliyor. Hemen her ülkeden tarihi eserin yer aldığı müzede, özellikle Afrika ve Güney Amerika’dan getirilen eserlerin yoğunluğu dikkat çekiyor. Antik Rosetta Taşı ve Mısır firavunlarının mumyaları gibi pek çok müzeyi kıskandıracak eser barındıran British’in dikkat çeken eserlerinden biri de Bodrum’dan kaçırılan ve dünyanın 7 harikasından biri olarak kabul edilen Bodrum Halikarnas Mozolesi.

#### DALI TİYATRO MÜZESİ İSPANYA

Katalonya’nın Figueres kasabasında yer alan müze, tamamıyla Salvador Dalí’nin sanat eserlerine adanmış. Dalí’nin hayatının ve kariyerinin her dönemini en ince ayrıntısına kadar çevreleyen müzede birçok oda ve sergi bulunuyor. Bu arada dev sanatçının kendisi de bu müzeye gömülü.

Müze, koleksiyonlarının tamamını olmasa da büyük bir bölümünü sanal turlar kapsamında sanat ve Dalí meraklılarına sunuyor.

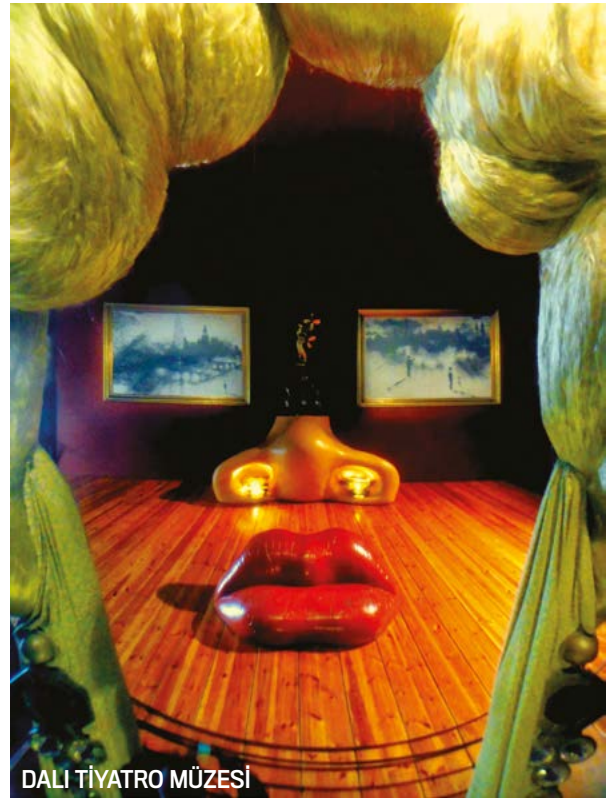
#### UFFIZI GALERİ İTALYA

Sanat yoğunluğunun insanı sendroma ittiği kentte, Floransa’da yer alan Uffizi Galeri; Michaelangelo, Botticelli, Giotto, Titan, Da Vinci, Raffaello gibi önemli sanatçıların eserlerini barındırıyor. İçindeki eserler kadar mimarisi ile de dikkatleri çeken galeri, Rönesans döneminin tüm özelliklerini üzerinde taşıyor.

Rönesans ve gotik döneme ait İtalyan sanatçılarla beraber zaman içinde Rembrandt, Velazquez, Delacroix gibi diğer Avrupalı isimlerin eserlerini de koleksiyonlara ekleyen galeri, çok nadide parçaları ve dünya sanatının bazı ikonlarını barındırıyor. Bu ikonlardan Botticelli’nin Venüs’ün Doğuşu ve Michelangelo’nun Tondo Doni’si müzenin çevrimiçi dünyası içinde keşfedebileceğiniz eserlerden.



BRITISH MUSEUM



DALI TİYATRO MÜZESİ



UFFIZI GALERİ



### ŞEHİR TİYATROLARI ONLINE SAHNEDE

İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) Kültür Daire Başkanlığı, Şehir Tiyatroları tarafından sahnelenen oyunları online platforma taşıyarak izleyici ile buluşturmaya başladı. Yedi Kocalı Hüzmüz, İstanbul Efendisi ve Surname gibi kült oyunları Mayıs ayı içinde İBB Şehir Tiyatroları ve İBB Kültür Sanat'ın YouTube kanalları üzerinden gösterildi. Oyunlar Haziran ayında da gösterimde olmaya devam edecek.

İBB Şehir Tiyatroları'nın sanatseverlerle online olarak bir araya geldiği bir başka aktivite ise atölye programları. 11 Mayıs itibarıyla başlayan atölye çalışmaları içinde diksiyon, oyunculuk, yazarlık, beden dili ve ses nefes teknikleri eğitimleri bulunuyor. Atölye çalışmaları alanında uzman isimlerle yapılıyor.

### SANAL ORTAMDA SAFARI

Amerika'nın en eski botanik parklarından olan Cincinnati Botanik Parkı, izolasyon döneminde kapılarını açan yüzlerce doğa harikası alandan biri. 1864'ten bu yana var olan park, 500'den fazla hayvana ve 3 binden fazla bitki türüne ev sahipliği yapıyor. Cincinnati'yi parkın Facebook ve YouTube kanalları üzerinden gezebilirsiniz.



### FACEBOOK KÜLTÜR SANAT BULUŞMALARINA BAŞLADI

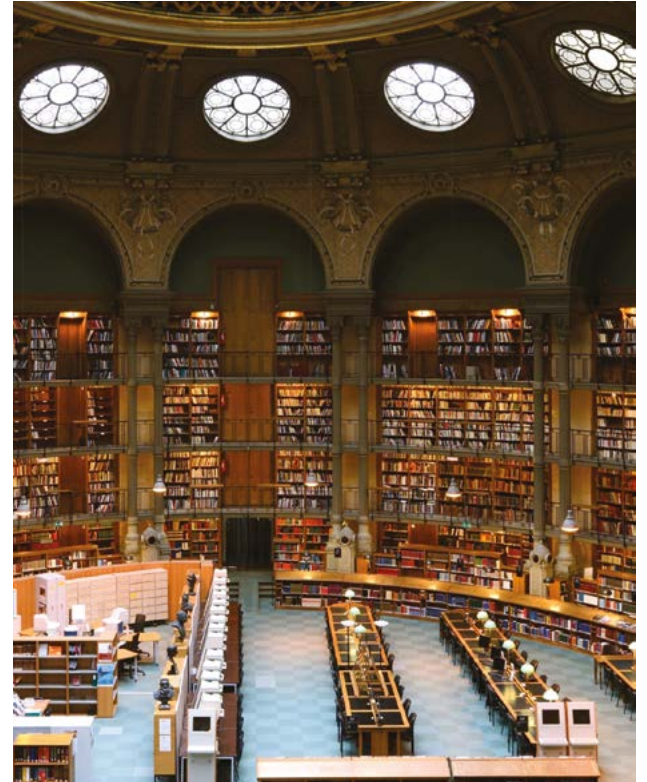
Türkiye'deki kültür sanat topluluklarını desteklemek ve ülkedeki topluluğunun platformları üzerinden bağlantı kurmaya devam etmesini sağlamak için çalışan Facebook, Facebook İstasyon Kültür Sanat Buluşmaları'nı hayata geçirdi. Kültür sanat platformlarının kapalı olması sebebiyle sanatseverleri dijital ortamda ağırlamaya başlayan Facebook, ilk buluşmayı Mayıs ayında İstanbul Modern ile gerçekleştirdi. Dört bölümden oluşacak seçkinin ilk yayınında 1945'ten bugüne Türkiye modern ve çağdaş sanat tarihinin hikayesine yer verildi. Dijital paylaşımlar Haziran ayında da devam edecek.

### NEIL YOUNG'DAN FIRESIDE SEANSLARI

Müzik dünyasının en önemli isimleri arasında yer alan Neil Young, karantina döneminde müzik severler bir araya geliyor. Fireside adını verdiği bir müzik dizisine başlayan sanatçı, ilk performansını Mart sonunda paylaşmıştı. Colorado'daki evinde, karantina kısıtlamalarından doğan performans; samimi, muhteşem ve biraz da garipti. Bir sonraki müzik seansından haberdar olmak için sanatçıyı takipte kalmak yeterli.

### İNGİLİZ KÜTÜPHANESİ ARSİVİNİ ACTI

MÖ 5 binlerden günümüze uzanan bir arşive sahip olan kütüphane, kitaplar, el yazmaları, haritalar, gazeteler, dergiler, çizimler, ses kayıtları ve müzik notalarını içeren 150 milyondan fazla öğeye sahip. Binlerce yıllık insan deneyiminden hikayeler anlatan kütüphanenin eserleri arasında Antik Yunanistan'da öğretim için kullanılan balmumu tablet, Antik Çin'den parşömenler, Magna Carta, Lindisfarne İncileri, Leonardo da Vinci'nin not defteri, Beatles'in şarkı sözlerini yazdığı kağıtların asılları, Beethoven, Handel ve Chopin'in müzik notaları kağıtları gibi milyonlarca orijinal eser bulunuyor.





Sekiz Yuldur Birlikte  
Hep Daha İyiyse





# Dijitalleşen iş dünyasının yeni trendi **“HOME OFFICE”**



Birçok sektörde uzun yıllardır var olan “Home Office” kavramı, salgın döneminde iş dünyasının mecburi istikameti oldu. Sosyal izolasyonun sağlanması için evden çalışma dönemine geçen birçok çalışan; dijital uygulamalar sayesinde ev ortamında kendi ofislerini yaratabiliyor.

Ev ortamında iş süreçlerini yönetebilmek için birçok dijital uygulama ön plana çıkarken ekip toplantıları, uzaktan iş ağlarına bağlanmak ve ortak dosyalar üzerinden çalışabilmek gibi pek çok yenilik şirketlerin teknoloji ile sıkı bir bağ kurmasına neden oldu.

**İŞ DÜNYASI;** verimlilik, robotik süreçler ve yapay zekâ gibi yenilikleri konuşurken bir anda iş süreçlerinin koronavirüs salgınından en az şekilde etkilenmesi alanında attığı adımlara konsantre oldu. 2020 yılı ile birlikte tüm dünyanın gündemine oturan koronavirüs salgını, küresel bir sağlık sorunuyla birlikte ekonomik anlamda da ciddi problemleri beraberinde getirdi. Dünya, salgının ulaştığı boyutları şaşkınlık içerisinde izlerken diğer tarafta devam etmesi gereken üretim ve iş süreçleri dijitalleşme ile bambaşka bir boyuta taşındı.

Son yıllarda birçok sektör teknolojik gelişmelerin hızlanmasıyla birlikte iş süreçlerinde birtakım dijitalleşme uygulamalarını başlattı. Çoğu zaman verimliliği artırmak için uygulanan dijitalleşme çalışmaları, iş süreçlerinin kolaylaştırılması, çalışan motivasyonu ya da teknolojinin gereği olarak birçok noktada kullanıldı. Teknolojiye ayak uyduramayan sektörler zaman içerisinde ya müşteri kaybetti ya da rekabetten uzaklaştı. Teknolojinin gelişimiyle ortaya çıkan hibrit müşteri profili, satın alma süreçlerini dahi internet üzerinden tamamlarken hem müşteri hem de çalışan sıfatına gelen ve Y kuşağı olarak adlandırılan, teknoloji çağında yetişen genç nesil, iş süreçlerindeki dijitalleşme çalışmalarının hızlanmasına öncülük etti. Küresel anlamda oldukça hızla ilerleyen dijitalleşme çalışmaları, Türkiye’de özellikle banka ve finans kuruluşları tarafından bir süredir uygulanıyor.

İş dünyasının bir anda gündemine oturan ve evden çalışma anlamına gelen “home office” kavramı aslında bazı yenilikçi şirketlerde son yıllarda uygulanmaya başlanmış olsa da; birçok şirket bu kavrama koronavirüs salgını sonrasında aşına olmaya başladı. Süreçlerini dijitalleştiren ve teknolojik yatırımlar yapan şirketler home office’lere daha kolay adapte olmayı başardı. Ev ortamında iş süreçlerini yönetebilmek için birçok dijital uygulama ön plana çıkarken ekip toplantıları, uzaktan iş ağlarına bağlanmak ve ortak dosyalar üzerinden çalışabilmek gibi pek çok yenilik şirketlerin teknoloji ile sıkı bir bağ kurmasına neden oldu.

#### **ENDÜSTRİ VE ÜRETİM DİJİTALLEŞİYOR**

Üretim süreçlerinin uzaktan kontrolü inşaat, fabrika gibi üretime dayalı sektörlerde ön plana çıkıyor. Otomasyon ve uzaktan kontrolün sağlanabildiği bu sektörlerde çeşitli uygulamalarla endüstriyel makinelerin üretime devam ettirilmesi sağlanabiliyor. Daha büyük ölçekli ve makineleşmiş sektörlerde uygulanan bu dijital yenilikler beraberinde birtakım riskleri de getiriyor. Kullanılan sistemlerin yoğun güvenlik önlemleri ile siber saldırılara karşı her an tetikte olması gerekiyor.

Daha küçük ölçekli ve makine üretimine ihtiyaç duyulmayan sektörler ise salgın döneminde home office uygulamasını daha verimli şekilde hayata geçirebiliyor. Çalışanların evlerinde, iş süreçlerinden kopmadan çalışabilmelerini sağlamak üzere birçok dijital uygulama bulunuyor. Teknolojinin gelişmesiyle iş süreçlerinin büyük bir bölümü dijital olarak yürütülebilir hale geliyor.



## İŞ SÜREÇLERİNDE EKİP VE YÖNETİCİ İLETİŞİMİ ÖN PLANA ÇIKTI

İş süreçlerinin sorunsuz ilerlemesi ve verimli bir çalışma modeli için gerek çalışanların birbiri arasındaki gerekse yöneticiler ile çalışanlar arasındaki iletişim son derece önemli. İletişim, iş hayatında ayrıca müşteri ya da diğer paydaşlarla da sıklıkla kurulan bir bağ. Özellikle aynı ortamda çalışma imkanının kısıtlandığı sosyal izolasyon döneminde ortaya çıkabilecek iletişim kopuklukları, iş süreçlerini olumsuz etkileyebiliyor. Dijital uygulamalar, iletişimin farklı ortamlarda da olursa sağlıklı bir şekilde sürdürülebilmesine olanak tanıyor.

Son dönemin popüler uygulaması Zoom, bir iki ay öncesinde 10 milyon kullanıcıya sahipken bugün kullanıcı sayısını 200 milyona çıkardı. Skype, Google Hangouts, Facetime, Google Duo, WhatsApp, WeChat, GoToMeeting ve Viber gibi sesli, yazılı ve görüntülü iletişim kurmaya yarayan dijital uygulamalar bu dönemde iş hayatında iletişimin sürdürülebilmesine olanak sağlıyor. Ücretli ve ücretsiz versiyonları bulunan bu uygulamalar çoğunlukla hem mobil hem de masaüstü cihazlarda kullanıcılarına hizmet sağlayabiliyor. Birden fazla

kişinin bir arada iletişim kurabilmesini sağlayan dijital uygulamalar ile iş toplantıları ya da müşteri iletişimi gerçekleştirilebiliyor.

## EVDEN ÇALIŞMAYI KOLAYLAŞTIRAN 12 UYGULAMA

Çalışma ortamından uzaklaşarak ev ortamında iş süreçlerini yönetmek çalışanlar için birtakım zorlukları da beraberinde getiriyor. Ev ortamından iş sürecine adapte olmak, üretkenliği ve verimliliği artıran dijital uygulamalar sayesinde kolaylaşıyor.

**Evernote:** Not almak iş hayatının yapılacaklar listesinde birinci sırada duruyor. Toplantıdan toplantıya koşan, yaratıcı bir iş akışı içerisinde aklına sürekli yeni fikirler gelen çalışanlar için vazgeçilmez bir uygulama olan Evernote ile not defteri, dijital geçiyor. Sesli, görüntülü ya da yazılı olarak tutulabilen tüm notlar; Evernote uygulaması sayesinde bulut sisteminde saklanarak telefon, tablet ya da bilgisayardan erişilebiliyor ve takvime senkronize edilebiliyor.

**Cam Scanner:** İş hayatında doküman ve dosyalar sürekli olarak kişilerarası bir geçişte. Cam Scanner uygulaması dosya aktarımı konusunda büyük kolaylık sağlıyor. Fotoğrafi çekilen belgenin sınırlarını otomatik olarak algılayan uygulama, doküman üzerinde düzenleme yapılabilmesini ve istenilen formatta karşı tarafa aktarılabilmesini sağlıyor.

**Forest:** Dijital bir odaklanma uygulaması olan Forest yapılan işe odaklanılmasını sağlıyor. Yapılacak ve odaklanması gereken işin süresi kadar bir vakit belirlenen uygulamada, bu süre içerisinde sanal bir ağaç yetiştirilmeye başlanıyor. Uygulamadan çıkıp, farklı bir iş yapmaya başladığında ağaç kurumaya başlıyor ve uygulama işe dönmek konusunda uyarılarda bulunuyor. Uygulamada yetiştirilen tüm ağaçlar sanal bir ormana dönüşüyor.

**Pocket:** Çalışırken internetten araştırma yapılması birçok iş sürecinin temelini oluşturuyor. Pocket uygulaması beğenilen internet sitelerinin, daha sonra yeniden ulaşılabilir olması için favorilere eklenmesini sağlıyor. Bu uygulama sayesinde seçilen internet siteleri; daha sade bir tasarımla ve okumaya daha uygun bir tipografiyle bir arada bulunan bir kaynağa dönüşüyor.





## İTKİB YANIMDA İLE DAHA KOLAY İHRACAT

İTKİB YANIMDA uygulaması üyelerinin daha kolay ihracat yapabilmesi amacıyla birtakım kolaylıklar sunuyor. Uygulama ile üyelik, performans ve güvenilirlik belgesi kolayca oluşturulabilirken vekaletname tanımlamaları da yapılabilir. İhracat rakamlarına ilişkin kapsamlı raporların alınabildiği uygulamada daha birçok işlem online olarak gerçekleştirilebilir.

**Adobe Scan:** İş yaparken birçok belgenin taranarak dijital hale getirilmesi gerekebilir. Bu uygulama sayesinde yapay zekâ ile fotoğrafı çekilen belge temizlenerek içindeki yazılar tanımlanıyor ve PDF haline dönüştürülebilir. Uygulama birden fazla belgenin taranması konusunda da normal bir tarayıcıya göre daha hızlı ve kullanışlı bir sonuç yaratıyor.

**Microsoft Office:** Her bilgisayarın vazgeçilmezi olan ve iş hayatındakilerin, en az bir kere kullandığı Microsoft Office uygulamalarının mobil versiyonları; cep telefonlarında da rahatlıkla kullanılabilir.

**Trello:** Yapılacak işlerin organize edilmesini ve takibini sağlayan Trello uygulaması, gelecek dönem işlerini ve tamamlanan süreçleri bir arada gösteriyor. Projeleri yönetmek konusunda önemli kolaylık sağlayan bu uygulama masaüstü ve mobil cihazlarda kullanılabilir.

**Google Drive:** Dosya depolama ve düzenleme imkanı tanıyan Google Drive, Gmail hesabı olan çalışanların iş akışlarında kolaylık sağlıyor.

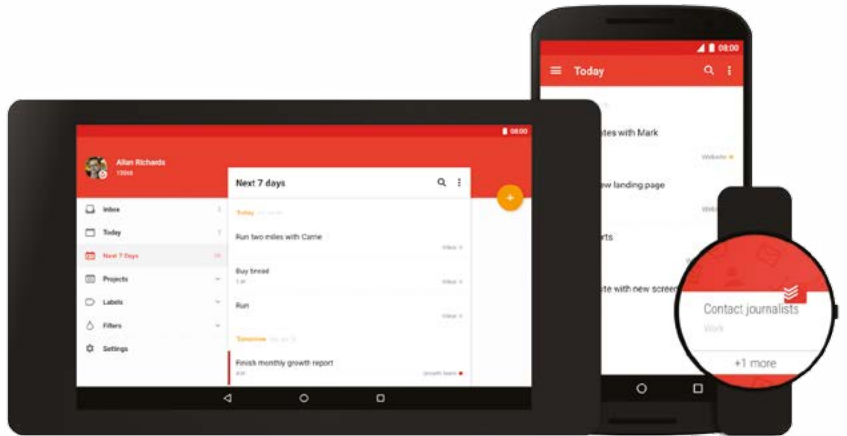
Dijital uygulamalar, iletişimin farklı ortamlarda da olursa sağlıklı bir şekilde sürdürülebilmesine olanak tanıyor.

**Slack:** Şirket içi iletişimin yönetilebildiği Slack uygulaması sayesinde görüntülü arama ve belge paylaşımı gerçekleştirilebildiği gibi tüm konuşmaların kaydı da tutulabiliyor. Uygulama mobil ve masaüstü cihazlarda rahatlıkla kullanılabilir ve Google Drive, Trello gibi diğer uygulamalarla entegre şekilde çalışabiliyor.

**Airtable:** Excel programının online bir versiyonu gibi çalışan Airtable uygulaması sayesinde oluşturulan tablolar, karmaşık ekip projelerinin yönetiminde kolaylık sağlıyor. Editoryal takvim, ürün tanıtımı, müşteri ilişkileri yönetimi gibi şablonları bulunan uygulama, veri tabanı olarak da kullanılabilir.

**Todoist:** Kişisel üretkenlik yazılımı Todoist sayesinde proje oluşturulması, görev ve etiketlerin eklenmesi, çalışmaların sınıflandırılması kolay bir hale geliyor. Uygulama iş süreçlerinin planlamasında ve var olan projelerin durumu hakkında bilgi alma noktasında fayda sağlıyor.

**Timeful:** Online takvimlerin bir arada görüntülenmesini sağlayarak üzerine görev yönetimi özelliklerinin eklenmesine olanak tanıyan Timeful, yapay zekâ ile gün içerisinde uyarılarla kullanıcıları harekete geçiriyor. Takvime eklenen ve yapılmayan işler için uyarı yollama özelliği bulunan uygulama, zaman verimliliği sağlama noktasında oldukça başarılı bir yardımcı.





# Moda bir kıyafetten çok daha fazlası

Moda bir sanattır. Bir tasarımcı tarafından üretilen ve boş bedenlere giydirilen yaratıcı bir ifade biçimidir.

**M**ODA DİĞER sanat dallarının aksine her gün temas ettiğimiz bir sanat formu. Giydiğimiz kıyafetlerden evimizi süsleyen nesnelere kadar hem güzel hem de işlevsel bir sanat. Geçmiş insanlığın tarihi ile beraber başlayan modanın sanat alanını işgal etmesi şaşırtıcı değil.

Uzun tarihinin başlangıcında estetikten öte bir faydaya hizmet eden kumaşlar ve giysiler, bugün hâlâ bu misyonunu korusa da vizyoner yaratıcıların elinde kendini yeniden keşfetmeye başladı. Tarihsel olarak nadiren resim, müzik, heykel veya mimari ile aynı seviyelere gelip, kendinden söz ettirse de moda, sanatın en saf ifadelerinden biri olarak kabul ediliyor çünkü günlük hatta anlık yaşayan bir sanat biçimi.

1920'lerde Coco Chanel, Rus balerinler için hazırladığı kostümlerde ünlü ressam Pablo Picasso ile iş birliğine gitti.

Güzel sanatlardan farklı olarak dekoratif ve uygulamalı bir sanat olan moda, her ne kadar en başından beri bu şekilde var olmamış olsa da çok uzun zamandır sanat ile iç içe yaşıyor. 1920'lerde Coco Chanel, Rus balerinler için hazırladığı kostümlerde ünlü ressam Pablo Picasso ile iş birliğine gitti. 60'larda 70'lerde yaptığı sıra dışı tasarımlarla moda dünyasının ruhuna üfleyen isimlerden ünlü tasarımcı Bill Gibb, Flaman resimlerindeki pek çok figürü ve etkiyi tasarımlarına taşıdı. 1960'lı yıllar, tasarımcı sanatçı iş birliğinin yoğun şekilde yaşandığı bir dönem oldu. Lüks moda markası Yves Saint Laurent (YSL), o dönemdeki ilhamını Hollandalı ressam Piet Mondrian'dan aldı. Mondrain'ın kalın siyah çizgiler ve



## Podyumlar dünden bugüne Salvador Dalı'nın gerçek üstü eserlerinden Richard Serra'nın heykellerine ve Andy Warhol'ün pop art'ına kadar pek çok sanat akımını ve sanatçıyı insan bedeni üzerinde canlı olarak sergiledi.

ana renklerden oluşan çalışmaları YSL'nin kumaştan tuvallerine yansıdı. Moda ve sanat arasındaki bu bağ günümüzde ise artarak devam ediyor.

Podyumlar dünden bugüne Salvador Dalı'nın gerçek üstü eserlerinden Richard Serra'nın heykellerine ve Andy Warhol'ün pop art'ına kadar pek çok sanat akımını ve sanatçıyı insan bedeni üzerinde canlı olarak sergiledi. Moda, düğümlemlerini atarken hem cesur hem de derin romantik etkiler yarattı. Sanat ve zanaat iş birliğinde sanatın oluşumuna yön veren yorumlar kazandı ve kendi akımlarını oluşturmaya başladı.

Diğer yandan modayı sadece birer trend olarak okuyanlar ise müzelerde ve sanat galerilerinde sergilenen kıyafetleri göz ardı ediyorlar. Bu sanat evleri kıyafetin bir heves olmadığını canlı kanıtı. Podyumlar, moda sanatının canlılığını ve üretkenliğini temsil ederken, müze ve galeriler ise kıyafetlerin, sanatın kültürel tarihinin bir parçası olduğunu ifade ediyor.

Sanat ve moda arasındaki ilişki simbiyotik bir ekosisteme sahip. Var olan ve içinde yaşadığımız toplumsal yaşamın ve kültürün bir ürünü. Böylece kim olduğumuz, görüp deneyimlediklerimiz birbiri ile bağlantılı ve ilişkili hale geliyor. Sanatın kavramsal anlatımlarının tüm nesnelere, mekanlara ve zamansallığa dahil olması sayesinde, her şeyi sanatın alanına dahil edebiliyoruz. Bu da bireysel ve kolektif anlatım için kıyafetleri ve modayı, kültürü ve yaşam biçimini anlatma aracı haline getiriyor ve moda sanatını bir evrenselliğe bağlıyor.

### MODA BİR SANATTIR

Modanın yüzyıllar içinde geçirdiği evrim, anlatım ve iletişim gücüne rağmen onu hâlâ bir sanat biçimi olarak görmeyenler var. Ancak bunun tersini düşünenlerin sayısı her geçen gün artıyor çünkü tezlerini güçlendirecek çok fazla önermeye sahipler.

Aksesuar ve giysiler yapmak yaratıcı insanları gerektirir; tasarımcılar da çizmeyi bilen, etrafındaki pek çok şeyden ilham alabilen, duygularını somutlaştıran kişiler. Ve söz konusu yaratıcılık olduğunda, onunla alakalı hemen her şey bir sanattır. 20 yüzyıl ile beraber, sanatçıların farklı



**Tasarımcı Jason Wu'nun eski ABD Başkanı Barack Obama'nın eşi Michelle Obama için diktığı elbise, bugün Washington'daki Smithsonian Ulusal Amerikan Tarihi Müzesi'nde sergileniyor.**

malzemeleri bir araya getirerek düşüncüleri ifade etmedeki sınırları aşmaya başlaması hem üretimin olanaklarını zenginleştirdi hem de ifade özgünlüğünü doğurdu. Sanatın herkes için bir anlam ifade etmesi gerekmiyor. Bir kumaşa kullanılacak doğru ipliği, kaplamayı, dokuyu ve baskıyı bulmak, bir tuval için uygun ortamın hangisi olacağına karar vermek gibi. Oyma aleti, fırça ve kemanın modadaki karşılığı dikiş makinesi, iğne, iplik oluyor. Sanatçıların eserlerini sergilemek için kullandığı yer müze, galeri ve vitrinlerken, modanın sunum platformu podyumlar ve mağazalar. Kaldı ki, modanın çıktılarını da müzelerde görebiliyoruz. Kültürel tarihimizin bir parçası olan kıyafetlerin dışında daha güncel olanlar da var müzelerde. Örneğin tasarımcı Jason Wu'nun eski ABD Başkanı Barack Obama'nın eşi Michelle Obama için diktığı elbise, bugün Washington'daki Smithsonian Ulusal Amerikan Tarihi Müzesi'nde sergileniyor.

Pek çokları için moda, hâlâ güzelliğin bir parçası olarak algılanıyor. Ancak moda aslında bir düşüncüyü hayata geçirme süreci, becerisini yansıtıyor. Christian Dior, Chanel, Fendi, Parada gibi dev markaların yarattığı her kıyafetin altında ayrıntılar yatıyor. Konseptten yaratılış sürecine, podyum gösterisine kadar, elbiseyi taşıyacak kişiyle ve izleyiciyle ilgilenen bir hikaye anlatılıyor. Her giysi ve koleksiyon yorumlanmaya açık, tıpkı tablolar, yapılar, müzik eserleri gibi.

Diğer yandan sanatın kültürel, siyasi, çevresel ve toplumsal durum ya da kaygılara kayıtsız kalmama gibi bir işlevi bulunuyor. Son yıllarda bunun en fazla yansıma bulduğu alanlardan biri de çevresel sorunlar, özellikle de iklim değişikliği meselesi. Günümüzde çevresel sorunları ve kirliliği gündemine en fazla taşıyan alanlardan biri moda oldu. Sahnede plastikten yapılmış kıyafetlerden atıklardan üretilmiş giysilere, çevresel mesajlar taşıyan kostümlerden ambalajlardan üretilmiş elbiselere kadar çevre meseleleri hakkında farkındalık yaratan pek çok şov yapıldı. Birçok tasarımcı koleksiyonlarında buna değindi. Sahnede gördüğümüz, çöpten alınmış giysiyi üzerine geçirmiş bir manken gibi gelebilir ancak dikkatlice bakıldığında mesajın netliğini anlarsınız.

Moda genişlettiği evreni ile son yıllarda mağazaların ve podyumların dışına taşıdı. Sadece müzeler ve galeriler değil; sokaklar, parklar, gemiler ve ilham verebilecek, modanın dünyası içinde eritilebilecek her alan koleksiyonları, kıyafetleri ve modayla bütünlük fikirleri sergileme alanı oldu.

#### **MODA KENDİNİ İFADE ETME BİÇİMİDİR**

Modanın bir sanat biçimi olduğunu kanıtlayan en önemli unsurlardan biri de iletişim ve ifade etme yöntemi.







Bu, aslında tam da modanın uzmanlık alanlarından biri. Bugün genel kanı olarak, ne giydiğinizi seçmek kendinizi anlatmanın bir yöntemi.

Modayı diğer sanat dallarından ayıran önemli başlıklardan biri, tamamlanması için bir kişiye ihtiyaç duyması. Moda onu enkarne edecek bir aktör olduğu sürece var olabiliyor. Bu açıdan da modayı bir performans sanatı olarak görmek mümkün. Üzerinize giydiğiniz, sizinle hareket eden, hareketlerle ve vücutta duruşu ile bir şeyler anlatan bir sanat. Tasarlanan kıyafeti üzerinde taşıyan kişi hem izleyici hem de tasarımcı için bir araçtır. Moda, insan sanatının ve iletişimin bir tezahürüdür. Kim olduğumuzu, kim olmak istediğimizi, nereye gittiğimizi, nasıl bir ortama dahil olacağımızı sözsüz ve sanatsal olarak anlatmamıza yardımcı olur.

Tüm sanatlar, sanatçının soluduğu enerji ve tutku ile doludur. Bir resmin, müziğin veya mimari bir yapının gücü, enerjisi vardır. Aynı şekilde düzgün dikilmiş bir elbisenin ya da tüvit bir ceketin de. Çoğu insan, yeni bir başlangıç veya değişiklik esnasında değişime önce kendinden yani görsel görünüşünden başlar, önce alışveriş yapar. Sanat, sadece görsel bakış açımızın değil, ruh dünyamızın da bir parçasıdır; mutluluğumuzu, üzüntülerimizi de kapsar.

Bazen bir kitaptan, tablodan veya şarkıdan yazıldığı, çizildiği döneme dair önemli ipuçları alırız. Sanat kendi zamansallığı ve mekansallığı içinde oluşarak zamansızlaşır ve paha biçilemez hale gelir. Bu değerleri modanın da sağladığını inkar etmek çok zor. 1770'li yıllarda Fransız Kraliçesi Marie Antoinette'nin saçlarına taktığı tavus kuşu tüyü sadece onun tarzına yönelik bir şey değildi,

tüm Avrupa'da var olan bir modaydı. 1920'li yıllarda kadınların pantolon giymeye başlaması, kadın giyimi adına bir devrim olmakla beraber, I. Dünya Savaşı'nın varlığında erkeklerin cephede olması sebebiyle kadınların erkek işleri için sahaya indiğini de anlatır. 1960'lı yıllar modanın üst ve orta sınıftan alt sınıfa indiği yıllar oldu. Çünkü kitle iletişimi anlamında en önemli araç olan televizyon, insanların hayatına girmeye ve insanlar küresel gelişmelerden ve trendlerden daha hızlı haberdar olmaya başladı.

Kısaca moda, sanatın hemen tüm gerekliliklerini içerdiği ve bunun ötesindeki pratiklere de sahip olduğu için bir sanat formu. Bir yandan çağdaş kültürlerdeki değişiklikleri yansıtırken diğer yandan yüzyıllardır var olan geleneksel misyonunu devam ettiriyor. İsteddiği zaman politik bir metafor kadar muhteşem veya karışık olabiliyor ancak bunun ötesinde bir ihtiyaç için var olduğunu da inkar etmiyor, durumu daha da karmaşıklaştırmıyor. Kaldı ki, kaç tane sanat eseri aynı anda hem bireysel hem de toplumsal çağrışımlar yapabiliyor?..



Moda; yaratıcılık, iletişim ve fayda üçgeninde en başarılı platform olarak dikkat çekiyor.



## Ödenmeyen SGK primleri ve kâr payı dağıtımlarının sınırlandırılması

SGK prim ödemeleri mücbir sebep ilan edilen mükellefler açısından ertelenmesi ve 2019 yılı net kârının dağıtılmasına getirilen sınırlamalar, 2020 yılının ilk geçici vergi beyannamesinin verileceği bu günlerde mükelleflerin işlemlerini yaparken dikkat etmeleri gereken iki hususu oluşturmaktadır.

➤ **COVID-19 SALGINI** nedeniyle kamu otoritesi; birçok idari, vergisel ve mali yükümlülükler ve ödevler konusunda ertelemeler yapmıştır. 2020 yılının ilk geçici vergi beyannamesinin verileceği bu günlerde mükelleflerin işlemlerini yaparken dikkat etmeleri gereken iki husus, bu ayki yazımızın konusunu oluşturmaktadır.

### **SGK PRİM ÖDEMELERİ MÜCBİR SEBEP İLAN EDİLEN MÜKELLEFLER AÇISINDAN ERTELENDİ**

Bunlardan biri mart, nisan ve mayıs 2020 aylarına ait SGK prim ödemelerinin mücbir sebep ilan edilen mükellefler açısından ertelenmesidir.

Burada dikkat edilecek husus şudur, öncelikle tüm mükellefler SGK bildirelerini süresinde vereceklerdir. Yalnız, haklarında mücbir sebep ilan edilen mükelleflerin prim ödemeleri ertelenmiştir ancak onların da bildireleri vermeleri gerekmektedir.

Peki bildirgesi verilen ancak mücbir sebep nedeniyle ödemesi ertelenen SGK primleri ne zaman ödenecektir?

Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı, 02.04.2020 tarih 51592363-010.07.01-E.5157380 sayılı Genel Yazısı ile 2020/mart, nisan ve mayıs dönemlerine ait SGK primlerinin ödemelerini, olağan beyan usul ve esaslarına göre beyan edilmek kaydıyla, altışar ay otomatik olarak ertelemiştir. (Nisan 2020 dönemine ait SGK aylık bildirelerinin verilmesi için son gün 27.05.2020'dir)

**Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı, 2020 mart, nisan ve mayıs dönemlerine ait SGK primlerinin ödemelerini, olağan beyan usul ve esaslarına göre beyan edilmek kaydıyla, altışar ay otomatik olarak ertelemiştir.**

Mükelleflerde, ödenmeyen SGK primlerinin ödenmemesinin sebebinin, kamu otoritesinin tanıdığı olduğu bir hak olması nedeniyle, acaba söz konusu SGK primleri ödenmediği halde Gelir ve Kurumlar Vergisi Kanunu yönünden gider yazılabilir mi, diye soru işareti oluşmuştur.

Öncelikle belirtmek isterim ki, ödenmeyen SGK primleri -sebebi ne olursa olsun- Kanunen Kabul Edilmeyen Gider olarak değerlendirilmelidir. Geçici vergi beyannamelerinde ekler bölümünde KKEG olarak gösterilmeli ve matraha ilave edilmelidir. Primler ödendiğinde ise, geçici vergi beyannamesinde matrah bildirimini zarar olsa dahi indirilecek indirim ve istisna bölümünün, "350 diğer indirim ve istisna" satırında gösterilerek matrahtan düşülmelidir.

Buna göre mart, nisan ve mayıs dönemlerine ait ertelenen SGK primleri; geçici vergi beyannamelerinde matrahın tespitinde gider olarak dikkate alınamayacak olup, fiilen ödendiği tarihte gider yazılabilecektir.

### **2019 YILI NET KÂRININ DAĞITILMASINA SINIR GETİRİLDİ**

Salgın hastalık nedeniyle uygulamasında değişiklik yapılan bir diğer husus da 2019 yılı net kârının dağıtılmasına sınır getirilmiş olmasıdır.

Hatırlanacağı üzere, 17 Nisan 2020 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan 7244 sayılı Kanun'un 12. maddesi ile 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'na kâr dağıtım

sınırlamasına ilişkin aşağıdaki geçici 13. madde eklenmişti.

“GEÇİCİ MADDE 13 - (1) Sermaye şirketlerinde, 30/9/2020 tarihine kadar 2019 yılı net dönem kârının yalnızca yüzde 25’ine kadarının dağıtımına karar verilebilir, geçmiş yıl kârları ve serbest yedek akçeler dağıtımına konu edilemez, genel kurulca yönetim kuruluna kâr payı avansı dağıtımına yetkisi verilemez. Devlet, il özel idaresi, belediye, köy ile diğer kamu tüzel kişilerinin ve sermayesinin yüzde ellisinden fazlası kamuya ait fonların, doğrudan veya dolaylı olarak sermayesinin yüzde ellisinden fazlasına sahip olduğu şirketler hakkında bu fıkra hükmü uygulanmaz. Bu fıkra belirtilen süreyi üç ay uzatmaya ve kısaltmaya Cumhurbaşkanına yetkilidir.

(2) Genel kurulca 2019 yılı hesap dönemine ilişkin kâr payı dağıtım kararı alınmış ancak henüz pay sahiplerine ödeme yapılmamışsa veya kısmi ödeme yapılmışsa, 2019 yılı net dönem kârının yüzde yirmi beşini aşan kısma ilişkin ödemeler birinci fıkra belirtilen sürenin sonuna kadar ertelenir...”

Bu defa, 17 Mayıs 2020 tarihli ve 31130 sayılı Resmi Gazete’de “6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu’nun Geçici 13. Maddesinin Uygulanmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ” yayımlanmıştır. Tebliğde yer alan sınırlama maddesine dair önemli hususlar şu şekildedir:

#### **İÇ KAYNAKLARDAN SERMAYE ARTIRIMI YAPILMASI**

Tebliğde, kâr payı sınırlamasının, Türk Ticaret Kanunu’nun (TTK) 462. maddesi uyarınca iç kaynaklardan yapılacak sermaye artırımında uygulanmayacağı açıklanmıştır. Buna göre, esas sözleşme veya genel kurul kararıyla ayrılmış ve belirli bir amaca özgülenmemiş yedek akçeler ile kanuni yedek akçelerin serbestçe kullanılabilen kısımları ve mevzuatın bilançoya konulmasına ve sermayeye eklenmesine izin verdiği fonlar, sermayeye dönüştürülerek sermaye iç kaynaklardan artırılabilir. Diğer bir deyişle kârın sermayeye eklenecek olması halinde kar dağıtımında bir sınırlama söz konusu olmayacaktır.



**Salgın hastalık nedeniyle uygulamasında değişiklik yapılan bir diğer husus da 2019 yılı net kârının dağıtılmasına sınır getirilmiş olmasıdır ancak kârın sermayeye eklenecek olması halinde kâr dağıtımında bir sınırlama söz konusu olmayacaktır.**

#### **SERBEST YEDEK AKÇELERDEN DAĞITIM KARARI ALINMASI**

17.04.2020 tarihinden önce genel kurulca kâr payı dağıtım kararı alınmış, ancak henüz pay sahiplerine ödeme yapılmamışsa veya kısmi ödeme yapılmışsa, yüzde 25’lik sınırı aşan kısma ilişkin ödemeler ile hesap döneminde zarar edilmiş olmasına karşın serbest yedek akçelerden dağıtım kararı alınmışsa henüz ödenmemiş kısma ilişkin tüm ödemeler, 30.09.2020 tarihine kadar ertelenecektir. Ertelenen ödemelere ilişkin olarak faiz tahakkuk ettirilmeyecektir.

Nakit kâr payı dağıtım tutarı 120 bin TL’nin altında kaldığı sürece sınırlama hükümleri uygulanmayacaktır.

Türk Ticaret Kanunu’na eklenen bu madde ile ekonomik faaliyetlerin yavaşlaması, sınırların kapatılması, ekonominin hem arz hem de talep tarafında ortaya çıkan belirsizlikler sebebiyle ihtiyatlılık politikası gereği olarak, şirket kaynaklarının nakit kâr dağıtımına yapılmak suretiyle azaltılmaması, şirketlerimizin mevcut öz kaynak yapılarının korunması ve ilave finansman ihtiyacının doğmaması amaçlanmıştır.

#### **SONUÇ**

Yaşanan salgın hastalık nedeniyle tüm ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de, sürecin ekonomik ve mali hasarlarını azaltmaya yönelik onlarca tedbir alınmakta ve bu nedenle her gün yeni düzenlemeler yapılmaktadır. Gerek verilen bazı haklardan yararlanmak adına gerekse de yapılması gereken mali ve idari ödevlerin atlanmaması adına söz konusu değişiklikleri çok yakından takip etmek ve uygulamak büyük önem arz etmektedir.



## Marka Hukuku

İşletmelerin ticari varlığında büyük bir önem taşıyan “marka” kavramı marka hakkını elinde tutan kişiye markasının bir başkası tarafından kullanılmasını yasaklama gibi bazı hak ve yetkiler sağlar. Markasını TPMK’ya tescil ettiren kişi, bu tescilden doğan haklarını hukuk önünde herkese karşı ileri sürebilir.

➤ **MARKA**, bir işletmenin mal ve hizmetlerini tanıtmaya ve başka işletmelerin mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlayan her türlü işaretten oluşur. Markalara ilişkin hükümler Sınai Mülkiyet Kanunu’nda düzenlenmiş olup, bu hususa ilişkin işlemler ise Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından yürütülmektedir.

Bu makalemizde siz değerli okurlarımıza, ihracatçımız için hayati önemi haiz olan fikri mülkiyet ve Türk Marka Hukuku’ndan bahsedeceğiz.

Öncelikle belirtmek gerekirse, marka sahibi olabilmek için illa tacir olma zorunluluğu yoktur; tacir olmayan kişiler de marka oluşturabilir, tescil ettirebilir ve kullanabilir.

Marka bir ürünü tanıtmaya yarar ve o ürüne olan talepleri artırmaya çalışır. Dolayısıyla alıcının dikkatini çekebilecek işaretler seçilmeye özen gösterilir. Bu durum aslında markanın reklam fonksiyonu/işlevi olarak adlandırılır.



**Marka sahibi 10’ar yıllık dönemler halinde marka tescilini yenileyebilir. Marka koruma süresinin bitiminden itibaren altı aylık süre içerisinde yenilenmeyen bir marka hükümsüz kalır.**

### **MARKA HUKUKİ FAYDA İÇİN TPMK’YA TESCİL ETTİRİLMELİ**

Marka ile ilgili hukuki işlemlere baktığımızda ise, burada dikkat edilmesi gereken en önemli hususlar, hukuki işlemlerin yazılı olması ve marka siciline tescil edilmesidir. Zira tescil edilmediği takdirde marka üzerinde yapılmış olan bir hukuki işlem iyi niyetli bir üçüncü kişiye karşı ileri sürülemez.

Marka tescili için Türkiye’deki yetkili kurum olarak (eski adı Türk Patent Enstitüsü olan) Türk Patent Marka Kurumu’na (TPMK) başvurulur. Markanın kanunda öngörülen hak ve korumalardan yararlanabilmesi için TPMK’ya tescil edilmiş olması zorunludur. Tescilli marka sahibi Sınai Mülkiyet Kanunu’na göre özel olarak korunur. Aksi halde, tescilsiz marka sahibi ancak haksız rekabet hükümlerine göre korunmaktadır ki, bu da ispatı ve yargılaması oldukça uzun ve zor süreçlere sebep olur.

Marka sahibinin marka üzerindeki hakkı süre bakımından sınırlandırılmıştır. Bu süre başvuru tarihinden itibaren 10 yıldır. Ancak süre 10’ar yıllık dönemler halinde yenilenebilir. Marka koruma süresinin bitiminden itibaren altı aylık süre içerisinde yenilenmeyen bir marka hükümsüz kalır. Koruma süresi bittikten sonra ise başka bir işletme/kimse markanın aynı veya benzeri için iki yıl içerisinde tescil talebinde bulunursa, markanın sahibi iki yıllık süre zarfında markasını kullandığı iddiası ile tescil talebine itiraz edebilmektedir. Burada dikkatinizi çekmek istediğimiz husus, koruma süresinin “başvuru tarihinden itibaren” 10 yıl olmasıdır. Başvuru tarihi ile TPMK’nın olumlu cevabı yani tescil tarihi arasında benzerlik incelemeleri, itirazlar vb. sebeplerle 4-8 ay arasında zaman farkı olabilmektedir. Ancak, bu zaman farkı koruma süresi açısından göz önünde tutulmamakta, tescil işlemi üzerine koruma (geriye dönük olarak) başvuru tarihinden itibaren hüküm ifade etmektedir. Bu sebeple, hak kayıplarının oluşmaması için sürenin başlangıcına yani başvuru tarihine dikkat edilmelidir.

## MARKALAR REHNEDİLEBİLİR, DEVREDİLEBİLİR

Markalar da tıpkı taşınmazlar ve motorlu araçlar gibi, şahısların veya şirketlerin bir mal varlığıdır. Bunun sonucu olarak da devredilebilir, rehnedilebilir, haczedilebilir ve lisans sözleşmelerine konu edilebilir.

Marka, tescil edildiği mal veya hizmetlerin tümü ya da bir kısmı için devredilebilir. Devir sözleşmesinin geçerli olabilmesi, sürecin noter tarafından onaylanmış olmasına bağlıdır. Buna ek olarak markanın aynı anda birden fazla sahibi de olabilir. Eğer devir söz konusu olacak ise diğer hak sahipleri yani paydaşların onay hakkı vardır.

Rehinin de hem yazılı şekilde yapılması hem de tescil edilmesi gerekmektedir. Eğer bir ticari işletme üzerinde rehin kurulursa, marka da ticari işletme rehininin kapsamına kendiliğinden girmiş olur.

Yine bir mal varlığı olmasının sonucu olarak, tescilli bir marka, sahibinin borçlarından ötürü, borçlunun diğer varlıklarından bağımsız olarak haczedilebilmekte, icra yoluyla satılarak paraya çevrilebilmektedir.

Markaların lisans sözleşmelerine konu edilerek başkalarına kullanılması da mümkündür. Lisans sözleşmesinde kastettiğimiz aslında markanın kullanım hakkıdır. Lisans sözleşmeleri inhisari (münhasır/exclusive) ve basit olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

İnhisari lisans, lisans alan yani kullanımını alan kişiye tekel hakkı verir; lisans alan dışında aksi kararlaştırılmadıkça markanın sahibi bile o markayı kullanamaz. Ancak marka ile ilgili lisans sözleşmeleri aksi kararlaştırılmadıkça inhisari nitelikte değildir; basit lisans söz konusudur. Basit lisans sözleşmelerinde marka sahibi kendi markasını kullanmaya devam edebilir.

Günümüzde sıkça marka sahiplerinin karşısına çıkabilecek sorunların başında marka hakkına tecavüz gelmektedir. Marka hakkına tecavüzden kastedilen, marka sahibinin izni olmaksızın markayı taklit etmek suretiyle benzerini veya aynısını kullanmaktır. Bu durumda tecavüzün önlenmesi amacıyla men



davası açılabilir. Tecavüz öncesi durumun sağlanması için eski halin iadesi diğer adıyla ref davası açılabilir. Tecavüz oluşturan ürünler ile bu ürünlerin üretimi için kullanılan araçlara, makine vs. el konulabilir. El konulan ürünler üzerinde marka sahibi kendisine mülkiyet hakkı tanınmasını da talep edebilir. Ancak bazı durumlarda tecavüzün önlenmesi kaçınılmaz olabilmektedir. Bu durumda ürünlerin imhası istenebilmektedir. Zararların giderilmesi için maddi ya da manevi tazminata başvurmak mümkündür.

Yukarıda bahsettiğimiz davaları açmaya yetkili kişi marka sahibidir. Ancak inhisari (exclusive) lisansa sahip olan kişi de aksi kararlaştırılmadıkça bu davaları kendi adına açabilmektedir.

Basit lisansa sahip olanlar ise doğrudan dava açamazlar; önce durumu marka sahibine bildirmeliler. Lakin marka sahibi dava açmayacağını açıkça belirtir ya da tecavüzü öğrendiğinden itibaren üç ay içinde dava açmaz ise basit lisans hakkı sahibi bu süreden sonra bu davaları açabilir.

Markayı rehin alan da marka hakkına tecavüz halinde dava açabilme yetkisine sahiptir.

Son olarak marka hakkının sona ermesine de değinmek gerekir. Markalar koruma süresi dolar ve süresinde yenilenmez ise bu hak tamamen sona erer.

# Hazır giyim ihracatı

## 2020 OCAK - MAYIS DÖNEMİ İHRACATI



Ocak-Mayıs döneminde en fazla ihracat yapılan ilk on ülke içerisinde korona virüs nedeniyle %3,9 ile %38 arasında değişen oranlarda azalmalar oldu.

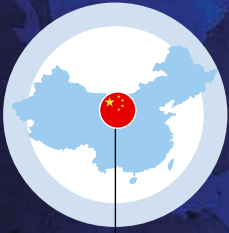


Ocak-Mayıs döneminde Çin Halk Cumhuriyeti'ne ihracat, %59 artışla 52,9 milyon dolara yükseldi.

## ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Çin  
%59

Ocak-Mayıs döneminde ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke %59 ile Çin olurken, Kırgızistan'a ihracat %17, Finlandiya'ya ise %5,4 arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2020 OCAK - MAYIS DÖNEMİ İHRACATI

Almanya  
1,1 milyar \$

İspanya  
614,8 milyon \$

İsrail  
132,8 milyon \$

ABD  
226,7 milyon \$

Fransa  
273 milyon \$

İngiltere  
517 milyon \$

Hollanda  
419,5 milyon \$

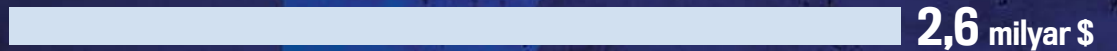
Irak  
198,4 milyon \$

İtalya  
202 milyon \$

Suudi Arabistan  
123 milyon \$

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

ÖRME GİYİM VE AKSESUARLARI



DOKUMA GİYİM VE AKSESUARLARI



DİĞER HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ



# Tekstil ve ham maddeleri ihracatı

2020 OCAK - MAYIS  
DÖNEMİ İHRACATI

3,3  
milyar  
dolar



Teknik tekstil materyalinden hazır giyim ihracatı, Ocak-Mayıs döneminde %2130 artarak 171 milyon dolar oldu.

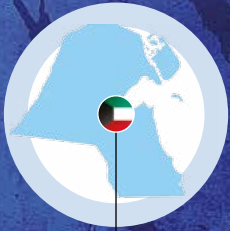


Dokusuz yüzeyler ihracatı Ocak-Mayıs döneminde % 8,5 artarak 282 milyon dolara ulaştı.

ÜLKE  
İHRACATINDAKİ  
PAYI

%5,4

İHRACATIN EN FAZLA  
ARTTIĞI ÜLKE



Kuveyt

%86

Ocak-Mayıs döneminde ilk 50 ülke içinde tekstil ve ham maddeleri ihracatının en çok arttığı ülke %86 ile Kuveyt olurken, Azerbaycan'a ihracat %65, Çin'e ise %45,9 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2020 OCAK - MAYIS  
DÖNEMİ İHRACATI

İtalya  
260  
milyon \$

Hollanda  
123,5  
milyon \$

İspanya  
141  
milyon \$

Bulgaristan  
118,8  
milyon \$

İngiltere  
199,5  
milyon \$

Almanya  
313  
milyon \$

Polonya  
109,8  
milyon \$

Romanya  
94,6  
milyon \$

Belçika  
105  
milyon \$

Fransa  
92,7  
milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN  
GRUPLARININ  
2020 OCAK -  
MAYIS DÖNEMİ  
İHRACATI

TEKNİK TEKSTİL

878 milyon \$

DOKUMA KUMAŞLAR

673 milyon \$

EV TEKSTİLİ

567 milyon \$

İPLİK

558 milyon \$

# Deri ve deri mamulleri ihracatı

## 2020 OCAK - MAYIS DÖNEMİ İHRACATI



Ocak-Mayıs döneminde ilk 20 ülke arasında Sudan'a ihracat %10,8, Hollanda'ya %3,2 arttı.



Ocak-Mayıs döneminde ham deri ve ham kürk ihracatında %117,6 artış görüldü.

## TOPLAM İHRACATTAKİ PAYI



## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Nijerya

**%49,4**

Ocak-Mayıs döneminde ilk 50 ülke arasında ihracatın en çok arttığı ülke %49,4 ile Nijerya olurken, Çekya'ya ihracat %19,9, Avustralya'ya ihracat ise %11,8 arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2020 OCAK - MAYIS DÖNEMİ İHRACATI

**Rusya**  
45,8  
milyon \$

**Almanya**  
44,5  
milyon \$

**Romanya**  
18,5  
milyon \$

**Irak**  
29,7  
milyon \$

**İtalya**  
34,6  
milyon \$

**İspanya**  
24  
milyon \$

**İngiltere**  
16,5  
milyon \$

**Fransa**  
15,9  
milyon \$

**Suudi Arabistan**  
15  
milyon \$

**Hollanda**  
16,6  
milyon \$

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

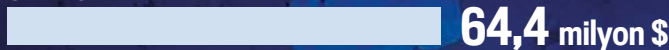
AYAKKABI



YARI İŞLENMİŞ / BİTMİŞ DERİ VE KÜRK



SARACİYE



DERİ VE KÜRKTE GİYİM EŞYALARI





# Halı ihracatı

## 2020 OCAK - MAYIS DÖNEMİ İHRACATI



Halı ihracatımızın sanayi ürünleri ihracatı içerisindeki payı 2020 Ocak-Mayıs döneminde %2,5'e yükseldi.



Ocak-Mayıs döneminde el halısı ihracatı %30,5, makine halısı % 16,9, tüfte halı ise %25,4 oranında düştü.

## TOPLAM İHRACATTAKİ PAYI



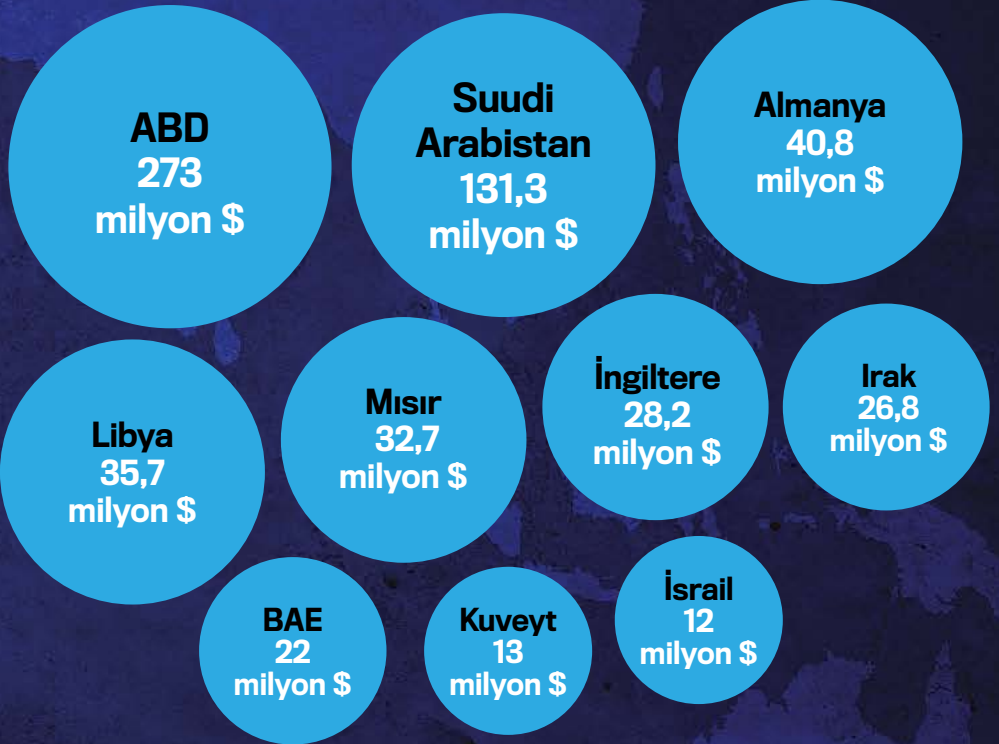
## İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Moritanya  
**%146,7**

Ocak-Mayıs döneminde ilk 50 ülke içinde halı ihracatının en çok arttığı ülke %146,7 ile Moritanya olurken, Malezya'ya ihracat %54,2, Sudan'a ise %49 arttı.

## ÜLKELERE GÖRE 2020 OCAK - MAYIS DÖNEMİ İHRACATI



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

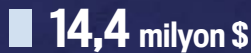
MAKİNE HALILARI



TÜFTE HALILARI



EL HALISI





# İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ (İTKİB)

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

## TİCARET BAKANLIĞI

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



## TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM)

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



## İHRACATÇI BİRLİKLERİ

### Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)

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

### Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB)

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

### Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)

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

### Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)

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

### Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği (BAİB)

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

### Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB)

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

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

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

### Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)

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

### Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB)

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

### Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)

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

### İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)

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

### Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB)

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

## İLGİLİ KURUMLAR

### Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)

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

### Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)

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

### Moda Tasarımcıları Derneği (MTD)

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

### Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)

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

### Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

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

### Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

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

### Osmanbey Tekstilci İş Adamları Derneği (OTİAD)

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

### Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)

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

### Türkiye Deri Sanayicileri Derneği (TDSD)

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

### İHKİB Eğitim Vakfı

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

### Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

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

### Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)

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

### Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)

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

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

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

### Saraciyeye Sanayicileri Derneği (SSD)

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

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

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

### Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD)

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

### Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)

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

### Tescilli Markalar Derneği (TMD)

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

### Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

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

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

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



## Kuzey Ren-Vestfalya'da Yeni Yatırım Fırsatları Avrupa'daki Ticaret ve Yatırım Merkeziniz

Bir bölgeyi güçlü bir ticaret ve yatırım merkezi yapan en önemli şey; ekonomik güç, altyapı ve kültürel yaşam gibi faktörlerin mükemmel etkileşimidir. Bu bakımdan Kuzey Ren-Vestfalya birçok açıdan eşsizdir. Almanya'nın bu en kalabalık nüfusa sahip olan eyaletinin size sunduğu sayısız imkân ve koşullardan faydalanın. Hangi sektör veya proje için olursa olsun, yeni fırsatlar için ideal yatırım ortamını burada bulacaksınız. Yaklaşık 20.000 yabancı şirket tercihinin metropol bölge Kuzey Ren-Vestfalya lehine kullandı. Bizimle iletişime geçin ve sizi de memnuniyetle bilgilendirelim. Bir One-Stop-Acentesi olarak yatırım projelerinizde size destek veriyoruz: [www.nrwinvest.com](http://www.nrwinvest.com)



# KMT

1996

## KOMET METAL ACCESSORIES ONe STeP AHead




Komet Metal Aksesuar San. Ve Tic. A.Ş. sürdürülebilir üretim kapsamında HOHENSTEIN belgelendirme kuruluşu tarafından yapılan denetimler sonucunda, metal aksesuar alanında STeP by OEKO-TEX belgesini dünyada ilk defa alan firma oldu.

STeP by OEKO-TEX belgesi; markalara, bayilere ve üreticilere sürdürülebilirlik konusundaki piyasa talebini başarılı şekilde karşılamak ve şeffaf bir şekilde belgelemek için hedefe yönelik bir çözüm sunmaktadır. Çevre dostu üretim proseslerinin kalıcı şekilde uygulanması, iş güvenliğinin iyileştirilmesi ve tüm üretim tesislerinde sosyal sorumluluk bilincine uygun çalışma koşullarının teşvik edilmesi amaçlanır.

Komet Metal Aksesuar San. Ve Tic. A.Ş. için sürdürülebilirliğin önemi, doğa ve çevre dostu bir üretim gerçekleştirmektir. Sürdürülebilir üretimin bütünü olarak kullanılan teknolojinin, çevrenin ve doğal kaynakların iyi tanınması gerekmektedir. Bu kapsamda Komet Metal Aksesuar San. Ve Tic. A.Ş. günümüzde müşterilerinden gelen talepler doğrultusunda üretimde kimyasalların sorumlu kullanımıyla, yüksek kalitede, çevre dostu ve sosyal sorumluluk bilincinde ürünlerini ortaya koymaktadır.

 @kometmetal

 komet@kometmetal.com.tr

**OEKO-TEX®**  
INSPIRING CONFIDENCE

**STeP**



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