



KTSO Ticaret Heyeti Organizasyonu kapsamında düzenlenen ikili iş görüşmeleri Londra'nın Kensington bölgesinde Copthorne Tara Hotel'de yapıldı

Ali Kamacıoğlu: "İhracatçımızın önünü açmak için artık sahadayız"



"Önümüze koyduğumuz ihracat yılı hedefinin en önemli adımlarından birini attık. İhracatımızın ve ihracatçımızın önünü açmak için artık sahadayız ve benzer organizasyonlarla diğer ülkelerde de sahada olmaya devam edeceğiz" Kıbrıs Türk Sanayi Odası'nın (KTSO) ülkenin ihracat potansiyelini güçlendirmek amacıyla ilk kez düzenlediği Londra Ticaret Heyeti etkinliği, Londra'nın Kensington bölgesinde Copthorne Tara Hotel'de 9 Haziran Perşembe günü gerçekleştirildi.

İngiltere saatiyle 10.00-17.00 saatleri arasında düzenlenen etkinliğe Kıbrıs'tan farklı sektörlerden 14 üretici-ihracatçı firma katılarak, İngiltere'den ve dünyanın farklı yerlerinden gelen potansiyel iş ortakları ile buluştu. İkili görüşmelerde, zeytin ve zeytinyağı, endüstriyel mutfak ürünleri, tuğla, kahve, mobilya ve ayakkabı gibi birçok ürün gurubu yer aldı.

Haberi 8-9'da

Odamızın yıllardır Yeşil Hat Tüzüğü üzerinden işlenmiş gıda ihracatı için verdiği mücadele kazanıldı

İlk zeytinyağı ihracatı Güney Kıbrıs'a yapıldı

Kıbrıs Türk Sanayi Odası'nın (KTSO) yıllardır hakkı olan için verdiği haksızlık mücadelesi zaferle sonuçlandı. Yeşil Hat Tüzüğü kapsamında olmasına rağmen işlenmiş gıda ihracatına sürekli tarife dışı engel çıkarılmasının önüne geçilerek ilk kez Güney'e zeytinyağı satışı gerçekleşti. 28 Haziran'da 120 şişe 750 ml ambalajında

zeytinyağı Metehan Sınır Kapısı'ndan Güney Kıbrıs'a gönderildi. Ayrıca, macun, reçel ve pekmez gibi 6 adet pilot ürün de numune olarak Güney Kıbrıs'a yollandı. Bu tarihi adımla, diğer işlenmiş ve katma değeri yüksek gıda ürünlerimizin de Yeşil Hat Tüzüğü kapsamında ihraç yolu açılacaktır.



İhracatçımız sipariş alınca neden morali bozuluyor?

Hüseyin EZGİN
Editör

Sayfa 2'de



Londra Ticari Heyeti'nin ardından

Gizem ALIŞKAN
Dış İlişkiler Sorumlusu

Sayfa 10'da



Coğrafi İşaretler, Akreditasyon ve Sanayi Odası Belgelendirme Birimi

Kemal ÖZTÜRK
KTSO Belgelendirme Müdürü

Sayfa 15'de



Yeni Hükümete Notlar ve Neden Yerli Mali Kullanmalıyız?

Mustafa Ümit Ersöz
KTSO Asbaşkanı

Sayfa 11-12-13-14



İhracatçımız sipariş alınca neden morali bozuluyor?

Hüseyin EZGİN / Editör

Tuhaf bir soru cümlesi. Ama gerçek. Maalesef şu an durum bu. Peki, nasıl oluyor da bu oluyor bir bakalım.

Odamız bu yılı ihracat yılı ilan ederek canla başla çalışmaya başladı. Londra Ticaret heyeti düzenleyerek ihracatçılarımızı Londra'da alıcılarla bir araya getirdi. Olumlu gelişmeler de yaşanmaya başladı. Devamında da ihracat gerçekleşmesi bekleniyor. Bunların hepsi normal beklenen olması gereken sonuçlar. Esas sıkıntı bundan sonra başlıyor.

“İhracat” dünyada en çok üzerinde durulan, büyük öneme sahip ekonomik trafiktir. Çünkü ülkeye finans akışını sağlayan bir kanaldır. Bu nedenle her ülke teşvik olsun diye ihracatını artırmak için olumlu yönde kararlar ve uygulamalar üretir.

Bizim ülkemizde de benzer uygulamalar var. İhracat Teşvik Tüzüğü altında yer alıyor. Özet olarak ne diyor bu tüzük; “İhracatın AB ülkelerine yapılması (Günay Kıbrıs hariç), ihracatın serbest bölgelerden yapılmaması veya alıcı firmanın bu bölgelerde olmaması. İhracat bedelinin en az %20'sinin ülkeye getirilmesi ve bunun banka havalesi, ihracat karşılığı çek veya ihracata takas yolunun banka belgesi ve gümrük evrakları ile tevsiki. Ürünleri yerli sanayi ürünü olması. İhracatçıya, bu tüzük kurallarını yerine getirmesi şartıyla, bakanlık tarafından ihracat bedelinin %14'lük kısmı ihracat desteği olarak verilir.” Diye maddeler sıralanıyor.

1994 yılında ABAD bir karar alarak KKTC menşeli mallara yüzde 14 ekstra gümrük uygulamaya başladı. Bunu telafi etmek için de yine o yıllarda girişimler başlatıldı. Bunun mağduriyetinin telafisi için kararlar alındı. Çünkü çok yüksek miktarlarda AB'ye konfeksiyon ihracatımız vardı. Gelelim can alıcı noktaya. Tüzük şöyle diyor: “İhracatçıya bu tüzük kurallarını

yerine getirmesi şartıyla, bakanlık tarafından ihracat bedelinin yüzde 14'lük kısmı ihracat desteği olarak verilir. Ancak ihracatın döviz cinsinden gerçekleşmesi durumunda ihracat tarihindeki KKTC Merkez Bankası döviz alış veya çapraz kurları esas alınır ve ihracat desteği Türk Lirası olarak hesaplanır.”

Yani tüzük diyor ki, “sen şartları yerine getir ihracatını yap, vergileri öde ben sana sonra ödeyeceğim.” Ama ne zaman ödeyecek, kaç ayda ve hatta kaç yılda belli değil. Üstelik de o tarihteki döviz kuru üzerinden TL olarak. Gelelim diğer teşvik olan navlun ödemelerine. Şöyle deniliyor:

“Navlun iadesi için sunulan navlun faturasında belirtilen navlun bedelinin (taşıma ücretinin) Ticaret Dairesi tarafından uygun görülmesi durumunda navlun bedelinin tamamının ödenmesi veya Ticaret Dairesi Müdürlüğü tarafından saptanan veya uygun görülen navlun bedeli taşıma ücreti) ödenir. Ancak, navlun iadesi tutarının; ihracatın TC'ye yapılması durumunda ihracatçı firmanın satış faturasındaki ihracat bedelinin %15'ini, ihracatın üçüncü ülkelere yapılması durumunda ihracatçı firmanın satış faturasındaki ihracat bedelinin %20'sini aşmaması gerekmektedir.”

Bunun da kaderi %14 ödemesi gibi aynı. Ödeme tarihi belli değil. Kaç ay kaç yıl kimse bilmez. Bizim sanayicimiz veya ihracatçımızın işletme sermayeleri bu yükü kaldıracak durumda değiller. Bu teşvikler, rekabet şanslarının yüksek olması ve rekabet avantajı sağlanması için veriliyor. Ama “verilme” süresi uzadıkça küçük ölçekli işletmelerimiz ihracatlarını sürdürmekte zorlanıyor hatta sipariş almak istemiyor. Çünkü siparişi karşılayabilecek hammadde alım gücü her geçen gün zayıflıyor. Yani sanayicimiz çok uzun zamandır nutuk değil, icraat bekliyor.

Vidalı kompresör ve jeneratörde kaliteli,
özel servis hizmetini sizlerle buluşturuyoruz...



Her güçte jeneratör bakım, tamirat
ve satış hizmeti verilmektedir.

Her marka vidalı kompresör ve
jeneratör yedek parçası mevcuttur.



Her güçte vidalı kompresör servis,
bakım ve satışı bulunmaktadır.

Her güçte temiz su hidroforları ve
atık su pompaları bulunmaktadır.



Farkındalığın enerjisiyle daha iyiye evriliyoruz.

Bellapais'in tarihi dokusuyla bütünleşen
4 yatak odalı, geniş arazi içinde,
354 m2 yaşam alanına sahip
KAIZEN'de sadeliğin zarafeti sizleri bekliyor.



KAIZEN

BY ÖZYALÇIN



+90 392 650 2900 | +90 548 850 2900



sales@ozyalcinconstruction.com



ozyalcinconstruction



ozyalcinconstruction_

www.ozyalcinconstruction.com



"HER FABRİKA BİR **KALEDİR**"

H. Atatürk

15 FABRİKA / 11 BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ / 1820 BAYİ
115.000 M² KAPALI ÜRETİM ALANI / 792 FARKLI ÜRÜN GRUBU



Distribütörlüklerimiz



+90 392 444 52 53 f kaleboya @ kaleboya_onaltgroup www.kaleboya.com

Sanayi Odası'ndan Alman Büyükelçi Anke Schlimm'e ziyaret

Kıbrıs Türk Sanayi Odası (KTSÖ) Başkanı Ali Kamacıoğlu ve beraberindeki heyet 13 Nisan'da Almanya'nın Kıbrıs Büyükelçisi Anke Schlimm'i ziyaret etti. Ziyarete, Yeşil Hat Ticareti, Hellim konusundaki gelişmeler, ticari heyetler ve diğer konularda görüş alış verişinde bulunuldu. Ziyaretin sonunda Başkan Ali Kamacıoğlu büyükelçiye anı hediyesi verdi.



Ekonomi ve Enerji Bakanı Olgun Amcaoğlu'na ziyaret



Başkanımız Ali Kamacıoğlu ve beraberindeki heyetle 26 Mayıs'ta Ekonomi ve Maliye Bakanı Olgun Amcaoğlu'na bir ziyaret gerçekleştirdi. Ziyarete Bakanlık Müsteşarı ve Sanayi Dairesi Müdürü de hazır bulundu. Odamızın hazırladığı gündem üzerinden gerçekleşen toplantıda Bakan Olgun Amcaoğlu, sunulan gündemde yer alan maddelerin hepsinin çözümlenebileceğine değinerek, "Sanayi odası benim inandığım ve önemsendiğim başarılı bir kurum. Birlikte çalışarak

aşamayacağımız sorun bulunduğunu sanmıyorum" dedi.

Başkanımız Ali Kamacıoğlu ise, "Sizin sanayiye karşı olan yakın ilginizi biliyoruz. Bu nedenle konularımızı sizinle paylaşmak için buradayız" diye konuştu.

Toplantının sonunda gündemde yer alan konuların işlenmesi ve takibi konusunda ortak bir komite kurularak bir protokol çerçevesinde önümüzdeki hafta başından itibaren çalışma başlatılması kararlaştırıldı.

Osmaniye ile Dört Yol ticaret ve sanayi odalarından ziyaret



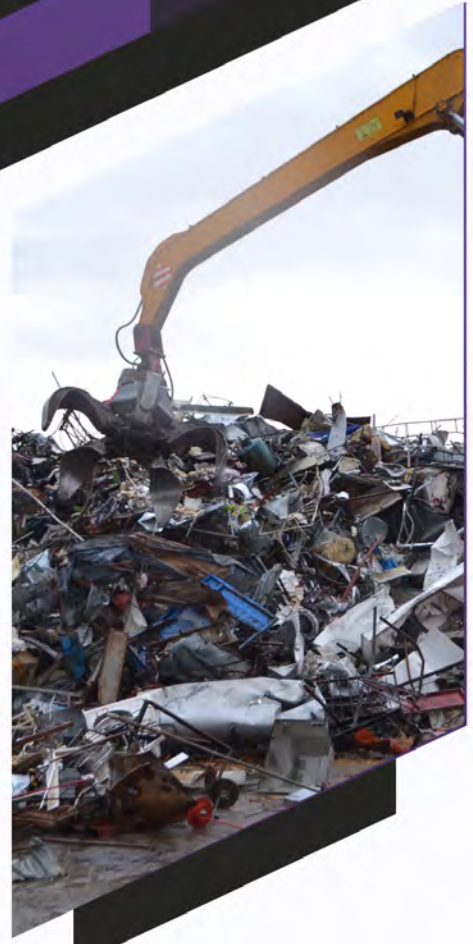
Osmaniye Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Devrim Aksoy ile Dört Yol Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Ercan Yıldırım ve beraberindeki yönetim kurulu üyeleri odamıza nezaket ziyaretinde bulundu. Sohbet ortamında geçen ziyarette, ilişkilerin geliştirilmesinin önemine vurgu yapıldı.



Ziyaretin sonunda Dört Yol Sanayi ve Ticaret Odası ile yapılan işbirliği protokolünün aynısı Osmaniye Ticaret ve Sanayi Odası ile de yapıldı. Protokole Oda Başkanımız Ali Kamacıoğlu ve Osmaniye Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Devrim Aksoy imza koydu. Daha sonra ziyaret anı hediyeleri karşılıklı olarak verildi.

HURDANIZA

Değer Katıyoruz



ASBUZU TİC.
ŞTİ. LTD.

ASBUZU

Tel: 0 392 223 57 95

Gsm: 0533 832 51 51 - 0533 826 29 83

Fax: 233 54 75 - E-mail: satis@asbuzu.com

Merkez: Haspolat Sanayi Bölgesi No:5 / Lefkoşa

Şube: Serbest Bölge Mağusa Liman / Mağusa

Hurda Alım-Satım
İkinci El Yedek
Parça Satışı

KTSO Ticaret Heyeti Organizasyonu kapsamında düzenlenen ikili iş görüşmeleri Londra'nın Kensington bölgesinde Copthorne Tara Hotel'de yapıldı

Ali Kamacıoğlu: "İhracatçımızın önünü açmak için artık sahadayız"

"Önümüze koyduğumuz ihracat yılı hedefinin en önemli adımlarından birini attık. İhracatımızın ve ihracatçımızın önünü açmak için artık sahadayız ve benzer organizasyonlarla diğer ülkelerde de sahada olmaya devam edeceğiz"

Kıbrıs Türk Sanayi Odası'nın (KTSO) ülkenin ihracat potansiyelini güçlendirmek amacıyla ilk kez düzenlediği Londra Ticaret Heyeti etkinliği, Londra'nın Kensington bölgesinde Copthorne Tara Hotel'de 9 Haziran Perşembe günü gerçekleştirildi. İngiltere saatiyle 10.00-17.00 saatleri arasında düzenlenen etkinliğe Kıbrıs'tan farklı sektörlerden 14 üretici-ihracatçı firma katılarak, İngiltere'den ve dünyanın farklı yerlerinden gelen potansiyel iş ortakları ile buluştu. İkili görüşmelerde, zeytin ve zeytinyağı, endüstriyel mutfak ürünleri, tuğla, kahve, mobilya ve ayakkabı gibi birçok ürün gurubu yer aldı. Londra Ticaret Heyeti'nin açılış konuşmasını yapan KTSO Başkanı Ali Kamacıoğlu, bu etkinliğin bir başlangıç olduğunu ve sürecin devamında farklı ülkelerde de benzer etkinlikler düzenlemeyi tasarladıklarını, bu konuda çalışmalarının tüm hızıyla devam ettiğini ifade ederek, "Önümüze koyduğumuz ihracat yılı hedefinin en önemli adımlarından birini attık. İhracatımızın ve ihracatçımızın önünü açmak için artık sahadayız ve benzer organizasyonlarla diğer ülkelerde de sahada olmaya devam edeceğiz" dedi. Kıbrıs Türk Sanayi Odası Başkanı Ali Kamacıoğlu'nun konuşmasının ardından, Türkiye Cumhuriyeti Londra Büyük Elçiliği Ticaret Baş Müşaviri Hasan Murat Özsoy, katılımcı iş insanlarına Birleşik Krallık ticari mevzuatı ve potansiyel pazar hareketleri üzerine detaylı bir sunum yaptı. Londra Ticari Heyeti etkinliği ikili görüşmeler ve sonrasında düzenlenen resepsiyon ile devam etti. Londra Ticari Heyeti etkinliği bugün de iş insanlarının karşılıklı ziyaretleri ve iş geliştirmeleri ile devam edecek.





**Etkinliğe katılan
firmalarımız şöyle:**

"1- Akdeniz Zeytin ve Zeytinyağı Ltd (Ayrini). 2- Ecolive Zeytin ve Zeytincilik (Ecolive) 3- Nakar Sanayi Ve Tic. Şti. Ltd. (Karsal) (endüstriyel mutfak) 4- Gigabyte Ltd. (Bilişim) 5-Lütfiye Özipek Ayakkabı Sanayi Ltd. (Özipek) 6- Yeşil Lefke Ticaret Ltd. (Yeşil Lefke) (Zeytin ve Zeytinyağı) 7- Old John Enterprises Ltd. (Girne Con Kahve) 8- Özerlat Ltd. (Özerlat Kahve) 9-Agrotem Trading Ltd. (Templos) (Zeytin ve Zeytinyağı) 10- Sezer Köroğlu Ltd. (Mobilya) 11- Gürdağ Trading & Industry Ltd. (Gürdağ Tuğla) 12- Özyüksel Mobilya Ltd. (Özyüksel Möble) 13- Ez-Koop (Taş Değirmen) (Zeytin Ve Zeytinyağı) 14- Glasstech Trading Co. Ltd. (Glasstech) (Cam)"





Gizem ALIŞKAN
Dış İlişkiler Sorumlusu

Londra Ticari Heyeti'nin ardından

Başkanımızın ihracat yılı ilan ettiği bu yılda ikinci yurtdışı etkinliğimizi Londra'da gerçekleştirdik ve bu sefer alışagelmış fuarların dışına çıkıp farklı bir formatla yola koyulduk.

Sanayi Odası ilk kez bir ticari

heyet organize ediyordu. Bu etkinlik hem üyelerimiz hem de bizler için oldukça yeni bir formattı. Biz ilhamımızı Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) Şubat ayında Dubai'de gerçekleştirdiği ticari heyetten almıştık. Çok görkemli ve ihracata direkt etki ettiğini kendi gözlerimizle görmüştük. Bu yola yine onların ışığında çıktık.

İlk ticari heyet organizasyonumuz olduğundan bizler için çok kıymetliydi ve nerede olacağına karar verirken Londra başkanımızın önerisiydi. Tabii ki bu öneriyi hemen sahiplendik. Çünkü biliyorduk bizler gibi üyelerimizin de gözünde Londra ayrı bir yerdedi. Birçoğumuzun eşi, dostu, ailesi hali hazırda orada yaşıyordu ya da hayatının bir döneminde orada yaşamıştı.

Tek motivasyonumuz da bu değildi. İngiltere'de yaşayan 300 binden fazla Kıbrıslı Türkün ve onların oluşturduğu diasporanın bizleri sıcak karşılayacağını biliyorduk. Nitekim de öyle oldu. Aynı zamanda Londra ticaretin de başkenti. Üyelerimizin görüştüğü firmalar sadece İngiltere'yle sınırlı olan firmalar değildir. Birçoğu uluslararası yetkinliğe sahip firmalardı ve ilk kez Kuzey Kıbrıs ürünleriyle tanışıyorlardı.

Etkinliğimizi seyahat edilen günler hariç iki gün olarak planladık.

İlk gün açılış konuşmaları ve İngiltere'yle ticaret yapmakla ilgili sunumla başlayan etkinliğimiz gün boyunca ikili görüşmelerle devam etti. Toplamda kırkı aşkın İngiltere'de faaliyet gösteren firma etkinliğimize katılıp firmalarımızla birebir tanışıp onlarla olası işbirliklerini konuştular. Festival tadında geçti desem sanırım haksız sayılmam. Her masada yabancı ziyaretçileri ve onlara ürünlerini tanıtan Kıbrıslı Türk sanayicileri görmek çok gurur vericiydi. Lütfiye Özipek'in heyetle ilgili verdiği röportajında da dediği gibi; "kimse durduk yere Kuzey Kıbrıs'tan ayakkabı alalım demiyor." Birilerinin buna ön ayak olması gerekmektedir. Bizler bunu başardığımız ve üyelerimize kendi ürünlerini orada tanıtmaya fırsatını yaratabildiğimiz için çok mutluyuz.

Etkinliğimizin ikinci günü yerinde ziyaretler, ileri görüşmeler ve olası pazar araştırma gezilerine ayrılmıştı. Bu fırsatı da iyi değerlendiren katılımcı firmalarımızın yerinde ziyaretler gerçekleştirdiler. Hem karşı alıcı firmaları daha iyi tanıma fırsatları oldu hem de İngiltere'de ticaret yapmanın nasıl olduğunu bir fiil yerinde gözlemlediler. Bu aynı zamanda heyetimizi ziyaret edemeyen firmalar için de ikinci bir şans oldu ve üreticilerimizle buluşabildiler.

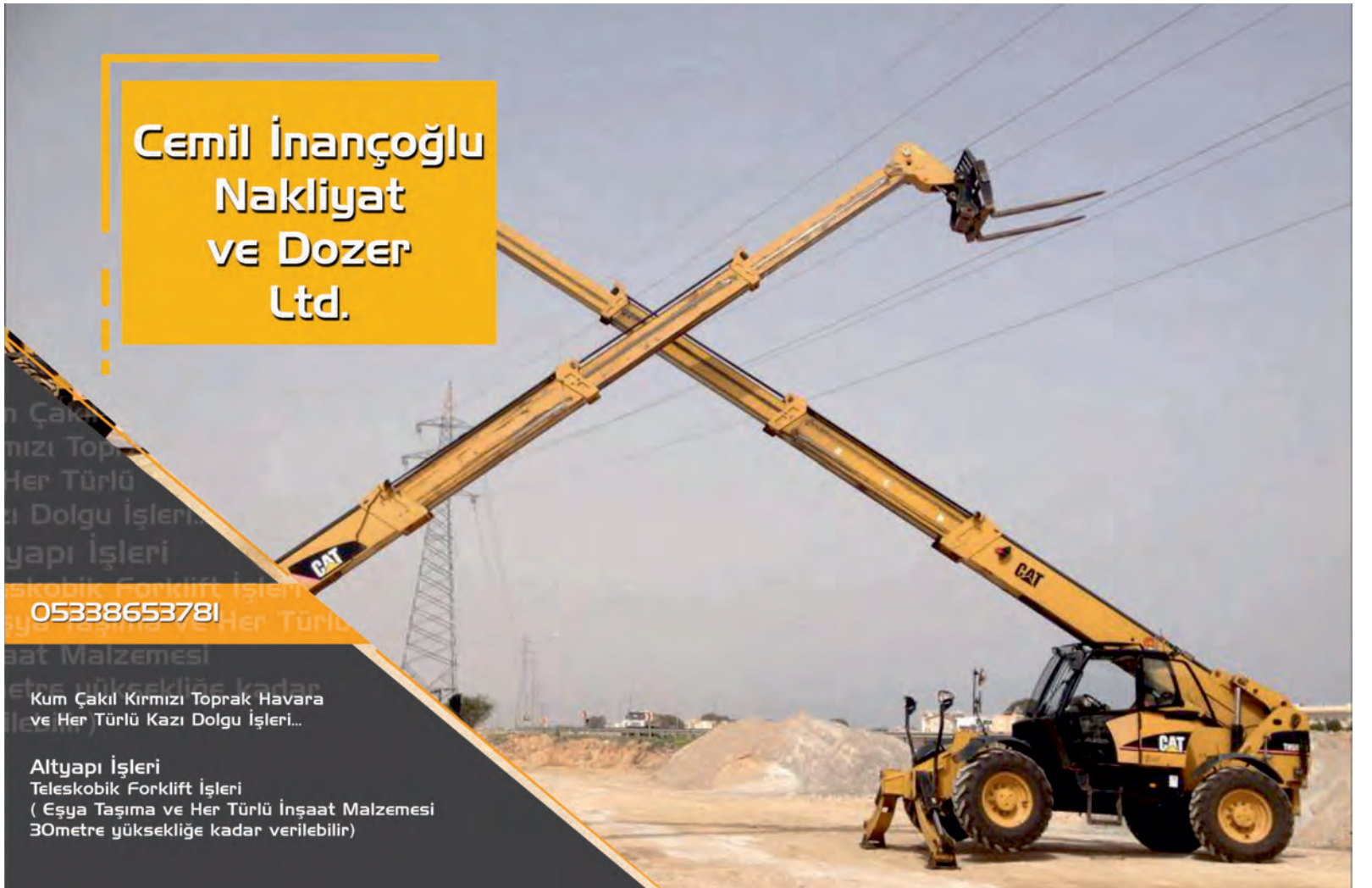
Londra Ticari Heyeti tüm oda olarak her ayrıntısıyla tek tek ilgilendiğimiz, çokça emek verdiğimiz bir projeydi. Bizler sonucundan çok memnunuz. Eminiz ki bunun ilk ticari heyet organizasyonu olmasının getirdiği bazı eksiklikler olmuştur. Bunları da bir dahakine ortadan kaldırmak için elimizden geleni yapacağız.

Cemil İnançoğlu
Nakliyat
ve Dozer
Ltd.

05338653781

Kum Çakıl Kırmızı Toprak Havara
ve Her Türlü Kazı Dolgu İşleri...

Altyapı İşleri
Teleskobik Forklift İşleri
(Eşya Taşıma ve Her Türlü İnşaat Malzemesi
30metre yüksekliğe kadar verilebilir)





Mustafa Ümit ERSÖZLÜ
KTSO Asbaşkanı

Yazı Dizisi

Yeni Hükümete Notlar ve Neden Yerli Malı Kullanmalıyız?

Son yıllarda yöneticilerden duyduğumuz en moda mali sözcük “kaynak yok” argümanıdır. İnsan önce bir afallar... Nasıl yani? Ne

demek “kaynak yok”?

Yani, para mı yok? Evet. Cevap bu olsa gerek “para yok”. Kaynağın yani paranın olmaması çok normal çünkü ekonomi daralırsa kaynak akmaz, o zaman da para olmaz.

Para nasıl elde edilir? Ekonomik çarkların yavaşlamadan dönmesi ve piyasaya paranın akmasıyla. KKTC’de ekonomi yavaşladı, yani ekonomik terimle daralma meydana geldi. Bu durumda ekonomiyi ‘daralma’dan kurtarmak, kısaca büyütme gerekir. Ekonomiyi büyütmenin iki yolu vardır;

1-Kamu harcamalarını artırarak bireylerin gelirini yükseltmek.

Tamam da maliyede zaten para ‘kaynak’ yok. Burada hedeflenen amaç çalışan kesimlere para aktararak, tüketimi özendirmek ve ekonomiyi canlı tutma fikriydi. Ancak devletin dağıtılacağı paranın ulaşacağı hedefin doğruluğu tartışılır olmaması gerekir. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli nokta ülkedeki sosyal dengeleri en doğru ve adeletli bir şekilde sağlamak olmalıdır, oysa KKTC’de kamu çalışanları ile diğer çalışanlar arasındaki sosyal dengeler bozuldu. Asıl amacın devletin yapacağı harcamaları eşit olarak tüm kesimlere paylaşılması ve halkın sosyal ekonomik gelişimine katkı sağlaması olduğu unutulmaması gereken bir gerçektir.

Diğer yandan çalışanlara harcanacak kaynakların üretim maliyetlerini artırmayacak şekilde yöntemlerle maaş ve ücretlere artış getirmesi önemli bir noktadır. Olması gereken planlamasını yapılarak kamu yatırımları ve harcamalarını artırılması olmalıdır. Bunun için yol, okul, hastahane vs yapılması şeklinde piyasaya para sırınga edilmesi gerekir. Böylece piyasaya para enjekte edilmiş ve piyasa canlanmış olacaktır.

2-Üretimi artıracak finansmanı işletmelere çok uygun koşullarda sağlamak.

Bu da ülkenin üretim ve üretim kaynaklarının gelişmiş ve ihracata yönelik potansiyelinin olması durumunda geçerlidir. Her iki durumda da önce enjekte edecek ‘para’ ya da ‘kaynak’ bulunması gerekmektedir.

Kaynak bulmak için yöntem bellidir ya para basılır, ya borç alınır, ya da vergiler yükseltilir. KKTC özelinde para basma imkanı yoktur (iyi ki de yoktur).

Bu durumda ülkenin para ve finansman açığını üretim sonucu ihracat yapmak ya da içten veya yurtdışından borçlanmak şeklinde gerçekleştirebilir.

Kaynak eğer yurtdışından borçlanarak geliyorsa cari açığı artırır ancak üretim artırılıp yurtdışına ihracat yapılabilirse denge ve büyüme sağlanmış olur. Ancak borç alınarak yapılan harcamalar ve yaşanması muhtemel süreç ve sonuçlar bilinmektedir ki daha önce söylenmiştik. İç kaynaklardan borçlanma yönteminin seçilmesi halinde ülke içinde iş ve üretim yapan kesimlerin kredi kaynakları kısıtlanmış, aynı

zamanda paranın maliyeti yükselmiş olur. Maliyetlerin yükselmesi de ekonomiye negatif olarak yansır ve beklenen fayda yerine ekonomi zarar görür.

Mali kaynak elde etmenin diğer bir yolu ise vergileri yükseltmektir. Bu da KKTC’de çok sık kullanılan bir yöntem olmakla birlikte, adaleti ve devlete olan güveni sarsan en çok sorgulanan bir yöntemdir.

KKTC özelinde üretimin ihmal edildiği ve rekabet gücü yükseltilmediği gerçeğinden hareketle büyümeyi sağlamak için kamu harcamalarını artırarak iç talebi ve dolayısıyla ekonomiyi canlandırmaktan başka seçenek görülmemektedir. Böyle bir durumda bütçe açığının yükselmesi ve enflasyonun artması söz konusu olacaktır. Bunu önlemenin yolu bir yandan ekonomiyi canlandırmak için kamu harcamalarını artırırken bir yandan da aynı miktarda vergi gelirlerini artırmak yani denk bütçe çarpanını kullanmaktan geçmektedir. Bu günkü pandemi koşullarında vergilere dokunmak ateşle oynamaya benzer. Bu nedenle kaynak konusunda ülkemizde gerçekten bir çıkamaz vardır ve başka yöntemler bulunmak zorunluluğu vardır.

Ekonomi basittir ve bir sebep sonuç ilişkisidir. Eğer enflasyon ve cari açığınız yüksekken geniş bir mali ve para politikası uygulamakta ısrar ederseniz hatalı sonuçlar alırsınız.

Bu realite çerçevesinde üretmekten başka bir yol ve çare yoktur ve üretim, üretim, üretim... Denmesi gerekmektedir. Ancak konuyu genişletmek ve her yönüyle algılanmasını sağlamak için KKTC’deki ‘yerli ürün- üretim’ denkleminin çözümü için bilinmesi ve algılanması gereken mental açılırları, çıkar ilişkileri ve anlayış sorunlarının bilinmesi, anlaşılması önemlidir. Bunları irdelemek gerekir. Kısaca dört başlıkta bakabiliriz:

1-Yerli üretimi tehdit algılayanlar

Yaşamakta olduğumuz süreçler içerisinde tüm kesimlerin en çok konuştuğu konu, ‘üretim’ ve ‘yerli üretim’ olmuştur. Sanki herkeste bir farkındalık meydana gelmiş, beyinlerdeki lambalar yanmış ve ‘yerel/yerli üretimden söz etmeye başlandı. Neyin farkına varıldı? Veya farkına varıldığını sanıyoruz. Yıllardır ekonominin önde gelen sivil toplum örgütleri ve ekonomistleri ısrarla ‘yerel üretimin’ önemini anlatmaya çalıştı. Belki yeteri kadar anlatılamamış veya anlaşılacak istenmemiş olabilir. Pandeminin ilk başlarında sanki değeri yeni keşfedilmiş ama zaman aşımında yine önemi unutturulmaya çalışılacak, kimin elinde kalırsa yakacak bir argüman gibi. Konu tam anlaşılmadı sanki? Siyasiler gerçekten konuyu anladı ve gereği kadar önem veriyor mu? Yoksa başka bir şeyler mi var yine? Birilerini gücendirme ihtimali mi var?

Yerli üretimin fayda – maliyet analiz tam yapılamamış gibi duruyor. Kamuoyunda birçok farklı fikir ve görüş oluştu. Ancak geçmişten günümüze kadar geçen zaman içerisinde bilinçli olarak dikte ettirilmiş bir takım algıların yaratıldığını da unutmamak gerekiyor. Özellikle ülkenin ticaret dümenini elinde tutan oldukça etkin bir kesimin var. Birçoğunun duruşu, vizyonu ve misyonu biliniyor, bazılarının yerli üretim ve üreticiden duydukları rahatsızlık da sır değil. Bu kesim ticareti ve ekonomiye kendilerinin yön verip yönettiği algısını yaratarak kendilerini çok güçlü gösterip, akıl dışı görüşlerini siyasetçilere empoze ettirmeyi bir bakıma başardılar.

Yapılan yoğun lobicilik faaliyetleri, medya, bürokrat ve siyasetçiler ile olan yakınlıkları karar vericileri etkileyip 'yerli üretimden duyulan rahatsızlık ve kaygıları için doğru olmayan bir algı operasyonu yürütmüşler ve halen de bu devam etmektedir.

Yerli üretimin pahalılık yarattığı, fonların fiyatları artırdığı, üretimin gereksiz teşviklerle desteklendiği hayatın pahalılaştığı ile ilgili akıl dışı gerekçeler ortaya konuluyor. Örneğin yerli üretim için ülkede yeteri kadar hammadde kaynağının, emek, sermaye ve pazarın bulunmadığı ve adalarda üretimin çok kısıtlı olduğu gerekçesine dayanarak üretimin makul ve mantıklı olmadığını, ucuz olan yerden alınıp satılması gerektiğini söyleyenler bile çıktı. Ülkede öğrenci ve turistlerin ucuz mal bulması gerektiği bile ifade edildi. Hangi turist kitlesi ucuz gıda bulma gerekçesiyle KKTC'ye gelip tatil yapacağı da başka bir tartışma konusudur. Bu iddiaların hiçbirisi doğru değildir. Üretilmesi mümkün olan her türlü ürünün üretiminin mutlaka ülkede yapılması gerektiğini söylemekten korkmamak lazım. Diğer türlü tüm ülkeler üretimlerini durdurup ucuz diye her şeyi Çin'den almaları gerekirdi. Oysa dünya öyle yapmıyor, hele bu günlerde kendi üretim ve ürünlerini koruyor. AB ve ABD gelişmiş üretim teknoloji ve ürünlerine karşı kendi üreticilerini Çin'e karşı koruyor. Ancak bizde yerli üretimi korumak için yüksek fon ve vergiler olduğu iddiası ile yerel üretimin pahalılık yarattığı söylenmektedir. Aynı şekilde yerli ürünlerde kalite sorunu olduğu algısı yaratıp gündem yapılmaya çalışılmaktadır. Bu iddialar karşısında, kimseyi kırmadan, hamaset yapmadan, vatansever insanlar olarak bilimsel veriler ile karşılaştırmalar yaparak irdelenmesi bize doğruyu buldurur.

2-Yerli Üretimin desteklendiği FİF

2019 yılında KKTC'de ihracatın ithalatı karşılama oranı %5.1 iken, Güney Kıbrıs'ta bu oran %38.3, Malta'da ise %50.5 olduğu bilinmektedir. Veriler ortada dururken halkın refahını üretimde değil, ithalatla görmek akıl tutulmasıdır. Ekonominin gelişmesi için ihtiyaç daha fazla üretim ve ihracattır. Yapılan algı operasyonları o kadar başarılı olmuştur ki bundan sadece normal vatandaşlar değil siyasetçiler, hatta bazı ekonomistler bile etkilenmiştir. Yerli ürün ve üretimin getirdikleri ile değil, götördüğünü ilgi alanlarına girmiş, yerli üretim için verilen desteklerin ekonomi için pahalılık yarattığı iddiasında bile bulunmuşlardır. Bu gün için bazı yerli ürünler %5-13 arası Fiyat İstikra Fonu (FİF) diye bilinen bir vergi ile desteklenmeye çalışılmıştır. FİF'in asıl gayesinin muhtemel akaryakıt maliyetlerinde meydana gelebilecek fiyat artışlarının, tüketim maddelerinin tüketiciye istikrarlı bir fiyatla arzını sağlamak ve KKTC'nin tarımsal ürünlerinin dünya piyasalarında geçerli fiyat düzeyinde pazarlanmasında ve üreticilerin gelirinde yeknesaklık ve istikrar sağlamak olduğu bilinmektedir. Fonların bu güne kadar amacıyla kullanıldığı söylenemez. Gelmiş geçmiş tüm hükümet ve siyasiler kamunun mali kaynaklarına ek gelir aktarmak ve bütçe harcamaları için FİF'i kullandığı aşikardır. Bu kaynak ile çoğu zaman Kamu personel giderlerini, emekli maaşları, emekli ikramiyelerini ve daha birçok gideri finanse edildiği bilinmektedir. Bunları yapılırken de Sanayici ve ithalatçıları karşı karşıya getirip bölüp, kavga ettirmeyi ve rakip yapmayı da çok iyi becerdikleri söylenebilir.

Dış Ticaret istatistikleri üzerinden bakılarak toplanan toplam FİF gelirlerinin miktarları üzerinden, hangi üründen ne alındığını ve ne kadar miktarının yerli üretim ile üreticiyi koruduğunu rakamlarla görülebilir.

Örneğin;2018 yılında 1.816.364.351 USD ithalat yapmışız. Bunu karşılığı 4,769TL@ 8.662.243.139,00 TL'ye karşılık gelmektedir. 2018 yılında yapılan ithalatın karşılığı olarak 647.449.168,63 TL Toplam FİF geliri elde edilmiştir. Bu durumda FİF gelirlerinin ithalata oranı %7,47 olduğu kolayca hesaplanabilir. Diğer yandan FİF gelirleri içerisinde yerli üretimi olamayan ürünler için toplanan

FİF gelirini bulmak amacıyla tek tek ürün GTİP ve isimleri üzerinden baktığım zaman (% 95 doğruluk payı ile) 557.116.772,17 TL rakamı ortaya çıkmaktadır. Yerli üretimi olamayan ürünlerin toplam FİF gelirlerinin ithalata oranı % 6,43 ve toplanan FİF gelirlerinin yaklaşık % 86 ı yerli üretimi olamayan ürünlerden toplanmaktadır. Başka bir deyişle yerli üretimi olan ürünlerin ithalatında, yerli üretimi korumak için alınan FİF, ('pahalılığa neden' olduğu söylenen) 90.332.396,5 TL'dir. Yani ithalata oranı % 1,04', toplam FİF gelirleri içerisindeki oranı ise yaklaşık %14 'e karşılık gelmektedir. Aynı verilerden hareketle Yerli üretim ve ürününün ne kadar korunduğu ve halka maliyetinin ne olduğu hakkında yapılan hesaplamada, 2018 yılında KKTC nüfusunun yaklaşık 350.000 olduğunu varsayımı üzerinden her KKTC VATANDAŞI sanayisini, ürünlerini ve üreticilerini korumak için yılda kişi başına 258,1 TL, ayda 21,5 TL günde 0,71TL ödemiş olduğu görülmüştür. Hesap basittir ve pahalılığın nedeninin olarak ilan edilen 'fonlar kalsın' sloganının gerçeği budur

Sonuç olarak bu algının değişmesi gerekmektedir. Yerli üretime kimsenin karşı çıktığı da duyulmamıştır. Ancak yerli ürün ve üretimin her zaman pozitif ayrımcılığa ihtiyacı vardır. Yerli ürün aslında pahalı değildir.

İthal ürünlerin birçoğu hiç de ucuz olmayıp üstelik taklit ürün ve markalardır. Ucuzluk kelimesi tamamen bir algı operasyonudur. Bunca yıllık gözlemlerimiz bize sadece yerli üretim karşılığı olan ürünlerde fiyat rekabeti olduğunu, oysaki yerli üretimi olamayan ithal ürünlerin en yakınımızdaki Güney Kıbrıs ile açık ara pahalı olduğunu göstermektedir. Bu anlamda yerli ürün rekabet yaratmakta aynı zamanda ucuzluk nedeni olmaktadır. Yerli üreticinin de kendine çeki düzen vermesi gerçeği de ortadadır. Hiçbir şekilde kapalı ekonomiyi kimse savunamaz. Çünkü rekabet kaliteli üretim zorunluluğu ortaya çıkarır bu ise verimliliği artırır. Artan verimlilikle fiyatları düşer, böylece maliyetler de düştüğünden fiyatlar ucuzlamış olur. Ürün fiyatları ucuzlayınca pazar payı dolaylı olarak artmakta, pazar payının artmasıyla, yeni yatırım olanaklarının doğmasına neden olduğu görülmelidir. Üreticinin de bunun farkında olması gerekmektedir. Artan yatırımlar da yeni istihdam olanakları sağlamaktadır. Diğer bir deyişle kalitesiz üretim, pazarsız bir ürün demek olduğunu üreticinin bilmesi gerekir.

3-Yerli üretimin ekonomik etkisi

Öncelikle yerli üretimi artırmak için her şeyi yapalım. Bu her şeyin içini elbette doldurmak gerekmektedir.

Önce kalite ve standartlarımızı belirlememiz gerekir. Hangi standartta ürün üreteceğiz. Kalitesi ne olacak, kim kontrol edecek ve denetleyecek. Bunları yaparken ülkemiz iklim ve coğrafi koşullarına da dikkat etmemiz gerekir. Belirlediğimiz standartların ana teması EU ve CE Standartlarını kapsamak zorunda. Böyle bir üretim ve ürün kalitesi ile öncelikle kendi ülke tüketici ve insanımız için bir görev ve hak olarak görmeliyiz. Sonra ihracat zaten kendiliğinden gerçekleşecektir.

Türkiye'den KKTC'ye su geldi, su hatların yapımı devam ediyor ancak süratle sulama hatlarını tamamlamak gerekmektedir. KKTC mevsimsel olarak Türkiye dahil olmak üzere Avrupa'nın en erkenci ürünlerini yetiştirmek için çok cazip bir coğrafya ve iklim sahiptir. İngiltere'nin AB'nin dışına çıkmasını lehimize kullanmak için çok ciddi çalışmalar yapılması gerekir. İngiltere'de 200.000 üzerinde KKTC vatandaşı, iki katı miktarda Rum vatandaşı ve bir milyonun üzerinde Akdeniz kökenli insan yaşadığı tahmin edilmektedir. Birçok ortak kültür ve tüketim benzerliği olan bu insanlar için ülkemizden satılabileceğimiz birçok ürün olması gerekir. Bunlar saptanıp, gerekli pazar araştırmaları yapılmalı, fuarlara katılımları ve UK fuarlarına katılım koşulları için detaylı araştırmalar yapılmalıdır. Sivil toplum

örgütleri ile çalışmaları yapılmalıdır. İngiltere KKTC için çok büyük bir tarımsal sanayi ürünleri pazarı olabilir. Bu nedenle tarımsal sanayi ürünlerine önem verilmesi gerekmektedir. Bunun ülkemiz birden çok avantajını kullanabilir. Tarımsal üretimde köylümüzün ve kırsalda yaşayan gençlerimizin devlet memuru olma heveslerini durdurmuş genç dinamik ve eğitilmiş gençlerimizin kırsalda kalarak bilimsel teknolojik tarım ve hayvancılık sektöründe çalışarak kooperatifleşme çalışmalarını destekleyerek güçlü bir istihdam yaratarak göçü de engellemiş oluruz. Sanayici ise buralardan planlı ve alım garantili gelen ürünler ile güçlü sanayi üretimi yapma imkanı elde edeceğinden hem iç pazar hem ihracatta önemli pazar avantajlı görülmektedir.

Gençlerin kırsaldan merkezlere taşınması için hafif raylı taşıma sistemleri için çalışmalar yapılması önemlidir.

Yerel girdisi ve istihdam artırıcı yatırımlar, üniversite sanayici işbirliği ARGE ve tekno kent imkanlarının geliştirilmesi, imalat ve montaj sanayisine yönelik teknoloji yatırımları.

Kooperatifleşme ve kümelenme

Zeytincilik sektörü önümüzdeki 5 yıl içerisinde süt ürünleri kadar katma değer yaratma eğilimi vardır. Bu gün için elde kalan 500 ton zeytin olduğu söylenmektedir. Bunun maddi olarak ekonomiye katkısının hesaplanması gerekir.

Agro turizm ve buna bağlı niş ürünlerin üretimi için çalışmalar yapılmalı. Büyük ve uluslararası şirketleri gerekli teşvik yöntemleri ile KKTC de üretim yapmaya yönlendirmek gerekir.

Ticaret sektörü ile sanayi sektörünü barıştırmak, sorunun kaynağını arayıp bulmak. Tüccar niye yerli ürün satmada isteksiz. Yerli ürün değerlenip tüketici tarafından kabul edilirse tüccar gelecekte markayı sanayicinin pazarlamasına kaptrabilir endişesini ortadan kaldırmak gerekiyor.

Sanayicinin esas işi üretmektir ancak ürününe markette pazar bulamadığı için dağıtımcılığa da soyunuyor. Herkes işini yapmalı. Bunun için çalışma grupları oluşturulmalı. Devlet bunu tarafsız empoze edecek iradede olmalı.

Büyük market ve Pazar yerlerinde yerli ürün stantti kurma zorunluluğu getirmek. Yerli ürün raflarda yer bulamam nedenleri doğru algılanmalı ve çare bulunmalı.

Yakın coğrafya ile üretim koşullarının eşitlenmesi yönünde teşvikler oluşturulması

Yerli ürünün büyüüp kaliteli ve uluslararası standartlara kavuşabilmesi için üretim ve satışının devamlılığına yönelik çalışılmalı buna paralel kalite artırılarak markalaşma ve ihracat başlayabilir.

Aksi halde uluslararası markalar ile fiyat kalite ve bilinirlik üçgeninde rekabet etmek imkansız.

Devlet ve özel medyada tanıtım ve reklam konusunda yerli firmalar desteklenmeli KKTC dışındaki basın ve medyada ithal ürünlerin reklamına kısıtlama getirilmeli veya özel vergiler talep edilerek buradan elde edilecek gelir ile KKTC firmalarının reklam harcamaları karşılanabilir.

4- Ekonomiye Çarpan etkisi

KKTC özelinde üretimin ihmal edildiği ve rekabet gücü yükseltilmediği gerçeğinden hareket edersek büyüme yükseltebilmek için kamu harcamalarını artırarak iç talebi ve dolayısıyla ekonomiyi canlandırmaktan başka seçenek kalmıyor. Böyle bir durumda bütçe açığının yükselmesi ve enflasyonun artması söz konusu olacaktır.

Bunu önlemenin yolu bir yandan ekonomiyi canlandırmak için kamu harcamalarını artırırken bir yandan da aynı miktarda vergi gelirlerini artırmaktan yani denk bütçe çarpanını kullanmaktan geçiyor ki bu da çok uzun uzadıya tartışılacak bir konudur. Biz burada sadece kamu veya özel harcamaların ki bunların yerli üretimle buluştuğunda ne olur konundaki matematiksel denklem ile yukarıda anlattıklarımızın

doğruluğunu sağlamış olalım. Bu yazıda anlatılmak istenen kavramı 'Ekonomide Çarpan Etkisi'dir, bunu kavram nedir kısaca anlatalım. Çarpan etkisi: Keynes'in katkıları ile kamu harcamalarının milli geliri ne kadar etkilediğini ölçmede kullanılan bir katsayı olarak ifade edilmiştir. Çarpan etkisi, harcama yoluyla ekonomiye geri dönen paranın ekonominin diğer aktörlerinin gelirini oluşturması ve o aktörlerin harcamalarına imkan tanınmasıyla, ekonomide paranın birden çok kez dönmesi, basitçe bağımsız yatırımlarda meydana gelen bir artış ya da azalışın ulusal gelirden meydana getirdiği etkiye denmektedir. Bilindiği üzere yukarıda anlatıldığı şekilde gelirin, tüketim ve tasarruf gibi iki fonksiyonu vardır. Buna göre, gelir elde edenlerin yapacakları tüketim harcamaları, yine başkalarının gelirini oluşturacağından, harcama ve gelir akımı ikinci, üçüncü, dördüncü vb. biçiminde sürüp gidecektir. Bu şekildeki bir gelir ve harcama akımı sonuçta, yatırım amacıyla harcanan miktarı aşmış olacaktır. Şu halde çarpan, yatırımdaki bir çoğalışın meydana getireceği gelir artışını (veya tersi) ifade eden miktarsal bir katsayıdır. Ekonomide parasal olarak yapılan döngü olmaktadır. Bu döngünün uzaması ve sürekliliği ise toplum kesimlerine yansıyacak gelirin devamlılığı ve yaygınlığını, devletin ise bu gelirlerden alacağı vergiyi yani devlet gelirlerinin artmasıyla lineer olarak yansımaları ortaya çıkaracaktır.

Gelir ve harcama seviyesini tayin eden husus marjinal tüketim eğilimi ile marjinal tasarruf eğilimidir. Kişinin geliri harcama yönünden tüketim harcaması ve tasarrufundan ibarettir. Tüketim ve tasarruf fonksiyonu arasında ters bir ilişki mevcuttur. Yani, tüketimdeki bir azalma tasarruftaki bir artışla; tüketimdeki bir artış ise tasarruftaki bir azalma ile karşılanmaktadır. Özellikle marjinal tüketim ve tasarruf eğilimleri, gelir seviyesini tayin yada çarpan katsayısının belirleme yönünden büyük önem taşımaktadırlar. Genel olarak Türkiye'de yapılan çalışmalarda Türk halkının marjinal tüketim oranının % 75 buna karşın marjinal tasarruf oranının ise % 25 olduğu hesaplanmaktadır. Çarpan katsayısı tüketim ve tasarrufun statik karakterli olduğunu kabul eden özel bir kavram olmasına karşı, kapitalist ekonomide ve tüketici davranışlarının değişkenlik gösterebileceği de göz ardı edilmemesi gerekir. Aynı şekilde çarpan katsayısı için zaman faktörünü de dikkate alan bir zaman gecikmesi yaklaşım gereklidir. Çünkü matematiksel modellemede ekonomi ve milli gelire olan yansımalar bir zaman süreci gerektirmektedir. Konuyu daha fazla dağıtmamak için burada statik çarpan üzerinden konuşmaktayız. Ayrıca konumuz yönünden açıklanması gereken bir durum daha vardır: Özel anlamı yanında çarpan katsayısının genel bir ifadesi daha vardır. Genel ifadesi ile çarpan katsayısı, geliri tayin eden değişkenlerden herhangi birinde meydana gelen bir değişikliğin, reel milli gelir üzerindeki etkisini belirleyen bir kavram olmaktadır. Gerçekten geliri belirleyen değişkenler içinde yatırım harcamaları yanında, özel tüketim harcamaları ile devletin cari ve transfer harcamaları, vergi gelirleri ve dış ticarete ilişkin değerler de yer almaktadır. Bu tanıma uygun olarak, çarpan katsayısı denildiğinde bütün bu değişkenlerdeki değişimlerin milli gelir üzerindeki etkileri anlaşılmaktadır. Buna göre de, daha doğru bir ifade içinde, çarpan katsayısını yatırım çarpanı, özel tüketim çarpanı, kamu harcamaları çarpanı, transfer çarpanı, vergi çarpanı, dış ticaret çarpanı, denk bütçe çarpanı gibi şekillerde düşünmek gerekir. Bizim gibi ithalatın ihracata oranı % 95 olduğu bir ülkede dış ticaret ve tüketim çarpanı yerli ürün ve üretimle çok ilgilidir.

Çarpan etkisi kavramı ile paralel 'hızlandırıcı' etkisi diye bir kavram daha vardır ki 'hızlandırıcı', yatırımlardaki bir artışın milli gelir üzerindeki etkisini ifade etmektedir. Başka bir deyişle hızlandırıcı, tüketim malları global talebindeki değişikliğin yatırımlar üzerinde meydana getirdiği değişikliktir. Görüldüğü gibi tüketim harcamaları ile yatırım harcamaları ilişkisi çok önemlidir.

Gerçekten bazı yatırım harcamaları, tüketim harcamaları değişmelerine bağlı olarak değişme göstermektedir. Kısaca yatırımlar, tüketim harcamaları veya talep ile uyarılarak gerçekleşmektedir. İşte bu uyarılma etkisine “hızlandırma” ve uyarılma seviyesini belirleyen katsayıya da “hızlandırıcı” adı verilir.

Bu açıklamalardan sonra basit bir matematiksel örnek ile konuyu daha anlaşılır hale getirelim. KKTC özelinde marjinal tüketim eğilimini % 80 (MCP), marjinal tasarruf eğilimini % 20 kabul edelim.

Eline ilave 1.000 TL geçen bir tüketicinin bu gelir ile 800 TL değerinde mobilya harcaması yapabilir, mobilyacı elde ettiği 800 TL ile dükkanına $800 \times \%80 = 640$ TL dükkanı boyatsın boyacı 640 TL ile $640 \times 0.80 = 512$ TL ile yapı marketten boya alsın. Yapı marketçi 512 TL ile akşam restoranda ailesi ile yemeğe gitsin $512 \times 0.80 = 409.6$ TL ve bu şekilde harcamaların devam ettiğini düşünelim.

Örnekten görüleceği gibi ilave kazanılan 1000 TL.

$1000 + 800 + 640 + 512 + 409 + \dots$ Şeklinde $1000 \times [1 / (1 - MCP (0.80))]$ olarak formüle edilir.

$1000 \times [1 / (1 - 0.8)] = 1000 \times 5 = 5000$

Bu durumda 1000 TL'lik bir harcama 5'lik çarpan etkisiyle 5000 TL ye ulaşmış olmaktadır.

Bu döngü içerisinde devlet de bu dolaşımdan doğan vergi ve gelirlerini elde etmektedir. İşte işin en önemli noktası burada ortaya çıkmaktadır. Elde edilen bir gelir piyasaya sürüldüğü ilk anda ithal bir ürüne gitmesi halinde döngü burada bitmektedir. İşte bu yüzden yerli ürün ve üretimin önemine dikkat çekmek istiyoruz. Amaç paranın iç piyasada maksimum düzeyde dönmesidir. Burada bireylerin harcamalarında, başka bireylerin geliri olacaktır. Özünde, her bir harcama ve gelir yaratımına yol açarak ekonomik aktivitede farklı

yollardan bir artışa neden olması, bir katma değer yaratması olgusu vardır. Dolayısıyla parayı içerde tutmanın başlıca etkisi ekonomide yaratılan katma değerın yükselmesi anlamına gelir ki buna ekonomide ‘çarpan etkisi’ denmektedir.

En son bir birkaç slogan sözcük kullanmak istiyorum. Yerli üretim siyasetçiler ve bazı sivil toplum örgütleri ile ekonomistler arasında sadece bir slogan olarak kullanılmakta ve bunun üzerinden bile siyaset yapılmaktadır.

Belki ben yanılıyorum ama aslında bazıları için tehlikeli bir kavram çünkü bir kesim var ki bu kavramın önemi tam olarak anlaşılması halinde kendiışleri bozulacak. Yerli üretim sadece üretmenin gelirini artıran bir kavram olmadığının bilinmesi gerekir.

Anlaşılması ve önemi geç geç kalınmış bir kavram. Belki anlatamamış belki anlaşılacak istenmeyen bir kavram. Belki ben yanılıyorum aslında tehlikeli bir kavram çünkü bir kesim var ki bu kavramın önemi tam olarak anlaşılması halinde kendiışleri bozulacak

Üstelik bu gerçek sadece iş insanları değil, sistemi değışecek bir şey. Bunun farkında olmalarından dolayı işte bu ‘yerli üretimin topluma yük olduğu, fonlarla korunduğu için pahalılık yarattığı algısını yarattılar. Tüketim malı ithalatında her 6 bin 500 dolar, KKTC’de bir kişiyi işsiz bırakıyor. Aldığımız bir çift yabancı ayakkabı, her bir takım elbise ile ilgili ülkenin işçisine iş sağlıyoruz.

Standartlar ve denetim hala ısrarla oluşturulmuyor neden? Binalarda ve endüstriyel anlamda çalışan sanayi tesislerinde enerji verimliliği yatırımlarını teşvik ederek, makine, bina ve yenileme sektörlerinde AB standartlarına az enerji tüketen ekipmanlara yönelik hibe ve teşvikler. Bu sayede hem işletmelerin enerji giderleri düşmüş olacak diğer yandan ise çok büyük yatırımlar gerektiren yeni enerji santralleri kurulmasının gereksinim kalmayacak.

Başkanımız Ali Kamacıoğlu ve beraberindeki heyet Mağusa’da üye ziyareti yaptı



Oda Başkanımız Ali Kamacıoğlu ve beraberindeki heyet 19 Nisan’da Mağusa’da üye ziyareti gerçekleştirerek, “Gazi Mağusa Organize Sanayi Bölgesi Derneği” üyeleriyle Arredo Design Ltd.’de bir araya geldi.

Bölgenin başta ve en önde gelen kanalizasyon sorunu ile çöp konteyneri eksikliği görüşülerek yapılması gerekenler konuşuldu. Kanalizasyon için proje hazırlanması konusunda odanın yaptığı girişimler dernek üyelerine aktarıldı.

Başkan Ali Kamacıoğlu ayrıca odanın faaliyetleri konusunda bilgi vererek, yaşanan sıkıntıların aşılması yönünde oda çalışmalarını hakkında bilgi verdi. Bölgedeki sorunları bildiklerini dile getiren Başkanımız Ali Kamacıoğlu, bunların çözümü için profesyonel anlamda gayret gösterildiğini söyledi.



Oda heyeti daha sonra Ülkemizin tek çanta ve valiz üreticisi Sanat Canta’yı ziyaret etti. Şirket Direktörü Mehmet Solyalı başkanımıza ve heyete tesisi gezdirerek üretimi ile ihracatı hakkında bilgi verdi. Mehmet Solyalı diğer ihracatçılarda olduğu gibi kendisinin de devletten navlun alacaklı olduğunu ve bu alacağın gecikmesinden dolayı ihracat yapmakta zorlandığını belirterek, “Bu gidişle ihracatımı durdurmak zorunda kalacağım. Çünkü işimi çevirecek finansım kalmadı” dedi.

Son olarak Sema İçkileri Ltd.’e geçen heyet, burada yerli alkollü içki üreticileriyle bir araya gelerek, hükümetin FİF zammı konusunda görüş alışverişinde bulunuldu. Zammın üretime ve satışa olan etkilerinin değerlendirildiği toplantıda, basın bildirisi yayınlama kararı alındı.



Kemal ÖZTÜRK
KTSO Belgelendirme Müdürü

Coğrafi İşaretler, Akreditasyon ve Sanayi Odası Belgelendirme Birimi

Kıbrıs Türk Sanayi Odası Belgelendirme Birimi, Sanayi Odası tarafından Coğrafi İşaret Olarak tescil edilen ürünlerimizin belgelendirilmesini ve denetimini yapmaktadır. Yapılan çalışmaları daha iyi anlatabilmek için birtakım kavramları açıklamakla yazıma başlıyorum.

COĞRAFI İŞARET NEDİR? NASIL DEĞERLENDİRİLİR?

Belirli bir bölgeden kaynaklanan bir ürünü tanımlayan ya da kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özellikleri itibarıyla coğrafi kaynağına atfedilen bir bölgeyi işaret eden sınayi mülkiyet hakkıdır.

Coğrafi İşaret için, a- Coğrafi sınırları belirlenmiş bir **alan** b-Bu alana ait doğal ve beşeri unsurlardan kaynaklanan bir **ürün** c- **Emek** olması gerekmektedir.

Coğrafi İşaretler **menşe adı** ve **mahreç işareti** olmak üzere iki ayrı şekilde değerlendirilir.

Menşe Adı, Ürünün üretimi, işlenmesi, paketlenmesi ve diğer işlemlerinin tümü belirlenmiş alanda gerçekleştirilir. Örnek: Hellim, zivaniya

Mahreç İşareti, en az biri bu alanda gerçekleşiyorsa buna mahreç işareti denir. Örnek: Kıbrıs Harnup Pekmezi.

COĞRAFI İŞARET TESCİLİ NEDEN YAPILIR? NE SAĞLAR?

Ürünün Korunması: Kalite ve geleneksellik, sahte ürünlerle mücadele, sürdürülebilir ve izlenebilir ürün kalitesi.

Üreticinin Korunması: Anonim sahiplilik, bölgesel anlamda kalkınma aracı, dinamik pazarlama aracı ürünün katma değerini artırarak üreticinin gelirini artırır.

Tüketicinin Korunması: Ürüne güveni artırır, ürün tercihini kolaylaştırır.

ÜRÜN BELGELENDİRME ve AKTEDİTASYON NEDİR?

Ürün Belgelendirme: Bir ürünün, belirli bir standarda uygun olduğunun, üçüncü bir bağımsız kurum veya kuruluş tarafından belirlenmesi faaliyetidir.

Akreditasyon nedir: Bir belgelendirme kuruluşunun, uygunluk değerlendirme işlerini yapmaya yetkin ve yeterli olduğunu resmi olarak gösteren, üçüncü taraf doğruluk beyanıdır. Akreditasyonu sadece, ulusal veya uluslararası akreditasyon kurumları verebilir. Akreditasyon denetimlerinde, belgelendirme kuruluşları ulusal ve uluslararası kabul görmüş standartlara göre, Uluslararası kabul görmüş akreditasyon kurumları tarafından denetlenir ve değerlendirilir.

Akreditasyonun devamlılığı için, belgelendirme kuruluşlarının yeterliliğinin onaylanması ve düzenli aralıklarla denetlenmesi gerekmektedir.

KIBRIS TÜRK SANAYİ ODASI BELGELENDİRME BİRİMİ NE YAPAR? NASIL YAPAR?

Ne Yapar? Hellim/Halloumi, Zivaniya/Zivania ve Kıbrıs Harnup Pekmezi coğrafi işaret tescillerine istinaden denetim ve belgelendirme,

Nasıl Yapar? Fabrika denetimleri, piyasa denetimleri, ürün numuneleri analizleri
K.T Sanayi Odası Belgelendirme Birimi üç kapsamda TÜRKAK tarafından akredite olmuştur.

HELLİM MARKALAŞMA ÇALIŞMALARI

Hellim/Halloumi logosu:

Coğrafi işarete uygun üretilen hellim işletmecilerine verilmek üzere PDO amblemi uygulamasından esinlenerek, halka açık logo tasarımı yapıldı.

Denetimden geçen ürünlere ayırt edici bir özellik verilmesi için kullanılıyor.

2013 - Hellim/Halloumi tanıtım grubu kuruldu

2013 – web sayfası*, sosyal medya*, basın toplantıları, tv programları

2013, 2014 – Yöresel fuar ve festivallere katılımlar

2013, 2014 – Uluslararası fuarlara katılım (İzmir Fuarı, Dubai Gulfood, Iraq Agrofood)
Uluslararası Coğrafi İşaretler Ağı Organizasyonu'na (OriGin) üye olduk.

2016 Her Yönüyle Hellim kitabı çıkarıldı.

2017 Her Yönüyle Hellim kitabının 2. baskısı çıkarıldı.

2017 Sanayi Odası Belgelendirme Birimi, Hellim/Halloumi, Kıbrıs Harnup Pekmezi ve Zivaniya tescilleri kapsamında Türkiye Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) tarafından akredite edilmiştir. Yapılan denetimler sonucu akreditasyon süremiz 2025 yılına kadar uzatılmıştır.

*www.hellimhalloumi.org

*www.facebook.com/hellimhalloumi

KIBRISIN

DEĞERİ

Güvenle İçiyor
içiriyoruz!



+90 392 444 66 26



TÜFEKÇİ ÖMER USTA SOKAK NO: 24
BOĞAZKÖY - GİRNE



[HTTP://HEDIYEMSU.ORG/](http://hediyeysu.org/)





“Marketten Evinize” Al Pişir!



#LezzetEvinizde



Ezicfrozen&tasty

KIBRIS Türk Sanayi Odası (KTSO) ülkenin ihracat potansiyelini güçlendirmek amacıyla ilk kez düzenlediği Londra Ticaret Heyeti etkinliği, Londra'da gerçekleştirdi. Kensington bölgesinde, Copthorne Tara Hotel'de dün düzenlenen etkinliğe Kıbrıs'tan farklı sektörlerden 14 üretici-ihracatçı firma katılarak, İngiltere'den ve dünyanın farklı yerlerinden gelen potansiyel iş ortakları ile buluştu.

İhracatın güçlendirilmesi amacıyla yapılan etkinliğe, Akdeniz Zeytin ve Zeytinyağı Ltd, Ecolive Zeytin ve Zeytincilik, Nakar Sanayi Ve Tic. Şti. Ltd., Gigabyte Ltd., Lütfiye Özipek Ayakkabı Sanayi Ltd., Yeşil Lefke Ticaret Ltd., Old John Enterprises Ltd., Özerlat Ltd., Agrotem Trading Ltd., Sezer Köroğlu Ltd., Gürdağ Trading & Industry Ltd., Özyüksel Mobilya Ltd. Ez-Koop ve Glasstech Trading Co. Ltd. katıldı.

Kıbrıs Türk Sanayi Odası Başkanı Ali Kamacıoğlu Londra temasları hakkında konuşarak, böyle bir organizasyonun ilk kez gerçekleştiğini ve ondan memnun dönüldüğünü belirtti.



“2022 Yılını ihracat yılı olarak ilan ettik”

Ali KAMACIOĞLU (KTSO Başkanı)

İlk kez böyle bir organizasyon gerçekleşti. Peki ihracat yılı olacak diye serzenişte bulundunuz... KKTC olarak ihracata ne kadar hazırız?

“Biz 2022 yılını ihracat yılı olarak ilan ettik. Kimse bize bu konuda inanıp, sahip çıkmadı. Biz, Kıbrıs Türk Sanayi Odası olarak Kıbrıslı sanayicilerimize ihracatı öğretmeliyim diye bu adımı attık. Biz Londra temaslarına 15 firma olarak katıldık, bunu daha da artarak ihracatın ne kadar önemli olduğunu tüm sanayicilerin algılamasını sağlamalıyız. Bunu başaran firmaları gördükçe herkes ihracata daha fazla ilgi gösterecektir.

Gerçekçi olmak gerekirse 2022 yılı için çok fazla ihracata hazır değiliz. Ülkedeki siyasi burhan sürekli değişim göstermekte ve sürekli hükümetler bozulmaktadır. Bu sözü söylerken bir farkındalık yaratma amacındaydık. İnsanların aklına ihracatı koymak istedik. Şuan bence herkesin beynine bir nebze de olsa ihracat girmeye başladı.”

Hükümet ihracat olması halinde nasıl bir destekle yanınızda yer alacak?

Kıbrıs Türk Sanayi Odası olarak böyle bir konuda henüz hükümetle bir görüşme yapmadık. Şuan sadece navlun desteği var. Hükümetlerin sürekli değişimi ile sürekli koltuklardaki siyasiler değişiyor ve biz henüz bu yeni kabine ile bu konuları konuşup tartışmadık.

Londra temaslarında “zeytinyağı” öne çıktı. Peki izleniminiz nedir?

“Amacımız her sektörden birilerini temaslarımızda Londra'da Pazar bulmasını sağlamaktır. Zeytinyağcılar sayısal olarak fazla idi ama

sadece zeytinyağı firmaları yoktu. Mobilya, ayakkabı, endüstriyel mutfak, kahve, tuğla, yazılım gibi firmalarımız da burada yer aldı. Bu ilk adımdı. Son değildir.”

“İlk adımda hedefimize ulaştığımızı söyleyebiliriz” Gelecek yıllar için öngörünüz nedir?

Önümüzdeki yıl içerisinde gerçekleştireceğimiz ziyaretler olacak. Türkiye'de ihracatçılar meclisi ile yaptığımız görüşmelerde, bu tip organizasyonların daha etkili olduğunu ve daha iyi sonuç verdiği bilgisi verildi. Sonuç odaklı çalışmaların bu tip organizasyonlarla olacağını gördük. Hem oda hem katılımcı olarak herkes memnun kaldı. Bazı aksaklıklar olsa da bunlar göz ardı edilebilir. Bence ilk adımda hedefimize ulaştığımızı söyleyebiliriz. Çünkü bir satış gerçekleştirdik. İlk ay içerisinde satışlarımızı gerçekleştirdik. Bu da önemli bir adımdır.

Her ziyaret sonrası ülkemize döndüğümüz zaman bir veya iki bağlantı bile kursak bizim için önemli bir adımdır. Bizim yaşadığımız ekonomik sıkıntıları aşabileceğimiz tek bir nokta varsa o da ihracattır. Yerli firmalarımız yapılarını dengelemek adına ihracat yapmak zorundadır. İnşili çıkışlı satışlarını ihracatla dengeleyebilirler. İlerleyen zamanlarda daha iyi noktalara gelebileceğimizi düşünüyorum.”

Başka ülkelere de ziyaretler düşünüyor musunuz?

“Tabi ki bundan sonraki süreçte farklı ziyaretlerimiz de olacaktır. Tabi Londra temaslarımız da yine gerçekleşmeye devam edecektir. Almanya, Erbil, Azerbaycan gibi ülkelere de ziyaretler düşünüyoruz. Aslında bir kaç nokta üzerinde çalışmamız var, ama Londra operasyonunu daha ileriye taşıyarak taçlandırmak istiyoruz.”

Yerli niş ürünlerin pazarlamasında öncülük ederek, büyük başarılarla imza atan EZ-KOOP Pazarlama ve İş geliştirme Müdürü Niyal Öztürk, Kıbrıs Türk Sanayi Odası'nın (KTSO) Londra temaslarını Sanayi Gazetesi okuyucuları için değerlendirdi.

"Zeytinyağı örnek bir niş ürünüdür"

Niyal Öztürk (EZ-KOOP Pazarlama ve İş geliştirme Müdürü)



"Çok güzel bir nokta atışı oldu"

Kıbrıs Türk Sanayi Odası'nın düzenlediği Londra'da gerçekleşen organizasyonu değerlendirebilir misiniz?

"Bire bir görüşmelerin önceden organize edilmesi çok güzel bir yaklaşımdı. Pandemi sonrasında değişim trendi adına, fuarlar yerine alternatif bir organizasyon düzenlenmesi bana göre çok güzel bir nokta atışı oldu. İlk gün 14 işletme ile görüşmeyi planlıyorduk fakat istediğimiz kadar firma ile görüşme yapamadık. Sadece 3-4 firma ile görüşme gerçekleştirdik. Ancak bunun üzerine Londra'daki ajans bizi ertesi gün organize ederek birçok dağıtıcı ile kendi ofislerinde görüşmemizi sağladı."

"İhracat yapmak zorundayız"

Şuan ihracat anlamında istenilen rakamlara ulaşabilir miyiz? Yeterince üretim var mı?

"EZ-KOOP, 70 bin ağaç ve 200 üretici ile adanın en büyük üreticisidir. Ana ürünümüz zeytin ürünleri ancak pekmez, zivaniya, macun ve reçellerimiz de bulunuyor. Zeytin perodisite gösteren bir ürün olduğu için üretim miktarı her yıl değişmektedir. Bu yıl üretim az olacağından zeytinyağı fiyatlarının artacağı ön görülmektedir. Avrupa Birliği'nin bölgesel ekonomik kalkınmayı desteklemek amacıyla kümelenme çalışmaları kapsamında EZ-KOOP'un oluşturulmasına destek vermesi, zeytinin de hellim gibi, bir niş ürün olarak daha fazla ilgi görmesini sağladı. Zeytinle ilgili yaptığımız araştırmalarda, 3 yıl içerisinde, mevcut verim veren zeytin ağacı sayısı kadar ağaç ekildiği ve verim alınmaya başlanacağı görülmüyor. İhracat yapmaya başlamazsak bu ürünler iç piyasa için çok fazladır. Bu nedenle ihracat yapmak zorundayız." "Zeytinyağı global piyasada gitgide talebi artan bir ürün. Bizim tüm dünya piyasasına yetiştirememiz mümkün değildir. Bunu zaten İspanya ve İtalya gibi büyük ülkeler Türkiye'den, Yunanistan veya Tunus'tan zeytinyağı olarak da ihtiyaçlarını kapatabiliyor. Ama bizim için bir pazar olduğunu düşünüyorum."

Kaliteyi her zaman yakalayabileceğinizi düşünüyor musunuz?

"Kurulduğumuzdan beri, bizim önceliğimiz en üst kalite seviyesinde zeytinyağı üretmektir. Ve bunu yakalamayı ilk günden başardık. Köylüye kooperatifi kurarken en baştan beri söylediğimiz şey ürünlerimizin Avrupa Birliği Gıda Kodesinde uygun olarak en üst zeytinyağı klasmanı olan "natürel sızma zeytinyağı" kalitesinde üreteceğimizeydi. Bizim kalite şartlarımıza uyan tüm üreticilere alım garantisi veriyoruz. Bu sayede ilk günden bugüne en üst kalitede ürün seviyesini korumayı başardık. Zeytinyağımız soğuk sıkım metodu ile elde ediliyor ve ardından Güney Kıbrıs'a, akredite gıda laboratuvarına analiz için gönderiyoruz. Bu sayede ürünlerin her zaman en üst kalitede olduklarını teyit ediyoruz. Taş Değirmen markalı zeytinyağlarımız daha önce Avustralya ve İngiltere'ye ihraç edildi. Bu da bizim için bir gururdur"

"Vergilendirme çok ciddi bir sorundur"

İhracat yapılırken vergilendirme sizi etkileyen bir unsur olur mu?

"Bu çok ciddi bir sıkıntıdır. Üçüncü dünya ülkesi olarak kabul edildiğimiz için İngiltere Gümrüğünden geçerken ürün otomatik

olarak ek vergiye tabi tutuluyor. Hal böyle olunca rekabet etme ihtimali zorlaşıyor. Tabi biz sadece ürünün kendisinin değil, ürünün ambalajındaki kaliteye de önem veriyoruz. Şişelerimiz koyu, cam şişedir. Böyle olunca fiyatımız otomatik olarak yükseliyor. Biz şişelerimizi İtalya'dan getiriyoruz ve sürekli dövizin yükselmesinden kaynaklanan bir fiyat artışı oluyor."

"Kıbrıs'ın kuzeyine baktığımız zaman ise, genelinde ambalaj ve etiket maliyetimizin dünyaya göre maalesef yüksek olduğunu görüyoruz. Yerel pazarda yaptığımız araştırmalarda insanların zeytinyağını plastik şişelerde alsa dahi evlerinde cam şişeye koyduklarını gördük. Tadı, kokusu ve kalitesinin değişmemesi için bunu yapıyorlar. Ancak maalesef fiyat hala tüketicinin kararını belirleyen en önemli faktör."

Peki talep edilen yağda kriterler var mı?

"Orada ucuz ürün olsun, gerekirse 5 lt'lik plastik şişelerde verin diyen de oldu, cam şişelerde üst kalite talep eden de oldu. Aslında tamamen ürününüzü nereye konumlandıracağınız ile ilgili bir durumdur bu. Pazarda hiç tanınmamış bir ürünü, kalitesi 'mercedes' dahi olsa, pazarlamak oldukça zordur. Bizim zeytinyağı üreticileri olarak en büyük sıkıntımızın bu olduğunu düşünüyorum."

"Zeytinyağı örnek bir niş ürünüdür"

İhracat konusunda hangi noktadayız?

"Bu konudaki destekler çok kısıtlı. İhracata yönleneceksek, mutlak suretle teşvik sisteminin gözden geçirilmesi gerekir. Şuan verilen maalesef teşvikler yeterli değildir. Bu teşviklerin ölçülebilir hedeflerle yeniden şekillendirilmesi gerekir. Verilen destekler daha efektif kullanılmalıdır. Eğer zeytinyağı ihracatı hedefleniyorsa, gümrük ya da navlun konusunda destek gerekecektir. Zeytinyağı örnek bir niş ürünüdür. Biz bunu nasıl daha iyi yerlere konumlandırabiliriz diye düşünmeliyiz."

Dünyada zeytinyağı talebinin arttığı ve bu talebin yarısından fazlasının Avrupa'da gerçekleşeceği bir gerçektir. Bununla birlikte özellikle işlenmiş gıda olarak zeytinyağının Yeşil Hat üzerinden güneye geçirilmesi ve satılması bizim için büyük bir şans olacaktır. Yakın zamanda aldığımız duyumlara göre, birkaç tane niş işlenmiş gıda ürünümüzün güneye geçmesi için Güneydeki bakanlar kurulu bir karar aldı ve bu sayede zeytinyağının işlenmiş olarak güneye geçebileceği duyumunu aldık. Bugünlerde ilk denemelerimizi yapıyoruz. Umarım ki bu kanal bize açılır ve bu kanal açılırsa güneye mal satabileceğiz, güney üzerinden de dünyaya mal satabileceğimiz için gümrük vergisinde yaşadığımız sorunlar ortadan kaldırılıp, ürünümüz AB ürünü olarak satılabilecektir. Eğer bu gerçekleşirse kaderimiz değişebilir. Bu nedenle unutulmamalıdır ki ekonomimizin gelişimi açısından Yeşil Hat kanalının açılması ve güney ile olan ilişkilerin geliştirilmesi çok kritik önem taşımaktadır. Bunun altını çizmek isterim."



Uluslararası alanda birçok kalite ödülüne layık görülen, zeytinyağı üretiminde öncü firma Ecolive Zeytincilik direktörü Celal Arap, Londra temaslardaki ilk izlenimlerini Sanayi Gazetesi okuyucuları için paylaştı.

“Üretici ve sanayici aynı çatı altında olmamalı”

Celal ARAP (Ecolive Zeytincilik Direktörü)

Londra temaslardaki ilk izlenimleriniz ne oldu?

İngiltere Avrupa Birliği'nden ayrılmış bir ülke ve bunun öncesinde tüm AB ülkelerine olduğu gibi buraya da ürünlerimizi ihraç etmek çok zordu. Brexit sonrasında AB mevzuatları yerine İngiltere kendi ülke standartları ve prosedürlerini uygulamaya başladı. Biz Kıbrıslı Türkler için ticarette fırsat olabilecek nitelik taşıyan bu durumu her şekilde değerlendirerek ihracat yapabilecek yolların ne olabileceğini araştırırken, KTSO'nun Londra Ticaret Heyeti adı altında organize ettiği etkinlik tam bir isabet oldu. Ecolive Zeytincilik olarak önceden kendi imkânlarımızla temasa geçtiğimiz bazı tedarikçi firmalar olmuş olsa da buralara numune ürünlerimizi ve uluslararası alanda geçerli olan sertifikalarımız ile kalite ödüllerimizi paylaşarak kendimizi tanıtmaya çalışmış olsak da bu etkinlik çalışmalarımızı daha da pekiştirdi.

Londra'ya gittiğimiz zaman ne ile yüzleşeceğimizi az çok biliyorduk. Bizler için bu etkinliğin en güzel yanı şirketimizin prestiji açısından böyle bir organizasyonda yer almış olmasıdır. Kıbrıs Türk Sanayi Odası (KTSO) yetkilileri zeytincilik sektörünü önemsemekte ve gelişmesi için çaba sarfetmektedir ancak devlet yetkililerinin de bunun farkında olmasını ve desteklemesini isteriz.

İlk kez düzenlenen bu etkinliğe bir PR şirketi aracı oldu. PR şirketi çok profesyonel çalışmadı diye düşünüyorum. Her katılımcı için en az 5 tedarikçi firma ile görüşmemiz vaad edilmişken, zeytincilik sektörü için etkinlik salonunu toplamda 6 tedarikçi firma ziyaret etti. Ertesi gün etkinliğe katılmayan ancak kendi yerlerinde bizleri görüşmeye davet eden 2 ayrı firma ile de görüştük. Kendi imkânlarımız ile önceden temasta olduğumuz ve Londra'ya gitmişken fiziki olarak da ziyaret ettiğimiz 4 ayrı firma daha oldu. Bu firmalar ile bire bir yaptığımız toplantılarla, önceden olan görüşmelerimizi daha da pekiştirdik. Genel anlamda organizasyon güzeldi, ilk kez düzenlenmiş böylesi bir organizasyonda her şeyin mükemmel olmasını beklemek yanlış olurdu, bizler için tatmin edici oldu.

“Güçlerimizi birleştirmesek ihracattaki kotayı, kaliteyi ve sürdürülebilirliği sağlayamayız”

Peki ihracat olması halinde istenilen potansiyel alıcı firmalara istenilen rakamları tedarik etmek mümkün mü?

Biz güç birliği yapmazsak, yurtdışındaki hiçbir tedarikçiye sürdürülebilir ürün tedarığı sağlayamayız. Üretimde, ülkemizin geleceği kooperatifleşmekten geçer, ben bunu savunuyorum ve destekliyorum. Ama bu uzun yıllara yayılabilecek bir çalışmadır, sistemli ve sabırlı olmak gerekir. Yıllardır bu konuda mutlaka bir araya gelmeli ve bir kooperatif kurma yönünde birleşmemiz gerektiğini söyler dururum, geçen zamana çok yazık. Daha önce Kıbrıs'ın doğusu Karpaz Bölgesi'ni kapsayan K.T. Esnaf ve Zanaatkarlar Odası'nın çatısı altında “EZ-KOOP” adıyla bir kooperatifleşme oldu, Karpaz Bölgesi'nden 150 üreticiden fazla üyeye sahip güzel bir yapılanma, üstelik AB desteği de almış bir kooperatif. Bizim istediğimiz de bu şekilde bir yapılanmadır. EZ-KOOP'a katılmamız ve tüm zeytincilerin birlikte bu çatı altında olması da mümkün değil çünkü Karpaz Bölgesi dışından bir üretici buraya üye olamaz gibi bir koşulları var. Üretmek ve pazarlamak iki ayrı kulvardır ve üretici ile sanayici aynı çatı altında olamaz. Üretici ürününü en yüksek değere satmak isterken sanayici de alacağı ürünü en hesaplı bir rakama almak ister. Bu yüzden ZEYSAN'ın da uzun soluklu veya sektöre katkı koyacak kadar işlev yapacağını düşünmüyorum. Bu yapıdaki bir

derneğin zeytinciliğe katkısı olması beklenemez. Yukarıda bahse konu mevzudan bu çatı altında zeytinyağı sanayicileri ve zeytin üreticilerinin çıkarları hiçbir zaman örtüşmeyecektir. İleriye yönelik baktığınız zaman, vizyonu olan bir üretici ya da bir sanayiciyseniz, bu ikisinin bir arada yürümeyeceğini ve tıkanacağını görebilmeniz gerekir. Eğer ben bir ülkeye ihracat yapacaksam bunu bir üretici olarak yapmaya çalışmamalıyım. Bunu ticaret yapan bir firma ya da kooperatif olarak yapmalıyım. Güç birliği şarttır. Eğer güçlerimizi birleştirmesek ihracattaki kotayı, kaliteyi ve sürdürülebilirliği hiçbir zaman sağlayamayacağız.”

“Sektörde büyük üretici olmakla pazarda büyük olmak arasında çok fark vardır”

“Geçtiğimiz yılın Aralık ayında bir kısım üretici ve sanayici firma ile gerçekleştirdiğimiz toplantıda, başlangıç olarak bir kooperatifleşme kuramamak da şirketleşme yoluna giderek güçlerimizi birleştirdiğimiz bir yapı kurduk. Şimdilik yerel HOREKA sektörüne hizmet veren bu şirket gün geçtikçe güçlenmekte ve emin adımlarla hedeflediği yola devam etmektedir. 4 ortaklı kurulmuş olan bu şirket bünyesinde şu an, 2 dolum tesisi, 3 zeytin işleme tesisi, 2 paketleme tesisi, 30 binin üzerinde zeytin ağacı, 150 ton sofralık zeytin ve çakıstus işleme kapasitesi ve 170 ton zeytinyağı depolama kapasitesi bulunmaktadır. Sektörde büyük üretici olmakla pazarda büyük olmak arasında çok fark vardır. Ben büyük üreticiyim, pazarda “en büyük benim” anlayışı olmamalıdır. Güç birliği herkese fayda sağlar.”

“Elle tutulur hiçbir kayıt ve denetim yok”

Biz yurt dışında kendimizi istenilen şekilde ifade edebildik mi?

“İngiltere'ye gittiğimiz zaman yaptığımız görüşmelerde KKTC'de üretimde neredeyiz, hangi standartlardayız konusunda güzel sunumlar yaptık. Kurumsal olarak şirketimizi ve ürünlerimizi birçok mecrada tanıtırız durumdayız, uzun zamandır gerek sosyal medya gerekse digital reklam dünyasında çok çalışmalar yaptık ve yapıyoruz. Tüm bu argümanların yurt içi tanıtımı yanı sıra günü geldiğinde yurt dışı tanıtımlarımıza da katkı koyacağını çok iyi biliyorduk. Bizi ziyaret eden ya da bizlerin ziyaret ettiği tüm firmalardan şirket ve ürün tanıtımlarımız konusunda övgüler aldık. Uluslararası alanda henüz referans verebileceğimiz iş ortaklarımız yok, bu konuda ise zavıf kalıyoruz. Şirketimizin tarihçesi, yerel referansları, sertifikasyon ve uluslararası arenada aldığımız kalite ödülleri bizleri daha ileriye taşımaktadır ancak gördük ki karşı taraf yani tedarikçiler için yurtdışı referansları çok önem taşımaktadır.”

Şuan bizlerden talep edilebilecek hacimleri sağlayacak kadar ürünümüz yok, yaptığımız tüm görüşmeler yeni sezon ve sonrası içindi. Bugün 100 ton zeytinyağı istense, adada bu ürünü bulmak imkânsızdır diye düşünüyorum. Devletin farkında olması gereken bazı konular var. Öncelikle ihracat ne zaman yapılır sorusuna cevap verirsek, bunun cevabı şöyle ortaya çıkar; ihracat, ülkenin ihtiyaç fazlası olan ürününü satarak yapılması gerekir. Zeytinyağı 12 yıldır ülkeye ithal olarak girmesi yasak olan bir üründür. Yerel üretime ciddi katkı sağlayan ve sektörün gelişmesi için milad diye tanımlayacağımız bu dönem sonrasında zeytincilik çok ilerledi ve bu sektöre ciddi yatırımlar yapıldı. En son, 2018 yılında rekoltenin çok az olmasıyla ortaya çıkan ihtiyaç yüzünden Bakanlar Kurulu kararı ile 60 ton zeytinyağı ithal edilmişti.

“Bizler yurt dışına zeytinyağı satacak şekilde temaslarm kurmaya

çalışıyoruz. Ancak ilgili yıl içerisinde ne kadar üretim yaptık, ülkenin ihtiyacı nedir ve ne kadar ihracat yapabiliriz diye devlet mutlaka bu konuya acilen el atmalı ve ihracatı da kontrollü yapmamızı sağlamalıdır. Aksi taktirde satışlar üretim fazlası değil de geliş güzel bir ihracat kotasıyla yapılırsa, ülke ihtiyacı için gerekli olacak tonajlarda mutlaka sıkıntılar oluşacaktır. Böyle bir durum sonrasında neler olur tahmin edersiniz herhalde. Zaten ithalatçı firmalar sürekli bu yasağın kaldırılması ile ilgili devlete baskı yapmakta ve serbest rekabeti savunmaktadırlar. Yurt dışı satış heyecanımızı kontrol etmeliyiz ve devlet de bunun hem adil hem de etik koşullarda yapılmasını sağlamalı, ayrıca denetlemelidir diye düşünüyorum. Üretimde elle tutulur hiçbir kayıt ve denetim yok. Mesela, her değirmen kaç ton sıkım yapar biliyorlar mı? Ülkenin ihtiyacı nedir, ihtiyaç fazlası ürün ne kadardır biliniyor mu? Yapılan ciddi plantasyonlar var ve çok yakın bir gelecekte üretim potansiyeli büyük oranda artacaktır. İhracat mutlaka çözüm kapısıdır ancak şimdiden bu konuda çok ciddi çalışmalar yapılmalıdır."

"Kayıtlı 600 bin zeytin ağacı var"

"İlgili bakanlık verilerine göre ülkemizde kayıtlı ve uydu görüntülerine göre 600 bin zeytin ağacı vardır. Ama yeni yapılan plantasyonlara da bakılırsa bu 1 milyon civarındadır. Bunları dikkate alarak üretim kapasite çalışmaları başlatılabilir. Değirmenler zeytinyağı kalitesinde önemli farktordur, iyi bir zeytin üreticisiyim diyebilirsiniz ancak zeytinyağı üretiminde değirmenin kaliteye yansıttığı etki çok büyüktür. Hasat yaparken hasat koşulları da ciddi şekilde kaliteye yansıyan ilk ve en önemli unsurdur."

2022 ihracat yılı olur mu?

"Kendi sektörümüzde 2022 ihracat yılı olmayacak. Kendi içimizde sezon başlangıcına kadar zeytinyağı yeter mi yetmez mi bilmiyoruz. Şu an yaptığımız görüşmeler yeni sezon ve sonraki sezon içindir. Eldeki stoğu tüketmekle ilgili bir görüşme yapmadık. Elimizdeki stok sezon sonuna kadar ancak yeterlidir."

Zeytin ve Zeytin Yağı Üreticileri Derneği (ZEYSAN) Başkanı, Akdeniz Zeytin ve Zeytinyağı LTD. Direktörü Tayfun Tüccar Kıbrıs Türk Sanayi Odası'nın Londra'da pazar arayışı için düzenlenen ticaret heyetinde firma olarak yer aldıklarını kaydederek gözlemlerini Sanayi Gazetesi okuyucuları ile paylaştı.

"Kendi kendimize ambargolar koyuyoruz"

Tayfun TÜCCAR (ZEYSAN Başkanı)

"İlk kez KKTC adına böyle bir etkinlik yapıldı"

Londra'daki izlenimleriniz nedir? KTSO'nun bu girişimine nasıl bakıyorsunuz?

"Öncelikle Kıbrıs Türk Sanayi Odası'nın (KTSO) öncülüğünde gerçekleşen bu ziyareti takdirle karşılıyorum. Bu ziyaretlerin her yıl düzenli olarak gerçekleşmesini ümit ederim. Gelecek yıllarda da ziyaretlerin devam etmesi ve sanayicilerimizi dış pazarlara tanıtmak veya açabilmek bunun yanında ürettiğimizi bu ülkede dış pazarda satabilmek için bu arayış doğru bir arayıştır. Dış dünyada bizim ürünlerimizin muadili ürünlerin hangi koşullarda ve hangi fiyatlarda o ülkeye gittiğini hem gözümüzle görelim hem de bu pazarda bizler ne yapabiliriz bunları görme adına çok güzel bir organizasyon oldu."

İlk kez KKTC adına böyle bir etkinlik yapıldı. Orada kendi sektörümüzle alakalı 5-10 şirketle görüştük, onlara kendimizi ve ürünlerimizi tanıttık. Bu konuda ürünlerimize güveniyoruz. Akdeniz Zeytin ve Zeytinyağı LTD olarak KKTC'de ISO22000 belgesine sahip (zeytin olarak) tek firmayız. Bu bizim için hem gurur vesilesi hem de gıda konusunda hijyen ve sağlıklı ürün üretmek adına önemli bir adımdır. Şu anda orada bu işleri yapan gerek Kıbrıslı Türk gerekse Türkiye'den oraya gitmiş olan Türklerle kontak kurduk.

Karşı tarafın üründeki kriterleri nedir?

Görüşme yaptığımız firmaların üzerinde durduğu iki konu oldu. Birincisi kaliteli ambalaj ve kaliteli ürün, ikincisi ise daha uygun fiyatlı ürün çeşitleri (pet şişeler, kavanozlar ve maliyeti daha düşük cam şişeler). Yaptığımız görüşmelerde yasal mevzuatlarla ilgili elle tutulur net bir veri alamadık. İngiltere'ye KKTC'den gidecek olan zeytinyağına litre başına uygulanan bir ambargo söz konusudur. Küçük çaplarda zeytinyağı gönderen bazı firmalar bu ambargo ile genelde karşılaşmadı ama bazen de karşılaşıldı. Bu her zaman olmuyor ama gerçekte böyle bir vergilendirme vardır, orada yaptığımız toplantıda bu bize aktarıldı. Temasta bulunduğumuz bir kaç yetkilinin de toplantıda KKTC için İngiltere'ye ihracat yaparken belli bir formatta gümrüklendirme ya da vergilendirme usullerini ortaya koyacakları bir çalışmadan bahsedildi. Karşı tarafa fiyat verirken limana teslim ya da fabrikadan teslim olacak şekilde iki tip fiyat veriyoruz. Limana varan zeytinyağı için litre başına 0.93 penny tutarında bir vergilendirme oluyor. Bunu iki şekilde çözebiliriz diye düşünüyorum; birincisi, yukarıda bahsettiğimiz şekilde, KKTC'den yapılacak ithalatlarda uygulanacak özel bir vergilendirme formatı, ya da devletimizin ihracata vereceği teşvikle bu sorun çözülebilir.

Devlet bize bu aradaki farkı teşvik olarak verirse biz de karşı taraftaki alıcı firmaya ilgili vergi matrahını bizim üstlendiğimizi belirtebiliriz. Geçen yıl stokta olan zeytinyağlarını toplamak üzere Ağustos – Eylül arası yaklaşık 30-40 günlük yurt dışı satış izni verilmişti. Türkiye'ye satışı yapılacak olan zeytinyağına 5 Türk Lirası, İngiltere'ye satış yapılacak olana ise 0.50 Penny teşvik verilmişti. Bence bu konu acilen tekrar görüşülerek hayata geçirilmeli ve devlet üreticisini koruyarak bu sorumluluğu üstlenmeli."



"İstisnaları sağlamak daha kolay oldu"

Daha önce ihracat girişimi yapıp, ürünlerinizi Londra'da pazarlamanız mümkün değil miydi?

Malesef şahıs olarak oradaki firmalarla kontağa geçip "biz geliyoruz, sizinle görüşmek istiyoruz" şeklinde bir randevu almabilmek çok zordu. KT Sanayi Odası'nın aracılığı ile heyet ile birlikte gidip, bu istisnaları sağlamak daha kolay oldu. Buradaki firmalar Türkiye'nin önemli ürünlerini ithal eden büyük firmalardır. Bu firmalar ürünlerini Kıbrıslı Türklerin ve Türkiye'den gelen Türklerin gittikleri süpermarketlere dağıtım yapıyorlar. Akdeniz iklimini kendi yemek lezzetlerini arayan insanlar var.

"Kendi kendimize ambargolar koyuyoruz"

İhracattaki esas sıkıntı tanınmamış olmak mı yoksa kendi pazarımızı kendimiz yaratamamızdan kaynaklı?

Bana göre tanınmamışlık değildir, ama bu da bir etkidir. Kıbrıs Cumhuriyeti bize gelin güven yaratıcı önlemler altında, Maraş'ın yasal sahiplerine devredilmesine karşılık Ercan Havalimanı'na doğrudan uçuş ve Mağusa Limanı'na da doğrudan ticaret önerisi yapıyor. Düşünün "gül" ihracatı yapmak istiyorum ve Larnaka üzerinden dış piyasaya göndermek istesem Yeşil Hat Tüzüğü'nden dolayı bana mücadele etmeyecektir. Bizim ekonomimiz bu halde iken, kendi kendimize

ambargolar koyuyoruz. Bu düşüncelerle bir adım ileriye gidemeyiz. Ambargoyu koyan yine biziz, biz. Bu şekilde ihracat yapamayız. Şimdi gelinen noktada bir takım sıkıntılar oluştu. Biz şimdi bir Pazar bulduk ve maliyetlerimiz İspanya'dan, Portekiz'den gelen mallarla kıyasladığımız zaman bizim mallarımızın daha ucuz ve daha kaliteli olduğunu görüyoruz. Biz 1 Pound aşağıya versek, mevzuata göre 1,07 pound litre başına ödememiz gerekecek. Hal böyle olunca biz ürünümüzü aşağı fiyata da versek zarardayız.

2022 ihracat yılı olur mu?

Bu adamlarla gidip görüştük ve kontak kurduk. Ama öncesini de düşünmemiz gerekir. Yani bizden önce bu insanların kontak kurduğu başka firmalar vardı ve planlamalarını da yıl sonuna kadar yaptılar. Devam eden bağlantıları var. Bizim zeytinimizi örneğin ne kadar beğenirse beğensin, bağlantılı olduğu firma ile anlaşması bitene kadar devam edecektir. Bu yıl ille de ihracat yılı olacak diye bir konu yoktur, ama biz devam edersek, ürettiğimiz ürünlerin kalitesinden ödün vermezsek ve o piyasaya girmek için uğraşırsak önümüzdeki yıl bizim için ihracat yılı olacaktır. yapabileceğiz."

"Üretimlerimizle de ihracata ilk defa gireceğimiz için çok heyecanlıyız"

2022 ihracat yılı olarak açıklandı... Peki sizce o başarıyı elde etmemiz mümkün mü? Ne yapılması gerekiyor?

"Biz 2022'yi kendi fabrikamızı mağaza olarak da açıyor olduğumuz için

hem iç piyasanın nabzını iyi tanımlarken, üretimlerimizle de ihracata ilk defa gireceğimiz için çok heyecanlıyız. Ama uzun vadeli planlar içerisinde olduğumuz için 2023 yılı bizim için daha geniş spektrumlu bir yolculuk olacaktır.

Hedeflenen yıllık ihracat rakamları nedir?

"Tam olarak kendimiz de bunu netleştiremedik. İlerde bunları da daha net göreceğimiz bir dönemdeyiz."

"Ciddi kaygılar ve maddi sıkıntılarla ayakta duruyoruz"

KKTC şuan ihracatta hangi noktadadır? Neler gözlemlediniz?

"İhracatın çok ilerleyeceğini ve yolumuzun eskisinden çok daha aydınlık olduğunu gözlemliyoruz. Eski yıllarımız tamamen bir hüsrana olduğunu hepimiz maalesef biliyoruz. Yaşadığımız ambargolardan hem iç hem de dil piyasada ciddi kaygılar ve maddi sıkıntılarla ayakta duruyoruz fakat bunların hepsini sanayi odasının artık yeni duyarlılık yöntemleri ve kalkındırma yollarıyla ilerleyeceği bizi açıkçası çok heyecanlandırıyor."

Londra sonrası fikriniz nedir? KKTC bu konuda kazanım sağlayacak mı?

"Elbette büyük bir kazanım sağlayacaktır fakat daha büyük sahalar için çalışmaya devam etmeliyiz. Londra büyük bir saha ve yetişmekte, tutunup da yıllarca devam etmekte zorlanabiliriz o yüzden çalışmaların hızlı, yoğun ve iletişimi kuvvetlendirilmesi gerek."



Agrotek Trading Ltd. Direktörü Hakan Temizyürek, Kıbrıs Türk Sanayi Odası'nın ilk kez ihracat adına bir heyetle girişim başlattığı Londra temasları ile ilgili görüşlerini Sanayi Gazetesi okuyucuları ile paylaştı. Vergilerin yüksek olmasından dolayı rekabet etme gücünün düştüğüne dikkat çeken Temizyürek, ihracat adına önümüzdeki süreçten umutlu olduğunu söyledi.

"İhracat için önemli bir adım atıldı"

Hakan TEMIZYÜREK (Agrotek Trading LTD. Direktörü)

Londra'daki izlenimleriniz ne oldu? Bu ziyaretteki öngörünüz nedir?

"İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden çıkmasından dolayı İngiltere ile olan ilişkilerimiz daha da ileriye taşınmak istendi. Özellikle ihracat için önemli bir adım atıldı. Avrupa Birliği kriterlerinde ihracat noktasında bir takım sıkıntılar yaşanıyordu, İngiltere'ye ihracat yapma noktasına bir takım sıkıntılarımız var. Ticari boyutta bir ihracat olmaması bizler için dezavantajdı. O yüzden bu ticaret heyetinin İngiltere'de gerçekleştirdiği bu temaslar çok önemli bir olaydır. Biz oraya gidince orada bir takım e-toptancılar, butik ithalatçılar ile görüşmelerimiz oldu. Biz kendi ürünlerimizi tanıttık. Güzel bir görüşme oldu. İyi dönüşümler aldık. Önümüzdeki Eylül- Ekim ayları zeytinyağı için önemli bir ay. Yeni sezon için zeytin hasadına başlanacak. Şuan zaten yeterli ürünümüz olmadığı için onlarla da yaptığımız görüşmede Eylül- Ekim aylarındaki yeni sezon ürünlerimiz için bağlantılarımızı gerçekleştirdik. Bence bu görüşmeler daha da kapsamlı gerçekleşmeli, bu bir ilkti ve nasıl bir tepki alacağımızı da bilmiyorduk. Eminim buradan aldığımız fikirlerle daha da geniş ve kapsamlı bir çalışma yapacağız. Bizim İngiltere'de isim yapmış aşçılarımız var ve onlarla birlikte Kıbrıs'a özgü yemeklerin yapıp bir festival şeklinde tanıtımı da yapılabilir. Bu KKTC için önemli bir adım oldu. Kıbrıs Türk Sanayi Odası Başkanımız da burada ciddi bir görev üstlendi ve ilk adımı attı."

"Verginin kalkması bizim için önemli bir adım" İhracattaki sıkıntılarınız nelerdir?

"İhracattaki en büyük sıkıntımız taşımacılıktır. Türkiye Cumhuriyeti Elçiliği'nin oradaki görevlileri Türkiye adına sürekli görüşmeler yapıyordu. Türkiye için bir kota ve gümrük vergisi de çıkıyor. Sürekli bu konular gündeme getiriliyor. Boris Johnson biz oradayken bir açıklama yapmış ve "niye Türkiye'den gelen zeytinyağından vergi

alıyoruz". Oradaki PR firmasını elemanı bize tüm görüşmelerde konuyu gündeme getirdiklerini de söyledi. Baktığınız zaman litrede 1 pound gibi ciddi bir vergi miktarı geliyor. Biz sürekli olarak bu sorunu dile getiriyoruz. Biz bu görüşmelerde çeşitli notlar alarak çalışmalarımızı yapacağız. Verginin kalkması bizim için önemli bir adım olur."

"Uluslararası alanda ilk kez KKTC adına altın ödül aldık" İhracat yapılırsa istenilen kalitede üretim ve yeterli miktarda ürün gönderme şansımız olur mu?

"Şuan kaliteli üretim yapıyoruz. Tabi ki bir anda istenilen rakamlara ulaşamayız ama ilerleyen süreçte bununla ilgili taleplere göre üretim yapacağız. Biz butik üretim yapıyoruz. Üst kalite üretim yapıyoruz. En başlıca önceliğimiz kalitedir. Ambalaj olarak en çok beğenilen ambalajlardan biri olduk. Yıllardır bu çalışmayı yapıyoruz ve uluslararası alanda ilk kez KKTC adına altın ödül aldık. Bu bizim için önemli bir noktaydı. Ambalajı ve tadı çok beğenildi. Bizim ürünümüzün özelliği de ağaçlarımızın eski Kıbrıs zeytini olmasıdır. Ağaçlarımız 100-150 yıllıktır. Bu yüzden aroması ve tadı farklıdır. Biz bunu öne çıkarmaya çalıştık. Şuan ülkemizde ciddi anlamda plantasyonlar yapıldı. Yeni sezonda ihracata yetecek kadar ürünümüz olduğunu düşünüyorum. Bu rakam daha da artacaktır. Bu ağaçlar verime geçtiği zaman çok ciddi zeytinyağı üretimi olacaktır. Bu bizim için çok önemli rakamlardır. Biz şuan ne kadar talepleri karşılayabiliriz bilemiyorum ama ciddi anlamda zeytinyağı çıkacağını düşünüyorum."

2022 zeytinyağı için ihracat yılı olabilir

İhracat olursa ne öngörüyorsunuz? 2022 yılı ihracat yılı olur mu?

"Yavaş yavaş hazırlıklar yapılıyor. Bu yıl zeytinyağı üretimi için iyi bir sezon olacak diye düşünüyorum. Eylül gibi hasat başlanacaktır. İç

piyasada yapılan bağlantılarımız var ama yine ihracat için belli bir rakam yapabileceğimizi düşünüyorum. Yani 2022 zeytinyağı için ihracat yılı olabilir. Geç kalmış sayılmayız. Taşımacılık fiyatları çok artmış durumdadır. Bununla ilgili de bir takım görüşmeler yaptık. Vergi için ciddi girişimler yapılıyor. Eğer bunlar olmazsa ciddi bir ihracat yapabileceğiz ve dış piyasa ile rekabet edebileceğiz diye düşünüyorum.”

“Bu ülke için ciddi anlamda canla başla çalışılması gerekiyor”

Daha önce dış piyasa için girişim yapıldı mı?

“Ambargolar belki var ama bizim gidip kendimizi orada tanıtmak zorundayız. Ambargolar var diye geri duramayız. Kıbrıs Türk Sanayi

Odası’nın da Kıbrıs Türk Ticaret Odası’nın da destek vererek orada ciddi çalışmalar yapması gerekiyor. İngiltere bizim ikinci vatanımız gibi oldu. Orada yaşayan yüz binlerce Kıbrıslı Türk var. Orada önemli bir piyasa var. ciddi bir lobi faaliyeti ile uğraşmamız var. Siyasi olarak da bir şeyler yapmamız gerekiyor. İngiltere’deki temsilcimizin bizi daha fazla ciddiye alarak bir şeyler yapması gerekiyor. Bu ülke için ciddi anlamda canla başla çalışılması gerekiyor. Oradaki piyasaya bireysel girmemiz zordur. İhracata adım atmamız gerekiyor. Ekilen plantasyonlar 3-5 yıl sonra verime girecek ve çok ciddi bir üretimimiz olacak. Şuan iç piyasada da ciddi bir talep var. Turistler otellere gelmeye başladı ve şimdiden yetişebilir miyiz bu taleplere endişe içerisindeyiz. Bu yıl ihracatı başlatmak adına bir yerden başlamalıyız.”

2017 yılında kurduğumuz poliüretan enjeksiyon ve kalıp sistemini devreye alıp ürettiği poliüretan gövdeli buzdolabı ve dondurucu çeşitleri için Avrupa Standartlarına Uygunluk (CE) belgesi alarak Kuzey Kıbrıs’ta bu derecelendirmeyi elektrikli cihazlar için alan ilk ve tek firma konumuna ulaşan aile şirketi Karsal Endüstriyel Mutfak yöneticisi Nazım Adem Karasalih ile Kıbrıs Türk Sanayi Odası’nın gerçekleştirdiği Londra temasları üzerine konuştuk.

“Kapasite olarak yeterli değiliz”

Nazım ADEM KARASALİH (Karsal Endüstriyel Mutfak Yöneticisi)

Londra temaslarınız nasıl geçti? İzlenimlerinizi paylaşır mısınız? “Olumlu görüşmelerimiz oldu”

“Londra temaslarımız oldukça olumlu geçti. Şimdiye kadar ticari heyet organize edilmemişti, ilk kez oldu. Öncelikle böyle bir organizasyonda yer almamıza fırsat veren Kıbrıs Türk Sanayi Odası (KTSO) başkanımız Ali Kamacıoğlu’na ve ekibine firmamız adına teşekkür ederim. KTSO ekibi bizlerle yakından ilgilendi ve bize bu temaslar hakkında düzenli olarak bilgi verdi. İhraç etmeyi hedeflediğimiz ürünlerle ilgili b2b (business to business) görüşmeler yapabileceğimiz firmalar bulunması için özel bir PR firması ile çalıştılar ve profesyonel olan firma bizler için 10’dan fazla gıda, endüstriyel mutfak vb. konularda Londra piyasasında hizmet veren firma buluşturdu. Bulunan firmaların bir kısmı ile Londra’da görüşmelerin yapıldığı Copthorne Tara Hotel’de görüştük, bazıları ile uzaktan zoom konferans aracılığıyla ve bazı firmaları da yerlerinde ziyaret ederek görüşmeler gerçekleştirdim. Biz ürettiğimiz endüstriyel pişirme, soğutma cihazları ve mutfak ekipmanlarımızı yurt dışına satmayı hedefliyoruz. İhraç edebileceğimiz ürünler şuan için CE belgesine sahip olan soğutma cihazlarımız ve belge gerekmeyen mutfak ekipmanlarıdır. Pişirme cihazlarımız için de CE belgesi alma çalışmalarımız sürmektedir. 2023 yılına pişirme cihazlarımız içinde CE belgesi almayı ve onlarla ilgili de ihracat çalışmalarımızı başlatmayı hedefliyoruz.

Edindiğimiz bilgilere göre Londra’da 2023 başından itibaren CE belgesi sertifikasyonuna bire bir muadil İngiltere’nin hükümetinin çıkardığı UTCA isimdeki sertifikasyon devreye girecek ve bize CE belgesini sunarak UTCA sertifikasyonu belgesini alabileceğimiz bilgisine ulaştık, konuyla ilgili çalışmalarımız devam ediyor. Londra’ya giderken soğutma cihazlarımızla ilgili kapsamlı bir katalog hazırladık. Görüştüğümüz tüm firmalara katalogumuzu ve kartvizit vererek bilgilendirdim. Ayrıca firmamızla ilgili hazırladığımız kurumsal videomuzu da görüştüğümüz firmalara izleterek üretim süreçlerimizle ilgili bilgiler verdim.

Amacımız Londra iç piyasasındaki “busines to busines” dediğimiz işletme toptancı ticari görüşmesi yapmaktır ve yaptık. Biz direk kullanıcı yanında toptancı işletmelerde ulaşmak istiyorduk. Bizim için önemli olan bir firma ile zoom üzerinden görüşerek ürünlerimizi tanıttık. Firmanın ihtiyaçları doğrultusunda onlara fiyat çalışması yapmamızı istediler. Hoteldeki görüşmelerde Türkiye’de bulunan bir markanın temsilciliğini yapan başka bir firma da bizimler görüşerek ürünlerimiz hakkında bilgi istedi. Onlarla da olumlu görüşmelerimiz oldu. Bizim ürettiğimiz bir teşhir ünitemizi beğendiler ve fiyat talep ettiler. Bu şekilde olumlu dönüşler aldık.”



“Teklif taleplerine cevap vermeye çalışıyoruz”

Daha önce ihracat anlamında girişim yaptınız mı? İhracatta sıkıntı var mı?

Daha önce Kıbrıs Cumhuriyeti’ne yeşil hat tüzüğü kapsamında endüstriyel mutfak ürünlerimizden ihrac etmiştik fakat farklı bir ülkeye ürün ihrac etmedik. İlk kez düzenlenen Londra Ticari Heyeti için pazar araştırması yaparak Londra’ya gittim. İngiltere piyasasındaki soğutucuların fiyatlarını araştırdık. Kendi maliyetlerimizi çıkararak bir karşılaştırma tablosu oluşturduk. İhracat yapma noktasında ne yapabiliriz diye bir fizibilite raporu çıkardık. İhracat noktasında Türkiye üzerinden menşei olarak “O” gümrükle ticaret dairesinde navlun desteğiyle ürünlerimizi ihrac edebiliriz. Ayrıca Kıbrıs Cumhuriyeti üzerinden yeşil hat tüzüğü kapsamında ürünlerimizi yine gümrük muafiyetli hem Kıbrıs Cumhuriyeti’ne hemde diğer ülkelere ihrac edebiliyoruz. Tabi tercih edilmede kalitede önemlidir. Bu doğrultuda makine parkurumuzu geliştirecek teknolojik yatırımlara başladık.

“Birkaç yıl içerisinde seri üretime geçmeyi planlıyoruz”

2022 yılını ihracat yılı olarak mı görüyorsunuz?

“Kendi sektörümüz için konuşacak olursak, biraz daha yol kat etmemiz gerektiğine inanıyorum. Şuan için iç piyasaya yetişme konusunda sıkıntımız yok. Dış piyasadaki talep gelse yine yetişebiliriz ama sınırlı kapasitede yetişebiliriz. Ekonomik olarak dünyadaki durum ortada. Bu yıl içerisinde bir ihracat hedefimiz yok ama gelecek yıl için bu konuda atılım yapabiliriz.” Geçmişte Güney Kıbrıs’a yeşil hat tüzüğü üzerinden bir takım ürünler sattık, ara ara bizden ürün talep eden bireysel müşterilerimiz ve toptancılar mevcuttur. Hedefimiz ilk etapta Güney Kıbrıs ve yakın çevre Akdeniz ülkelerine (Lübnan, Ürdün vb.) soğutma, pişirme cihazlarımızı ve mutfak ekipmanlarımızı ihrac etmektir.

“Avrupa Standartlarına uygun ürünler üretiyoruz”

Kıbrıs Türk Sanayi Odası’nın girişimleri hakkındaki görüşleriniz nedir?

“Doğru bir atılım oldu. Bizim için çok faydalı olacağına inanıyorum. Şimdi değilse bile ilerleyen süreçte gerek İngiltere gerek başka ülkede yapılacak olan bu tür çalışmalarda yer almak istiyoruz. Biz tamamen yerli üretim yaparak, Avrupa Standartlarına uygun katma değeri yüksek ürünler üretiyoruz. Biz bu ülkede gıda olarak baktığımız zaman zeytinyağı, süt, kahve vs. gibi çeşitler hep üretilen var olan ürünlerimizdi. Bizim ürettiğimiz ürünler ise bu ülkede tektir.



Ülkemizin yerli mobilya üretiminde öncü isimlerinden Sezer Köroğlu Ltd. direktörü Derviş Köroğlu ile Sanayi Odası'nın düzenlediği Londra temasları ve ihracat üzerine konuştuk...

“Oturup beklemek ya da mücadele etmemek başarıya kimseyi ulaştırmaz”

Sezer KÖROĞLU (Sezer Köroğlu Ltd. Direktörü)

“Çin’den ihracat yaptıkları için rekabet edebilirliğimizi sorguladım”

Londra temaslarınızda izlenimleriniz ne oldu?

“Bence çok güzel bir organizasyon oldu. Oradaki Hint asıllı İngilizler ve Türkiye’den oraya yerleşmiş Türklerle görüşme şansımız oldu. Özellikle Türkiye Elçiliği bizi bu konuda bilgilendirdi. Resepsiyonumuza katılarak orada İngiltere pazarı ile ilgili ticaret müşavirleri sunum yaptı. Oradaki potansiyeli karşılıklı görüşmelerimizde de umut verici olarak nitelendiriyorum. Tabi bu gibi temasların sürekli olmasından yanayım. İkili ilişkiler daha fazla imkan ve sonuç doğurur diye düşünüyorum. Biz orada firmaları ziyaret ederek, çalışma alanlarını gördük.

Çin’den ihracat yaptıkları için rekabet edebilirliğimizi sorguladım. Çin’den İngiltere’ye 20 bin dolara giden konteynerin Kıbrıs’tan İngiltere’ye 5 bin dolara gidebileceğini öğrendik. Tabi Çin’le rekabet edebilecek gücümüz yok fakat oradaki orta ve lüks sınıfa hitap edebilecek rekabet şansımızın olduğunu da yazışmalarımızdan ve verdiğimiz tekliflerden, aldığımız geri dönüşlerden öğrendik. Karşılıklı görüşmelerimiz devam ediyor.”

“İngiltere montaj elemanı bulmakta zorlanıyor”

İngiltere’deki mobilya pazarının durumu nedir?

“İngiltere’de işçilik maliyetleri ve malzeme fiyatları oldukça yüksektir. Bizim maliyetlerimizin üzerinde üretim yapılıyor. İngiltere pazarında çok lüks yanında en alt sınıf ürünler de bulunabilir. İngiliz dışarıya montaj yapmadan kendi alıp, kurma yönünde mobilyalar üretiyor. İngiltere montaj elemanı bulmakta zorlanıyor. Doğru kişilerle doğru iletişime geçilirse mutlaka ihracat için bir kapı açılabilir.”

“Oturup beklemek ya da mücadele etmemek başarıya kimseyi ulaştırmaz”

2022 yılı ihracat yılı olur mu?

“Bir süreç gerektiğine inanıyorum. Yılı yarılacak ve Londra’ya Kasım-Aralık ayında bir kez daha gidilmesi konuşuluyor. Bu süreçler hemen hayata geçebilecek süreçler değildir. Sanayi Odası başkanının söylediği de doğrudur. Hedef koymuştur ve o hedefe ulaşmak için de gayret göstermektedir. Oturup beklemek ya da mücadele etmemek başarıya kimseyi ulaştırmaz. Şuan ambargolardan dolayı bir takım engeller vardır. Türk menşei alırsak ve navlun desteği ile bir takım ihracatlar yapabiliriz. Ama biz nedense son dönemlerde fiyatların sürekli değişmesi ile iç piyasada dahi teklif verirken çok zorlanıyoruz. Şu aşamada mevcutlarımızı koruma ile uğraşıyoruz.”

“Bizim zeytinyağı kalitemiz oldukça gelişmiştir”

İhracat olması halinde ekonomimiz ne kadar kalkınacaktır?

Biz mobilya sektörü olarak güney pazarına da girmeyi hedefliyoruz. Çok güzel bir gelişmeye şahit olduk. Zeytinyağı üreticileri yeşil hat tüzüğü üzerinden 120 tane zeytinyağını güneye geçirdi. Biz bu gelişmeye çok sevindik. Bizim zeytinyağı kalitemiz oldukça gelişmiştir. Zaten bir çok zeytinyağı firması ödül olarak kalitesini tescillemiştir. Dünyada başka ülkeler başarır biz başaramayız diye bir şey yok. İmkan verilirse biz de gayret gösterip, çalışırız. Biz mobilya sektörü olarak güney pazarına da girmeyi hedefliyoruz ve iş yapmaya da başladık. Bu yöndeki gayretlerimiz bir kaç senedir ve sürekli gelişerek devam ediyor. Oturarak hedefe ulaşabilen tek mahlûk tavuktur. Bizler hayallerimizin peşinden koşmayı öğrenmeliyiz. Ülke olarak da daha sistemli daha gayretli ve çalışkan olmak zorundayız. Hedefe ancak mücadele ederek ve çok çalışarak ulaşılabiliriz. Artık bazı şeyleri aşmak zorundayız. Emek verilmeden hiçbir başarı elde edilmez.

Lütfiye Özipek Ayakkabı Sanayi Ltd. direktörü Lütfiye Özipek Londra temasları ile ilgili değerlendirmelerde bulunarak, ihracat hakkında görüşlerini paylaştı.

“İhracatın çok ilerleyeceğini gözlemliyoruz”

Lütfiye ÖZİPEK (Lütfiye Özipek Ayakkabı Sanayi LTD.)



Kıbrıs Türk Sanayi Odası ilk kez 14 firma yetkilisi ile ticaret heyeti adı altında Londra’da temaslarda bulundu. Peki öncelikli olarak hedeflenen nedir?

“Öncelik hedefimiz Avrupa’da ve Güney Kıbrıs’ta yerli üretimlerimiz olan tüm üretimlerimizi rahatlıkla ihracatla tanıtmak ve satmak.”
“Eksiklikle beraberliğimizdeki güçle çözülecektir”

Yerinde yaptığınız incelemelerde neler gözlemlediniz?

“Biraz fazla geri olduğumuzu ama bu durumun beraber ve birlik içerisinde çalışarak çözülebileceğini gözlemledik. Kendimizden daha üstün zannettiğimiz her şeyi aslında daha çok üreterek ve

daha çok bir adanmışlıkla çözebileceğimize inanıyorum. Eksiklikle beraberliğimizdeki güçle çözülecektir.”

Londra’da yaptığınız temaslarda firmalarla iletişimlerini nasıl kurdunuz?
“Bireysel olarak biraz sıkıntı yaşadık. İletişimde biraz problem oldu o yüzden görüşmelerimiz çok verimli geçtiği söylenirse de yine de çok yararlı görüşmeler gerçekleştirdik. Daha yolun başındayız o yüzden yolda öğrenilecek çok şey olduğuna inanıyorum.”

İhracat kriterleri neye göre belirleniyor? Potansiyel alıcı var mı?

“Şu an için belirli ölçülerde toptan alıcılarımızla görüşüyoruz, kriterlerimiz ise imalat sayısının fazla olması. Bin üç yüz metre karelik

bir üretim fabrikasının hacmine göre yüksek oranda üretim sayımızın artması gerektiği kanısındayız, dolayısıyla İngiltere ve başka ülkeler olmak üzere bize ne kadar şans tanınırsa biz de o kadar üretim yapabileceğiz."

"Üretimlerimizle de ihracata ilk defa gireceğimiz için çok heyecanlıyız"

2022 ihracat yılı olarak açıklandı... Peki sizce o başarıyı elde etmemiz mümkün mü? Ne yapılması gerekiyor?

"Biz 2022'yi kendi fabrikamızı mağaza olarak da açıyor olduğumuz için hem iç piyasanın nabzını iyi tanımlarken, ürettiklerimizle de ihracata ilk defa gireceğimiz için çok heyecanlıyız. Ama uzun vadeli planlar içerisinde olduğumuz için 2023 yılı bizim için daha geniş spektrumlu bir yolculuk olacaktır.

Hedeflenen yıllık ihracat rakamları nedir?

"Tam olarak kendimiz de bunu netleştiremedik. İlerde bunları da daha net göreceğimiz bir dönemdeyiz."

"Ciddi kaygılar ve maddi sıkıntılarla ayakta duruyoruz"

KKTC şuan ihracatta hangi noktadadır? Neler gözlemlediniz?

"İhracatın çok ilerleyeceğini ve yolumuzun eskisinden çok daha aydınlık olduğunu gözlemliyoruz. Eski yıllarımız tamamen bir hüsrana olduğunu hepimiz maalesef biliyoruz. Yaşadığımız ambargolardan hem iç hem de dil piyasada ciddi kaygılar ve maddi sıkıntılarla ayakta duruyoruz fakat bunların hepsini sanayi odasının artık yeni duyarlılık yöntemleri ve kalkındırma yollarıyla ilerleyeceği bizi açıkçası çok heyecanlandırıyor."

Londra sonrası fikriniz nedir? KKTC bu konuda kazanım sağlayacak mı?

"Elbette büyük bir kazanım sağlayacaktır fakat daha büyük sahalar için çalışmaya devam etmeliyiz. Londra büyük bir saha ve yetismekte, tutunup da yıllarca devam etmekte zorlanabiliriz o yüzden çalışmaların hızlı, yoğun ve iletişimle kuvvetlendirilmesi gerek."



Gigabyte LTD. Direktörü Yılmaz Kaygısız, Kıbrıs Türk Sanayi Odası'nın (KTSO) ülkenin ihracat postansiyelini güçlendirmek amacıyla ilk kez düzenlediği Londra Ticaret Heyeti etkinliği ile ilgili değerlendirmede bulundu. Kensington Bölgesi'nde, Copthorne Tara Hotel'de düzenlenen etkinliğe Kıbrıs'tan farklı sektörlerden 14 üretici- ihracatçı firmanın katıldığını ifade eden Kaygısız, İngiltere'den ve dünyanın farklı yerlerinden gelen potansiyel iş ortakları ile temsilcisi aracılığı ile buluştuklarını kaydetti.

"Üreteceğiz, kaliteli ürün çıkaracağız ve ihraç edeceğiz"

Yılmaz KAYGISIZ (Gigabyte LTD. Direktörü)

Sanayi Odası ilk kez 14 firma yetkilisi ile Londra Ticaret Heyeti adı altında Londra'da temaslarda bulundu.

"Londra'daki temaslarımız tanıtım ve marka bilinirliği için önemli bir gelişmedir"

Londra Ticaret Heyeti'nin öncelikli hedefi nedir?

"Üreten insan mutludur, mutlu olur. Üretim, toplumlar için olmazsa olmazlardan biridir. Doğal olarak ürettiğinizi de satmak istersiniz. Kıbrıs Türk Sanayi Odası'nın ilk kez gerçekleştirdiği bu etkinlik, toplumumuz için, devamının gelmesi kaydıyla oldukça değerli. Fuarlara da katılıyoruz ancak fuarlar, birebir toplantılar kadar etkili olamaz. Londra'daki temaslarımız tanıtım ve marka bilinirliği için önemlidir. Dolayısıyla bu tür etkinliklerle hedeflenen ürünlerinizi dış pazarlara satmak bu pazarlardaki tüketicilerle buluşturmadır."

"Ürünlerimiz ilgiyle karşılandı"

Yerinde yaptığınız incelemelerde neler gözlemlediniz?

"Maalesef bu etkinliğe vize gecikmesi nedeniyle yerinde katılamadık. Temsilcimiz aracılığıyla etkinlikte bulunduk. Online görüşmelerle Kıbrıs'tan bire bir toplantılar gerçekleştirdik. Görüştüğümüz insanlar ürünlerimizle ilgilendi, toplantıların devamını yapacağız yapıyoruz." İhracat kriterleri nereye göre belirleniyor? Potansiyel alıcı var mı? Bir bilişim firmasıyız. Bizler için İhracat kriteri, Ürün gönderme, gibi sorunlardan çok, uluslararası regülasyonlara ve standartlara uyumluluk çok önemli. Mesela GPDR, bizdeki Kişisel Verilerin Korunması" hususu var. Veri güvenliği ISO 27001 gibi standartlar aranıyor. Daha ucuz iş gücüyle ürün fiyatlarını da yerle bir etmeden bu pazarda yer alabiliriz.

İhracatta yaşanan esas sıkıntılar nedir?

"SoftwareMen yazılım ürünleri ve Datumcenter veri barındırma hizmetleri ile İngiltere pazarında yer almaya çalışıyoruz. Özellikle İngiltere gibi dijital

altyapısı oturmuş bir ülkede işimiz zor ancak imkânsız değil. Bir önceki sorunuzda da bahsettiğim standartları, kısa bir hazırlık aşamasından sonra sağlayabiliyoruz.

"Üreteceğiz, kaliteli ürün çıkaracağız ve ihraç edeceğiz"

2022 ihracat yılı olarak açıklandı... Peki sizce o başarıyı elde etmemiz mümkün mü? ne yapılması gerekiyor?

Bu başarıyı elde etmek mümkün ancak çok çalışmamız lazım. Herkes elinden gelenin çok daha fazlasını yapmalı. Önce Devlet özel sektörün önünü açmak için gereğini yapacak. Bizler de özel sektör olarak üstümüze düşeni yapacağız. Üreteceğiz, kaliteli ürün çıkaracağız ve ihraç edeceğiz.

Sektörünüzde hedeflenen yıllık ihracat rakamları nedir?

"Yazılım ve hizmet üretimi yapıyoruz ve bizler için sürekliliği olan gelirler çok önemli. Bu yüzden ürün hizmet fiyatlarımızı da o pazara göre partnerlerimizle yeniden oluşturacağız. Hedef rakam belirlemedik. Önemli olan ilk konu ihracata başlamak ve ürünleri yabancı kullanıcılarla buluşturmak."

"Ticaret ile üretim yapan arasında farklar netleştirilmeli"

KKTC şuan ihracatta hangi noktadadır? Neler gözlemlediniz?

"Zayıf bir noktada. Çok daha ileriye gidebilecek potansiyeli var çünkü. Ancak önce üretmeliyiz ve kaliteli üretmeliyiz. Bu konuda Devletin de üstüne düşen önemli görevler var. Üreteni önce dövmekten vazgeçmeli ve ticaret ile üretim yapan arasında farklar netleştirilmeli. Üretici için gerekli Sübvansiyonlar sağlanmalıdır."

Londra sonrası fikriniz nedir? KKTC bu konuda kazanım sağlayacak mı?

Kesinlikle sağlayacak. Bir aksilik olmaz ise Londra temsilciliğimizi açmak için kolları sıvadık bile...



Mobilya sektörünün öncü isimlerden biri olan Özyüksel Mobilya'nın genç direktörlerinden Mustafa Yüksel ile Kıbrıs Türk Sanayi Odası'nın Londra temasları üzerine konuştuk.

“Pazarın yaratılması ile ihracat kapısı açılır”

Mustafa ÖZYÜKSEL (Özyüksel Mobilya Direktörü)

İlk olan organizasyonda yer almış olmak bile önemliydi Sanayi Odası ilk kez böyle bir girişim başlattı, izlenimleriniz nedir?

“Kıbrıs Türk Sanayi Odası, (KTSO) Ticaret Heyet ile birlikte İngiltere'ye yönelik ilk kez böyle bir organizasyon gerçekleştirildi. Bu anlamda bir ilk olan organizasyonda yer almış olmak bile önemliydi. Tabi bu ziyaretlerin tek seferle sınırlı kalmayıp, bir sürekliliği olması gerektiğine inanıyorum.”

“Londra'da mobilya sektörü için iyi bir pazar olduğunu gözlemledik”

Beklenen ilgiyi gördünüz mü? Sektörünüz ile ilgili temaslar nasıl gerçekleşti?

“Mobilya, kapsamındaki ürün gamı olarak çok geniş bir sektör. Biz “oturma grupları” için potansiyeli anlamak amacıyla katıldık. Kendi markamız olan Veneer Novelty Collection ve Veneer Home altında yaptığımız üretimlerimiz oldukça geniş bir yelpazededir. Oturma grupları için müşteri olabilecek firmalar genelde orta segmentten alıcı firmalardı. Bu bakımdan bizim ilgilendiğimiz B ve B+ müşteri segmentinin dışında kalan firmalardı. Amaç pazarı hissetmek ve kendimizi bir nebze tanıtmaktı. Bu anlamda başarılı bir ziyaret oldu. Görüştüğümüz firmalardan iki tanesi ile iş fırsatlarını detaylı görüşme ve teklif sunma şansımız da oldu. Yaptığımız araştırmalar ve edindiğimiz izlenimler sonucunda, Londra'da mobilya sektörü için cazip bir pazar olduğunu belirledik. Bu bizim için önemlidir. Bunun hesaplarını da önümüzdeki günlerde yapacağız.”

Talepleri karşılayacak kadar üretim yapabilir misiniz? İstenilen kaliteyi yakalayabileceğinizi düşünüyor musunuz?

“Bizim burada ürettiklerimizin haricinde istenilen 2 şey var. Biri yangına karşı dayanıklılık, diğeri sağlamlık. Ürünlerimiz sağlamlık beklentisini fazlasıyla karşılıyor. Yanmazlık ise kullanılan kumaş vb malzeme ile alakalı bir konu. Bunu da rahatlıkla yapabilecek imkanlarımız var. Bizim şu anki kapasitemiz aylık 30-40 koltuk takımımızdır. Bu kapasitemizi, talep olması halinde kısa sürede 100 takıma kadar çıkabiliriz.”

“Pazarın yaratılması ile ihracat kapısı açılır”

Ambargolar altında ihracat sıkıntısı olan bir ülkeyiz. Peki böyle bir ihracat girişimini nasıl görüyorsunuz?

“Ambargoların aşılamayacak engeller olmadığını düşünüyorum. Bence pazarın yaratılması ile her türlü ihracat kapısı açılır. Biz, bu ihracatı yaparken ortanın üstü segmente yönelik ürünlerimizle girmeyi hedefliyoruz. Fiyat olarak da rekabet edebileceğimizi düşünüyoruz. Ürünlerimizin kalitesini, kullandığımız girdileri esas alarak pazar için cazip bir fiyatlandırma stratejisi belirleyeceğiz.”

2022 ihracat yılı olur mu?

“Şu an ilk defa böyle bir çalışma üzerinde yoğunlaşıyoruz... Bizim Londra temaslarından sonra yönetim kademesinde konuştuğumuz konular oldu. Yönetim Kurulumuzla da paylaştım ve yapılacakları şimdiden planlamaya başladık. Bence biz dış piyasada rekabet edebiliriz. Bu yönde çalışmalara başladık. Bu yıl bitmeden ilk ihracatı yapmak için var gücümüzle çalışıyoruz. 2023'ün ise ihracat adına daha büyük bir adım olacağına inanıyoruz.”

Talep olması halinde süreç nedir? Hemen hazır olabilir misiniz?

“Tabi ki talebe göre çalışmalarımızı hızlandırabiliriz. Londra'daki mobilya sektörü farklı çeşitler içeriyor. Bizim görüştüğümüz firmalardan birisi modüler mobilya ile en dipte fiyat talep etti. Bu da bize uygun değildi. Diğerleri ise daha fazla bizim standardımıza firmalardı. Bunlarla görüşmelerimizi yaptık. Kısa sürede sonuç alacağımızı tahmin ediyorum.”

“Hammaddeye erişimde de ciddi sorunlar yaşanıyor”

Hammadde fiyatlarından kaynaklanan sıkıntılar var mı?

Hammadde fiyatları sadece TL olarak değil, arz darboğazından dolayı döviz bazında da %50'lere varan oranlarda arttı. Üstelik, hammaddeye erişimde de ciddi sorunlar yaşanıyor. Bizim kullandığımız hammaddenin tamamı yurt dışından geliyor ve fiyatları sürekli artıyor. Ancak, Tüm bunlara rağmen geleceğe pozitif bakmaya, bildiğimiz yolda kararlılıkla yürümeye devam ediyoruz.

Sadece bir ev değil, yepyeni bir yaşama kucak açmaya hazır olun.

Gönyeli Yaşam Sitesi

Gönyeli'de bilinen, değişmeyen Hacı Ali kalitesinde yepyeni bir yaşam alanı doğuyor! Geç kalmayın!...

91 m2 Daireler
2 + 1 Daire
54,000 Stg.

132 m2 Daireler
3 + 1 Daire
65,000 Stg.

10,000 Stg. Peşinat ve ayda sadece 200 Stg taksitle

M.HACI ALİ İNŞAAT ŞTİ LTD.
Kızılay Sokak No:1 Yenisehir / Lefkoşa Tel: 228 01 17 - Cep Tel: 0533 882 27 72
hacalihomes

OTHELLO

Zivania

YERLİ
%100
ÜRETİM



[f /OthelloZivania](#)

[ig /othellozivania](#)



**Düşük ve Yüksek Şebeke Voltajına Karşı
Makinelerinizi Koruma Altına Alıyoruz.**



**Biricik Elektrik
Mühendislik ve Enerji Sistemleri**

Adres: KTEZO Sanayi Sitesi, C-28, Lefkoşa, KKTC
Gsm: +90 548 865 87 83; Tel: +90 392 225 60 12

www.biricikelektrik.com



/Biricik Elektrik



/Biricik Elektrik

NEW BLACK
AKDENİZ®
SINCE 2008

Tadına doyamayacaksınız!

Kuzey
Kıbrıs'ın
Balık
Markası



Aldığınız her Akdeniz Ton ile
siz de Kıbrıs Türk Eğitim Vakfı'na
katkıda bulunun.



omega
3ve6

**%100
KATKISIZ**



Şevket Hançerli Ticaret Ltd.

Kurtuluş Sok. No: 2 Yenikent, Gönyeli Lefkoşa, KKTC - Tel: 223 4855 - Faks: 223 4856 - info@shancerli.com



Yedek Parça
Motor Yenileme
Silindir Kapak Yenileme
Torno
Hidrolik Markuç Yapımı
Filtre İmalatı
Ağır Vasıta Servis Garajı
Salon Araç Servis Garajı

Organize Sanayi Bölgesi, 13.Sokak / Lefkoşa
Tel: 0392 225 54 28 - 225 55 03 Fax: 0392 225 55 04 Cep: 0533 840 02 82
Şube Güzelyurt Tel/Fax: 0392 714 26 01
Şube Haspolat: Kirlı Sanayi Bölgesi Tel: 0533 855 60 05 Fax: 0392 225 55 04

info@kiyaltahir.com
www.kiyaltahir.com

Özaktürk

Trading
Construction

Direktör: Ahmet ÖZAKTÜRK

yeni bir yaşam için temelleri atıyoruz



05338684946 - 05338684946

GİRNE BUFAVENTO CADDESİ LADEN SITESİ NO:2 ÇATALKÖY GİRNE



#YERLİ ÜRET

#YERLİ TÜKET

Ayağa kalkmak için yerli üretim-yerli tüketim.





Kıbrıs'ın Pratik Lezzetleri



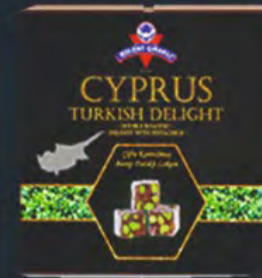
Onan S.Ü. (Frozen Foods) Ltd. Dr. Fazıl Küçük Bulvarı, P.K. 450, Gönyeli - Lefkoşa / KKTC
Tel: 223 47 00 (8 lines) Fax: 223 47 08 web: www.onanfrozenfoods.com
www.facebook.com/maestro.kibris



since
1915



NESİLDEN
Nesile
GELECEĞE



**Paşaköy
MAR Tavuk Çiftliği**

***Doğal Beslenen Piliçlerimiz
Tüm Raflarda Sizi Bekliyor***
Size En Yakın Marketinizdeyiz!



Sağlık İçin MAR Piliç



HELLİM YENİDEN ESKİSİ GİBİ



Raışit şirketler Grubu markasıdır.

Arden

MAĞUSA TERSANESİ

**Shipyard Famagusta Ltd.
/ Mağusa Tersanesi Her
Türlü Deniz Aracı ve
Gemi Bakım Onarımı İle
Yeni Gemi İnşaatı
Faaliyetleri Yanında
Ülkemizde Ağır İş
Makinelerinin Tamir
İşlerinde Sertifikalı
Personellerimizle
Halkımıza Hizmet
Sunmaktan Gurur Duyar.**



- > **Her Türlü Deniz Malzemeleri ve Boya Tedariği**
- > **Kuyu Kazma Makinaları Kaynak ve Tadilatları**
- > **Liman, Mendirek, İskele ve Kıyı Yapıları İnşaatları**
- > **Kaynak İşleri**
- > **CNC Kesim Plazma (3mm – 35mm sac)**
- > **Sanayi Tipi Torna (Çapı 80cm, Boy 6m Kızak Üzerinde
Çap 115cm, Ara parça söküldüğünde çap 155cm)**
- > **450 Ton Kapasiteli Pres Makinesi**
- > **Büyük ve Orta Boy Sanayi Tipi Silindirler**



Daha fazla bilgi için bize ulaşın:

info@shipyardcyprus.com / repair@shipyardcyprus.com / Tel: +90 392 365 30 55

Liman İçi PK6, Gazimağusa Tersanesi, G.Mağusa, K.K.T.C

Bizim İşimiz Sizin Gücünüz

Dünya devi Genpower'ın kalitesi,
Basel Energy'nin üstün iş ahlakı ve profesyonel
ekip ruhu ile sunduğu katma değerli
hizmetlerle buluşuyor, işinize güç katıyor.

www.baselenergy.com



Basel Energy
Uğur Mumcu Bulvarı Gamerez Caddesi, Girne Kıbrıs
+90 548 877 0100
www.baselenergy.com

GENPOWER
GENERATOR



Daha güçlü sanayi, daha güçlü ekonomi
SANAYİ
Sahibi:
KTSO(a)
Ali Kamacıoğlu

Editör ve
Genel Yayın
Yönetmeni:
Hüseyin Ezgin

İçerik, Pazarlama ve
İletişim Komitesi:
Deniz Berkol, Doğa
Dönmezer, Selin Desem

Kıbrıs Türk Sanayi Odası İletişim
Adres: Organize Sanayi Bölgesi, 2. Cadde,
No: 19 Lefkoşa / Kıbrıs
Tel: (0392) 22 58 131 Faks: (0392) 22 58 130
E-Posta: hezgin@kibso.org
<http://www.kibso.org>

Mesarya Ajans İletişim
Tel: (0392) 22 56 595 / 96
Reklam Sorumlusu: Nöber Gürtay
Sayfa Düzeni: Nazire Büyükoğlu
Reklam Tasarımı: Safiye Özyürekli
Röportaj: Şükrü Burağan
Baskı: Okman Printing Ltd.