



Tahsilata güvence alacak sigortası

İşletmelerin vadeli satışları için uygulanan devlet destekli ticari alacak sigortası ile tahsilat güvence altına alınıyor. Yurt içi vadeli satış cirosu 125 milyon TL'ye kadar olan KOBİ'ler, bu ürünle alacaklarını tahsil edememe riskinden korunabiliyor. **Adem Orhun ■ 12'de**



Eski İstanbul'da 'kapan'dan piyasaya

Yüzyıllar boyunca ticaret ve gümrük sahası olan Eminönü ve çevresi, hanlar, dükkânlar ve kapanlarla donatılmış. Dünyanın dört bir yanından şehre gelen mallar, 'kapan' denilen ve her biri müstakil ticari merkez hüviyetindeki yerlerden piyasaya sürülüyordu. **Dilşah Keflioğlu ■ 19'da**



Yemeğin yüzde 18'ini yemek kartı ve online sipariş siteleri yiyor



İstanbul Ticaret Odası Başkanı Şekib Avdagiç, "Online yemek sitelerinden verilen siparişlerin ödemesinin de yemek kartı ile yapıldığı düşünülürse, yemeğin bedelinin yüzde 18'lik kısmını adeta yemek kartı ve online sipariş sistemi yiyor" dedi. **■ 15'te**



İSTANBUL TİCARET

"Tüccar, milletin emeği ve üretimini kıymetlendirmek için eline ve zekasına emniyet edilen ve bu emniyete liyakat göstermesi gereken adamdır."

H. Odaturk

4 ARALIK 2020 YIL: 62 SAYI: 3137

ISSN 1300-3666

İSTANBUL TİCARET ODASI YAYINI

www.itohaber.com

Büyümenin devamı için ekonomiyeye aşı

Salgının olumsuz etkilerine rağmen yılın üçüncü çeyreğinde ekonomi yüzde 6.7 büyüdü. Aşı ile birlikte Covid engelleri aşıldığında üretim bantları ve ticaret hız kazanacak.



SANAYİ DURMADI

Türkiye, salgının ilk dalgasını en hızlı geride bırakan ülkelerden biri oldu. Üçüncü çeyrek büyümede 10 yıllık ortalama olan yüzde 5.6'nın üzerine çıktı. İzolasyon kısıtlamalarına ve işgücünün önemli bir kısmının kısa çalışmada olmasına rağmen sanayide yüzde 8, tarımda yüzde 6.2 büyüme gerçekleşti.

İTO'nun 2021 teması
Şekib Avdagiç, İTO'nun 2021 yılı faaliyetlerini 'Üretim ve İhracatta Anti-Kovid 2021' teması üzerine kurduğunu söyledi.

BİLİMDEN EKONOMİYE

Küresel ekonomide ise yılın sonunda üretim ve taleple ilgili umutlar daha da arttı. Bunda birçok ülke ve bilim insanının aşırı uygulamak için rekabete girmesi etkili oldu. Covid-19 ile mücadelede aşı üretimi ve soğuk tedarik zincirinde de kimlerin güçlü çıkacağı merak konusu. Türkiye'nin en önemli avantajı lojistik altyapısı.

FİRMALARIN İHTİYAÇLARI

Türkiye'deki büyüme ve dünya ekonomisindeki olumlu beklentileri değerlendiren İstanbul Ticaret Odası Başkanı Şekib Avdagiç, yeni yılda reel sektör için bazı anti-Kovid tedbirlerinin alınmasını önerdi. Avdagiç "Kapalı iş yerlerinin vergisinin askıya alınması, faizsiz kredi, matrah artırımı, stok, kasa ve sicil affı, iş dünyamızın beklediği düzenlemeler" dedi. **■ 7-8-9**



Müge BİBER

Varlık barışında iki yönlü imkan

Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması düzenlemesi ile 'varlık barışı'na yönelik yeni bir imkan sağlandı. Yurt dışındaki para ve malların yanı sıra yurt içinde şimdiye kadar bildirilmemiş olan taşınır ve taşınmaz mallar da beyan edilirse vergi incelemesine girmeyecek. **■ 3'te**

Kısa çalışmada yeni başvuru

Salgın sebebiyle daha önce başvuru yapmamış olanlar için e-Devlet'ten başvuru yapma hakkı tanındı. Önceki başvurular ise otomatik uzatılacak. **■ 8'de**



Fikri olan gençlere destek

Gençlik Projeleri Destek Programı'na bu yıl 4 binin üzerinde başvuruyla rekor kırıldı. Başvurulardan 765'ine, 25 bin ile 350 bin lira arasında değişen miktarlarda destek verilecek. **■ 20'de**

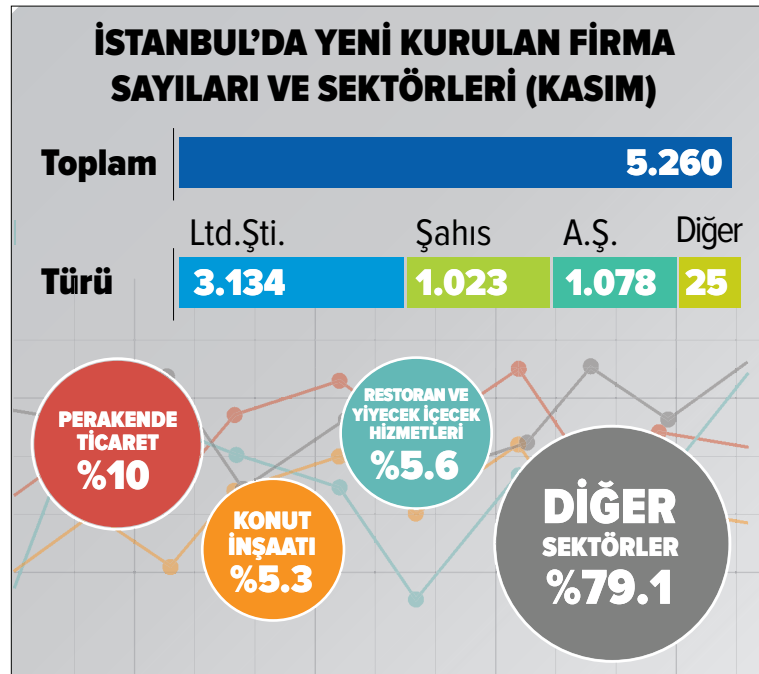


Yalnızlık açlık gibi

Bilim insanları salgın sebebiyle sosyal hayattan uzak kalmaların insan üzerindeki yeni etkilerini belirledi. Bu tür bir sosyal izolasyon sırasında hissedilen özlere, açken hissedilen yiyecek isteği ile sinirsel bir temeli paylaştığı keşfedildi. **Ayşe Başak ■ 17'de**

Yerli IoT çözümünü canlı takip

Teknopark İstanbul'daki firmalardan Bakel, nesnelerin interneti (IoT) teknolojisiyle yerli çözümler üretti. Firmanın sistemleri sayesinde evde yaşlı, hastanede hasta, serviste çocuk, okulda öğrenci, işletmelerde personel, tesislerde ürün, müzelerde eser, yeraltı madenlerinde işçi takibi yapmak mümkün. **Soyhan Alpaslan ■ 16'da**



Ayakkabı sektöründe 2021-2022 trendleri



İTO'nun düzenlediği 'Ayakkabı Sektörü Trend Semineri'nde sektörün dinamikleri, tüketici davranışları ve yeni yıl trendleri paylaşıldı. Seminerde yeni trendlerin online ticaret üzerinden sunumu öne çıktı. **Müge Biber ■ 18'de**



8 AYDA 250 ONLINE ETKİNLİK ■ 14'te



Öğrencilerle iş dünyasının buluşma platformu



Emre Müftüoğlu



Osman Mestav

Kullanıcı profili 18-45 yaş arası

Frelens'te yazılımcı olarak görev yapan Osman Mestav, platformun kuruluş hikayesinin öğrencilik yıllarına dayandığını anlattı. Mestav, "Frelens, öğrencilik hayatımızda çektiğimiz zorluklar sonrasında düşündüğümüz ve hayata geçirdiğimiz bir proje. Mesleğin dışına çıkmadan, kendi alanımızda üretim yaparak ek gelir sağlamak öncelikli hedefimiz ve bu yolda ilerlemeye çalıştık" dedi. Mestav, frelens.com'da üç üye profili bulunduğunu, kullanıcı profilinin ise 18-45 yaş arasında olduğunu kaydetti.

Startuplar mutlaka BTM'ye başvurmalı

Kısa bir süre önce BTM ile yolları kesişen Frelens ekibi, "BTM ile yollarımız uzun soluklu araştırmalar sonucu kesişti. Tam aradığımız bir yapı. BTM, kendimizi tanıtmada konusunda çok büyük destekler verdi. Startup girişimlerinin başvurması gereken bir mecra olduğu kanaatindeyiz" dedi.

Sanal Ticaretin Yeni Merkezi öğrenci

Ticari iletişimsizlik Frelens.com'da son buluyor. Profesyoneller ve öğrenciler arasındaki köprüyü kuruyoruz. Üyelerimizin birbirleriyle haberleşmelerini de kolaylaştırıyoruz.



Genç ve yeni nesil çalışma platformu Frelens, iş dünyasının profesyonelleri ile öğrenciler arasındaki ticari iletişim sorunlarını ortadan kaldırıyor. Bu sayede genç yetenekler hem kendi meslek dallarında hem de iş dünyasında daha aktif oluyor.

TUĞÇE ÖZKUŞ

Genç ve yeni nesil çalışma platformu olarak pazarda faaliyet gösteren Frelens; iş dünyasının profesyonelleri ve öğrenciler arasında köprü kurarak, ticari iletişimsizliği ortadan kaldırıyor. Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi (BTM) girişimlerinden Frelens, üniversite eğitimine devam eden öğrencilerin veya yeni mezun adayların, iş dünyasının olanaklarıyla tanışmasını ve profesyonel iş süreçlerinde yer almasını hedefliyor. Frelens'te öğrenciler çalışma performanslarına göre ekstra bakiş alabiliyor ve burs olanaklarından faydalanabiliyor. Frelens Müşteri İlişkilerinden Sorumlu Emre Müftüoğlu ve Frelens'te yazılımcı olarak görev yapan Osman Mestav, frelens.com'un ortaya çıkış hikayesini ve hedeflerini anlattı.

MESLEKLERİNİ SEVDİRMEK İSTİYORUZ

frelens.com'un diğer uygulamalardan farklı olduğunu belirten Emre Müftüoğlu, "frelens.com, Türkiye'deki ilk öğrenci doğrulama sistemini dijital platformda üyelere sunuyor. Beş kişilik bir ekibimiz var. frelens.com'da iş-staj ve freelancer iş hizmetleri yer alıyor. Platformun amacı, diğer pazaryerlerinin yarattığı kalabalıktan kaybolan öğrencilere mesleklerini sevdirmek" dedi.

YENİ İSTİHDAM METODU

Freelance çalışma alanının Türkiye'de daha yaygın bir metot olması gerektiğini vurgulayan Müftüoğlu, şöyle konuştu: "Freelance çalışma, keşke Türkiye'de daha yaygın olsaydı. Ancak biz bu metodu yaygınlaştırmak istiyoruz. Özellikle Covid-19 sürecinde işsizliğe birebir çözüm olacağı kanaatindeyiz. Dünyada yeni bir istihdam şekli ve kişilerin freelance çalışarak işlerinde tecrübe kazanması için çok önemli bir çalışma şekli olduğunu düşünüyorum."

GENÇLERE ŞANS VERİLMELİ

Öğrenci gücünü tüm Türkiye'ye göstermek istediklerini ve hedeflerinin Türkiye'de pazar liderliği olduğunu söyleyen Müftüoğlu, "Öğrenci gücünü tüm Türkiye'ye göstermek istiyoruz. Burada temeli sağlamlaştırdıktan sonra küresel arenada ülkemizi temsil etmek bizim için en büyük gurur kaynağı olacak" dedi. Türkiye'de girişimcilik ekosistemini de değerlendiren ve yaşadıkları zorluklardan bahseden Emre Müftüoğlu, şöyle devam etti: "Türkiye'de BTM dışında girişimcilerin çok desteklendiğini düşünmüyorum ama BTM ile birlikte bu konuda inşallah çok büyük yol kat edeceğiz. Yaşadığımız en büyük zorluk, 'ben neden öğrenciyle çalışayım' sorusu. Bu, en çok karşılaştığımız soru. Gençlere pek şans verilmemesi bizim işimizi çok zorlaştırıyor."

PartnerPlusBenefit



Kurumsal firmalar için %

100

destek

Lufthansa'nın ücretsiz kurumsal avantaj programı PartnerPlusBenefit ile iş seyahatleri daha verimli hale geliyor.

Çalışanların iş seyahatlerinde varış noktasına nasıl hızlı ulaşabilirler? Firmam seyahat giderlerinden nasıl tasarruf edebilir? Bu sorularınıza PartnerPlusBenefit ile kolayca çözüm bulabilirsiniz, zira PartnerPlusBenefit programı firmalara sayısız avantaj ve olanaklar sunuyor: PartnerPlusBenefit programında sizleri, program ortağı çok sayıda hava yolu şirketinin sunacağı geniş bir küresel uçuş ağı ve firmanızın yararlanabileceği cazip seyahat ödülleri bekliyor.

Avantaj Programı nasıl işliyor? Program üyesi firmalar iş seyahatlerinde, daha sonra çeşitli ödüllere dönüşürebilecekleri BenefitPuanları topluyorlar. Zengin ödül yelpazesi ödül bileti veya uçuş sınıfını yükseltme olanaklarının yanı sıra VIP hizmetleri, lounge giriş kartları veya nitelikli Lufthansa WorldShop ürünleri gibi farklı ödüller de içeriyor. Böylelikle her firma toplamış olduğu BenefitPuanları kendi gereksinimleri doğrultusunda değerlendirme özgürlüğüne sahip bulunuyor.

Program ortağı hava yolu şirketleri arasında Lufthansa'nın yanısıra sekiz farklı hava yolu şirketinin daha bulunması nedeniyle dünya genelinde neredeyse her noktaya ulaşmak mümkün olabiliyor. Böylelikle çalışanlarınız dünyanın farklı noktalarındaki iş ilişkilerini sürdürebilme ve ayrıca toplanacak BenefitPuanları ile firmanıza ciddi avantajlar sağlama olanağına sahip olurlar.

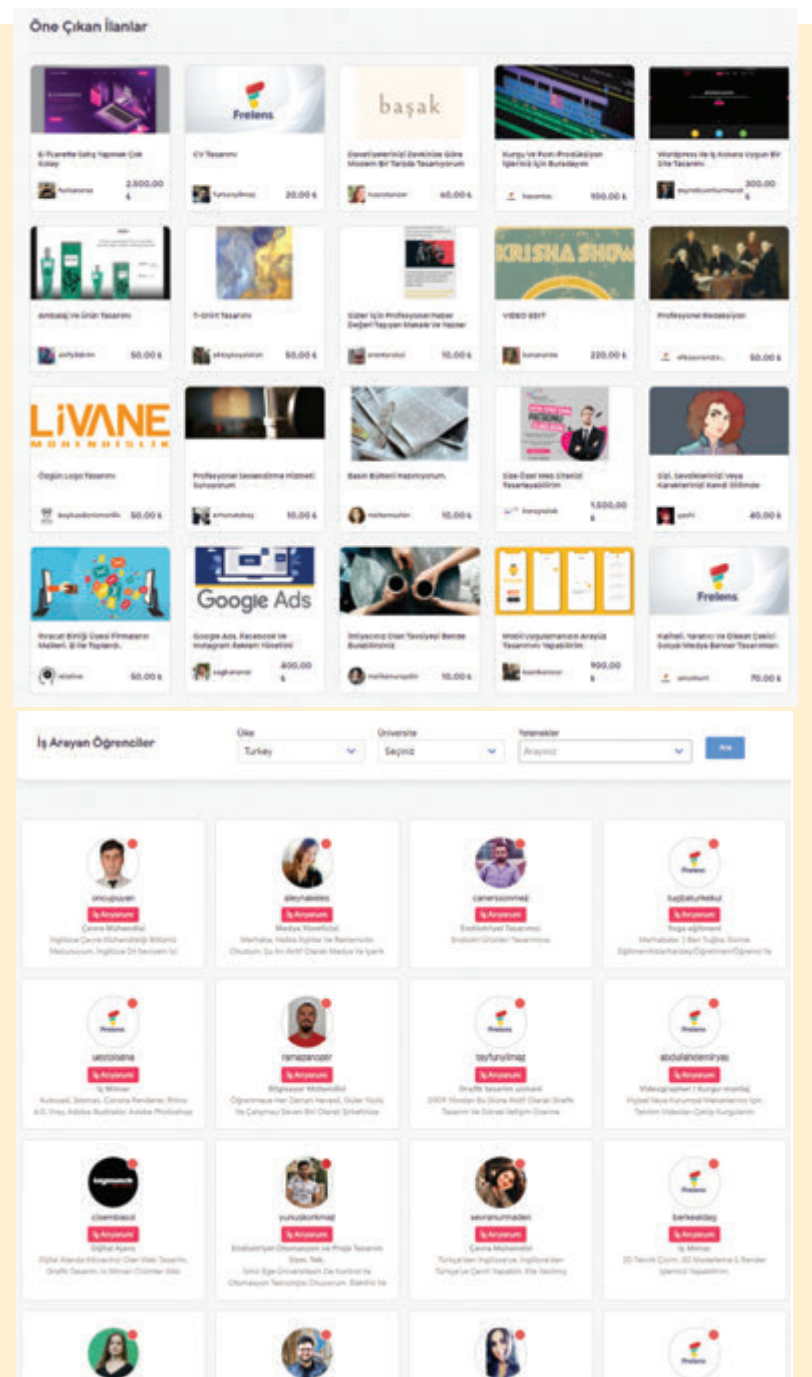
Ayrıca seyahat harcamalarının daha verimli hale getirebilmesi için her firmaya özel bir yetkili tarafından destek veriliyor. Yetkili kişi program üyesi firmaya kişisel danışmanlık hizmeti vermenin yanı sıra programla ilgili tüm soruları yanıtlayarak, önerilerde bulunuyor. Seyahat edecek olan firma çalışanlarına bir kişisel avantaj daha sunuluyor. Nitekim Miles & More üyesi olan firma çalışanları iş seyahatlerinde aynı zamanda şahsi Miles & More hesapları için de mil kazanıyorlar.

2001 yılından bu yana dünya genelinde – yaklaşık 25.000'i Almanya'da olmak üzere – toplam 100.000'i aşkın firma PartnerPlusBenefit programından yararlanıyor. Belki siz de yakında onları arasında katılmak istersiniz! Bunun için kolayca www.partnerplusbenefit.com sayfasından kayıt yaptırabilirsiniz.

PartnerPlusBenefit Tek bir program, sayısız avantaj

Ödül biletler
Upgrade işlemleri
Ekstra bagaj
Nakit geri ödeme
Koltuk rezervasyonu
WorldShop ödül ürünler
Hediye dünyası
ve daha fazlası...

A STAR ALLIANCE MEMBER



Varlık barışında 2 yönlü imkan

Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması Hakkında Kanun ile 'varlık barışı'na yönelik yeni bir imkanın önü açıldı. Yurt dışındaki para ve malların yanı sıra yurt içinde şimdiye kadar bildirilmemiş olan taşınır ve taşınmaz mallar da beyan edilirse vergi incelemesi yapılmayacak.

YURT dışında bulunan para, altın ve çeşitli sermaye piyasası araçlarını, 30 Haziran 2021'e kadar Türkiye'deki banka veya aracı kurumlara bildirenler, bu varlıklarını vergi incelemesine tabi tutulmadan serbestçe tasarruf edebilecek. Hazine ve Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı'nın 'Bazı Varlıkların Ekonomiye Kazandırılması Hakkında Genel Tebliğ', Resmi Gazete'de yayımlandı. Yeni imkandan faydalanmak için bildirim konu edilen varlıkların, bildirimden itibaren üç ay içinde Türkiye'ye getirilmesi veya hesaba transfer edilmesi gerekiyor.

Tebliğ, gerçek ve tüzel kişilerin yurt dışında bulunan para, altın, döviz, menkul kıymet ve diğer sermaye piyasası araçlarının yurda getirilerek milli ekonomiye kazandırılmasını kapsıyor. Yurt dışında olan ancak kapsama girmeyen varlıklar (taşınmazlar gibi) 30 Haziran 2021'e kadar kapsamındaki varlıklara dönüştürülerek Türkiye'ye getirilip, tebliğ kapsamına alınabilecek. Tebliğe göre bildirimlerin, yetkili kılınmış vekiller veya kanuni temsilciler tarafından da yapılabilmesi mümkün olacak. Yurt içinde bulunan, ancak gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinin kanuni defter kayıtlarında yer almayan para, altın, döviz, menkul

kıymet ve diğer sermaye piyasası araçları ile taşınmazlar için de bu imkandan faydalanma imkanı sağlandı. Bu malların 31 Haziran'a kadar gelir veya kurumlar vergisi yönünden bağlı olunan vergi dairelerine elektronik ortamda bildirilmesi gerekiyor.

ŞİRKETE KAYIT

Yurt dışında bulunan varlıkların, şirket adına bildirilmesi durumunda ilgili şirket, şahıslar adına bildirilmesi halinde bu şahısların kendileri, düzenlemenin sağladığı imkanlardan yararlanabileceğinden, şirket adına bildirim konu edilen varlıklar, şirketin kanuni defter kayıtlarına intikal ettirilebilecek.

2021 MTV ve harçları belli oldu

Yeni yılda çeşitli vergi ve harç tutarları yüzde 9.11 artırılabilecek. 1-3 yaş aralığındaki otomobillerin motorlu taşıtlar vergisi, motor silindir hacmi 1300 cc ve aşağısında olanlar için 964 liradan 1051 liraya çıkacak.



HAZİNE ve Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı'nın Resmi Gazete'de yayımlanan Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile yeniden değerlendirme oranı 2020 için yüzde 9.11 olarak tespit edildi. Bu oran, 2020 yılına ait son geçici vergi dönemi için de uygulanacak. Cumhurbaşkanının, yeniden değerlendirme oranının yüzde 50 fazlasını geçmemek ve yüzde 20'sinden az olmamak üzere yeni oranlar tespit etme yetkisi bulunuyor. Bu durumda örneğin 1-3 yaş aralığında olan otomobillerin 2021 yılındaki motorlu taşıtlar vergisi (MTV), motor silindir hacmi 1300 cc ve aşağısında olanlar için 964 liradan 1051 liraya çıkacak. Aynı yaşta motor silindir hacmi 1301-1600 cc arasında olan otomobiller için MTV, bin 678 liradan bin 830 liraya, 1601-1800 cc arasında olanlar için 2 bin 964 liradan 3 bin 234 liraya, 1801-2000 cc arasında olanlar için 4 bin 670 liradan

5 bin 95 liraya ve 2001-2500 cc arasında olanlar için ise 7 bin 3 liradan 7 bin 640 liraya yükselecek.

EHLİYET VE PASAPORT

Bu yıl 751.70 lira olan B sınıfı ehliyet harcı 2021 yılında 820.10 liraya çıkacak. A sınıfı ehliyet harçları da 249.30 liradan 272 liraya yükselecek. Pasaport harçlarında ise süresi 6 ay olanlar için 227.20 lira, 1 yıl olanlar için 332.10 lira, 2 yıl olanlar için 542.20 lira, 3 yıl olanlar için 770.20 lira ve 3 yıldan fazla süreli olanlar için 1085.40 lira alınacak.

YURT DIŞINDAN GELEN TELEFONLAR

Ticari mahiyette olmaksızın, yolcuların kendi kullandıkları için yurt dışından getirdikleri telefonlar için 2020 yılında bin 838.70 lira olarak uygulanan harç tutarı ise yeni yılda 2 bin 6 lira olarak ödenecek.

BDDK'dan normalleşmeye devam

BANKACILIK Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), bankaların yurt dışında yerleşik finansal kuruluşlara yapacakları TL işlemlerinin öz kaynaklara oranına ilişkin sınırı yüzde 0.5'ten yüzde 2.5'e yükseltti. BDDK'dan yurt dışı yerleşiklerle gerçekleştirilen TL işlemlere ilişkin sınırlar hakkında yapılan açıklamada, bankaların, yurt dışındaki konsolidasyona tabi kredi kuruluşu ve finansal kuruluş niteliğini haiz ortaklıkları ile yurt dışındaki şubeleri de dahil olmak üzere yurt dışında yerleşik finansal kuruluşlara

yapacakları TL plasmanlar, TL depo, TL repo ve TL kredilerin toplamının bankaların en son hesapladıkları yasal öz kaynaklarının yüzde 0.5'i ile sınırlandırılmasına karar verildiği hatırlatıldı. Açıklamada, yapılan değerlendirme neticesinde piyasaların etkin çalışmasına yönelik olarak, söz konusu sınırlamanın, yüzde 0.5 yerine yüzde 2.5 olarak yeniden belirlenmesine ve bankaların yurt dışında yerleşik finansal kuruluşlara tanımladıkları gün içi (overdraft) TL kredi imkanının bu sınırlamaya tabi olmamasına karar verildiği bildirildi.



Enerji piyasasında yeni dönem

ENERJİ alanında düzenlemeler içeren Elektrik Piyasası Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun yürürlüğe girdi. Resmi Gazete'de yayımlanan Doğalgaz Piyasası Kanunu'na, Organize Toptan Doğal Gaz Satış Piyasası (OTSP) tanımı eklenecek. Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının (YEK) Elektrik Enerjisi Üretimi Amaçlı Kullanımına İlişkin Kanun'da da değişiklik yapıldı. Buna göre, YEK bedeli Türk lirası olarak belirlenebilecek. 30 Haziran 2021 tarihinden sonra işletmeye girecek yerli aksam kullanan, YEK belgeli üretim tesisleri ile tüketim tesisinin ihtiyacını karşılamaya yönelik kurulacak lisanssız üretim tesisleri için yerli katkı fiyatları, bu fiyatların güncellenmesi, uygulanacak süre ve uygulamaya ilişkin konular Cumhurbaşkanlığı kararıyla belirlenecek.

Kanunla ayrıca jeotermal sahaların daha hızlı bir şekilde ekonomiye kazandırılması amacıyla sahaların taksit imkanıyla ihale edilmesi, maden kanununda olduğu gibi kamu kurumlarına bedeli karşılığı doğrudan veya gelir paylaşımı esasıyla kamu kurum ve kuruluşları ile bunların bağlı ortaklıklarına



devredilmesi amaçlanıyor. Yasayla ayrıca, lisanssız elektrik üretimiyle tüketicilerin kendi ihtiyacını üretmesi de amaçlanıyor. Elektriğe ihtiyacı yüksek olan aboneler, bağlantı anlaşmasındaki sözleşme gücüyle sınırlı olmak kaydıyla mevzuatta yer alan üretim tesisi üst sınırından istisna olarak, üretim tesisi kurabilecek ve bu tip tesislerde anlık ihtiyaç fazlası oluşması halinde bunu sisteme verebilmesi sağlanacak. Genel aydınlatma giderlerinin Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nun bütçesine konan ödenekten karşılanması uygulaması, 31 Aralık 2025'e kadar uzatılacak.

PET cips ithalatı tarife kontenjanı

PLASTİK ürünlerin üretiminde kullanılan polietilen tereftalat (PET) cips ithalatında, belirlenen ülkeler ve gümrük bölgeleri menşeli olanlar için toplam 10 bin 926 ton tarife kontenjanı açıldı. Ticaret Bakanlığı'nın İthalatta Kota ve Tarife Kontenjanı İdaresine İlişkin Tebliğ, Resmi Gazete'de yayımlandı. Buna göre, tarife kontenjanı miktarı, ek mali yükümlülüğün uygulandığı her bir dönemde, PET cipse belirlenen ülkeler ve gümrük bölgeleri menşeliler için toplam 10 bin 926 ton olacak. Her bir ülke veya gümrük bölgesi menşeli eşya için bir dönemde verilecek tarife kontenjanı 3 bin 642 tonu geçemeyecek. Bir ithalatçı firma, tarife kontenjanı kullandıktan sonra beyanname tescil tarihini takip eden 30 gün içinde yeniden kontenjandan faydalanamayacak. Tebliğ, 13 Aralık'tan itibaren yürürlüğe girecek.

QR KODLA BİZE BAĞLANIN
HER GÜN 250 YENİ ŞİRKETİN BİLGİLERİNİ ALIN

İstanbul Ticaret Odası'nda (İTO) her gün yaklaşık 250 yeni şirketin kaydı gerçekleştiriliyor. Bu listelere İstanbul Ticaret Gazetesi okuyucuları artık kolayca ulaşacak.

İTO'da son bir hafta içinde kurulan yeni şirketlerin listesine ulaşmak için **QR kodu taramanız** ya da bilgisayarınızda https://www.ito.org.tr/documents/QR_CODE/2703.pdf adresini ziyaret etmeniz yeterli.

ekoTicari ile talepten teklife, tekliften siparişe, sipariştan mal kabule iş süreçlerinizi uçtan uca yönetin!

uyumsoft 24.YIL

Güvenli **Her yerden erişilebilir** **Hızlı**

Girişimci ve kobilerin ticari yazılım ihtiyacını karşılamak için geliştirilmiş, e-Fatura, e-Arşiv Fatura, e-İrsaliye, e-Defter gibi e-Belgelerle entegre, bulut tabanlı yeni nesil ticari yazılım ekoTicari!

(0212) 467 33 33
in po @ /uyumsoft
www.uyumsoft.com

İstanbul'da kasım ayı fiyat hareketliliği

İSTANBUL'da kasımda bir önceki aya kıyasla perakende fiyatlar yüzde 1.94, toptan fiyatlar ise yüzde 2.83 arttı. Kentte, kasımda yıllık bazda perakende fiyatlar yüzde 14.07, toptan fiyatlar yüzde 17.43 yükseldi. İstanbul Ticaret Odası'nın 1995 bazlı verilerine göre, kasımda bir önceki aya kıyasla İstanbul'da perakende fiyat hareketlerinin göstergesi olan İstanbul Ücretliler Geçinme İndeksi yüzde 1.94 arttı. Bu dönemde toptan fiyat hareketlerini yansıtan Toptan Eşya Fiyatları İndeksi ise yüzde 2.83 yükseliş kaydetti. Söz konusu verilere yıllık bazda bakıldığında ise perakende fiyatlarda yüzde 14.07, toptan fiyatlarda yüzde 17.43 artış yaşandığı görüldü.

SEKTÖREL BAZDA DEĞİŞİM ORANLARI

Perakende fiyatlar, kasımda bir önceki aya göre diğer harcamalarda yüzde 5.60, gıdada yüzde 3.17, konutta yüzde 1.58, ulaştırma ve haberleşmede yüzde 1.34, ev eşyasında yüzde 0.79, sağlık ve kişisel bakımda yüzde 0.20 arttı. Bu dönemde giyimde yüzde 1.90 düşüş kaydeden perakende fiyatlar, kültür, eğitim ve eğlence harcamalarında da yüzde 0.18 azaldı. Toptan fiyatlar ise kasımda bir önceki aya göre kimyevi maddelerde yüzde 6.26, yakacak ve enerji maddelerinde yüzde 4.19, madenler grubunda yüzde 3.42, gıda maddelerinde yüzde 2.93, inşaat malzemelerinde yüzde 1.83, işlenmemiş maddelerde yüzde 1.71 ve mensucatta yüzde 1.11 artış kaydetti.

Tarım sektörü bu yılın üçüncü çeyreğinde yüzde 6.2 büyüdü. Tarımın 9 aylık büyüme ortalaması ise yüzde 5.3 oldu. 2020 yılı 10 aylık tarım ve gıda ürünleri ihracatı da pandemiye rağmen geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 5 arttı.

Tarım üç çeyrekte de BÜYÜDÜ

TARIM ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli, koronavirus salgın sürecinde tarımda yerli üretim ve kendine yeterlilik konularının daha çok ön plana çıktığını söyledi. Tarım ve gıdada bağımsızlığın yerli üretimle kendine yeterlilikten geçtiğini vurgulayan Bakan Pakdemirli, "Gıda tedarik zincirlerinde daha basit bir sistemin oluşturulması ve sözleşmeli üretim, gelecekte gündemde olacak konular arasında" dedi.

MİLLİ GELİRDEKİ PAYI

Tarım-orman sektörünün her geçen gün büyümeye ve gelişmeye devam ettiğini vurgulayan Pakdemirli, son iki yılda tarımsal hasılanın yüzde 47 artışla 277.5 milyar liraya ulaştığını dikkat çekti. Pakdemirli, şu bilgiyi verdi: "Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) içindeki payımız 2018 yılında yüzde 5.8 iken, 2019 yılında yüzde 6.4'e yükseldi. Tarım sektörü iki yıldır tüm çeyreklerde büyüyor. TÜİK tarafından en

son açıklanan 2020 yılı üçüncü çeyrek büyüme rakamlarında, tarım yüzde 6.2 büyümeyle önemli bir gelişme gösterdi."

TÜRKİYE NET İHRACATÇI

Bu yılı önemli bir büyüme rakamıyla kapatarak, ülke ekonomisine güç katmaya devam edeceklerini de vurgulayan Pakdemirli, "2020 yılı 9 aylık ortalamada tarım sektörü yüzde 5.3 büyüme gösterdi. Böylece tarım sektörü tüm çeyreklerde büyüdü. Bu başarıdan dolayı çiftçilerimize ve sektörümüzün bütün paydaşlarına teşekkürlerimi iletiyorum" diye konuştu. Türkiye'nin tarım ve gıda ürünlerinde net ihracatçı bir ülke olduğunu belirten Pakdemirli, "2019 yılında 19.7 milyar dolar tarım ve gıda ürünü ihracatı yaptık ve 5 milyar dolar dış ticaret fazlası verdik. 2020 yılı 10 aylık tarım ve gıda ürünleri ihracatı pandemiye rağmen geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 5 arttı" dedi.



Desteklerle 350 bin yeni istihdam

Bakan Pakdemirli, tarım-sanayi entegrasyonunu güçlendirmek için kırsaldaki yatırımlara sağlanan desteklerin etkisi hakkında da bilgi verdi. Destekler sayesinde kırsalda reel rakamlarla 48.5 milyar liralık yatırım yapıldığını ve 350 bin yeni istihdam oluşturulduğunu ifade eden Pakdemirli, gelecek dönemde daha çok projeye destek verebilmek amacıyla ekonomik yatırımları 2025 yılına kadar uzattıklarını söyledi.



Putin'den karamsar petrol tahmini

RUSYA Devlet Başkanı Vladimir Putin, Rusya'nın Tümen bölgesinde enerji sektörü yetkilileri ile gerçekleştirdiği toplantıda, petrol sanayisine ilişkin açıklamalar yaptı. Petrokimya ürünlerine yönelik küresel talebin önemli bir potansiyel taşıdığını belirten Putin, "Küresel talebin yılda ortalama yüzde 4 büyümesi bekleniyor. Küresel petrol talebi ise gelecek 5 yıl boyunca yılda yalnızca yüzde 1 artacak. Sonrasında ise yıllık ortalama yüzde 0.1 azalmaya başlayacak" değerlendirmesinde bulundu. Rusya, geçen yıl ürettiği 560 milyon ton petrol ile dünyanın en büyük petrol üreticisi ülkeleri arasında yer alıyor.

Derleyen: Necmi Uysal necmi.uysal@ito.org.tr

Uluslararası emtia piyasaları

Güncel Haftalık Yıllık

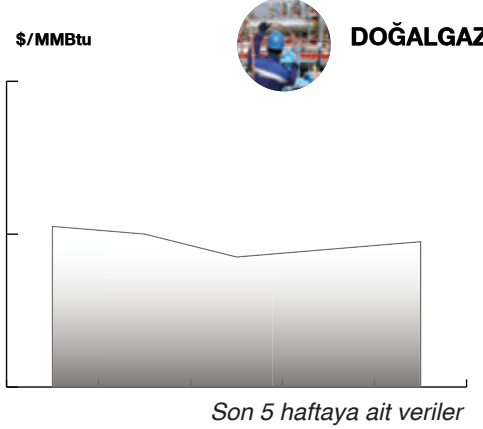
Değişim %

ENERJİ	Petrol (Brent, \$/Varil)	47.2	-1.4	-26.6
	Doğalgaz (Henry Hub, \$ /MMBtu)	2.91	4.7	19.3
	Doğalgaz (\$/1000 m³)	103.0		
	Termal Kömür (\$/Ton, FOB, Newcastle)			
	Avustralya, 6.000 KCal/kg)	69.4	0.6	-2.0

METALLER	Altın (\$/Ons)	1.814	0.4	24.2
	Gümüş (\$/Ons)	24.0	2.6	44.8
	Platin (\$/Ons)	1.001	3.8	11.6
	Bakır (\$/Ton)	7.688	5.3	31.0
	Alüminyum (\$/Ton)	2.064	3.9	16.9
	İnşaat Çeliği (Çin, \$/Ton)	596	4.4	7.8
	Demir Cevheri (\$/Ton, CFR, Tianjin-Çin, %63.5)	130.5	2.8	50.9
	Kurşun (\$/Ton)	2.065	3.9	16.9
	Kalay (\$/Ton)	18.873	1.0	11.9
TARIM ÜRÜNLERİ	Çinko (\$/Ton)	2.768	0.9	23.2
	Nikel (\$/Ton)	16.103	0.6	20.0
	Buğday (\$/Ton)	209.7	-1.1	12.9
	Mısır (\$/Bushel)	4.14	-3.0	12.8
	Mısır (\$/Ton)	169		
TARIM ÜRÜNLERİ	Pamuk (\$/Lb)	0.70	-1.4	7.7
	Kakao (GBP/Ton)	1.822	-3.4	-9.0
	Kahve (\$/Lb)	1.16	1.8	-6.5
	Kahve (\$/Ton)	2.557		
	Şeker (\$/lb)	0.15	0.0	15.4
	Şeker (\$/Ton)	331		
	Kereste (\$/m³)	269	5.8	55.0
	Palmiye Yağı (\$/Ton)	841	1.6	27.2
	Baltık Kuru Yük Endeksi	1.211	2.8	-22.8

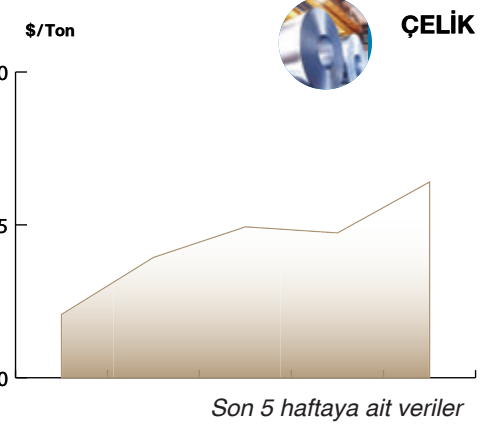
Veriler, 1 Aralık 2020 itibarıyla düzenlenmiştir.

En hareketli ürünler



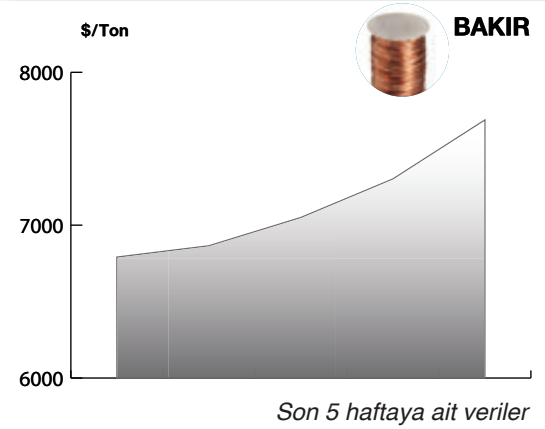
ABD dışı talep yüksek

Petrol fiyatları ile hava tahminlerine göre hareket eden ve New York Emtia Borsası'nda (NYMEX) işlem gören doğalgaz fiyatları, ABD'de soğuk hava beklentisi ve artan yurt dışı talep ile yükseldi. İhracat amaçlı LNG terminallerine gelen doğalgaz fiyatları haftalık yüzde 14 artarken, yıllık bazda artış yüzde 44 oldu. Fiyatlar üzerinde daha çok belirleyici olan, ekonominin toparlanması ile özellikle elektrik enerjisi talebi ve üretiminin artması olacak. ABD'de doğalgaz tüketimi yıllık bazda yüzde 7.6 düşüşle günlük 76.8 milyar kübik feet'e geriledi. Üretim de yüzde 4.9 gerileyerek 92.11 milyar kübik feet oldu.



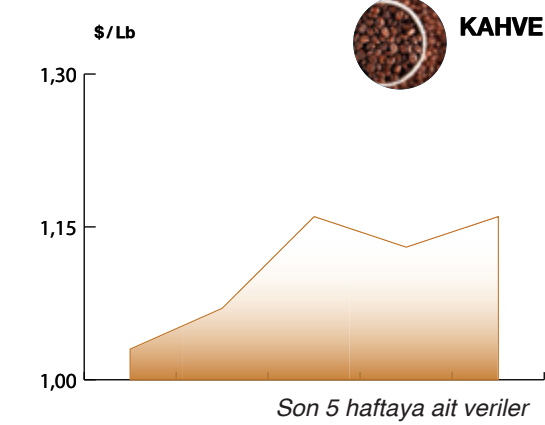
Üretim yetersiz

İnşaat sektörünün yavaşlamasına ve salgına rağmen çelik fiyatları artmaya devam ediyor. Çin'de işlem gören inşaat çeliği fiyatı yüzde 4.4 artarken, Brezilya'da yüzde 12, Türkiye'de yüzde 8 artış kaydetti. ABD ve Kanada'da da aynı durum söz konusu. Ülkemizde hurda çelik fiyatları da yüzde 15 artış kaydetti. Özellikle inşaat çeliğindeki fazla kapasiteye rağmen fiyatlardaki bu artış, salgın süresince üreticilerin önemli miktarda üretim kısıntısına gitmeleri sonucu oluşan arz talep dengesizliği olarak gösteriliyor. Üretimin yeniden hız kazanması ve stok seviyelerinin tekrar eski seviyelerine dönmesi ile fiyatların dengelenmesi bekleniyor.



Yıllık artış yüzde 31

Endüstriyel metaller içinde yüzde 5.3 prim ile bakır öne çıkıyor. Değer kaybeden ABD doları, aşı ile ilgili gelişmeler ve Çin'de İmalat PMI'nın kasım ayında 52.1'e yükselmesi, çıkışta etkili oldu. Bakırın kasımdaki fiyat artışı yüzde 13.5 olurken, yıllık artış yüzde 31'e ulaştı. Uzun süredir bakır pozisyonları taşıyan emtia alım satım fonlarının kârlarını realize etme isteklerinin kısa vadede bakıra satış getirebileceği, ancak orta ve uzun vadede artan elektrikli araç üretimi ve ekonomilerde beklenen canlanma nedeniyle olası düşüşün alım fırsatı olarak görülebileceği yorumlarına neden oluyor.



Salgın sonrası satın alınıyor

Kahve fiyatları, Brezilya'dan gelen yağış haberleri ile gerileyerek haftayı yüzde 1.8 prim ile kapadı. Brezilya'da kahve ağaçlarının iki yılda bir girdiği düşük verim dönemi dolayısıyla üretimin 2021/22'de yıllık yüzde 33 düşmesi ve 2.050 milyon ton olması bekleniyor. Salgın sonrası talebin canlanması ile 2021/22 sezonu için kahve açığının 480 bin ton gerçekleşmesi öngörülüyor. Vietnam'da hava şartları kahve üretimini olumsuz etkiliyor. Vietnam'ın kasım ayı kahve ihracatı aylık yüzde 41.7 düşerek 70 bin ton oldu. Salgın ile ilgili kapatmalar devam etse de bu durumun fiyatları yansıdığı ve satın alındığı yorumları yapılıyor.

Toparlanma için ışık göründü

‘Politika araçlarınızı kullanın’ tavsiyesi

OECD Başekonomisti Laurence Boone, raporun sunumunda, dünyanın halen bir salgın krizinin ortasında olduğunu vurguladı. Boone, “Hükümetler, salgından en çok etkilenenlere yardımcı olmak için daha iyi hedeflemeyle politika araçlarını aktif şekilde kullanmaya devam etmek zorunda” değerlendirmesini yaptı.

OECD, küresel ekonomide Covid-19 salgınının başlangıcından beri aşı ve Asya’da toparlanma ile ilk kez daha parlak bir gelecek için ‘umut’ olduğunu bildirdi. OECD, eylülde yüzde 4.5 olarak açıkladığı küresel ekonomide küçülme tahminini yüzde 4.2’ye düşürdü. OECD raporunda, küresel GSYH’nin 2020’de keskin bir düşüşün ardından, gelecek 2 yılda ivme kazanacağı belirtildi.

EKONOMİK İşbirliği ve Kalkınma Örgütü’nün (OECD), ‘Aralık Ayı Geçici Dönem Ekonomik Görünüm Raporu’ yayımlandı. Rapor, Covid-19’a karşı aşı ve tedavide ilerlemenin beklentileri artırarak belirsizliği azalttığı kaydedildi. OECD raporunda, “Krizle karşı emsali görülmemiş hükümet ve merkez bankası eylemleri ile küresel ekonomik faaliyetler birçok sektörde hızlı bir şekilde toparlandı, ancak bazı hizmet sektörlerinde faaliyetler kısıtlamalardan etkilenmeye devam ediyor” ifadesine yer verildi. Raporun yazıldığı sırada, küresel olarak Covid-19’dan ölen insan sayısının 1.5 milyon olduğunu hatırlatıldığı raporda, “Önümüzdeki yıl daha parlak ama zorlu” denildi.

AŞI UMUT OLDU

Raporda, küresel GSYH’nin 2020’de keskin bir düşüşün ardından, gelecek 2 yılda ivme kazanacağına vurgu yapıldı. OECD, ekonomik görünümde Covid-19 salgınının başlangıcından beri aşı ve Asya’da toparlanma ile ilk kez daha parlak bir gelecek için ‘umut’ olduğunu kaydederek, eylülde yüzde 4.5 olarak

açıkladığı küresel ekonomide küçülme tahminini yüzde 4.2’ye düşürdü. 2021 için büyüme tahmini yüzde 5’ten yüzde 4.2’ye çekilirken, 2022 için de yüzde 3.7 büyüme öngörüldü.

ESKİ SEVİYE 2021 SONUNDA

Raporda, Küresel GSYH’nin, Çin’deki güçlü toparlanmanın öncülüğünde 2021’in sonunda kriz öncesi seviyelere döneceğine işaret edildi. Daha önce 2020 için yüzde 3.8 olarak açıklanan ABD ekonomisinin küçülme tahmini yüzde 3.7’ye indirilirken, 2021’de ülke ekonomisinin büyüme tahmini yüzde 4’ten yüzde 3.2’ye revize edildi. ABD ekonomisinin 2022’de ise yüzde 3.5 büyüyeceği öngörüldü. Euro Bölgesi için 2020’de öngörülen yüzde 7.9 küçülme tahmini yüzde 7.5’e düşürüldü. Gelecek yıl ise yüzde 5.1’den yüzde 3.6’ya indirildi. İngiltere’nin, OECD ülkeleri içinde en fazla küçülen ülkelere bağlı olarak 2020 yılı küçülme tahmini yüzde 10.1’den yüzde 11.2’ye yükseltilirken, gelecek yıl büyüme tahmini yüzde 7.6’dan yüzde 4.2’ye çekildi.



Çin için 2021 büyüme tahmini yüzde 8

Çin ekonomisine yönelik bu yıl için daha önce yüzde 1.8 olarak açıklanan büyüme tahmininin korunması dikkati çekti. Çin ekonomisinin gelecek yıl yüzde 8, 2022’de yüzde 4.9 büyüyeceği öngörüldü. Bu yıl

için daralma tahmini Hindistan için yüzde 10.2’den yüzde 9.9’a, Meksika için 10.2’den yüzde 9.2’ye indirilirken, Arjantin için yüzde 11.2’den yüzde 12.9’a çıkarıldı. Rapor, Türkiye ekonomisine yönelik eylülde

bu yıl için yüzde 2.9 olan daralma tahmini yüzde 1.3’e düşürüldü. Türk ekonomisinin 2021’de yüzde 3.9 büyüme tahmini yüzde 2.9’a indirilirken, 2022’de ise yüzde 3.2 büyüyeceğine yer verildi.

Dijital Euro entegrasyonunun simgesi

ECB Başkanı Christine Lagarde, dijital Euro çıkarmanın parasal bağımsızlık için gelecekte zaruri hale gelebileceğini belirterek, “Dijital Euro Avrupa entegrasyon sürecinin bir simgesi olacak ve nihayetinde Avrupa’nın dijital ekonomilerini birleştirmeye yardımcı olacak” dedi

AVRUPA Merkez Bankası (ECB) Başkanı Christine Lagarde, Fransa’da L’ENA hors les murs dergisine ‘Paranın geleceği-Güveni korurken yenilik getirmek’ başlıklı bir makale kaleme aldı. Tarihte paranın doğasının sosyoekonomik değişikliklere bağlı olarak değiştiğini belirten Lagarde, ancak bir değişim ve hesap birimi olarak işlevlerinin yüzyıllardır aynı kaldığını kaydetti. Lagarde, “Dijital bir Euro’nun olası tanımını da dahil olmak üzere, paranın geleceğine giden yolculuğu etkileyen faktörleri anlamak için geçmişten önemli dersler çıkarılabilir” dedi.

KAYDİLEŞTİRME HIZLANDI

ECB Başkanı Lagarde, ekonomilerin daha uzmanlaşmış hale gelmesiyle, ticaretin daha gerekli hale geldiğini ve bunu kolaylaştırmak için evrensel bir değişim aracına ihtiyaç duyulduğunu vurguladı. Dijital çağa girerken, paranın yanı sıra mal ve hizmetlerin doğasının da hızla değiştiğini ifade eden Lagarde, dijitalleşme ve teknolojik gelişmelerin toplumun tüm alanlarını dönüştürdüğünü ve ‘kaydileştirme’ sürecini hızlandığını belirtti. Lagarde, “Yeni tip koronavirüs (Covid-19) süreci de online ve mağazalarda temassız ödemelere doğru bir



kayma ile dijitalleşme yönünde bu eğilimi hızlandırdı” dedi.

PARASAL BAĞIMSIZLIK

Euro Bölgesi’nde nakit olmayan ödemelerin artmaya devam ettiğini ve toplamda yüzde 8.1’lik yükselişle 98 milyara ulaştığını belirten Lagarde, gelecekte dijital Euro çıkarmanın parasal bağımsızlık için zaruri hale gelebileceğine işaret etti. Christine Lagarde, “Dijital Euro, devam eden Avrupa entegrasyon sürecinin bir simgesi olacak ve nihayetinde Avrupa’nın dijital ekonomilerini birleştirmeye yardımcı olacak” değerlendirmesinde bulundu.

Holmes & Watson

İyiler bir araya geldiğinde, her zaman iyinin iyisi ortaya çıkar.

NRW.Invest ile NRW.International bir araya geliyor ve NRW.Global Business oluyor.

Siz de şirketinizi Kuzey Ren-Vestfalya’da başarıya götüren yolu NRW.Global Business Turkey - Trade & Investment Agency ile bulun.



www.nrwglobalbusiness.com

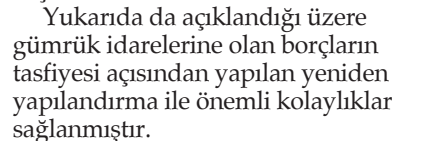
Avrupa’nın yarısı dijital ödemeyi tercih ediyor

ECB Yönetim Kurulu Üyesi Fabio Panetta, Euro bölgesindeki tüketicilerin yaklaşık yarısının ödemeleri dijital kanallardan yapmayı

tercih ettiğini ve bu eğilimin özellikle pandemi sürecinde daha da yükseldiğini belirtti. Panetta ayrıca, dijital Euro

çalışmalar kapsamında değerlendirilmek üzere, ilgililerden bu konuda katkılarını iletmeleri çağrısı da yaptı.

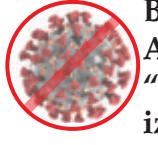
444 0 486 | ito.org.tr | /itokurumsa



REEL SEKTÖRE anti-Kovid 2021 önerileri



İstanbul Ticaret Odası Başkanı Şekib Avdagiç, ekonomide yeni dönem kapsamında üretim, istihdam ve ihracat için bir dizi Anti-Kovid 2021 tedbirinin, özel sektörün yeni yıla dirayetli bir başlangıç yapması için kıymetli olacağını söyledi.



Başkan Avdagiç, “Sosyal izolasyon kuralları gereği kapalı olmasına karar verilen ve İstanbul’da 20 bin civarında bulunan işletmenin, bu süreç boyunca vergisel yükümlülüklerinin askıya alınması yararlı olacaktır” diye konuştu.



İşletmelere faizsiz kredi desteği verilmesinin de adeta bir ‘yokuş kalkış desteği’ vazifesi göreceğini belirten Avdagiç, “Vergi yapılandırmasına ek olarak, matrah artırımı ile stok, kasa ve sicil affı iş dünyamızın beklediği düzenlemeler kapsamında” dedi.

İSTANBUL Ticaret Odası Başkanı Şekib Avdagiç, “Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan’ın açıkladığı ekonomide yeni dönem kapsamında üretim, istihdam ve ihracatımız için bir dizi ‘Anti-Kovid 2021’ tedbirinin, özel sektörümüzün dayanıklılığını artıracığı, yeni yıla dirayetli bir başlangıç yapması için kıymetli olacağı inancındayız” dedi. Avdagiç, pandemi ile geçen bir yılın ardından 2021’e girmek için gün sayan İstanbul iş dünyasının en büyük temsilcisi İTO’nun ve özel sektörün beklentilerini açıkladı.

GÜÇLÜ POZİSYON

2021 yılının koronavirüsün ve aşılı insanların birlikte yaşayacağı bir yıl olacağına işaret eden Avdagiç, “İş dünyası olarak 2021’de umutlarımızı tek başına aşıya bağlamadık. Virüs nasıl mutasyona uğruyorsa, 2021’de biz de iş yapış şeklimizi aynı hızla değiştireceğiz. Yeni dünyada güçlü pozisyon alacağız” dedi.

Avdagiç, İstanbul Ticaret Odası olarak 2021’de ekonomi politikalarının oluşumunda ve reel sektörle uyum içinde uygulanmasında aktif rol oynamaya devam edeceklerini belirterek, “Ekonominin iyi işlemesi için Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan’ın işaret ettiği hukuk ve diğer alanlardaki reformlara hız verilmesine İstanbul özel sektörü olarak katkıda bulunmayı hedefliyoruz” diye konuştu.

İTO’NUN 2021 TEMASI

İTO’nun 2021 yılı faaliyetlerini ‘Üretim ve İhracatta Anti-Kovid 2021’ teması üzerine kurduğunu bildiren Avdagiç, “Kovid-19’da ilk dalgayı atlattığımız gibi ikinci dalgayı da en hızlı atlatan ülkelerden biri olmak için hep birlikte çalışacağız. Bu konuda Türkiye’deki üç işletmeden birini temsil eden İTO olarak yüklerimizi koordine edeceğiz” açıklamasında bulundu.



İstanbul, Türkiye ihracatındaki payını artırmayı başardı

İTO Başkanı Şekib Avdagiç, “Pandemi süreci, bize bir şeyi gösterdi. Üretimden pazarlamaya değin geniş ölçekte dijital çağa en hızlı şekilde uyum sağlayan, açık ara öne geçecektir” dedi. Pandemi döneminin Türkiye için doğru bir strateji ile sıçrama dönemine dönüşebileceğini belirten Avdagiç, “Üretim kompozisyonunda Türkiye öne çıkarken 2021, ülkemiz

için güçlü ihracat yılı olacaktır. Bu yüzden reel sektör ve hükümet olarak odaklanmamız gereken tek konu, milli üretim ve ihracattır. İstanbul, yılın ilk 10 ayında 54 milyar dolarlık ihracatla Türkiye ihracatının yüzde 43.2’sini tek başına gerçekleştirdi. Geçen yıl bu oran yüzde 42.6 idi. İstanbul, pandemi şartlarına rağmen Türkiye ihracatındaki payını korumayı başardı” diye konuştu.

İTO NELER ÖNERİYOR?

Şekib Avdagiç, ‘Anti-Kovid 2021 önerileri’ şeklinde adlandırdığı ve özel sektöre dayanıklılık katacağını ifade ettiği önerilerini şu şekilde sıraladı:

- **Sosyal izolasyon kuralları gereği kamunun kararı ile kapalı olmasına karar verilen ve İstanbul’da 20 bin civarında bulunan müessesenin kapalı kaldıkları dönem için beyanname verme, bildirim ve ödeme gibi vergisel yükümlülüklerinin askıya alınması özel sektör için değerli bir destek olacaktır.**
- Bu işletmelere bir evvelki vergi döneminde beyan edilen kâr tutarında faizsiz kredi desteği verilmesinin de adeta bir ‘yokuş kalkış desteği’ vazifesi göreceği kanaatindeyiz.
- **Diğer yandan kapanan ya da önemli bir ciro kaybına uğrayan işletmelerimizin kredi borçlarının yeniden yapılandırılarak faizsiz olarak ertelenmesi de 2021 için tüm gücümüzle istihdam ve üretimi koruma kabiliyeti getirecektir.**
- Genelge ile faaliyetleri durdurulan veya faaliyetleri kısıtlanan işletmeler başta olmak üzere

kiracı durumunda olan tüm işletmelerimize kira bedelleri tutarında faizsiz veya düşük maliyetli kredi desteği sunulabilir. Ayrıca bir süre için kira stopaj oranının sıfıra indirilmesi de kayda değer bir destek sağlayacaktır.

- **Salgın hastalık sebebiyle oluşan ilave kayıpların telafi etmek üzere ilave olarak iş alınan çalışanımızın ‘deneme süresi’ ile sınırlı olmak üzere işten çıkarma yasağı kapsamına dahil edilmemesinin özellikle sanayi sektöründe yeni istihdamın önünü açacağı kanaatindeyiz.**
- Vergi yapılandırmasına ek olarak, matrah artırımı ile stok, kasa ve sicil affı iş dünyamızın can kulağıyla beklediği düzenlemeler kapsamındadır.
- **İş dünyamızın birikmiş kamu alacaklarının var olan kamu borçlarından mahsup edilmesi ve bu alacakların teminat olarak değerlendirilmesi özel sektörün finansman talebini ciddi ölçüde azaltacak bir düzenleme olur. Bu düzenlemenin faiz oranlarının geri gelmesi sürecine de katkı sunacağını düşünüyoruz.**

Kısa çalışmaya yeni başvuru hakkı

Kısa Çalışma Ödeneği’ne yeni başvuru hakkı sağlanmasından da memnuniyet duyduklarını belirten Avdagiç, twitter hesabından şu mesajı paylaştı: “Cumhurbaşkanımızın kararıyla Kısa Çalışma Ödeneği’ne yeni başvuru hakkı sağlandı. Salgın tedbirlerinin arttığı bu dönemde iş dünyasının can kulağıyla beklediği bu haber için Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan ve Bakanlarımız Lütfi Elvan ile Zehra Zümrüt Selçuk’a şükranlarımızı sunarız.”



MWC BARCELONA 2021

28 Haziran – 1 Temmuz 2021
Barselona – İspanya

CONNECTED IMPACT
28 June - 01 July 2021

Teknolojinin buluşma noktası

Mobil Teknolojilerin Yenilikleri

MWC Barcelona 2021 Fuarı’nda Buluşuyor

MWC Barcelona 2021

- İnovasyon ve ileri teknolojiyi bir araya getiren mobil teknolojileri fuarı
- 120.000 m2 alanda 8 Salon 2.400’ü aşkın katılımcı
- 198 ülkeden 109.000’i aşkın ziyaretçi
- 7.900 CEO ve 3.640 uluslararası medya mensubu
- İstanbul Ticaret Odası’nın 2014 yılından itibaren gerçekleştirdiği Türkiye Millî İştiraki’nin yükselen başarı grafiği

Fuar Katılımına İlişkin Sunulan Hizmetler

- Stant inşaat organizasyonu
- Ürünlerin nakliye, gümrükleme ve sigorta işlemleri
- Fuar kataloğunda ve web sitesinde firmaların yer alması
- Türkiye Millî İştiraki ile birlikte firma bilgileri yer alması
- Stant büyüklüğü ile orantılı giriş kartı
- Fuar süresince iletişim ve ikram hizmetleri
- T.C Ticaret Bakanlığı’nın teşvik işlemleri hakkında bilgilendirme

Katılım Bedeli

Minimum stant alanı	: 6m²
Katılım bedeli	: 12.780 TL/m²
1.Ödeme	: 1.000 TL x Talep edilen m²
	Katılım sözleşmesi ile birlikte
2.Ödeme	: Kalan bedelin %50’si
	2 Nisan 2021
3.Ödeme	: Bakiye Bedel 13 Mayıs 2021

Banka Bilgileri

Hesap Adı	: İSTANBUL TİCARET ODASI
Banka	: YAPI KREDİ BANKASI
Şube	: SULTANHAMAM-İSTANBUL
Şube Kodu	: 055
TL Hesap No	: 60614779
IBAN	: TR29 0006 7010 0000 0060 6147 79

• Ödemeler Firma hesabından, tam firma ünvanı ve “MWC BARCELONA 2021 KATILIM BEDELİ” ibaresi ile gerçekleştirilmelidir.

5. Nesil Mobil Teknolojileri (5G)

Finans, Otomotiv ve Sağlık Teknolojileri

Nesnelerin İnterneti (IoT)

Yapay Zeka (AI)

Teşekkür eder, saygılar sunarız.

İSTANBUL
TİCARET
ODASI 1882

Pelın Karamahmutoglu / Akif Gönülcü / Gökhan Çapkın

Tel : 0212 455 65 06 / 0212 455 61 19 / 0212 455 61 16
GSM : 0530 962 01 39 / 0530 931 31 08 / Faks: 0212 520 15 26
E-Posta : pelin.karamahmutoglu@ito.org.tr / akif.gonulcu@ito.org.tr / gokhan.capkin@ito.org.tr

444 0 486 | ito.org.tr |

/itokurumsal

'Kısa çalışma'ya yeni başvuru e-Devlet'ten

COVID-19 vaka sayısındaki ciddi artış üzerine 'kısa çalışma ödeneği' (KÇÖ) uygulamasında değişiklik yapıldı. Salgın sebebiyle işyerindeki faaliyete tamamen veya belirli saatlerde (veya günlerde) ara veren işletmeler, 26 Mart'tan itibaren bölgesindeki İŞKUR'a başvurarak personeli için kısa çalışma ödeneği istemişti. 30 Haziran'a kadar yapılan başvurular kabul edilmiş, kısa

çalışmadaki personele ödemeler yapılmıştı. 30 Haziran'dan sonraki başvurular için ise ödeme kararı çıkmıyordu. Salgının yeniden yükselişe geçmesi üzerine işletmeler ve saat bazında yapılan kısıtlamalar, bu uygulamada güncelleme gerektirdi. Resmi Gazete'de 1 Aralık'ta yayımlanan Cumhurbaşkan Kararı'na göre, daha önce başvurmamış işletmeler de kısa

çalışma ödeneği için yeni başvuru yapabilecek. ● Yeni başvurular, İŞKUR şubeleri üzerinden değil, sadece e-Devlet üzerinden online işlem yapacak. ● Yeni başvurular Aralık ayı sonuna kadar yapılabilir. Bu başvurularda 1 Aralık ve sonraki günler için ödenek talep edilebilecek. ● İşletmeler, 1 Aralık 2020'den sonraki dönem için üç aye süreye kadar

ödenekten yararlanabilecek. ● Aralık ayında faaliyetine ara vermiş olan işletmelerin personeli, ilk ödemeyi ocak başında alacak. ● 30 Haziran'dan önce başvurmamış olanların uzatmaları ise yeni bir başvuruya gerek olmadan yapılacaktır. ● Önceki aylarda ödenekten yararlanan iş yerleri, daha önce listeye koymadığı işçisi için de talepte bulunabilecek.

Büyüme, salgına rağmen 10 yıllık ortalama geçti

Türkiye ekonomisi salgının etkilerine rağmen yılın üçüncü çeyreğinde yüzde 6.7 büyüdü. 10 yıllık ortalama olan yüzde 5.6'nın üzerine çıkılırken, özellikle sanayideki ivme dikkat çekti.

TÜRKİYE İstatistik Kurumu (TÜİK), yılın üçüncü çeyreğine (temmuz-eylül) ilişkin gayrisafi yurt içi hasıla (GSYH) sonuçlarını açıkladı. Buna göre, GSYH tahmini, zincirlenmiş hacim endeksi olarak bu yılın üçüncü çeyreğinde, yeni tip koronavirüs (Covid-19) salgının etkilerine rağmen geçen yılın aynı çeyreğine göre yüzde 6.7 arttı. Üretim yöntemine göre cari fiyatlarla GSYH tahmini, bu yılın üçüncü 3 aylık döneminde geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 22.6 artarak 1 trilyon 419 milyar 483 milyon lira olarak gerçekleşti.

FİNANS VE SİGORTA

GSYH'yi oluşturan faaliyetler incelendiğinde, yılın üçüncü çeyreğinde, geçen yılın aynı dönemine kıyasla zincirlenmiş hacim endeksi olarak finans ve sigorta faaliyetleri yüzde 41.1, bilgi ve iletişim faaliyetleri yüzde 15, sanayi yüzde 8, inşaat yüzde 6.4, tarım yüzde 6.2, diğer hizmetler faaliyetleri yüzde 6, gayrimenkul faaliyetleri yüzde 2.8, kamu yönetimi, eğitim, insan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri yüzde 2.4 ile hizmetler yüzde 0.8 arttı. Mesleki, idari ve destek hizmet faaliyetleri ise yüzde 4.5 azaldı. Öte yandan, TÜİK verilerine göre üçüncü çeyrek büyüme hızları geçtiğimiz yıllarda şöyle olmuştu: 2015'te yüzde 7.5, 2016'da yüzde 4.2, 2017'de yüzde 7.3, 2018'de yüzde -2.7, 2019'da yüzde 6.4. Son 10 yıldaki üçüncü çeyrek ortalaması ise yüzde 5.6 oldu.

Sektörlere göre büyüme

	2019	2020
3. Çeyrek	3. Çeyrek	
Tarım, orman, balık	30.8	23.9
Sanayi	6.3	28.3
İmalat sanayisi	4	29.5
İnşaat	-16.4	25.3
Hizmetler	12.8	14.1
Bilgi ve iletişim	15.9	25.2
Finans ve sigorta	8.7	60.4
Gayrimenkul	12	11.5
İdari ve hizmetleri	16.2	5.9
Eğitim, sağlık, sosyal	20.7	15.8
Diğer hizmetler	19.2	19.6
Sektörler toplamı	12.2	20.6
Vergi-sübvansiyon	7.2	40.5
GSYH (Alıcı fiyatlarıyla)	11.7	22.6

TÜİK verilerine göre, cari fiyatlarla iktisadi faaliyet kollanının büyüme hızları (yüzde)



Makro toparlanma sevindirdi, sıra kritik sektörlerde

İSTANBUL Ticaret Odası (İTO) Yönetim Kurulu Başkanı Şekib Avdagiç, üçüncü çeyrek büyüme rakamlarını değerlendirdi. Avdagiç, "Haziran itibarıyla yeni normale geçen Türkiye, üçüncü çeyrekte yüzde 6.7 büyüme sağlayarak, salgının ilk dalgasını en hızlı geride bırakan ülkelerden biri oldu" dedi.

Avdagiç, yaptığı değerlendirmede, geçen yılın üçüncü çeyreğine göre Avrupa Birliği'nin yüzde 4.3, ABD'nin yüzde 2.9, OECD ülkelerinin ise yüzde 4.1 daraldığı bir konjonktürde, Türkiye'nin elde ettiği yüzde 6.7'lik büyümenin çok kıymetli olduğunu söyledi. İTO Başkanı Avdagiç, Türkiye'nin salgındaki birinci dalganın son bulduğu Haziran ayı başı ile ikinci dalganın başladığı Kasım arasındaki 5 aylık süreci en verimli şekilde değerlendirdiğini belirtti.



Üçüncü çeyrekte sanayinin yüzde 8, inşaatın yüzde 6.4, tarım sektörünün yüzde 6.2 büyüdüğüne işaret eden Avdagiç, şunları kaydetti: "Özellikle sanayi sektöründe yaşanan dikkat çekici büyümeden büyük memnuniyet duyuyoruz. Keza üçüncü çeyrekte sermaye yatırımlarındaki artış da yüzde 22.5 gibi rekor bir düzeye ulaşmış durumda. Bu rakamdan yılın ikinci yarısında başlayan kredi genişlemesinin yatırım

kanallarına yönelmiş olduğunu anlıyoruz." Avdagiç, açıklamasında, gelecek bu toparlanmanın geyeklen çeyreklerde de taşınabilmesi için koronavirüse bağlı problem yaşıyan bazı sektörlerin karşılansının da kritik derecede önemli olduğunu vurguladı. Avdagiç, "Özellikle yeme-içme yerleri, servis taşımacılığı, turizm-otelcilik, fuarcılık, kültür-sanat gibi sosyal izolasyon kuralına karar verilen işletmelerde süreci daha verimli yönetmek için tedbirler alınmasının değerli olacağı inancındayız. Pandemi dönemi mağduriyetlerin giderilmesi, bu sektörlerdeki işletmelerin ve çalışanların hayatlarına devam edebilmeleri için öncelikli bir konu olmalı" dedi.



İhracatı otomotiv ve makina sırtladı

TİCARET Bakanlığı'nın Kasım ayı Geçici Dış Ticaret (GTS) istatistiklerinden oluşan veri bülteni açıklandı.

GTS'ye göre ihracat, Kasım'da geçen yılın aynı ayına göre yüzde 0.95 azalarak, 16 milyar 88 milyon dolar olarak kayıtlara geçti. İthalat, yüzde 16.07 artarak 21 milyar 158 milyon dolara ulaştı. Geçen ay en çok ihracat 7 milyar 242 milyon dolarla ham madde (ara mallar) grubunda gerçekleştirildi. Bu grubu 6 milyar 690 milyon dolarla tüketim malları ve

2 milyar 37 milyon dolarla yatırım (sermaye) malları takip etti.

Kasım'da en çok ihracat yapılan fasıl, 2 milyar 372 milyon dolarla 'motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler, diğer kara taşıtları' oldu. Bunu 1 milyar 573 milyon dolarla 'kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler' ve 897 milyon dolarla 'elektrikli makina ve cihazlar, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları' izledi.

Geçen ay en fazla ihracat yapılan ülke, 1 milyar 511 milyon dolarla Almanya oldu. Bu ülkenin ardından 1 milyar 93 milyon dolarla İngiltere ve 952 milyon dolarla Irak geldi.

Yurt dışı alacakların tahsili için webinar

DUBAİ'de yerleşik iş insanlarının üyesi olduğu Türk İş Konseyi tarafından 'Yurtdışı Alacakların Yerel Mahkemeler (BAE) Yoluyla Tahsili' konulu bir webinar düzenlenecek. Online yapılacak etkinlik, 9 Aralık'ta Türkiye saatiyle 10.00-11.00 arasında gerçekleştirilecek.

Etkinliğin Birleşik Arap Emirlikleri'ne ihracat yapan ve yapmayı planlayan firmalar için faydalı olacağı kaydedildi. Webinarı izlemek ve soru iletmek için form doldurmak gerektiği bildirildi. Kayıt formuna şu linkten ulaşılabilir: [https://forms.gle/p5ugaB\]aoT1uLnQC7](https://forms.gle/p5ugaB]aoT1uLnQC7)



2021'de dünya ekonomisini belirleyecek gelişmeler

2020'yi geride bırakıp 2021 yılına doğru yaklaşıyoruz. 2020 yılının tamamında dünyada ve Türkiye'de ana belirleyici Covid-19 salgını oldu. 2021 yılında da ana belirleyicilerin başında Covid-19 salgınına yönelik aşı uygulaması ve salgının kontrol altına alınma çabaları gelecek.

1. Covid-19 salgını ve aşısı ile ilgili beklentiler

Covid-19 salgını ile dünya ekonomisi 2020 yılında yüzde 5 daralırken, dünya ticareti de yüzde 12 daralma gösteriyor. 2021 yılına girerken ise bu kez Covid-19 aşısına ilişkin iyimser senaryolar öne çıkıyor. Aralık ayı ve 2021 yılının ilk aylarında da zorlu bir süreç yaşanacağı bekleniyor. Buna karşın Aralık ayı başı itibarıyla uygulamaya hazır 3 aşı bulunuyor ve bunların 2021 yılı başından itibaren dünya genelinde yaygın şekilde uygulanması bekleniyor. Aşının yaygın olarak uygulanması ve başarılı olması halinde salgın 2021 yılı ikinci yarısında kontrol altına alınmış olacak ve yeni vaka sayıları hızla azalacak. Aşıya ilişkin bu iyimser senaryo çerçevesinde dünya ekonomisinde de özellikle ikinci çeyrekte itibaren kuvvetli bir büyüme beklentisi bulunuyor. Aşının yaygın uygulanamaması veya beklendiği gibi başarılı olamaması halinde ise salgının ekonomi üzerindeki olumsuz etkileri 2021 yılı boyunca devam edecek.

2. Genişlemeci ve destekleyici politikalar sürecektir

2020 yılında salgın nedeniyle ülkelerin merkez bankaları olağanüstü genişlemeci politikalar uygulamaya başladı. Hükümetler de önemli destek paketleri uygulamaya koydu. Genişlemeci politikalar ve hükümetlerin destekleri, 2021 yılı boyunca da sürecektir. Covid-19 salgını dünya genelinde tamamen kontrol altına alınmadıkça bu politikalar geri çekilmeyecek. Buna bağlı olarak 2021 yılında da geniş finansal olanaklar ve çok düşük faiz oranları olacak.

3. Biden dünya ile işbirliği içinde olacak

Trump döneminde ABD, izolasyon politikaları yürütmüş ve dünyanın geri kalanı ile çatışmacı bir politika izlemişti. Biden ile ABD ise dünyanın geri kalanı ile diyalog ve işbirliği içinde olacak. ABD, müttetfikleri ile işbirliğini artıracak, iklim anlaşması başta olmak üzere uluslararası anlaşmalara geri dönecek ve Çin gibi rakip ülkeler ile hegemonya mücadelesi çatışma içinde değil, diyalog içinde sürdürecektir. ABD ayrıca yeşil ekonomiye büyük ağırlık vermeye başlayacak. ABD'nin bu yeni yaklaşımı dünyada gerginlikleri ve riskleri azaltacak.

4. Ticarette korumacılık eğilimi zayıflayacak

Trump, 2018 yılından itibaren dünyada ticaret savaşlarını başlatmıştı. 2019 yılında zirveye çıkan karşılıklı koruma önlemleri ile dünya mal ticareti de daralmıştı. 2020 yılında ise dünya mal ticareti bu kez Covid-19 nedeniyle önemli ölçüde daralmış olacak. Biden, Çin ile ticaret savaşlarını ticaret müzakerelerine indirgemeyi ve iyi niyet göstergesi olarak da Trump döneminde uygulamaya başlanan ilave ithalat vergilerini azaltmayı hedefliyor. Bu yaklaşım, dünya genelinde yaygınlaşan korumacılık eğilimlerini de azaltacak ve yeniden dünya ticaret örgütü kuralları altındaki çok taraflı ticaret anlaşması hükümleri ile serbest ticarete geri dönebilecektir.

5. ABD dolarında zayıflama beklentisi

ABD'de Biden'ın iktidar döneminde doların zayıflaması bekleniyor. Zayıflama beklentisinin iki gerekçesi bulunuyor. Bunlardan ilki, ABD'nin dünya ile diyalog ve işbirliğine geri dönmesi ile risklerin azalması ve dolara yönelik güvenli liman talebinin azalması gösteriliyor. İkinci neden ise 2021 yılında genişletici para ve mali politikaların da da artacak olması. Bunlara bağlı olarak ABD dolarında zayıflama beklentisi bulunmakla beraber dolardaki değer kaybının yüzde 5-6 arasında kalması da öngörülüyor. Emtia fiyatları ise aşının başarılı ve yaygın olarak uygulanması halinde artacak talebe ve zayıflayacak dolara bağlı olarak bugünkü seviyelerinin üzerine yüzde 10 daha artabilecek.

6. 2021 yılı için genel beklenti

Yukandaki beklentiler çerçevesinde dünya ekonomisinde özellikle ikinci çeyrekte itibaren hissedilecek bir toparlanma ve 2021 yılında yüzde 5.0 büyüme öngörülmüyor. Dünya mal ticaretinde ise 2021 yılında yüzde 10-12 arasında bir büyüme bekleniyor. Toparlanmada ve büyümede imalat sektörü ile hizmet sektörü arasındaki ayrışma da yine devam edecek.

SON SÖZ

DÜNYA GENELİNDE BAŞARILI AŞI UYGULAMASI İLE EKONOMİDE 2021 PARLAK BİR YIL OLABİLİR. AŞININ BAŞARISIZ OLMASI HALİNDE İSE SALGIN EKONOMİLERDE YIKICI ETKİLERİNİ SÜRDÜRECEK. 2021 YILI İÇİN HER KİSİNE DE HAZIRLIKLIL OLMAKLAZ.

Küresel ekonomiye 'aşı' için yarış



Küresel ekonomiyi derinden etkileyen Covid-19 salgını, bir yılını tamamlıyor. Daralan dünya ekonomisi için aşı ile ilgili son veriler, umut vaat ediyor. Üretimin, talebin canlanması için tek yol aşılanmanın başlaması. Bu da ülkeler ve bilim adamları arasında yarış hızlandırdı.

Aşı çalışmalarının yanı sıra dünyada en çok konuşulan konu, aşının saklanma koşulları ve dağıtımı. Covid-19 ile mücadelede aşı üretimi ve soğuk tedarik zincirinde de kimlerin güçlü çıkacağı merak konusu. Aşı yarışına giren Türkiye'nin ise en önemli avantajı lojistik altyapısı.

DÜNYADA koronavirüs salgınından şimdiye kadar 1 milyon 437 bin 845 kişi hayatını kaybetti. Bu acı tablonun yanı sıra insanlık bir de küresel ekonomik kriz ile karşı karşıya kaldı. Pandeminin ilk günlerinden itibaren alınan önlemler ile kapanan ülkeler, şimdi de krizden çıkmaya çalışıyor. Bu yaraların en kısa zamanda sarılması için gereken tek şey ise virüsü durduracak olan aşı. Bilim adamları, rekor sürede yaptıkları aşı çalışmaları ile adeta bir aşı yarışına girdi. Dünya gözünü, kasım ayından itibaren umut veren aşı haberlerine dikti.

YÜZLERCE AŞIDAN 4'Ü ÖNDE

Tarihte yıllarca süren aşı üretimlerinin aksine salgının birinci yılı dolmadan yüzlerce aşı adayı ortaya çıktı. Geniş kitlelerde (üçüncü faz) denenilen 11 aşidan dördü öne çıktı. Pfizer/BioNTech, Moderna, Sputnik V, Oxford AstraZeneca aşılarının ortak özelliği, geleneksel aşılar göre nispeten daha yeni teknolojilerle geliştirilmiş olmaları. Özellikle Pfizer/BioNTech ve Moderna aşıları, onaylanması durumunda tarihte RNA teknolojisi kullanılan ilk aşılar olacak.

AŞILARI AYIRAN ÖZELLİKLER

Viral vektör aşıları (Sputnik V ve AstraZeneca), geleneksel aşılar olduğu gibi üretim aşamasında canlı bir hücreye ihtiyaç duyduğu için hammadde gereksinimi iki katına çıkıyor. RNA aşıları (Moderna-Pfizer/BioNTech) ise kısa zamanda daha fazla üretim yapılabilmesine olanak sağlayacak bir teknolojiye sahip. Aşıları ayıran diğer özellik de dağıtım ve depolama esnasında ihtiyaç duyulan soğutma gereksinimi. RNA değişken bir yapıda olduğu için Moderna ve Pfizer/BioNTech aşılarının daha düşük sıcaklıklarda muhafaza edilmesi gerekiyor. Normal soğutucularda kısa süre saklanabiliyorlar. Daha uzun süre muhafaza edilebilmeleri için eksi 20 ya da eksi 70 santigrat derecede

tutulmaları gerekiyor. Viral vektör aşıları ise normal saklama koşullarında uzun süre bozulmadan dayanabiliyor.

SOĞUK ZİNCİRİN ÖNEMİ

Aşılar için en kritik çalışma, depolama ve dağıtımdaki soğutma koşulları. Çünkü iş sadece aşığı çıkartıp dağıtmakla bitmiyor. Aşığı alan ülkelerin soğuk tedarik zinciri için ne kadar hazırlıklı oldukları soruları da beraberinde geliyor. Düşük gelirli ülkelerde özellikle kırsal ve uzak bölgelerde soğuk zincirlerini güçlendirmek acil bir ihtiyaç. Araştırmalara göre, 7.8 milyar nüfuslu dünyanın yaklaşık 3 milyarının, aşıları dağıtmak için ısı kontrollü depolamanın olmadığı bölgelerde yaşadığı tahmin ediliyor. Bu da yine 'Güçlü ekonomisi olan ülkeler mi aşıya ulaşabilecek?' sorusunu akıllara getiriyor.

Türkiye lojistik alt yapıda iddialı

Türkiye de aşı çalışmalarını hızlı bir şekilde yürütüyor. Öte yandan TOBB İklimlendirme Meclisi temsilcileri, aşının taşınması ve saklanması konusunda göreve hazır olduklarını açıkladı. Temsilciler, Covid-19 aşılarının eksi 75 santigrat derecede taşınmasına ve korunmasına ihtiyaç olduğunu ve Türkiye'nin gerek Türkiye'den gerekse dünyadan gelecek talepleri karşılayacak bilgi birikimi ve üretim yeterliliğine sahip olduğunu vurguladı. Aşıların dış ve iç lojistik esnasında gerekli donanımların yerli sanayi tarafından karşılanabileceğini belirten temsilciler, İstanbul'da yapılan pandemi hastanelerinin hijyenik klima sistemlerinin üretim ve mekanik montajlarının 2 ay gibi kısa bir sürede tamamlanmasının sektör için önemli bir referans olduğunu hatırlattı.

Yerli aşı çalışmaları sürüyor

Türk bilim insanları tarafından Covid-19'a karşı geliştirilen aday aşının Faz 1 çalışmaları devam ediyor. Yerli aşı adayları arasında yaygın uygulamaya en yakın olan ve insan deneyleri sürdürülen aşının Faz 1 kapsamındaki ilk doz uygulaması 44 gönüllüye kasım ayı başında yapıldı. Önemli bir yan etki bulgusuna rastlanmayan ilk doz uygulamadan sonra ikinci doz uygulama başladı. Yerli aşının ikinci doz uygulaması Klinik Uygulama ve Araştırma Merkezi (İKUM) laboratuvarında sürüyor. Dünya Sağlık Örgütü, Covid-19 aşı çalışmaları listesine TÜBİTAK ve TÜSEB tarafından desteklenen 12 aşı çalışmasına da yer verdi. Bunun yanı sıra İstanbul Kalkınma Ajansı tarafından hayata geçirilen Covid-19 ile Mücadele ve Dayanıklılık Programı kapsamında BIO Startup CoronaSprint Projesi ile 16 girişimciye destek vermeye başladı. Projede 16 girişimin virüs ile ilgili sorunlara karşı geliştirdiği yol haritaları değerlendirildi.

Kim, ne kadar sipariş verdi?

Aşıların onaylanması halinde AB toplamda 860, ABD 700, Hindistan 500, Japonya 290 milyon doz aşı için anlaştı. Aşı siparişi veren birkaç ülke arasında Türkiye de var. Türkiye, Çin ile 50 milyon doz aşı için anlaştı. En az 20 milyon aşının bu ay içinde Türkiye'ye gönderilmesi bekleniyor. Bu aşılardan devamı da ocak ve şubat ayında gelecek. BioNTech aşısı için ise şimdilik sadece 1 milyon doz sipariş edilecek.

Aşı maliyetleri ne kadar?

Amerikan ilaç şirketi Moderna, geliştirdiği koronavirüs aşısı için ABD ve Avrupa Birliği'nde kullanım onayı başvurusunda bulundu. Aşı fiyatının 32/37 dolar arasında olması bekleniyor. Pfizer/BioNTech'in yüzde 95 etkili olduğu söylenen aşısının bu ay sonu piyasaya sürüleceği konuşulurken, fiyatının 18.5 dolar olması bekleniyor. Başarı oranı yüzde 92 olan Sputnik V'nin 20 dolar ve yüzde 70 etkisi ile Oxford AstraZeneca'nın 3.5 dolar olması bekleniyor.



Türk bilim insanları gurur kaynağı oldu

BioNTech ve Pfizer'ın geliştirdiği Covid-19 aşısının 7 Aralık'tan itibaren uygulanabile ihtimalinin bulunduğu öne sürülüyor. Aşının Almanya'da yaşayan Türk bilim insanları Özlem Türeci ve Uğur Şahin tarafından geliştirilmiş olması ise Türkiye için ayrı bir gurur kaynağı oldu. Aşı çalışmalarında önemli bir yol kat eden çift, Birleşmiş Milletler 'Covid-19 Zirvesi'ne konuşmacı olarak davet edildi.



Yüksek düzeyde belirsizlik, uluslararası ticarette maliyetlerde etkisini artırıyor. 2019'dan beri oldukça yüksek seyreden bu belirsizlik, 2020 Mayıs sonunda yeni bir zirveye ulaştı. Umud veren aşı çalışmaları ile ise belirsizlik seviyesi tekrar gerilemeye başladı.
Kaynak: OECD

Küresel belirsizlik grafiği (1993 - 2020)



120 milyar dolarlık e-ticaret pazarına ihracat fırsatı

HEDEF PAZARLAR
POTANSİYEL ÜLKELER

3

G.KORE
EKONOMİSİ
(2019)1.642
TRİLYON \$
Milli gelir31.742 \$
Kişi başına
düşen
milli gelir%2.0
Reel GSYİH
büyüme% -0.9
Tüketici
enflasyonu%3.7
İşsizlik
oranıG.Kore ile
ilgili detaylar
için QR kodu
okutunuz

 e-ticaret hacminin 120 milyar doları aştığı Güney Kore pazarına girişte e-ihracat kanalının kullanılabileceğini belirten Seul Ticaret Müşaviri Ayşe Ferdağ Tekin, "Online alışveriş siteleri en az geleneksel mağazalar kadar rağbet görüyor" değerlendirmesini yaptı.

 Tekin, istatistiklere göre online satın alınan en önemli ürün gruplarını ise şöyle sıraladı: "Tekstil, ayakkabı, kozmetik ve kişisel bakım ürünleri, elektronik ürünleri, yiyecek-içecek gibi ürünler ile seyahat harcamaları."

DİLEK BORA YILDIZ

TÜRKİYE'nin Serbest Ticaret Anlaşması (STA) imzaladığı Güney Kore'de e-ticaret pazarı 120 milyar doları aştı. Güney Kore pazarına yönelik sorularımıza cevaplayan Seul Ticaret Müşaviri Ayşe Ferdağ Tekin, pazara nasıl girileceğine ilişkin önemli değerlendirmeler yaptı:

VERGİDEN MUAF ÜRÜNLER

Türkiye-Kore ticari ilişkilerini kısaca nasıl değerlendirirsiniz?

2013 yılında imzalanan STA ve 2018 tarihi itibarıyla Hizmet Ticareti ve Yatırım Anlaşmalarının yürürlüğe girmesi ile birlikte ticari ve ekonomik ilişkilerimizin hukuki temeli daha da sağlamlaştı. Ocak 2020'den bu yana sanayi ürünlerinde Güney Kore'ye ihracatımız gümrük vergisinden muaf hale geldi. Tarım ürünlerinde gümrük vergilerinden muaf satırların oranı yüzde 21.3. 2019 yılında en fazla ihracat yaptığımız ürün grupları biyomedikal ürünler, kimyasallar, otomotiv aksam ve parçaları, motorlu taşıtlar ve pürk ürünleri. Türk ürünleri, Güney Kore pazarında hak ettiği yere ve konuma henüz ulaşamadı. 'Kaliteli Türk ürünü' imajının yerleştirilmesi için çalışmalarımız hızla devam ediyor.

KORUMACI BİR ÜLKE

Türk iş insanlarının yaşadıkları başlıca zorluklar neler ve nasıl aşılmalı?

Güney Kore, Dünya Bankası'na göre iş yapma kolaylığında 190 ülke arasında 5. sırada. Ancak Güney Kore, korumacı yaklaşımıyla dikkat çekiyor. Özellikle tarım ürünlerindeki yüksek vergiler ve teknik engeller, bu ürünlerin üzerine ihracatından en önemli sorunlar. Ülkelerimiz arasındaki coğrafi uzaklık, farklı iş kültürü, İngilizce'nin yaygın kullanılmaması da diğer zorluklar. Söz konusu engellerin aşılması noktasında ön çalışmaların itinayla yapılması, pazara girişte sabır ve istikrarlılık, Bakanlığımızın sağladığı desteklerden faydalanmak ve yönlendirmelerimizi dikkate almak, Güney Kore pazarında başarı getirecektir.

SABIRLI OLUNMALI

İki ülke arasındaki ticaret açığını kapatmak için neler yapılmalı?

Türk iş insanlarının ilgisinin artırılması, pazara yönelik sabırlı ve istikrarlı yaklaşım, ülkemizin ve ürünlerimizin Güney Korelilere doğru tanıtımı, dış ticaret açığını azaltmak için atılacak en doğru adımlar. Gıda, otomotiv yan sanayi, tekstil gibi sektörlerin yanı sıra sanayi devrimi (robot teknolojileri, yapay zeka,

nesnelerin interneti vb.) eğitim ve tıp alanlarında da geniş işbirliği imkanları var.

KOBİ'LER İÇİN İŞBİRLİĞİ

Türk ve Kore KOBİ'leri için potansiyel işbirliği alanları neler?

Güney Kore'de, 2017 yılında KOBİ İşletmeler İdaresi, KOBİ ve Girişimler Bakanlığı'na dönüştürüldü. Bakanlık; iş geliştirme, girişimleri özendirme ve mikro işletmeleri desteklemeye öncelik veriyor. Melek yatırımcı bulma ve kitlesel fonlama gibi alanlarda da yardımcı oluyor. Yanı iletkenler, elektronik, otomotiv, kimya sanayi gibi katma değeri yüksek ürünler ihracatın önemli kısmını oluşturuyor. Ülkenin 503 milyar dolar ithalatı da göz önünde bulundurulduğunda, birçok sektörde iki ülke KOBİ'lerinin karşılıklı ticaret yapma imkânları mevcut.

E-TİCARET SİTELERİ

e-ticaret yapmak isteyen üyelerimiz için neler söylemek istersiniz?

Pazara girişte e-ihracat kanalı kullanılabilir. Güney Kore'de e-ticarete başlıca kullanılan Coupang (e-bay), T-Mon, 11th Street, Gmarket, Naver, Wemakeprice gibi alışveriş sitelerinin yanı sıra geleneksel satış yapan büyük grupların online alışveriş siteleri de geleneksel mağazalar kadar rağbet görüyor. Online satın alınan en önemli ürün grupları tekstil, ayakkabı, kozmetik ve kişisel bakım, elektronik, yiyecek-içecek gibi ürünler ile seyahat harcamaları. 2019'da online ticaret hacmi yaklaşık 120 milyar dolar olarak gerçekleşti.

En çok neleri satın alıyor?

Güney Kore, geçtiğimiz yıl en çok ithalatı 127 milyar dolar ile mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünlerde gerçekleştirdi. En az ithalat ise zeytin ve zeytinyağı ürünlerinde oldu. 2012-2019 döneminde dünyadan ithalatında en fazla artış zeytin ve zeytinyağı, ardından fındık ve mamulleri ile süs bitkileri ve mamullerinde gerçekleşti.

KORE Ticaret-Yatırım Teşvik Ajansı (KOTRA) Genel Müdürü Hyeon Cheol Kim, Türkiye'deki firmaları Koreli şirketlerle tanıştırmak için "İş ortaklığı isteyen firmaları bekliyoruz" mesajı verdi. Hyeon Cheol Kim, KOTRA ve potansiyel işbirliği alanları hakkındaki sorularımıza cevapladı:

KOTRA'yı kısaca tanıtır mısınız?

Kore'nin ulusal ticaret ve yatırımları teşvik kuruluşu olarak 1962'de kuruldu. Türkiye'deki ofisi ise 1978'de açıldı. Yeni pazarlar keşfetmeyi ve Koreli KOBİ'ler ile yabancı işletmeler arasındaki ticaret ve yatırım ortaklıklarını artırmayı hedefliyor.

Amacımız, yalnızca Kore'nin ekonomik büyümesine değil, aynı zamanda 84 ülkedeki 129 ofisten oluşan küresel ağımla ortak ülkelerin büyümesine de katkıda bulunmak. Yabancı şirketleri, uluslararası sergilerdeki Kore şirketlerini ziyaret ve Kore'deki büyük fuarlara davet ederek tanışma fırsatı sunuyoruz. Bu tür bir etkileşim için, 'Küresel ortaklık'



Hyeon Cheol Kim

adında özel bir programımız var. Bu açık inovasyon modeli, küresel ve Koreli şirketler arasında iş ortaklıklarını oluşturmada uygulanıyor. Ar-Ge'deki ortaklıklar, malzemelerin geliştirilmesi, teknolojik işbirliği ve ürün tedarikini içeren iş ortaklıkları kuruyoruz. Bilgi, bağlantı ve istişareler sunarak karşılıklı yatırımlara yol açıyoruz.

AVANTAJLI SEKTÖRLER

İki ülke arasındaki ticari ilişkiler hakkında görüşlerinizi paylaşır mısınız?

Türkiye; tarım ürünleri, hammaddeler ve giyim gibi bazı mallarda Kore'ye göre karşılaştırmalı bir avantaja sahip. Tarım ürünlerinde narözü, Kore sağlık gıdalarında ana bileşen olarak kullanılıyor. Kiraz, bu yıl ithal edilen bir diğer ürün. Çamaşır makineleri gibi Türk ev aletleri de Kore'de yüksek düzeyde tanınırlık kazanıyor.

Kore, sentetik reçineler, çelik, elektronik parçalar ve tekstil gibi ara mallarda avantaja sahip. Kore'den en çok ihraç edilen sentetik reçineler, Türkiye'nin

Korelilerle çalışan iş insanlarından tüyolar

- Ortak kökenlere sahibiz, kardeş ülkeleriz.
- Türkiye ve Türklere sevgi ve minnet duyarlar.
- Benzer gelenekler yanında farklılıklar da mevcut.
- Dostluk başka, ticaret başka prensibiyle hareket ederler.
- Disiplin ve çalışkanlık ön planda.
- Yaşa ve tecrübeye itaat ederler.
- Şirketlerin kendilerine has farklı kültürleri var.
- İş yapılan şirketin kültürünü ve kurallarını anlamaya çalışmak önemli.
- Sizin gibi düşünüp anlamalarını beklememeli, sabırlı olmalısınız.
- Karşı tarafın sözünü kesmeden sonuna kadar dinlemelisiniz.
- Niyet okuyup sonuç çıkarmamalısınız.



Yeşil ekonomi ve dijital endüstriler, iki ülkenin işbirliği yapabileceği potansiyel alanlar

İŞ ORTAKLIĞI İSTEYEN FİRMALARI BEKLİYORUZ

Avrupa pazarına ihraç ettiği beyaz eşya ve otomotiv üretiminde kullanılıyor. Tıbbi ürünler de Türk ilaç firmaları tarafından işlenerek Avrupa'ya ihraç ediliyor. Kore, Türkiye'ye ağırlıklı olarak ara mali ihraç ediyor. Türkiye'de Kore sermayeli birçok şirket, Kore'den ara malların önemli bir bölümünü ithal ederken, bu şirketlerin Türk iç pazarından bu parçaları temin etmesi öngörüldü.

YENİ İŞBİRLİĞİ ALANLARI

Türkiye'deki Koreli şirketler ve Türkiye ekonomisine katkılar hakkında bilgi verir misiniz?

Türkiye'de sadece Hyundai Automotive, LG Electronics, Samsung Electronics, POSCO, SK gibi şirketler yok. Küçük ve orta ölçekli Koreli şirketler; yatırım, istihdam yaratma ve artan ihracat yoluyla Türk ekonomisine katkıda bulunuyor.

İnşaatla başlayan yatırımlar, son zamanlarda hizmet sektöründeki yatırımlar da dahil olmak üzere çeşitlendi. Bundan böyle, tıp ve eczacılık alanları veya yüksek teknoloji ekipmanı gibi geleceğin teknolojisi için işbirliği yoluyla yeni pazar fırsatları yaratmaya yönelik çaba gösterilmeli.

HABERİNİZ OLDU MU?

Her Yıl,

- ➔ Ortalama 40 Seminer ve Eğitim,
20 Bilgilendirme Toplantısı
- ➔ Binlerce Yan Sanayicinin
Tedarikçilerle Buluşturulması
- ➔ Ortalama 38 Ticari Heyet
- ➔ Binlerce Üyenin Dünyadaki
İş Ağlarına Dahil Edilmesi
- ➔ 40'a Yakın Uluslararası Fuar
- ➔ Birçok Online Hizmet

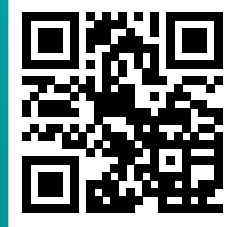


İSTANBUL
TİCARET
ODASI 1882

444 0 486 | ito.org.tr

[in](#) [t](#) [f](#) [@](#) [v](#) /itokurumsal

Üye İletişim
Bilgilerinizi
Güncelleyin
Tüm
Faaliyetlerden
Haberiniz
Olsun



guncelle.ito.org.tr

İşletmelerin vadeli satışları için uygulanmaya başlanan devlet destekli ticari alacak sigortası ile tahsilat güvence altına alınıyor. Yurt içi vadeli satış cirosu 125 milyon liraya kadar olan KOBİ'ler, böylece alacaklarını tahsil edememe riskinden korunabiliyor.

Tahsilat derdine karşı çözüm ALACAK SİGORTASI

Kimler için uygun?

- Geçen yılki vadeli satış cirosu 125 milyon TL ve altında olan KOBİ'ler başvurabiliyor.
- Sadece yurt içi vadeli satışlara ilişkin faturalar bu sisteme girebiliyor.
- Yurt dışı satış ve ihracat için Türk Eximbank'ın uygulamalarına bakılmalı.

Sistem nasıl işliyor?

- Satışın vadeli olması ve vadenin de açık şekilde yazılması gerekiyor.
- Vade tarihi 120 gün, 240 gün veya en fazla 360 güne kadar olabiliyor.
- Sözleşme şart değil. Ancak vade tarihinin yazıldığı fatura gerekiyor.
- Fatura, gerçek alıcı adına kesilmeli.
- Faturada tarih belli değilse, sözleşmeye bakılıyor.
- Alıcı, tarihi geldiğinde borcunu ödemezse (hasar gerçekleşirse), satıcı merkeze başvuruyor.
- Başvurunun ardından 'tahsilat'

- sürecini ve hukuki işleri merkez yürütüyor.
- Merkez, 120 gün içinde borçludan tahsilatı gerçekleştirip, alıcıya ödeme yapıyor.
- Merkez, 120 günde borcu tahsil edemezse, 'tazminat' devreye giriyor.
- Tazminat olarak satıcıya, policede belirtilmiş yüzde 70 veya 90'lık ödeme yapılıyor.
- 120 günden çok daha sonra, tazminattan daha fazla tahsilat gerçekleştirirse, kalan para da satıcıya ödeniyor.
- Hukuki süreçlerde satıcıya hiçbir ek masraf çıkarılmıyor.

TAHSİLAT sorunlarını bir kenara bırakıp işine odaklanmak isteyen şirketler için artık 'devlet destekli ticari alacak sigortası' var. Önceki yıl devreye giren yeni uygulama, yurt içi satış cirosu 125 milyon liraya kadar olan KOBİ'ler için alacak tahsilatına güvence sağlıyor.



Adem ORHUN

Firmaların en önemli sorunlarından biri için geliştirilen bu uygulama, İstanbul Ticaret Odası'nın gerçekleştirdiği webinarlarda tanıtıldı. Webinarenin açılışında konuşan İTO Yönetim Kurulu Üyesi Levent Taş, tahsilat problemleriyle boğuşmadan işlerine odaklanmak isteyen şirketler için alacak sigortasının ciddi fayda sağladığını kaydetti.

GÜVENCE SAĞLIYOR

Webinarıda, sigorta uygulamasının nasıl çalıştığını ise Olağandışı Riskler Yönetim Merkezi Direktörü Ali Sertaç Canal anlattı. Canal, izleyicilerin sorularını da ilettiği webinarıda, KOBİ'ler için adeta güvenlik zırhı olan bu sigorta uygulamasında, borcun vadesinde ödenmemesi halinde 120 gün içinde tahsilat, bu olmazsa tazminat güvencesi sunulduğunu kaydetti. Canal, uygulama hakkında şunları söyledi: "Bu hizmete

başvuran KOBİ'nin müşterisi için mali araştırma yapılıyor. Skoru 1-5 arasında çıkanlar uygun, 6 çıkanlar uygun değil. Yani mali durumu kötü olanların skoru 6 ve bu gruptakilerin borcu sigorta kapsamına alınmıyor. Skoru 1-5 arasında olan alıcılar için otomatik olarak 750 bin TL limit tahsis ediliyor. Satıcının, bu müşteri için istediği limit daha fazla ise konu 'kredi tahsis ekibi' tarafından değerlendiriliyor."

MERKEZ TAKİP EDİYOR

Yeni müşteri için yapılan kredi limiti başvurularının ek prim maliyeti oluşturmadığını kaydeden Canal, şöyle devam etti: "Vadeli satış için polise yaptırılan KOBİ'miz, vadenin gelmesini bekleyip kendi işine bakıyor. Vade tarihi geldiğinde ödeme yapılmazsa, bize haber veriyorlar. Kredi limiti tahsis edilmiş bir alıcının iflas, konkordato, tasfiye gibi hukuki durumları ile temerrüde düşmesi teminat altında. Başvurunun bize ulaşmasının ardından biz bütün takip ve hukuki süreçleri yürütüyoruz. Bu işlemler için de ek masraf çıkarmıyoruz."

Canal, alacak sigortasıyla başvuru noktalarının, hesaplama ve istisnaların, www.alacaksigortasi.gov.tr adresinde yayımlandığını belirterek, vadeli satış yapan işletme yetkililerinin, web sitesindeki bilgileri incelemelerini tavsiye etti.

TEXWORLD PARIS

Dijital Platform

1 Eylül 2020 - 28 Şubat 2021

İSTANBUL TİCARET ODASI DESTEĞİ İLE

Dünyanın Tekstil Sektörü 1 Eylül 2020 - 28 Şubat 2021 Tarihleri Arasında Dijital Platformda Buluşuyor.

1960'lı yıllardan itibaren uluslararası fuarlara firmalarımızın katılımını sağlayan İstanbul Ticaret Odası, etkin dijital platformları reel sektörümüze sunuyor.

Her yıl; Şubat ve Eylül ayında Paris'te düzenlenen Texworld tekstil dünyasının profesyonellerini "Texworld Dijital Platform"da buluşturuyor.

Neden Texworld Dijital Platform?

- Fiziki fuarlarda elde edinilen iş birliği imkanlarının devamı,
- Uzun yıllardır Texworld'ün kaynağında bulunan katılımcı ve ziyaretçiler ile tekrar görüşme imkanı,
- Sektörün trendlerini yaşayabilme,
- Messe Frankfurt'un ve Foursource B2B'nin zengin verileri ile oluşturulan platformda doğru alıcıya erişim,
- Katılımcıların ziyaretçilerine ulaşabilme olanağı,
- Online görüşme imkanı,
- Profesyonellerin 6 ay dijital platforma erişimi,

İstanbul Ticaret Odası ile Texworld Dijital Platform'da yer alın. **Dijital Platformda İhracat ve iş birliklerine devam edin.**

Katılım Bedeli: 4.725 TL

Banka Bilgisi

Hesap Adı : İSTANBUL TİCARET ODASI
Banka : YAPI KREDİ BANKASI
Şube : SULTANHAMAM - İSTANBUL
Şube Kodu : 055
TL Hesap No : 60614779
IBAN : TR29 0006 7010 0000 0060 6147 79

• Ödemeler firma hesabından, tam firma ünvanı ve "Texworld Paris Dijital Platform" ibaresi ile gerçekleştirilmelidir.

İletişim

Gülün Gürsoy
Telefon : 0212 455 61 17
E-posta : gulin.gursoy@ito.org.tr
GSM : 0530 151 42 33

Ruken Ayata Boztaş

Telefon : 0212 455 65 83
E-posta : ruken.ayata@ito.org.tr
GSM : 0533 959 30 57

Sektör Grupları;

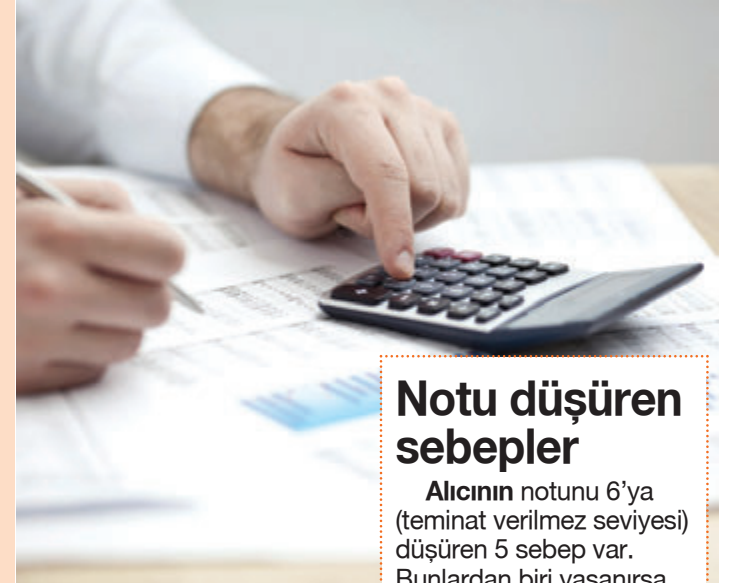
- Kumaş
- Aksesuar
- Kadın-Erkek-Çocuk Giyim
- Deri Mamülleri
- Şallar
- Eşarplar
- Denim Ürünleri

Nasıl başvuru yapılacaktır?

- www.alacak sigortasi.gov.tr adresinde kayıtlı sigorta şirketlerine, acentelerine, acente hizmeti veren banka şubelerine veya sigorta brokerlerine başvuruluyor.
- Satıcının, faturalı müşterisi (alıcı) için yaptığı başvuru 48 saat içinde sonuçlanıyor.
- Merkez, alıcı hakkında finansal araştırma yapıp, 1'den 6'ya kadar skor belirliyor.
- Skoru 1-5 arasında olan alıcılar için limit açılıyor ve faturası sigorta kapsamına alınıyor.
- Skoru 6 olan alıcı güvenli bulunmadığı için sigorta kapsamına alınmıyor.
- Skoru uygun alıcı için belirlenmiş limit dahilinde, birden çok satış ve fatura kabul ediliyor.
- Uygun alıcıya malını vadeli olarak satan KOBİ, poliçesini kesip kendi işine bakıyor.

Alıcının notu düşerse ne olacak?

Alacak sigortasıyla ilgili webinarı takip edenlerden, "Alıcının (borçlunun) skoru 6'ya düşerse ne olacak?" sorusu geldi. Ali Sertaç Canal, soruya cevaben şu bilgiyi paylaştı: "Vade tarihi içinde alıcının skoru 1-5 arasında değişirse sorun olmaz. Ancak 6'ya düşerse durum değişir. Skoru en kötü gruba sokacak belirli kriterler var. Bunlardan herhangi biri yaşanırsa bu alıcının limiti sıfırlanır ve policeden çıkarılır. Biz o gün bu bilgiyi zeyilname ile göndeririz. O tarihe kadar kesilmiş faturalar teminatımız altında. Ancak o tarihten itibaren o alıcıya bir fatura keserseniz onlar teminat dışındadır."



Notu düşüren sebepler

- Alıcının notunu 6'ya (teminat verilmez seviyesi) düşüren 5 sebep var. Bunlardan biri yaşanır, alıcının limiti sıfırlanıyor:
- Firmanın çekinin yazılması
 - Senedinin protesto olması
 - Hakkında iflas erteleme gibi hukuki işlem olması
 - Bankalar nezdinde kredi gecikmesi ve kredi takibi başlıyor olması
 - Merkeze, alıcıyla ilgili hasar başvurusunda bulunulmuş olması

Satıcının prim maliyeti nasıl hesaplanıyor?

Öncelikle satıcı KOBİ'nin önceki yıl cirosuna ve vadeye göre prim maliyeti hesaplanıyor. Vadeli satış cirosu 15 milyon TL olan bir işletme, azami 120 gün vade uyguluyorsa, yıllık maliyet 60 bin TL oluyor.

KARDEŞ
PAKİSTAN İLE

İyi niyet tamam, sıra eyleme geldi



Pakistan İşverenler Federasyonu (EFP) Başkanı İsmail Suttar'ı, İTO Başkan Yardımcısı Dr. İsrail Kuralay ve İTO Genel Sekreteri Prof. Dr. Nihat Alayoğlu ağırladı.

GEÇTİĞİMİZ hafta İstanbul Ticaret Odası'nu (İTO) ziyaret eden Pakistan İşverenler Federasyonu (EFP) Başkanı İsmail Suttar, "Türkiye ile iyi niyet anlaşmalarımız tamam. Sıra hedeflerimizi gerçekleştirmek için eyleme geldi" mesajı verdi. Türkiye ve Pakistan'ın ayrılmaz kardeşlik bağına sahip olduğunu vurgulayan İsmail Suttar, ikili ticaret ve yatırım girişimlerini geliştirmek için koşmaya hazır olduklarını kaydetti.

ONLINE GÖRÜŞÜLECEK

Pakistan heyetinin işbirliğini artırmaya yönelik eyleme geçme davetini taktirle karşıladıklarını vurgulayan İTO Başkan Yardımcısı

Dr. İsrail Kuralay ise "Süreci derinleştirerek ilerletmek için önümüzdeki günlerde online görüşmeleri sürdüreceğiz" dedi. Dr. Kuralay, Pakistanlıların özellikle madencilik sektöründe işbirliğine yönelik tekliflerine dikkat çekti.

STA İÇİN HAZIRIZ

Pakistan heyetinde yer alan EFP Ekonomi Konseyi Direktörü Mehmood Arshad da iki ülkenin global helal pazarında işbirliği yapabileceğini kaydetti. Mehmood Arshad, Türkiye-Pakistan arasında görüşmeleri süren Serbest Ticaret Anlaşması'nın (STA) sonuçlandırılması için gerekeni yapmaya hazır olduklarını belirtti.

Psikolojik yorgunluk

Var olduğu günden bu yana dünyada değişim ve dönüşüm devam ediyor. Yapay zekâ ve dijital ağların hâkim olmaya başladığı günümüzde bir yanda hızlı değişime uyum sağlayarak ayakta kalmak, diğer yanda temel insani değerleri yitirmemek gibi iki davranış modeliyle karşı karşıyayız. Acaba insan olduğumuz gerçeğine zarar vermeden değişime uyum sağlamak mümkün mü?

Geometrik biçimde hızlanarak hayatın bütün yüzlerine sirayet eden değişim ve dönüşüm karşısında insanın yeni dünya düzenine uyum sağlamak için daha fazla çaba gösterme mecburiyeti vardır. Zira değişimin hızına ayak uydurmak elbette bireylerin, işletmelerin, devletlerin geleceğinde önemli rol oynayacak.

Günlük alışkanlıklarımızdan iletişim biçimimize, kullandığımız araç gereçlerden iş yapma ve çalışma düzenine kadar yaşamın her alanında her şey değişiyor. Pandemi süreci, tüm bu değişimi hızlandıran yeni bir dalga oldu. Düşünün ki, dünya artık elimizin altında. İşlerimizi kendimizin yaptığı ev yaşamından bugün makinaların, elektronik devrelerin iş yaptığı akıllı evlerde oturuyoruz. İşyerine gitmek yerine neredeyse aynı performansla işleri evden yapabiliyoruz. Ev, iş ve sosyal yaşamımız iç içe geçiyor.

Dönüşüm hızı birey, işletme ve devletler arasındaki rekabet şartlarını da değiştirdi. Ekonominin bel kemiği olan para; mal mübadelesi, değerli madenler, sembolik kâğıt para, bilgiye dayalı süper sembolik para olan kredi kartlarından sonra bugün dokunamadığımız dijital paraya ve e-ticarete dönüştü. Yapay zekâ süreci insan gücüne duyulan ihtiyacı azaltmış durumda. Pilsotsuz uçaklara, havada yol alan otomobillere, başka gezegenlere yolculuğa alışacağız artık.

Değişme ve değişmeme ihtiyacı

Şimdi asıl odak noktamıza gelelim. Kuşkusuz değişimi isteyen, üreten, paylaşan ve uyum sağlamak durumunda olan insan, tüm bu sürecin merkezindedir. Bu süreçte insan amaç, değişim araçtır. Ancak insan, hayatın her anına tesir eden değişim ve dönüşümün hızından olumsuz şekilde etkilenmeye başladı. Evet, günümüz insanı, hayatındaki çok yönlü, asimetrik değişime uyum sağlama çabasından yorgun düşmeye başladı. Daha da vahimi insanın araç, değişimin amaç olduğu bir sürece giriyoruz.

Yapay zekâ çağında yaşadığımız bu psikolojik yorgunluğun özünde zihnimizin yaşadığı çelişki ve ikilem var. Zihnimiz, birbiriyle karşıt ya da karşıt gibi görünen iki gerçeğin arasında kalıp kararsızlık yaşadığında psikolojik olarak zorlanır. Zira bir yanda değişime uyum göstererek rekabet etmek, diğer tarafta bildiğimizi, edindiğimizi, sahip olduğumuzu korumak istiyoruz. Değişme isteği ve ihtiyacı ile insani değerleri koruma isteği ve ihtiyacı arasında gelgitler yaşıyoruz.

Kuşkusuz birey, aile, toplum, kurum ve devlet olarak dijital dünyanın sağladığı yeni öğrenmelerin peşinde olmak, ihtiyacımız olanı edinmek ve hayatımızı buna göre yeniden düzenlemek zorundayız. İş, konumu, eğitimi, mesleği ne olursa olsun her birimizin değişen dünya karşısında kendini geliştirmek için aktif bir çaba içinde olması kaçınılmazdır. Aksi halde rekabet çağının öngördüğü yeni dünya düzeninde ayakta kalmamız zor. Ancak kritik nokta, değişimin amaç değil, bir araç olarak görülmesi gereğidir.

Günlük yaşamın gerektirdiği değişim ihtiyacı kadar insan olarak değişmemesi gereken asli değerlerimiz olduğunu hatırlatmak ve yaşatmak da en az değişme ihtiyacı kadar önemli, zorunlu. Dolayısıyla bir yandan maddi dünyanın gerektirdiği küreselleşmeye cevap vermeye çalışırken, diğer yandan bizi insan kılan mana dünyamızın temel değerlerini değiştirmeden korumak çok önemli bir başarı olacaktır.

Ana yazılımı korumak

Şu halde uzaktan eğitime alışmak, işimizi dijital ortama taşımak, yeni dünya düzeninin gerektirdiği üretim ve pazarlama süreçlerindeki yenilikleri yakalamak gibi toplumu, ülkeyi, devleti koruyacak en ileri sistemlere sahip olmanın gerektirdiği değişim ve dönüşüm elbette şart. Diğer şart ise mayamızda yer alan; ahlak, adalet, erdem, merhamet, saygı, ırfan gibi bizi insan kılan temel özelliklerin değişmesine ve erimesine izin vermemektir.

Hayatımızın baş aktörü ve karar vericisi olarak yapay zekâ destekli yazılım ağlarına uyum sağlamaya çalışırken bir insan olarak fabrika ayarlarımızdaki ana yazılımı korumak zorundayız. Böylece insan olduğumuzu unutmadan değişimi yönetmemiz mümkün.



Pandemi sinema ve dizilerde rolleri değiştirdi

Pandemi koşulları sinema ve dizilerdeki ekonomik rolleri de değiştiriyor. Popülaritesi yüksek ve ünlü oyuncularla ürün yerleştirme geliri yüzde 25'e çıkabiliyor. Sektörün reklam giderlerinin ana mecrasını ise sosyal medya ve dijital oluşturuyor.

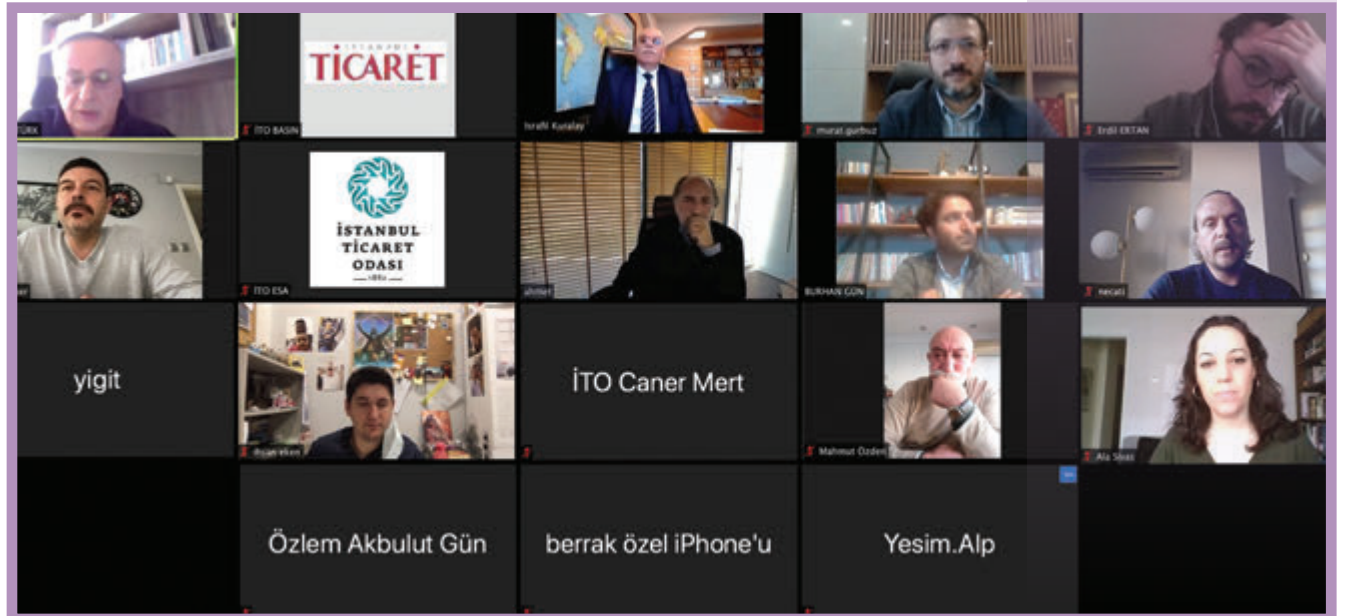
İSTANBUL Ticaret Odası, sektörleri mercek altına aldığı sektörel istişare toplantılarını sürdürüyor. Film sektörü toplantısının ikincisi, İstanbul Ticaret Odası Başkan Yardımcısı Dr. İsrail Kuralay, Komite Üyeleri, dizi ve sinema filmi yapımcılarının katılımıyla gerçekleştirildi. Toplantıda, sinema filmlerinin yapım tarafındaki eğilimler ve stratejisi ile dizi film sektörünün değişim ve dönüşümü değerlendirildi.

ÖZGÜN SENARYO

İTO Başkan Yardımcısı Dr. İsrail Kuralay, yapımcıların eğiliminin sektörün pazarlama ve reklam dinamiklerinin değişimiyle ne yönde şekillendiğinin anlaşılması ve doğru yorumlanması gerektiğini ifade etti. Kuralay, ayrıca dizi film senaryolarının ne oranda yurt dışından uyarlandığını ve özgün senaryo yazımına etkisinin değerlendirilmesinin önemini vurguladı.

DİJİTAL PLATFORM

Toplantıda, İstanbul Ticaret Üniversitesi'nden Prof. Dr. Rıdvan Şentürk, sektördeki son değişiklikleri değerlendirdi. Şentürk konuşmasında, sektörün



yapımcı, prodüksiyon süreçleri, salon sahipleri bakımından durumun değerlendirilmesi ve gelişmelerin iyi anlaşılmasının gerektiğini ifade etti.

Toplantıda, pandemi sürecinin, sektörün dinamiklerini ve seyirci alışkanlıklarını ciddi anlamda etkileyip dönüşüm başlattığına dikkat çekildi.

TANITIMA YÜKSEK PAY

Sektör temsilcilerinin verdiği bilgiye göre, sinema ve dizi filmler yapım bütçelerini karşılamak için pazarlama süreçlerini geliştiriyor.

Buna göre, orta ve yüksek bütçeli sinema filmleri yapım bütçelerinin ortalama yüzde 25'ini tanıtıma ve pazarlamaya ayırıyor. Toplantıda vurgulanan bir başka konu ise tanıtım bütçesinin içindeki sosyal medya ve dijital mecraların oranının giderek arttığı gerçeği. Dijital platformlar, kendi içerikleri için yapım bütçesi kadar tanıtım ve pazarlamaya bütçe ayırıyor.

65 MİLYON SİNEMA
İZLEYİCİSİ

Sinema ve dizi film sektörü temsilcileri, pandeminin etkilerini

Dizi ve TV
reklamında
durum

Sinema ve dizi film sektöründe bütçe gelirleri, ürün yerleştirme ve kuşak reklamlardan elde ediliyor. Ürün yerleştirmeden dizilerin elde ettiği gelir yüzde 10 civarında. Toplantıda verilen bilgiye göre, oyuncu popülaritesi yüksek veya ünlü isimlerde bu oran yüzde 25'e kadar çıkabiliyor. Sektör temsilcileri, kuşak reklamlarda ise kanalların zor durumda olduğunu vurgulayarak şu bilgiyi verdi: "Bir diziye 3 kuşak reklam alabiliyorlar. Bu nedenle kanallarda dizilerin yurt dışı satış gelirleri çok önemli hale geliyor. Reklam verenler açısından da davranışlar değişiyor. Reklam giderlerindeki oran yüzde 70 TV reklamları, yüzde 30 sosyal medya ve dijitalden, yüzde 70 sosyal medya, dijital, yüzde 30 TV olarak gerçekleşmeye başladı."

Toplantıda, sinema filmlerinde ana gelir kaynağının halen bilet satışlarından elde edildiğine dikkat çekildi. Bu nedenle film arasında yayınlanan kuşak reklamlardan yapımcılar pay alamıyor. Bu durumda oyuncu ve yapımcılar ürün yerleştirme ya da etkinliklerden gelir elde ediyor.



8 ayda 250 online etkinlik

HAMİT KARDAŞ

İSTANBUL Ticaret Üniversitesi, akademik faaliyetleri yanında toplumu bilgilendirme vazifesine de sahip olduğu bilinciyle pandemi sürecinde dijital ortama taşıdığı konferans, söyleşi ve panellere hız kesmeden devam ediyor. Tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs, eğitim faaliyetleri ve kültürel alanda da büyük değişimlere neden oldu. Öğretim faaliyetleri tamamen online ortama taşındı. İstanbul Ticaret Üniversitesi, pandemi nedeniyle okulların tatil edildiği mart ayında, bir hafta gibi kısa bir sürede uzaktan eğitim sistemini faaliyete geçirerek online senkron eğitim vermeye başladı. TİCARET online sistemi, ilk haftasında yüzde 100 başarıya ulaştı. İstanbul Ticaret Üniversitesi, toplumu bilgilendirmek ve öğrencileri üniversite müfredatının yanında farklı yönlerden geliştirmek amacıyla yaptığı konferans, panel ve kültürel etkinlikleri de pandemi sürecinde iptal etmeyip dijital ortama taşıdı. Nisandan bu yana düzenlenen online etkinlik sayısı 250'yi aştı.

BİLİM VE TOPLUM BULUŞMALARI

TİCARET'in Ekim 2019'dan itibaren aylık olarak düzenlediği ve yurt dışındaki büyük üniversitelerde görev yapan başarılı akademisyenlerin davet edildiği Bilim ve Toplum Buluşmaları, pandemi sürecinde dijital olarak yapılmaya başlandı. Bugüne kadar 4'ü yüz yüze, 8'i online olmak üzere 12 kez düzenlenen Bilim ve Toplum Buluşmaları'nın son konuğu ise HEC Paris'ten Prof. Dr. Michael Segalla oldu. Yönetim alanında çalışmalarıyla tanınan Prof. Segalla, pandemi krizine tepkilerin nasıl geliştiğini ölçmek üzere dünya çapında yaptığı anketin sonuçlarını paylaştı. Bilim ve Toplum Buluşmaları, bundan sonra da aylık periyodlarla ve önemli akademisyenlerin katılımı ile devam edecek.

Kültür-sanat buluşmaları

Üniversitenin yoğun ilgi gören bir diğer etkinlik serisi ise Kültür-Sanat Buluşmaları. Bu etkinlikte edebiyat, sanat ve farklı alanlarda isim yapmış önemli kişiler öğrencilerle buluşturuluyor. Geçtiğimiz dönemde İhsan Fazlıoğlu ve Süleyman Seyfi Ögün birer konferans vermiş, Tuluyhan Uğurlu ise piyano dinletisi sunmuştu. Kültür-Sanat Buluşmaları, yeni dönemde Alev Alatlı konferansı ve Tarık Tufan söyleşileri ile devam edecek.

İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin pandemi süreciyle birlikte Youtube kanalına taşıdığı seminer, panel ve söyleşileri yeni dönemde de hız kesmeden devam ediyor. Üniversite, son 8 ayda 250'nin üzerinde etkinliğe imza attı.



TEKNOLOJİ ÇALIŞTAYLARI

İstanbul Ticaret Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi (TTO) tarafından düzenlenen ve yüz yüze yapıldığı dönemde büyük ilgi gören teknoloji çalıştayları da pandemi sürecinde online ortama taşındı. Üniversitenin Youtube kanalında devam eden çalıştayın son programına Netaş Ar-Ge Stratejileri ve İnovasyon Proje Yöneticisi Dr. Senem Tanberk konuk oldu. Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Abdül Halim Zaim'in yönettiği 'Yapay Zeka ve Derin Öğrenme' konulu seminerde, yapay zeka, derin öğrenme yaklaşımları ve derin öğrenmenin kullanım alanları konuşuldu.

Herkese uygun bir etkinlik var!

İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin Youtube kanalında, üniversite akademisyenlerinin organize ettiği birçok etkinliğe yer veriliyor. Etkinliklere iş dünyası ve kültür-sanat camiasından isimlerle farklı alanlarda uzmanlar katılıyor. Pandemi sürecinde de kültürel etkinliklerini artırarak devam ettiren TİCARET'in Youtube kanalı adeta bir TV kanalı gibi. Etkinlikler, üniversitenin web sayfasından ve sosyal medya hesaplarından takip edilebilir.

Büyükelçiler konuşuyor

TİCARET'in bu yıl başlattığı 'Büyükelçiler Konuşuyor Konferans Serisi'nde, farklı ülkelerin Türkiye'de görev yapan büyükelçileri öğrencilerle buluşturuluyor. Pandemiden önce yapılan son yüz yüze etkinliğe, Bosna Hersek Ankara Büyükelçisi Bekir Sadovic konuk olmuştu. Sadovic, Bosna Hersek'te 90'lı yıllarda yaşanan savaştan bahsederek çatışmaların çok ağır bedelleri olduğunu ve yeniden o günlere dönmek istemediklerini söylemişti. Sadovic, savaş sırasında Türkiye'deki tüm liderlerin Bosna Hersek'in yanında olduğunu kaydetmişti.

Etkinlik serisinin ikincisi ise TİCARET'in Youtube kanalında gerçekleşti. Macaristan Ankara Büyükelçisi Viktor Matis, Türkiye-Macaristan ilişkilerinden, Macaristan'daki eğitim imkanlarından ve büyükelçilik olarak eğitime yaptıkları yatırımlar ile verdikleri burslardan söz etti.

Büyükelçiler Konuşuyor Konferans Serisi'nin gelecek programlarına Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Azerbaycan ve Kazakistan büyükelçilerinin davet edilmesi planlanıyor.

**“1885'ten beri ekonomi basınının öncüsü
İstanbul Ticaret, şimdi
internette de önde...”**

ŞEKİB AVDAĞIÇ
İSTANBUL TİCARET ODASI
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

www.itohaber.com

Dilerseniz Türkçe, Dilerseniz İngilizce

İSTANBUL TİCARET ODASI 1882

www.istanbulticaret.org.tr
444 0 486 | ito.org.tr | /itokurumsal



Gazetem'in arşivi dijitalde

İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri tarafından çıkarılan uygulama gazetesi Gazetem'in tüm sayıları dijital ortama aktarıldı. İlk sayısı Mart 2008'de çıkarılan Gazetem'de, İletişim Fakültesi öğrencilerinin haber ve dosya çalışmaları yer alıyor. Yayınlanan tüm

haber ve fotoğraflar, öğrenciler tarafından hazırlanıyor. Böylece öğrenciler, ilk mesleki tecrübelerini edinerek, kariyerlerine adım atıyor. Gazetem'in arşivine şu adresten ulaşılabilir:
<https://www.ticaret.edu.tr/tr/Sayfa/Akademik/Fakulteler/iletisim/Gazetem>

YENİ KUŞAK
ÇİN

Fatih OKTAY

Trump'ın yerine Biden'in seçilmesi Çin'i rahatlatır mı?

Başlıktaki sorunun cevabını hemen baştan vereyim: Hayır, büyük olasılıkla tersi olur. Her şeyden önce belirtmek gerekir ki, ABD ile Çin arasındaki çekişme Trump ile başlamadı, onunla da bitmeyecek. İki ülke arasındaki gerginlik, 2008 küresel krizi ardından başladı. Çin ekonomisi o krizde, ülke yönetiminin devreye soktuğu büyük bir ekonomiyi canlandırma programının katkısıyla yüksek hızlarda büyümeyi sürdürdü. Buna karşın ABD ve diğer batılı ekonomiler uzun süre bu krizin etkisinde kaldı. Bu nedenle Çin ekonomisi ile ABD ekonomisi arasındaki büyüklük farkında önemli daralma oldu. Bu dönemde Çin, 'dünyanın en büyük ihracatçısı', 'dünyanın en büyük imalat sanayine sahip ülkesi', 'dünyanın en büyük otomobil sanayine sahip ülke' gibi birçok unvanı ABD'den aldı. Öte yandan kriz, Çin'de ABD batılı ekonomik ve politik modellerin sorgulanmasına yol açtı. Çin'de neredeyse tartışmasız olarak etkinliği kabul edilen ABD finansal sisteminin sorunlarının ortaya saçılması, krize müdahale ve krizden çıkma konusundaki başarısızlıklar, Çin'de batı modeli ile ilgili görüşleri değiştirdiği gibi ülke yönetimindeki batı modeline yakın duranların da elini zayıflattı. Çin modelinin mi, ABD modelinin mi daha üstün olduğu tartışılır oldu. Bu ortamda Obama başkanlığındaki ABD yönetimi Çin'i bir rakip olarak görmeye, Çin de uluslararası politikasında dikleşmeye başladı.

Pasifik'in öteki yakası ile işbirliği

Geçen yazıda sözünü ettiğimiz Trans Pasifik Ortaklığı anlaşması, Obama yönetiminin Çin'in ekonomik ve politik olarak güçlenmesini kontrol altına almak için ortaya koyduğu bir girişimdi. Obama, anlaşmanın gerekçesini ABD kamuoyuna açıklamak için şöyle diyordu: "... yeni yüzyılda ekonominin kurallarını yazanın Çin değil, ABD olmasını sağlamalıyız..." Öte yandan, Obama yönetimi döneminde Çin'e yaklaşım askeri alanda da değişti. Bu değişim Asya'ya Doğru Dönüş olarak adlandırılan program ile ortaya konuldu. Buna göre ABD kaynaklarını ve dikkatini uzun zamandır odaklandığı Irak ve Afganistan'dan Asya-Pasifik bölgesine çeviriyordu, bölgeye diplomatik, ekonomik, stratejik, her tür yatırımını arttıracaktı. ABD, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Atlantik'in öteki yakasıyla, Sovyetler Birliği'ne karşı Avrupa ve çevresiyle nasıl yakın ilişkiler geliştirmiş ve işbirliği kurumları oluşturmuşsa, şimdi aynısını Çin'e karşı Pasifik'in öteki yakası ile yapacaktı.

Trump, bu genel politikayı, farklı üslup ve yöntemlerle sürdürdü. Biden da öyle yapacaktır.

Gümrük vergisi savaşı

Trump'ın başlattığı gümrük vergisi savaşı, Çin'den çok ABD ekonomisine zarar verdi; Çin'in teknolojik gelişimini yavaşlatmak için yürürlüğe koyduğu önlemler, Çin'i kısa ve orta dönemde zora koyacak ama ABD için kısa ve orta dönemde büyük bedelleri olacak, uzun dönemde de istediğinin tersi sonuç verecektir. Biden yönetimi, bu politikalarda ABD'nin zararlarını azaltırken, Çin'e de bir ölçü ferahlama sağlayacak değişikliklere, belli karşılıklar alarak gidebilecektir. Öte yandan Biden yönetimi, daha akılcı ve kestirilebilir olacaktır. Bunlar Biden'ın Çin açısından olumlu yanları. Ancak Trump, Paris İklim Anlaşması, Dünya Ticaret Örgütü, Covid-19 salgını gibi konulara yaklaşımı ile ABD'nin dünyadaki itibarını ve dolayısıyla politik gücünü zayıflatıyor. Öte yandan, yalnız Çin değil, müttefiklerine de ticaret savaşları açarak, Çin'e karşı uluslararası işbirliğinin yolunu tıkıyordu. Bu, Trump'ı Çin için zararlarının çok üstünde yararlı kılıyordu. Biden, bu konularda Trump gibi davranmayacağı için Çin rahatlamayacak, daha çok sıkışacaktır.

Yemeğin %18'ini yemek kartı ve online sipariş siteleri yiyor

İstanbul Ticaret Odası Başkanı Şekib Avdagiç, "Online yemek sitelerinden verilen siparişlerin ödemesinin de yemek kartı ile yapıldığı düşünülürse yemeğin bedelinin yüzde 18'lik kısmını adeta yemek kartı ve online sipariş sistemi yiyor" dedi.

Avdagiç, "Yemek kartı uygulaması geçmişte kayıt işini özendirmek için bir araç olsa da günümüzde çalışanların maaşlarını banka kartları vasıtasıyla aldıkları düşünülürse, yemek bedelinin de kartla ödenmesi mümkün görünüyor. Çalışanların istekleri bu yönde" diye konuştu.

İSTANBUL Ticaret Odası (İTO) Başkanı Şekib Avdagiç, "Online yemek sitelerinden verilen siparişlerin ödemesi de yemek kartı ile yapılırsa, yemeğin bedelinin yüzde 18'lik kısmını adeta yemek kartı ve online sipariş sistemi yiyor" dedi. Avdagiç, hem yemek çeki şirketlerinin hem online yemek sipariş sitelerinin, restoranlar başta olmak üzere üye işletmelerden talep ettikleri komisyon oranlarının işletmelerin ve çalışanlarının dayanma sınırlarını oldukça aştığı değerlendirilmesinde bulundu. Online yemek sitelerinden verilen siparişlerin ödemesinin de yemek kartıyla yapılması durumunda, yemeğin bedelinin yüzde 18'lik kısmını adeta yemek kartı ve online sipariş sisteminin yediğine dikkati çeken Avdagiç, "Hatta kendi servisi olmayan bir lokanta, bir yemek kartı sahibine online siparişe yemek götüreceksin, ödenecek toplam komisyon yüzde 38'i buluyor. Burada esas mağdur olanlar çalışanlar. Çünkü yemek kartını onlar kullanıyor. Böylece çalışanlar yemeklerini neredeyse yarı oranda daha pahalıya yiyor" diye konuştu.

ERKEN ÖDEME KOMİSYONU

Avdagiç, öğle yemeği için çalışanlara verilmiş hak olan yemek



Online siparişte de komisyona standart getirilmeli

İTO Başkanı Avdagiç, yemek kartı firmalarının yanı sıra online yemek sipariş sitelerinin ve motor kurye ile hızlı sipariş alan firmaların talep ettikleri komisyonların da kontrolsüz yükseldiğini ifade etti.

Avdagiç, "Online yemek siparişinde aylık 200 lirayı bulan listeleme bedeli, ödemelerin 30 gün bloke edilmesi, tek fiyat politikası gibi konular rahatsızlık oluşturunca, iş 25 kuruş bedelle müşteriye ulaştırılan poşetten bile komisyon almaya kadar vardı. Online sipariş firmaları, elbette müşterinin işletmelere ulaşmasında önemli bir rol oynuyor. Ama birçok konuda risk taşıyan işletmeler olurken, üstüne bir de yüksek komisyon oranları ile sürdürülemez bir hal almıştır" diye konuştu.

Online yemek siparişi firmalarının üye restoranların siparişi üzerinden yüzde 12'ye varan çok yüksek komisyonlar aldığını hatırlatan Avdagiç, sözlerini şöyle tamamladı:

"Online yemek siparişi sitelerinin aldığı komisyon oranlarına, yemek kartlarına uygulandığı gibi bir standart getirilmeli. Bu komisyon en fazla yüzde 3-4 civarında olacak şekilde belirlenmeli. Ayrıca motor kurye ile hızlı sipariş alan firmaların da mazot bedeli, personel masrafları gibi kalemler nedeniyle siparişler üzerinden aldıkları komisyon oranları yüzde 30'a ulaştı. Bu komisyonların sürdürülebilir olduğunu düşünmüyoruz."

kartı ya da diğer adıyla yemek çekleri için restoranların ödedikleri komisyon oranının 2018'de çıkarılan yönetmelik uyarınca yüzde 6 ile sınırlandırıldığını hatırlatarak, buna rağmen kart firmalarının 'erken ödeme komisyonu' adı altında bu komisyonu yüzde 8'e kadar çıkardıklarına dair bildirimler aldıklarını aktardı.

Avdagiç, "Yüzde 8 komisyon bir yana, halen yemek kartı firmalarının aldıkları yüzde 6 komisyon oranı da makul bir oran değil. Bu komisyon, fiyatları artırmakta ve işletmeleri zarar ettirmektedir. Yemek kartı kullananların talebi, bu oranın en fazla yüzde 3 olarak uygulanması yönündedir. Yönetmelikteki kurallara tüm yemek kartı firmalarının uymaları sağlanmalı. Sektör mensuplarının bu yönde haklı taleplerine kulak verileceğine inanıyoruz" dedi.

BANKA KARTIYLA ÖDEME

Şekib Avdagiç, yemek kartı firmalarının talep eden her markete POS cihazı vermedikleri yönünde şikayetler aldıklarını belirterek, "Kart firmaları POS cihazı verme seçimlerini, kendi önceliklerine göre mi yapıyorlar diye düşünmeden edemiyoruz. Bazı yemek kartı firmalarının da belirli müşterilerine iskonto uyguladıklarını

duyuyoruz. Bu da doğruysa yönetmeliğin ihlali anlamına gelir" açıklamasında bulundu.

Öte yandan, yemek kartı firmalarının erken ödeme iskontosu kestikleri halde, perakende işletmelere yapmaları gereken ödemeleri yapmadıklarına yönelik de şikayetler aldıklarını ifade eden Avdagiç, şunları kaydetti: "Yemek kartı uygulaması geçmişte kayıt işini özendirmek için bir araç olsa da günümüzde çalışanların maaşlarını banka kartları vasıtasıyla aldıkları düşünülürse, yemek bedelinin de kartla ödenmesi mümkün görünüyor. Çalışanların istekleri bu yönde. İşverenlerin çalışanların yemek ücretlerini, devletin belirlediği miktarlar çerçevesinde banka kartına yatırmasını istiyorlar. Böylece komisyondan dolayı çalışanların yiyeceği üzerine yüklenen fiyat artışının önüne geçilmis olacaktır."

Pandemi sebebiyle online ticaretin arttığını, bunun önemli bir gelişme olduğunu kaydeden Avdagiç, "Bununla birlikte online yemek siparişlerine yönelik şikayetler de arttı. Devlet kontrol varlığını online işlemlerde de göstererek, bu tür tek yanlı ve keyfi uygulamaların önüne geçmeli" değerlendirmesinde bulundu.

Yeme-içme sektörü destek bekliyor

TİCARET SİCİLİ BELGELERİNİ MERSİS ÜZERİNDEN ONLINE OLARAK ALABİLİRSİNİZ NASIL MI?

1. <http://mersis.gtb.gov.tr> adresinden e-belge başvurusu oluşturulur.
2. SANAL POS ile ödemesi yapılır.
3. "Belge Başvuruları" bölümünden e-imzalı belgeye ulaşılır.

ONLINE ERIŞİM SAĞLANAN BELGELER
• Ticaret Sicili Tasdiknamesi • Merkez Nakli Belgesi • Şube Açılış Belgesi • İflas Konkordato Belgesi

* Belge talepleri mesai saatleri içerisinde gerçekleştirilmektedir.

Merkezi Sicil Kayıt Sistemi (MERSİS) üzerinden söz konusu belgelerin güvenli elektronik imza ile online verilmesine ilişkin T.C. Ticaret Bakanlığı ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin ortak yürüttüğü çalışmalar tamamlanmış olup, **09.06.2020 tarihi itibarıyla İstanbul Ticaret Sicili Müdürlüğünde hizmete alınmıştır.**

Belge talep adimları aşağıdaki gibidir:

- 1- Şirket / işletme / kooperatif temsili yetkili herhangi bir tarafından <https://mersis.gtb.gov.tr>'ye MERSİS kullanıcı bilgileri ile giriş yapılır. Talep sırasında e-imza zorunluluğu bulunmamaktadır.
- 2- "Başvurular" sekmesinden "Belge Başvurusu"na girilerek belge talep edilecek şirket / işletme / kooperatif seçilir.
- 3- Talep edilen belge ve talep gerekçesi yazılarak kaydedilir.
- 4- Başvuru aşamasındaki "Belge Ödeme İşlemi"ne giriş yapılarak sanal pos aracılığı ile ödeme yapılır.
- 5- Ödemesi yapılan belge talebi Ticaret Sicili Müdürlüğü onayına düşer.
- 6- Gerekli incelemeler yapıldıktan sonra belge, Ticaret Sicili Müdürlüğü yetkilisi tarafından güvenli elektronik imza ile imzalanır.
- 7- Talep sahibi imzalı e-belgeyi "Belge Başvuruları" adından indirerek yazdırabilir.

İSTANBUL TİCARET ODASI

444 0 486 | ito.org.tr | [itoturumsal](https://www.facebook.com/itoturumsal)

Koronavirüs salgınının en çok etkilediği sektörlerin başında restoran ve kafe işletmeciliği, yeme-içme sektörü geliyor. Yeniden kapanmak zorunda kalan sektör, devletten destek bekliyor. KDV, stopaj, kira, geri kazanım katkı payı bu beklentilerin başında yer alıyor.

MÜGE BİBER

KORONAVİRÜSÜN tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hızla yayılmaya devam etmesiyle restoranlara yeniden kapanma kararı geldi. Böylece pandemiden en çok etkilenen sektörlerin başında gelen yeme-içme sektörü ayakta kalmak için çözüm önerileri arıyor. Sektör temsilcileri, bu çözüm önerilerini konuşmak için zoom platformunda bir araya geldi.

VİRÜSLE MÜCADELE

Toplantının başkanlığını yapan İstanbul Ticaret Odası Başkan Yardımcısı Dr. İsrail



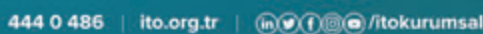
Kuralay, "İTO ailesi olarak çok dikkatle gündemi takip ediyoruz. Virüsün en fazla etkilediği sektörlerin başında da hizmet sektörü geliyor. Yeme-içme, turizm, eğitim, lojistik, ulaştırma gibi alanlarda ciddi manada sıkıntılar yaşıyoruz. Umarız, en kısa sürede bu işin içinden en zararsız halde çıkarız" dedi.

YILSONUNA KADAR YÜZDE 1

Toplantıda söz alan sektör temsilcileri, kısıtlamalar ile beraber paket servis saatlerinin tam olarak belirlenmemesinin bir kargaşaya yol açtığını söyledi ve bu konuda daha net

açıklama yapılmasını dile getirdi. Ayrıca bu dönemde en çok zarar gören sektör için devletin KDV, stopaj, kira ve Geri Kazanım Katkı Payı (GEKAP) gibi kalemlerde yeniden düzenleneme yapılmasını talep eden temsilciler, "KDV'nin 2021 yılı sonuna kadar yüzde 1 olarak devam etmesini istiyoruz" mesajı verdiler.

Kültür ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde başlatılan Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı'na sahip olan restoranların kısıtlamada bir ayrıcalığının olması gerektiğini söyleyen sektör mensupları, "Açılışa bu belgeyi almış restoranlara öncelik verilmeli" talebinde bulundu.



Aykırı zekânın gücü

Bir düz zekâlar var, bir de aykırı zekâlar. Düz zekâlar, bildik işleri bildik tarzda yapmada ısrar ederken; aykırı zekâlar, bildik işleri farklı yöntemlerle yapmaya ant içmiş olanlardır. Fabrikasyon eğitim anlayışı, yaratıcı çocukların var olan yaratıcılıklarını da alıp götürürken, aykırı zekâları içlerinden çekip çıkartmanın bir yolunu daha fazla vakit kaybetmeden bulsak iyi olur.

Aykırı zekâlar neden öne çıkmaya başladı?

Yakın zamana kadar piyasayı çekip çeviren konularda 'ortalama yetenekler', iş yapma biçimleriyle mevcut durumla başa çıkabiliyordu. Ancak günümüzde, sistemler ve işleyişler o kadar karmaşık hale geldi ki, ortalama algı düzeyi ve bildik yetenekler, bu karmaşıyla başa çıkmada yetersiz kalmaya başladı. Herkes, belli seviyede eğitim alınca da yarıştı standart dışı olanlar öne çıkar oldu. Ve iş dünyasının yeni gözdeleleri bu standart dışı olanlar, iş dünyasının mumla aradığı kişiler haline gelmeye başladı. Standart dışı olanlar bilgisayarların yapamadığı yaratıcılık, yorumlama, sezgi gibi konularda iyi olan kişiler olma özelliği taşıyordu aynı zamanda.

Neden 'aykırı' olmak trend haline geldi?

Çünkü; uyumlu insanlardan randıman alamayan yöneticiler, aykırı insanlara karşı çok daha toleranslı olmaya başladı.

Çünkü; artık ezber bozan, çoğunluğun göremediğini gören ve farklı bir pencereden bakanlara ihtiyaç vardı.

Çünkü; aykırı kişiler, 'ters düşünmeye' daha yakın olmaları açısından da ayrı bir öneme haizdi.

Evet, dünyanın en büyük firmalarının bu aykırı zekâlara yatırım yaptığını biliyoruz.

Çünkü aykırı kişiler, bilinen düşünme metodlarının dışına çıkarak kurumlara ciddi değer katıyorlar.

Aykırı zekâların bariz özellikleri

- Beklenmeyen çıkışların insanlarıdır.
- Herkesin baktığı ama kimsenin farkına varmadığı açıkları, boşlukları yakalama özelliğine sahiptirler.
- Hayatları daha çok sürpriz ilişki ağlarıyla örülüdür.
- Bilgiyi zihinlerinde fermante ederek yeni fikirleri ortaya çıkartma yetenekleri vardır.
- Sosyal etkileşimleri zayıf olsa da dahil oldukları konuya imzalarını atmadan çıkmazlar.
- Konuşmalarındaki kelime dizilimleri, herkesin kullandığı dizilimlerden farklıdır.
- Mevcut düşünme yolunu değil, 'ters' düşünme yolunu tercih ederler ve bu yüzden insanlara çoğu zaman ters düşerler.
- Hedef tanımlamaları herkeste olduğu gibi tek katmanlı değil, çok katmanlıdır.
- Hiç durmazlar ve durmadıkları için de çevrelerini zorlarlar.
- Hangi konu olursa olsun hep bir sonraki aşamayı inşa etme, oluşturma eğiliminde olduklarından yeniliklerin asıl sahipleri genellikle onlardır. Ve tabii geleneksel kafalarla sırf bu yüzden bir arada çalışmazlar.

En büyük firmalar, en aykırı olan firmalar!

Dünyanın en büyük ilk 10 firmasına baktığımızda bunu görmemiz mümkün. Dünyanın en büyük firmaları, ne kadar sıra dışı zekâ varsa onları bir araya getirmekte oldukça mahirler. Ve düşünün ki, 'saçmalama seansları', bu firmalarda uygulanan rutin çalışmalardandır. Bu seansların o firmaların gelişiminde ne kadar etkili olduğunu yakından inceleyenler bilir. Yine bu firmaların en iyi yaptığı şey, kişilere kendilerini değerli hissettirebilmeleridir. Çalışanların uçmasını sağlayan asıl faktör de budur. Yani, kişiye kendini değerli hissettiremeye, önemli olduğunu bir şekilde vurgulanmaması gibi durumlar bir süre sonra kişiliğin silikleşmesine, görev dışıleri arasında pasifize olmasına yol açarak heyecanın tümünden yoksun olmasına sebep oluyor.

Aykırı zekâlar doğuştan mı?

Hem evet hem de hayır.

Evet, çünkü toplumun yüzde 1'i aykırı olarak, yüzde 1'i de dahi olarak doğar. Eğer bunlar keşfedilip yetiştirilmezse daha küçük yaşta yetenekleri yok olup, gider. Ama aykırı ve dahi olarak doğmayan büyük miktarda insan kitlesi, eğer iyi yetişir, yetiştirilirse en az dahiler kadar iz bırakmaları mümkün. Einstein'ın dahiler için, "yüzde 1 yaratıcı zekâ, yüzde 99 çalışma" dediği konu, tam da budur.

Sonuç olarak, Türk insanı aykırı zekâ olmaya bu kadar yakinken potansiyelimizi kısıtlamak niye? Kapasite bakımından dünyaya fark atacak bir milleti ona uygun olmayan çalışma ve yönetim sistemlerine mecbur etmek demek, ülkenin enerjisini heba etmek, boşa akıtmak demektir.



Salih
KESKİN
www.inovasyonuzmani.com

Otonom tekne: Roboat II

HOLLANDA'nın Amsterdam kentinin kanallarında yolcu ve eşya taşımayı kolaylaştıracak otonom bir tekne geliştirildi. İki metre uzunluğunda, 50 kg ağırlığındaki 'robot' tekne, kanallardaki deneme sürüşünde başarılı oldu. Tekne, Amsterdam'ın meşhur kanallarında kendi kendine dolaşabiliyor.

MIT'in Bilgisayar Bilimi ve Yapay Zekâ Laboratuvarı (CSAIL) ve Senseable City Lab'den bilim insanları, Hollanda'nın Amsterdam



kenti için bir süredir otonom bir filo hazırlıyor. Kısa süre önce bu futuristik filoya 'Roboat II' olarak adlandırılan yeni bir otonom tekne eklendi.

Roboat II, Amsterdam kanallarında yapılan sürüş testinde verimli performans sergiledi. Üç saat test edilen ve yol boyunca sadece 0.17 metrelik bir hata yapan tekne, başladığı noktaya sorunsuz geri döndü. Dikdörtgen biçimindeki Roboat II, içindeki GPS ve benzeri sensörler sayesinde yönünü belirleyip, haritalandırarak

rotasını oluşturuyor. Tekne, dört pervanesi ile sürücüsüz arabalara benzer algoritmalar kullanarak herhangi bir yöne doğru ilerleyebiliyor.

İlk geliştirilen otonom teknelerin taşıma kapasitesi sınırlıydı. Küçük eşyaları taşımakla başlayan süreç Roboat II ile az sayıda da olsa yolcu taşıma seviyesine ulaşmış görünüyor. Araştırmacılar, özellikle pandemi sürecinde iki yolcu taşımanın dahi pozitif katkı sağlayacağını düşünüyorlar. Filonun yeni üyesi Roboat III ise yapım aşamasında ve tamamlandığında 4-6 yolcu taşıması planlanıyor.



Yalnızlık beyni açlık gibi etkiliyor

Sinir bilimciler, yalnızlığın ve açlığın beynimizin aynı bölgesini etkilediğini görüntüledi. Beynimiz, sosyal izolasyona, aç kaldığımızda oluşan beyin aktivitelerine benzer şekilde yanıt veriyor.

AYŞE BAŞAK

COVID-19, sosyal hayatımızı derinden etkiledi. Pandemi nedeniyle en yakınlarımızla dahi görüşmüyoruz. Yaşlılarımızı korumak, hastalığı onlara taşımamak için ziyaret edemiyoruz. Koronavirüs salgını başladığından bu yana milyonlarca insan sadece video görüşmeleri ile ailelerini ve yakın arkadaşlarını görüyor, sevdikleri ile modern teknoloji üzerinden iletişim kurabiliyor. Ailelerimizle, sevdiklerimizle bir süredir kucaklaşmıyor, sevginin, dostluğun, arkadaşlığın sıcak temasından mahrum kalıyoruz.

BEYNİN TEPKİSİ AYNI

Bu durum, hiç şüphesiz bizi pek çok açıdan etkiliyor. Bilim insanları bu dönemin insan üzerindeki çeşitli etki ve yansımalarını araştırıyor. Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nün yeni araştırması, bu tür bir sosyal izolasyon sırasında hissettiğimiz özlemlerin, aç olduğumuzda hissettiğimiz yiyecek isteği ile sinirsel bir temeli paylaştığını keşfetti.

Araştırmacılar, önce gün boyunca sosyal izolasyona alınan bir kişiye, içinde bulunduğu bu izolasyon esnasında birlikte eğlenen, mutlu insanların fotoğrafını göstermiş. Ardından bütün gün yemek yemeyen, aç bırakılan diğer bir kişiye ise bir tabak dolusu peynirli makarna fotoğrafı göstermişler. Bu esnada çekilen beyin görüntülerinde her iki durumda da yani sosyal izolasyon ve açlık anında, ilgili uyarana yönelik beynin aynı bölgelerinin harekete geçtiği tespit edildi.

AKUT YALNIZLIK

Araştırma ekibinden Profesör John W. Jarve, "Tecrit edilmeye zorlanan insanlar, aç bir insanın yemeğe duyduğu arzuyla benzer şekilde sosyal etkileşimleri arzular. Bulgumuz, pozitif sosyal etkileşimlerin temel insan ihtiyacı olduğu sezgisel fikrine uyuyor. Akut yalnızlık, açlığa benzer şekilde insanları eksik olanı onarmaya motive eden caydırıcı bir durum" diyor.



Sosyal strese odaklanan araştırmanın bir parçası

Araştırma ekibi, bu çalışmanın verilerini 2018 ve 2019 yıllarında yani koronavirüs pandemiden ve bunun sonucunda ortaya çıkan sosyal izolasyonlardan çok önce toplamaya başlamış. Açıkladıkları yeni bulgular, sosyal stresin insanların davranışlarını ve motivasyonunu nasıl etkilediğine odaklanan daha büyük bir araştırma programının parçası.

PSI 2021

Düsseldorf - Almanya
18 - 20 MAYIS 2021

Türkiye Milli İştiraki
İstanbul Ticaret Odası Organizasyonu

PSI 2021'DE YERİNİZİ ALIN
ÜRÜNLERİNİZİ ZİRVEYE TAŞIYIN!

PSI FUARI

- Avrupa'nın en büyük ve etkin promosyon ürünleri fuarı
- 5 ayrı salonda 50.900 m² sergileme alanı
- 35 ülkeden 720 katılımcı
- 81 ülkeden 16.367 ziyaretçi
- 60. kez düzenlenecek PSI'nın her yıl yükselen ziyaretçi grafiği

ÖDEME PLANI

- Minimum stant alanı : 9 m²
Katılım bedeli : 4.410 TL/m²
1. Ödeme : Talep edilen m²x 1.000 TL
Başvuru ile birlikte
2. Ödeme : Kalan bedelin %50'si
18 Ocak 2021
3. Ödeme : Bakiye Bedel
29 Mart 2021
- Katılım sözleşmesi ile birlikte ödeme dekontunun Oda'mıza iletilmesi gerekmektedir.
 - İlk ödemeye ilişkin banka dekontundaki tarih ve saat dikkate alınarak bir sıralama gerçekleştirilecek, stant seçim hakkı tanınacaktır.

Teşekkür eder, saygılar sunarız.



İSTANBUL
TİCARET
ODASI 1882

Çiğdem Terzi Esendemir / Esra Avcioğlu

Tel : 0212 455 61 03 / 0212 455 61 10
GSM : 0533 959 30 57 / Faks: 0212 520 15 26
E-Posta : cigdem.terzi@ito.org.tr / esra.avcioglu@ito.org.tr

444 0 486 | ito.org.tr | in f @ / itokurumsal

KATILIM BEDELİNE DAHİL HİZMETLER

- Stant dekorasyonu ve aydınlatma
- Nakliye, gümrük, sigorta işlemleri
- Fuar kataloğu ve web sayfasında firma bilgilerinin yayınlanması
- Türkiye Milli İştiraki broşüründe firma bilgilerinin yer alması
- Fuar süresince iletişim ve ikram hizmetleri
- Fuar giriş kartı
- T.C Ticaret Bakanlığı'nın teşvik işlemleri hakkında bilgilendirme
- Devlet desteğine ilişkin ilgili Birlik tarafından talep edilen dosya masrafı

BANKA BİLGİLERİ

Hesap Adı : İSTANBUL TİCARET ODASI
Banka : YAPI KREDİ BANKASI
Şube : SULTANHAMAM - İSTANBUL
Kodu : 055
TL Hesap No : 60614779
IBAN : TR29 0006 7010 0000 0060 6147 79

- Ödemeler firma banka hesabından tam firma ünvanı ve "PSI 2021 FUARI" ibaresi ile gerçekleştirilmelidir.

Avrupa liginde oynayan ayakkabıda yeni trendler

MÜGE BİBER

GEÇEN yıl 1 milyar dolara yaklaşan ihracat rakamıyla kapatan ayakkabı sektörü, ihracatının yaklaşık yüzde 44.5'ini yüzü deriden mamul ayakkabılardan yapıyor. 2019 yılında 415 milyon dolar değerinde yüzü deriden mamul ayakkabı ihracatının gerçekleştirildiği sektörde, ikinci önemli ürün grubunu ise 265.5 milyon dolar ihracat ile dış tabanı ve yüzü kauçuk veya plastik maddeden yapılan ayakkabılar oluşturuyor.

İTALYA İLE REKABET

Geçtiğimiz yıl Rusya Federasyonu, Irak, Almanya, İspanya ve Suudi Arabistan'a 32 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Romanya, Libya, İtalya ve İngiltere diğer önemli ihracat pazarları arasında yer alıyor.

Ayakkabı sektörüne UR-GE tanıtımı

İstanbul Ticaret Odası, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi (UR-GE) projesine yönelik çalışmalar ve toplantılar yapıyor. Online olarak gerçekleştirilen toplantıda, ayakkabı ve ayakkabı yan sanayi sektörleri dijital tanıtım odaklı UR-GE projelerinin başvuru koşulları anlatıldı. Ayrıca ihracatçı firmalara, projeden en iyi şekilde faydalanmaları için dikkat etmeleri gereken hususlar hakkında bilgi verildi.



e-ticareti tercih edin

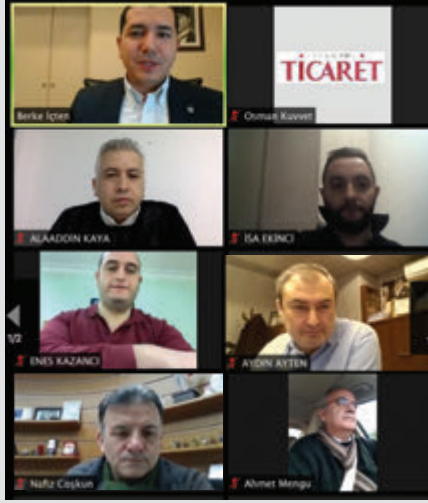
Seminerde

katılımcılara yeni ayakkabı trendleri hakkında yapılan sunumda, kalıcı olmak ve satış artırmak için önemli tüyolar verildi. Katılımcılara önümüzdeki dönemde fırsatları değerlendirmeleri için sunulan öneriler şöyle:

- İndirimli ürünler popülerlik kazanıyor. Koleksiyonda çeşit önemli.
- Tüketicilerin ürüne erişimeme ve ürünlerin bitmesi yönünde endişelerine cevap verilmeli.
- Farklı ürün, farklı fiyat kategorileri oluşturulmalı.
- Ürünleri e-ticaret siteleri ile satmak tercih edilmeli.

Ayakkabı sektörü, özellikle İspanya, Portekiz, İtalya gibi Avrupalı üreticilerle rekabet edebilecek bir potansiyelde. Avrupalı ayakkabı üreticisi ülkelerle rekabet edebilmek için devamlı çalışan sektör mensupları, yurt dışındaki fuarlara, sergilere ve ticaret heyetlerine katılıyor.

İstanbul Ticaret Odası, sektörün bu potansiyelini harekete geçirmek ve firmalara son trendler hakkında bilgi vermek için zoom üzerinden 'Ayakkabı Sektörü Trend Semineri' gerçekleştirdi. Seminerde, sektörün dinamikleri ve tüketici davranışlarını belirleyen akımlar, sezonun kadın-erkek moda trendleri, temalar, malzemeler ve renkler, kilit modeller, 2021-2022 yılı trendleri katılımcılara aktarıldı.



Marketler franchise modeliyle büyüyor

Pandemi döneminde yoğun talep gören marketler, franchise sistemi ile şube sayısını artırmaya başladı. Girişimcilerin yıl sonuna kadar 200 yeni market zinciri ile franchise anlaşması bekleniyor. Bu marketlere yatırım tutarı ise 200 bin TL ile 1.5 milyon TL arasında değişiyor.

CEYHUN KUBURLU

TÜRKİYE'de son bir yıl içerisinde market sayıları hızla arttı. Bu artışta, yerel ve uluslararası markaların franchise sistemi ile büyüme potansiyeli de etkili oldu. Özellikle pandemi döneminde marketlerin tüketiciler tarafından sık tercih edilmesi, şube sayılarının da artmasına yol açtı. Tüketiciler, daha çok internet ve paket servisi olan marketleri tercih etti. Kurumsal ve dijital altyapısını tamamlamış markaların franchise sistemine talep yoğunlaştı. Girişimcilerin yıl sonuna kadar 200 yeni market zinciri ile franchise anlaşması yapması bekleniyor. Bu marketlere yatırım tutarı ise 200 bin TL ile 1.5 milyon TL arasında değişiyor.

KADINLARA CAZİP FIRSATLAR

Özellikle nisan ayından itibaren markaların bu alanda önemli çalışmalar yaptığını anlatan sektör mensupları, "Birçok marka nisan ayında başlattığı franchise sistemi ile bugüne kadar onlarca yeni şube açtı. Markaların sistemi daha çok Anadolu'da yaygınlaştırmayı planladığını gözlemledik. Kurumsal zincir markalar dijital altyapıları ile önce çıkarken, daha çok yerel kalan marketler de İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlere açılmayı planlıyor" dedi. Marketlerin, belirlediği kriterlere uyan girişimcileri bünyesine katmak amacıyla 'süper' ve 'mini' formatlarında franchise verdiklerini dile getiren sektör temsilcileri, şöyle devam etti: "Markalar, bu alanda daha çok başarı hikayesi yazmak isteyen girişimcileri hedeflerken, tecrübesi olan yatırımcılara da farklı fırsatlar sunuyorlar. Yıl sonuna doğru market sayısını artırmak isteyen markaların, kadın ve genç girişimciler için cazip kampanyaları mevcut. Kadın girişimcilere ücretsiz eğitim ve pazarlama imkanı veriliyor. Ayrıca personel bulma ve ürün tedarikinde de birçok imkan tanınıyor.



Mahalleler daha cazip

İstanbul başta olmak üzere birçok şehirde home ofis çalışma koşullarının sürdüğüne dikkat çeken sektör mensupları, "İnsanlar, bir süre daha evlerinden çalışacak gibi görünüyor. Bununla birlikte evde tüketim daha da artacak. Bu nedenle de market markaları mahalle aralarını tercih ediyor. Hem kira bedelleri düşük hem de potansiyeli yüksek noktalar, markalar açısından cazip. Yıl sonuna kadar onlarca yeni market mağaza açacak. Yerellerinde Türkiye'ye yayılmasını bekliyoruz" diye konuştu.

Markaların hedefi çok kısa sürede şube sayılarını artırmak."

REKABETTE DİJİTAL AVANTAJI

Yapılan çalışmaların asıl amacının tüketici talepleri olduğunu vurgulayan sektör mensupları, şöyle konuştu: "Öncelikle motivasyonu yüksek olan, yerel bir market sahibi veya farklı bir bayiliği olup kazan-kazan ilişkisine dayalı bir işletme açmak isteyen, müşteri hizmetlerinde yetenekli olup yönetim becerisi bulunan, ticaret yapmak için herhangi bir sicil engeli olmayan her aday değerlendirilmeye alınıyorlar. Bu kriterleri sağlayan adayların tercih şehirlerin il veya ilçe merkezlerinde güçlü bir lokasyona sahip, mini formatlar için 100-280 metrekare ve süper formatlar için de 280-600 metrekare arası alanı olan girişimcilerle masaya oturuyorlar. Tüketiciler pandemi döneminde marketlere büyük ilgi gösteriyor. Özellikle dijital altyapısı olan zincir marketler rekabette bir adım öne çıkıyor. 65 yaş üstü vatandaşlar da artık dijital altyapısı olan marketleri tercih ediyor. Home ofis çalışanların da tercihi bu marketler."

FİRMANIZI İŞ DÜNYASINA BİZ TANITALIM!



İlanlarınız gazetemizle dünyaya ulaşıyor!

İstanbul Ticaret Gazetesi'ne vereceğiniz ilanlar iPhone, iPad ve Android uygulamaları ile şimdi tüm mecralarda!



444 0 486 | ito.org.tr | itokurumsal



İstanbul Ticaret Odası Kurumsal İletişim Müdürlüğü, Merkez Bina / Eminönü - İstanbul
Cengiz Kazan (cengiz.kazan@ito.org.tr) Tel: 0212 455 65 42

ReadJournal

Dostluğu taçlandırmak; Azerbaycan-Türkiye üniversitesi mümkün mü?

Açıkça söylemek gerekirse; Azerbaycan ile Ermenistan arasındaki Karabağ savaşında Türkiye'nin oynadığı aktif rol ve fiili yardım, iki ülke insanı arasında var olan yakınlığı müthiş bir şekilde artırdı. Yine açıkça söylemek gerekirse, Türkiye ile Azerbaycan arasındaki ilişkilere yönelik en önemli eleştirisi; 'söz çok, icraat yok' veya 'işin sadece edebiyatını yaparlar' şeklinde özetleyebileceğimiz negatif çağrışımdır. Bu durum maalesef, yaygın bir anlayış haline gelmiş ve iki ülke arasında bir şekilde ilişkide olan çoğu kimsenin kuvvetle yakındığı bir husustur. Diğer yakınlık bir husus ise 'iş bürokrasiye boğarlar, ilerleme çok ağır olur' yargısıdır.

Bu yaklaşımdan gerçekçi olarak dostluk adına davranan hiç kimsenin bir memnuniyeti olamaz. Ancak bu oyalama taktiklerinden iki ülke arasında daimi bir dostluk istemeyen gizli düşmanların bir çıkarı olabilir. Onlar doğal olarak ilişkisinin bu şekilde devamından yana olurlar. Klasik hale gelen FETÖ taktiği budur. Bu yüzden iki tarafın da bu konuda duyarlı olmaları beklenir. Kötü niyetlilerin eli, ancak bu şekilde duyarlılık göstererek boşa çıkarılabilir. Hepimizin bildiği önemli bir hususu hatırlayalım. Dostlukların sağlam kurulması ve uzun yaşaması için en önemli işbirliği alanı eğitimidir. Bu ilişki sağlam temellere dayalı kurulursa her iki tarafta da hem dostluklar pekişir hem de çok yararlı çıktıları olur. Zira eğitim; birey üzerinden aile ve toplumu, bu ise devleti etkiler. Bu durum aynı zamanda iki devletin de çıkarına olan uzun bir süreci planlamak ve yönetmektir.

Eğitimde atağa geçmek

Bu karşılıklı memnuniyetsizlik doğuran hususu tedavülünden kaldırmak iki tarafın ortak gayreti ile mümkün. Azerbaycan-Ermenistan savaşındaki fiili dostluğumuzu vesile kılarak 'iki devlet, tek millet' anlayışının içi boş bir husus olmadığı somut olarak gösterilmiş oldu. Şimdi buradan hareketle ve çok hızlı bir şekilde eğitim üzerinden ilişkileri geliştirecek somut adımlar atmanın tam zamanıdır. İki ülke açısından eğitimin bütün aşamalarında atağa geçmek için önümüzde hiçbir engel yok ve aksine ortam çok uygun. Dolayısıyla bu alandaki ilişkilerimizi hızlı bir şekilde geliştirmek için her iki tarafın da üstün bir gayret sarfetmesi gerekir. Özellikle Maarif Vakfı, seçkin okullar zincirine Azerbaycan'ı ekleyebilir ve çalışmalarına burada hızlı bir şekilde başlayabilir. Bu, iki ülke açısından son derece önemli ve anlamlı bir adımdır. Nitelikli eğitim bağı ile kurulacak ilişki daimi olur. Aslında Maarif Vakfı'nın eğitim alanındaki dünya tecrübesi Azerbaycan için de önemli ve seçkin bir kazanım sayılır.

Yükseköğretimde işbirliği

Gelelim asıl meseleye. Bilindiği üzere ülkemizin bazı devletlerle ortaklaşa kurduğu üniversiteler var. Bunların bir kısmı gelişmiş ülkeler; Almanya, Japonya gibi. Bunun yanında Kazakistan ve Kırgızistan ile de ortak üniversitemiz var. Bunlara ilaveten Azerbaycan Türkiye Üniversitesi çok uygun düşer. Madem ki iki devlet, tek millet felsefesi en çok iki ülke arasında söz konusu. O halde yüksek öğretim alanında işbirliğine gitmek taraflar için vazgeçilmez bir zorunluluktur. Türkiye'nin yüksek öğretim alanında ciddi bir deneyime ve yetişmiş insan kaynağına sahip bulunması Azerbaycan için de önemli bir fırsat. Bu fırsatı değerlendirmek her iki ülkenin de yararına. Ülkemizdeki Azerbaycanlı öğrencilerin sayısını bile artırır. Üstelik dil konusunda rahatlıkla anlaşılacağı için de hiçbir zorluk çekilmez. Bu da eğitim açısından önemli bir avantaj sayılır.

Laftan öteye geçmiş olmanın en önemli inandırıcılığı, eğitimle ilgili somut adımlar atmaktır. Eğitim üzerinden her türden işbirliği, uzun soluklu ve gerçekçi kazanımlar ortaya çıkarır. Bu konuda yeni bir model de denenebilir. Öğrenimin yarısı Türkiye'de, yarısı Azerbaycan'da olabilir. Böylelikle her iki taraftan gelen öğrenciler iki ülkenin eğitim ve kültürel imkanlarından istifade etmiş olurlar. Bu da öğrenciler açısından ayrı ve zengin bir kazanım sayılır. İki ülkeyi daha çok birbirine yakınlaştırır. Bu vesile ile Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Başkanı Prof. Dr. Turan Yazgan Hoca'yı yıllar önce Azerbaycan'da başlattığı eğitim çalışmalarını hatırlayarak rahmetle anmış olalım.



Prof. Dr. Ahmet Emre BİLGİLİ

İstanbul'un kalbindeki KAPANLAR

İstanbul'un ilk yerleşim yeri olan Eminönü, 8 bin 500 yıllık geçmişinde hep ticaretin kalbiydi. Eminönü ve diğer semtlerin adlarının da ticari kökenli olması bunun kanıtı.

DİLŞAH KEFLİOĞLU

BİZANS'ta olduğu gibi Osmanlı döneminde de binlerce denizci ve tüccarın faaliyeti ile yoğun bir ticaret sahası olan, deniz gümrüğü ve gümrük emniyetinin burada yer almasından dolayı bugünkü adını alan Eminönü, yüzyıllardır İstanbul'un büyük bir liman semti olarak önemini sürdürdü. Eminönü'nü ticaretin kalbi olarak düşündüğümüzde, buna bağlanan iki kol olan Sirkeci ve Unkapanı semtleriyle birlikte bu eksen (Sirkeci-Eminönü-Unkapanı) Osmanlı döneminde hanlar, dükkânlar ve hatta kapanlarla donatıldı.

KAPAN TACİRİ

Payitaht'ın ticaret merkezi Eminönü'ne dünyanın her yerinden taşınan mallar, piyasaya sürülmeden evvel 'kapan' denilen ve her biri müstakil ticari merkez hüviyetindeki yerlere getiriliyordu. Kapan isminin büyük bir terazi türü olan kabbandan geldiği belirtiliyor. Haliç kıyısındaki bu kapanlarda ürünlerin ölçümleri, fiyatlandırılması ve dağıtım işlemleri yürütülüyordu. Buna göre İstanbul'a deniz yahut kara yoluyla ulaşan mallar, niteliklerine göre ayrılmış önce 'Çardak' denilen gümrükten geçiyor, sonra da Yağ Kapanı, Bal Kapanı, İpek Kapanı, Un Kapanı gibi merkezlere boşaltılıyor, gerekli işlemlerin ardından toptan olarak satışa çıkıyordu. Böylece hem kalite kontrolü hem de dengeli bir fiyat politikası sağlanıyordu. Tüm bu ticari hayatın düzenli işlemesi için kapanlarda vazifeli memurlar bulunuyordu. Hatta kapanlarda esnaf temsilcileri dahi vardı. Kapan naibi, ürünlerin kalitesini ve ölçümlerinin doğru yapıpı yapılmadığını denetler, icap ederse ceza uygulardı. Pamuktan enfıyeye, hububattan yağa önce limana, ardından kapana getirilen tüm mallar için vergi işlemleri de gene buralarda uygulanırdı. Malları Payitaht'a getiren büyük tüccarlar ise 'kapan hacısı' olarak anılırdı. Ürünlerin fiyatlandırılmasında kapan hacılarının da bilgisi ve görüşleri önemliydi. Kapanlardaki malları toptan olarak alıp satan tacirler ise 'kapan taciri' olarak adlandırılıyordu.

ÖZEL İSKELELER

Fethin ardından ticari hayatın işleyişi için vakit kaybetmeden çalışmalar başlatıldı. O devirde işlev kazandırılan ve günümüzde hâlâ bir semt ismi olarak yaşayan Unkapanı da bu ticari atımlardan biri. Zahire ve hububat ticaretinin merkezi konumundaki Unkapanı, İstanbul'a getirilen bu ürünlerin ilk durağıydı. İmparatorluğun dört bir yanından ve diğer memleketlerden gelen mallar, Unkapanı'nda kontrolnden geçirilip fiyatlandırıldıktan sonra İstanbullularla buluşturuluyordu. Ayrıca kapanlara tahsis edilmiş özel iskeleler mevcuttu. Yani şehre hububat taşıyan gemiler Unkapanı'nın iskelesine demirler, ürünlerini buraya boşaltırlardı. Kapan tacirleri mal getirmek için yola çıkarlarken, nereden ve tahmini ne kadar mal getirecekleri de bilinirdi ki, böylece üreticiden tüketiciye kadar uzanan safhada, tam bir ticari nizam sağlanması hedeflenirdi. Unkapanı'na taşınan mallar nihayetinde türlerine göre ayrılmış defterlere kayıt edilir, daha sonra da kapan naibinin müsaadesi ile esnafa dağıtılırdı.

Bu semtlerden biri de Unkapanı ve bu isme kaynaklık yapan kapanlar... Kapanlardaki malları toptan olarak alıp satan tacirler ise 'kapan taciri' olarak adlandırılıyordu.

Ticari hüviyetinin geçmişi Osmanlı dönemini aşmış Bizans'a kadar ulaşan Tahtakale, Eminönü'ndeki hanların yoğun olarak toplandığı bir bölge. Kendi ismiyle anılan Balkapanı Sokak'taki Balkapanı Han ise bu ticaret semtinin en mühim yapılarından biri. Tahtakale, Bizans devrinde bir Venedik mahallesine ev sahipliği yapıyordu. Fetihden sonra da Venediklilerin İstanbul'daki varlığı devam etti. Venedik Cumhuriyeti'nin elçisi mahiyetindeki Balyos da, sefirler Galata'ya taşınana değin burada yaşadı. Balyosluk makamı, Venedik Cumhuriyeti'nin 1797'de lağvedilmesi ile tarihe karıştı. Bununla beraber Balkapanı Han'ın isminin baldan değil de balyostan geldiğini ileri süren fikirler var. Zira hem balyos bir zamanlar bu bölgede yaşıyordu hem de Balkapanı Han'ın temelleri ve bodrumunun Bizans devrinden kaldığı tespit edildi. Evliya Çelebi'nin Seyahatnâme'de "Kale gibi büyük bir han" diye anlattığı Balkapanı, sadece bal değil, peynir, pastırma, kahve, sabun, zeytinyağı gibi çok çeşitli ürünlerle de ev sahipliği yapıyordu. Hanın altındaki

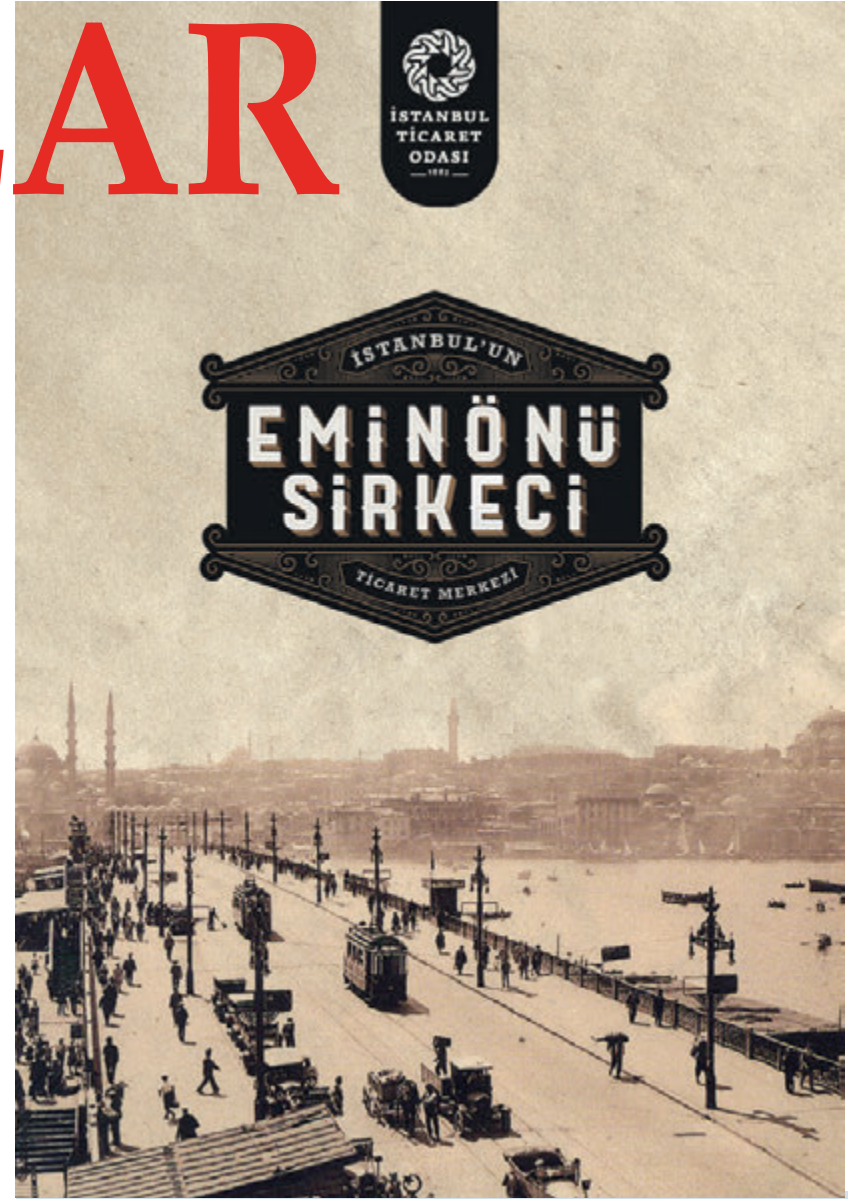


İstanbul'un perakende tarihi

İstanbul'a iase kapsamında gelen mallar ağırlıklı olarak kapanlar üzerinden çarşılar ve dükkânlarla dağıtılıyordu. Bunun dışında semt pazarları da kuruluyordu. Buralarda fırıncı, bakkal, kasap, manav gibi günlük ihtiyaçları karşılayan esnaf sergi açardı. Bir de 'tablakâr' denilen esnaf vardı. Bunlar sokaklarda tablalarda perakende kuruyemiş, sabun, limon gibi mallar satarlardı. Tüm bu esnaf, loncalar ve divanhanelere mensuptu.

Unkapanı adı un ticaretine dayanıyor

İstanbul'un iasesinde en önemli madde, kuşkusuz buğdaydı. Çünkü ekmek İstanbul'un en temel beslenme kaynağıydı. Başkente Tekirdağ'dan Kefe'ye, Akkerman'dan İbrail'e, Volos'tan İskenderiye'ye dek imparatorluğun farklı coğrafyalarından çeşit çeşit buğday gelirdi. Bu buğdaylar ağırlıklı olarak Unkapanı İskelesi'nde boşaltılır ve doğrudan tartılmak ve depolanmak üzere kapana gönderilirdi. Unkapanı semti adını 'un' ve Osmanlılar döneminde kullanılan bir çeşit tartı aleti olan, toptan satış yapılan yer anlamına da gelen 'kapan' kelimelerinden alıyor. Semte 'Unkapanı' denilmesinin sebebi ise İstanbul'a tahıl getiren gemilerin yüklerini Unkapanı'na boşaltmaları... İstanbul'a gelen zahire, yiyecek ve diğer ihtiyaç maddelerinin ölçümünün, ekspertizinin, fiyatlandırılmasının ve dağıtım işlemlerinin yapıldığı kapanların en önemlilerinden biri olan Unkapanı'nın burada bulunması, giderek semtin de aynı adla anılmasına neden oldu.



Bizans'tan Osmanlı'ya ve Cumhuriyet'ten günümüze İstanbul perakende dünyasına dair uygulamalara ve yapılara dair bütün bu bilgileri İstanbul Ticaret Odası tarafından yayınlanan 'İstanbul'un Ticaret Merkezi: Eminönü-Sirkeci' isimli kitaptan derledik. Bu kitaba, www.ito.org.tr adresindeki kütüphaneden PDF olarak ulaşabilir veya Eminönü'ndeki Kitap İstanbul mağazasından edinebilirsiniz.

VİTRİNDEKİ İŞ KİTAPLARI

Hazırlayan: TOLUNAY DAYI tolunay.dayi@ito.org.tr

Marka birleşmeleri

Günümüzde pek de seyrek olmayan bir sınai ve ticari olgu durumundaki marka birleşmelerini konu edinen bu kitapta, şu konular yer alıyor: Markalama kararları ve marka denkliliğinin marka yönetimi açısından önemi, marka birleşmeleri ve tüketici davranışları, marka birleşmeleri ve tüketici satın alma kararına ilişkin bir uygulama.

Bülent Özsaçmacı
Gazi Kitabevi

Etik boyutlarıyla insan kaynakları yönetimi



İnsan kaynakları yönetimi, etik ve uygulamalı etik, iş ve yönetim açısından etik, insan kaynakları yönetimi ve etik, insan kaynakları yönetimi fonksiyonları ve etik, insan kaynakları

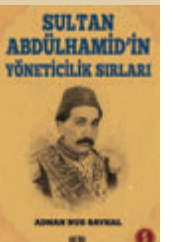
yöneticisi ve etik, bilgi toplumunda insan kaynakları ve etik gibi konular kitapta ele alınır. Kitap, personelin işe alınmadan emekli edilinceye kadar geçen süreçlerdeki yönetiminde başarılı olmak isteyen kişi ya da kurumların başvuracakları bir kaynak niteliğinde görülebilir.

Ersin Kavi
Dora Yayıncılık

Sultan Abdülhamid'in yöneticilik sırları

Kitapta; sayısız anektod anlatılarak Sultan Abdülhamid'in şahsiyeti, karakteri, kabiliyetleri ve zaafırları canlandırılmaya çalışılmış. Kitabı okuyanlar padişahu, sembolden ibaret bir şahsiyet olarak değil, kendi gibi bir insana bakarmışçasına görebiliyor.

Adnan Nur Baykal
Akıl Fikir Yayınları





Fikri olan gençlere 90 milyon lira destek

Destek programının amacı

Gençlik Projeleri Destek Programı (GPDP), Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından gençlerin hayallerini desteklemek, gönüllülük çalışmalarını güçlendirmek, ülke ve insanlık için yenilikçi fikirlere ve girişimlere imkan tanımak, kültürel etkinliklere ve sanata katılımı incelemek, gençlerimizin kişisel ve sosyal gelişimlerine katkı sunmak, çevreye ve tüm canlılara duyarlılığı artırmak, aktif bir hayat tarzını teşvik etmek hedefleri doğrultusunda yürütülüyor.

Daima seninle olanlara birini daha ekle

VakıfBank, daima seninle.



#daimaseninle

444 0 724 | vakifbank.com.tr

Instagram Facebook Twitter LinkedIn /vakifbank

VakıfBank
Burası Sizin Yeriniz

Gençlik Projeleri Destek Programı'na bu yıl 4 binin üzerinde başvuruyla rekor kırıldı. Başvurulardan 765'ine, 25 bin ile 350 bin lira arasında değişen miktarlarda mali katkı verilecek. Böylece verilen destek miktarı 90 milyon liraya ulaşacak.

GENÇLİK ve Spor Bakanlığı'nın gelenekselleşen Gençlik Projeleri Destek Programı ilk çağrısı 35 milyon TL olarak açıklandı. İlk çağrıdan sonra bakanlığa rekor sayıda başvuru geldi. Bakanlık, kişi ve sivil toplum kuruluşlarından gelen 4 binin üzerinde proje başvurusundan 765'ine, 25 bin TL ile 350 bin TL arasında mali destek vererek, toplam 90 milyon TL proje desteği sağlayacak.



SONUÇLAR İNTERNETTE

Program, Gönüllülük, Kişisel Gelişim, Fiziksel Aktivite, Egzersiz ve Spor, Kitap Kahve, Kültür ve Sanat, Yenilikçi Fikirler, Çevre ve Hayvanların Korunması olmak üzere 8 başlıktan oluşuyor. Gençlik ve Spor Bakanlığı'ndan yapılan açıklamada, proje teklifi sunan proje yürütücülerinin başvuru sonuçlarını <https://gdpd.gsb.gov.tr> linkinden sorgulayabilecekleri bildirildi.

Açıklamada, "Ayrıca proje koordinatörünün tanınmış e-posta adresine bildirilir. Desteklenmesi uygun görülmeyen proje teklifleriyle ilgili e-posta ile bildirim yapılmaz. Bakanlık tarafından projesinin desteklenmesi uygun bulunan proje yürütücülerine sözleşme imzalanması için gereken evrakların hazırlanması, proje eğitimi, bütçe revizyonu ve sözleşme imzalaması işlemlerini içeren program konusunda ayrıca bilgilendirilecek" ifadeleri yer alıyor.

DESTEK DEVLETTEN

Gençlik ve Spor Bakanı Mehmet Muharrem Kasapoğlu, bakanlık olarak gençlere sadece moral ve motivasyon desteği değil, gerektiğinde finansal destek de vereceklerini belirtti. Bakan Kasapoğlu, şunları söyledi:

"Gençlerimizin işlerini kolaylaştırmak bakanlık olarak bizim görevimiz. Gerek bakanlık, gerekse de diğer kurumlarla işbirliği halinde proje destekleri veriyoruz. Gençlerimize, 'Fikir senden, destek bizden' diye sesleniyoruz."



Birden fazla başvuru

Gençler, 8 başlıktan oluşan programa birden fazla konu ile proje başvurusu yapabilecek. Bunun yanı sıra daha önce başka bir fondan destek almış ama uygulaması biten projeler arasında sadece olumlu sonuç almış projeler tekrar bu programdan yararlanabilecek. Fakat başka bir fondan destek alan projeler bu programa aynı proje kapsamında başvuruda bulunamayacak.

