

10LAR

Yeniğün

Kasım 2021

İhracat Sayısı

YENİ YÜZYILIN KAHRAMANLARI

2000'li yılların başında başlayan ve son yıllarda derinleşen ekonomi savaşlarında Türkiye de boy göstermeye başladı. Pandemi döneminde sanayideki çarkları durdurmayarak global pazarda dikkat çekmeyi başaran üreticiler, yaptıkları ihracatla adeta kahraman oluyor.



Damakta İz Bırakan Lezzetler

FABRİKA - NALÇACI - OTOGAR
MEVLANA - MERAM YENİYOL



Giba
LOKUM VE ŞEKERLEME



MUTLU ANLARINIZI ÖZELLEŞTİRİN

Kişiselleştirilmiş kutularda isteğimize özel siparişler hazırlanmaktadır. Bu özel kutularla sevdiğinizizi taçlandırın

Güldüren 100

100 Mbps'ye Kadar
Akıllı Sınırsız Kablonet

- + Üst Paket
- + Altın Sinema Paketi
- + Kablo Bulut 25 Gb

İnternet'ten Başvurularınıza Özel İlk Ay Bedava

24 ay taahhüt sözünüze
İlk 12 ay
109^{,99} TL

12 ay taahhüt sözünüze
119^{,99} TL

Sonraki 12 ay
119^{,99} TL



Eğlence Dolu

25 Mbps'ye Kadar
Sınırsız Kablonet

- + Temel Paket
- + Vizioon Sinema Paketi
- + Kablo Bulut 25 Gb

İnternet'ten Başvurularınıza Özel İlk Ay Bedava

24 ay taahhüt sözünüze
İlk 12 ay

89^{,99} TL

12 ay taahhüt sözünüze

99^{,99} TL

Sonraki 12 ay
99^{,99} TL



Renklendir Hayatını

50 Mbps'ye Kadar
Akıllı Sınırsız Kablonet

- + Üst Paket
- + Vizioon Sinema Paketi
- + Kablo Bulut 25 Gb

İnternet'ten Başvurularınıza Özel İlk Ay Bedava

24 ay taahhüt sözünüze
İlk 12 ay

99^{,99} TL

12 ay taahhüt sözünüze

109^{,99} TL

Sonraki 12 ay
109^{,99} TL



Kablo
TÜRKSAT



0 850 804 4444

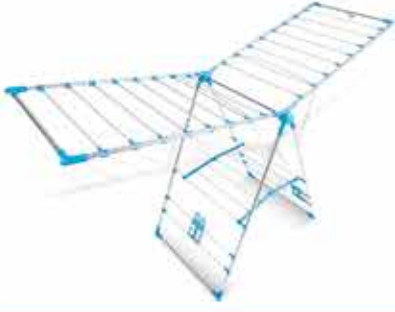
turksatkablo.com.tr



/turksatkablo

smsarayli.com.tr

Saraylı



Evde en büyük yardımcınız!

**Her zaman
elinizin altında!**



TEL: 0332 239 08 78 / FAX: 0332 239 02 36 - bilgi@smsarayli.com.tr
Konya Organize Sanayi Bölgesi T. Ziyaeddin Akbulut Caddesi No: 1942300
Selçuklu/KONYA/TÜRKİYE



444 52 39 / 444LADY

f @ saraylimadeniesya



Sağlık İçin Teknoloji...





SUMAK MAKİNE

Carpet Cleaning Machines

Sumak Makine, 2018 yılından beri Konya Büsan Organize Sanayi Bölgesi'nde, 6.000m2 alanda üretimlerini sürdürmektedir. Başta Amerika, Cezayir, Özbekistan, Fransa, Hindistan, Polonya olmak üzere bir çok ülkeye ihracat yapmaktadır.

Ürettiği otomatik halı yıkama makinesi, hav alma ve paketlenme, sıkma, çırpma, meç makineleri ile üretim ağını yeni teknolojiler ile birleştirerek hızlı bir şekilde büyümeye devam etmektedir.

Güçlü ARGE ekibi ile, her geçen gün yeni modeller tasarlayarak, kalitesini her zaman bir adım ileriye taşımaktadır.

Sektörü yakından takip ederek, hem yurt içi, hem yurt dışında ki müşterilerine sorunsuz hizmet sumaktadır.

Sumak Makine, geçmişte olduğu gibi gelecekte de yenilikçi, rekabetçi ve yaratıcı çözümler sunan yaklaşımını, içinde bulunduğu topluma karşı duyduğu sosyal sorumluluk anlayışı ile devam ettirecektir.



sumakmakine



PAYIDARTS

Payidarts olarak; 2018 yılında sanata gönül veren, sanatı farklılaştırmak için düşünen, "Sanatın Metal Hali" sloganı ile yola çıkan; genç, dinamik ekibimiz ile geniş üretim hattını kullanarak 7/24 destek ve sürekli Ar-Ge politikası ile kendine has ürün ve altyapısını hazırlayıp sürdürmektedir. Diğer sektörlerde ki geçmişimizden ilham alarak bu alanda da faaliyetlerimizi en kaliteli şekilde benimsemekteyiz.



payidarts

BİLGİ İÇİN

www.sumakgroup.com.tr



Sumak Metal, çeyrek asrı aşkın deneyimi sayesinde müşterileri sarsılmaz bir ilişki kurarak, siz müşterilerinin memnuniyeti için canla başla çalışmaktadır.

Yılda 6.000 tonluk üretim ve işleme, CE ve ISO 9001 sertifikalarıyla hizmetlerinin çapını genişleterek sektörün önde gelen kuruluşlarından biri olmak için durmaksızın çalışmaktadır. Metallerin kesimi ve şekillendirilmesi uygulamalarında da büyüyen teknolojiyi yakından takip etmekle ve tecrübeli kadrosuyla "kusursuz üretim - iş devamlılığı" prensiplerini uygulamaktadır.

Sumak Metal, siz saygın müşterilerinin acil ihtiyacı için yeterli stoğa ve hızlı dağıtım ağına sahip, güçlü bir firmadır. Sağlam, güvenilir, uygun fiyatlı lazer kesim ve yedek parçalarının en doğru adresi Sumak Metal; teknolojik ve lojistik son gelişmelere ulaşmış, geniş ürün yelpazesine sahip, çözüm odaklı bir şirkettir.



sumakmetal



Çeyrek asırlık tecrübesiyle Sumak, müşterileri ile sarsılmaz bir ilişki kurmuş ve memnuniyetiniz için canla başla çalışmaktadır. Yılda 1.000 ton üretim ve CE, ISO 9001 sertifikaları ile; Sumak, hizmet çapını genişletmiş ve hizmet kalitesini geliştirmiştir.

Sektörün liderlerinden biri olmak için durmaksızın çalışmaktadır. Talaşlı imalat ve metal şekillendirme uygulamalarında gelişen teknolojiye ayak uydurmakta, deneyimli kadrosu ile "kusursuz üretim - iş sürekliliği" ilkelerini gerçekleştirmektedir.

Siz saygıdeğer müşteriler için yeterli ürün stoğuna ve hızlı dağıtım ağına sahip olan Sumak güçlü bir firmadır. Güçlü, güvenli ve ekonomik freze makineleri ve yedek parça için en doğru adres

Sumak; son teknolojik gelişmelere ulaşmış, çeşitli ürün yelpazesine sahip ve çözüm odaklı bir firmadır.



sumakdegirmen

SEAF
DD

SERDIP

MAX: 30 TON
ATTENTION!
NE PAS SURCHARGER
NE PAS DÉPASSER LA VITESSE
NE PAS DÉPASSER LA CHARGE

MAX: 30 TON
ATTENTION!
NE PAS SURCHARGER
NE PAS DÉPASSER LA VITESSE
NE PAS DÉPASSER LA CHARGE



GROUPE
ETRHB



GROUPE
ETRHB HADDAD



ÖZFATİHLER VİNC

İŞİNİZ GÜÇSE
GÜCÜMÜZ SİZİNLE



ÖZFATİHLER olarak, vinç sektöründe verimlilik, kalite, iş ve çalışan güvenliği konularındaki standartları ile **Türkiye'nin en güvenilir şirketleri arasında yer almaktadır.**



ÖZFATİHLER VİNC

📍 Büyükkayacık Mahallesi 4.Organize
Sanayi Bölgesi 404 No'lu Sokak No: 2
Selçuklu/KONYA

🌐 www.ozfatihler.com.tr

☎ +90 332 342 57 61 - 62 - 63

📞 +90 332 342 57 55

✉ bilgi@ozfatihler.com.tr



MURAT KURUM

Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı

İKLİM DOSTU SANAYİ SİTESİNDE KONYA ÖRNEK OLACAK

İhracat; yerli sektörlerin gelişmesine, istihdam imkânlarının artmasına, emek ve zamanın daha verimli kullanılmasına katkı sağlar, verimliliği artırır, ekonomileri büyütür.

Bu anlamda, özellikle son yıllarda ülkemizin ekonomik büyüme rakamlarına baktığımızda ihracatın önemi de ortaya çıkmaktadır. Ülkemiz ihracatta, son 20 yılda büyük atılımlar yapmış, 2020 yılında pandemi koşullarına rağmen ihracatımız 169,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Yine bu yıl her ay yeni bir ihracat rekoru kırıyoruz. Bunlar ekonomik büyümenin de ihracattaki artışın da önümüzdeki aylarda devam edeceğine işaret etmektedir.

Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı olarak ihracatçılarımızın gayretini destekliyoruz. Ülkemiz sınırları içerisinde üretilen her türlü yapı malzemesinin gerek nitelik gerekse modern çağın ihtiyaçlarına uygunluğu noktasında standartları belirliyor, bu standartların takibini titizlikle yapıyoruz. Ülkemizde 250'den fazla sektörü de canlandıran yapı

sektörünün ihtiyaçlarını karşılayarak, modern çözümler üretiliyor, ihracata konu olan ürünleri birer Türkiye markası olarak dünya yapı sektörüne sunuyoruz.

Bu sayede tüm dünyada faal olarak çalışmalarını yürüten ve müteahhitlik hizmeti veren yüklenici Türk firmalarının taahhütlerini en iyi şekilde yerine getirmelerine de katkı sağlıyoruz. Ayrıca belirlediğimiz ulusal ve uluslararası standartlar çerçevesinde üretilen nitelikli yapı malzemesiyle ihracatımıza da katkı veriyoruz. Bu durum hem yurt dışı müteahhitlik hizmetlerinde hem de yapı malzemeleri ihracatında sürdürülebilirliğin sağlanması bakımından son derece önemlidir.

Elbette ki biz bununla yetinmiyoruz, bizim için asıl önemli olan ekonomik büyümenin toplumun tüm kesimlerine ulaşması ve büyümeye birlikte istihdamın da oluşmasıdır. Ancak böyle bir durumda kaliteli ve kalıcı bir büyümeden söz etmek mümkündür. İşte 2021 yılını bu açıdan çok önemli görüyoruz.

Sayın Cumhurbaşkanımızın liderliğinde devletimiz;



her zaman ihracatçımızın yanında oldu. İhracatımızın geçen yıl belirlenen hedefin üzerinde gerçekleşmesi de bunun en güzel örneğidir. Devletimiz; firmaların ihracata yönelik faaliyetlerini üretim, pazarlama ve tanıtım aşamalarında destekleyerek rekabet gücü kazanmalarını sağlamaktadır.

2023, 2053 ve 2071 hedeflerimize hızlı ve emin adımlarla ulaşmamız için; firmalarımızın iktisadi büyümenin ve ihracatın devamlılık kazanarak artması için Ar-Ge çalışmalarına önem vermesi, pazar araştırmalarını iyi yapması, üretimde verimliliği ve standardizasyonu sağlaması büyük önem arz etmektedir. Yine sürdürülebilir bir ihracat anlayışıyla ülkemizin dış ticaretten aldığı payı artırarak istikrarlı bir ihracat artışı sağlanmalıdır. Sürdürülebilir bir ihracatın sağlanması için de kamu özel sektör işbirliği çok önemlidir.

Bu çerçevede ülkemizin; dünya ticaretinde payı artan, katma değeri yüksek, teknolojik ürünlerin üretimine ve ihracatına yönelmesi ve politikalarını bu yönde belirlemesi gerekiyor.

Tabii bunun yanı sıra Konya'mızda da Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı olarak, tüm altyapı ve üst yapıdan projelerinde her açıdan her zaman sanayicilerimizin ve iş insanlarımızın yanında olduk, olmaya da devam edeceğiz.

"Yeni Sanayi Alanlarıyla Büyük Türkiye" hedefiyle çalışmalarımızı aralıksız sürdürüyoruz. Bugün; Ankara, Trabzon, Uşak, Aksaray, Diyarbakır ve Kayseri'de eski sanayi sitelerimizi yeni yerlerine taşıdık. Esnafımızın, vatandaşlarımızın hizmetine sunduk. Şu anda projelendirme ve inşaat aşamasında olan 26 sanayi alanımızda daha çalışmalarımız tüm hızıyla devam ediyor.

Biliyoruz ki Konya'mız; tarımıyla, hayvancılığıyla, sanayisiyle, hizmet sektörüyle ülkemizin parlayan yıldızıdır. Hatırlayacaksınız, bu yılın Şubat ayında Konya'mıza yakışmayan, silüetini bozan ve şehrin içinde kalan Eski Sanayi ve Karatay Sanayi sitelerimizin taşınması için çalışmalarımızı başlattık ve temellerimizi attık.

TOKİ Başkanlığımız eliyle 2 milyon 80 bin m²'lik alanda yaptığımız Konya Yeni Sanayi Sitemizde tam 2.690 sanayi dükkanımız olacak. Bununla beraber, içerisinde oteliyle, lokantasıyla, kuaförüyle, marketiyle, kafeleriyle 134 ticari alan bulunacak. İnşallah sanayicimiz, esnafımız, daha güvenli, daha huzurlu, daha sıcak, daha temiz bir ortamda çalışma imkânına kavuşacak. İnşallah bittiğinde burası bir sanayi sitesinden çok; bir sanayi kompleksi olacak, yeni bir yaşam alanı olacak.



Yeni Konya Sanayi Sitemizi; **"İklim Dostu Sanayi Dönüşümü"** ilkesiyle inşa ediyoruz. İnşallah bundan sonra bütün dönüşümlerimizi de **"İklim Dostu Dönüşüm"** başlığı altında gerçekleştireceğiz. Sanayi alanlarının **iklim dostu uygulamalarla Yeşil Sanayiye dönüştürülmesi, Yeşil Kalkınma yolunda** şehrimiz için, ülkemiz için sayısız faydalar sağlayacak.

Tüm yeni sanayi alanlarımızda; güneş panelleri yer alacak, atık getirme merkezi olacak. Atık sularını arıtan, kendi elektriğini üreten, atık yağını toplayan, yeşil etiket sahibi tesisler olacak. Şehirlerdeki karbon gazı üretim miktarı azalacak. İnsan sağlığı açısından; sanayicilerimize, daha sağlıklı, çevreye saygılı, iklim dostu bir çalışma ortamı sunmuş olacağız.

Katma değeri yüksek ürünler üreteceğiz, çevremizi koruyacağız. Yüzbinlerce aracı şehir merkezinden uzaklaştırıp trafik yüküne, hava ve gürültü kirliliğine son vereceğiz. Modern altyapı ve arıtma tesisleriyle de hiçbir atığın doğayı kirletmesine izin vermeyeceğiz. Esnafımızın iklim dostu, çevre dostu üretimlerini; ülkemizi küresel rekabette daha üst sıralara taşıyacak stratejik bir hamle olarak görüyoruz. On binlerce kardeşimize istihdam sağlayacağız.

Yaptığımız bu sanayi sitemiz de Türkiye'de İklim Dostu Sanayi Sitelerinin ilk örneği olacak. Burada her aşamasında **Sıfır Atık Sanayi** uygulamalarını hayata geçireceğiz.

Türkiye'de ilk kez bir sanayi sitesi sıfır atığa tam uyumlu olarak inşa ediliyor. Konya Sıfır Atık Sanayi Sitemizin içerisine sıfır atık merkezimizi kuracağız. Atıklarımızı ayracağız. Kendi kendine yetebilen, kendi elektriğini üretebilen, atık yağların toplandığı, yağmur sularının depolandığı bir sanayi tesisi haline getireceğiz. Yine bu sanayi sitemizi endüstriyel ortaklığa ve döngüsel ekonomiye uygun yaparak; daha etkili, daha tasarruflu, daha verimli hale getiriyoruz.

Tabii sanayi sitemizin yanı sıra Kayacık Lojistik Merkezi'miz de şehrin ekonomisine çok büyük katkılar sağlayacak. Açtığımız Buğday Pazarı, Konya'mızın tarımına, ticaretine yeni kapılar aralayacak. Ülkemizin tahıl ambarı olan Konya, tarımsal sanayide de ülkemizin lokomotifi konumundadır. Bu anlamda şehrimizde, geniş bir üretim yapılmaktadır. Bu durum da Konya'mızın ekonomisini canlı tutmaktadır. Biz Konya'mızı, iş dünyamızı geleceğe ne kadar hazırlarsak ülke olarak hedeflerimize o kadar çabuk varırız. İnşallah bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da esnafımızın, sanayicimizin, iş insanlarımızın taleplerini yerine getirecek, yanında olmaya devam edeceğiz.



SELÇUKLU'NUN BAŞKENTİNDEN TÜM DÜNYA'YA...



LÜTFİ TAKAVCI



Konya Fabrika & Merkez Ofis

Biriketçiler Sanayi Sitesi Umurlu Sokak
No : 19 Karatay / KONYA

Ph: +90 332 355 81 10 - Fax : +90 332 355 82 50
Email: export@takavcimarble.com

Beyşehir Fabrika

Organize Sanayi Bölgesi 5. Cadde No:1
Beyşehir / KONYA

Ph: +90 332 514 81 10 - Fax : +90 332 514 82 50
Email: info@takavcimarble.com

proplenty®
we protect while feeding

Yeni Nesil Bitki Besleme Ürünleri

New Generation
Plant Nutrition Products



POWERED BY



zero loss
Technology

FROST GUARD



takavcı
TARIM A.Ş.

Bayavşar Mah. 41952 Sok.
Takavcı Mermer Sit.
No: 1/3 Beyşehir/KONYA

TEL : 0 (332) 514 81 10
FAX : 0 (332) 514 82 50
info@proplenty.com

www.proplenty.com





FAHRİ ALTINOK

10LAR Dergisi Genel Koordinatörü

KONYA SANAYİSİ KABUĞUNA SIĞMIYOR

Konya, 48.000'den fazla KOBİ'ye ev sahipliği yapan bir KOBİ Başkentidir. Önde gelen gelişmiş sektörleri; makine imalatı, otomotiv yan sanayi, ana metal, tarım alet ve makineleri imalatı, gıda sanayi, ayakkabıcılık, araç üstü ekipmanlarıdır. Tarımsal makine ve ekipman üretiminde Türkiye lideridir. Metal işlemede Türkiye pazarının yüzde 45'ine hâkimdir. Araç üstü ekipmanda Türkiye pazarının yüzde 70'ine sahiptir. Konya ihracatı 36 ilin toplam ihracat rakamından fazladır. Konya 160'tan fazla ülkeye ihracat yapmaktadır. Konya 2.700'den fazla kayıtlı ihracatçıya sahiptir. İmalat sanayi ihracatının toplam ihracat içerisindeki payı yüzde 96'dır. Konya sanayisi 2021'in ilk 10 ayında 2.445 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. Konya sanayisinin ihracatta hedefi 2021'in tamamında Türkiye ihracatından yüzde 1,5 pay alarak 3 milyar dolar ihracat rakamına ulaşmayı öngörülmekte. Türkiye yılsonuna kadar ihracatta hedefi 220 milyar dolar. Konya'nın hedefi ise 3 Milyar dolar. Bu rakamı Konya sanayicisi 10 Milyar dolar kadar çıkaracak bilgi birikimine ve tecrübeye sahip. Bu rakam da Konyalı sanayici kolaylıklar çıkar ve çıkmalı da. Konya sanayisi başta sektörlerindeki başarılının yanı sıra ihracattaki başarısı ile kabuğuna sığmıyor. Özellikle Konya sanayisinde bulunan köklü firmaların genç jenerasyonları da bu başarının yakalanmasında büyük katkı sağlıyor. Konya sanayisi hızla büyümeye devam ederken

Konyalı sanayici yatırım yapacak alan konusunda da sıkıntı çekiyor. Konyalı sanayicinin bu üretme aşkına, ülke ve Konya ekonomisine katkısına karşı Konya'nın evladı Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı Murat Kurum ile Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank'ın yeni alanlar oluşturulması konusunda Konyalı sanayicilere de gerekli kolaylığı sağlayacağına yürekten inanıyoruz. Konya sanayisinin başarısı Türkiye'nin Lider Uluslararası Otomotiv Endüstrisi Fuarı olarak gösterilen Automechanika İstanbul Fuarında Konyalı firmalara olan ilgiden bir kez daha görmüş olduk. Bu durum da bizleri ayrıca umutlandırdı. Konya sanayisi ve sanayicisi en iyi üretiyor, dünya pazarında da Konya sanayisine ilgi artıyor. Konya sanayisi pek çok alanda büyüyor bu da Konya'nın 10 15 yıl içerisinde Türkiye ihracatında ilk 5'i zorlayacağını gösteriyor. Yine sanayicilerimizin en büyük sorunlarından olan konteyner sorununun çözülmesi gerekiyor. Yine Konya Ticaret Odası, Konya Sanayi Odası ve bu odalarımızın komiteleri aktif olarak çalışmalı. Özellikle devletimiz ham madde ile sorunlarının çözümü konusunda üreticilerin önü açılmalı. Yine özellikle sanayicilerin en büyük sorunu olan personel konusunda da çalışmalar yapılmalı. Sanayi de nitelikli personel konusu acilen çözülmeli. Üretim, kalkınmaya ve istihdama verdikleri desteklerden ötürü Konyalı sanayicileri tebrik ediyor, başarıların devamını diliyorum...



YENİ BİR ÇAĞIN ÖNCÜSÜ. TAMAMEN ELEKTRİKLİ YENİ BMW iX.



#joyelectrified

Elektromobilite için tasarlanan yepyeni bir vizyon.
Yeni BMW iX olağanüstü tasarım çizgileri ve
geleceğin teknolojileriyle yeni bir çağa hazır.

Köprülü Oto Borusan Otomotiv Yetkili Satıcısı ve Yetkili Servisi
Ankara Cad. No: 172 Karatay - Konya Tel: (0332) 342 33 33
www.koprulu.com.tr



ABDULLAH AKİF SOLAK

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

KURUMSALLIK VE MARKA SORUNU!

Türkiye, dünyada büyüyen ekonomiler içerisinde dikkat çeken bir yere sahip. Özellikle dünyayı etkisi altına alan pandemi sürecinde ekonomik dengeler değişti.

Dünya pazarında büyük bir ağırlığı olan Çin, pandeminin kaynağı olması nedeniyle zorunlu kısıtlamalara maruz kaldı.

Bu durum, Çin'deki üretim kapasitelerinde azalmasına yol açtı. Diğer yandan, ABD ve Çin ikilisinin başı çektiği bloklar arası ekonomik çatışma da devreye girince, Çin'in dünya üzerindeki ticari mekanizmaları zarar gördü.

Bu durumu değerlendirmek isteye ülkemiz, pandemi döneminde çarkları durdurmayarak, ihracat odaklı bir büyüme stratejisi geliştirdi.

Bu konuda da epey yol katettik diyebilirim.

Hatta 2 yıldır yaşanan pandemi sürecinde sokağa çıkma kısıtlamalarıyla birçok küçük ve orta ölçekli esnafın kepenk kapatmak zorunda kalmasının sonucu olarak, ekonomideki tahribat yıkıcı olmadı.

Bunun en büyük nedeni sanayideki çarkları dönmesi ve firmaların ihracata odaklanması oldu.

Ortaya çıkan bu tablo, Türkiye'deki ihracat yapmayan firmaların bile birçoğunun ihracata yönelmesini sağladı.

Baktığımız zaman Konya'da ilk kez ihracat yapmaya başlayan pekçok firma dahi son 2 yılda büyük yol katetti. Bazı üreticiler bu durumu **"30 yılda gelebileceğimiz noktaya 2 yılda geldik"** diye özetliyor.

İhracat yapmak elbette çok önemli. İhracat yapan firma, kendini daha çok geliştiriyor, kapasitesini artırıyor, istihdama olan katkısını büyütüyor. Bu anlamda tüm üreticilerimizin ihracata yönelmesi günümüz dünyasında artık bir zorunluluk haline dönüştü.

Konya bu noktada güzel bir sınav veriyor. İhracat rekorlarına her ay, her yıl yenilerini ekliyor. Bu yılın sonunda da 3 milyar dolar gibi bir rekora imza atması bekleniyor.

Konya'nın sanayi altyapısının oldukça güçlü olması

ve sanayi üretimindeki çeşitlilik, bu rakamların kısa sürede daha da yukarı çıkmasında en büyük avantaj olarak görülüyor.

Fakat Konya'nın hala tam manasıyla çözemediği 2 temel unsur var: **Markalaşma, kurumsallaşma.**

Birbiriyle doğrudan bağlantılı olan bu iki önemli unsur, maalesef Konyalı üreticinin her zaman dilinde olmasının yanında, bir türlü uygulayamadığı iki temel konu olarak dikkat çekiyor.

Konya Sanayi Odası, Konya Ticaret Odası hatta üniversiteler bu konuda çalışmalar yürütüyor. Ancak, bu iki temel unsurun önemini hala kavrayamayan **"dev"** diyebileceğimiz üreticiler var.

Bakıyorsunuz; 50 bin metrekare alanda üretim yapıyor, 50'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyor, şirket aile işletmesi, bir genel müdürü var ama kurumsallık sıfır! **Bakkal dükkanı mantığından bir türlü sıyrılamıyoruz.**

Şirkete alınan Genel Müdürler, Üretim Müdürleri veya farklı sıfatlardaki yöneticiler, şirketin sahibinin aynadaki görüntüsü olmaktan öteye gidemiyorlar.

Yetkisiz ve etkisiz duruma gelen bu yöneticiler de zaten ya rahatsız olup kurumsal yerlere kaçıyorlar ya da mesleki körleşmeye maruz kalıyorlar.

Firmalarımız kurumsallaşmayı sağlayamadığı için, markalaşmayı da beceremiyorlar. Çünkü markalaşma süreci profesyonel bir destekle sağlanabilir. **Ama kurumsal olmayan bir mantıkla yönetilen firmanın yetkisiz ve etkisiz yöneticileri bu konuda müdahale edemiyorlar.**

Dolayısı ile firmalarımız, alanında dünyanın belki de en iyi, en kaliteli üreticisi de olsa, dünya devi markaların fason üreticisi olmaktan öteye gidemiyorlar... **Bu yaklaşımla adeta emeğimizi çöpe atıyoruz...**

Herkesçe bilinen bu sorunun artık ciddi manada çözülmesi için bir şeyler yapılması gerekiyor. Konya sanayisi bu kadar büyümüşken, bu kadar büyük ihracat potansiyelini barındırırken, global ekonomide büyük önem arz eden bu 2 temel unsurun çözülememiş olması, Konya'nın büyük kaybı olur. İnşallah bu konuya daha fazla önem veririz de, şehrimiz daha iyi bir noktaya gelir. Saygı, sevgi ve selamlarımla...

önce insan sağlığı



İslam dininde helal olarak
Helal Gıda Kurumları, İstanbul - TR
www.helalgida.com.tr



GÖNÜL RAHATLIĞIYLA TÜKETEBİLİRSİNİZ!

Sağlığınızı ve çocuklarınızın gelişimini olumsuz etkileyecek
hiçbir ürün ve katkı maddesi kullanmıyoruz.

444 4 922 | www.ekremcoskundoner.com.tr |

TÜRKİYE GENELİ

250 ŞUBE

K'ARCHER

makes a difference

HER ZAMAN VE HER YERDE MAKSİMUM GÜÇ.

Çok amaçlı ve uzman makinelerimiz her tür temizlik görevini çok ekonomik ve zamandan tasarruf ederek yerine getirir.



www.vektortemizlik.com.tr | 444 5 760

Fevzi Çakmak Mah. Med Cezir Cad. No:8/E (Büsan KTM Blokları) Karatay/KONYA

Vektör
KİMYA

KONYA - AKSARAY - KARAMAN - AFYON
YETKİLİ BAYİ VE SERVİSİ



Excellent Milling Properties...

Latest technology, Most efficiency...
Son teknoloji, En yüksek verimlilik...



We've served 70 countries with more than 360 turnkey projects for 30 years with our knowledge. Now, with our newest technology and advanced innovation policy, we have established ourselves a new vantage point to achieve more and to provide the miracle of labor to the whole world.

30 yıllık tecrübemizle 70 ülkede 360'tan fazla anahtar teslim projeye imza attık. Şimdi, en yeni teknolojimiz ve gelişmiş inovasyon politikamızla, daha fazlasını başarmak ve tüm dünyaya emeğin mucizesini yaşatmak için durmadan üretmeye devam ediyoruz.

www.gmachmilling.com [in Gmach](https://www.linkedin.com/company/gmach) [f /gmachmilling](https://www.facebook.com/gmachmilling) [t /gmachmilling](https://www.twitter.com/gmachmilling) [@ /gmachmilling](https://www.instagram.com/gmachmilling)

Genc Degirmen
MILLING MACHINERY



UĞUR İBRAHİM ALTAY
Konya Büyükşehir Belediye Başkanı

SANAYİ VE TEKNOLOJİ MERKEZİ KONYA

Ülkemiz üretim ve ihracatına giderek artan bir hızla ile devam ediyor. İhracat rakamlarında son 20 yılda geldiğimiz nokta hepimiz için gurur verici.

Bizler de tarım, ticaret ve sanayi üssü olan Konya'mızda Büyük Türkiye'nin gücüne güç katmak için sanayicilerimizle, esnafımızla, işçilerimizle, çiftçilerimizle ve tüm paydaşlarla birlikte yoğun bir şekilde çalışıyoruz. Modern tesislere sahip organize sanayi bölgelerimizde üretim aralıksız sürüyor. Bu yoğun üretime bağlı olarak Konya'mızın ihracat rakamları da bir önceki yıla göre büyük bir artış gösterdi.

Şehrimizde 2021 Eylül ayında, bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 26 artışla 254 milyon 354 bin dolarlık bir ihracat gerçekleştirildi. Konya bu rakamlarla birlikte Türkiye'de en çok ihracat yapan iller arasında 11. sırada yer aldı. İhracatımız 2021 Ocak - Eylül döneminde ise geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 43,8 oranında bir artış gösterdi.

Bir yıl içerisinde ihracatımızın böyle bir ivme kazanmış olmasından büyük memnuniyet duyuyoruz. Bu artış hızı bizlere Konya'nın sanayisinin ve üretim alt yapısının gücünü bir kez daha gösterdi. Gelişmemizi bu şekilde sürdürdüğümüz takdirde yakın zamanda çok daha iyi bir konumda olacağımıza yürekten inanıyorum.

Diğer yandan çağın gereklerine uygun olarak özellikle teknoloji üretimi ve savunma sanayiine de büyük önem veriyoruz. Konya Büyükşehir Belediyesi olarak bu doğrultuda 1.5 milyon metrekaarelik arsasını tahsis ettiğimiz Teknoloji Endüstri Bölgesi'nde ASELSAN Konya üretime başladı. ASELSAN Silah Sistemleri Fabrikası, yerel sanayimize destek olurken istihdamı artıracak ve şehrimize savunma sanayinin merkezi olma yolunda önemli bir katkı sağlayacak. Aynı zamanda TRtest ve TÜBİTAK da bu alanda yakın zamanda yatırımlarını gerçekleştirecek. Böylece Konya'mızı yüksek teknoloji ve savunma sanayi alanında da bir merkez haline getireceğiz.

Konya olarak Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın liderliğinde ülkemizin hedeflerine ulaşması noktasında her türlü katkıyı sağlamaya devam edeceğiz.

Allah'ın izniyle şehir olarak kenetlendiğimizde üstesinden gelemeyeceğimiz iş yok. Aynı duyguları paylaşan, aynı yolda yürüdüğümüz tüm hemşehrilerime; şehrimizin ve ülkemizin kalkınması için emek harcayan tüm sanayicilerimize, üreticilerimize ve çalışanlarına teşekkür ediyorum.

Hep birlikte el ele vererek şehrimizin hayallerini bir bir gerçekleştireceğiz.

Aile
destu
şehir

KONYA BİLİM MERKEZİ



BİLİMİ
KONYA'DA
KEŞFEDİN!

BENİM
ŞEHİRİM





MEMİŞ KÜTÜKCÜ
Konya Sanayi Odası Başkanı

KONYA, 2021 İHRACAT HEDEFİNİ AŞACAK

Konya'nın ihracattaki başarısını değerlendiren Konya Sanayi Odası (KSO) Başkanı Memiş Kütükcü, Konya'nın 2021 yılına koyduğu 2.5 milyar dolar ihracat hedefini aşarak, 3 milyar doları zorlayacağını söyledi.

Konya Sanayi Odası Başkanı Memiş Kütükcü, Konya'nın, nitelikli sanayi üretim alt yapısı, yüksek ihracat performansı, insan kaynağı gibi özellikleri ile Türkiye'nin yeni sanayi üretim merkezlerinden biri haline geldiğini söyledi. Konya sanayisinin ihracat ile büyüdüğünü aktaran Başkan Kütükcü, "Anadolu'nun en güçlü sanayi üretim merkezlerinden olan Konya, son dönemlerde ihracatta büyük bir ivme yakaladı. Bu şehrin sanayicileri, 20 yıl önce bir yılda yapılan ihracatın çok daha fazlasını, artık bir ayda gerçekleştiriyor. 2000 yılında 100 milyon dolar civarında ihracat gerçekleştiren sanayicilerimiz, bu yılın Ekim ayında 256 milyon 152 bin dolar ihracat gerçekleştirdi. Bu yılın ilk 10 ayında, yani Ocak-Ekim döneminde ise, ihracatımızı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 40,8 artırarak 2 milyar 445 milyon 125 bin dolar ihracat gerçekleştirdik. Yıl sonu hedefimiz olan 2.5 milyar dolar ihracatı aşarak 3 milyar dolar civarına ulaşacağımızı öngörüyoruz. İhracatımızdaki her yıl yakaladığımız bu başarı bize Konya sanayimizin her dönemde üretime devam ettiğini, tüm zorluklara rağmen üretimden vazgeçilmediğini çok net bir şekilde gösteriyor" dedi.

10 ayda 2 bin 805 firma ihracat yaptı

Konya'nın hemen her sektörde iddialı firmaları bulunduğu ve Konyalı sanayicilerin ürünlerinin dünyanın her yerinde kullanıldığına dikkat çeken Kütükcü, "Konya'da ihracat gerçekleştiren firma sayımız her geçen gün artmaya devam ediyor. Bu yılın ilk 10 aylık döneminde ihracatçı firma sayımız 2 bin 805'e ulaştı. Konyalı ihracatçılarımız, dünyanın 180'den fazla ülkesine ihracat gerçekleştirir hale geldi. Bu yılın 10 aylık döneminde ihracatımızın ilk 4 sırasında,

makine ve aksamları sektörü 517 milyon 986 bin dolar, otomotiv endüstrisi 485 milyon 957 bin dolar, hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar sektörü 235 milyon 743 bin dolar, savunma ve havacılık sanayi 232 milyon 151 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Sanayi sektörlerimizin hemen hepsinin ihracatında artış kaydettik" şeklinde konuştu.

Konyalı sanayicilerin üretimde orta-yüksek teknolojiye odaklandığına dikkat çeken Kütükcü, "Konya'nın üretiminin yüzde 46,5'i orta-yüksek teknoloji, yüzde 32,33'ü orta-düşük teknoloji ve yüzde 19,87'si düşük teknoloji içeriyor. Şehir olarak hızla bu orta-yüksek teknoloji üretim kabiliyetimizi, yüksek teknolojiye doğru evirerek üretimde niteliksel yeni bir dönüşüm hamlesi yapmak için çalışıyoruz. İnşallah önümüzdeki dönem şehrimizin, üretim ekosisteminin yüksek teknolojiye doğru hızla evrildiğini hep beraber göreceğiz. Bunun için biz, teknoloji üretmek isteyen tüm yatırımcıları Konya'ya davet ediyoruz" ifadelerini kullandı.

KSO, dış ticaretin gelişmesine büyük katkı veriyor

Konya Sanayi Odası'nın şehrin üretim ve dış ticaretinin gelişmesi, yeni pazarlara ulaşması için çalışmalarını devam ettirdiğini aktaran Başkan Kütükcü, şunları söyledi: "Konya Sanayi Odası olarak, en öncelikli hedeflerimizden biri, sanayicilerimizin daha fazla ihracat gerçekleştirmesini sağlamak. Bunun için de; ikili iş görüşmeleri (B2B), sektörlere yönelik hedef pazar araştırmaları, eğitimler düzenliyoruz. Pandemi döneminde dahi, bu çalışmalarımıza ara vermeden devam ettik. İkili iş görüşmelerimizi, ülke tanıtım toplantılarımızı ve eğitimlerimizi online olarak devam ettirdik. Odamız bünyesinde bulunan KSO İhracat Destek Ofisimiz ile de ihracatta yol gösterici olmaya çalışıyoruz. İhracatla ilgili sorun yaşayan ya da ilk defa ihracat yapacak olan sanayicilerimiz, İhracat Destek Ofisimiz ile irtibata geçerek, destek alabilirler."



Kuveyt Türk Avans ve Kesin İhracat Finansmanı ile

İHRACATINIZIN YANINDA!

Avans ve Kesin İhracat Finansmanı ile ihracatçı firmalar, tüm ödeme türlerinde yükleme öncesi veya sonrasında vade sonunu beklemeden tahsilatlarını peşin olarak yapabilmektedir.



KUVEYTTÜRK
SAĞLAM BANKACILIK

444 0 123

www.kuveytturk.com.tr



SELÇUK ÖZTÜRK
Konya Ticaret Odası Başkanı

İHRACATTA HEDEFLER BÜYÜK

Korona virüs salgını, Aralık 2019'da Çin'in Hubei bölgesinin başkenti olan Wuhan'da ortaya çıkıp 2020 yılını tamamen etkisi altına aldı. Tüm dünyayı etkisi altına alan salgının 2021'de de etkisinin kısmen devam ettiği öngörülmektedir. Bu salgın sebebiyle yeni dünya, yeni yaşam tarzları, farklı tüketim alanları ve kendine özel pazarlarıyla ezberlerimizi bozmuş durumdadır. Dijital dünyada yaşanan bu gelişmelerin veya çağın gerisinde kalan işletmeler, eriyip gitme tehlikesiyle karşı karşıyalar. Ön görülmesi gerekenler, dijital pazarlara kayarak, krizi fırsata çevirmeye çalışmaktadırlar.

Tüketicinin ihtiyacını karşılayabilecek her şey, dijital pazarlarda fazlasıyla mevcut durumdadır. Bir şeyler yapılmazsa, firmalarımız bu sonsuz döngü içerisinde pandemi geçinceye kadar kaybolup gitmeye veya iflasa mahkûm olacaklardır. Yani işletmelerimizi bu yeni sisteme dâhil olabilmesi için, onları diğer insanlar tarafından görünür hale getirilmesi gerekmektedir. Mantıklı ve doğru taktikler uygulanarak geniş ve kalıcı bir müşteri kitlesine ulaşabilirler.

Salgın süreci ve salgın sonrası yeni normalde üyelerimiz ekonomik kalkınmanın sağlanması ve yüksek milli gelire sahip olmanın çözümü olarak görülen ihracat, ülkemiz ve şehrimiz açısından da çok önemli bir role üstlenmiş durumdadır. İhracata dayalı kalkınma modeli benimseyen ülkemizin, uyguladığı politikalar sonucunda ve bu yolda Konya Ticaret Odası olarak da 2021 yılında da üyelerimizin ihracatlarını arttırabilmeleri için çok önemli projeler ve destekleri hayata geçirmiş durumdayız.

Bu bağlamda Konya olarak 2020 yılında salgına rağmen ihracatta Cumhuriyet tarihimizin en yüksek ihracatını gerçekleştirmiştir. Salgının ülkemizde görülmesi ve etkisini ciddi manada göstermeye başladığı aylarda ihracatımız hafif sektöre uğramıştır. Daha sonraki aylarda ve yılsonuna kadar iyi bir performans sergileyerek hem açığımızı kapattık hem de Cumhuriyet tarihimizin en fazla ihracatını gerçekleştirdik. Bu başarının sırnı başta üyelerimizin pandemiye rağmen göstermiş oldukları özverili çalışmalar ve gayretleridir. Daha sonra şehir olarak üretimde gösterdiğimiz ürün çeşitliliğimiz gelmektedir. Bu ürün çeşitliliğimiz bizlere daha fazla ülke ihracat yapma fırsatı doğurmaktadır.

Son yıllarda sanayi alanında göstermiş olduğu başarılar sayesinde Konya Türkiye'de artık bir sanayi şehri olarak anılmaktadır. Sanayinin her alanında göstermiş olduğu imalatı da ihracata yansıtarak taçlandırmaktadır. Aylık olarak gerçekleştirmiş olduğumuz ihracat rakamlarıyla aynı yıl rekorlar kırılmış ve başarılı bir yıl olarak 2020'yi tamamladık.

Konya 2020 yılında toplam 2.185.137.036,74 USD'lik ihracat gerçekleştirmiş olup bu sayede Türkiye ihracatında almış olduğu pay ile Konya en fazla ihracat yapan iller arasında % 1,40 oranla 12. sıradan 11. sıraya yükselmiştir. Türkiye ihracatını son on yılda % 15,85 oranında arttırırken Konya ihracatını % 83,35 olarak arttırmıştır.

Yıllara göre ihracatçı sayılarımıza baktığımızda ciddi maddede artış göstermektedir. Geçen yıl ihracatçı sayımız bir önceki yıla oranla 251 artarak 2.668'e yükselmiştir. Bu rakama göre en fazla ihracatçı firma bulunduran iller arasında 6. sıradayız. İhracatçı firma sayımız da son on yılda % 123,45 oranında artış sağlamıştır.

Şehir olarak ihracat ailesine katılım oranı ve yoğunluğunu ihracatımıza çok fazla yansıtmadığımız görülmektedir. Çünkü firma bakımında 6.sırada olmamıza rağmen gerçekleşen ihracat rakamı bakımında ise 11. sırada bulunmaktayız. Bu da bizlere daha fazla pazar araştırması ve daha fazla yurt dışı tanıtım yapmamız gerektiğini göstermektedir.

Konya 2020 yılında 182 ülke ve bölgeye ihracat gerçekleştirmiştir. Bunların başında Irak, ABD, Almanya, Rusya ve İtalya gibi ülkeler gelmektedir. Aynı dönemde 90 ana sektör de ihracat gerçekleştirmiştir. Bu sektörlerin başında kazanlar, makineler, motorlu kara taşıtların aksam ve parçaları ile hububat, un, nişasta, süt müstahzarları, pastacılık ürünleri gelmektedir. 2020 yılında en fazla ihracatımızın arttığı sektörler ise silahlar ve mühimmat, kazanlar, makineler ve motorlu kara taşıtların aksam ve parçaları olarak görülmektedir.

2021 yılı ilk 9 ayını değerlendirdiğimizde Konya'nın 2020 yılında yaptığı toplam ihracattan daha fazlasını yaparak yeni bir rekora imza attığını görmekteyiz. Konya 2021'in ilk 9 ayında ihracatını yüzde % 43,15 arttırarak 2 milyar 189 milyon dolar ihracat yapmıştır. Hedefimiz 2021 yılının tamamında Konya'nın ihracat payını yüzde 1,5'a yükseltmek. Aynı zamanda Konya'nın Türkiye ihracatından yüzde 3 pay alan ilk 10 ihracatçı şehir arasında yer alan bir konuma gelmesini hedefliyoruz.

Bu hedef doğrultusunda Konya Ticaret Odası olarak ihracat artışı, ihracatçı firma sayısına artışı konularında programlı olarak çalışmaya devam etmekteyiz. Oda bünyesinde hayata geçirdiğimiz listofcompany.com internet sitesi ile Konya'nın tüm ihracatçı firmalarına dünyanın dört bir köşesinden erişimi mümkün hale getirdik. Böylelikle Konya'nın sektörlerini ve ihracatçı firmalarımızın ürünlerini tüm ülkelerden ithalatçı firmalara tanıtılmasına katkı sağlıyoruz.



AMBALAJ SANATI

ENDÜSTRİYEL VE TAŞIMA AMBALAJLARINDA
İNOVATİF ÇÖZÜMLER



Her grüne 1000 ağaç
plastik ile çevreye
pozitif katkı sağladı.



ATILLA SİNACI
ASKON Konya Şube Başkanı

YENİ BİR REKOR BİZİ BEKLİYOR

Malumunuz küresel pandeminin en büyük tehdidi sağlığımız olsa da, 2 yılda dünya ticaretini de ciddi oranda etkiledi.

Büyük endüstriyel üretim merkezleri kontak kapattı, üretimler durdu. Birçok sektörde tedarik zinciri çöktü... Avrupa otomotivde, Asya ülkeleri hammadde noktasında piyasaya ürün veremedi.

Bu rüzgarın ilk koptuğu zamanlarda ülkemizin ekonomisi de sarsıntı yaşadı. Ama çok şükür 2020'nin ikinci yarısı ile birlikte hızlı bir toparlanma sürecine girdik. Birçok ülkenin bir iğne bile üretmekten çekindiği dönemde, endüstrimiz üretmeye devam etti.

Konya özelinden devam edecek olursak, pandemiye rağmen 2020 yılının ikinci çeyreğinden itibaren ihracat atağına giriştik.

Savunma sanayi, Döküm, tarım makineleri, otomotiv, tekstil, ayakkabı, gıda ürünleri, ambalaj gibi ana sektörlerde ihracat rekorları kırdık....

Şehrimiz, 2020'nin tamamında bir önceki yıla göre yüzde 8,28 artışla 2,185 milyar dolara ihracat rakamına ulaştı 2020 yılında Konya Türkiye'nin genel ihracatındaki payını ve iller sıralamasını da yükselterek yüzde 1,40 ile 11. sırada yer aldı. Tüm dünyada ekonomilerin ve ticaretin daraldığı 2020'de, her şeye rağmen ihracat artışı sağlayan ve 160 ülkeye Konya damgası vuran üreticilerimizle gurur duyuyoruz.

2021'de de çok iyi bir performans sergiliyoruz. Geçtiğimiz yıl rakamlarına ulaştık. İnşallah bu yıl yeni bir rekor bizi bekliyor...

Konya Sanayisi artık yeni bir faza geçti...

Otomotiv ve makine üretimde marka olan şehrimiz artık bir Savunma Sanayi şehri...

Ana ürün tedarikçileri ile savunma sanayide Anadolu'nun yıldızı olan şehrimiz, ASELSAN Konya Silah Sistemleri Fabrikası ile adeta taçlandı.

Bu gurur veren yatırımımız faaliyetlerine başladı ve üretim yapıyor. 800 civarı mühendis olmak üzere 1200 kişiye istihdam sağlayacak.

Emeği geçen herkese şahsım ve yönetim kurulum adına teşekkür ediyorum...

Konya'mız, hedeflenen ve hayal edilen projelerin tamamlanması ile daha da ileriye gidecektir. Mevcut çevre yolu hattının tüm etaplarının tamamlanması, yüksek hızlı tren yük hattının faaliyete geçmesi ve uluslararası bir havalimanına kavuşmasıyla daha farklı bir seviye çıkacaktır.

Hükümetimiz tarafından şehre yapılacak yatırımlar, üretme ve ihraç etme istediğini daha da tetikleyecektir. Biz işadamları olarak şehir adına yapılan her türlü yatırımın takipçisi ve destekçisi olmaya devam edeceğiz.

Sevgi
OLMADAN
Lezzet
OLMAZ

Güven, Sevgi, Afiyette...

AYDINALP UN San. ve Tic. Ltd. Şti.
Tömek Mah. Koca Yusuf Cad. No: 54
(Ankara Yolu 20. km) Selçuklu/Konya

Tel: 444 1 542 Faks: +90 332 271 32 32

aydinalp.com.tr



MUTLU YILMAZ

Dış Ticaret Uzmanı

REKABETÇİ KUR İHRACATI ARTIRIR MI?

Rekabetçi kurdan kastımız (literatürde olduğu üzere; **değerli döviz /değeri az olan yerli para**) buradan hareketle temel sav; değeri az olan bir TL, ihracat üzerinde gelirleri artıracığından, özellikle ihracata dayalı bir ekonomi modelinde bir politika aracı olduğu yönünde. Bu arada literatürde rekabetçi kur seviyesinin ne olacağı yönde bir çalışma yok.)

YAKIN TARİHTEN YOLA ÇIKARSAK

Kur savaşları kavramını duymuşsunuzdur. Ağırıklı olarak 2013 yıllarında Çin tarafından yapılan devalüasyonlar ile (rekabetçi kur politikası uygulayarak) ihracatta avantaj kazanma politikaları, ABD tarafından eleştirilmiş ve kur savaşları kavramına böylelikle küresel ölçekte şahit olmuşuk. **Sonrasında** kur savaşları Trump ile **ticaret savaşlarına** dönüşmüştü. **Son olarak da** Çin yenilgisini kabul ettiği anlaşmadan sonra Covid 19 başlamıştı. Çoğu kişi bu detayı atlıyor ama yenilgiyi kabul eden Çin, Covid 19 ile aleyhine olan anlaşmadan sonraları kimse bahsetmez oldu. Çünkü dünya ticaretinin seyri birden bambaşka bir sürece girdi. Velhasıl, zımnen **Çin kaybettiği Ticaret savaşını tekrar kazanmış oldu.**

KONUMUZA GELİRSEK

Rekabetçi kur, ülkemizde ihracatı artırır mı? Artırırsa sürekli olur mu? Bu süreçte ihracatçı kazançlı çıkarsa bunun maliyetini ülke içerisinde kimler üstlenir? Gibi sorular cevaplanması gereken önemli sorular diye düşünmekteyim. **Anlaşılan** önceleri direkt olarak ifade edilen Rekabetçi kur terimi şimdi ise zımnen devam etmekte. **Bu süreçte ise** politika uygulayıcı, **Merkez Bankası gibi gözükmekte.** Nasıl mı? Büyük marjlarla faiz indirim yapması ile. Bu yazıyı yazdığımızda en son 200 baz puanlık faiz indirimi ile dövizin yeniden şahlanışına şahit olmuşuk 9,50 olan dolar/TL yakın zamanda 10 TL seviyesine gelecek gibi gözükmekte

PEKİ REKABETÇİ KUR ÜLKEMİZE UYGUN MU?

Kesin ve kesinlikle uygun değil.

NEDEN Mİ?

Çünkü yüksek kur ile;

- Ülke ihracatının, **yüzde 70'i** ithalata dayalı ve net ihracat değerimizin **yüzde 30 ile 25** arasında olduğu düşünüldüğünde, ham madde ve yan mamulde maliyetlerin artması

- Hadi rekabetçi kur dediniz de süreç öyle eskisi gibi değil. İthalatçı senden benden ülke ekonomisini daha biliyor ve arında diyor ki; **Bir saniye** ülkende dövizin değeri arttı, ihracatçı olarak gelirin artık indirim istiyorum deyip paşa paşa indirimini de alıyor. **(Anlayacağımız eski mantık yok artık.)**

- **Enerji ithalatçısı bir ülke olduğumuzdan,** tırnak içerisinde doğalgaz ve petrol fiyatlarının ülke içerisinde artmasıyla (fabrikada doğalgaz, ülke içi nakliye de benzin veya mazot) ülkede herkes limana yakın değil. Dolayısıyla artan üretim ve

taşımacılık maliyeti varsa

- Ülkede **yüzde 45** oranlarında **ÜFE** (üretimde enflasyon) varsa
- **Tedarik zincirinin bozulması ile** Konteyner ücretlerindeki artan maliyetlerle navlun fiyatları artıyorsa
- **Belirsizlik varsa** (dolar şimdi yüksek ileride ne olacak) bir öyle bir böyle durumu varsa
- **Ayrıca** döviz kurunu tamamen kontrol edebileceğiniz bir sisteminiz yoksa devalüasyon yapamazsınız. Türkiye'de dalgalı kur rejimi uyguladığından elinde sadece FAİZ politikası ile Açık Piyasa İşlemleri kalıyor. Bu durum çok tehlikeli bir alan çünkü zamansız alınan kararlar ve riskler ile (ülke içi/dış kaynaklı/ küresel salgın/ jeopolitik riskler vb.) kur kontrol edemeyeceğiniz bir seviyeye yükseltebilir.

ŞÖYLE BİR SAV VARSA

Güzel hoş söylüyorsun ama ihracat rekor üzerine rekorlar kırıyor ona diyeceksin. **DEMEKİ** işe yanyor dersiniz.

YANLIĞINIZI HEMEN DÜZELTEYİM

Evet, ihracat her ay rekor kırıyor, ihracatta yıllık 200 milyar dolar eşiği geçildi ama sebebi yüksek kur değil.

PEKİ NEDİR?

Tedarik zincirinin küresel boyutta bozulması, konteyner bulunamaması ve fiyatları çok artan konteyner fiyatları ile yakın coğrafyamızda Avrupa ve komşu ülkelere yaptığımız ihracatta, Çin gibi ülkelere karşı rekabetçi hale gelmemizdir. Bu birincisi. Dolayısıyla rakamlar sizi yanıltmasın.

İLLAKİ RAKAMLARDAN GİDELİM DERSENİZ DE

Ortalama 1,50 olan ihracatta birim/kg fiyatının, **1 dolar seviyesine gelmesi,** rakamları artan ihracat kompozisyonunu ne kadar dramatik olduğunu bize söylemekte. Yani ihracatta rekor kırıyoruz ama çok düşük fiyatlar verdiğimiz için ihracatta geriye gitmiyoruz. Yani miktar artıyor **AMA** katma değer ve fiyatlar düşüyor anlayacağınız. Bu durum ihracat rakamlarındaki artışın sürekliliğini sorgulatan bir durum. Diğer bir ifadeyle ihracat rakamlarının yüksek olmasının sebebi **Konjonktür** ile bağlantılı

AYRICA

Sayı 100 bin adeti geçen ihracat firmalarının, yüksek kur avantajının sağladığı faydaya karşılık, **yüksek kur maliyetinin** (bu maliyet enflasyondur) **83 milyonluk nüfusunun tamamına** yüklemeye değer mi?

UNUTMAYALIM Kİ

Şu an itibarıyla ülke ekonomisindeki en büyük problem **ENFLASYONDUR.** Ülkemizde yüksek kur kadarda enflasyonu şahlandıran argüman yok denecek kadar çok az. **O HALDE BİZ NE YAPIYORUZ?**

SONUÇ: Çin ile Türkiye'nin koşulları aynı değil. Dolayısıyla **Benchmark** (kıyaslama/örnek edinme tekniği) yaparken, süreci kendi koşulları ile değerlendirip kendine özgü uyarlayacaksınız. Aksi takdirde **sonuç eşittir başarısızlıktır.**

 **blue**
ascend
hydraulics

tarımdaki
teknolojik güç



20'den fazla ülkeye ihracat yapan Zade Vital, ihracat ağını genişletmek için ise önemli çalışmalar yürütüyor. Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan Zade Vital Genel Müdürü Taha Büyükhelvacıgil, özellikle ABD pazarında önemli hedefleri olduğunu söyledi

ZADE VİTAL'İN EN BÜYÜK HEDEFİ ABD PAZARI

Konya'nın en köklü şirketlerinden biri olan Helvacızade Şirketler Grubu'nun sağlıklı yaşam markası Zade Vital, kısa sürede alanında dünyaya açılan bir marka olmayı başardı. Doğadan gelen iyiliği, sağlıklı tüm dünyayla buluşturmanın izinde ilerleyen Zade Vital, geleneksel Türk tohumlarını modernize ederek yenilikçi besin desteklerine ve sağlık ürünlerine dönüştürüyor. Ege Üniversitesi ARGEFAR iş birliğiyle, iki Ar-Ge merkezinde ülkemizin farklı bölgelerinde yetişen ve etkinlikleri bilimsel olarak kanıtlanmış tıbbi bitkilerini özgün formlarda geliştirerek katma değerli besin desteği haline getiren Zade Vital, alanında dünyanın en ileri teknolojisine sahip tesislerinde, Türkiye'de pek çok üründen doğal yağlar elde ediyor. 20'den fazla ülkeye ihracat yapan Zade Vital, ihracat ağını geliştirmek için ise önemli çalışmalar yürütüyor. Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan Zade Vital Genel Müdürü Taha Büyükhelvacıgil, özellikle ABD pazarında önemli hedefleri olduğunu söyledi.

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Yaklaşık 135 yılı geride bırakmış kurum-sallaşmış bir aile şirketinin 4. nesil üyesiyim. 1984 yılında Konya'da doğdum. Çocukluğum Konya'da geçti. Geniş ve birbirine oldukça bağlı bir ailede büyüdüm. Kendimi bu konuda çok şanslı hissediyorum, zorlukları ve mutlulukları beraber paylaşmanın çok önemli olduğuna inanıyorum. Çok küçük yaşlardan itibaren iş hayatına atıldım. Aile büyüklerimin işe karşı olan tutkusunu ve



Taha Büyükhelvacıgil

çalışkanlığı, beni 10'lu yaşlarımdan itibaren etkilemeye başlamıştı. Hem çalışıp hem de çok güzel anılar biriktirdiğim bir çocukluk dönemi yaşadım. Aynı ortamda kardeşlerim ve kuzenlerimle iç içe büyümek bizlere pek çok avantaj sağladı.

Bilkent Üniversitesi Bilgisayar Teknolojileri ve Bilişim Sistemleri Bölümü'nü bitirdikten sonra, New York'ta Manhattan Ville College'de Uluslararası Yönetim ve Sosyoloji bölümlerinde çift ana dal yaparak yüksek lisansımı tamamladım. "Global İş Planı, IMF ve Ekonomik Kriz, Gelişmiş ve Gelişime Açık Olan Ülkeler, Uluslararası Ticarette Yaşanan Problemler ve Uygulamalar, Şirket-



Mevüt Büyükhelvacıgil

lerin Gelişimi ve Finansal Analiz, Medya ve Sosyal Etkisi" gibi konuları kapsayan önemli projelerde yer aldım. Aslında eğitiminin ardından ABD'de belirli bir süre farklı sektörleri deneyimle fırsatı buldum. Bu deneyimlerin kariyerinize büyük katkıları oluyor. Küresel ölçekte bir iş deneyimi kazanarak, Türkiye'de iş yaşantınıza başlamanın pozitif bir etki yarattığına inanıyorum. ABD serüvenimin sonrasında ise ülkemeye geri dönüş yaparak, Helvacızade Şirketler Grubu'nun farklı departmanlarında aktif bir şekilde çalışmaya başladım. Grubumuzun sağlık kadını olan Zade Vital'in Genel Müdürü olarak görevimi sürdürüyorum.

Firmamız hakkında bilgi verir misiniz? Ne zamandır sektörün içerisindesiniz?

Grubumuz; gıda, besin destekleri - ilaç ve distribütörlük hizmetleri alanında faaliyet gösteriyor. Konya'da 2 Ar-Ge merkezimiz ve 4 üretim tesisimiz var. Helvacıyade Şirketler Grubu, kurumsallaşmış olan köklü bir aile şirketi... Marka hikayemiz, Zade Vital'in kuruluşundan çok önceye dayanıyor. 1989 yılından itibaren Zade markamızla bitkisel yağ sektöründe emin adımlarla ilerledik. Sonrasında ise bu alandaki uzmanlığımızı babam Dr.Mevlüt Büyükhelvacıgil'in endemik bitkilere yönelmesiyle beraber bambaşka bir yolculuğa dönüştürdük.

Tohumdan çıkan yağlar, binlerce yıldır doğanın ve bu toprakların bize sunduğu bir hediye. Anadolu'nun eşsiz coğrafyasına, tohumlarına ve çiftçilerine inanarak bilimin ve Ar-Ge ışığında 2012 yılında Zade Vital kuruldu. Markamız tamamıyla sosyal sorumluluk felsefesiyle köklendi. Doğadan gelen iyiliği, sağlıklı tüm dünyayla buluşturmanın izinde ilerliyoruz. Geleneksel Türk tohumlarını modernize ederek yenilikçi besin desteklerine ve sağlık ürünlerine dönüştürüyoruz. Ege Üniversitesi ARGEFAR iş birliğiyle, iki Ar-Ge merkezimizde ülkemizin farklı bölgelerinde yetişen ve etkinlikleri bilimsel olarak kanıtlanmış tıbbi bitkilerini özgün formlarda geliştirerek katma değerli besin desteği haline getiriyoruz. Alanında dünyanın en ileri teknolojisine sahip tesislerimizde, insan hatasından bağımsız ürettiğimiz ürünlerimizin çalışmaları sırasında dünyada ve Türkiye'de pek çok üründen doğal yağlar elde ediyoruz.

Firmamızın altyapısı hakkında bilgi verir misiniz? Kaç metrekarelik bir alanda hizmet veriyorsunuz? Kaç kişiye istihdam sağlıyorsunuz?

Zade ve Zade Vital ürünlerinin geliştirilmesi için temellerini attığımız ve tıp alimi İbn-i Sina'nın adını verdiğimiz Ar-Ge merkezimiz, Konya'da 200 bin metrekarelik alan üzerinde bulunan Zade ve Zade Vital Üretim Tesisleri içinde yer alıyor. Zade Vital bünyesinde sadece Ar-Ge çalışmalarımızla ilgilenen uzman ve mühendislerden oluşan geniş kadromuzla istihdama katkı sağlıyoruz. Ar-Ge'deki gücümüzle ürünlerimizi geliştiriyor, sıfır atık çalışmalarımızla çerçeveye dost üretimi destekliyoruz. Yüksek teknolojiye sahip cihazlarla donatılmış olan Ar-Ge Merkezi'mizin teknolojik alt yapısını ise Japonya, Hollanda, İsviçre, Almanya, Kore, İtalya ve İngiltere'den gelen cihazlarla da sektörümüze ışık tutuyoruz. Grup olarak bugün 288 çalışmamıza istihdam sağlıyoruz. Çalışanlarımızdan 157 kişi Zade Vital bünyesinde yer alırken 26 çalışmamız Ar-Ge departmanını oluşturuyor.

Sektördeki Pazar durumunuz hakkında neler söylersiniz?

Dünya Sağlık Örgütü'nün verilerine göre kullanılan farmasötik ilaçların %25'i tıbbi bitkilerden elde ediliyor. Ülkemiz, besin desteklerinde kullanılan endemik bitkiler açısından Avrupa kıtasının tamamından daha çok olduğundan dolayı bu pazarda da büyüme potansiyeli çok yüksek...



Türkiye'nin özellikle bu pazarda ilerleyen dönemlerde önünün çok açık olduğunu söyleyebilirim.

Bugün OTC pazarı dünya üzerinde 300 milyar USD büyüklüğünde bir hacme sahip. Türkiye ilaç ve tıbbi sağlık ürünleri pazarına baktığımızda ise 2020 yılında hastane ve eczanelerde değer ölçüğünde %19,9 büyüme ile 52,8 milyar TL'ye ulaşmış durumda... 2020 yılında sağlık ürünleri pazarında değerinde %80,2 artış ile 1,1 milyar TL'ye, kutuda %43,5 artışla 42,5 milyon kutuya ulaştığı söyleyebilirim. Bunun yanı sıra ülke pazarımız yüzde 22, 5'lük bir hacimle yükselişe geçerek, tarihinde ilk kez, ithal ürün pazarının üzerine çıktı. Zade Vital 2021 yılında küçülen OTC pazarında büyüme gösteren üç şirketten biridir.

İhracat noktasındaki çalışmalardan bahsedebilir misiniz? Kaç ülkeye ve hangi bölgelere ihracat yapıyorsunuz?

Ürünlerimizi ABD dahil olmak üzere 20 farklı ülkede sunuyoruz. Bu ülkeler arasında Singapur, Katar, Hollanda, Yemen, Pakistan, Bosna & Hersek, Azerbaycan, Irak, Afganistan, Almanya, Gana ve Makedonya gibi ülkeler bulunuyor. Türk tohumlarını dünyada filizlendirerek şifa taşımaya devam ediyoruz.

Özellikle ABD, Zade Vital için önemli bir pazar olarak ön plana çıkıyor. Nerdeyse tüm eyaletlerde markamızı tüketicilerle buluşturmak istiyoruz.

İhracat potansiyelini artırmak için ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?

Zade Vital'in uluslararası operasyonlarını 2017'de yılında Şikago'da kurduğumuz Zade Global Inc. ile sürdürüyoruz. Son 5 yıla baktığımızda ise Ar-Ge ve Ür-Ge yatırımlarımızın toplamı 40 milyon Euro'ya ulaştı. Gaziantep'in aspiri, Denizli'nin sarı kantaronu, Datça'nın bademi, Çeşme'nin kudret narı, Konya'nın kabak çekirdeği ve rüşeymi, Antalya'nın narı, Osmaniye'nin yer fıstığından geliştirdiğimiz doğal yağlarla sağlıklı bir yaşamı destekliyoruz. Bu değerli formülleri, küresel ölçekte de global pazarda görmek büyük bir mutluluk...

İhracat yapmak firmanız ve ülkemiz için neden önemli?

Hedeflerin başında yeni ülkelere ürünlerimizle mirasımız olan Türk tohumlarını dünya ile buluşturmak var. Tüm bu ürün ve hizmetleri göndereceğimiz yeni ülkeler de hedeflerimiz arasında bulunuyor. ABD Chicago'daki Zade Global şirketimiz ile

özellikle Amerika kıtasının tamamında etkin olmayı hedefliyoruz. Gelecek beş yıl için en önemli atağımız ABD pazarı... Yerli ve milli bir marka olarak bayrağımızı yurtdışında da dalgalandırmak dolaylı yoldan da ülke ekonomisine ve istihdamına değer sağlamak için çalışıyoruz.

İhracat yaparken yaşadığınız sorunlar var mı? Varsa bu sorunlar nasıl çözülebilir?

Üretim, kalite ve dokümantasyon gibi önemli konularda titiz ve özenli bir çalışma gerçekleştiriyoruz. Bu durum dolayısıyla ihracat süreçlerini yönetirken herhangi bir sorun yaşamamızı engelliyor. Bunun yanı sıra her bir ülkenin farklı bürokratik ve ürün ruhsatlandırma süreçleri bulunuyor. Bu anlamda da ülkeye göre pazara giriş dönemleri farklılık gösterebiliyor veya uzayabiliyor.

Pandemi döneminde ülke olarak üretimdeki çarklar hiç durmadı. Bu durum Türkiye'yi dünyada öne çıkardı. Bu konuda ne düşünüyorsunuz? Bu süreç sizi nasıl etkiledi?

Küresel salgının ardından post-covid dönemi aslında pek çok sektör için bir toparlanma dönemini temsil ediyor. Sağlık sektörü ise tüm dünyada hacmini her geçen gün genişletiyor, payını büyütüyor. Bu dönemde sağlık sektörünün de istikrarını aynı şekilde sürdüreceğini öngörüyorum. İlerleyen sürece baktığımda pandemi döneminde yaşanan tedarik zincirlerinde problemler bu dönemde artık minimize olmuş durumda... Genel olarak baktığımızda ise sağlık sektöründe bazı ürünler ağırlıklı olarak yurtdışı kaynaklı hammaddelerden üretiliyor. Bu durum hammadde tedariklerinin aksamasına neden olabiliyor. Zade Vital olarak hammaddelerimizin yüzde 65'i yerli kaynaklarımızdan oluşuyor. Bulduğumuz pazarda da küresel ölçekte yaşadığımız pandemi dönemi sürdürülebilir tarımın ve yerli kaynakların ne kadar önemli olduğunu bir kez daha bizlere hatırlattı. Özellikle bu anlamda markaların hem hammadde hem de stok konusunda oldukça önemli adımlar atacağını düşünüyorum.

Konya sanayisi hakkındaki düşünceleriniz neler? Konya'nın potansiyelini nasıl görüyorsunuz?

Geçmişte Konya medeniyetler için önemli ve bir o kadar da stratejik bir ticaret yolu olmasının yanında farklı kültürel buluşma noktasıydı. Bugün ise ülkemizin önemli ticaret merkezlerinden biri olarak her zaman ön planda ve baş sıralarda yerini alıyor. Konya bölgesini ülkemizin üretim üslerinden biri olarak tanımlayabiliriz. Şehrimizde özellikle gıda ve otomotiv konusunda da sanayileşme odağında önemli adımlar atılıyor. Şehir bakımından da ihracat ayağında aktif olmakla beraber bu hattı her geçen gün daha da genişletiyor. Tarım Konya'nın ana damarlarından birini oluşturuyor, topraklarımız mahsul üretimine oldukça elverişli... Sanayileşme açısından büyük bir potansiyele sahip olan şehrimiz özellikle turizm sektörü içinde büyük bir değeri sahipleniyor.



Hayatınızı *Kolaylaştıran* Ürünler



new
CITY

SIMPLES LIFE PRODUCTS



FCES 2015 110 333 249 90 90



www.newcity.com.tr

HEDEFİMİZ YÜZYILLARCA ÜRETİM YAPABİLEN BİR ŞİRKET OLMAK

Yaklaşık 32 yıl önce kurulan Konya Kağıt, halka arz edildi. Halk Yatırım liderliğinde güçlü bir konsorsiyumla halka arz edilen Konya Kağıt, bu sürecin ardından büyümesine hız verdi. Konya Kağıt Genel Müdürü Cemalettin Tunç Efe, "Hedefimiz 32 yıllık değil yüzyıllarca üretim yapabilen bir şirket olarak dünya standartlarında kabul görmek. Topluma mal olmuş şirketler daha uzun ömürlüdür" diyor

Konya merkezli olarak kurulan Konya Kağıt, yaklaşık 32 yıl önce bir adet 'sürekli form makinesi' ile adım attığı sektörün önemli oyuncularından biri haline geldi. Son 10 yılda 25 milyon dolarlık yatırım yapan şirket, önümüzdeki yıllarda katma değeri yüksek kağıt türleri için yatırım planlıyor.

Bu yatırımda fizibilite çalışmalarının sonuna geldiklerini söyleyen Konya Kağıt Genel Müdürü Cemalettin Tunç Efe, diğer taraftan bu yıl özellikle verimlilik ve enerji sarfiyatını azaltmaya yönelik 2 milyon Euro'luk idame yatırım planlandıklarını belirtiyor. 2021 yılını 600 milyon TL'nin üzerinde bir ciroyla kapatmayı hedefleyen şirket, önemli bir adım attı. Halka arz edilen Konya Kağıt'ın Genel Müdürü Cemalettin Tunç Efe, "Konya Kağıt, Halk Yatırım liderliğinde güçlü bir konsorsiyumla halka arz edildi. Halka açıklık oranı yüzde 20 olup 180 milyona yakın bir talep bekleniyor" diyor. Yeni yatırımlar ve halka arzla atılma hazırlanan Konya Kağıt Genel Müdürü Cemalettin Tunç Efe'yle Konya Kağıt'ın büyüme yolculuğunu ve yeni dönem hedeflerini konuştuk.

"3 ALANDA ÜRETİM YAPIYORUZ"

Konya OSB'de 3 alanda üretim yapıyor. Bunlar kağıt üretim, matbaa karton ambalaj ve defter üretim tesisleri. Ayrıca İstanbul Güneşli'de Matbaa Karton



Ambalaj Tesisleri mevcut. Muratlı Karton Tesisleri de Konya Kağıt'ın bir şubesi. Zamanla ayrı bir tüzel kişilikle karton üretimine devam etmekte olup, yüzde 49 hissesi Bera Holding A.Ş. üzerinde. Konya Kağıt, üretim tesislerinde 1'inci hamur 1'inci kalite ofset kağıt üretilmekte olup, bobin, ebat, fotokopi ürünleri olarak satılıyor. En büyük üretim kapasitesi bobin kağıt üretimine ayrılmış olup tesisimiz Türkiye yazı tabı kağıt üretiminin yüzde 25'ini karşılıyor. Kağıt üretim kapasitemiz yıllık 98 bin ton. Matbaa Karton ambalaj tesisimiz yıllık 38-40 bin ton arasında karton işleme kapasitesine sahip. Defter





üretim tesislerinin kapasitesiyle yıllık 10 bin tona ulaşıyor.

KARTON AMBALAJDA İDDİALİ

Konya Kağıt, karton ambalaj üretimiyle de öne çıkıyor. Bu alanda Konya Merkez ve İstanbul Güneşli Tesisleri olmak üzere iki farklı lokasyonda üretim gerçekleştiriyor. Tesisler toplam 38-40 bin ton yıllık karton işleme kapasitesine sahip. İstanbul Güneşli Ambalaj Tesisleri Amerika, İsrail, İrlanda gibi gelişmiş ülkelere Konya Ambalaj Tesisleri ise Kuzey Afrika, Orta Doğu ve Türkiye Cumhuriyetleri'ne ihraçat yapıyor. Üretilen karton ambalajlar tamamen müşteri isteğine özel tasarım ve ölçüde yapılmakta olup tamamen sipariş üzerine çalışılıyor. Geçtiğimiz yıl okulların kapanması ve sosyal hayatın sınırlanması, öğrencilerin çok tükettiği bisküvi, gofret, kek gibi gıda ürünleriyle ilgili kutularda azalmalara, online alışverişin artması sebebiyle kargo, tekstil, fast food kutularında da talep artışına sebep oldu. Bu yıl geçen yıla göre satışlarımızda yüzde 55'lik bir artış var. Bu artış daha fazla olabilirdi ancak navlun ve konteyner fiyatlarının 3-4 kat artması nedeniyle deniz aşırı ülkelere ihracatta problemler yaşanıyor. Ambalajın ana hammaddesi olan karton ve oluklu kağıtlardaki fiyat artışları ve temin güçlükleri de ambalaj sektörünü olumsuz etkiliyor.

Pandemi yılı 2020 sizin için nasıl geçti?

2020 yılında pandemi sebebiyle dünyada ve Türkiye'de temizlik kağıtları ile oluklu kağıt karton tüketimleri arttı, diğer kağıt çeşitlerindeyse göreceli düşüşler yaşandı. Konya Kağıt 2020 yılını bağımsız denetim TFRS verilerine göre 400 milyon TL üzerinde ciro ve pandemi koşullarında

iyi sayılabilecek bir kârla kapattı. Üretime ara vermedi ve hiçbir çalışanını mağdur etmedi. 2020 yılında, 2019 yılı verilerine göre satış gelirleri TL cinsinden aynı kaldı ama kârlılık 2019'dan daha yüksek seyretti.

2021 büyüme hedefiniz nedir?

2021 yılı ilk dokuz aylık verilerine göre 469 milyon TL'lik satış gerçekleştirdik. TL bazında 2020 yılı satış gelirlerini geçtik. 2021 yıl sonunda 600 milyon TL 'nin üzerinde gibi satış gelirleri oluşacağı varsayılırsa 2020'ye göre yüzde 50'lik bir artış söz konusu olacak. Yıl boyunca değişken maliyetlerdeki inanılmaz artışlar, selülozlardan başlayarak, tüm kimyasal maddeler, ambalaj, lojistik, enerji ve petrole gelen yoğun fiyat artışları artık öngörülebilir olmaktan çıktı. Bunun yanı sıra üretimin aralıksız devam edebilmesi için tedarik planlaması da çok önemli hale geldi.

Halka arz sürecinde hangi aşamadasınız?

Ülkemizde yaz aylarına göre yerli bireysel yatırımcının halka arzlara ilgisi 2021 son çeyrek itibarıyla artmış gözüküyor. Yaz aylarında halka arzlara katılan bireysel katılımcı sayısı 20 binlere kadar gerilemişken son beş halka arzın üçünde 100 bin, bir halka arzda ise 200 binin üzerinde talep gördü. Halka arz onay sürecimiz tamamlandı. Konya Kağıt Halk Yatırım liderliğinde güçlü bir konsorsiyumla halka arz edildi. Halka açıklık oranı yüzde 20 olup 180 milyona yakın bir talep bekliyoruz. Bireysel ve kurumsal yatırımcıya açık talep toplama ve tahtadan satış yöntemi birlikte kullanılacak. Halka arzlar firmalara birçok yükümlülükler getiriyor. Ancak bunun yanında finansman sağlama, likidite kolaylığı, kurumsallaşmanın

artması, kredibilitenin yükselmesi, tanıtım, reklam ve tanınabilirlik konularında da olumlu katkıları oluyor. Konya Kağıt satışlarının yüzde 70'inden fazlasını döviz bazlı satan, kur riski taşımayan, minimum borçlanma seviyesinde bir sanayi şirketi. 32 yıllık bilgi birikimi ve deneyimiyle 23 yıldır ISO ilk 500 ve ikinci 500'de sürekli yer almış olup düzenli ve istikrarlı büyüme ve kâr yapısına sahip. Proaktif yönetilen, geleceğe yönelik fütüristik çalışmalarla olası senaryo analizlerine göre stratejilerini belirleyen, talep ve trend değişikliklerine hızlı cevap verebilen, kendine münhasır, bir çok şirketten bağımsız mali konfor alanına sahip bir sanayi şirketi. Hedefimiz 32 yıllık değil yüzyıllarca üretim yapabilen bir şirket olarak dünya standartlarında kabul görmek. Toplumla mal olmuş şirketler daha uzun ömürlüdür.

2022 yılı için beklentileriniz neler?

2022 yılı özellikle ilk altı ayında yine tedarik sıkıntıları, yüksek fiyat artışları ve enerji maliyetlerinin daha da arttığı bir yıl olacak. Bunun yanında enflasyonun (ÜFE/TÜFE) ve döviz artışlarının, sanayi üretiminde kârları azaltıcı yönde etkileyeceği tahmin ediliyor. Bunlara dünyadaki ekonomik ve siyasi konjonktürdeki değişiklikler de ilave edilirse görünüm çok pozitif olmayacak. 2022 yılında satın alma gücü paritesinin düşmesi sebebiyle işçi ücretlerinde ciddi bir artış bekleniyor. Kağıt talebi ve fiyatında da özellikle 2022 yılı ilk altı ayında artış gerçekleşecek.

İhracatta nasıl bir stratejiyle büyüyüyorsunuz?

İhracat stratejimizi "Global düşün, yerel uygulama" olarak özetleyebiliriz. Yıllar itibarıyla ihracatımız ciromuzun yüzde 10'u ile yüzde 25'i arasında değişiklik





gösteriyor. 2021 yılı eylül ayı sonunda ciromuzun yüzde 16'sı ihraç ve ihraç kayıtlı satışlar olup 75 milyon TL üzerinde ihracat yapıldı. Yıl sonunda ihracat satışların 100 milyon TL'yi geçmesi bekleniyor. Güneşli Karton Ambalaj tesislerimiz 2021 yılı dokuz aylık satışlarının yüzde 30'undan fazlası Amerika, İrlanda, İspanya, İsrail gibi gelişmiş ülkelere gerçekleştirildi. Kağıt üretim tesisimizden de özellikle Orta Doğu ülkeleri başta olmak üzere Gürcistan, Türkmenistan, Azerbaycan, Kuzey Afrika Ülkeleri, K.K.T.C gibi ülkelere gerçekleştirildi.

Karton ambalaj üretiminde güçlü bir şirketsiniz. Bu alanda Türkiye pazar potansiyelini değerlendirebilir misiniz?

Ambalaj "sessiz satıcı"dır ve müşteriyle ilk ilişkiyi kurar. Y Kuşağı önceki kuşaklara göre daha çevre dostu bir yaşam sürüyor ve çevreyi koruma konusunda daha özenli. Her ülkenin her kültürün çevre anlayışı farklı. Örneğin Amerika'ya gönderilen bir paketin ambalajı onların çevre kültürüne uymadığı takdirde kötü bir markalama mesajı yollayabilir. Araştırmalar gösteriyor ki, ambalaja alınan tavır markaya da alınıyor. Ürün ambalajları geliştirilirken bu ürünün e-ticaret, ürün, mobil satışları da göz önüne alınarak ambalajların buna göre tek bir tasarım halinde sunulması önümüzdeki yıllarda çok önemli hale gelecek. 2020 yılında Türkiye genelinde kağıt-karton üretim kapasitesi 5 milyon 754 bin ton, kağıt-karton tüketimi ise 6 milyon 698 bin ton. Kişi başı kağıt tüketimi ise 80,1 Kg. Karton ambalaj için ana hammadde olan hurda kağıdın, Türkiye'de toplanan miktarı yetmediği için ithalatla karşılanıyor. Hurda kağıt ithalatındaki sıkıntılar sebebiyle de bazı üretim tesisleri ciddi sıkıntı yaşıyor. Türkiye'de oluklu mukavva kağıtları ve kartonların toplam üretimi 3 milyon 600 bin ton civarında olup, yurt içi satışlarıysa 4 milyon 425 bin ton civarında. Görüldüğü gibi ambalaj kağıt ve kartonlarında üretim tüketimin altında.



Kaç kişiye istihdam yaratıyorsunuz?

Bünyemizde Konya merkez ve İstanbul şubemizle birlikte Eylül 2021 sonu itibarıyla 461 çalışmamız mevcut. 79 kişi beyaz yaka, kalanı mavi yaka olarak çalışıyor. Çalışanlarımızın yaş ortalaması 42. Defter üretiminde bazı yıllar talebe bağlı olarak yıllık 15-20 mevsimlik işçi istihdam ediliyor. Pandemi bize daha az insanla daha verimli çalışılabileceğini gösterdi.

Sürdürülebilirliğe yönelik çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

Bugün dünyada 80 ülkede 2,1 milyar insan temiz su sıkıntısı yaşamakta, 840 milyon insanın ise elektriğe erişimi bulunmuyor. İklim değişiklikleri, dünya sıcaklık ortalamalarının yükselmesi ve kuraklık, dünya ülkelerini tedbir almaya mecbur bıraktı. Paris İklim Anlaşması ve IPPC (International Plant Protection Convention) değerlendirme raporlarına göre ülkelere ve şirketlere yükümlülükler getiriyor. Su ve enerji kullanımlarını azaltıcı, verimliliği artırıcı yönde yatırımlara 2022'de ağırlık vereceğiz. Örnek vermek gerekirse kağıt

sektöründe ton başına su kullanımları 8-10 metreküp iken yapmış olduğumuz yatırım ve inovasyonlarla bu rakamları ton başına 3,5-4 metreküpe düşürdük. Kağıt üretimi konusunda doğaya, ormana ve çevreye duyarlı olan şirketimiz bu konuyla ilgili olarak tüm dünyada geçerliliği olan FSC (Forest Stewardship Council)-CoC (Chain of Custody) "Orman Yönetim Konseyi Koruma Sertifikası" na sahip.

Konya Kağıt'ı gelecek beş yılda nerede görüyorsunuz?

Başta Çin olmak üzere Avrupa ve bazı gelişmiş ülkeler karbon salınımını azaltmak için plastik bazlı ürünlerin kullanımını azaltıcı yönde tedbirleri sıkılaştırmaya başladı. Plastik ürünler yerine kağıt bazlı ürünler kullanılmakta ve bu kağıt talebini artırmakta. Yine pandemi koşulları tek kullanımlık (disposable) kağıt ürünlerinde tüketimlerin çok arttığı görülüyor. Kağıt çok geniş bir kullanım yelpazesine sahip. İnşaattan, mobilya ve doğramaya kadar çok çeşitli alanlarda kullanılıyor. Yüksek katma değerli kağıt üretimi Konya Kağıt'ın başlıca hedefleri arasında yer alıyor.





İHRACATI ARTIRMAK İÇİN YENİ ÜRETİMLER YOLDA

Lazer kesim, büküm ürünleri, halı yıkama makinesi ve metal mobilya sektörlerinde faaliyet gösteren Sumak Metal, yaklaşık 30 ülkeye ihracat yapıyor. İhracat potansiyelini artırmayı hedefleyen firma, yeni makine üretimleri için Ar-Ge çalışmalarını sürdürüyor



Sumak Metal, 2008 yılından beri Konya Büsan Özel Organize Sanayi Sitesi'ndeki toplam 6000 metre-kare kapalı alanda üretimini sürdürüyor. Başta Almanya, İngiltere, Fransa, Hindistan, Letonya olmak üzere birçok ülkeye lazer, kesim, büküm ürünleri ve halı yıkama makinesi üretimleriyle birlikte yaklaşık 30 ülkeye ihracat yapan firma, milli ekonomiye önemli bir katkı sağlıyor. Çalışarak, üretirek ihracat konusunda kısa sürede önemli bir yere geldiklerini belirten Sumak Metal Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Sumak, ihracatı artırmak için farklı makine üretimleri üzerinde Ar-Ge çalışmalarının sürdürdüğünü söyledi.

Sumak Metal hakkında kısa bir bilgi verebilir misiniz?

Sumak Metal 2008 yılında Tevfik Sumak tarafından kuruldu. 6 bin metre-karelik bir üretim alanımız var. Lazer kesim, büküm imalatı yapmaktayız. 35 kişiye istihdam sağlıyoruz. 2018 yılında Sumak Makine'yi kurduk. Burada da halı yıkama makinesi imalatı yapıyoruz. yine 2018 yılında Payıdars markasıyla metal mobilya üretimi yapıyoruz. Aynı zamanda Sumak Değirmen olarak Değirmen makineleri ticareti yapıyoruz. Tüm bu şirketlerimiz Sumak Grup bünyesinde çalışmalarını sürdürüyor.



İhracat yapıyor muyuz? Bu konuda ne durumdayız?

2018 yılında başlayan bir ihracat serüvenimiz var. İlk ihracatımızı Gürcistan'a yapmıştık ve 5 ülkeye falan ihracat yapıyorduk. Bu yıllarda ihracatımız, toplam ciromuzun yaklaşık yüzde 10'larına tekabül ediyordu. Bu potansiyel yavaş yavaş artmaya başladı. Bugün geldiğimiz noktada yaklaşık 30 ülkeye ihracat yapan bir firma haline geldik. Amerika, Kanada, Türki Cumhuriyetleri, Afganistan, Libya, Tunus, Cezayir, İran, Polonya, Almanya, Belçika gibi ülkelere ihracat yaptık. İhracat konusunda önemli çalışmalar yürütüyoruz.

Lazer kesim kısmında da yurt dışı çalışmaları var mı?

Elbette. Burada da yurtdışı faaliyetlerimiz var. Özellikle Almanya, Letonya ve İngiltere gibi ülkelere lazer kesim ve büküm çalışmalarını yürütüyoruz.

Makine üretimine yönelik bir firmasınız. Bugün halı yıkama makinesi üretimi yapıyorsunuz. Farklı bir makine üretme gibi bir hedef var mı?

Öyle bir düşüncemiz var. Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarımız devam ediyor. Bu konuda bir altyapı çalışması yapıyoruz. Hangi makineyi üretebiliriz, hangi sektöre hitap etmeliyiz gibi araştırmalarımız sürüyor. İhracatımızı artırmak için bunu yapmak zorundayız. Her türlü alternatifi düşünüyoruz.

Ekonomiyi nasıl görüyorsunuz? Pandemi üreticiyi nasıl etkiledi?

Pandemi süreci üreticileri olumlu manada etkiledi. Üreticiler nasıl bir pozisyon alabiliriz konusunda düşüncelere girdiler. Pandemi geldi kapatıp gidelim diye bir şey söz konusu değil. Mücadele etmek gerekiyor. Biz bu ülkede yaşıyoruz ve başka gidecek yerimiz yok. Bunun için, her türlü olumsuz sürece karşı pozisyon alıyoruz ve üreticimiz bu konuda başarılı. Biz de Sumak Grup olarak bunu yaptık. Çok şükür başarılı da olduk. Biz Sumak olarak özellikle bu dönemde, ihracatımızı nasıl artırabiliriz diye kafa yorduk. Artılarımızı, eksilerimizi ortaya koyduk ve farklı metotlar ortaya ürettik. Böylece pandemi sürecinde işlerimiz gerçekten arttı. Tabi bir de Çin'de veya farklı büyük ülkelerde kapanmalar oldu. Üretimler düştü veya durdu. Ama dünyanın da ihtiyaç duyduğu bir ticaret hacmi var. İnsanların ihtiyaçlarını karşılamak için bu ticaret bir şekilde dönmek zorunda. Bundan dolayı üreticimiz, üretmeye devam etti ve dünya pazarında dikkat çekmeyi başardı. Burada Türkiye öne çıktı ve pozitif bir etki oluştu.

Günümüzde Ar-Ge oldukça önemli. Bu konuda neler söylersiniz?

Üretmenin en önemli unsurlarından biri hiç şüphesiz Ar-Ge ve inovasyon. Ar-Ge yapmadan hiçbir şey üretilmez. Biz bunun bilincinde olduğumuz için, Sumak Grup olarak bünyemizde bir Ar-Ge merkezimiz var. Burada mühendislerimiz, teknik personelimiz önemli çalışmalar yürütüyorlar. Ar-Ge ile farklı üretimler ortaya koymanın yanında, maliyetlerimizi de düşürmeye çalışıyoruz.



Çünkü artık maliyetler üretici için oldukça büyük yük haline gelmeye başladı. Ar-Ge merkezimiz maliyetleri düşürmek, ürünlerimizi daha kaliteli hale getirmek ve yenilikler ortaya koymak için çalışmalar yürütüyor.

Üretici olarak devletten beklentileriniz neler?

Vergiler bizim üzerimizde büyük yük. Vergilerin azaltılması gerekiyor. Vergiler sayesinde devlet benim yüzde 50 ortağım gibi. Bizim kar marjlarımız yüksek olursa, biz daha çok yatırım yaparız. Makineleşmeye gideriz, daha fazla üretiriz. Vergi oranları yüksek olduğu için üretici yatırım yapmıyor. Parasını dövize, faize yatırıyor. Dolayısı ile istihdam oluşmuyor, yeni fabrikalar kurulmuyor. Onun dışında, devletimiz farklı kanallarla Pazar araştırmaları yapabilir, bizleri yönlendirebilir. Bizler de bu konuda istişareler yapabilir kim nereye ne satabilirse onun analizi ortaya konabilir. Bu tür çalışmaların artması gerekiyor.



Ekonomide bundan sonraki süreçteki öngörüleriniz neler?

Dövizin çıkması, inmesi bizi ciddi manada yoruyor. Ben bugün hammadde alacağım dolar yükseldiği için vadeler kapanıyor. Ama burada da işleyen bir tesis var. Peşin para istiyor veriyorsun ama mal geç geliyor. Mal gelmediği için ben burada çalışamıyorum, zaman kaybediyorum. Bu anlamda dövizin sürekli inişli çıkışlı olması bizi olumsuz etkiliyor.



1965'DEN BUGÜNE; GÜÇLENEREK, BÜYÜYEN BİR AİLEYİZ





KALİTELİ ÜRÜN, DOĞRU VE HIZLI HİZMETİN ADRESİ

2014 yılında kurulan ve kısa sürede plastik çocuk oyunları grubunda önemli bir başarı yakalayan Koçakpark, yaklaşık 40 ülkeye ihracat yapıyor. Koçakpark Dış Ticaret Müdürü Osman Şahin, "Kaliteli ürün, doğru ve hızlı hizmet" anlayışıyla ihracat pastasındaki paylarını sürekli artırma hedefiyle çalıştıklarını söyledi

1980 yılında delikli sac, genişletilmiş metal sektöründe global çapta faaliyet göstererek önemli bir yere gelen KOÇAKSAC, tecrübe ve birikimini çocuk oyun grupları imalatına da yansıtarak 2014 yılında kurduğu Koçakpark şirketiyle başarı çitasını yükseltti. Kurulduğu günden buyana kaliteden ödün vermeyen, yenilikçi bir anlayışla üretim yapan Koçakpark, bu anlayışının meyvesini kısa sürede sektördeki öncü firmalardan olma başarısı göstererek aldı. 2017 yılında ihracat konusunda da adımlar kendini ispatlayan Koçakpark, bugün Avrupa, Amerika, Güney Amerika, Afrika, Asya, Orta Doğu gibi bölgelerde yaklaşık 40 ülkeye ihracat yaparak Konya'yı



gururlandırıyor. Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Koçakpark Dış Ticaret Müdürü Osman Şahin, "Kaliteli ürün, doğru ve hızlı hizmet" anlayışıyla ihracat pastasındaki paylarını sürekli artırma hedefiyle çalıştıklarını söyledi.

Koçakpark hakkında bilgi verebilir misiniz?

Koçakpark çocuk oyun grubunda faaliyet gösteriyor. 1980 yılında Koçaksac olarak kurulan firmamız, taleplere cevap verebilmek adına 2014 yılında plastik çocuk oyun grubuna girdi. Yaklaşık 7 yıldır şirketimiz bu alanda faaliyet gösteriyor. Çocuk oyun grupları, açık alan spor aletleri, kent mobilyaları ve ekipmanları, ipli oyun sistemleri, tırmanma oyun sistemleri ve oyun alanı zemin düzenlenmesi tasarımı alanlarında imalat ve satış faaliyetleri yürütüyoruz. Özel sektöre, belediyelere, devletin bazı kurumlarına yönelik satışlarımız var.

Koçakpark'ın üretim altyapısı hakkında bilgi verebilir misiniz?

Koçakpark, 10 bin metrekarelik bir alanda üretime başladı. Sonrasında firmamızın potansiyeli artarak büyüdü. Hem iş potansiyelimizi hem de istihdamımızı artırdık. Bu sektöre ilk girdiğimizde yaklaşık 40 çalışmamız varken, şuan yaklaşık 150 kişiye istihdam sağlıyoruz. Aynı zamanda üretim alanımızı da büyüterek, 50 bin metrekareli kapalı olmak üzere toplam 70 bin metrekarelik bir üretim alanına ulaştık.

Pazar payınız hakkında bilgi verebilir misiniz? Yurt içinde ve yurtdışında ne tür faaliyetleriniz var?

Şirketimizin ilk kurulduğu dönemlerinde çok fazla ihracatı yoktu. Ağırlıklı olarak iç pazarda, gerek özel sektöre gerek devlet kanadına hizmet veriyorduk. Sonrasında ise yavaş yavaş ihracata yönelmeye başladık. Zaten bizim sektörümüzdeki firmalar, iç pazara cevap vermek amacıyla ihracata çok fazla fırsat bulamamışlar. Biz Koçak-

park olarak bu konuda bir öncü olmak istedik ve ihracata yönelmeye başladık. 2017 yılında ilk ihracatımızı yaptık ve bugün itibarıyla yaklaşık 40 ülkeye ihracatımız var. Avrupa, Amerika, Güney Amerika, Afrika, Asya, Orta Doğu gibi bölgeler ihracat yaptığımız ülkeler var.

Yoğunlaştığınız ya da firma olarak özel olarak hedeflediğiniz bir bölge var mı ihracatta?

Afrika pazarını önemsiyoruz. Malumunuz Sayın Cumhurbaşkanımız da son dönemlerde özellikle ticari faaliyetleri artırma adına Afrika bölgesine sık sık ziyaretlerde bulunuyor. Afrika yıllarca Fransa'nın sömürgesi oldu. Buradaki ülkeler hala tam olarak bağımsız hareket edemiyorlar. Bu ülkelerin ticari faaliyetlerinde, kanunlarında hala Fransa'nın etkisi mevcut. Afrika pazarı iyi bir Pazar ve buradaki boşluğu doldurmak gerekiyor. Bizim gibi firmaların Afrika'ya biraz daha öncelik vermesi gerektiğini düşünüyorum.

İhracatı artırmak için ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?

İhracat potansiyelini artırmak kaliteli ürün üretmekten geçer. Biz bu noktada elimizden geleni yapmaya çalışıyoruz. Kaliteli ürün, doğru ve hızlı hizmet. Müşteri memnuniyeti dediğimiz olayı bu şekilde yakalayabiliyoruz. Çünkü bunları sağlayarak ancak müşterilerimizin devamlılığını sağlayabiliriz. Bu nedenle bizim ilk yaptığımız iş; doğru tespit, doğru müşteri, doğru potansiyel ve doğru ürünleri gönderebilmek oldu. İkinci unsur; doğru fuarlara katılmak. Fuarlara katılmak çok önemli. Fuarlar hem kendi müşterilerinizle buluşma noktası hem de yeni müşterilerle tanışma anlamında iyi bir araç. O yüzden fuarlar bizim için en önemli kriterlerden biridir.

Koçakpark Ar-Ge anlamında neler yapıyor?

Firmamızın Ar-Ge'ye önem veren bir yapısı var. Firmamız bünyesinde Ar-Ge departmanımız bulunuyor. Burada teknik, görsel personelimiz mev-





cut. Kendi tasarımlarımızı yapıyoruz. Bu noktada taklit edilen bir firmayız. Bu da bizi mutlu ediyor çünkü taklit edilmek başarılı olduğumuzu gösterir. Bu durum bize keyif veriyor. Bu başarının altındaki en önemli husus, tecrübeli personel ve şirketimizin güzel bir mantalitede yönetiliyor olması. Ayrıca, tasarımları Türkiye'ye mal etmek için ödüllü tasarım programları yapmayı da planlıyoruz. Böylece her fikre açık bir şekilde yeni nesil ürün grupları üretmeyi amaçlıyoruz.

Sektörü değerlendirecek olursak neler söylersiniz?

Bizim sektörümüzde sürdürülebilir olmak için her yıl kendinizi yenilemeniz gerekiyor. İnsanlar artık sosyal yaşama önem veriyorlar. İnsanlar aileleriyle, çocuklarıyla parklarda veya bu tür alanlarda zaman geçiriyorlar. Bu anlamda sektörün geleceği var. Ama firmaların bu sektörde geleceğinin olması için, kendilerini yenilemeleri, her yıl farklı tasarımlar, farklı kalıplar, farklı modeller oluşturmaları gerekiyor. Ar-Ge departmanlarını çalıştırarak yeni pazarlara girmeleri gerekiyor. Sektör insan odaklı ve çevre odaklı olduğu için süreklilik arz ediyor. Dolayısı ile güzel ve önu açık bir sektörümüz var.

Türkiye son dönemde ihracata yönelmiş durumda. Buradan hareketle ihracatın neden önemli olduğuna dair neler söylersiniz?

İhracat yapmanın önemini anlatacak olursak çok şeyler anlatabiliriz. Çünkü ihracat yapmak çok kıymetli bir şey. Bence her firmanın ihracat yapması gerekiyor. İhracat, firmaların üretim kabiliyetini artıran en önemli unsur. Satış oranlarındaki karlılığı artırmak için de ihracat yapmak gerekiyor. Dünyada büyük bir ihracat pastası var. Bu pastadan her firmanın küçük veya büyük ne kadar olursa bir dilim

alması gerekiyor. Böylece firmalarımız hem kendi ekonomilerine hem de ülke ekonomisine katkı sağlamalı. Bir de, iç pazar bağımlılığımı bitirmek için ihracat çok önemli. Bir firma, iç pazar odaklı çalışıyorsa, iç pazarda yaşayabileceği herhangi bir sıkıntıda zor duruma girer. Son 2 yılda yaşadığımız süreç bunun en güzel örneği. İç pazar odaklı çalışan firmalarımızın sıkıntıya girdiğini, işlerinin yavaşladığını gördük. Ancak ihracat yapan firmalarımız hiçbir sorun yaşamadı. Sürekli mesailer yaparak işlerine devam ettiler. İhracat yapan firmalar, döviz kuru dalgalanmalarından çok fazla etkilenmiyor. Tamam, dışarıdan hammadde alıyorsunuz ama satışlarınızı da dövizle yapıyorsunuz. Dolayısı ile döviz kuru dalgalanması iç pazara çalışan firmaları yüzde 80 etkiliyorsa, ihracat yapan firmaları yüzde 10 etkiliyor. İhracat yapmak üretim kapasitesinin artmasını da sağlar. Rekabet gücünüzü artırır çünkü ekonomik anlamda büyümeye gidersiniz. Ülkemizin dış ticaret açığının kapanmasına da büyük bir katkı sağlar. Dolayısı ile yurt dışı pazarına açılmak önemli.

Pandemi dönemiyle birlikte Türkiye dünyada öne çıkmaya başladı. Bu durum sürdürülebilir olur mu?

Bu süreçte yeni bir dünya düzeni kuruluyor. Bu dünya düzeninde en büyük etken Çin. Dünya ticaret pazarında en büyük aktör Çin. Bizim de bu pazarda rol almamız gerekiyor. Kurulan bu yeni dünya düzeninde Türkiye, jeopolitik konumundan dolayı önemli katkılar sağlamak zorunda. Zaten verdiği kararlar da buna yönelik. Ülkemizin ekonomik olarak güçlü olabilmesi için dünyadaki ihracat payından en az yüzde 10-15 alması gerekiyor. Şuan bu rakam yüzde 1'lerde. Bunu sağlarsak, Türkiye çok daha farklı bir noktaya taşınır. Bu durum



Türkiye'nin dünyada çok daha büyük söz sahibi olmasını sağlar. ABD ve Avrupa'nın Çin'e karşı bir frenlemesi var. Türkiye de Çin'e karşı alternatif bir ülke. Eğer biz bu potansiyeli değerlendirsek, pastadan çok daha büyük pay alabiliriz. Bu durumun sürdürülebilir olması da gayet tabii mümkün. Kaliteli, doğru ürün üretir hızlı teslimat yapabilirsek kazanan biz oluruz.

Konya'nın buradaki rolü ne olur?

Gaziantep, Kayseri, Bursa gibi büyük sanayisi olan şehirlerin sanayisi büyük ama sektör odaklı çalışıyorlar. Konya sanayisinin en büyük avantajı çeşitliliğimizin olması. Tarım aletleri, otomotiv sektörü, savunma sanayine yönelik çalışmalar, gıda sektörü gibi kritik sektörlerde öncü şehirlerden biriyiz. Bu potansiyeli biz iyi kullanırsak, ihracatta 3 milyar dolar bile Konya için çok az bir rakam. Konya'nın bugün en az 10 milyar dolar ihracat yapacak potansiyeli var. 10 milyar dolar çok uzak bir rakam değil. Konya'da alanında, sektöründe uzman birçok firma var. Ama bizim markalaşma ve kurumsallaşma adımları atmamız gerekiyor.

Türkiye ekonomisinin geleceğinden umutlu musunuz?

Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın faize açtığı bir savaş var. Diğer taraftan döviz kurundan kaynaklanan yine bir savaş cephesi var. Ama her şeye rağmen ben ülkemizin sosyal ve ekonomik geleceğinden ümitliyim. Biz eğer ihracat oranlarımızı artırırsak, kurun ne kadar olmasının bir önemi kalmaz. Türkiye'nin ekonomisinin ben gelecekte önemli bir yere geleceğini düşünüyorum. İhracat yaptığımız için diğer ülkeleri de gözlemliyoruz. Yaşanan sorunlar sadece Türkiye'nin değil global sorunlar olduğunu düşünüyorum. Bu anlamda sorunları kısa sürede bertaraf edebileceğimizi düşünüyorum. İhracat odaklı gidersek kazanan biz olacağız.



Kültür ve sanat alanı başta olmak üzere, uluslararası standartlarda birçok organizasyona ev sahipliği yapabilen Selçuklu Kongre Merkezi, sanayici ve iş adamlarını bir araya getirebilme noktasında etkin rol oynuyor

SKM KÜLTÜR, SANAT VE TİCARETİN KALBİ OLDU

Şehrin gelişen ve değişen vizyonu doğrultusunda Selçuklu Belediyesi tarafından uluslararası standartlarda yapılan Selçuklu Kongre Merkezi birçok etkinliğe ev sahipliği yapıyor. Konya'nın uluslararası düzeyde en önemli sanat eserlerinden biri olan ve mimari yapısıyla göz dolduran Selçuklu Kongre Merkezi, dünyanın sayılı eserlerinden biri olarak dikkat çekiyor. Türkiye'nin En Modern Kongre Merkezi olma özelliğini taşıyan Selçuklu Kongre Merkezi, ileri teknolojisiyle de dikkat çekiyor. Dünya standartlarında teknolojik altyapısı, deneyimli kadrosu ve misafirlerine sunduğu benzersiz hizmet kalitesi ile uluslararası kongre ve organizasyon merkezi olma özelliği taşıyan Selçuklu Kongre Merkezi'nde fuar, konser, seminer, tiyatro, sergi gibi aynı anda birçok etkinlik düzenlenebiliyor.

HER TÜRLÜ İMKAN VAR

İki farklı kapasitede oditoryum salonları, 1400 metrekare Balo Salonu ve 11 adet farklı boyutlarda toplantı salonlarından oluşan Selçuklu Kongre Merkezi; 35.000 metrekare kullanım alanına sahip. 4 kattan oluşan ve 950 araçlık açık otoparkı ile ulusal ve uluslararası kongreler, konferanslar, sempozyumlar, şirket toplantıları, fuarlar, sergiler, müzikaller, tiyatrolar, konserler ve film galaları gibi her türlü bilimsel, sosyal ve kültürel etkinliğe ev sahipliği yapılan Selçuklu Kongre Merkezi'nde insan hayatını sosyal açıdan kolaylaştıracak her türlü imkân sağlanıyor.

**5 BİN KİŞİYİ AYNI ANDA
AĞIRLAYABİLİR**

Selçuklu Kongre Merkezi, doğal akustik mekanları, geniş fuaye alanları ile hizmet veren kongre, toplantı ve balo salonları, gala, düğün, iftar gibi organizasyonlara hizmet verebilecek üst düzey



mutfak altyapısı ile ulusal ve uluslararası düzeyde gerçekleştirilecek kongreler, fuarlar, sergiler, müzikaller, film galaları, şirket toplantıları gibi her türlü bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır. Selçuklu Kongre Merkezinin hizmet ve servis konusundaki deneyimli kadrosu, son teknoloji ve eşsiz mimarisi, açık ve kapalı alanları ile aynı anda 5000 kişiyi ağırlama kapasitesiyle her ihtiyaca cevap verebilecek niteliktedir.

SAVUNMA SANAYİ FUARI'NDA SELÇUKLU ETKİSİ

Selçuklu Kongre Merkezi bu yıl da birçok etkinliğe ev sahipliği yaparken, Konya'daki ticaretin artması ve geliştirilmesi noktasında da farkını gösterdi. Bunlardan biri ise; T.C Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayi Başkanlığı ve Savunma ve Havacılık Sanayii İmalatçılar Derneği (SASAD) destekleriyle Konya Sanayi Odası destekleri ile Selçuklu Kongre Merkezi'nde düzenlenen Konya Savunma Sanayi ve Silah Fuarı oldu. Selçuklu Kongre Merkezi Savunma Sanayi sektörünün ulusal ve uluslararası lider firmalarını, bu alanda çalışan bilim insanlarını, akademisyenleri, üst düzey kamu yetkililerini, özel sektör temsilcilerini ve sivil toplum kuruluşlarını, sanayici iş adamlarını sektördeki bütün katılımcıları bir araya getirdi. Bu anlamda Selçuklu Kongre Merkezi, sanat ve kültür çalışmalarının yanında, Konya'nın iş dünyasını da buluşturarak, üretime ve üreticiye de önemli bir katkı sağlıyor.





MEDİKAL 2000 ABD'Yİ HEDEFLİYOR

Yaklaşık 25 yıllık ihracat kariyerinde Asya, Orta Doğu, Rusya, Rusya'dan dağılan ülkeler, Avrupa ve Amerika gibi pazarlarda kendini gösteren Saraylı Madeni Eşya, 2013 yılında bünyesine kattığı Medikal 2000 firmasıyla ise ABD gibi önemli pazarlarla bu sektördeki ihracatını da genişletmeyi hedefliyor

1 990 yılında kurulan ve halen 3. Organize Sanayi Bölgesindeki fabrikasında üretimini sürdüren Saraylı Madeni Eşya, sektörünün öncü firmaları arasında yer alıyor. Yüksek kalite standartlarında seri imalat felsefesi ile üretim yapan Konya Saraylı, üretime başladığı günden bu yana ortaya koyduğu kalite ve teknoloji yatırımlarıyla kendini geliştirerek, yoluna devam ediyor. 32 bin metrekare kapalı olmak üzere toplam 70 bin metrekare açık alanda üretim yapan Konya Saraylı, sektöründe dünyanın en büyük üreticileri arasında yer alıyor. Medikal 2000 markasıyla medikal sektörüne de giriş yaparak bu alanda da adından söz ettiren çalışmalara imza atan firma, her iki üretimiyle de ihracatta önemli hedeflerle ilerliyor.

ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİYLE BÜYÜDÜLER

Çalışmaları hakkında bilgiler veren Medikal 2000 Genel Müdür Yardımcısı

Mustafa Çimen, Saraylı'nın 1990 yılından buyana sektörde yer aldığını söyledi. Merdiven üretimiyle başlayan sektördeki yolculuklarını ürün çeşidini artırarak taçlandırdıklarını dile getiren Çimen, "Firmamız ürün çeşitliliğiyle günden güne büyüdü. Ayrıca medikal sektörüne de giriş yaparak, 2013 yılında Medikal 2000 firmamızı bünyemize kattık. Medikal 2000 sağlık sektörünün Türkiye'deki ilk yerli üreticilerinden. Türkiye ve çeşitli ülkelerde aşağı yukarı 150 binden fazla yatağı var. Medikal 2000 tarafında hasta yatağı, yoğun bakım yatakları, sedyeler, ilaç arabaları gibi sağlık sektöründeki bütün mobilyalar mevcut" dedi.

SARAYLI'DA İHRACAT DİKKAT ÇEKİYOR

Firma olarak ihracat odaklı çalışmalar yürüttüklerine dikkat çeken Çimen, şunları söyledi, "Saraylı markasıyla önemli bir ihracat yapıyoruz. Buradaki ihracatımız





toplam ciromuzun yüzde 60'ına tekabül ediyor. 1995 yılından buyana Saraylı'da ihracat yapıyoruz. İlk ihracatımızı Rusya'ya yapmıştık. Sonrasında Rusya'da bir üretim yatırımını yaptık ve buradaki üretimimiz de devam ediyor. Yaklaşık 25 yıldır ihracat yapan bir firmayız ve her geçen yıl ihracatımızı artırmayı hedefliyoruz."

İHRACATTA ÖNEMLİ HEDEFLER VAR

Hem Saraylı'da hem de Medikal 2000'deki ihracat potansiyeli hakkında bilgiler paylaşan Çimen, "Saraylı kısmında Asya, Orta Doğu, Rusya ve Rusya'dan dağılan ülkeler, Avrupa, Amerika gibi bölgelerde varız. Medikal 2000'de de yine Rusya, Avrupa gibi bölgelerde ihracat yapıyoruz. Burada da Amerika'ya girme gibi bir hedefimiz var, bu konuda çalışma yürütüyoruz" diye konuştu.

MEDİKALDE İHRACATI ARTIRMAYA DÖNÜK ÇALIŞMALAR VAR

Medikal sektöründe ihracat yapmak için çeşitli prosedürlerin yerine getirilmesi gerektiğini bunun için de sektördeki ihracatın bugünden yarıma olmadığını vurgulayan Çimen, şu bilgileri aktardı, "Medikal sektöründe her ülkeye direkt olarak ihracat yapamıyorsunuz. Çünkü Sağlık sektörü olduğu için bu konuda çeşitli belgelendirmeler olmak zorunda. Bu süreç

de biraz zaman alıyor. Hadi gidelim satalım, ihracat yapalım diyemiyorsunuz. Bu anlamda çoğu ülkedeki ihracat girişimlerimizin hazırlık kısmının tamamlanmasını bekliyoruz. Bunlar tamamlanınca inşallah Medikal 2000 kısmında ihracatımızı artıracacağız."

SATMAK DEĞİL AMA ELEMANSIZLIK NEDENİYLE ÜRETMEK ZOR

"Şuan biz Saraylı olarak satmakta değil ama üretmekte zorluk yaşıyoruz" diyen Çimen, şu açıklamalarda bulundu, "Çünkü vasıflı eleman bulamıyoruz. Bunsak da o elemanı çalıştıramıyoruz. Bu anlamda bizim asıl sorunumuz satmakta değil üretmekte. Bu konuda çözüm bulunması gerekiyor. Çalışanları maalesef memnun edemiyoruz. Ne kadar da biz elemana değer versek de, memnun edemiyorsunuz."

ÇARKLAR HIÇ DURMADI

2 yıldır tüm dünyada yaşanan pandemi sürecinin üretime olan etkilerini değerlendiren Çimen, "Tüm dünya son 2 yıldır bir pandemi dönemi yaşıyor. Bu dönemde Türkiye olarak çarkları çevirmeye çalıştık. Bu da sanayicilerimizin çalışmasını sağladı. Bu dönemde biz Saraylı olarak sürekli çalıştık. Bu sayede hem adetsel olarak hem de ciro olarak iyi bir büyüme yakaladık. Medikal 2000 tarafında da pan-





demi dönemi olduğu için sağlık sektörü büyük bir hareketlilik yaşadı. Burada da geçen yıl 4-5 ay neredeyse gece gündüz çalıştık. Bu alanda işin maddi boyutundan ziyade, ülkemizin sağlık sektöründeki ihtiyaçlarını karşılamak bizim için önemliydi. Bunun için mücadele verdik. Bu anlamda 2020 yılında Medikal tarafında ihracatı çok düşürmedik. Öncelikli olarak kendi ülkemizin ihtiyaçlarını karşılamaya odaklandık. Birçok hastaneye parasını almadan mal gönderdik. Çünkü ülkemiz sağlık açısından ciddi bir sıkıntıdan geçiyordu ve biz de Medikal 2000 olarak bu konuda ülkemizin ve milletimizin destekçisi olmayı amaçladık” ifadelerini kullandı.

DÖVİZE KARŞI KONUM ALDILAR

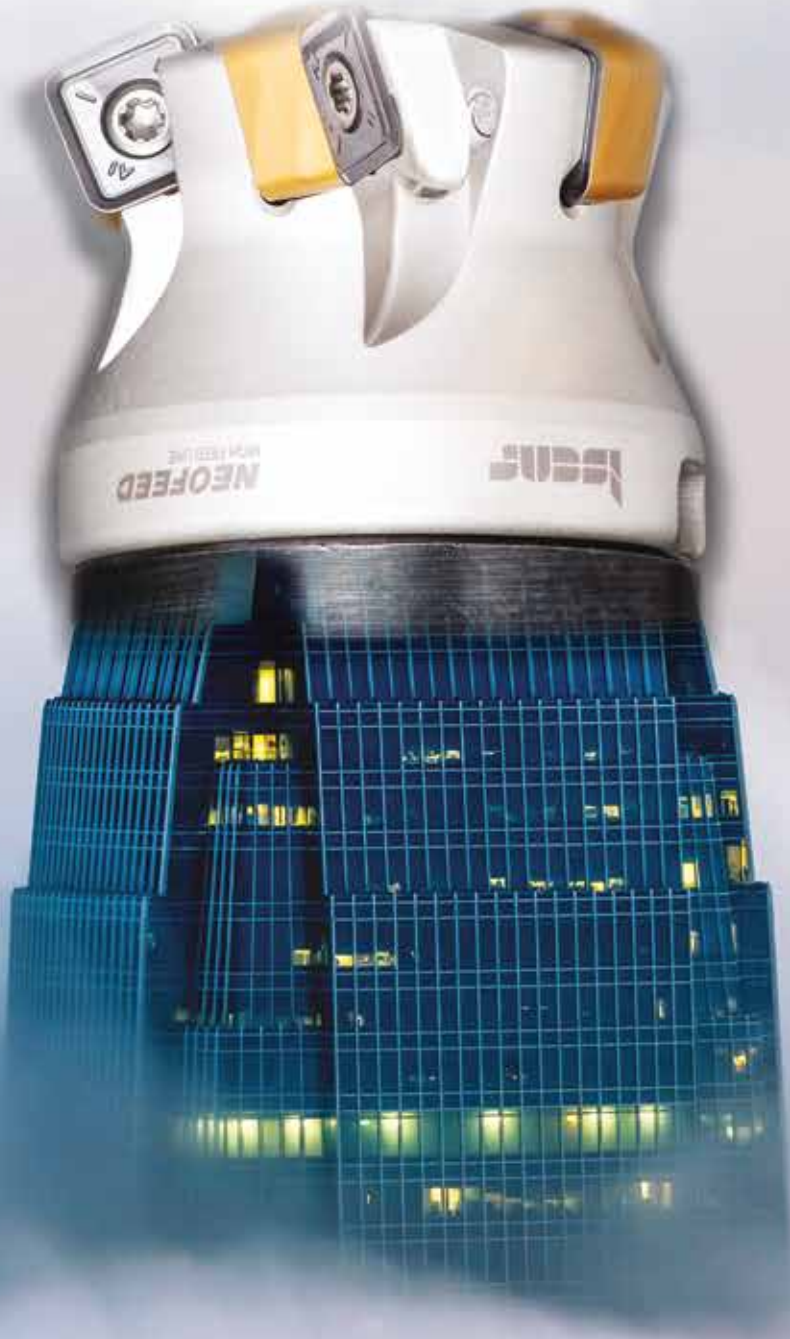
Döviz kurundaki yükseliş ve dalgalanmayla ilgili de açıklama yapan Çimen, “Dövizin yükselmesi insanları korkutuyor. Yatırım yapmak konusunda insanlar çekimser davranıyor. Üreticiler hammadde tedariki konusunda sıkıntılar yaşıyor. Ama biz Medikal 2000 ve Saraylı olarak 3-4 aylık stoklu çalıştığımız için böyle bir sorun yaşamadık” dedi.

GÜZEL HEDEFLERE ULAŞMAK ZOR DEĞİL

İhracat yapmanın ülkemiz ekonomisi için oldukça önemli olduğuna dikkat çeken Çimen, şunları kaydetti, “İhracat ülkemizin ekonomisine büyük katkı sağlıyor. Ülkemize giren her döviz ülkemizi rahatlatıyor. İhracat bunun için çok önemli. Biz de firma olarak sürekli ihracatımızı artırmayı böylece şehrimize, ülkemize daha fazla katkı sağlamayı istiyoruz. Bunun için de çalışıyoruz. Güzel hedeflere ulaşmak zor değil. Çalışmak, üretmek gerekiyor.”

AR-GE'Yİ ÖNEMŞİYORUZ

Saraylı ve Medikal 2000 olarak kendilerini sürekli yenilediklerini bunun için de Ar-Ge'yi çok önemstediklerini söyleyen Çimen, sözlerini şöyle sürdürdü, “Üretim yaparken sürekli kendimizi yenilememiz, farklı ürünler geliştirmemiz gerekiyor. Bunun için biz Ar-Ge'yi çok önemşiyoruz. Ar-Ge konusunda yurtdışından da destek alıyoruz. Ar-GE konusunda da mesela personel sorunu yaşıyoruz. Çünkü beyaz yakalı olarak tabir ettiğimiz personel konusunda da sıkıntılar var. İleriyi öngören, farklı tasarımlar yapabilecek personel konusunda sorunlar yaşıyoruz.”



KALİTENİN EN ÜST NOKTASI

 **ANADOLU**[®]
kesici takımlar

 **BENETTON**

0332 345 00 62-63 Fevzi Çakmak Mah. Büsan O.S.B. 10642. Sk. NO:29 42050 Karatay/KONYA

www.anadolukesici.com.tr



Kalitesiyle vinç sektöründe dünyada parmakla gösterilen bir marka haline gelen Özfatihler Vinç, kalitesini dünyaya duyurmak ve bu kalitede vinç sektöründe Türk bir firma varmış dedirtmek için önemli çalışmalar yürütüyor

AĞIR SANAYİNİN YÜKÜNÜ ÖZFATİHLER VİNÇ ÇEKİYOR

Uzun yıllardır sektörün içerisinde yer alan Özfatihler Vinç, büyüyerek yoluna devam ediyor. Vinç üzerinde uzmanlaşan ve alanında kendini sürekli yenileyerek, geliştiren firma, önemli bir marka haline geldi. Avrupa standartlarında üretim yapan bir firma yaklaşık 130 kişiye istihdam sağlarken, üretim kapasitesini ise her geçen gün artırıyor. Önemli bir ihracatçı olan firmanın en önemli hedefi kaliteden taviz vermeden tüm dünyada ismini duyuran bir marka olmak. Özfatihler Vinç Yönetim Kurulu Üyesi Şükrü Çimen, "Amacımız kalitemizi dünyaya duyurmak ve bu kalitede vinç sektöründe Türk bir firma varmış dedirtmek. Bunun için çalışmalar yürütüyoruz" dedi.



Sektörünüz hakkında bilgi verir misiniz? Şuan ne durumda sektör? Özfatihler Vinç sektör içerisinde nasıl konumlanıyor?

Vinç, daha önce üreticiler için bir lükstü. Maddi anlamda durumu iyi olan üreticiler vinç alırdı. Ancak şimdi hangi fabrikaya giderseniz gidin vinç görürsünüz. Çünkü üretim kapasiteleri arttı, sanayi üretimleri ağırlaştı. Sanayideki üretimler insan gücünü aştı. Bu da vinci zorunlu hale getirdi. Üretici artık vinçle çalışmak zorunda. Bu durum vinç sektörünün de gelişmesini sağladı. Dolayısı ile biz Özfatihler Vinç olarak, müşterilerimizin talepleri doğrultusunda, farklı tonajlarda vinç üretimi yapıyoruz. Deneyimli bir firma olmamız bu konuda bizi farklı hale getiriyor.





Böylece Özfatihler Vinç, sektörde parmakla gösterilen bir marka haline geldi.

Özfatihler Vinç'in pazar durumu hakkında bilgi verir misiniz?

Özfatihler Vinç, gerek yurtiçi pazarında gerek yurtdışı pazarında önemli bir yerde. İhracat yapan bir firmayız. Çeşitli ülkelerde bayilikleri olan bir firmayız. Bayilerimiz sayesinde yurt dışı ağında herhangi bir sorun yaşamıyoruz. Çünkü bayilerimiz müşterileri birebir görüşüyor, taleplerini, siparişlerini alıyor. Biz de buradan hemen üretimini seri bir şekilde yaparak, müşterimize ulaştırıp, kurulumunu sağlıyoruz. Bunun dışında, kalitemiz bizim için büyük bir referans oluyor. Yurt dışı pazarına yaptığımız satışlar, bizi aranan bir firma haline getiriyor. Yine Avrupa bölgesine hitap etmesi amacıyla Ukrayna'da bir üretim tesisimiz var. Oradaki tesisimiz Rusya ve Avrupa bölgesine önemli bir iş yapıyor.

İhracatı artırmak için ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?

Bizim için fuarlar çok önemli. Dünyada böyle bir marka olduğunuzu insanlara duyurmak için fuarlar çok güzel bir araç. Fuarlar sayesinde müşterilerimizle buluşabiliyoruz. Yaptığımız işi tanıtıyoruz. Tabi fuarların dışında az önce de belirttiğim gibi kalitemiz bizim için en büyük avantaj. Üretim konu-

sunda, kalite konusunda, servis konusunda çok iyiyiz. Bu da bizi öne çıkarıyor ve bizim en büyük referansımız oluyor.

Servis dediniz, bu konuyu biraz açar mısınız? Ekipleri buradan mı yönlendiriyorsunuz?

Servisimiz çok hızlı. Vinçte ortaya çıkan herhangi bir arızada, müşterimiz bizimle irtibata geçiyor. Biz buradan arızanın nereden kaynaklandığını, arızanın boyutunu anlamaya çalışıyoruz. Eğer buradan destekle çözülebilecek bir şeyse buradan yaptığımız yönlendirmeye sorunu gideriyoruz. Ancak gitmemiz gereken bir arıza varsa, buna göre ekiplerimizi hazırlıyoruz ve hızlı bir şekilde arızanın olduğu bölgeye gönderiyoruz. Bayiliklerimizin olduğu ülkelerde müşterilerimiz zaten direk bayilerimizle de irtibata geçebiliyor. Önce bayilerimiz soruna müdahale ediyor. Onlar sorunu çözemezse yine biz devreye girerek buradan ekip çıkartıyoruz. Özfatihler Vinç olarak servise çok önem veriyoruz. Satığımız ürünün tamamen arkasında duruyoruz. Biz ürünü sattığımız an müşterimizi ailemizden görüyoruz. Bunun için müşterilerimizin her zaman yanında yer alıyoruz. Yurt içerisinde de bölge müdürlüklerimiz var. Bu sayede yurt içindeki arızalara da hızlı bir şekilde müdahale edebiliyoruz. Bu konuda 7/24 bir hizmet veriyoruz.





Pandemi süreci sizi nasıl etkiledi?

Açıkçası pandeminin ilk aylarında bir belirsizlik vardı. Yurtdışına nasıl gideceğiz, nasıl mal göndereceğiz gibi soru işaretleri oluştu. Ancak, Türkiye üretimi durdurmadığı için dünya genelinde Türkiye'ye bir yönelim oldu. Bu özelinde bizim firmamıza da yansıdı. Biz pandemi döneminde hızımızı daha fazla artırdık ve yurt dışı satışlarımızı artırdık. İşlerimizi o kadar artırdık ki montaj yapabilecek eleman bulamıyorduk. Bu açığı kapatmak için çaba gösterdik. İhracat yaptığımız ülkelerde montaj yapabilecek eleman arayışlarına girdik. Bu anlamda pandemi dönemi gerçekten üretici için önemli bir dönem oldu.

İhracat yapmak neden önemli?

İhracat konusuna biz firma olarak değil Türkiye olarak bakıyoruz. Bu cümleyi açacak olursak; her firmanın ihracat yapması ülkemiz için büyük bir kazanç. Bu anlamda bizim Özfatihler Vinç olarak yaptığımız her ihracat ülkemize bir katkı sağlıyor. Türkiye üreten, büyüyen bir ülke. Firmalar, üreticiler ihracat yapacak ki ülkemiz büyüsün. Gittiğimiz ülkelerde biz şunu duyuyoruz; Türkiye'den istediğinizi alın, malın arkasında dururlar diyorlar. Bu bizim duymak istediğimiz şeyler. Bizim de Özfatihler olarak amacımız bu zaten. Kalitemizi dünyaya duyurmak. Bu kalitede vinç sektöründe Türk bir firma varmış dedirtmek. Bunun için çalışmalar yürütüyoruz.

İhracat yaparken sorun yaşıyor mu?

İhracat yaparken şuan en büyük sorun konteynır. Konteynır bulamadığımız için ürün gönderemiyoruz. Bu sorunun biran önce çözülmesi gerekiyor. Diğer taraftan bazı ülkelerin pandemiden dolayı kapılarını kapatması da bizi zorluyor. Bu durumlar bizim müşterilerimizle olan ilişkilerimize olumsuz yansıyor. Dolayısı ile farklı yerlere yöneliyorlar. Çünkü malın zamanında gitmesi çok önemli. Malı biz göndersek de gümrükte takılrsa müşterinin muhatabı biziz. Burada biz sıkıntıya düşüyoruz. Bu tür sorunların aşılması gerekiyor.

Özfatihler Vinç'in ihracatı artırmak için ortaya koyacağı hedefler neler?

2022 yılındaki tüm fuar programlarını şimdiden organize etmeye başladık. Aynı zamanda, ihracat yaparken bu süreçte yaşadığımız ve az önce bahsettiğim sorunlardan dolayı bazı ülkelerde üretim yapmayı planlıyoruz. Bu konuda bir altyapı çalışması yapıyoruz. Hangi ülkelere girmeliyiz konusunda araştırmalar yapıyoruz. Yine ihracatı artıracak araştırmalar yapıyoruz. Saha çalışmaları yapıyoruz ve ülkelerin potansiyellerine bakıyoruz. Ortaya çıkan sonuca göre çalışmalarımızı somutlaştıracacağız.



OSM
MAKINA
MAKINA ve PARÇALARI İMALATI
Tel: 502 00 55 Fax: 502 00 56

OSM
MAKINA

www.osmmakina.com • www.osmmakina.com

www.osmmakina.com • www.osmmakina.com

Farkı Fark Edin
Güveni Hissedin



'ÜRETİMİ ARTIRARAK BÜYÜYECEĞİZ'

OSM Makine ikinci kuşak yöneticisi Abdürrahim Küçüktopal 10'Lar Dergisi'ne sektörü ve ekonomiyi değerlendirdi. 'Güveni hissedin' sloganıyla yola çıkan OSM Makine yöneticisi Küçüktopal, "Kalitemizle kendimizi ispat ettik" dedi

1 985 yılında üretim serüvenine başlayan OSM Makine bugün Türkiye'nin dev firmalarına tedarikçilik yapıyor. Sektörde aranan marka olmayı başaran OSM Makine Türkiye'nin en önemli markalarından da yoğun talep alıyor. Sektörü ve markayı 10'Lar Dergisi'ne değerlendiren OSM Makine ikinci kuşak yöneticisi Abdürrahim Küçüktopal, hedeflerini de açıkladı. Küçüktopal, "Şu anda Türkiye'nin en büyükleri ile çalışıyoruz. Hedefimiz sektörün en iyi markası haline gelmek" diye konuştu.

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK MAKİNESİNİ YAPIYORUZ

Küçük bir atölyeden devasa alana sahip bir üretim merkezine ulaştıklarını anlatan, OSM Makine ikinci kuşak yöneticisi Abdürrahim Küçüktopal, "1985 yılında babamların talip olduğu saç kesim büküm işlerinde kullanılan makinelerin üretimini yapıyoruz. 1985'ten 2015 yılına kadar bu makineleri kullandık dolayısıyla bizim en iyi anlayacağımız iş de bu makinelerin özellikleri idi ve bu alanda en verimli olabilecek makineleri da biliyorduk. Felsefesini bile çözdüğümüz makineleri yapmak bizim için en doğru şey olduğunu düşündük. Önce bu makinelerin



parçalarını üretmeye başladık. Dünyada ses getiren, kalitesini ispatlamış firmalara montaja hazır parçaları üretmeye başladık. Numuneleri yaptık, olumlu gördüler ve teşekkür ettiler. Şu anda Baykal, Durmaz gibi Türkiye'nin en büyükleri ile çalışıyoruz. Bizim makineleri yaparken özel talep üzeri-

ne ürettiğimiz ürünler de var. Bu talepler de devasa firmalardan geliyor. Biz kalitemizle bir şeyleri ispat ettik. Öte yandan şu anda Türkiye'nin ilk ve tek en büyük makinasını yapıyoruz. Yaptığımız işlerle bizden önce talip olan firmaları da sollamış olacağız" ifadesini kullandı.



PANDEMİDE DE SÜREKLİ ÇALIŞTIK

Pandemi sürecinde bile yoğun çalıştıklarını ifade eden Küçüktopal, "Pandemi başladığında tedirgin olduk açıkçası, işimizi nasıl yansıyacağını bilmiyorduk. Fakat süreç başladıktan bu yana işlerimiz daha da hızlandı. Vardiya sayısını artırdık, Pazar günleri de dahil olmak üzere hiç kepenk indirmedik. Bunun sebebini biraz araştırdık. Fransa Çin'den aldığı ürünleri kesti, Türkiye'ye yüklendi. Romanya, Almaya aynı şekilde satın almaları Türkiye'den yapar hale geldi. Biz bu süreçte çok hızlı çalıştık. Bunu kesinlikle sevinerek söylemiyorum ama tabiri caizse biz turnayı gözünden vurduk. Nasibimizde bir fırsat olarak geri döndü. Sonra biraz yavaşladı ama şu anda eski yoğunluğumuza tekrar döndük" dedi.

ELEMAN SIKINTISI ÇEKİYORUZ

Kalifiye eleman noktasında sıkıntı çektiklerini de anlatan Abdürrahim Küçüktopal, "Konya'da kalifiye eleman yetiştirme merkezinin acil kurulması lazım. Ben bir sanayici olarak bu konuda gereken desteği vermeye hazırım. Dolayısıyla gençler kolay işlere kaçıyor, biz de kalifiye eleman bulmakta zorlanıyoruz" şeklinde konuştu.

TÜRKİYE'DE ÜRETİMİ ARTIRMAK LAZIM

Hedeflerini de anlatan OSM Makine ikinci kuşak yöneticisi Abdürrahim Küçüktopal, "Kapasitemizi büyütüp 100 bin metrekare kapalı alanda üretim yapmak ve şehre katkı sağlamak istiyoruz. Şu anda halihazırda yapmış olduğumuz makineleri Avrupa'nın üretim hızına yetiştirmek için gayret ediyoruz. Avrupa'nın hızına yetişmeden biz ülkemizi daha iyi yerlere getiremeyiz. Yüksek teknolojiyi sanayimizde aktif ederek Avrupa'nın kaymağını yediği üretimi ülkemize kazandırmak istiyoruz. Biz günü kurtarma derdindeyiz ama adamlar ARGE gibi bölümlere önem verip bizden hep bir adım önde gidiyorlar. Bu hedefi de acil yakalamamız lazım" ifadesini kullandı.



KONYA, KABUĞUNU KIRDI

“ASC Hidrolik Genel Koordinatörü Fatih Şen, Konya'nın ihracattaki payının her geçen gün artma eğiliminde olmasının şehir ekonomisi adına sevindirici olduğunu belirtti. Şen, “İhracatta kabuğunu tamamen kıran Konya, önümüzdeki yıllarda yıllık bazda yüzde 20-30'lar seviyesinde ihracatını artıracak altyapıya sahiptir” dedi”

Koronavirüsün etkilerinin yoğun bir şekilde hissedildiği dönemde başta Avrupa olmak üzere Türkiye'nin ve dolayısıyla Konya'nın ihracat potansiyeli bulunan ülkelerle olan ticareti iyiden iyiye arttı. Avrupa ülkelerinde üretimin yavaşlaması ve bir dönem tamamen durmasına bağlı olarak piyasanın talebini karşılamak adına Türkiye önemli bir misyon üstlendi. Bu durum Konya'nın ihracatına da olumlu bir şekilde yansıdı. 2021 yılının sonu itibarıyla Konya'nın ihracatının 3 milyar dolar seviyelerinde olması beklenirken, bu rakamın Konya için yeni bir rekor olacağı ifade ediliyor. Konya sanayisinde üretimin başat aktörleri olan firmalar ise krizi fırsata çevirebilmek için her zamankinden daha yoğun bir şekilde gayret ediyor. Bunlardan bir tanesi de hayatın her alanında kullanılan hidrolik pompa sistemlerinin üretimini gerçekleştiren ASC Hidrolik Firması. ASC Hidrolik Genel Koordinatörü Fatih Şen, Konya'nın ihracatta attığı dev adımların karşılığını önümüzdeki yıllarda ihracatını yıllık bazda yüzde 20-30'lar düzeyde artırarak alacak duruma geleceğinin sinyallerini verdiğini söyledi.





Fatih Bey, Konya ihracatta son dönemde ciddi bir atılım içerisinde. Bunu sayısal verilerle de anlayabiliyoruz. Konya'nın ihracatındaki bir pay da size ait. Kendi alanınızda nerelere ihracat yapıyor, pazarı artırmak için ne tür faaliyetlerde bulunuyorsunuz?

Biz, kuruluş felsefemizde de ihracat odaklı olarak kurulduk. Amacımız önce ithal ürünleri mümkün olduğunca engelleyip, yerli ve milli üretimi yerli ve milli tüketiciye ulaştırabilmek; sonrasında ise bunu ihracata çevirmektir. Hidrolik sektöründe orta ve üst segmentte bulunan, İtalya, Almanya, Amerika, Japonya gibi ülkelerden gelebilecek ürünlere ikame ürün olarak verelim, önce ithalatı keselim diye düşündük. Nitekim kuruluş felsefemizde olduğu gibi kendi alanımızda ithal ürünler yerine yerli ve milli ürünlerin piyasada kabul bulmasını sağladık.

2013 yılından itibaren de yurtdışı pazarına çıktık. O günden itibaren seçtiği-

miz prestijli fuarlarda boy gösterdik. Başta Almanya, İtalya olmak üzere ihracat potansiyelimizin yüksek olduğu ülkelerde seçkin fuarlara katılarak kendimizi gösterdik. Tabii 7-8 yıl gibi uzun diyebileceğimiz bir süre sadece fuarlara katılmakla yetindik. Kendimizi göstermek, ürünlerimizi kabul ettirmek, bu piyasada var olduğumuzu ispatlamak için biraz sabırlı olmamız gerekiyordu. Çünkü ancak fuarlarda bizi sürekli görünce hedef kitlemizin bize karşı bir güveni ve bizden talep doğrultusunda teklifi olabiliyordu. Bir de hem dünya ekonomisini hem Türkiye'nin o anki durumunu doğru şekilde analiz edip doğru zamanda doğru hamleleri yapmak gerekiyordu. Dünya genelinde bir kriz ortamı varken kimsenin yeni bir ürün ya da yeni bir tedarikçi arayışı yoktu. Ama canlı bir pazar varken, salgın hastalık, emtia kıtlığı, chip krizi gibi birçok etken devreye girince ürün arzı daralıyor ister istemez. Bu durumda da yerli üreticiler için yeni bir fırsatın kapısı aralanmış oluyor. İnsanlar şu

anda olduğu gibi hem Türkiye'de hem de dünyada böylesi durumlarda yeni bir arayışa giriyor. Bu süreç 5-6 yılda bir kendini tekrar ediyor. Ama bu yola çıktığımızda bu sürecin başında mısınız, ortasında mısınız, sonunda mısınız bunu doğru analiz etmeniz gerekiyor. Doymuş bir pazarda, köşe başları tutulmuşsa o pazara girmek zor. Ya da çok büyük oyuncular ve büyük müşteriler varsa bu da büyük bir meydan okuma oluyor.

Devler lığı diyebileceğimiz bir pazara girmek ve burada ticaret yapabilmek için nasıl bir yol izlediniz?

Pazarda sizden çok büyük oyuncular varsa, müşterileriniz de sizden daha büyükse bu aşılması zor bir durumdur. Hem müşteriniz sizden çok büyük, talep ettiği şeyi karşılayamama riski var; hem de pazarda sizden çok daha büyük oyuncular var, onlarla rekabet etmeniz gerekiyor. Biz ürünlerimize yeni bir değer katarak kendimizi kabul ettirmeyi başardık. Hedef kitlenin ar-ge ve yenilikçilik eksenindeki





yeni gelişmelere pozitif bakış açısını doğru analiz edip, kendimizi bu alanda geliştirdik. Biz, önce müşteri kitlemizden önce sorunu dinlemeyi ve bu alanda bir çözüm üretilemeye odaklanmayı tercih ettik. Zaten müşterinin elindeki ürünle ilgili bir sorunu yoksa iş fiyattaki cazibeye dönüyor. Yani hedef kitlemiz kullandığı üründen memnunsam, tedarik ve satış sonrası hizmetlerde sıkıntı yaşamıyorsa kolay kolay tedarikçisini değiştirmiyor. Ama maliyet anlamında daha cazip oluyorsanız, müşterilerinizin var olan sorunlarına çözüm üretmeyi vadeditip bu vaadinizi yerine getirebiliyorsanız, hizmet anlamında hızlı cevap verip hızlı teslimat yapılabiliyorsanız, bunlar size artış sağlıyor.

ASC Hidrolik ihracat pazarının kapısını ilk olarak nasıl araladı, sonrasında süreç nasıl ilerledi?

İhracat stratejimizde bakış açımızın odak noktasında başta Ortadoğu vardı. Ama bu fikrimizden dönemin şartlarını da göz önünde bulundurarak hızlıca vazgeçtik. Çünkü Ortadoğu biraz fiyat odaklı bir pazar. Sonra bu pazarlar Irak, Suriye, Libya ve Mısır gibi ülkelerde yaşanan siyasi gelişmeler ve savaş ortamı nedeniyle tamamen kapandı. Bizim gibi ihracata yeni yeni giriş yapan sanayiciler, bölgemizden daha uzak olan ülkelere ulaşmaya çalıştı.

Genelde ihracat denilince Avrupa pazarına girebilmek arzusu olur, siz niye Avrupa'yı düşünmediniz?

Avrupa pazarı tüketim anlamında çok büyük bir kitleye sahip. Ama burada büyük bir rekabet ortamı var. Dünya genelinde ne üretiliyorsa buraya geliyor ve satışa arz ediliyor. Kalite beklentisi de çok yüksek. İhracata ilk çıkanlar için burası şampiyonlar gibi bir alan. Avrupa'nın bir alt modeli diyebileceğimiz Doğu Avrupa ise daha bakir. Burada ürünün ihracatına ilişkin ilk hamleleri yapıp, süreci olgunlaştırmak mümkün. Sonrasında gelişmiş pazarlara giriş daha kolay oluyor. Biz de ilk etapta gelişmekte olan ülkeler üzerinden ihracata başladık. Belarus, Rusya; az miktarda İran, Suudi Arabistan, Mısır, Cezayir, Tunus ile başlayan süreç daha sonra Avrupa ülkeleriyle devam etti. Fransa, Hollanda, Almanya, İngiltere gibi ülkelerle ticari ilişkilerimiz

ve ihracatımız devam ediyor. Şu an ihracatımızın yüzde 50'sini Kuzey ve Batı Avrupa ülkelerine, toplam ihracatımızın geriye kalan yüzde 50'lik dilimini de geliştirmekte olan ülkelere yapıyoruz.

2021 yılının son çeyreğindeyiz. Bir genelleme yapacak olursak ihracatınızın toplam değeri geçmiş yıllar ve 2021 yılı için ne kadar oldu?

Firma olarak bizim ihracatımız yaklaşık yıllık 30 bin adet dolaylarında. Hedefimizin çok gerisindeyiz tabii. Hedefimiz, bunu en azından her sene yüzde 30-40 civarında artırmak. Türkiye'nin hidrolik sektöründeki pazarı binde 5 ile yüzde 1 arasında değişiyor. Bizim için ihracatta çok büyük bir potansiyel var. Yıllık ihracat adedimizi 100.000 adede ulaştırmak orta vadeli hedefimiz.

İç pazar ile dış pazar ciro dağılımımızı karşılaştırdığımızda ise değerlerin yarı yarıya olduğunu söyleyebilirim. Ürettiğimiz ürünlerin yarısı iç pazarda karşılık bulurken, diğer yarısı da ihracat yoluyla bahsettiğim ülkelere gönderiliyor. Tabii bu dönem dönem değişkenlik gösterebiliyor.

Geride bıraktığımız, tam olarak da bitmeyen pandemi süreci bazı sektörler için fırsat oluşturdu. Bu süreçte tabii chip krizi de süreci kulağıma gelen bir şey. Chip krizi neyin nesi?

Bunu elektronik sektöründe faaliyet gösteren firmalar daha iyi bilir ama şunu öngörebiliyorum, şu anda çok büyük bir coin yani kripto para çılgınlığı var. Bunun üretimi için chip kullanılan sistemlere ihtiyaç duyuluyor. İkincisi chip üretiminin önemli aktörlerinden Çin'in bilinçli olarak arzı kısıtığını, dünya genelinde bu yolla kendine avantaj sağlamak istediğini söyleyenler var. Bu dönemde kendi firmalarımıza chip tedariki sağlayıp Avrupa'ya kısıtlı gönderim yaptıkları zaman kendilerine daha büyük bir pazar oluşturmuş oluyorlar teknolojik ürünlerde. Çin'in chip üretiminde kullanılan silisyumun da en büyük tedarikçisi olması da büyük bir etken diye düşünüyorum.

Chip krizinin yanında, bizi daha çok etkileyen, emtianın satın alma ayağındaki en büyük sorunlardan bir tanesi de şok

satın alma denilen durum. Pazarda bundan sonraki süreçte malzeme tedarikinde sıkıntı yaşanacağına yönelik bir beklenti oluştuğu zaman 10 birim ihtiyacı olan satınalmacılar, 20 birim sipariş veriyor. Herkes böyle düşündüğü zaman üreticiye de, kapasitesi 100 birimse 200 birim talep geliyor. Üretici bunu karşılamakta zorluk çekerken fiyatını da yükseltiyor. Tabii bu durum tedarik sürecini de uzatıyor. İnsanlar bunu görünce 30 birim ürün talebinde bulunuyor. Bu şok dalgası döngüsel olarak büyüyüp gidiyor.

Bahsettiğiniz bu sürecin size yansımaları nasıl oldu?

Biz ürünlerimizin yüzde 95 gibi önemli bir bölümünü yerli hammaddeyle karşılıyoruz. Dolayısıyla Uzak Doğu'dan talep ve beklentimiz yok. Ülkemizde üretilmeyen birkaç parçayı Almanya ve İtalya'dan tedarik ediyoruz. Özellikle ana hammaddeler konusunda işin sonunda Çin'e uzanan bir süreç varsa orada kriz başlıyor. Konteyner ve nakliye fiyatlarının dahi son bir yıl içerisinde 4-5 katına çıktığını duyuyoruz. Konteyner getirme maliyetlerinin 2 bin dolarlardan 8 bin dolara kadar çıktığı belirtiliyor. Bu durumun lojistik açısından, ülkemiz için rekabetçi avantaj oluşturduğunu görebiliyoruz. Tüm bu olumsuzluklara rağmen Türkiye'nin ihracatı yanılmıyorsa yüzde 20 civarlarında arttı. Bu da ülkemiz için önemli bir kazanım diye düşünüyorum.

Salgının da ülkemize faydası oldu diyebilirim. Salgın sürecinde biz kontak kapatmadık. Avrupa'da üretimin bir nebze olsun durması, yavaşlaması veya şok siparişlerle sürecin uzaması, üretimini hiç durdurmeyen firmaları Türkiye ve Türkiye gibi ülkelere yönlendirdi. Bu sürecin en kazançlı tarafı da ticaret anlamında Türkiye'nin devler liginde daha çok boy göstermesi oldu.

Fatih Bey, dünya piyasalarında yaşanan ekonomik dalgalanma ya da kriz ortamının temelinde de arz talep dengesinin bozulması mı var?

Şu da bir gerçek ki, salgın döneminde bütün merkez bankaları para bastı. Avrupa Birliği ülkeleri ve ABD daha fazlasını bastı. Bu para sonuçta piyasaya çıktı. Para anlamında bir bolluk var. Ama bu bolluk beraberinde daha çok malzeme alma arzusunun,



bu da emtia krizini yani dünya enflasyonunu beraberinde getirdi. Bu durumun 2022 ortalarına kadar devam edeceği öngörülüyor. Dünya enflasyonunun ülkemize henüz tam manasıyla endüstriyel alanda yansımadığını da düşünüyorum ben. Avrupa Birliği'nin üretici fiyat endeksi şu an yüzde 16 civarlarında. Bunu yansıttıkları zaman ithal olarak aldığımız tüm ürünlere yansıması olacak. Tüm dünyada bir fiyat artışı var ve bu devam edecek. Şu an dünyada enflasyon var, diğer yandan içeride de dolar yükseldi. Adeta çarpaz ateş içerisinde kaldık ülke olarak. Önceden bizde enflasyon olabiliyordu ama dünya genelinde olmadığı için bu durum bertaraf edilebiliyordu. Şimdi dünya enflasyonundan söz ediyoruz. Yani dünya ekonomisinin dengesi bozuldu.

ASC Hidrolik özelinde toparlayacak olursak, cümlelerinizin başında kısa vadeli hedeflerinizi anlattınız. İhracat ekseninde orta ve uzun vadede kendinize nasıl bir yol haritası çizdiniz, hedefiniz nedir?

Bizim öngörümüz, sektörümüz için konuşacak olursak Avrupa'da ismi geçen yaklaşık 8-10 firma var. Bunlar içerisinde marka, kalite ve bilinirlik olarak ilk 5 içerisinde yer alabilmek temel hedefimiz. Bu da tanımla, marka yönetimiyle tabii nihayetinde satışla olur. Bunu ölçebilmek önemli. Bizim buradaki en önemli ölçütümüz, kişi başı yaptığımız cirodur. Personel sayımıza göre kişi başı 80-100 bin avro hedefini yakalayabilirsek ihracatta, bu bizim için ölçülebilir bir hedef olur. Yılda 500 bin ya da 1 milyon adet pompa üretiriz. Bu bizim için bir ölçüt olmuyor tam manasıyla. Aslında kapasitemizi bu rakamlara çıkarabilecek altyapıya sahibiz. Ama önemli olan verimlilik anlamında kapasiteyi artırabilmek. Yoksa çok yüksek adetlerde üretim yapıp çok düşük marjlarda bu adetlere ulaşabilmek mümkün. Bu sefer de katma değerli bir iş yapmış olmuyoruz. Bizim buradaki amacımız kendi alanımızda özellikle ithal gelen ürünlerin yerli üretimini artırmak. Böyle bir yan hedef de koyduk kendimize stratejik olarak. Ama kısa vadede hedefimiz temelde sağlıklı bir şekilde ürün ciromuzu

artırıp gelişimimizi devam ettirmek.

Hidrolik pompa üretimi yapıyorsunuz ve hidrolik pompanın yapacağı iş bellidir. Bunu geliştirebilmek ne kadar mümkün ki?

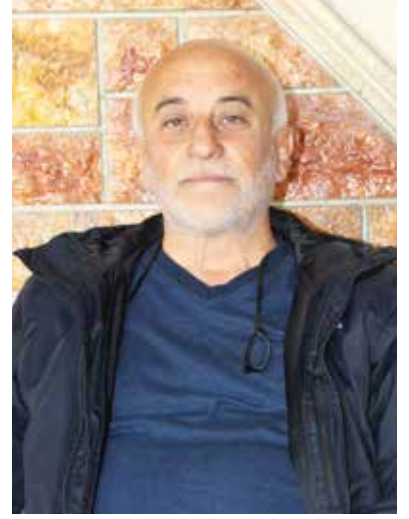
Bizim ürünlerimizin nerede kullanıldığına bakmak lazım bu konuda önce. Bizim 3 ana grubumuz var; hidrolik pompa, akış bölücü ve hidromotor yapıyoruz. Bunlar iş makinelerinde, traktörlerde, bakım hizmetleri, yol bakımı, süpürme gibi belediye araçlarında, taşımacılıkta hidrolik asansörlerde, endüstriyel makineler ve preslerde kullanılır. Hidroliğin olduğu her yerde kullanılır. Dişli pompa da bu sektörde fiyat ve performans açısından en verimli üründür. Biz de bunu üretiyoruz. Burada müşterinin geliştirme olarak beklentisi, öncelikle konfor. Buradaki en önemli madde ürünün sessiz, küçük ve hafif olması. 60 desibeli geçmesin isteniyor. 2 yıl boyunca bu alanda ar-ge çalışması yaptık. Ses oranını 55 desibele kadar çektik. Ürünümüz talebini her yıl 2'ye katlayan oranlarda artırdı. İnsanlar çalışırken sessizlik çok önemli bir husus. Elektrikli araçlar yaygınlaştıkça sessizlik daha çok öne çıktı.

Akıllı cihazlarla her türlü ekipmanın verilerinin de okunmasına yönelik talep var. Pompanın ömrü, anlık durumu gibi kriterleri de bir cep telefonundan görebilmeyi arzu ediyor müşterilerimiz. Bunlar şimdilerde pahalı bir sistem ama bizim buna yönelik de bir çözüm arayışımız var. Oturduğunuz yerden aracınızın tüm parçalarının ömrünü ne zaman tamamlayacağına kadar görebileceksiniz. Buna göre parça tedarik edip daha verimli iş üretebileceksiniz. İş makinelerinin günlük operasyon maliyetleri yüksek olduğu için bu konu çok önemseniyor. Çok yüklü miktarda yedek parça tutuluyor şimdilerde. Belli bir eşik değerini geçince bilgi verecek bir sistem için çalışmamız devam ediyor. Bu konuda paydaş olabileceğimiz firmalarla da iletişim halindeyiz. Talep geldiği anda karşılamak gerekiyor.





Sektörde önemli faaliyetlerde bulunan Lutfi Takavci Mermer, ihracat hedefiyle girdiği sektörde önemli bir başarıya ulaşmış durumda. Şuan ihracatta 80 ülkeye ulaşan Lutfi Takavci Mermer, bu rakamı 100'e çıkarmayı hedefliyor



İHRACATTA 100 ÜLKEYİ HEDEFLİYOR

Son dönemde yeraltı kaynaklarını değerlendirme noktasında önemli bir yol kateden Türkiye, sektördeki payını her yıl artırmayı başarıyor. Bu anlamda büyük ivme kazanan mermer sektöründe de büyük gelişme yaşanıyor. Her yıl artan mermer ocağı sayısı ile hem ihracat artıyor hem de iç piyasanın ihtiyaçları karşılanıyor. Bu durum Konya bölgesine de olumlu olarak yansıyor. Konya bölgesinde artan mermer ocaklarıyla şehrin sektördeki yeri yukarı taşınıyor. Konya'da sektörde önemli faaliyetlerde bulunan Lutfi Takavci Mermer, ihracat hedefiyle girdiği sektörde önemli bir başarıya ulaşmış durumda. Şuan ihracatta 80 ülkeye ulaşan Lutfi Takavci Mermer, bu rakamı 100'e çıkarmayı hedefliyor.

ÖNEMLİ BİR BÜYÜME YAKALADI

Çalışmaları hakkında bilgiler veren Lutfi Takavci Mermer Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Takavci Selçuk Üniversitesi Sanat Tarihi Arkeoloji eğitimi

almasına karşın küçük yaşlardan buyana babasından dolayı ticaretin içerisinde olduğunu söyledi. 1973 yılında babasının açtığı hırdavat dükkanını geliştirerek 2004 yılında Beyşehir Organize Sanayi Bölgesi'nde daha büyük bir yere geçtiklerini dile getiren Takavci, "2004 yılına kadar inşaat malzemesi işimiz yapı market şeklinde devam ettik. 2004 yılında da Beyşehir Organize Sanayi Bölgesi'ne ilk fabrika olarak bir sanayi tesisi kurduk. Orada mermere adım atmış olduk. İlk 3 yıl ocağımız yoktu sonra kendi ocağımızı da açmış olduk. Ürünlerimizi kendi ocaklarımızdan çıkarıp, kendi fabrikamızda işleyip kuruluş amacımız olan ihracat noktasında çalışmalarımızı hızlandırdık" dedi.

İLK HEDEFİMİZ 100 ÜLKE

Lutfi Takavci Mermer'in önemli bir firma haline geldiğini dile getiren Takavci, "Ham maddesinin yüzde 99'unu kendi ocaklarından çıkararak, bu manada dışarıya bağımlı olmayan, bunun da yüzde 90'ını kendi fabrikasın-



da işleyerek ürün haline getiren, aynı zamanda da bunların yüzde 99'unu ihraç eden bir firmayız. Şuan 80 ülkeye ihracat yapıyoruz. Hedefimiz ihracatta 100 ülkeye ulaşmak. Bunun için de Türkiye'deki sektörümüzdeki bütün fuarlara iştirak ettik. Aynı zamanda da Amerika'da, Dubai'de, Singapur'da, İtalya'da uluslararası fuarlara katılım sağladık, bu tür fuarlara katılmaya da devam edeceğiz. Bu sayede müşteri yapımızı sağlamlaştırıyoruz" diye konuştu.

İHRACAT ÇOK ÖNEMLİ

İhracat yapmanın hem firmalara hem de ülkeye büyük değer kazandırdığını vurgulayan Takavcı, "Yeni iş yeri kuracak olan girişimcilere tavsiyem, ihracat yapsınlar. Çünkü Amerika'ya, Rusya'ya, Çin'e mal satabilirsanız içerdeki müşteriniz sizden zaten alır. Aynı zamanda da içerde herhangi bir ekonomik sorunla karşılaşırsanız ihracat yaptığımız için çok fazla etkilenebiliriz" ifadelerini kullandı.

KENDİ HAMMADDEMİZİ ÜRETMEYİZ ŞART

İhracatta son dönemlerde artan maliyet artışlarının olumsuz etkilediğini, bu durumu aşmak için ise hammadde üretimine önem vermek gerektiğini vurgulayan Takavcı, şunları söyledi, "İhracatta son dönemlerde çeşitli sıkıntılar var. Hammadde konusunda büyük sorunlar yaşanıyor. Dövizin artmasıyla hammaddeler artıyor. Burada da firmaların yapacağı en büyük girişim, kendi hammaddelerini elde etmeleri. Biz bu konuyu başardık, hammadde dışı bağımlılığımızı bitirdik. Aynı zamanda da markalaşmak gerekiyor. Sabırla kaliteyi bozmadan, Ar-Ge çalışmalarına önem vererek ilerlemeliyiz. Bu sayede markalaşmayı başarabiliriz. Lütfi Takavcı olarak biz bu konuda ciddi adımlar atıyoruz."

PANDEMİ İHRACATA YARADI

Tüm dünyada yaşanan pandeminin Türkiye'deki ihracata olumlu yansıdığına dile getiren Takavcı, şunları kaydetti, "Pandemi dönemi ihracatı artırmada etkili oldu. Çünkü dünyada bir arz sorunu oldu. Devasa sanayi ülkeleri üretim yapamaz hale geldiler veya siparişlerinin çok azını yetiştirecek duruma düştüler. Biz pandeminin ilk dönemlerinde yurtdışında şunları duyduk; sadece Çin ve Türkiye'de fiyat alabildik diyorlardı. Bırakın temini, diğer ülkeler fiyat bile veremez duruma geldiler. Türkiye'nin üretime ve lojistik firmalarına bu süreçte özel izinler vermesi, üretimi durdurulmaması bizi öne çıkardı. Bu nedenle ihracatı aklından geçirmeyen firmalarımız bile ihracat yapar duruma geldi."

LOJİSTİK SORUNU ÇÖZÜLMELİ

Pandemiyle birlikte dünyada bir lojistik sorununun oluştuğunu ifade eden Takavcı,

"Dünyada küresel bir lojistik sıkıntı var. Biraz da tekelleşme var. 1000 ila 2000 dolar olan konteynır maliyeti şuan 15-20 bin dolar seviyelerinde. Bu sıkıntı illaki aşılacaktır. Hammaddeye ulaşmak yetmiyor, ihracat yapmak yetmiyor. Burada lojistiği de kendi bünyemizde çözmek gerekiyor. Bu anlamda ülkemizin bu konuda çalışma yapması gerekiyor. Ürettiğimiz malı son noktaya götürececek bir yapılaşmanın gerekliliğini gördük. Bu konuda çeşitli girişimlerin olduğunu da biliyoruz. Bu da bizi sevindiriyor" dedi.

YERALTINI DEĞERLENDİRMELİYİZ

Takavcı, maden sektörüne dair de değerlendirmelerde bulundu. "Maden sektörü büyük bir ivme yakaladı" diyen Takavcı, şunları kaydetti, "Yeraltı kaynaklarını çıkarıp işleyemeyen ülkelere bakın fakirdir. Yeraltındaki zenginliklerimizi biz son dönemde çıkarıp satmayı öğrendik.



Alınacak da çok yol var. Bazı çevre derneklerinin olumsuz propagandası olsa da biz bu zorlukları aşıyoruz. Bu zorluklara rağmen ciddi ihracat oranlarını yakaladık. Onun da dışında, biz kendi kendimize yetecek duruma da geldik madencilik sektöründe. Binlerce kişiye de iş kapısı oluyor. Çevreci dernekleri de doğru bilgilendirerek, memleketimizin geleceği adına, zenginleşmek adına yeraltından zenginliklerimizi çıkararak firmalara yardımcı olmak gerekir. Yeraltı zenginliklerimizi çıkarıp işlemeden muasır medeniyetler seviyesine ulaşamayız.”

'ORGANİZE' OLACAKLAR

Anadolu Selçuklu Madenciler ve Mermerciler Derneği'nin önemli bir projesi olduğunu bu projenin kendi sektörlerine büyük katkı sağlayacağını dile getiren Takavcı, "Organize sanayi konusunda önemli bir çalışma yapılıyor. Büyük ilerleme kaydedildi. Bu sanayiyle madencilığe dayalı birçok ürünü bulabileceksiniz. Ayrıca kendi atığını içinde bertaraf eden bir sistem kurulacak. Böylece hem çevreci bir yaklaşım sergilenecek hem de atıklar bir değere dönüşecek" şeklinde konuştu.

AR-GE VE İNOVASYON ÇOK ÖNEMLİ

Ar-Ge ve inovasyonun önemli olduğuna değinen Takavcı, Lütfi Takavcı Mermer'in bu konuya ağırlık verdiğinin bilgisini paylaştı. Bu çalışmaların meyvesini aldıklarını dile getiren Takavcı, şu açıklamalarda bulundu, "Biz Lütfi Takavcı olarak üniversite işbirliğiyle 9 yıldır bir Ar-Ge çalışması yapıyorduk. Travertenin atığını değere dönüştürebilir miyiz diye önemli bir çalışma yürüttük. Burada ciddi bir Ar-Ge'den sonra, önemli bir değer elde ettik. Takavcı Tarım A.Ş.'yi kurarak tamamen mermer atığından bitki besleme ürünü elde ettik. Çok şükür bu alanda da birçok uluslararası firmayla rekabet edecek durumdayız. Burada da Amerika, Kanada gibi ülkelerle ihracat sürecimiz başladı. Takavcı Mermer'deki gibi bu alanda da inşallah 80-100 tülkeye ihracat yapar duruma geleceğimize inanıyorum.”



Özel Tasarım Ambalajlar



jetpakplastik.com





2010 yılından buyana ihracat yaparak sektörde kendini gösteren Jetpak, ihracatta hedeflerini büyütüyor. Jetpak Genel Müdürü Necdet Tunç, "Ambalaj sektöründe iyi bir Pazar olan ve bize yakın olan Orta Doğu'ya çalışıyoruz. Ama bunun dışında Avrupa ve Amerika pazarlarını hedefliyoruz" dedi

JETPAK, AVRUPA VE ABD PAZARINI HEDEFLİYOR

Plastik ambalaj sektöründe faaliyet gösteren Jetpak, kalite ve müşteri memnuniyetini ön koşul olarak kabul ederek et ve süt ürünleri, reçel, tahin, pekmez, marmelat, tereyağ, konserve, salça, turşu, zeytin, dondurulmuş gıda sektörlerinin ambalaj ihtiyaçlarını karşılamakla birlikte; boya, yapı kimyasalları, deterjan, kozmetik, tohum ve tarımsal ilaç vb. sektörlerle de ambalaj konusunda da önemli bir hizmet veriyor.

Müşterilerinin beklenti ve ihtiyaçlarına, yeni fikirlerle sürekli geliştirilen kaliteli ürünler ve hizmetlerle cevap veren firma, evrensel

kalite standartlarında hızlı çözümler sunuyor. Rekabet gücünü artırmak, ülkeye ekonomik anlamda daha fazla katkılar sağlamak için son yıllarda ihracata büyük önem veren firma, ihracatın toplam cirodaki oranını yüzde 35'lere çıkardı. Bu oranı 2022 yılında yüzde 50'lere çıkarmayı hedefleyen Jetpak, bu doğrultuda önemli adımlar atıyor. Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan Jetpak Genel Müdürü Necdet Tunç, "Ambalaj sektöründe iyi bir Pazar olan ve bize yakın olan Orta Doğu'ya çalışıyoruz. Ama bunun dışında Avrupa ve Amerika pazarlarını hedefliyoruz" dedi.

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz? Plastik ambalaj sektörüne ne zaman giriş yaptınız?
Üniversite eğitimimden sonra plastik ambalaj sektöründe satış temsilcisi olarak göreve başladım. 7-8 yıl bu görevleri yürüttükten sonra 2010

yılında Jetpak Plastik'i kurduk. İlk yıllarda ticari olarak bayiliklerle devam ettik. 2015 yılından itibaren de plastik ambalaj sektöründe üretime başladık. 2010 yılından beri ihracat yapıyoruz. Her yıl üzerine koymaya çalışıyoruz. O dönemler sadece Irak'la başlayan ihracatta şuan 20'nin üzerinde ülkeye yaymış durumdayız. En son 2020 yılındaki ihracat oranımız toplam satışlarımızın yüzde 20-25'ini oluşturuyordu. Bu yıl bu rakamları yüzde 35'lere çıkardık. Önümüzdeki yıl da hedefimiz bu oranı yüzde 50'ye çıkarmak. Avrupa standartlarında, dünya standartlarında hijyenik bir tesisimizde üretime devam ediyoruz.

Jetpak'ın üretim altyapısı konusunda bilgiler verir misiniz?

5 bin metrekarelik bir üretim alanımız var. Yaklaşık 50 kişiye istihdam sağlıyoruz. 7/24





çalışıyoruz 3 vardiyalı olarak. Pazar günleri dahil çalışıyoruz. Sadece bayram tatillerinde çalışmıyoruz. Gıda ambalajı üretim tesisi için olması gereken her şeyi yapıyoruz ve gıda üretir gibi hijyen noktasında hassas davranıyoruz. Yola böyle çıktık böyle devam ediyoruz. Tamamen orijinal malzemeler üretiyoruz. Altyapımız şuan üretim konusunda müsait. Zaten yüzde 80 kapasiteyle çalışıyoruz. Ama ekstra bir talep olursa yatırım yapacak gücümüz de var. Burada doğru analiz, doğru yatırım yapmak gerekiyor. Katma değerli işler konusunda yatırım düşünüyoruz. Onun haricinde standart ürünlerle ilgili çok fazla yatırım taraftan değil. İngiltere ve Kuveyt'le bir projemiz var. Onlar olunca zaten yatırım yapacağız.

İhracat konusunda ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?

İhracat hedeflerimize ulaşmak için çeşitli çalışmalar yürütüyoruz. Orta Doğu'nun en büyük fuarı olan Dubai'deki fuara katılım sağladık. Bu fuar dünyanın en büyük ambalaj fuarlarından biri. Önümüzdeki yıl Almanya'da bir fuar var ona katılacağız. Nisan ayında yine Güney Afrika'da bir fuar var ona katılacağız. Yılda ortalama 2-3 uluslararası fuara katılmış olarak yolumuza istikrarlı bir şekilde devam ediyoruz. Bunun dışında doğrudan ülke ziyaretleri planlıyoruz.

İhracatta yeni Pazar arayışlarınız var mı? Hedeflerinizde hangi bölgeler var?

Ambalaj sektöründe iyi bir Pazar olan ve bize yakın olan Orta Doğu'ya çalışıyoruz. Ama bunun dışında Avrupa ve Amerika pazarlarını hedefliyoruz. Bundan sonraki yatırımlarımızı buna göre planlıyoruz. Afrika'ya da bir planımız var. Orta Doğu'dan biraz daha sıyrılıp, rekabet anlamında zorlanacağımız ama bizi bir yerlere götüreceğine inandığımız pazarlara yönleneceğiz.

Ambalaj sektörünü değerlendirebilir misiniz? Sektörde şuan durum ne?

Ambalaj sektörü bu yıl biraz zorlu geçti. Malum MTA fiyatları çok arttı. Hammadde konusunda teminlerde sorun yaşadık. Navltun

fiyatlarındaki artışlar gibi nedenler bizi zorladı. Hammadde maliyetlerimiz iki katına çıktı. Biz bunların tamamını maalesef rekabet koşullarından kaynaklı olarak ürün satışlarımızımıza yansıtmadık. Dolayısı ile bu yıl biraz sıkıntılı geçti. Bu noktada ihracat bize rahatlık sağladı. Tamamen iç piyasaya çalışmış olsaydık sıkıntılı bir dönem yaşardık. Bunun için ihracatı artırmak için çalışıyoruz.

Pandemide dolayı ihracat yaparken bazı aksaklıklar yaşadığınızı duyuyoruz. Bu konuda neler söylersiniz?

İhracata ilgili sorunlar kısmen devam ediyor. Pandemiden dolayı ciddi bir konteynır sorunuyla karşılaştık. Bu nedenle hazır ürünü 3-4 ay bekletmek zorunda kaldık. Bu da otomatikman bizim mali tablolarımıza olumsuz yansıdı. Şuan kısmen bu sorun azaldı ama yine de konteynır sorunu devam ediyor. Yine Navltun fiyatlarının yüksek olması bizi dünya pazarında zorluyor. Müşterilerle ürün fiyatı konusunda anlaşılıyorsunuz ama işin içine navltun fiyatları girince diğer ülkelerle rekabet etme şansınız kalmıyor. Bu anlamda zor bir süreç yaşıyoruz.

Pandemi plastik ambalaj sektörünü nasıl etkiledi?

Pandemi nedeniyle belli sektörler ciddi büyüme yakaladı. Ama bizim sektörümüz bu durumdan çok fazla nasiplenemedi. Evet ihracat yapıyor ama Türkiye'nin ihracat oranlarındaki artışla bizim sektördeki ihracat oranlarımızın artışı ne kadar doğru orantılı tartışılır. Tabi ihracat zor bir süreç. Bugün başlasanız yarına yapılacak bir iş değil. Biz yıllardır ihracat içerisinde aktif yer almamıza rağmen geldiğimiz nokta yüzde 35 seviyelerinde. Dış Pazar da çok zor. Her ürün her yerde üretilebilir. Hammadde konusunda belli sıkıntılar var. Tamamen dışa bağımlıyız. Bugün Orta Doğu ile rekabet edebilmek için zor bir süreçten geçiyoruz.

Sektördeki hammadde Türkiye'de üretileniyor mu?

Devletimiz hammadde üretimi konusunda Mersin'de bir yatırım yapıyor. Tabi ne zaman tamamlanır bilmiyorum. O tamamlanınca bize ciddi bir avantaj sağlar. Ama kısa vadede bir katkı yapmaz.

Döviz kurundaki yükseliş sizi nasıl etkiliyor?

Dövizin yükselmesi, düşmesi bizi zorluyor. Uzun vadeli planlar yapamıyorsunuz. Planladığınızla gerçekleşen arasında farklılıklar oluyor. Yatırımlarımızı ince eleyp sık dokuyarak yapıyoruz. Bundan sonraki süreçte umutluyuz, umudumuzu kaybetmiyoruz. Burada bizim için tek çıkış yolu ihracat. Mümkün olduğunca döviz girdisi sağlayıp bu çıkmazdan kendimizi çıkarmalıyız.

Konya sanayisini nasıl değerlendiriyorsunuz? Konya'nın ihracat konusunda atılımlarını yeterli görüyor musunuz?

İhracata yatırım yapma konusunda Konya'daki firmaların birçoğu elinden geleni yapıyor. İhracat odaklı üretimler yapılıyor. Konya daha çok potansiyele sahip. Ancak Konya'da ihracat konusunda eksiklerimiz var. Yeterli yatırımları yapamıyoruz. Yurt dışı programları, fuarları konusunda, personel ihtiyaçlarına kadar varncaya kadar eksiklerimiz var. Dış ticaret konusunda yatırım yapmanın gereksiz olduğunu düşünen üreticilerimiz var. Biraz daha ilerlememiz gerektiğini düşünüyorum. Bir şeyi üretmek yeterli olmuyor, o ürünü satmamız da gerekiyor. Bunun için ihracat şart. İç piyasa belli bir doygunluğa ulaştı. Ne üretirseniz üretin alternatifiniz çok fazla. Bu yüzden dış ticarete odaklanmalıyız.

Sanayide yaşanan personel sıkıntısı sizi zorluyor mu? Bu sıkıntıyı çözmek için neler yapılabilir, tavsiyeleriniz var mı?

Konya sanayisinde son yıllarda personel sıkıntısı vardı. Ama son birkaç yıldır bu sıkıntı hatsafhaya ulaştı. Çalıştıracak personel bulamıyoruz. Bunun için neler yapılabilir bilmiyorum. Ama sanayide asgari ücretli çalışan neredeyse kalmadı. Buna rağmen çalışma arkadaşı bulamıyoruz. Üretimde çalışacak bir personel ihtiyacına yönelik hiçbir başvuru olmuyor ama idari kadroda bir personel ihtiyacı olunca yüzlerce başvuru oluyor. Bu da şunu gösteriyor; Teknik liselerin yeterli değil, meslek yüksekokullarından eleman gelmiyor ve herkesin bir idari kadroda görev alma isteği var. Herkes masa başı iş istiyor. Sabredebim, meslek sahibi olayım diyen gençlerimiz kalmadı. Bu anlamda eğitim sistemi baştan aşağı revize edilmeli. Bu eleman sorunu git gide büyük sorun haline gelecek. Ne kadar otomasyon sisteme geçerseniz de bir noktada yine insan gücüne ihtiyacımız var. Bu anlamda eğitim sistemi gözden geçirilmeli. Ben şuan eleman olmadığı için makine kapatıyorum. Eleman olsa ben üretim yapıp ihracat yapacağım.





'ÜLKE İÇİN ÇOK ÖNEMLİ İŞ YAPIYORUZ'

Özyesilyurt Tarım Makineleri Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Koç tarımı ve sektörü 10'lar Dergisi'ne değerlendirdi. Koç, "Yaptığımız üretimle, ekonomiye 2 milyar dolar katkı sağladık" dedi

Türkiye'de tarımda kullanılan gübrelerin yaklaşık yüzde 100'ünün kimyasal olduğunu ve yıllardır kullanılan bu gübrelerin toprağa ciddi zarar verdiğini söyleyen Özyesilyurt Tarım Makineleri Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Koç, "Topraklarımızın neredeyse tamamı organik madde bakımından fakir. Toprakta yüzde 3 oranında olması gereken organik madde yüzde 1'in altında. Organik madde olmamasından kaynaklı olarak toprakta sıkışma oluyor ve çözülüyor. Kimyasal kullandıkça daha da sıkışıyor, sertleşerek toprağın verimi her geçen gün azalıyor. Bizim ürettiğimiz makineler buna çözüm oldu. Üretici de kabullendi. Bu üretimlerimiz ülkemizi 2 milyar dolarlık bir kazanım sağladı" dedi.



sıkışma oluyor ve çözülüyor. Kimyasal kullandıkça daha da sıkışıyor, sertleşerek toprağın verimi her geçen gün azalıyor. Su geçirgenliği azalıyor. Zaten sulama yapacak suyumuz yok. Çok ciddi kuraklık var. Yağış olduğunda da bu sıkışmadan dolayı su toprakta derine inmiyor. Buna bir çözüm bulmamız gerekiyor. Sebze meyve atıkları buna bir çözüm olur diye düşünüyoruz. Türkiye'de senelik ortalama 26 milyon ton gıda israf ediliyor. Bir kamyonun 10 ton çöp taşıdığı hesap edersek, bu da yılda 2,5 milyon kamyonun fazla gıdanın çöpe atıldığını gösteriyor. İşte bu çarpıcı tablodaki rakamların minimize edilmesi için dünyanın en iyi seperatör üreticilerinden Özyesilyurt Tarım Makineleri Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Koç ile konuştuk.

26 MİLYON TON GIDA İSRAF EDİLİYOR

Topraklarımızın neredeyse tamamı

organik madde bakımından fakir. Toprakta yüzde 3 oranında olması gereken organik madde yüzde 1'in altında. Organik madde olmamasından kaynaklı olarak toprakta

'ÇÖLLEŞMENİN ÖNÜNE GEÇMELİYİZ'

Özyesilyurt Tarım Makineleri Yönetim





Kurulu Başkanı Hüseyin Koç, sektörün önemini anlattı. Koç, "Yaklaşık 25 yıl bu sektördeyim Babadan oğula devam ettiriyoruz. Babam römork üzerine imalat yapıyordu. Babam bıraktıktan sonra katı gübre, sıvı gübre ve yem karma işlerine yöneldik. Yaklaşık 15 yıldır bu işe devam ediyoruz. Şimdi çiftlik ekipmanlarını üretiyoruz. Katı gübreye girmemizin en büyük sebebi, Türkiye'de topraklar çöl oluyor. Çiftçilerin kullandığı yüz gübresi insanların kullandığı antibiyotik gibi oldu. Her gün antibiyotik atarsa ne olur, vücut belli bir dönemden sonra ölür. Kullanılan gübreler de toprağı kanser haline getirdi. Amerika'da yüzde 4'ün altın organik olan bir tarlaya tarım ruhsatı verilmez. Yüzde 4'ün üstünde olmalı ki, oraya ekim yapılabilmesi lazım. Türkiye'de hala yüzde 4 olan çok az tarla var. Biz bu işe girdiğimizde üretici, gübrenin ne işe yaradığını bilmiyor, inşaat yıkıyor onu bile gübrenin içine atıyordu. Çünkü tarlayı çöplük olarak görüyordu. İlk ürünü imal ettiğimizde Avrupa'dan kopyaladık, Türkiye pazarına sunduk. Üretici, biz bunu ne yapacağız? diye soruyor. İlk 2 sene senede 2-3 gibi ürün sattık. Yavaş yavaş tarlada kullanma-

ya başlayınca üretici bize yönelmeye başladı. Şimdi gübrenin içine izmarit atmazlar. Çünkü değerini anladılar" diye konuştu.

BİZİM MAKİNELER ATIKLARI DEĞERLİ HALE GETİRDİ

Neden bu işe yöneldiğini de anlatan Hüseyin Koç, "Ben her yıl fuarlara giderim. Fuarlarda gördüğüm makineleri inceler, kendim yapmaya çalışırım. Ve çoğunda da başarılı olduk. Üstelik piyasada 450-500 bin liralık ürünü biz daha avantajlı bir fiyata üretip satabiliyoruz. Şu anda 'Sıfır Atık' projesi var. Bütün belediyelerde bu çalışma başladı. Biz yaklaşık 15-20 belediyeye kompost karıştırma makinesi verdik. Selçuklu Belediyesi'ne de verdik bu arada. Pazar kuruluyor, alışveriş yapıldı bittikten sonra temizlikçiler gelir, pazar kalıntılarını alır, çöplüğe döker, iş biterdi. Şimdi Pazar atıkları çok değerli hale geldi. Mezitli Belediyesi 2 ayda 780 ton atıktan gübre üretti. O gübre tarlaya atılınca tarla yumuşuyor, organik hale geliyor. Başka hiçbir gübre kullanmaya gerek kalmıyor. Hem organik hem de çiftçiye ücretsiz veriliyor. Çok önemli bir katkı sağlanıyor. Hem de

geri dönüşümden. Sadece Mezitli Belediyesi, bu kadar üretim yapmış. Diğerlerini düşünün. Milyon ton demektir. Ayrıca ürün kalitesini de artırıyor. Aynı tarlayı farklı bölümlere ayırarak bunu test ettik. Bir tarlayı dörde bölerek Selçuk Üniversitesi ile ortak bir çalışma yaptık. Dört bölüme farklı gübreler kullanarak verimdeki değişimi gördük. Aynı tarla, aynı yağmur, aynı tohum ama 3 yılda yaptığımız gözlemlerde verim değişimini gördük" diye konuştu.

2 MİLYAR DOLAR KATKI SAĞLADIK

Belediyelerin bu işe önem verdiklerini anlatan Özyesilyurt Tarım Makineleri Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Koç, "Seperatör yaptık ve belediyelerin birçoğuna verdik. İnek gübresini ele alalım. Bütün çiftliklere artık seperatör zorunlu hale geldi. Aksi halde hem çevreye zarar hem de görüntü kirliliğine neden olur. Seperatörle katı ve sıvı havuz yapılarak hem gübre olarak değerlendirilir hem de çevre etkisi en aza indirilir. Devlet de bu konuda çiftliklere destek vererek işlerini kolaylaştırdı. Yem karma makinelerinde de desteklerle çiftçinin iş gücüne yardımcı oldu.





Biz aslında 'Sıfır Atık' projesinin en büyük destekçisiyiz, paydaşımız. Hatta geri dönüşümle de 15 yılda sadece bizim ekonomiye 2 milyar dolar katkımız oldu. Biz bu makineleri üretmezsek, üretici bilinçlenmez ve DAP gübresi kullanımımız üç kat daha fazla olacaktır. Dolayısıyla yurtdışından daha fazla ithalat yapacaktık. Biz bu işe el attuktan sonra özellikle Konya ve bölgede bu kullanım daha da düşüyor ve biz de ülkemize ciddi katma değer kazandırdığımızı düşünüyoruz" ifadesini kullandı.

DÜNYA BUNU KULLANIYOR

Yıllık 200-250 makine üretiliyor diyen Hüseyin Koç, "Sadece biz değil Türkiye geneli yaklaşık 15 firma bu anlamda üretim yapıyor. Biz 40-50 ülkeye ihracat yapıyoruz. Bunun 15'ine direkt olarak biz göndeririz, kalanını aracı firmalarla göndeririz. Kore, Latin Amerika, Balkan ülkeleri, Türki Cumhuriyetleri olmak üzere dünyanın birçok ülkesine ulaştık" dedi.

ÇİFTÇİ EĞİTİLMELİ

Üreticinin bu konuda eğitim alarak bilinçlendirilmesi gerektiğini söyleyen Hüseyin Koç, "Avrupa ilk katı gübre makinesi 1960'ta üretmiş. Dolayısıyla tarımda bizden kat kat öndeler. Biz bazı şeylerin yeni farkına varmışız. Misal, John Deere'nin yıllık cirosu Türkiye'deki bütün tarım makinecileri dahil, traktör üreticileri dahil 3 katı civarındadır. Avrupa'da çiftçi bilinçli, imalatçı bilinçli. Trük üreticileri de Arap ülkelerinden bir o kadar önde ama Avrupa'nın, hem üretimde hem de bilinçlenme konusunda çok gerideyiz. Tarımı daha teknolojik hale getirerek bilinçli tarıma hızla yönelmemiz gerekiyor. Bunu başardığımız zaman da hem üretim hem de ekonomik anlamda çok daha iyi yerlerde olacağız. Devletten en büyük beklentimiz, eğitim ve tarıma ağırlık vererek üretimi geliştirebilmeli" şeklinde konuştu.



Toprak
ölürse
hayaller de
ölür

özyesilyurt

TARIM VE DEĞİRMEN

1969



ATIKTAN
GÜBREYE

KOMPOST KARIŞTIRMA MAKİNESİ / COMPOST MIXING MACHINE

KM332

1000 m³/saat



YEM KARMA VE DAĞITMA MAKİNESİ

STAR X

0,75 DEN 50 M³E KADAR



SIVI GÜBRE DAĞITMA MAKİNESİ

PLUS X

3 TONDAN 20 TONA KADAR



KENDİNDEN YÜRÜR YEM KARMA MAKİNESİ

ALLIGATOR

2.5 m³



DANE MISIR PAKETLEME
MAKİNESİ

PRESTİJ X165 DMSM

10-15 TON/SAAT



SILAJ SOSİS PAKETLEME
MAKİNESİ

PRESTİJ X165

50 TON/SAAT



KATI GÜBRE DAĞITMA
MAKİNESİ

GOLD X

3 TONDAN 20 TONA KADAR



SEPERATÖR POMPA
KARIŞTIRICI

OSP15

20-30 m³/saat

ÇİFTÇİYİ DESTEKLEYEN ADRES

DEVLET TEŞVİKLERİ - TARIM KREDİ KOOPERATİFİ - ZİRAAT ODALARI - PANCAR KOOPERATİFİ - ZİRAAT BANKASI



Ziraat Bankası



IPARD

özyesilyurt
TARIM VE DEĞİRMEN
1969

ÖZYEŞİLYURT TARIM MAKİNALARI
ve DEĞİRMENCİLİK İÇ VE
DIŞ TİC. SAN. LTD. ŞTİ.

Bizi Toprak Yaşatacak

everywhere you see green
yeşili gördüğünüz her yerde



www.ozyesilyurt.com

2.Organize San.Bölg. Büyükkayalık Mah.
Vezirköy Caddesi No:9
Selçuklu/KONYA-TÜRKİYE

T :+90 (332) 342 03 10
F :+90 (332) 342 00 68
info@ozyesilyurt.com





Üretiminin yaklaşık yüzde 95'ini ihraç ederek, 72 ülkede kendini gösteren sektörün amiral gemisi Genç Değirmen, ihracatta hedeflerini büyütüyor. Genç Değirmen Yönetim Kurulu Başkanı Remzi Mert Selek, "Hedefimiz tüm dünyaya Genç Değirmen'in kalitesini göstermek" dedi

GENÇ DEĞİRMEN, KALİTEYİ DÜNYAYLA TANIŞTIRIYOR

Değirmen sektöründe 30 yılı aşan tecrübesiyle önemli bir marka haline gelen Genç Değirmen, kaliteyi müşterisiyle buluşturuyor. 14 bin metrekare-si kapalı olmak üzere toplamda 30 bin metrekare üretim alanı, deneyimli

kadrosuyla un ve irmik üretim tesisleri konusunda çözümler sunan Genç Değirmen, dünya çapındaki bayi ağı sayesinde emeğin mucizesini 72 ülkeye taşıyor. Üretimini yaklaşık yüzde 95'ini ihraç eden Genç Değirmen, dünya pazarındaki bu potansiyelini artırma hedefiyle yoluna devam ediyor. Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Genç Değirmen Yönetim Kurulu Başkanı Remzi Mert Selek, "Hedefimiz tüm dünyaya Genç Değirmen'in kalitesini göstermek" dedi.

TEKNOLOJİ ÜST DÜZEYDE

Genç Değirmen'in kurulduğu günden buyana kendini yenileyerek yoluna devam ettiğini dile getiren Genç Değirmen Yönetim Kurulu Başkanı Remzi Mert Selek, gelişen dünyaya ayak uydurmak

gerektiğinin altını çizdi. Bu konuda genç Değirmen'in kendini gösterdiğini ve sektör içerisinde farkını ortaya koyduğunu belirten Selek, "Firmamız, CAD-CAM destekli CNC tezgâhlarıyla zenginleş-tirdiği makine parkuru ve ileri teknoloji üretim standartlarına duyarlı yaklaşımıyla hatasız üretim sağlamaktadır. Fabrikamızda teknoloji; makinelerin hızlı ve problemsiz olarak boyanmasını sağlayan boya ünitelerinden, ahşap parçaların üretiminin gerçekleştirildiği ahşap üretim atölyesine ve yedek parça tedariği için oluşturulmuş modern malzeme depolarına kadar üretimin her alanında etkin bir şekilde kullanılmaktadır" dedi.

SEKTÖRE DEĞER KATIYORUZ

Genç Değirmen'in sektördeki gü-





cünü ortaya koymak için büyük gayret gösterdiklerini vurgulayan Selek, şöyle devam etti, "Genç Değirmen'in deneyimi, tasarımdan montaja kadar üretimin her aşamasında etkili çözümler sunan bir güç haline getiriyor. Üstlendiği 360'den fazla projeyi hatasız ve zamanında teslim etmenin gururu ile AR-GE departmanı yeni projeler üretmeye devam etmektedir. Benimsediğimiz toplam kalite felsefesi ile çalışanlarımızla birlikte hep daha iyisini hedefliyoruz. Makinelerimizin tam performans sunması için üretim kalitesine ek olarak satış sonrası destek gücümüzü de ekliyoruz. Genç Değirmen, sektöre değer katan bir güç-lider olma yolunda ilerliyor. Genç Değirmen, dünya pazarında payını arttırmak adına belirli hedefler ve stratejilerle yoluna devam ediyor, sektörün geleceğine güç katıyor."

KONYA'DA LİDER

Değirmen sektöründe Konya'nın öne çıktığını, Genç Değirmen'in de Konya'da önemli bir yerde olduğunu söyleyen Selek, "Genç Değirmen sektörde lider diyebileceğimiz bir durumda. Konya'da lider bir

firmayız. Genç Değirmen müşteri odaklı çalışan bir firma. Kaliteyi ön planda tutuyoruz. Müşterimizin memnuniyeti bizim için her şeyden önemli. Bu anlamda Genç Değirmen, müşterimizin istekleri doğrultusunda üretim yapıyor. Bu da bizi farklı kılıyor" şeklinde konuştu.

72 ÜLKEYE İHRACAT YAPIYORUZ

Genç Değirmen'in ihracat odaklı bir firma olduğunu, bu anlamda büyük başarılar elde ettiğini belirten Selek, "Genç Değirmen ihracat yapan bir firma. 72 ülkeye ihracat yapan bir firmayız. Ağırlıklı olarak Türki cumhuriyetleri ve Afrika pazarına çalışıyoruz. Yeni yeni Libya pazarına açıldık. Avrupa'ya da malzeme gönderiyoruz. Ama ağırlıklı olarak Türki Cumhuriyetleri ve Afrika pazarına çalışıyoruz" ifadelerini kullandı.

HEDEF TÜM DÜNYA

İhracat potansiyelini artırmak için var güçleriyle çalıştıklarını dile getiren Selek, şunları kaydetti, "Hedefimizde tüm dünyaya mal göndermek var. Ama bu hedef bizi

zorluyor. Çünkü kalitesiz malzeme üreten birçok firma var. Bu durum bizi dünya pazarında olumsuz etkiliyor. Avrupa'da özellikle Türk malının kalitesiz olduğu düşünülüyor. İmajımız çok iyi değil genel olarak. Bu olumsuzluğu kırmaya çalışıyoruz. Biz Genç Değirmen olarak Avrupa standartlarında, dünya standartlarında iş yapıyoruz. Bunu bilen bizden ürün alıyor ama olumsuz algıyı kırmamız gerekiyor.

Aslında bundan 20 yıl önce Türki Cumhuriyetleri'nde de böyle bir olumsuz algı varmış. Ancak orada bu algıyı yıkmışız. Avrupa'da da bu algıyı yıkmamız gerekiyor."

ÖNEMLİ BİR KAPASİTEYE SAHİP

Genç Değirmen'in üretimde önemli bir kapasiteye sahip olduğuna dikkat çeken Selek, "3 ayda günlük 350 ton buğday kırarak bir fabrikayı hazır ederiz. Biz burada hem üretimi yaparız hem de gidip kurulumunu yaparız. Aynı zamanda müşterimiz isterse anahtar teslim fabrika teslimi de yaparız" dedi.

ENTEĞRE BİR TESİS

Üretim alanlarının altyapısından da





bahseden Selek, "14 bin metrekareli kapalı olmak üzere 30 bin metrekarelik üretim alanımız var. Biz burada bütün parçaları üretebiliyoruz. Entegre bir tesisimiz var. Sandığına kadar kendimiz üretiriz" diye konuştu. Yaklaşık 150 kişiye istihdam sağladıklarının bilgisini paylaşan Selek, "Fabrikamızda 124 çalışanımız var. Bunun dışında montaj elemanları, diğer ülkelerdeki ofis çalışanları ile birlikte yaklaşık 150 çalışanımız var. Kazakistan'da, Özbekistan'da, Ukrayna'da, Azerbaycan'da, Kenya'da ofislerimiz var. Onlar direkt bize bağlı ve bizim için çalışıyorlar. Sırbistan'da da iş ortağımız var. Hedefte Libya'da da bir ofis planımız var" ifadelerini kullandı.

PANDEMİNİN ETKİLERİ

2 yıldır dünya genelinde yaşanan pandeminin sektörüne olan etkilerini değerlendiren Selek, şu bilgileri paylaştı, "Pandemi bizim sektörümüzü olumsuz etkilemedi. Ama tabii yurt dışına giriş-çıkışlar zor oldu. Bu konuda bir zorluk yaşadık. Sınırlar kapandığı için malzemeleri göndermede zorluk yaşadık. Bunun dışında konteynır sıkıntısı yaşadık. Konteynır bulsak da fiyatları çok arttı. Bu durumlar olumsuz etkiledi ama genel anlamda çok kötü bir durum yaşamadık."



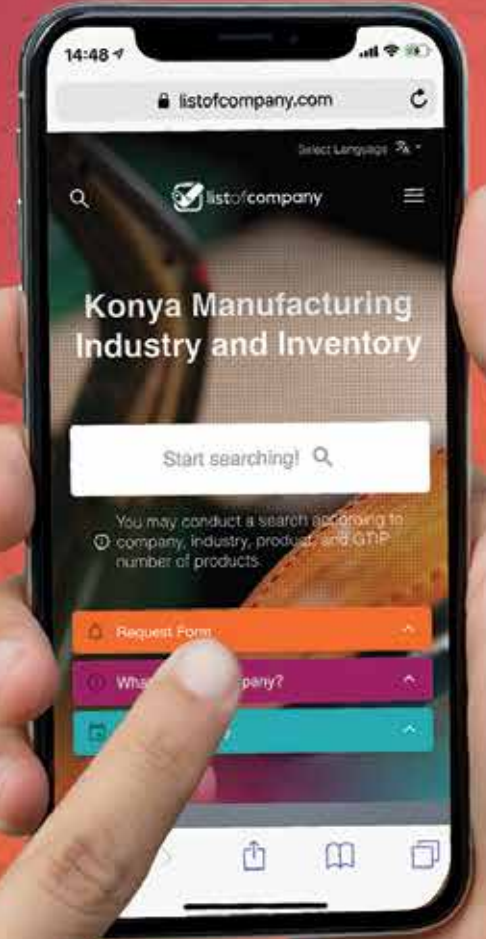
**Aradığınız
imalatçı ve ihracatçı firmaları
tek bir adreste bulmaya
hazır mısınız?**



www.listofcompany.com



**7.000 firmaya
10.000 ürüne
50'den fazla sektöre
170 ülkeye ihracat
yapan firmalara
ulaşmanın yolu
bu adreste**



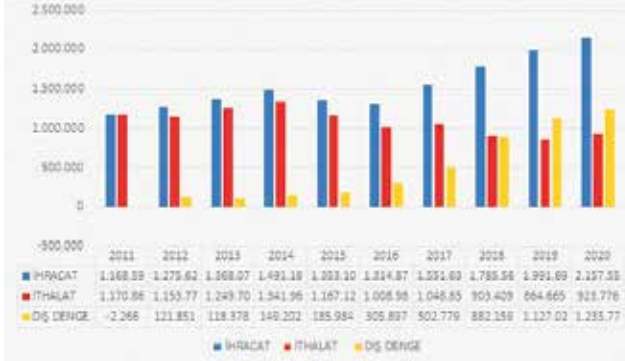
Konya, ülkemizin önemli sanayi ve ihracat illerinden bir tanesi. 2020 yılında Türkiye ihracat sıralamasında 2,1 milyar dolar ile 12. Sırada yer alırken, ülkemiz ihracatında yaklaşık yüzde 1'lik paya sahip. İthalat sıralamasında ise 923 milyon dolar ile 20. Sırada yer almakta.

DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN İLİMİZ: KONYA

Konya'nın son 10 yılına ait dış ticaretine genel başlıkları ile bir bakalım.

Tablo 1.

Konya'nın Son 10 Yıllık Dış Ticaret Değerleri (2011-2020) / (1000 USD)



Kaynak: TÜİK verileri tarafımızca derlenip, hazırlanmıştır.

Konya ilimizin ihracatı, 2001'den günümüze kadar istikrarlı bir artış sergilemekte. 2011 yılında 1,1 milyar dolar ihracatı olan ilimiz, 10 yıl sonrasında yüzde 100 artarak 2,1 milyar dolar seviyesine gelmiş.

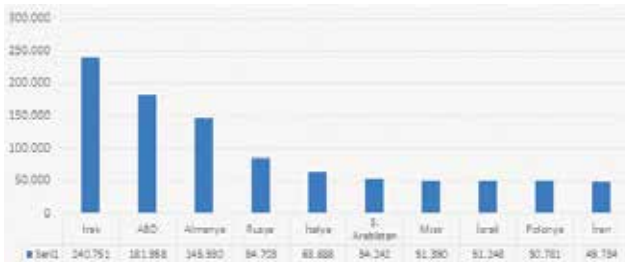
İthalatı değerlendirdiğimizde ise ihracat kadar olmasa bile yine istikrarlı bir azalmayı tablomuzda net olarak görebiliriz. 2011 yılında 1,1 milyar seviyesinde ithalat, 2021 yılına gelindiğinde ise 923 milyon dolar seviyesine gerilemiş.

Dış ticaret dengesi bağlamında değerlendirdiğimizde ise 2011 yılında az da olsa dış ticaret açığı veren ilimiz, sonraki yıllarda ise istikrarlı bir şekilde dış ticaret fazlası vermekte. Dış ticaret fazlasının en önemli unsuru ise ithalattaki azalmadan ziyade ihracat artış oranının ithalata göre oldukça yüksek olmasından kaynaklanmakta. Konya, tablo 1'de görüldüğü üzere 2020 yılında 1,2 milyar dolar dış ticaret fazlası vermiş.

KONYA İHRACATINDA, İLK 10 ÜLKE

2020 yılında ilimizin ihracatındaki ilk 10 ülkeyi değerlendirdiğimizde ise çok farklı sonuçlar çıkmakta ama öncenesi tablomuzu inceleyerek gidelim.

Tablo 2.
Konya İhracatı: İlk 10 Ülke

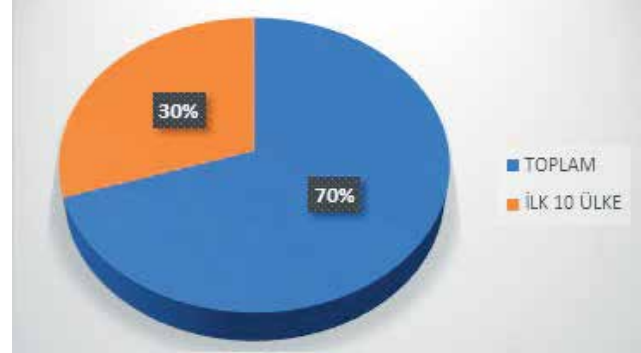


Kaynak: TÜİK verileri tarafımızca derlenip, hazırlanmıştır.

İlimizde üretilen ürünlerin ihracatında ilk 10 ülkeye baktığımızda, Irak birinci sırada iken, onuncu sırada ise İran yer almakta. İhracatta ilk 3 ülke ise Irak, ABD ve Almanya gelmekte. Ülkemiz ihracatındaki ülke sıralamaları ile karşılaştırdığımızda sıralamalar yer değiştirse de ilk 10 ülkenin istisnalar olsa da ülkemizin ülke ihracatı ile tutarlı olduğunu görebilmekteyiz.

Şekil 1.

Konya 2020 Yılı İlk 10 Ülkenin Toplam İhracat İçerisindeki Payı

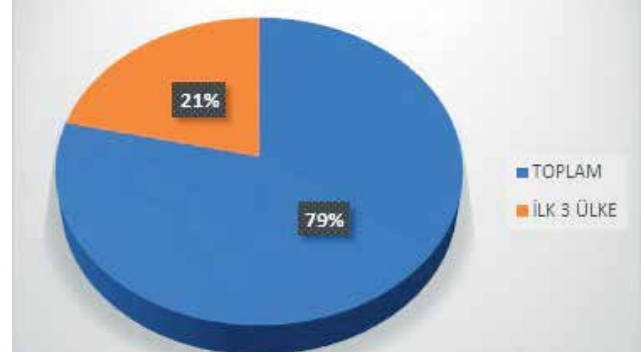


Kaynak: TÜİK verileri tarafımızca derlenip, hazırlanmıştır.

Şekil 1' bağlamında gidersek, 2020 yılında gerçekleşen 2,1 milyar dolar ihracat içerisinde ilk 10 ülke ihracatı, 924 milyon dolar ile toplam Konya ili ihracatının yüzde 30'una tekabül etmekte.

Şekil 2.

Konya 2020 Yılı İlk 3 Ülkenin Toplam İhracat İçerisindeki Payı



Kaynak: TÜİK verileri tarafımızca derlenip, hazırlanmıştır.

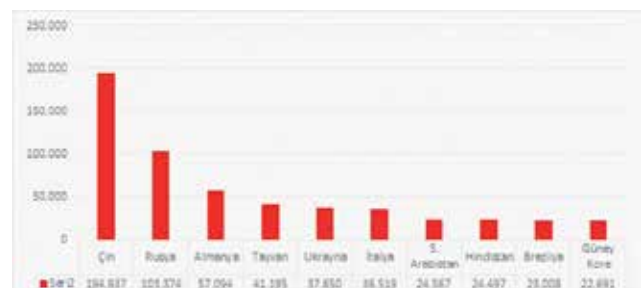
Şekil 2'de ise bambaşka bir manzara ile karşılaşmaktayız. Konya ihracatındaki ilk 3 ülke; Irak, ABD ve Almanya ihracat toplamı, 568 milyon dolar ile Konya ilinin toplam ihracatının yüzde 21'ni oluşturmaktadır.

KONYA İTHALATINDA, İLK 10 ÜLKE

Bu başlık altında 2020 yılında Konya ilimizin ithalatındaki ilk 10 ülkeyi ve ithalat değerlerini göreceğiz. Son kısımdaki analizde ise aynı ihracatta olduğu gibi ilginç unsurlar karşımıza çıkabilir.

Tablo 3.

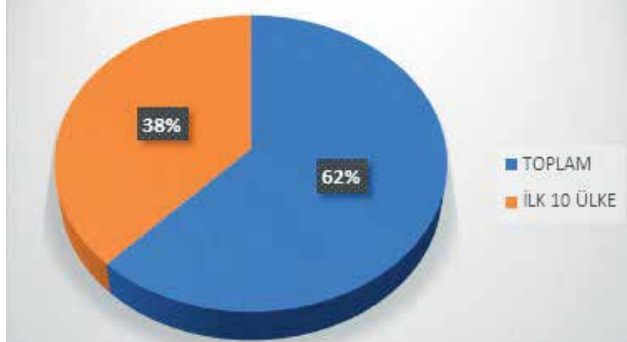
Konya İthalatı: İlk 10 Ülke



Kaynak: TÜİK verileri tarafımızca derlenip, hazırlanmıştır.

İlimizde üretilen ürünlerin ithalatında ilk 10 ülkeye baktığımızda ise Çin birinci sırada iken, onuncu sırada ise Güney Kore yer almakta. İthalatta ilk 3 ülke ise Çin, Rusya ve Almanya gelmekte.

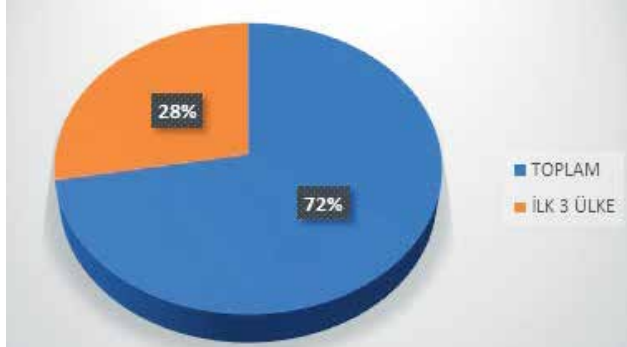
Şekil 3.
Konya 2020 Yılı İlk 10 Ülkenin Toplam İthalat İçerisindeki Payı



Kaynak: TÜİK verileri tarafımızca derlenip, hazırlanmıştır.

Şekil 3 bağlamından gidersek, 2020 yılında gerçekleşen 923 milyon dolar ithalat içerisinde ilk 10 ülke ithalatı, 565 milyon dolar ile toplam Konya ili ithalatının yüzde 38'ne tekabül etmektedir.

Şekil 4.
Konya 2020 Yılı İlk 3 Ülkenin Toplam İthalat İçerisindeki Payı



Kaynak: TÜİK verileri tarafımızca derlenip, hazırlanmıştır.

Şekil 4 ise bambaşka bir resim karşımıza koyuyor. Konya ithalatındaki ilk 3 ülke; Çin, Rusya ve Almanya ithalat toplamı, 355 milyon dolarla Konya ilinin toplam ithalatının yüzde 28'ine karşılık gelmekte.

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

Bu bölüm içerisinde 2020 yılı için ihracatta ilk 10 ürün grubu üzerinde analiz yapmaya çalıştık. Öncelikle bu ürün gruplarını tablo halinde görelim. Bu arada 12 haneli Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonundaki ilk 2 haneli ürün gruplarına "Fasıl" demektediriz. Dolayısıyla bundan sonra tablo ve şekil isimlerinde "Fasıl" kavramını kullanacağız.

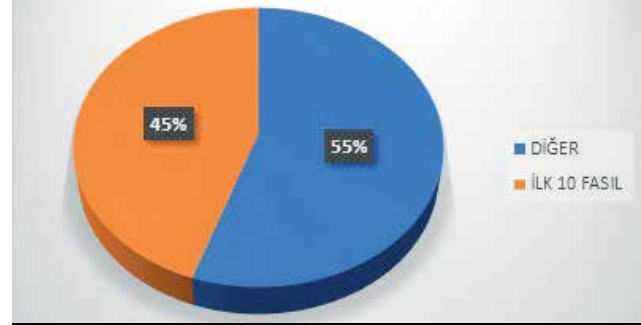
Tablo 4.
Konya'nın 2020 Yılı İlk 10 Fasıl İhracatı (1000 USD)

Fasıl	Fasıl adı	İhracat Dolar
84	Kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	662.193.345
87	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	353.183.489
93	Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı	153.370.752
19	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	139.748.719
73	Demir veya çelikten eşya	123.229.478
39	Plastikler ve mamulleri	88.190.464
4	Süt ürünleri, yumurtalar, taze bal, diğer yenilebilir hayvansal menşeli ürünler	69.727.723
18	Kakao ve kakao müstahzarları	54.555.413
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	53.573.326
85	Elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı	47.056.207
TOPLAM		1.744.829.414

Kaynak: TÜİK verileri tarafımızca derlenip, hazırlanmıştır.

Tablo 4 bağlamında değerlendirdiğimizde 2020 yılında Konya'nın toplam ihracatı, 2,1 milyar dolar iken ilk 10 ürün grubundaki ihracat ise 1,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiş.

Şekil 5.
Konya 2020 Yılı İlk 10 Fasıl İhracatının Toplam İhracat İçerisindeki Payı



Kaynak: TÜİK verileri tarafımızca derlenip, hazırlanmıştır.

Oldukça ilginç olan kısmı Şekil 5 içerisinde görebilmekteyiz. 1,7 milyar dolar ihracatının gerçekleştiği ilk 10 ürün grubunun Konya toplam ihracatı içerisindeki payı yüzde 45 oranında. Neredeyse 2020 yılında gerçekleşen ihracatın yarısı ilk 10 Fasıl kapsamında gerçekleşmiş.

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İTHALAT

Bu bölüm içerisinde 2020 yılı için ithalatta ilk 10 ürün grubu üzerinde analiz yapmaya çalıştık. Öncelikle bu ürün gruplarını tablo halinde görmekte fayda var.

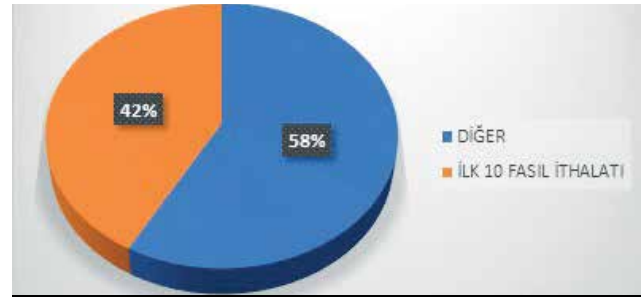
Tablo 5.
Konya'nın 2020 Yılı İlk 10 Fasıl İthalatı (1000 USD)

Fasıl	Fasıl adı	İthalat Dolar
84	Kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	199.363.851
10	Hububat	101.780.486
39	Plastikler ve mamulleri	98.706.930
85	Elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı	58.100.530
23	Gıda sanayinin kalitesi ve döktürüleri, hayvanlar için hazırlanmış kaba yemler	44.137.041
27	Mineral yağlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler, bitümenli maddeler, mineral mumlar	37.805.822
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	36.631.913
72	Demir ve çelik	30.135.858
12	Yağlı tohum ve meyveler, muhtelif tane, tohum ve meyveler, sanayide ve tıpta kullanılan bitkiler, saman ve kaba yem	29.920.483
29	Organik kimyasal ürünler	29.506.387

Kaynak: TÜİK verileri tarafımızca derlenip, hazırlanmıştır.

Tablo 4 bağlamında değerlendirdiğimizde 2020 yılında Konya'nın toplam ithalatı, 923 milyon dolar iken ilk 10 ürün grubundaki ithalat ise 666 milyon dolar olarak gerçekleşmiş.

Şekil 6.
Konya 2020 Yılı İlk 10 Fasıl İthalatının Toplam İthalat İçerisindeki Payı



Kaynak: TÜİK verileri tarafımızca derlenip, hazırlanmıştır.

Diğer ilginç olan kısmı Şekil 6 içerisinde görebilmekteyiz. 666 milyon dolar değerinde ihracatının gerçekleştiği ilk 10 ürün grubunun, Konya toplam ithalat içerisindeki payı yüzde 42 oranında gerçekleştiğini net olarak görebilmekte.

Hazırlayan: MUTLU YILMAZ
Dış Ticaret Uzmanı

UN İHRACATINDA NAVLUN BEDELLERİ BELİRLEYİCİ OLUYOR

Konya'nın limana ve sınırlara uzaklığının navlun bedellerine yansıdığını, bu durumun da şehirdeki un sektörünü rekabette geriye ittiğini dile getiren Aydınalp Un Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Aydınalp, bu konunun ihracatı yaraladığını söyledi

1 978'li Yıllarda başladığı tarım ile ilgili farklı alanlardaki faaliyetlerini, 2005 yılında un imalatına başlayarak sektördeki konumunu taçlandıran Aydınalp Un, kaliteden önün vermeden büyümeye devam ediyor. Üretimde esas olan insan sağlığı ve çevreye olan duyarlılık prensibini ön planda tutan firma, ürünleri el değmeden üretiyor. Fabrika bünyesinde kurmuş olduğu laboratuvar ile buğday ve unun fiziksel, kimyasal ve biyolojik analizlerini yapabilecek kapasiteye erişen Aydınalp Un, son teknolojiye sahip üretim altyapısı ile ürünlerini ve sistemlerini Araştırma-Geliştirme temelinden hareketle, çiftçiden üretime, üretimden satışa ve satış sonrası desteğe kadar bir zincir içerisinde her safhayı kendi bünyesinde gerçekleştiriyor.

ÇEŞİTLİLİĞİNİ ARTIRDI

Kurulduğu yıldan bugüne ürünlerinin kalitesini ve çeşitlerini giderek artıran firma sektöründeki teknolojik gelişmeleri yakından takip edip, kendini yenileyerek her geçen gün piyasadaki güvenilirliğini ve kalitesini artırdı. Firma, istek üzerine ürün çeşitliliğine buğday ununun yanı sıra, natürel yulaf, çavdar ve mısır ununu da ekledi.

Üretim aşamasında iş güvenliğini ön planda tutan Aydınalp Un Sanayi, belirli aralıklarla personeline vermiş olduğu hizmet içi eğitimlerle de çağın gerektirdiği



yönetim ve üretim standardına ulaşmayı amaçlıyor.

2004'TEN BERİ UN SEKTÖRÜNDELER

Aydınalp Un Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Aydınalp, yaptığı açıklamada, 2004 yılından buyana un sektörünün içerisinde yer aldıklarını söyledi. 2004 yılında ihracat yapan bir firma olduklarını ancak sonrasında ihracat yapmanın lojistik nedenlerden dolayı zorlaştığını dile getiren Aydınalp,

"2017 yılına kadar da çok ciddi un ihracatçısı bir firmaydık. Türkiye'nin un ihracatının yaklaşık yüzde 50'si Irak'a yapılıyordu. 2004-2005'li yıllarda Mardin'de un üretimi yapan 4-5 firma vardı. Ancak Mardin'deki fabrika sayısı sonrasında 40-50'ye çıkınca, o bölgedeki üreticiler navlun avantajını kullanarak bizim önümüze geçtiler. Dolayısıyla bu durum bizim ihracatımıza yansıdı. Ama farklı bölgelere ihracat yapmak için çaba gösteriyoruz. Özellikle yeni yapılan Lojistik Merkez ile yeni ihracat bölgeleri oluşturmayı zorlayacağız. İhracatta iki önemli unsur var; ya hammaddeye ya pazara yakın olmak gerekiyor. Biz limana da uzağız maalesef Konya olarak. Bu da bizim maliyetlerimizi artırıyor. Lojistik Merkez'le birlikte tren yolunu deneyeceğiz. Bizim sektörümüz sanayi sektörleri gibi değil. Navlun fiyatlarının yüksek olması karlılığımızı ciddi manada düşürüyor" dedi.

BUĞDAY FİYATLARI YÜKSEK

Pandeminin gevşemeye başladığı dönemlerde gerek pandeminin gerek de iklim değişikliğinin tarımsal üretimi olumsuz etkilemesiyle yükselen buğday fiyatlarının kendilerini olumsuz etkilediğini dile getiren Aydınalp, şöyle devam etti, "Pandemi döneminde un sektörü etkilenmedi. 7/24 çalıştık. Bizi en çok etkileyen pandeminin gevşemeye başladığı dönemde, tüm dünyada yaşanan MTA fiyatlarının yükselmesi oldu. Buğday fiyatlarının yükselmesi bu konuda bizi olumsuz etkileyen en büyük etmen oldu. Sektörümüzdeki vadeler





60-70 gün ama buğday fiyatlarını peşin alıyorsunuz. Fiyat artışlarından dolayı dolayısı ile paranız erimiş oluyor. Buğday fiyatlarındaki yükselme de devam ediyor. Bunun en büyük nedeni de iklim değişiklikleri. İklim değişiklikleri nedeniyle dünyada ciddi bir sıkıntı yaşanıyor. Dolayısı ile tarıma dayalı bir ekonomi olan Konya'da da biz üreticiler bu durumdan olumsuz etkileniyoruz."

HAMMADDE SORUNU VAR

Yaşanan kuraklık nedeniyle tarımsal üretimin düşmesinin un sanayinde hammadde sıkıntısına yol açtığını vurgulayan Aydınalp, "Eğer iklim şartları elvermezse, tarım ürünlerinden istenilen verimi alamazsınız. Son yıllarda da maalesef ülkemiz ve özellikle Konya'mız böyle bir sorunla karşı karşıya. Dolayısı ile tarımsal hammaddeye erişiminizde de sorunlar ortaya çıkıyor. Bizim hammaddemiz de tarıma dayalı olduğu için, verim düşüşleri bizi doğrudan etkiliyor. TMO sürekli müdahale ediyor, buğday veriyor ama bu sürdürülebilir görünmüyor. İklimsel değişikliğe dayalı olarak çiftçimiz verim alamadığı için her yıl buğdaydan kaçıyor. Bu durum da üretim miktarını etkiliyor" diye konuştu.

GIDA, SAVUNMA SANAYİ KADAR ÖNEMLİ

Gıda sektörünün insanoğlu için hayati bir öneme sahip olduğuna dikkat çeken Aydınalp, "Gıda sektörü savunma sanayi kadar önemli bir sektör. Çünkü gıdasız hayat idame ettirilemez. Arabasız olur, telefonsuz olur ama yiyecek olmadan olmaz. İnsa-



noğlu mecbur gıda tüketecek. Dolayısı ile bizim gıda sektöründeki sorunlara, gerek özel sektör gerek devlet olarak kafa yorarak çözüm bulunması gerekiyor" dedi.

KONYA GURURLANDIRIYOR

Konya'nın artan ihracat potansiyelini

de değerlendiren Aydınalp, "Konya'nın ihracatı her geçen gün artıyor. Bu da bizi mutlu ediyor. Dünya konjonktüründe de Konya'nın ihracatının daha da artacağına inanıyorum. Konya'nın bu anlamda ciddi bir potansiyeli var. Bu potansiyeli iyi değerlendirirsek çok daha güzel yerlere gelecektir" şeklinde konuştu.



OEM tedarikçisi olarak da öne çıkmayı başaran, dolaylı olarak dünyanın birçok noktasında ürünü bulunan Özden Otomotiv, direkt olarak yaklaşık 40 ülkeye ihracat yaparken, kısa zamanda bu sayıyı 100'e çıkarmayı hedefliyor

OEM TEDARİKÇİSİ OLARAK KALİTESİNİ TESCİLLEDİ

Ağır vasıta araç gruplarının hidrolik fren sistemlerini üreten Özden Otomotiv, kaliteli üretim anlayışıyla yoluna devam ediyor. Sektöre ait teknolojik gelişmeleri takip ederek, Ar-Ge uygulamalarını bu doğrultuda yürüten Özden Otomotiv, başarı düzeyini artırmak için ciddi bir yatırım yapıyor. Kalite, çevre, iş sağlığı ve güvenliğini önceleyerek yürüttüğü üretimiyle, zamanında ve eksiksiz teslimatıyla müşterilerinin memnuniyetini kazanan firma, OEM tedarikçisi olarak

da öne çıkmayı başardı. Dolaylı olarak dünyanın birçok noktasında ürünü bulunan Özden, direkt olarak yaklaşık 40 ülkeye ihracat yaparken, kısa zamanda bu sayıyı 100'e çıkarmayı hedefliyor. Özden Otomotiv Sahiplerinden Ali Özden, firmanın üretim kapasitesi, ihracat hedefleri, Konya ve Türkiye'deki ekonomik dinamikler üzerine dikkat çeken açıklamalar yaptı.

Özden Otomotiv'in üretim altyapısı hakkında bilgi verir misiniz?

4 bin metrekare alanda üretim yapıyoruz. 75 kişiye istihdam sağlıyoruz. 2022 yılının sonunda da 10 bin metrekarelik bir alanda üretimimizi sürdüreceğiz. Yaptığımız yeni yatırım ile üretim alanını artırmış olacağız. Özden Otomotiv olarak yatırımımız, istihdama olan katkımız, Konya'mıza ve ülkemize olan ekonomik katkımız bu şekilde devam edecek.

Özden olarak hangi ürün gruplarını üretiyorsunuz?



Büyük araçların hidrolik fren sistemini üretiyoruz. Üretimimizin yaklaşık yüzde 70'ini ihraç ediyoruz. Şuan 800'ün üzerinde ürün çeşidimiz var. Firma olarak kendimizi sürekli yenileme gayretiyle çalışıyoruz. Hedefimiz 2022'de ürün çeşidimizi 1000'e çıkarmak. Bu konuda bünyemizde bulunan Ar-Ge ekibimiz önemli bir çalışma yürütüyor. Bu kapsamda Ar-Ge'ye de büyük önem veriyoruz.

Hangi ülkelere ve bölgelere ihracat yapıyorsunuz? İhracattaki hedefiniz nedir?

Irak, İran, Sudan, Rusya, Suriye, Mısır, ABD, Cezayir, Almanya, Polonya, İngiltere, Fransa, İspanya, İtalya başta olmak üzere yaklaşık 40 ülkeye ihracat yapıyoruz. Hedefimiz ihracat yaptığımız ülke sayısını kısa zamanda 100'e çıkarmak. Aslında bizim ürünlerimiz neredeyse tüm ülkelere gidiyor. Biz direkt olarak göndermesek de, bizim Avrupa'da ürün sattığımız büyük OEM firmalarımız var. Bu firmalar zaten dünyanın dört bir yanına bizim ürünlerimizi göndermiş oluyor. Dolayısı ile aslında dolaylı olarak tüm dünyaya ürünlerimiz gidiyor. Ama direkt olarak ihracat yaptığımız yaklaşık 40 ülke bulunuyor. Bizim için önemli olan OEM firmalarına ürün vermiş olmamız. Bunu da Özden Otomotiv olarak başarmış durumdayız.

İhracatınızı artırmak için ne tür çalışmalar yürütüyorsunuz?

İhracatımızı artırmak, hedeflerimize ulaşmak için önemli bir çalışma yürütüyoruz. Sektörümüze hitap eden yurt içi ve yurt dışı tüm fuarlara katılım sağlıyoruz. İhracat departmanımız sürekli yeni pazar arayışları içerisinde. Sürekli geziler yapıyorlar, müşteri ziyaretleri gerçekleştiriyorlar. Bu anlamda ciddi bir pazar çalışması içindeyiz. Pandemi sürecinde yurt dışı ziyaretleri fazla yapamadık ama bu süreç içerisinde de online şeklinde görüşmeler gerçekleştirdik. Pandemi sürecinin biraz daha hafiflemesiyle yurt dışı ziyaretlerimizi



ze yine başlamış olduk.

İhracat yapmak bir firma veya ülke için neden önemli? Konya'nın ihracattaki durumunu nasıl görüyorsunuz?

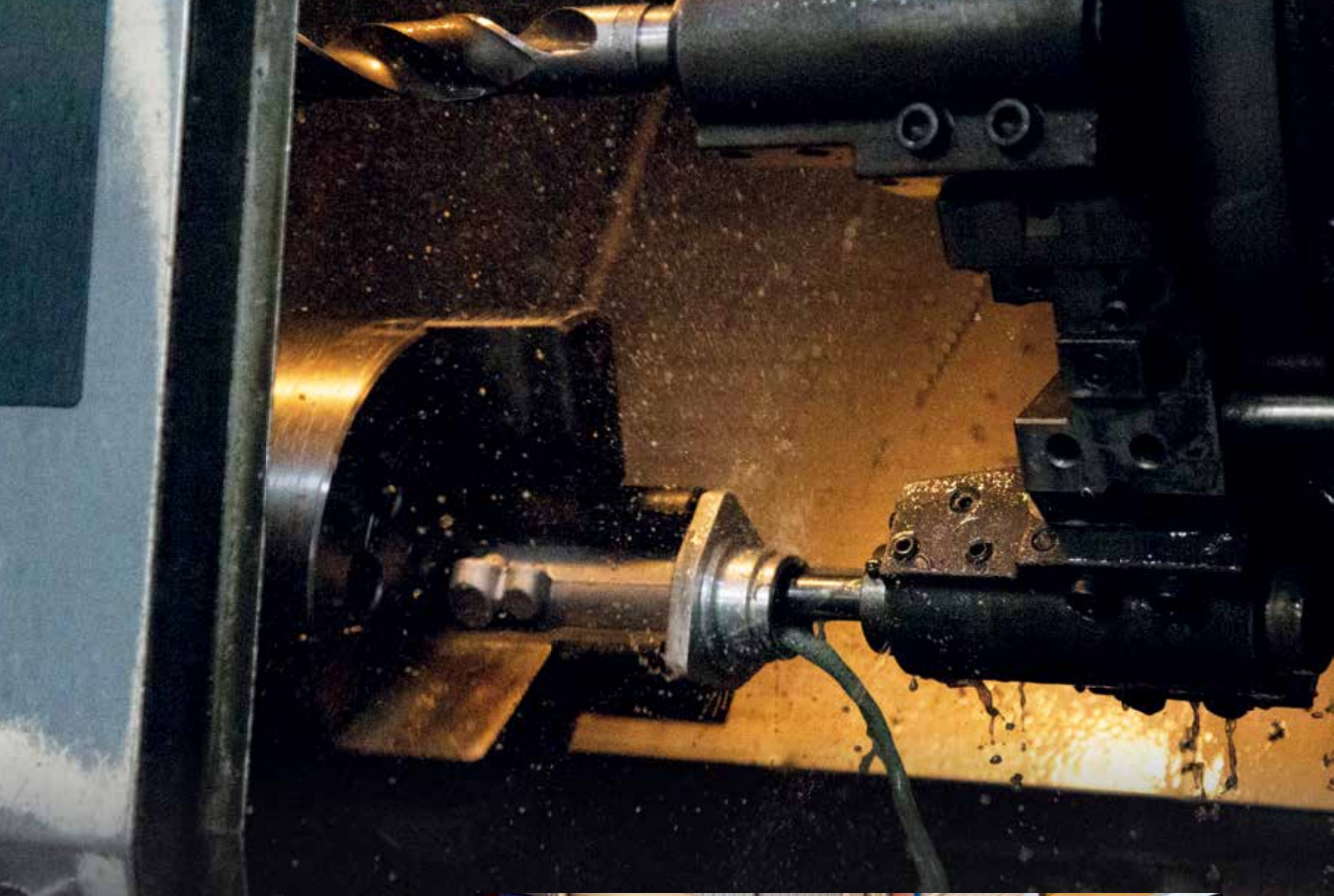
Türkiye'nin potansiyeli bellidir. Büyürsün büyürsün belli bir noktada tıkanır. Ancak ihracat yaparsanız, üretim hacminiz artar, geliriniz artar. Dolayısı ile ülkemizin de geliri artar. Bu nedenle ihracat yapmak çok önemli. Son dönemde Konya olarak ihracata ağırlık veriyoruz. Bunu üretim yapan tüm firmalarımızda görüyoruz. Bu da açıkçası bizleri mutlu ediyor. Konya bu konuda kabuğunu kırmaya başladı. İhracatta hedeflerini de büyütüyor. Konya'nın üretimine baktığımız zaman çok güzel bir potansiyele sahibiz. Birçok önemli sektör-

de Konya öne çıkıyor. Birçok farklı sektörde öncü olmamız, Konya'nın ihracattaki hedeflerinin de artmasına neden oluyor. Bu anlamda Konya, ihracatta önümüzdeki yıllarda, çok daha güzel yerlere gelecektir diye tahmin ediyorum.

Pandemi döneminde Türkiye üretimi durdurmadı ve dünya pazarında dikkat çekti. Bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Tüm dünya bir pandemi dönemi yaşıyor. Son aylarda etkisi biraz azalmış olsa da, ilk başladığı dönemlerde kapanmalar oldu. İnsanlar evden çıkamadı. Gerek yurt içi gerek yurt dışı seyahatler kısıtlandı. Ancak ülkemiz burada çok güzel bir politika izledi ve üretimi hiç durdurmadı. Çin gibi, Avrupa gibi dünya devi diyebileceği-





miz ülkelerin birçoğu üretimi durdurmak zorunda kaldı veya kapasitelerini düşürdü. Bu durum dünyadaki dinamikleri de değiştirdi. Dünya pazarının büyük bir oranına sahip olan Çin, bu durumdan çok kötü etkilendi. Çin'deki üretim yavaşlayınca, dünya pazarındaki talepler farklı noktalara yöneldi. Burada da Türkiye öne çıktı. Çünkü Türkiye, hem kaliteli üretiyor hem de rekabetçi fiyatlarla bu üretimi yapıyor. Orta Doğu gibi bölgelere ihracatımız zaten vardı, buradaki ihracat oranlarımız arttı bunun dışında Avrupa, Amerika gibi bölgeler de Türkiye'nin tedarikinde sorun olmadığı için buraya yöneldi. Dolayısı ile bu dönemi iyi geçirdik. Bu durumu sürdürülebilir hale getirmemiz gerekiyor. Bunu sağlamak için de kaliteyi artırmamız, eğer kalitede son noktadaysak da bozمامamız aynı yolda ilerlememiz gerekiyor. Eğer bunu sağlırsak, Türkiye'ye olan yönelim artarak devam eder ve dünya pazarındaki payımız da ciddi oranlara ulaşır.

İhracatta herhangi bir sorun yaşıyor musunuz?

Pandeminin ilk dönemlerinde konteynır sorunu yaşadık. Ancak biz firma olarak alternatif lojistik şirketleriyle çalıştık. Bu da bizim lojistik sorunu yaşamamamızı sağladı. Ancak geldiğimiz noktada, konteynır sorunu da büyük oranda çözülmüş gibi görünüyor. Dolayısı ile şuan ihracat yaparken bu konuda herhangi bir engelle karşılaşmıyoruz.



SON TEKNOLOJİ

Dünya teknolojisini yakından takip ederek,
daha yüksek kaliteli ürünler üretiyoruz!

 **ÖZDEN**
OTOMOTİV

FTS **F&S**
automotive Auto Brake Systems

www.ozdenotomotiv.com



KONYALI SANAYİCİLER HAVA KARGO'YU SEVDİ

2017 yılında faaliyete başlayan ve bugüne kadar 1 milyon 45 kilogramı aşkın yük taşıyan Hava Kargo ve Geçici Depolama Alanı'ndan toplamda 72 ülkeye ihracat ve ithalat gerçekleştirildi

Konya Sanayi Odası (KSO) Başkanı Memiş Kütükcü, Konya sanayisinin lojistik alt yapısına dair değerlendirmelerde bulundu. Lojistiğin ticaretin olmazsa olmazı olduğunu belirten Kütükcü, "Ticaretin gerçekleşmesi için ürettiğimiz ürünü zamanında teslim etmemiz gerekiyor. Bundan dolayı lojistik, ticaretin olmazsa olmazıdır. Konyalı sanayicilerimiz şu anda kara yolu ile, Kayacık Lojistik Merkezi'ni kullanarak demir yoluyla ve Konya Organize Sanayi Bölgesi Hava Kargo ve Geçici Depolama Alanı'nı kullanarak da hava yoluyla ihracat ve ithalatlarını gerçekleştiriyorlar" dedi.

KOS HAVA KARGO'YA OLAN İLGİ HER GEÇEN YIL ARTIYOR

Konya Organize Sanayi Bölgesi Hava Kargo ve Geçici Depolama Alanı'nın 2017 yılında faaliyete başladığı ve bugüne kadar buradan 1 milyon 45 bin kilogramı aşkın yük taşımacılığı yapıldığı bilgisini paylaşan Kütükcü, "Buradan yapılan gönderimlere baktığımız zaman, Konyalı sanayicilerimizin hava kargoya ilgisinin her geçen yıl arttığını söyleyebiliriz. Hava Kargo alanımızdan 2018 yılında 5,5 ton ihracat ve



ithalat gerçekleştirilirken, 2019 yılında bu rakam 106 ton, 2020 yılında 139 ton ve 2021 yılının 9 aylık döneminde de 80 ton olarak gerçekleşti" diye konuştu.

HAVA KARGO İLE 72 ÜLKEYE İHRACAT VE İTHALAT GERÇEKLEŞTİRİLİYOR

KOS Hava Kargo ile ilk ihracatın 2018 yılında Suudi Arabistan'a yapıldığını aktaran Başkan Kütükcü, şunları söyledi: "Şu anda Hava Kargo alanımızdan 72 ülkeye ihracat ve ithalat gerçekleştiriliyor. En fazla ihracat yaptığımız ülkelerin başında; Amerika, Almanya, Kanada, Polonya, Özbekistan, Katar, Ürdün, Tayland, Güney Afrika ve Sudan geliyor. Buradan yapılan dış ticaret işlemlerinde otomotiv yedek parçaları, makine ve yedek parçaları, spor amaçlı silahlar ile savunma sanayi ürünü silah yedek parçaları ön plana çıkıyor."

LOJİSTİK MERKEZ, LİMANA AÇILAN KAPI OLDU

Konya Kayacık Lojistik Merkezi'nin de faaliyetlerine başladığını hatırlatan Kütükcü, "Geçtiğimiz aylarda inşaatı tamamlanan ve sanayicimizi Mersin Limanı'na daha da yaklaştıran Konya Kayacık Lojistik Merkezi, faaliyetlerini sürdürüyor. Sanayicilerimizin yıllık 1,7 milyon ton yük taşıma kapasitesi bulunan Konya-Kayacık Lojistik Merkezi'ni, daha yoğun kullanmalarını arzu ediyoruz" ifadelerini kullandı.



DIŞ TİCARETİ SÜREÇLERİNİZİ BÜTÜNSEL BİR YAKLAŞIMLA YÖNETMEK İSTER MİSİNİZ?

FİRMA OLARAK GÜMRÜK BEYANNAMESİNİ ONLINE ORTAMDA DÜZENLEMELİK VE ONAYLATMAK

Hem de Gümrük Müşavirlik Firmasına İhtiyaç duymadan ve Beyanname Başına Tasarruf Ederek

MERAK ETMEYİN GÜMRÜK İŞLEMLERİ İÇİN,

Hem Program Kullanımı hem de Beyannameyi Sorunsuz Yapabilmeniz için 18 Saatlik Eğitim

AYRICA

Mesai Saatleri içinde sınırsız bir şekilde Gümrük Mevzuat ve Tarife Danışmanlığı

DURUN HENÜZ BİTMEDİ

Dış Ticaret Süreçlerini Daha İyi Yönetebilmek veya Eksikliklerini Tamamlamak mı İstiyorsun?

Farklı Üyeliklere göre 9 /18/33 saatler arasında değişen Dış Ticaret Eğitimlerini

BİZDEN ALIYORSUN

BİZCE HALA YETMEZ, SİZDE YETMEZ DİYORSANIZ

Üyelik Çeőitlerine Göre Dış Ticaretin Değişik Konularında Danışmanlıkları da Ekledik

AMA YİNE HİZİMİZİ ALAMADIK

Üstüne Hedef Ülke ve Ürün Raporlarını da Küresel Bağlamda Sizler için Hazırlıyoruz.

BÜTÜNSEL BİR HİZMETİ BİR ARADA ALMAK İSTİYORSAN HIÇ DURMA BİZİMLE İLETİŞİME GEÇ

Çünkü Dış Ticaret Ekosistemini Doğru Yönetmek için En Güçlü Paydaőınızı Olmak için Biz Hazırız

YA SİZ



www.miworld.com.tr

TEL: 0 232 465 21 08

E mail: bilgi@miworld.com.tr



CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN'DAN MERAM'A 'MEGA' ÖDÜL

“ Meram Belediyesi'nin gençlik ve eğitim projesi Meram Gelişim Akademisi (MEGA), AK Parti Genel Merkez Yerel Yönetimler Başkanlığınca düzenlenen Gençlik ve Yerel Yönetimler temalı proje yarışmasında, Gençliğe Yönelik Yapılan Kültür, Sanat, Yayıncılık, Eğitim ve Spor Faaliyetleri” dalında ödül kazandı. Meram Belediye Başkanı Mustafa Kavuş, ödülü Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın elinden aldı. ”

Meram Belediyesi'nin Necmettin Erbakan Üniversitesi ve Meram İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü paydaşlarıyla hayata geçirdiği mega projesi Meram Gelişim Akademisi (MEGA), 'Gençlik ve Yerel Yönetimler' temalı yarışmada "Gençliğe Yönelik Yapılan Kültür, Sanat, Yayıncılık, Eğitim ve Spor Faaliyetleri" dalında ödül almaya hak kazandı. AK Parti Yerel Yönetimler Başkanlığı'nın Başkent Millet Bahçesi'nde düzenlediği 'Tam Bana Göre Festival' kapsamında gerçekleşen törende Meram Belediye Başkanı Mustafa Kavuş, ödülü Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın elinden aldı.

BAŞKAN KAVUŞ: "MEGA ÇOCUKLARIMIZA YENİ BİR DÜNYANIN KAPILARINI ARALAYACAK BİR EĞİTİM PROJESİ OLARAK DOĞDU"

Meram Belediye Başkanı Mustafa Kavuş, yeni doğan bir proje olmasına rağmen ülke çapında büyük etki uyandıran proje ve projenin aldığı ödül ile ilgili yaptığı açıklamada "Yeni neslin yeni nesil yöntemlerle eğitilmesini amaçlayan MEGA projesi, çocuklarımıza, 'ahlaki karakter eğitimini' merkeze alarak bilim, sanat, yaşam, doğa, sağlık ve spor alanlarında eğitimler vermek

üzere hayata geçirildi. Proje ile geleceğimizi emanet edeceğimiz, mutluluk kaynağımız çocuklarımızın fiziksel ve zihinsel gelişimlerine katkı sunmayı hedefledik" görüşlerine yer verdi. Başkan Mustafa Kavuş, Meram genelinde okuyan 75 bin öğrencinin faydalanmasının planlandığı yeni nesil eğitim projesi Meram Gelişim Akademisi (MEGA)'nin çok kısa bir süre önce hayata geçmesine rağmen çocuklara, hayatlarını olumlu şekillendirmesinin de ötesinde onları derinden etkileyecek eğitim olanakları sunduğunu belirtti.

BAŞKAN KAVUŞ: "EĞİTİM TOPYEKÜN GİRİŞİLECEK MİLLİ BİR DAVADIR"

'Geleceğimizin teminatı çocuklarımızın en güzel şekilde yetiştirilmesi davası fert, kurum kurum her birimizin en önemli davası





olmalıdır' bilinciyle önemli bir sorumluluk olarak, Meram Gelişim Akademisi çatısı altında her yaş grubu için ayrı bir proje yürüttüklerini kaydeden Başkan Kavuş, "MEGA, geleceğe odaklanmanın adıdır. MEGA geleceğin büyük ve güçlü Türkiye' sine giden yolun adıdır. Eğitimcilerimizin ve ailelerinin çocuklarının yüreğine attığı tarih bilinci, bilim merakı, sevgi, saygı, ahlak ve umut tomurcukları iyiden iyiye yeşersin ve bir gün gür bir orman gibi sadece Meramımızın değil ülkemizin dört bir yanını kaplasın diye kurumumuzca onlara sunduğumuz hayat suyunun adıdır. Her proje ya da yatırımda olduğu gibi eğitim projeleri de ancak karşılıklı destek, güven ve özveri ile başarıya ulaşabilir. İçeriği ve programı dolu dolu olan MEGA, ekip arkadaşlarımızın gayretleri, eğitimcilerimiz ve Meramlı hemşehrilerimizin verdiği destekle bugün onur duyacağımız bir ödüle layık görüldü." diye konuştu.

BAŞKAN KAVUŞ; "ÖDÜLÜMÜZÜ CUMHURBAŞKANIMIZ VE HAREKETİMİZİN LİDERİ RECEP TAYYİP ERDOĞAN'IN ELİNDEN ALMANIN ONURUNU VE GURURUNU YAŞADIK"

Kendilerini bu ödüle layık gören ve ödülü bizzat takdim ederek projeye desteklerini gösteren Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a şükranlarını sunan Meram Belediye Başkanı Mustafa Kavuş, sözlerini şöyle sürdürdü; "Sayın Cumhurbaşkanımızın bana ve arkadaşlarıma yaşattığı mutluluğu anlatmak için kullanacağım her kelime kifayetsiz kalacaktır. Cumhurbaşkanımız ve liderimiz Recep Tayyip Erdoğan'ın ve Parti Genel Merkezimizin bu teveccühü bizleri hem MEGA'yı geliştirme noktasında hem de diğer hizmetlerimizde çok daha fazla şevlendirdi. İhtiyakımız bir kat daha arttı. Bu şevkle bizler bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da başarı çitimizi her geçen gün biraz daha yukarıya taşıma gayretinde olacağız. Çünkü bu tür ödüller ya da taltifler bizim gibi hizmet erlerinin

ancak sorumluluklarını artırır, bundan sonraki adımlarımızın öncekilerden daha büyük olması gerektiğini anlatır."

BAŞKAN KAVUŞ; "BU ÖDÜLDE EN BÜYÜK PAY DESTEKLERİNİ VE DUALARINI EKŞİK ETMEYEN HEMŞEHRİLERİMİNDİR"

Projenin başarı kazanmasında emeği geçen ve destek veren herkese teşekkür eden Başkan Kavuş, sözlerini şöyle tamamladı; "Aldığımız bu taltif, 'sürekli olarak bugün ve yarının Meram'ı için daha fazla ne yapabilirim?' derindeki bizler için yolumuzu aydınlatacak bir ışık olacaktır. Bizim her yatırımda her projemizde olduğu gibi MEGA'nın aldığı bu ödülle de en büyük pay bizlere her daim destek veren, dualarını ekşik etmeyen hemşehrilerimizdir. Bu vesile ile bugüne dek bizlere duyduğu güven, verdiği destek, gösterdikleri fedakarlık ve ettikleri dualar için hemşehrilerime de özellikle teşekkür ediyorum. Modern Meram yolunda onlara hizmetkar olmanın gururunu bizlere yaşattıkları için onur duyduğumu bir kez daha ifade etmek istiyorum. Her şeyin en güzeline layık olan hemşehrilerime hizmet etmeye, hayatlarını güzelleştirmek adına proje üretmeye, Meram'ın geleceğine yatırım yapmaya devam edeceğiz."



AMERİKA'YI KALİTEYLE TANIŞTIRMAK İSTİYORLAR

Damla sulama, boru ve ek parça ekipmanlarının üretimi ile öne çıkan SerDrip, damla sulama ekipmanlarını dünyaya pazarlıyor. İhracatta önemli hedefler üzerine yoğunlaşan firma, özellikle Amerika pazarında etkin rol oynamak istiyor

Konya'da üretilen damla sulama ekipmanlarının 40'dan fazla ülkeye ihracatını sağlayan ve Türkiye'nin en büyük damla sulama ekipman merkezi SerDrip, adeta sektörün dünyaya açılan kapısı konumunda. 1983'ten bu yana Gülen Yapı Malzemeleri olarak devam eden 2006 yılında damla sulama sektörüne giriş yapan SerDrip, ihraç ettiği ürünlerle SerDrip markasını Konya'dan dünyaya tanıtıyor.

ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİ İLE DİKKAT ÇEKİYOR

Firma hakkında bilgiler veren SerDrip Firma Sahibi Serkan Topal, "Şirketimiz 1983 yılında Gülen Yapı Malzemeleri olarak inşaat sektörüne hizmet etmek için kuruldu. 2006 yılında ise sektör değiştirerek damla sulama, yağmurlama, boru ve ek parça üretimine geçiş yaptık. Üretimimize damla sulama boruları ile başladık. Zamanla müşterilerimiz bu boruların ek parçalarını da istediler. Daha sonra damla sulama borularının ek parçalarını, vanalarını, contalarını, dirseklerini yani neredeyse sulamaya dair bütün ekipmanları üretmeye başladık. Şu anda ise 385'e yakın çeşit üretimimiz var. Aylık ortalama 500 ton hammadde kullanıyoruz" dedi.

DAMLA SULAMA VERİMLİLİĞİ ARTIRIYOR

Damla sulamanın faydalarından bahseden Topal, "Damla sulamanın faydaları bizim bu eski usul salma sulama dediğimiz sulama şekli yapıldığı zaman tarladaki bütün verimlilik gidiyor. Topraktaki bütün mineraller kaybolur ve toprağı öldürüyor. Bu sulama şekli toprağı öldürdüğü için dışarıdan ek mineral, gübre takviyesi yapıyorlar. Fakat damla sulama da bu şekilde bir sulama olmadığı için damla şeklinde olduğu için toprağı herhangi bir zarar vermiyor. Hem sudan tasarruf var hem de toprakta ki mineralleri öldürmüyor ve verimliliği artırıyor. Ayrıca sudan yüzde 70, verimlilik konusunda ise yüzde 60 tasarruf var. Bilinçsiz sulamanın önüne geçiyor" ifadelerini kullandı.

YENİLİKLER İÇERİSİNDEYİZ

Konya 5. Organize Sanayi Bölgesi'nde yeni fabrikaya taşınacaklarından bahseden Serkan Topal, Ar-Ge çalışmalarını içerisinde olduklarını da vurguladı. Topal, "Şu anda KOBİSAN Sanayi sitesinde depomuz var ve Ereğli yolunda da fabrikamız ile hizmet veriyoruz" diyen Topal, şunları kaydetti, "İnşallah 2021 yılı başında Konya 5.





Organize Sanayi bölgesinde yeni fabrikamıza taşınacağız. Hedefimizde ise yeni bölgeler ve ihracat oranını daha da yükseltmek var. Markamızı bütün dünyada duyurmak istiyoruz. Ayrıca yeni ARGE çalışmalarımız var sulama sistemleri üzerine daha Türkiye’de hiçbir firmada olmayan yeni bir ürünün üretimine başlayacağız. Bizim fabrikamızda üretim makinalarının hepsi otomatik ve profesyonel bir şekilde oluyor” dedi.

TÜRKİYE’DE HER YERDEYİZ

İhracat hedeflerindeki oranları da vurgulayan Topal, “Firmamız şuanda üretiminin yüzde 60’ını yurtdışına ihraç etmektedir. İhracatımız ağırlıklı olarak balkan ülkeleri, Kuzey Afrika, Kafkas bölgeleri ve Orta Doğu ülkeleri içerisinde. 40’a yakın ülkeye ihracat yapıyoruz. İnşallah bu oranları daha da yükselteceğiz ve daha fazla ülkeye ihracat yapacağız. Özellikle Amerika ihracat yapmak istediğimiz bir bölge. Bu konuda önemli çalışmalar yürütüyoruz. Türkiye’de ise 55 ilde bayiliklerimiz var. Türkiye’nin her yerinde SerDrip olarak biz varız” diye konuştu.

TARIM FUARLARI OLDUKÇA FAYDALI

Fuarlara önem verdiklerini aktaran Topal, “İhracat potansiyelini artırmak için fuarlar çok önemli. Çünkü uluslararası fuarlara yerli ve yabancı çok sayıda ziyaretçi geliyor. Bu sayede ürünlerimizi tanıtmaya fırsatı buluyoruz. Bunun için mümkün olduğunca fuarlara katılmaya çalışıyoruz” ifadelerini kullandı.



HİLALSAN, AVRUPA'NIN EN BÜYÜĞÜ

Hilalsan firmasının ikinci kuşak yöneticisi Mustafa Coplan, hedefleri ve sektöre dair 10'lar Dergisi'ne önemli açıklamalar yaptı. Mustafa Coplan, "Global bir şirket olma hedefiyle ilerliyoruz" dedi

1 984 yılında kurulan HİLALSAN, manuel sac makasları ile başladığı üretime, bugün Hidrolik Kombi-ne Makaslar, Hidrolik Presler, Redüktörlü Giyotin Makaslar, CNC Hidrolik Giyotin Makaslar ve CNC Hidrolik Abkant Presler ile devam ediyor. Sektörü ve Hilalsan hakkında önemli bilgiler veren Mustafa Coplan, "Kuruluşumuzun temelinde yer alan en önemli varlığımız olan hayal gücü ve bu hayallere hayat veren yüksek özgüvenimiz ile Türkiye için çalışıyor, katma değer üretiyor, global bir şirket olma hedefiyle ilerliyoruz" diye konuştu.

EN BÜYÜK PAZARIMIZ AVRUPA

Üretime vizyoner bir yaklaşım getirdiğini anlatan Mustafa Coplan, "Hilalsan

1984 yılında babam Seyit Ali Coplan tarafından kuruldu. Demir kesme makaslarıyla başlayan üretim serüvenimiz bugün bizi bir dünya firması olma yoluna getirdi. Babam sanat okulu mezunu olduğu için teknik anlamda çok iyiydi. Bunun sayesinde de ürün alanımız çok hızlı genişledi. İnşaat makaslarından boru bükme makinelerine hidrolik preslere de yöneldik. Firmamız 20 bin metrekarelik alan içerisinde 10 bin metrekarelik aktif açık alanına sahip bir fabrika alanına sahip. Şu anda 40'ı aşkın ülkede aktif bayilik şeklinde çalışıyoruz. Türkiye'de bütün illere çalışmıyoruz. Yurtiçine yüzde 2-3'lük bir satış potansiyelimiz var. Onun haricinde hep yurtdışı çalışıyoruz. Firmamız Konya'nın ilk ihracatçılarından birisidir. Avrupa Amerika kıtası, doğu ülkeleri Güney Kore, Tayland,

Rusya konuşan ülkeler ve Ortadoğu ülkelerine ihracat yapıyoruz. En büyük pazarımız da Avrupa" diye konuştu.

DÖVİZ ARTIŞI ÜRETİMİMİZİ ETKİLİYOR

Doların yükselişinin üretime etkisini de anlatan Mustafa Coplan, "Döviz anlık değiştiği için bizim üretimimizi etkileyebiliyor zira üretimimiz süreç gerektiren bir iş. Maalesef enflasyon çok yüksek. Biz üretim anlaşması yaptıktan sonra ürün teslimi arasında 3 aylık zamanda yükselen fiyatlar bizi zora sokuyor. Artık dövizle ilgisi olmayan ürünlere bile döviz bazında zam gelmeye başladı. Biz üretim yapıp makineyi teslim etmeye başladığımızda bırakın kar etmeyi bazı ürünlerden zarar bile etmiş oluyoruz" dedi.





İHRACATÇI FARKLI KRİZLERLE MÜCADELE EDİYOR

Sektörümüzde güçlü bir ismi temsil ediyoruz diyen Hilalsan'ın genç yöneticisi Mustafa Coplan, "Hiçbir zaman rakiple-
rimizle kendimizi yurtiçinde değerlendirmiyoruz. Dolayısıyla yurtdışında nerede olduğumuza bakıyoruz. Durum böyle olunca Hilalsan, Avrupa'da en büyük firma görünüyor. Çünkü Avrupa'da hem güçlüyüz hem de servis ağımız da çok geniş. İnanılmaz bir tercih var lakin günden güne de farklı krizlerle uğraşıyoruz. Zira günümüzde çip krizi büyüyerek devam ediyor. 2018'de bana birisi 'siparişleriniz artacak ama malzeme bulamadığınız için üretimde zorlanacaksınız' deseydi ben gülerdim. Maalesef şu an o durumdayız. Malzeme azlığından dolayı üretimimizi azaltmak

durumunda kalıyoruz. Bizim makinelerimiz kullanıcıya göre değiştiği için aylık zaten 10-12 makine üretebiliyoruz. Yani üretim süreci uzun dolayısıyla döviz, çip derken farklı krizler bizleri önemli oranda etkiliyor. İhracatçı, birçok krizle de yüz yüze geliyor. Döviz krizi var. Pandemi krizi yaşandı, çip krizi ortaya çıktı. Elektronik malzemelerin beyni olan çip şu üretimi sadece bizi değil birçok alanda üretim yapan firmaları çok büyük oranda etkiliyor. Çin üretimi azalttı dolayısıyla piyasaya da satmıyor. Araç fabrikaları, elektronik üretim yapanlar ve endüstriyel anlamda üretim yapanlar çipe bağımlı olduğu için üretimini azalttılar. Yani ihracat yapan firmalar sürekli bir mücadele içindeler. Yine mücadele ettiğimiz başka bir başlık da konteyner krizi idi ama şükür ki bu kalıcı olmadı lakin fiyatlarımızı da etkiledi" ifadesini kullandı.

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ÖNCELİĞİMİZ

Müşteri memnuniyetini ön planda tuttuklarını ifade eden Mustafa Coplan, ihracat yapacak firmalara da önemli tavsiyelerde bulundu. Coplan, "biz hiçbir zaman çok büyüyelim, dünya markası olalım amacı gütmedik. Hedefimiz az yapalım, öz yapalım ama müşterimizi memnun edelim kısmındayız. Müşteri memnuniyeti bizim önceliğimiz. Üretici firma olarak kuralları pek sevmeyiz. Devletimizden beklentilerimiz çok ama ihracat yapacak firmalara dış ticaret istihbaratını genişletmesini tavsiye ediyorum. İnanılmaz bir rekabet ortamındayız. Artık bir dünya piyasası var. Buna dünya piyasası olarak bakmak lazım" diye konuştu.





MUSTAFA COPLAN KİMDİR?

Ben Mustafa Coplan, ailemin dördüncü çocuğuyum. Babam 62 yaşında ben 26 yaşındayım. Tabii bu da aramızdaki nesil farkını da artırıyor açıkçası, ilk ve orta öğrenimimi Konya'da tamamladım. Liseyi Adil Karaağaç Anadolu Teknik Lisesi'nde okudum. Üniversiteyi de KTO Karatay Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü'nde okudum. Okul hayatımda sürekli bir hareketlilik vardı, lisede sürekli yarışmalara katılırdım. Bu anlamda okul hayatımda hiçbir zaman, evden okula okuldan eve bir yaşamım olmadı. Üniversitede okurken, Gaziantep'te yapılan uluslararası robot yarışmasına hakem olarak çağırıldım ve mühendislik dışında oraya hakem olarak çağırılan ilk ve tek kişiydim. Yine üniversitede okurken Karatay Üniversitesi olarak 125 adet çalışma gerçekleştirdik. Üniversiteden de 3 sene önce mezun oldum. Makine imalatı haricinde aktif olarak da çiftçilik yapıyoruz. Tabii bunu profesyonel olarak değil de babadan gelen bir iş olduğu için yapıyoruz.



HILALSAN®



**GÜÇ
PERFORMANSLA
BULUŞTU**
Öncü Teknolojiler...





İHRACATTA HATRI SAYILIR BİR RAKAMA ULAŞTIK

Kalitesini ispatlayarak birçok ülkede raflarda yerini alan GULF GROUP bünyesinde yer alan New City, büyümeyi sürdürüyor. Sektörü ve markayı değerlendiren GULF GROUP Dış Ticaret Müdürü Ahmet Korkutalp, "Hedefimiz tüm raflarda yerimizi almaktır" ifadesini kullandı

Günlük hayata pratik çözüm sunan market ürünlerinin üretim, paketlenme ve dağıtımlarını yapma adına ilk temelleri atılan ve bugün itibarıyla geldiği noktada yaklaşık 6 kategori ve 400 ayrı ürün yelpazesine sahip ve perakende satış noktaları sektörüne yönelik üretim ve pazarlama faaliyetlerini yürüten GULF GROUP her geçen gün daha da büyüyor. 20 yıla yaklaşan üretim tecrübesiyle önemli bir marka haline gelen GULF GROUP bünyesinde yer alan New City, kaliteyi müşterisiyle buluşturuyor. Dünya çapındaki satış ağı sayesinde emeğin mucizesini onlarca ülkeye taşıyor. Üretimini yaklaşık yüzde 95'ini ihraç eden GULF GROUP, dünya pazarındaki bu potansiyelini artırma hedefiyle yoluna devam ediyor. Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan GULF GROUP Dış Ticaret Müdürü Ahmet Korkutalp "Hedefimiz GULF GROUP bünyesinde yer alan ürünlerimizin kalitesini tüm dünyaya göstermek" dedi.

Gulf Group'un kuruluş hikayesi ve çalışmalarından bahsedebilir misiniz?

2002 yılında tüketicilerin temel ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılamak, günlük hayata pratik çözüm sunan market ürünlerinin üretim, paketlenme ve dağıtımlarını yapma adına ilk temelleri atılan ve bugün itibarıyla geldiği noktada yaklaşık 6 kategori ve 400 ayrı ürün yelpazesine sahip ve perakende satış noktaları sektörüne yönelik üretim ve pazarlama faaliyetlerini yürüten GULF GROUP, hızlı bir gelişme trendiyle sektöründe son derece köklü ve kurumsal bir gelişim süreci içerisinde faaliyetlerini sürdürüyor. Başarılı bir biçimde yürüttüğü pazarlama, dağıtım ve



üretim serüveni konusunda profesyonel çalışan kadrosuyla toplam kalite anlayışı çerçevesinde malzeme kalitesinden sevkiyata, teknolojik ve uluslararası standartlardan çalışan kalitesine kadar bir bütün olarak gören GULF GROUP, tüm satış, dağıtım ve pazarlama süreçlerinde son derece gelişmiş ve uluslararası akreditasyona sahip bir süreci başarıyla uygulamaktadır. Bu başarılı gelişimin bir sonucu olarak 6 kategoride 400 ayrı ürün çeşidi ile sektöründe önemli bir boşluğu dolduran GULF GROUP tüm çalışmalarında kalite kontrolü üretimin en başından itibaren gerçekleştirmektedir. Satış noktası geri bildirimlerini ve tüketici taleplerini de aralıksız takip eden ve bu beklentilere cevap verebilecek ürün gelişimlerini sürekli hale geti-





ren firmamızda temel felsefe sürekliliğe dayalı koşulsuz müşteri memnuniyeti ilkesidir.

Hedefleriniz yakalayabildiniz mi?

Kimyasal ve temizlik sektöründe markalaşmış, üretim kapasiteni geliştirip yurt dışına açılmış bir firma olmaktan mutluyuz. Türkiye pazarında markalarıyla hemen hemen her noktada yer alan GULF Group, yurt dışında da markası ve verdiğimiz hizmet ile de artık 22 ülkede tanınmış ve Konya Sanayisinde hatırı sayılır bir ihracat rakamına ulaştık. Tüm çalışmalarında insan ve ona karşı olan sorumluluğu temel unsur olarak en başa koyan firmamız, ayrıca gerçekleştirdiği başta Avrupa, Ortadoğu, Afrika, ve Balkan ülkelerine yönelik ihracatı ile NEW CITY marka kalitesini ülke sınırlarının dışına taşımamızın ve böylece global oyuncu olmanın, haklı gururunu yaşıyoruz. Firmamız, ortaya koyduğu ürün ve yaklaşım farkıyla ve bunun beraberinde getirdiği sorumluluk anlayışıyla çalışmalarını bundan sonrada artan bir ivme ile sürdürecektir.

Kaç kişiye istihdam sağlıyorsunuz?

Şu an 50-60 kadar toplam çalışanıyla üretime ve satışa devam ediyoruz.

Hangi ülkelere ihracat yapıyorsunuz?

Azerbaycan, Türkmenistan, Rusya, Gürcistan, Kuveyt, Irak, Bulgaristan, Arnavutluk,



Kosova, Makedonya, Almanya, İsveç, Fas, Nijerya, Nijer, Benin, Gana, Gine sürekli çalıştığımız ve distribütörlerimiz olduğu ülkeler arasındadır.

Kalite ve hizmet standartlarınızı ile ilgili bilgi verir misiniz?

Kalite ve hizmet noktasında her geçen gün kendini geliştiren, ürün yelpazesini artıran bir firma-





ız. Tüketici markamıza ve kalitemize güven duyduğu için Türkiye içinde ve yurt dışında birçok market ve zincir market gruplarında raflarda aranan bir marka olduk. Kimyasal temizlik ürünlerinde kapasitemiz oldukça yüksek. Hem yurt içindeki hem de yurt dışındaki talepleri fazlasıyla karşılayıp, stok yapabildiğimiz bir firmayız.

Ürün yelpazesinden bahsederseniz?

Yaklaşık 330'dan fazla ürün çeşidiyle bir markette temizlik, mutfak yardımcılar ve kozmetik alanında tamamıyla bir reyon oluşturabileceğiniz yelpazeye sahibiz.

Döviz kuru dalgalanmaları sizi nasıl etkiliyor?

Döviz kurları ve hammadde yükselişleri dönem dönem biz üreticileri etkilemektedir. Bu rekabet gücümüzü azaltmaktadır. Döviz kurunun yükselmesi ihracatı artıracak gibi düşünülse de, gerçekte maalesef artırmamaktadır. Sadece yüksek kurdan dolayı, ithalat düşmekte ve bu nedenle de dış ticaret açığı azalmaktadır. Döviz kurunu her yükselişinde bizler hammadde fiyatlarının yükselmesi nedeniyle maliyetlerimiz arttığı için rekabet gücümüzü yitirmekteyiz. Bu durum üretimi de sekteye uğratmakta ve iç piyasa da enflasyona neden olmaktadır. Bugün birçok ülkeyle aramızda serbest ticaret anlaşmamız olduğu halde, karşımıza birçok engeller çıkabilmektedir. Yeterli ihracat desteği verilmemekte ve zamanında desteği alamamaktayız. Destekleri alınırken de vergi vs. kesintilerle tabiri caizse kuşa dönmektedir. Öte yandan dış ticaretle eleman açığı her geçen daha da büyümektedir. Eğitimin yeterli ve kaliteli olmaması nedeniyle, maalesef kalifiye dış ticaret elemanı bulmakta zorlanmaktayız.



HAYALDĒ

KALMASIN



Erkan
B A Ş A R
GAYRİMENKUL

0332 245 25 65

erkanbasargayrimenkul



KONYA YENİ İHRACAT REKORUNA KOŞUYOR

Son yıllarda sanayi alanında göstermiş olduğu başarılar sayesinde Konya Türkiye’de artık bir sanayi şehri olarak anılıyor. Sanayinin her alanında göstermiş olduğu imalatı da ihracata yansıtarak taçlandıran Konya, 2020 yılını önemli bir başarıyla kapatırken, 2021 yılını da yeni bir ihracat rekoruyla kapatmaya hazırlanıyor

Koronavirüs pandemisi 1 Aralık 2019 tarihinde Çin’in Hubei bölgesinin başkenti olan Vuhan’da ortaya çıkıp 2020 yılını tamamen etkisi altına aldı. Tüm dünyayı etkisi altına alan salgın bu yılda kısmen etkisinin devam edeceği öngörülüyor.

Bu salgın sebebiyle yeni dünya, yeni yaşam tarzları, farklı tüketim alanları ve kendine özel pazarlarıyla ezberlerimizi bozmuş durumda. İnsanlar artık reel yaşamda değil, dijital ortamlarda varlıklarını sürdürüyorlar. Zorunlu olarak sıcak temaslar kurmak yerine, birbirlerini sosyal medya takip etmeyi seçiyorlar. Bu kadarla da kalmayıp, alışveriş gibi temel ihtiyaçlarını da internet üzerinden yürütüyorlar. Dijital dünyada yaşanan bu gelişmelerin veya çağın gerisinde kalan işletmeler, eriyip gitme tehlikesiyle karşı karşıyalar. Ön görülmesi gereken davranışlar, dijital pazarlara kayarak, krizi fırsata çevirmeye çalışmaktadırlar.

Tüketicinin ihtiyacını karşılayabilecek her şey, dijital pazarlarda fazlasıyla mevcut durumdadır. Bir şeyler yapılmazsa, firmalarımız bu sonsuz döngü içerisinde pandemi geçinceye kadar kaybolup gitmeye veya iflasa mahkûm olacaklardır. Yani işletmelerimizi bu yeni sisteme dâhil olabilmesi için, onları diğer insanlar tarafından görünür hale getirilmesi gerekmektedir. Mantıklı ve doğru taktikler uygulanarak geniş ve kalıcı bir müşteri kitlesine



ulaşabilirler.

Salgın süreci ve salgın sonrası yeni normalde üyelerimiz ekonomik kalkınmanın sağlanması ve yüksek milli gelire sahip olmanın çözümü olarak görülen ihracat, ülkemiz ve şehrimiz açısından da çok önemli bir role üstlenmiş durumdadır. Konya’da 2020 yılında salgına rağmen ihracatta cumhuriyet tarihimizin en yüksek ihracatını gerçekleştirdi. Salgının ülkemizde görülmesi ve etkisini ciddi manada göstermeye başladığı aylarda (Mart, Nisan ve Mayıs) Konya ihracatı sekteye uğrasa da, sonraki aylarda ve yıl sonuna kadar iyi

bir performans sergileyerek hem sekteye uğrayan aylardaki açık kapatıldı hem de cumhuriyet tarihimizin en fazla ihracatı gerçekleştirildi.

İHRACATIN ÖNEMİ

Dünya ekonomisinin küreselleşmesiyle birlikte artık pazar kavramı da küresel boyuta ulaştı. İşletmelerin kendilerine yeni pazarlar bulma adına ihracata önem vermeleri ve uluslararası boyutta çalışmaya başlamaları son yıllarda ivme kazandı. Bunlara ek olarak salgın gibi ekonomiyi



yakından etkileyen hastalıklar sebebiyle de ihracatın önemi açık olarak bir daha ortaya çıktı. İhracat, sürdürülebilir bir ekonomik büyümenin gerçekleşmesinde kilit rol üstlenmesi nedeniyle kalkınma olgusunun vazgeçilmez unsurlarından birini oluşturuyor. İhracat özellikle Konya'da daha önceleri çok önemsenmese de son yıllarda bu algı büyük bir değişime uğradı. Konya artık imalata verdiği önem kadar ihracata da önem vermeye başladı ve bu sayede 2020 yılını ihracat anlamında başarılı bir yıl olarak kapatmış oldu.

NEDEN İHRACAT YAPMALI?

Uzmanlar, ihracat yapmanın önemi ne sürekli vurgu yaparken, hükümet de üreticilerin ihracata yönelmesi konusunda önemli çalışmalar yürütüyor. İhracatın ne tür katkılar sağladığını uzmanlar şöyle özetliyor;

- Satış ve kârı artırmak
- Dünya pazarlarından pay almak
- İç pazara bağımlılığı azaltmak
- Pazar dalgalanmalarını dengede tutmak
- Fazla üretim kapasitesini satmak
- Rekabet gücünü artırmak
- İstihdam yaratmak
- Teknolojik gelişimi sağlamak
- Ürünün marka algısını geliştirmek
- Yenilikçi ürün algısını geliştirmek

2020'DE KTO ÖNEMLİ ÇALIŞMALAR YÜRÜTTÜ

Koronavirüs pandemisi sebebiyle seyahat kısıtlamalarının ortaya çıkmasıyla pazar araştırmalarına zorunlu engel geldi. Bu konuda önemli adımlar atan Konya Ticaret Odası, online görüşmelerle bu açığı kapatmaya çalıştı. KTO'nun katkısıyla 2020 yılında online olarak Sri Lanka, Azerbaycan, Kenya, Rusya, Meksika, Nijerya gibi ülkelerle online görüşmeler organize etti.

RUSYA VE KANADA PAZAR ARAŞTIRMA RAPORU

KTO ayrıca, Konya sanayisinin ihracat hacmini arttırmak, üreticilerin ürünlerini pazarlayabileceği ülkelerin belirlenmesine yardımcı olmak, müşteri sayılarını arttırmak ve böylece Konya ekonomisinin Türkiye ekonomisindeki payını genişletmek amacıyla 10 ana sektör kıstas olarak Rusya ve Kanada'da pazar araştırma raporu hazırladı. Hazırlanan Rusya ve Kanada raporları dijital kanallarla üreticilerin hizmetine sunuldu.

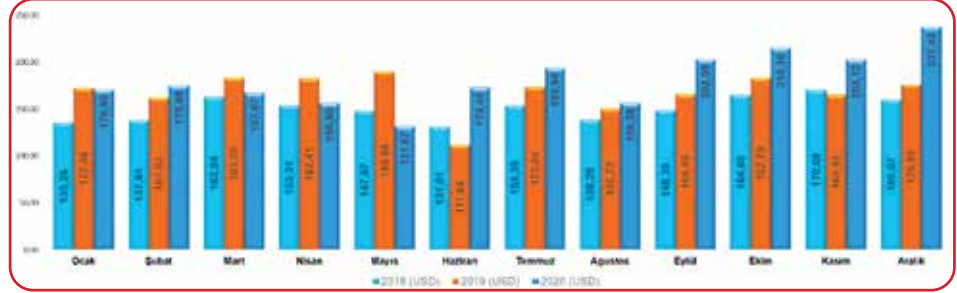
İSTİŞARE TOPLANTILARI VE EĞİTİM SEMİNERLERİ

Ticaret Odası ayrıca üreticilerin daha fazla ihracat yapabilmeleri konusunda ihracat yapan firmalar ile istişare toplantıları gerçekleştirdi. Toplantılarda dile getirilen talep ve önerileri ilgili kurumlarla paylaşan KTO, öncü bir rol oynadı. Pandemiyle birlikte artan e-ticaret uygulamaları artarken, bu konuda pozisyon alan KTO, üyelerine hem e-ticaret hem de e-ihracat konusunda

daha fazla aktif olabilmeleri konusunda bu alanda faaliyet gösteren sitelerle seminerler düzenledi. Ayrıca KTO, üyelerinin ihracat işlemlerinde sorunlarla karşılaşmamaları konusunda eğitim seminerleri düzenledi.

Son yıllarda sanayi alanında göstermiş olduğu başarılar sayesinde Konya Türkiye'de artık bir sanayi şehri olarak anılmaktadır. Sanayinin her alanında göstermiş olduğu imalatı da ihracata yansıtarak taçlandırmaktadır. Aylık olarak gerçekleştirmiş olduğumuz ihracat rakamlarıyla ayrı ayrı rekorlar kırılmış ve başarılı bir yıl olarak 2020'yi tamamladık.

KONYA İHRACATI



Konya Yıllara Göre İhracat Rakamları

Konya 2020 yılında toplam 2.185.137.036,74.-USD'lık ihracat gerçekleştirmiş olup bu sayede Türkiye ihracatında almış olduğu pay ile Konya en fazla ihracat yapan iller arasında %1,40 oranla on ikinci sıradan 11. sıraya yükselmiştir. Türkiye ihracatını son on yılda %15,85 oranında artırırken Konya ihracatını %83,35 olarak artırmıştır.

İhracatçı Firma Sayıları

Yıllara göre ihracatçı sayılarımıza baktığımızda bu yıl ciddi bir artış görülmüş-

tür. Geçen yıl ihracatçı sayımız bir önceki yıla oranla 251 artarak 2.668'e yükselmiştir. Bu rakama göre en fazla ihracatçı firma bulunduran iller arasında 6. sıradayız. Şehir olarak ihracat ailesine katılım oranı ve yoğunluğunu ihracatımıza çok fazla yansıtamadığımız görülmektedir. Çünkü firma bakımında 6.sırada olmamıza rağmen gerçekleşen ihracat rakamı bakımında ise 11. sırada bulunmaktayız. Bu da bizlere daha fazla pazar araştırması ve daha fazla yurt dışı tanıtım yapmamız gerektiğini göstermektedir. İhracatımız son on yılda %83,35 artarken ihracatçı firma sayımız ise %123,45 oranında artış sağlamıştır.

İHRACATÇI FİRMA SAYILARI



Konya'nın Kıtalar Göre İhracatı

Konya'nın kıta ve bölgelere göre ihracat dağılımı baktığımızda, daha önceki yıllarda olduğu gibi ihracatımız en çok Avrupa kıtasına daha sonra Orta Doğu ve Afrika kıtasına gerçekleştirdiği görülmektedir. Kıtaların bir önceki yıla göre ihracat performanslarına bakıldığında; tüm bölgelerde ihracatımız arttığı sadece Orta Doğu da çok az bir düşüş olduğu gözlemlenmektedir. 2019 yılına göre 2020 yılında ihracatımızın en fazla arttığı bölgeler ise Kuzey Amerika ve Asya olarak görülmektedir.

S.NO	KITA-BÖLGE İSMİ	2020 (Bin USD)	2020 PAY (%)
1	Avrupa	687.121	31,45
2	Orta Doğu	541.540	24,78
3	Afrika	334.826	15,32
4	Asya	229.841	10,52
5	Kuzey Amerika	224.888	10,29
6	Orta Asya	105.120	4,81
7	Güney Amerika	45.716	2,09
8	Okyanusya	10.732	0,49
9	Serbest Bölgeler	5.350	0,24



Konya'nın Ülkelere Göre İhracatı

Konya 2020 yılında 182 ülke ve bölgeye ihracat gerçekleştirmiştir.

Bunların başında Irak, ABD, Almanya, Rusya ve İtalya gibi ülkeler gelmektedir.

Ülkeler içerisinde 2019 yılına göre 2020 yılında en fazla ihracatımızın arttığı ve azaldığı ülkeler;

Artan: ABD, Rusya Federasyonu, İsrail, Sudan ve Azerbaycan

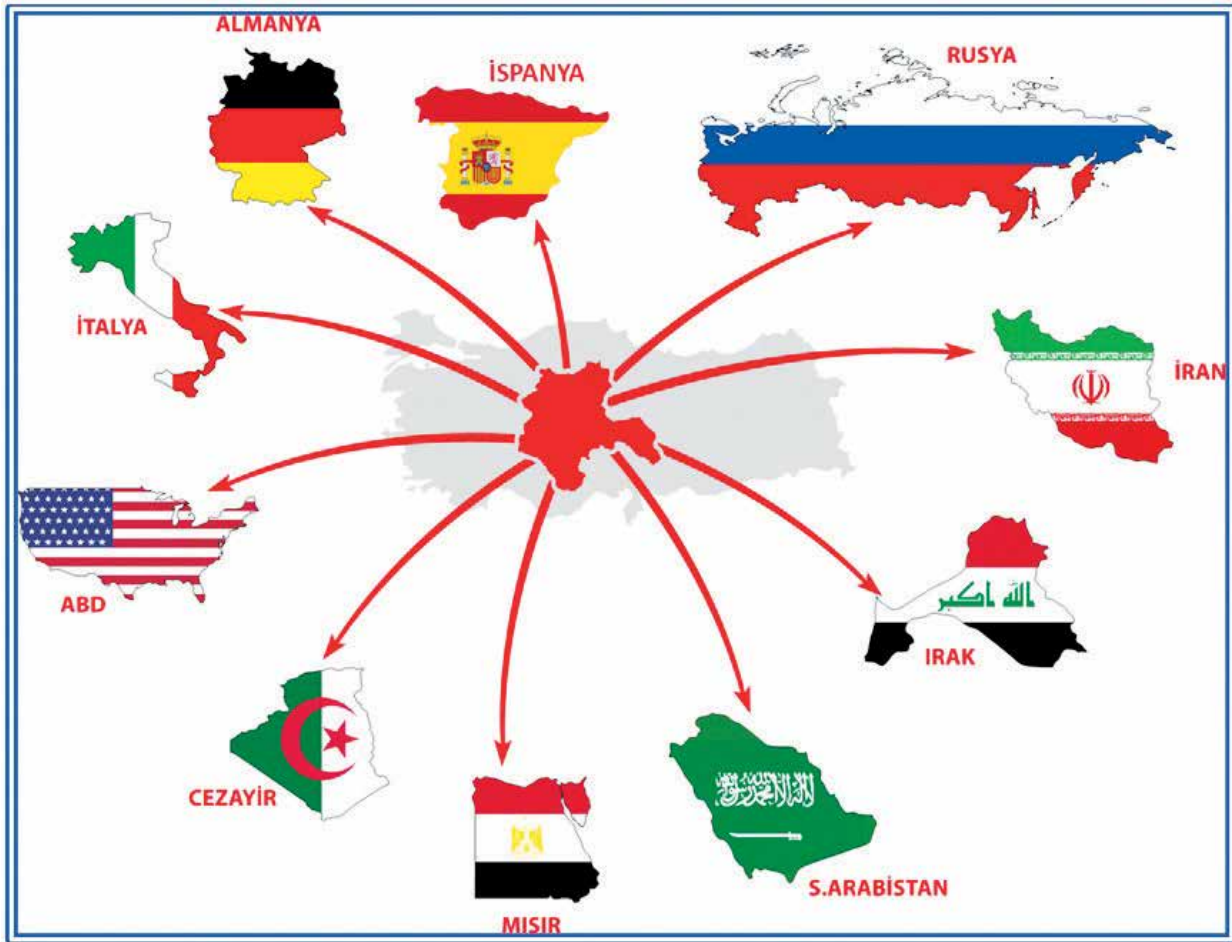
Azalan: Cezayir, Bulgaristan, İtalya, Irak ve İspanya'dır.

İhracatımızın düştüğü ülkelere baktığımızda başka sebepler ülkelerin pandemisinin fazla etkilenmesi ve

ülkelerin imalatlarına yönelik korumacı politikaları geliştirmeleri olduğu görülmektedir.

2019 yılında ihracat gerçekleştirdiğimiz ilk on ülke içerisinde yer almayan Polonya ve İsrail ithalat kapasitelerini artırarak 2020 yılında ilk on içerisinde yer almıştır. Ülkelerin toplam ihracatımız içindeki ağırlıklarına baktığımızda ilk 10 ülke ihracatımızın neredeyse %50'sini çekmektedirler. Bunun yanında Konya'nın Ekvator Ginesi, Dominik ve Mayotte gibi ülkelere geçen yıl ihracat gerçekleştirildiği de görülmektedir.

S.NO	ÜLKE	BÖLGE	2020 (USD)
1	İrak	Orta Doğu	241.063.182,75
2	ABD	Kuzey Amerika	189.365.371,91
3	Almanya	Avrupa	147.867.026,80
4	Rusya Federasyonu	Asya	84.807.009,18
5	İtalya	Avrupa	63.869.282,19
6	Suudi Arabistan	Orta Doğu	55.737.475,67
7	Mısır	Afrika	52.072.892,78
8	Polonya	Avrupa	51.491.345,99
9	İsrail	Orta Doğu	50.808.812,90
10	İran	Orta Doğu	50.569.032,62



Konya'nın Sektörlere Göre İhracatı

Bir önceki yıl 89 sektörde gerçekleşen ihracatımız 2020 yılında ise 90 ana sektör de ihracat gerçekleşmiştir. Bu sektörlerin başında kazanlar, makineler, motorlu kara taşıtların aksam, parça ve hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri gelmektedir.

2019 yılına göre 2020 yılında en fazla ihracatımızın arttığı ve azaldığı sektörler baktığımızda;

Artan: Silahlar ve mühimmat, Kazanlar, makineler ve Motorlu kara taşıtların aksam, parçaları olarak görülmektedir.

Azalan: Alüminyum, Kakao ve kakao müstahzarları ve Süt ürünleri olduğu gö-

rülmektedir.

İlk üç ürün grubu toplam ihracatımızın yaklaşık %54,21'ne tekabül etmektedir. Bunun yanında daha önce ihracat yapmadığımız "Hava taşıtları, uzay taşıtları ve bunların aksam ve parçaları" gibi bazı sektöründe bu yıl ilk defa ihracat gerçekleştirilmiştir.

FASIL NO	FASIL ADI	2020 (USD)	İHRACAT ORANI %
84	Kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	661.364.452	30,72
87	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	352.590.433	16,38
93	Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı	153.356.283	7,12
19	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	139.714.478	6,49
73	Demir veya çelikten eşya	122.978.832	5,71
39	Plastikler ve mamulleri	88.017.254	4,09
4	Süt ürünleri, yumurtalar, tabii bal, diğer yenilebilir hayvansal menşeli ürünler	69.513.298	3,23
18	Kakao ve kakao müstahzarları	54.548.905	2,53
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	53.554.746	2,49
85	Elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı	46.905.421	2,18



TEKNOLOJİK HAMLEYE OMUZ VERİYORUZ

"Önceliğimiz müşteri memnuniyeti" sloganıyla dünya pazarına açılan Robocut'un Yönetim Kurulu Başkanı Kürşat Erol, sektörü 10'Lar Dergisi'ne değerlendirdi. Erol, "Bizim en büyük referansımız müşterilerimizdir" ifadesini kullandı

CNC Plazma Kesim, CNC Router, Taşınabilir CNC Plazma sektöründe 20 yıla yaklaşan tecrübeyle önemli bir marka haline gelen Robocut, kaliteyi müşterisiyle buluşturuyor. Bin metrekare üretim alanı, deneyimli kadrosuyla Teknolojik CNC Plazma Kesim, CNC Router, Taşınabilir CNC Plazma üretimi yaparak dünya çapındaki bayi ağı sayesinde emeğin mucizesini onlarca ülkeye taşıyor. Üretimini büyük çoğunluğunu ihraç eden, dünya pazarındaki bu potansiyelini artırma hedefiyle yoluna devam ediyor. Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Robocut Yönetim Kurulu Başkanı Kürşat Erol, "Hedefimiz, müşteri memnuniyetini sağlayarak tüm dünyaya açılmaktır" dedi.

EN İYİ FİYATA EN UYGUN MAKİNE YAPIYORUZ

10'Lar Dergisi'ne üretim ve ihracat ile ilgili değerlendirmeler yapan Kürşat Erol, "1000 metrekare kapalı alanda Konya Anadolu Organize Sanayi'de üretimine başlayan Gaztek, Ar-Ge çalışmalarını büyük bir önem ve titizlikle yürütüyor. Standart uygulamalar ve tasarımlardan ziyade müşterilerinin ihtiyaç ve taleplerine göre farklı standartlar ve uygulamalar yapıyoruz. Bu bağlamda en iyi fiyata en uygun makine anlayışını benimseyerek müşteri beklentilerinin üzerinde kalite ve hizmet üretmek birinci önceliğimiz haline geldi. 2011 yılında Konya'da üretime başladığımız zaman

piyasada çok profesyonel makineler vardı. Biz, biraz daha atölye tipi yaparak süreci ekonomikleştirmek istedik. Düşünün, firmalar 20 bin dolarlık makineyle de 100 bin dolarlık makineyle de aynı işi yapıyor. Müşteri memnuniyetini de sağladığımız için sadece Türkiye'de değil dünyanın birçok ülkesinde tercih sebebi haline geldik" diye konuştu.

YERLİ ÜRETİM YAPIYORUZ

Üretimlerinin büyük kısmının yerli olduğunu ifade eden Kürşat Erol, "Yurtdışından aldığımız parçalar da var ama genelde tasarımı ve üretimini büyük kısmı kendimize ait. Sektörde Konya hatta Türkiye'de





bu makinelerin üretimini yapan fazla firma yok. Zira bu makinelerin üretimi biraz emek ister. Bir de makineleri sattıktan sonra işiniz bitmez, tam tersine işiniz o anda başlar. Servisi, makinenin çalışırılık oranı gibi takibatlarını da yapıyoruz. Makinenin arkasında durmanız gerekir. Avrupa, Orta Doğu ve Türkiye Cumhuriyetlerle çalışıyoruz. Türkiye’de hemen hemen her ilde bir makinemiz var. Sözleşmelerimizde bile 24 saat içinde ulaşma garantimiz var. 2 yıl ücretsiz servisimiz var. Gece gündüz demeden uzaktan bile makinelerimize müdahale edip servis hizmeti sağlayabilmekteyiz” dedi.

MÜŞTERİNİN AYAĞINA GİDİYORUZ

‘Müşteri memnuniyeti de birinci önceliğimizdir’ ifadesini kullanan Robocut Yönetim Kurulu Başkanı Kürşat Erol, “Müşteri memnuniyeti ile çalışmaya gayret ediyoruz. Bizim en büyük referansımız müşteri memnuniyetidir. 20 bin dolardan 50 bin dolara kadar makinelerimiz var. Lazerlerde ise 50 bin dolardan 100 bin dolara kadar fiyatlarımız çıkabiliyor. Biz oturduğumuz yerden müşteri beklemiyoruz. Bu anlamda hem yurtiçi hem de yurtdışında ziyaretlerimiz hiç eksik olmaz. Sürekli ekibimiz geziyor. Ben de ziyaretler yapıyorum. Müşteri ilişkilerimizi sürekli geliştirmek için çalışıyoruz. Devletimiz de ihracatçıya gereken kolaylığı sağlıyor. Yeter ki üretin, devlet sizin arkanızda duruyor. Bir sevkiyatımızda gece 02:00’de gümrüğü açtılar. Bu da devletimizin bizi önemseydiğini göstergesidir. Ülkede teknolojik bir hamle var ve biz de Robocut olarak bu işe omuz veriyoruz” şeklinde konuştu.

BU SÜREÇ GEÇİCİ

Dolar kurunun yükselişinin etkilerine de değinen Kürşat Erol, “Pandemide insanlar yatırım yapmadıkları için bize de etkisi oldu. Yüzde 50 iş kaybı yaşadık ama şu anda normale döndü diyebiliriz. Şimdi de dövizden kaynaklanan bir problem var lakin bizim sadece iç piyasada bunun etkisini görebiliyoruz. Daha çok yurtdışı çalıştığımız için de döviz bizi fazla etkiledi diyemeyiz. Zira hem alışımız hem de satışımız dövizle olduğu için dolardaki artış bizi olumsuz etkilemedi hamdolsun. Türkiye ekonomisinde iş var. Yalnız enflasyon çok etkiliyor. Bir güven sorunu da yaşıyoruz. Sabit olmayan kur insanları yoruyor, üretimi etkiliyor ama bu sürecin geçici olduğunu düşünüyorum” ifadesini kullandı.



Dış ticaret firmalarının ihtiyaçları olan ve çoğu zamanda dışarıdan aldıkları hizmetleri bir araya getirmeyi amaçlayan ve bunu hayata geçiren İzmir merkezli ve 81 ile hizmet verebilen MİWORLD, ihracatçıların işini kolaylaştırıyor

İHRACATÇILARIN İŞİNİ KOLAYLAŞTIRIYOR

Dış Ticaret süreçlerine yeni bir açılım getiren hem ihracat hem de ithalat ayağında ihracatçıya bütünleştirilmiş bir model ile hizmet taahhüdü veren bir firma olan MİWORLD, önemli çalışmalar yürütüyor. Dış ticaret firmalarının ihtiyaçları olan ve çoğu zamanda dışarıdan aldıkları hizmetleri bir araya getirmeyi amaçlayan ve bunu hayata geçiren İzmir merkezli ve 81 ile hizmet verebilen MİWORLD, ihracatçıların işini kolaylaştırıyor. Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan MİWORLD Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Kurt, "Biz hayata geçirdiğimiz bu yeni modelle dış ticaret firmalarının herhangi bir gümrük müşavirine ihtiyacı kalmadan online ortamdan bu işlemleri sınırsız bir şekilde yapabilmesine olanak tanıyoruz" dedi.

Firmanızı ve kendinizi kısaca bizlere tanıtır mısınız?

İsmim İbrahim Kurt. 16 yıldır dış ticaret ve gümrük camiası içerisindeyim ve İzmir merkezli, ege bölgesinde faaliyet gösteren Harbiege Gümrük Müşavirlik firmasının sahibiyim. Miworld firmamıza gelirse, MİWORLD markası ile çıktığımız bu yolda, dış ticaret firmalarımıza ihtiyaçları olan ve çoğu zamanda dışarıdan aldıkları hizmetleri bir araya getirmeyi amaçlayan ve bunu hayata geçiren bir İzmir merkezli ve 81 vilayetimize hizmet verebilen bir firmayız.

Bir daha açabilir misiniz?

Elbette isterseniz dış ticaretin ilk aşamasından başlayalım. Bir dış ticaret firması olduğunuzu düşünün herhangi ihracat ya da ithalat sürecinde muhakkak gümrük beyannamesinin hazırlanması ve onaylanması süreci var. Ülkemizde firmalarımız bu hizmetleri dolaylı temsil yoluyla gümrük müşavirlerine yaptırıyorlar. Gerçekleşen her ihracat veya ithalat süreçleri için beyanname başına bu firmalara hizmet bedeli ödüyorlar. Biz hayata geçirdiğimiz bu yeni modelle dış ticaret firmalarının herhangi bir gümrük müşavirine ihtiyacı kalmadan online ortamdan bu işlemleri sınırsız bir şekilde yapabilmesine olanak tanıyoruz.

Gümrük Müşaviri olmadan bir dış ticaret firması bunu yapabiliyor mu?

Piyasa da yanlış bilinen bir konu. Evet yapabilir. Zaten az önce ifade ettiğim gibi dolaylı temsille, gümrük müşaviri ilgili beyannameyi imzalıyor. Normal koşullarda firma



kendi bünyesinde bu işlemleri yapabilmesine yasal bir mâni yok.

Peki firmalar bu işlemleri nasıl yapacak?

Çok basit. Bize üye olduklarında öncelikle mevcut programı nasıl kullanacaklarını ve sonrasında ise gümrük beyannamesini nasıl hazırlayıp onaylatacaklarını anlatan detaylı bir online eğitimini veriyoruz. Sonrasında ise firmalarımızı bu sistemi kullanarak rahatlıkla her beyannameye ayrı bir bedel ödemedensınırsız bir şekilde bu işlemleri yapabiliyorlar. Bu süreçteki proje partnerimiz "Ulukom Yazılım". Şu an Türkiye'deki çoğu gümrük müşaviri firmanın hizmet aldığı ve pazar lideri olan bir firma. Kısa bir özet yaparsak; ilk aşamada firma kendine ait gümrük beyannamesini online ortamda hazırlayıp ilgili kuruma onaylatabiliyor. Bu ilk aşama

Çok İlginç. Peki diğer aşama nedir?

Diğer aşama ise gümrükleme işlemlerini yaparken, mevzuat ya da bilgi anlamında firmalarımız eksiklik yaşayabilirler. Bu süreçte de diğer proje partnerimiz "Harbiege Gümrük Müşavirliği" firması devreye giriyor. Özellikle gümrükleme süreçlerinde gerek ihracat gerekse ithalat için mesai saatleri içerisinde üye olan firmalarımıza sınırsız bir danışmanlık hizmeti veriyoruz. Dolayısıyla birinci aşamada hem uygulamada hem de mevzuat bağlamında sıkıntı yaşayan firmalarımızı böylelikle problemsiz bir süreç yaşamalarını

sağlıyoruz.

Verdiğiniz başka hizmetler var mı?

Olmaz mı? Diğer aşama ise ihracat firmalarımızın dış ticaret süreçleri için alacakları eğitim ve danışmanlık hizmetleri. Dış ticaret sadece gümrükleme süreçlerinden oluşmamakta. Dış ticaret sürecinin kendisi oldukça uzun ve meşakkatli. İşte bu süreçte de diğer proje partnerimiz olan "Miworld Akademi" devreye giriyor. Dış ticaret eğitimlerinde üyelik paketlerine bağlı olarak mevcut havuz içerisinde 9 /18 veya 33 saatlik detaylı dış ticaret eğitimlerini yine online ortamda bizden alabiliyorlar. Dolayısıyla bu süreçteki eksikliklerini de kapamış oluyorlar. Bu arada eğitim sadece bir ayak. Devamı da var.

Devamı derken bitmedi mi?

Biter mi hiç. Hayır bitmedi. Ayrıca üyelik paketlerine göre değişen farklı raporlama ve danışmanlık hizmetlerimiz var. Örneğin hedef ülke veya ürününüz özelinde HS Kod bağlamında Küresel Pazar ve Türkiye Dış Ticaret raporlama hizmetlerimiz var.

Danışmanlık dediniz. Sanki o eksik kaldı.

Haklısınız. Danışmanlık hizmetlerimizde ise yine üyelik paketlerine göre değişebilmektedir. Örneğin akreditif mentörlüğü, firma özelinde satım sözleşmesi hazırlanması veya yine firma özelinde Ticaret Bakanlığının verdiği teşvikler için firmaya özgü teşvik modellemesinin oluşturulması gibi birçok farklı konuda dış ticaretçimizin yanında oluyoruz. Bu arada "Miworld Akademi" nin başında dış ticarete duayen olan Dr. Mutlu YILMAZ hocamız var. Özellikle dış ticaret eğitim/danışmanlık/ raporlama hizmetlerinin başında bizzat kendisi bulunmakta. Hem uygulama kısmına hem de teori kısmına fazlasıyla vakıf bir hocamız. Bu da bize ayrı bir güç katmakta.

Son Olarak Neler Söylemek İstersiniz?

Dış ticaret çok farklı unsurlardan oluşan bir ekosistem. Bizde dış ticaretin kompleks ekosistemi içerisinde dış ticaret firmalarımızın paydaşı olarak profesyonel bağlamda destek olma düsturu ile yola çıktık. Ayrıca bizim oluşturduğumuz bu ekosistem hizmeti, Türkiye'de ilk defa uygulanan veya hayata geçen bir sistem olduğunun da altını çizmek isterim. Tüm dış ticaret firmalarımız bilgi almaları için bizlerle iletişime geçmelerini öneririm.



ROBOCUT®

Cnc Plasma, Laser, Waterjet Cutting Systems

HVAC++ - REDLINE - PROLINE

2 years warranty 24/7 free remote support



Robocut Cnc Plazma Kesim Makinlari

robocutplazma

+90 543 763 73 13

Horozluhan Mh. Günpınar Sk. No:46
Selçuklu / Konya / TURKEY

info@gaztekmakina.com

+90 332 345 26 77



Sektöründe önemli çalışmalar yürüten Hürmet Çikolata ve Şekerleme, son üretimi olan Mell's Caramel'le dünya pazarında ses getirdi. Şimdilerde yeni bir ürün üzerinde çalışan firma, yine dünyada olmayan bir lezzetle dikkat çekmeye hazırlanıyor

MELL'S CAMEL DÜNYA PAZARINDA SES GETİRDİ



Suha Özgenç



Safa Özgenç

Üstün kalite politikasıyla müşteri memnuniyetini ilke edinerek 1993 Yılında Kon-ya'da üretime başlayan Hürmet Çikolata ve Şekerleme; kısa zamanda sektöründe önemli bir marka oldu. Yumuşak ve Sert Şekerleme üreterek başladığı yolculuğa, 2008 yılında kurduğu modern Çikolata ve Kokolin tesisi ile devam eden firma, 2015 yılında üretim alanını 10 bin metrekareye çıkartarak üretim kapasitesini artırdı. İhracata odaklanan firma, 2020 yılında çikolata kaplı karamel hattı kurarak ürettiği ürünle, önemli bir başarı elde etti. İşinin odağına her zaman insanı koyan Hürmet Dole, tüm ürünlerini Dubai'den Filipinler'e kadar 40'a yakın ülkeye ihracat yapıyor.

KALİTE ÖN PLANDA

Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan Hürmet Çikolata ve Şekerleme İhracat Sorumlusu Suha Özgenç, müşteri memnuniyetini ve kaliteyi her zaman ön planda tuttıklarını söyledi. Hedeflerinin Türk tüketicisinin tamamına ulaşmak bunun dışında da yurtdışında pazarında etkin bir rol almak olduğunu söyleyen Özgenç, "Firmamız, her geçen gün artırdığı ürün yelpazesıyla, oluşturduğu yurt içi satış ve yurt dışı ihracat-ithalat ekibiyle müşterilerine en iyi şekilde ulaşmayı amaçlamaktadır. Üretime başladığı günden bugüne insan sağlığını amaç edinen Hürmet Dole, müşterilerine en iyi hizmeti verebilmek

için tüm ürünlerinin, hammadde alımlarından üretim ve sevkiyat aşamalarına kadar sürekli sıkı denetim ve kontrolünü Gıda Mühendisleri tarafından yapılmasını sağlamakta ve kadrosunda çalışan personelin hijyen ve temizliğine özen göstererek üretim yapmaktadır" dedi.

ÇİKOLATA KAPLI KAMELDE İDDİALILAR

Yeni çıkardıkları çikolata kaplı karamel ürünlerinde iddialı olduklarını belirten Özgenç, "Güzel talepler alıyoruz. Onun dışında yumuşak ve sert şeker ürünlerimiz var. Hepsinin ayrı ayrı pazarları var. Bu şekilde ilerliyoruz" ifadelerini kullandı.

İHRACAT ODAKLIYIZ

Üretimlerinin yüzde 80'inin ihracata yönelik olduğunu bilgisini veren Özgenç, şöyle devam etti, "Yurt içinde de yok değiliz. Özellikle bu çikolata kaplı karamel ürünümüzü çıkardıktan sonra yurt içinde de ciddi manada dikkat çekmeye başladık. Türkiye'nin büyük şehirlerine, önemli zincir marketlerine ürün gönderiyoruz. Aynı zamanda e-ticaret sitelerine de ürün veriyoruz."

40'A YAKIN ÜLKEYE İHRACAT

İhracat yelpazesini günden güne artırdıklarını söyleyen Özgenç, "40'a yakın ülkeye ihracat yapıyoruz. Bu sayı geçen yıla göre arttı. Ülke sayımız çeşitlendi. Çi-



kolata kaplı karamel ürünümüzden sonra ihracat yaptığımız ülke sayısında ciddi artış yaşadık. Daha önce Kanada, Amerika, diğer Avrupa ülkelerine çok fazla ihracatımız yoktu. Ancak bu ürünü çıkardıktan sonra bu ülkelere güzel talepler almaya başladık. Almanya Fuarı'na da katılacağız. Orada bu ürünü de sergileyeceğiz" ifadelerini kullandı.

KALİTEMİZ BİZİ FARKLI KILIYOR

Kaliteye önem verdiklerini bu durumun kendilerini ön plana çıkardığını vurgulayan Özgenç, "Kaliteli ve gönül vererek üretim yapıyoruz. Bu durum bizim rekabet gücümüzü artırıyor. Kendimize güvenerek geliştirdiğimiz ürünler, bizi farklı kılıyor. Bu anlamda diğer firmalarla rekabet edebileceğimizi düşünüyorum" dedi.

ÜLKEMİZE KATKI SAĞLIYORUZ

İhracat yapmanın önemine de dikkat çeken Özgenç, şunları kaydetti, "İhracat yapmak çok önemli. Çünkü ülkemize döviz giriyor. Biz firma olarak bunun farkındayız. İhracat yaparken ülkemize olan katkısını düşünerek bu yola çıkıyoruz. Dolayısı ile sürekli yeni Pazar arayışı içerisindeyiz. Bu sayede ülkemize katkı sağlamaya çalışıyoruz."

İHRACATI ARTIRMAK İÇİN ÇALIŞIYORUZ

Hürmet Çikolata ve Şekerleme İhracat Sorumlusu Safa Özgenç de, firma olarak ihracatı artırmak için büyük bir gayret gösterdiklerini söyledi. Bu konuda yaptıkları çalışmalarını anlatan Özgenç, "Firma olarak ihracatımızı daha da artırmak için gayret gösteriyoruz. Özellikle son 1 yıldır daha çok uluslararası fuara katılmaya



başladık. Almanya, Dubai, İspanya fuarlarına katılacağız. Yine çok fazla ülke ziyaretleri yapıyoruz. Yine son 1 yıldır reklam bütçemizi çok artırdık. Bu çalışmalarını artırarak ihracatımızı da doğru orantılı olarak artırmak istiyoruz. Özellikle Avrupa pazarında etkin olmayı hedefliyoruz” dedi.

MELL'S CARAMEL DİKKAT ÇEKTİ

Yeni çıkardıkları Mell's Caramel ürünlerinin büyük ses getirdiğinin bilgisini paylaşan Özgenc, şu bilgileri verdi, “Avrupa'ya ciddi bir giriş yaptık. Avrupa'da ihracat yaptığımız ülke sayısını 10'a çıkardık. Bu ülke sayısını artırmak istiyoruz. Kaliteyi herkese tatturmak istiyoruz. Orta Doğru, Afrika, Güney Amerika, Asya bölgelerinde ihracatlarımız var. Ama bu potansiyelimizi artırmayı hedefliyoruz. Her ülkede bayiliklerimiz var. Pazarlamaları bayiliklerimiz yürütüyor. Biz de buradan kontrolünü sağlıyoruz.”

NAVLUN FİYATLARI ÇOK YÜKSEK

İhracattaki zorluklara da değinen Özgenc, “İhracatta en büyük sorun konteynır sorunu. Bu nedenle sevk fiyatlarımız gecikiyor. Yine navlun fiyatları oldukça yükseldi. Bu ticaretimizi zorlaştırıyor. Çok yakın zamanda bu sorunun çözülmesini bekliyoruz. Önümüzdeki süreçte pandeminin etkisinin azalmasıyla bu sorunların da azalacağını düşünüyorum. Pandemi döneminde tüm dünyada ciddi ticaret aksaklıkları oldu. Ancak Türkiye burada ön plana çıktı. Diğer ülkelerde yaşanan tedarik sorunları nedeniyle Türkiye'ye bir yönelim oldu. Bu da bizim ihracatımızı artırdı. Bu durumu değerlendirmek için çalışıyoruz ve ihracatımızı artırmak için büyük çaba gösteriyoruz” ifadelerini kullandı.

AR-GE'Yİ ÖNEMSIYORUZ

Firma olarak Ar-Ge'yi önemsediklerini ve bu konudaki çalışmalarının hızla sürdüğünü kaydeden Özgenc, şu bilgileri paylaştı, “Ar-Ge bölümümüzdeki çalışmalar tüm hızıyla devam ediyor. Özellikle son üretimimiz olan Mell's Caramel, 1 yıllık bir Ar-Ge sürecinin ardından ortaya çıkan bir ürünümüz. Şuan yine farklı bir ürün üzerinde Ar-Ge çalışmalarımız sürüyor. Bu ürünümüz de yine dünya pazarında olmayan bir ürün. Bu ürünümüzü de oldukça beğenileceğini ve dikkat çekeceğini düşünüyorum. Dünyayı yine yeni bir tatla buluşturacağız. Biz dünya pazarında olmayan ürünler çıkarmak istiyoruz. Rekabetten uzaklaşmak istiyoruz. Bunun için çalışıyoruz. Dünyada olmayan lezzetler çıkararak, kaliteyle müşteri buluşturmak istiyoruz.”

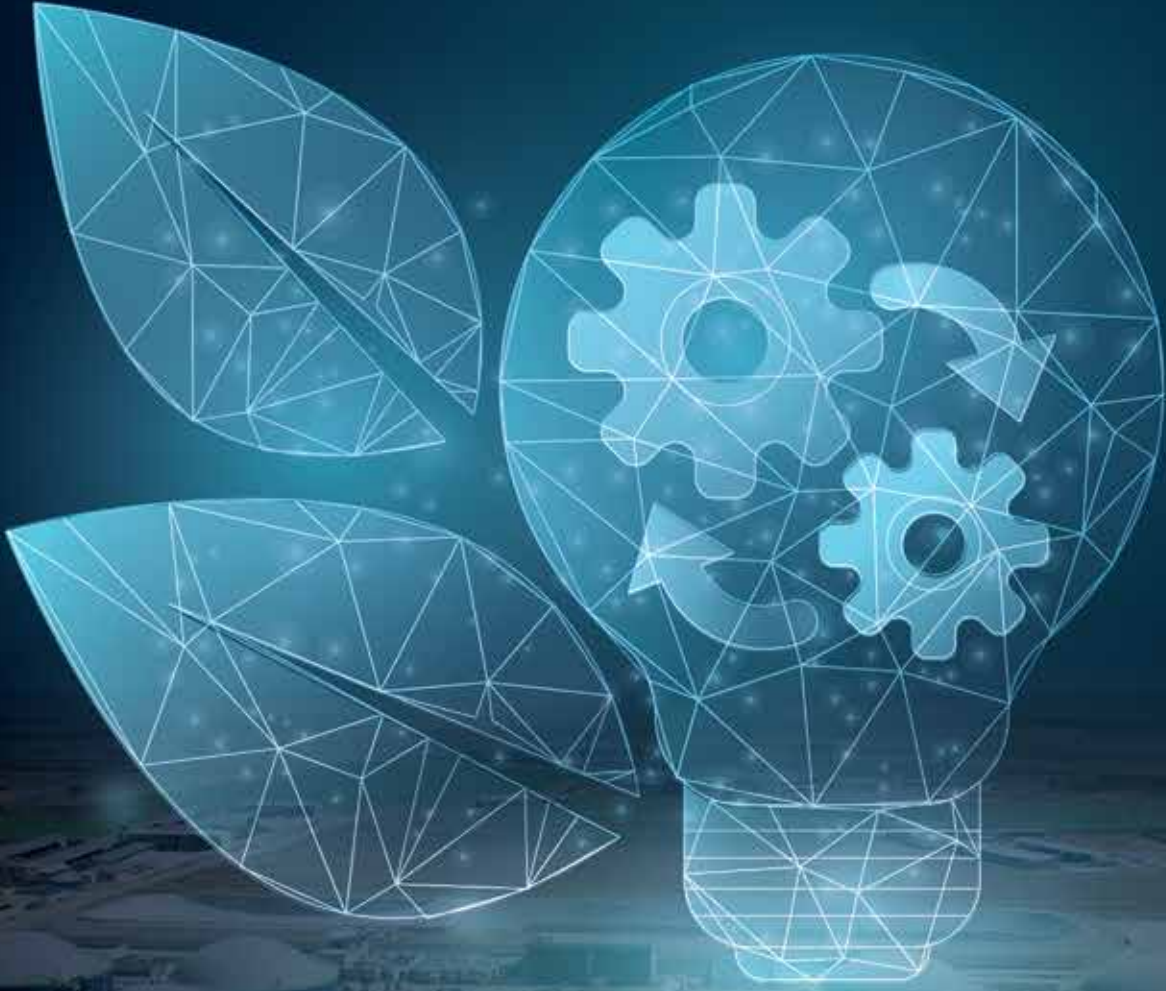


HEM ÇEVREYİ HEMDE EKONOMİYİ DÜŞÜNÜYORUZ

Biyoenerji; tarım, orman, hayvansal ve evsel atıklar gibi biyokütle kaynaklarından farklı yollarla üretilen katı, sıvı, gaz yakıt üretimi ve elektrik üretimi anlamına geliyor.



KONYA BİYOGAZ





OCTAGON Dış Tic.Ltd. Şirketi sahibi Sıtkı Erben, Konya'nın ve Türkiye'nin dış ticaretinde yeniliklere ihtiyaç olduğunu belirterek, Konya'nın bunu yapabilecek gücü ve potansiyeli olduğunu söyledi

DIŞ TİCARETİMİZDE YENİ BAKIŞ AÇILARI ŞART

OCTAGON Dış Ticaret Şirket sahibi Sıtkı Erben, gazetemiz ve 10'lar dergimize dış ticaretimizi değerlendiren özel açıklamalarda bulundu. Erben, daha yüksek ihracat ve ihracattan elde edilen karın yükselmesi için yeni bakış açılara ihtiyaç olduğunu kaydetti. Ülkemiz ihracatının son dönemde ciddi şekilde arttığına dikkat çeken Erben, "Konya'mız da bu artışa yüksek oranda katkı vermeyi başarmıştır. Üstelik bu yükseliş kısa denilebilecek bir zaman diliminde gerçekleşmiştir. Konya'mız bu artışı yaparken zorlanmadı ve bundan daha fazlasını yapabilecek gücü, potansiyeli, insan kaynağı, sermayesi, üretim alt yapısı, ticari zekâsı ve çevikliği olduğunu kanıtladı. Bu potansiyelimizi rakamlara daha fazla yansıtmak için çalışmalı ve kendimizi geliştirmeliyiz. Konya'nın uluslararası çapta, kendini göstermiş ciddi markaları var. Bu markalarımızı büyütürken yenilerini de ilave etmeliyiz. Konya'nın üretim tarafı sağlam ama bir markanın ortaya çıkması ve büyümesi için daha profesyonel anlamda bakış açısına ihtiyaç var. Yani bir ürünü dünya standartlarında, üretebilecek durumda ama onun marka algısını uluslararası çapta oluşturup geliştirmek konusunda kat edeceğimiz çok yolumuz var. Bu konuyla ilgili de son dönemde güzel iş çıkartan firmalarımızı görmek ve onların gelişimine şahit olmak gelecek için bize büyük hayaller kurma fırsatı veriyor" dedi.

'İHRACATTA KATMA DEĞER ARTIRILABİLİR'

Markalaşmanın önemine değinen Erben, "Üretimdeki potansiyelimizi markalaşma çabamız ile birleştirdiğimizde ihracatımız daha yüksek katma değer üretir hale gelecektir. Uluslararası standartlarda bir marka ortaya ko-

yalım dediğimizde, gözümüzü şehrimizin dışına özellikle İstanbul'a çeviriyoruz ben bunu doğru bulmuyorum. Konya'mızda da markalaşma süreçlerini profesyonel yaklaşımlarla yönetebilecek arkadaşlarımız ve ajanslarımız var. Bu konuya gerekli önemi vermek ve doğru kişiler ve ajansları bulup kararlılıkla üzerine gitmemiz güzel sonuçlar verecektir. Sektörden sektöre değişimle birlikte yaptığımız üretimin üzerine stil, karakter, moda, doğru algı, lezzet, ambalaj, tasarım, çizgi, yeni nesil iletişim kanalları gibi kelimelerin ifade ettiği anlamları ilave edebilişek maliyet-ihracat arasındaki makası açmayı başarabiliriz. İşte o zaman ithalat-ihracat dengemiz de çok iyi bir noktaya ulaşacaktır.

GENÇ ARKADAŞLAR SÜRECE DAHİL OLMALI

İhracatımız hızla büyürken bu alanda yetişmiş insan kaynağına ihtiyaç da hızla artıyor. Üstelik uluslararası ticaret çok hızlı değişim gösteriyor, genç arkadaşlar bu hızlı değişimi yakalamak konusunda ihracatçı firmalarımızda inisiyatif almalıdır. Biz de genç arkadaşlara bu fırsatı vermek konusunda daha istekli olmalıyız. Ben bu bağlamda genç arkadaşların potansiyeline inanıyorum, yeter ki onlara fırsat tanıyalım. Onların dijital platformlarla olan sıkı ilişkilerini fırsata çevirmeliyiz. Tabi bunu söylerken de genç arkadaşların kendilerini göstermeleri gerekir. Sorumluluk almak konusunda istekli ve bunun gereğini yerine getirmek için de gayretli olmalılar. Mevcut jenerasyonun tecrübesi ve genç arkadaşların enerjisini birleştirmeliyiz.

LUNDA

OCTAGON EXPORT olarak biz daha



şirketimizi kurmadan markamızın dizaynına başlamıştık. LUNDA'nın sadece kurumsal olarak ortaya konması için profesyonel bir ekiple 6 ay çalıştık. Şükürler olsun şu anda tüm Avrupa ve Amerika'da tescilli bize ait 500'ün üzerinde ürün çeşitliliğine ulaşılmış durumda. Ana başlığı gıda olan markamız distribütörlük verir hale geldi. Lunda'nın yıllar içerisindeki gelişimine şahitlik ederken marka olgusunun önemini net bir şekilde gördük. Bizim amacımız sadece alıp satmak değil, yıllar içerisinde uluslararası çapta kabul görmüş bir markayı ortaya çıkarabilmek. Hali hazırda İskandinav ülkeleri başta olmak üzere birçok ülkede ürünlerimiz boy göstermektedir. Zamanla çok daha yükseklere çıkacağına inanıyoruz ve çalışmalarımızı bu yönde yapıyoruz. Bu vesile ile Konya'mıza ve Ülkemize katkı sağlamaya gayret ediyoruz.

GURBETÇİLERİMİZ

'GURBETÇİ' bu kelimenin ne ifade ettiğini hepimiz biliriz. Ama ben bu kelime ile başka bir konuya temas etmek istiyorum. Ticaretimiz konusunda hangi ülkeye gidersem gideyim mutlaka orada yaşayan bir gurbetçimizin yardımını gördüm. Ülkemizin ihracatını hızla artırdığı bu dönemde onların da hakkını teslim etmek lazım. Yüksek bir gayret içerisinde Türkiye için buldukları bölgelerde mücadele ediyorlar. Bir nevi gönüllü ihracatçı olarak ellerinde geleni yapıyorlar. Onların mücadelesi bizimkinden daha çetin. Yurtdışında yerleşik, vatanına olan sevgisi hiç azalmamış, Türkiye için elinden geleni her alanda yapmaya çalışan 'gurbetçi' kardeşlerimize teşekkür ederim.

Bizim ticaretimizin büyük kısmı İskandinav ülkeleri ile, uzun yıllardır o bölgede bir Türk firması ile çalışıyoruz. İsmi 'TURKFOOD' İsveç'teki bu firmamız ile birbirimize her konuda destek veriyoruz. 'Gurbetçilerimizin' mücadelesini bu firmamız üzerinden müşahade etme fırsatı buldum. Gerçekten takdire şayandır ki uzun yıllardır Türkiye'den binlerce km ötede ismini 'TURKFOOD' koyduğunuz bir şirket kurup, Türk ürünlerini hiç tanımayan bilmeyen insanlara ulaştırmaya çalışıyorlar. Bunu da başarmışlar, büyük bir pazar payına ulaşmışlar ve herkesin takdirini toplamışlar. Bu şekilde özellikle Avrupa'da çok sayıda büyük firmamız var. Şimdi dünyanın her yerinde bu başarı hikâyelerini oluşturma yolunda olan Türk firmalarını görüyoruz. TURKFOOD ve diğerleri bizim dünya ile aramızdaki sağlam ve güvenilir köprümüz olarak duruyorlar" diyerek sözlerini tamamladı.





KONYA'NIN İSTİHDAM VE ÜRETİM ALTYAPISI DİKKAT ÇEKİYOR

Sanayi üretimiyle iyi bir yerde olan Konya, her geçen gün büyüyen ve çeşitlenen sanayi siteleriyle de dikkat çekiyor. Özel sanayi sitelerinin dışında Konya Organize Sanayi Bölgesi de her yıl artan talepleri karşılamak amacıyla daha da gelişiyor

Konya'da bulunan Sanayi Siteleri ve Organize Sanayi Bölgeleri (OSB) Konya'nın ekonomisine ve istihdamına katkı sunuyor. Konya'da küçük ölçekli sanayicilerin işyeri gereksinimleri için toplam 70 sanayi sitesinde 15.000 in üzerinde işyerinde 85.000 civarında işçinin istihdamı sağlanıyor. Bunlardan 17'si Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın desteği ile yapılırken, Konya'nın ilçeleriyle birlikte sahip olduğu sanayi alanlarında gerçekleştirilen yatırımlar ile ülke ekonomisine önemli katkı sağlanıyor. İl merkezi başta olmak üzere Akşehir, Beyşehir, Cihanbeyli, Ereğli, Ilgın, Seydişehir ilçelerinde yoğun sanayileşme görülmektedir. Özel sektör tarafından oluşturulan bu sanayi siteleri de yatırımcılar için uygun alanlar sunmaktadır.

KONYA, ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİNDE DE BAŞARISINI GÖSTERİYOR

Türkiye ve Konya OSB'ler konusunda önemli bir tecrübeye sahip. Organize Sanayi Bölgeleri Türkiye'nin sanayileşme ve kentleşme tarihinin en önemli politika araçlarından olarak da ön plana çıkıyor. Konya'da bulunan Organize Sanayi Bölgelerinde toplam 55 bin 242 istihdam ediliyor. Konya'da Akşehir Organize Sanayi Bölgesi, Beyşehir Organize Sanayi Bölgesi, Çumra Organize Sanayi Bölgesi, Konya Ereğli Organize Sanayi Bölgesi, Konya Ilgın Organize Sanayi Bölgesi, Karapınar Organize Sanayi Bölgesi, Kulu Organize Sanayi Bölgesi, Seydişehir Organize Sanayi Bölgesi, Konya Birinci Organize Sanayi Bölgesi, Konya Organize Sanayi Bölgesi bulunmaktadır.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Desteği ile Yapılan Sanayi Siteleri; Akşehir SS, Akşehir SS, Bozkır SS, Bozkır Özlem SS, Çumra SS, Ereğli Hızarcılar ve Mar. SS, Ereğli SS, Ilgın SS, Karapınar SS-1. Bölüm, Karapınar SS 2. Bölüm, Karatay SS, Bayrakçı SS, Hızarcılar SS, Anadolu Teknik SS, Zafer SS, Yunak SS, Kulu SS.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Desteği Olmadan Yapılan Sanayi Siteleri; Akören SS, Beyşehir SS, Cihanbeyli SS, Çeltik SS, Doğanhisar SS, Ereğli Mahrukutçılar SS, Güneşsınır SS, Ilgın Ağaç İşleri SS, İçeri Çumra SS, Kadınhanı SS, Dökümcüler SS, Son Birlik SS, Aslım SS, Yıldız SS, Motorlu SS, En - San SS, Altınbaşak SS, Bakırcılar SS, Keresteciler SS, Tırsan SS, Kıbrıs SS, Selçuk SS, Saygın SS, Mobilyacılar SS, Kunduracılar SS, KONİMSAN SS, Büsan SS, Aykent Ayakkabıcılar Sitesi, Vatan SS, KONSAN SS, Ketenci SS, ASTİM SS, MODESA SS, Şekerçiler SS, Kobisan-1 SS, Aspak-1 SS, Aspak-2 SS, Aspak-3 SS, Atiker-1 SS, Atiker-2 SS, Atiker-3 SS, İmsan SS, 4MK SS, Galvanizciler SS, Matbaacılar SS, Kobisan-2 SS, Kulu Ak SS, Sarayönü SS, Hızarcılar SS, Seydişehir SS, Seydişehir Hızarcılar SS, Seydişehir Yeni SS, Kobisan 3 SS, Yeni meram SS, Hurdacılar SS, Yeni matbaacılar SS, Tekstilciler SS (TEKSAN), Demes SS, Mesva SS, Elit SS, Demirciler SS, Yeni Dökümcüler SS.



MUTFAĞINIZA ŞIKLIK KATACAK TASARIMLAR ERGÜL'DE



AYS

ergül
ANKASTRE VE HIRDAVAT

Tutku, bir teklife, hatta neden, keşfedilmeye ya da faaliyete alışmaya veya alışılmadık bir heyecan hissine duyduğumuza duyulan ilgi veya arkadaşça bir ilgi olabilir.



Horozluhan Mh. Yavuzeli Sk. No:18 Selçuklu/Konya
www.ergulhirdavat.com.tr

MATBAA



HİZMET PETROL

Yarım asırlık
HİZMET AŞKI

7/24
HİZMETİNİZDEYİZ

**TEK ARACA DEĞİL,
HER ARACA
TEK SEFER DEĞİL,
HER SEFERİNDE
ANINDA
İNDİRİM!**

**HER ZAMAN KALİTE
UYGUN FİYAT
GÜLER YÜZLÜ HİZMET**



*Bizi Facebook'tan da
takip edebilirsiniz!
facebook.com/hizmetpetrol*

www.hizmetpetrol.com.tr

Mevlana Civarı Üçler Mezarlığı Karşısı Konya

Tel./Faks: 0332 352 22 41 • E-mail: bilgi@hizmetpetrol.com.tr

Yakıtlarımız **Tüpraş** rafinerileri çikışlıdır.



KURULUŞUDUR



Yılların birikimiyle bugün ihracat yapan bir firma konumuna gelen Giba Şekerleme, yaklaşık 40 ülkeye ihracat yapıyor. Bu potansiyelini artırmak için çalışan firma, sürekli kendini yenileyerek pazarda fark oluşturmaya çalışıyor

GİBA ŞEKERLEME İHRACAT KAPASİTESİNİ ARTIRIYOR

Yılların vermiş olduğu tecrübe ile üretimlerine devam eden Giba, ağızları tatlandırmayı sürdürüyor. Hem üretim hem de perakende satış yapan Giba, yoluna emin adımlarla devam ediyor. Yurtiçinde önemli bir pazar payına sahip olan Giba, ülke ekonomisine daha fazla katkı sunmak amacıyla son dönemde ihracattaki payını artırmak için adımlar attı. Bu adımlarda başarı sağlayan Giba, bugün yaklaşık 40 ülkeye ihracat yapan bir firma haline geldi. Giba Şekerleme Genel Müdürü Murat Özgüven, konuyla ilgili önemli değerlendirmelerde bulundu. Özgüven, ülke ekonomisine daha fazla katkı yapabilmek adına ihracata odaklandıklarını söyledi.

81 İLE ÜRÜN GÖNDERİYORLAR

Giba Şekerleme'nin uzun yıllardır Konya'da faaliyet gösterdiğini bununla birlikte nesillerden nesillere aktarılan lezzetinin olduğunu belirten Giba Şekerleme Genel Müdürü Murat Özgüven, "Şirketimizin üçüncü kuşak yöneticisi olarak devraldığımız bayrağı daha yukarıya taşımak amacıyla



iki kardeşimle birlikte işlerimizi sürdürüyoruz. Hepimizin üstlendiği farklı görevler var. Ortak amacımız ise lezzetimizi daha ileriye taşımak. Bizim en büyük özelliğimiz

geleneksel ürünlerimizi geleneksel yöntemlerle üretmek. Şu an geldiğimiz noktada da Türkiye'nin 81 iline ürün gönderiyoruz" dedi.





DEDEDEN TORUNA GEÇEN LEZZET

Giba'nın mazisininin 40 yılı aşuğunu vurgulayan Özgüven, "1972'lerde rahmetli dedemizin perakendecilik yapmaya başlamasıyla kuruldu diyebiliriz. Eski otogarda ilk dükkânı açmış rahmetli dedem. Daha sonra aynı yerde 11 dükkâna ulaşmış. Tabi burası ortaklı bir yermiş. Eski otogar yıkılınca ortaklık da bozulmuş. Daha sonra 2001 yılında yeni şekerciler sitesinde 600 metrekarelik bir üretim alanında yeniden başlamış olduk. Otogar ve Mevlana Çarşısı'nda da perakende dükkânlarımızı açarak devam ettik. Daha sonra Nalçacı'da da bir şube açtık. Kuruyemiş, lokum, şeker üzerine ilk şehir içi dükkânını açan biziz diyebilirim. Personelimiz bizim buraya girer çırak olarak, usta olarak devam eder emekli olur gider. Bununla övünç duyarız. Aile ortamımız var burada. Dedemizden, babamızdan gelen kültür bu şekilde. Dedemizi ve babamızı kaybettikten sonra 3 kardeş Giba Şekerleme'yi sırtlıyoruz" dedi.

'GELENEKSEL TATLAR ÜRETİYORUZ'

Geleneksel tatlar arasında yer alan Mevlana Şekeri, lokum, hurma şekeri, akide şekerkleri ve Konya sarması ürettiklerinin altını çizen Murat Özgüven, "Biz bir kültür oturtmaya çalışıyoruz. Hediyeleşme kültürü var. Onla alakalı farklılıklar oluşturmaya çalışıyoruz. Biz geleneksel ürünleri geleneksel yöntemlerle üretiyoruz. Daha çok el işçiliğiyle üretiyoruz. Birinin ben çocukluğumda yediğim Mevlana şekerinin tadını şimdi alamıyorum diye bir durum bizde söz konusu olmaz. Aynı lezzet, aynı tat devam eder. Kaybolmaya yüz tutmuş gibi şeyleri de kaybetmemek adına da çalışmalar yapıyoruz. Farklılıklar oluşturuyoruz. İnsanlar hediye götürürken farklı şeyler götürürsün amacıyla farklı ambalajlar yapıyoruz. İnsanlardaki algıyı bu şekilde değiştirmek gerekiyor. Sıradanlaşmamak gerekiyor. Sektöre farklı

soluklar getirmeye çalışıyoruz. Biz perakendeci de olduğumuz için müşterinin ne istediğini de biliyoruz. Onların taleplerini de alabiliyoruz. Bu da bizim için büyük bir avantaj" diye konuştu.

İHRACATA ODAKLANDILAR

Son dönemde ihracatı artırmak için çalışmalar sürdürdüklerini kaydeden Özgüven, ihracatı artırmak için yeni ürünler üretmeye başladıklarını söyledi. Bu anlamda çikolata üretimine girdiklerini dile getiren Özgüven, şöyle devam etti, "Çikolata üretmeye başladık. Kaliteli ama ucuz bir ürün. Bu ürünün ciddi bir ihracat potansiyeli var. Bu ürünü tamamen ihracat için üretiyoruz. Daha çok Ortadoğu ve Afrika ülkeleri önemli bir Pazar bizim için. Yeni ürünümüzle birlikte yurtdışı pazarındaki payımızı hızlı bir şekilde artırdık. Kısa bir sürede önemli bir mesafe aldık ve bugün yaklaşık 40 ülkeye ihracat yapan bir firma haline geldik."

İHRACAT YAPMAMIZ ŞART

İhracatın önemine değinen Özgüven, "İhracat yapmamız gerekiyor. Ülkemizin iç piyasası yeterli olabilir ama ihracat yaparak ülke ekonomisine de fayda sağlamamız lazım. Döviz girdisi sağlamamız lazım. Konya bu anlamda büyük bir ivme kazandı, inşallah bu durumu daha da yukarıya taşıyacağız" değerlendirmesinde bulundu.

AHİLİK GELENEĞİNİ YAŞATIYORUZ

Giba Şekerleme'nin nesilden nesile aktarılan bir geleneğin ürünü olduğunu kaydeden Özgüven, bu durumun kendilerine güç verdiğini söyledi. Bu anlayışının temelinde ise ahilik kültürünün olduğunu dile getiren Özgüven şunları söyledi, "Selçuklu'dan buyana süregelen ahilik kültürü, bizim ticari ve toplumsal anlayışımızın da temelini oluşturuyor. Çünkü Ahi Evran





gerçekten önemli bir iş başarmış, toplumun her kesimini kucaklayan bir teşkilat ortaya koymuştur. Öyle ki bu teşkilat, bizim hem Türk geleneğimizle hem de İslami değerlerimizle birebir örtüşen bir anlayışla ortaya çıkmıştır. Biz de bu anlayışı Giba olarak hep benimsedik ve ticari faaliyetlerimizi bu anlayışla şekillendirdik. Çünkü ahilik geleneğinde bir usta, çıraklıktan aldığı birini ustalığa kadar götürüyor, o kişi usta olduktan sonra ya işe birlikte devam ediyorlar ya da usta olan kişi kendi işini kuruyordu. Biz de Giba Şekerleme olarak dedemizden aldığımız mirası aynı anlayışla sürdürüyoruz. Dedemizden babamıza, babamızdan da bize geçen bir serüven var. Öğretilere baktığımız zaman ise ben bizim firmamızda ahilik anlayışının yansımasını görüyorum. Bu anlamda, Giba Şekerleme'nin bugünlere gelmesinde bu anlayışın büyük katkısı olduğunu düşünüyorum."





Hayattaki
dengenin
keyfine
varın!



TATIL PLANINIZA ÇOK SICAK BAKIYORUZ



KARATAY
Termal Tatil Köyü

0332 221 66 66 | karataytermal.com





Konya Kağıt

KONKA koduyla



BORSA
İSTANBUL'DA

MEDENİYETİN HAMURU

artık gelecek nesillerde...

www.konyakagit.com.tr



tekbas un

tekbas

UN FABRİKASI

UN DA
BİR SULTAN

*Ustaların
Tercihii..*

Yıllardır buğdayı özenle işleyerek, usta ellerde lezzete dönüşmesine katkı sağlıyoruz.



Bizi Sosyal Medyadan Takip Edin !



TekbasUnFabrikasi



TekbasUn

tekbas.com.tr