

asomedyya

ANKARA SANAYİ ODASI YAYIN ORGANIDIR • TEMMUZ-AĞUSTOS 2019

İHRACATIN ROTASINDA KADININ GÜCÜ



TURKISH CARGO'DAN YENİ BİR EVE DÖNÜŞ HİKÂYESİ

Nesli tükenme tehlikesi altında olan kızıl akbaba Dobrila'yı, canlı hayvan taşımacılığındaki uzmanlığımız ve tecrübemizle Sırbistan'a taşıdık.



**TURKISH
CARGO**

turkishcargo.com

#MISSIONRESCUE

FİLMİ İZLEMELİK İÇİN
QR KODU OKUTUN.



**Aç Ferahla,
iç Rahatla!**



www.beypazarimadensuyu.com.tr | 444 3 223

* Reklamlar, reklam veren şirketin sorumluluğundadır.

* Dergimizde yayımlanan yazı ve fotoğraflar Ankara Sanayi Odası'nın izni alınarak, kaynak belirtilerek, tam veya özet alıntı yapılarak kullanılabilir.

* asomedyya dergisi, Ankara Sanayi Odası'nın ücretsiz, süreli yayınıdır.

6

Türkiye'nin İHRACAT ROTASINI KADININ DETAYCI GÜCÜ BELİRLİYOR

32



88



76



98





94

İNOVASYON

Son yıllarda inovasyon birçok insanın sıkça kullandığı bir kavram. Yıkıcı inovasyon dediğimiz konsept ise şirketlerin yönetiminden pazarın genel yapısına kadar birçok geleneksel öğretiyi yıkıp geçiyor.

76

ALTERNATİF PAZAR

Afrika'nın en geniş topraklarına sahip, Arap Birliği ülkeleri arasında en büyük dördüncü ekonomi olan Cezayir'de hidrokarbon ürünleri ihracat gelirlerinin yüzde 97'sini ve GSMH'sinin yüzde 45'ini karşılıyor.

92

ENERJİ

Enerji depolama, yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretimi hem ticari hem de çevreci ürün olarak dünyanın gündeminde. Sayıları her geçen gün artan binlerce güneş ve rüzgar enerjisi tesisi de gigawattlar aşan üretimleriyle enerjide alternatif bir model olarak karşımıza çıkıyor.

96

NOSTALJİ

Oyuncak, ilköğretimden bu yana hemen her toplumda kendine yer edinen nesnenin adı. Çocuklar için dönemin kültürünü, teknolojisini, toplumsal anlayışını yansıtan oyuncakları binlerce yıldır her çocuk keyifle oynadı, hayal dünyasını geliştirdi.

98

SAĞLIK

Dünyada ani ölümler sıralamasında başı çeken kalp krizi riskini sağlıklı bir yaşamla azaltmak mümkün. Uzmanlar genç veya yaşlı herkesin uyması gereken kurallar olduğunu belirtirken ani ağrılarda acil müdahale edilmesi gerektiğini söylüyor

102

ÇEVRE

İklim değişikliğiyle mücadele etmek amacıyla kolları sıvayan bilim insanları radikal yöntemler kullanmaya kararlı.



52 DÜNYANIN ROTASI TURİZMDE



82

KAPAK KONUSU

Mermerden alüminyum endüstrisine kadar birçok alanda ihracatın rotasını belirleyen kadınların sayıları Türkiye genelinde 7 bin 500'ü bulurken kıvrak zekalarıyla dünyadaki rakipleriyle kıran rekabet ediyor. Kadınların, önce girişimci ardından ihracatçı kimliği kazanabilmesi için hükümet, ilgili bakanlıklar ve iş dünyası sürekli projeler geliştiriyor.

HABER TURU

- İlk 500 sanayi kuruluşu içinde 39 ASO üyesi
- Özdebir: Yüksek teknoloji üretimini sağlayacak girişimlere öncelik vermeliyiz
- Küresel değer zincirinde fırsatlar yaratmalıyız
- Model Fabrika'da firmalar için 'Öğren ve Dönüş' programı başlıyor
- ASO 2. Organize Sanayi Bölgesi: Türbin ve jeneratör fabrikası açıldı

MECLİS

ASO, haziran ve temmuz ayındaki olağan meclis toplantılarında gündemdeki konuları değerlendirdi

CEO

STM Genel Müdürü ve CEO'su Murat İkinci, savunma sanayi için yaptıkları başarılı çalışmaları ve projelerini anlattı. İkinci, "STM dünyanın en büyük 100 savunma şirketi arasında. STM'yi orta vadede ilk 50'nin içerisine sokabilecek bir plan yaptık ve onu uygulamaya çalışıyoruz" dedi.



102

6

26

38

48

Gateway to Eurasia



13-15 Kasım 2019
İstanbul

www.logitrans.istanbul

lt logitrans
TURKEY

**international transport
logistics exhibition**



Organizasyon EKO MMI Fuarçılık Ltd. Şti.

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.



Nurettin ÖZDEBİR
Ankara Sanayi Odası
Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye, turizmdeki potansiyelini kullanmalı

İlk olarak Antik Roma dönemlerinde başladığı kabul edilen ve endüstri devrimiyle birlikte günümüz modern turizm anlayışına geçiş yapan turizm sektörü, günümüzde, dünya genelindeki toplam gelirin yüzde 7'sini ve küresel hizmet ihracatının tek başına yüzde 29'unu oluşturarak dünya ekonomisinin en büyük 4. sektörü konumuna gelmeyi başarmıştır. Son 7 yılda mal ihracatından yüzde 3 daha hızlı büyüme gerçekleştirmesi, devletlerin turizm sektörüne verdiği önemin açıklayıcısı durumundadır.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından hazırlanan rapora göre 2018 yılında turizm sektörünün geliri 1,7 trilyon dolar seviyesine ulaşmış durumdadır. Yine UNWTO'ya göre 2020 yılında dünya genelinde 1,6 milyar kişinin turizme katılması ve 2 trilyon dolar harcama yapılması beklenmektedir. Gerçekleşen değerler ve beklenen tahminler, doğal olarak ülkelerin turizm sektörüne verdiği önemin artmasına neden olmaktadır.

Turizm sektörü, tek başına gibi görünmesine rağmen başta gıda, yeme-içme ve ulaşım olmak üzere yaklaşık 54 sektörü doğrudan etkilemektedir. Bu sektörde yapılan satın almalar doğrudan veya dolaylı olarak birçok sektörü etkileyerek önemli pozitif dışsallıklar yaratmaktadır. Ülkemiz turizm sektöründe 1 yılda 26 milyar dolarlık satın alma yapılmaktadır. Yaptığı satın almalar ile bazı sektörler için hayati konumda olan turizm sektörü, balıkçılık sektörünün toplam satışından yüzde 51, gıda ve içecek sektörünün toplam aramalı satışından yüzde 20 ve mobilya sektörünün toplam satışından yüzde 14 pay almaktadır. Bu özelliği ile turizm sektörü toplam 59 sektör içerisinde ekonomiyi en fazla canlandıran 20. sektör konumundadır.

Mevcut durumda dünya genelinde 300 milyon kişi, Türkiye'de ise 1,2 milyon kişi istihdam eden turizm sektörü, istihdam olanaklarının her daim var olacağı bir sektör olarak değerlendirilmektedir. Bu özelliği ile mal sektöründe yaşanan istihdam açıklarını giderme noktasında da önemi oldukça büyüktür.

Turizm sektörünün ülkelere sağlamış olduğu döviz girişi sayesinde cari açığın kapanmasına verdiği katkı oldukça önemlidir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin toplam turizm geliri içerisinde almış olduğu payın, gelişmiş ülkelere nazaran daha az olduğu gözlenmektedir. Ülkemiz açısından turizm gelirlerinin 2018 yılında 29,5 milyar dolara ulaştığı görülmektedir. Bu gelirin yüzde 81,8'inin yabancılardan elde edildiği gözlenmektedir. 2018 yılında ülkemize gelen turistlerin yapmış oldukları ortalama harcama tutarı 647 dolar seviyesindedir. 2018 yılı değerlendirildiğinde söz konusu yılda oda geliri ve otel doluluklarında diğer ülkelere göre en yüksek artışı gerçekleştiren ülke konumunda olmamıza rağmen, toplam turizm geliri sıralamasında ilk 10 ülke içerisinde yer almadığımız görülmektedir.

Türkiye gibi yıl içerisinde 4 mevsimi yaşayan, toprakları farklı dinlere ev sahipliği yapmış tarihi eserlerle dolu, hem kış hem de yaz turizmine elverişli, neredeyse tüm illerinde doğa harikaları bulunan, kıtaların birleşme noktasında yarımada olarak bulunan bir ülke için bu sayının çok az olduğu aşikârdır. Bunun en büyük sebebi turizm pazarlamamızın iyi yapılmamasından kaynaklanmaktadır. Yabancı ülkelerde alışveriş, inanç, kültür, sağlık, gastronomi turizmi gibi çeşitli turizm alanlarında ülkemizin tanıtımlarının yapılması diğer illerimize gelen turist sayısında artışı sağlayacaktır.

Bu denli önem arz eden turizm sektörüne verilmesi gereken önemin ülkemiz açısından arttırılması gerekliliği su götürmez bir gerçektir. Hükümetimiz de bunun bilinci ile hareket ederek Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı'nın kurulacağını duyurarak 11. Kalkınma Planında şu anda 29,5 milyar dolar olan turizm sektörü gelirini 2023 yılında 65 milyar dolara çıkarmayı ve ziyaretçi sayısını da 75 milyon kişiye yükseltmeyi hedeflemektedir.



TÜRKİYE'NİN İHRACAT ROTASINI KADININ DETAYCI GÜCÜ BELİRLİYOR

Mermerden alüminyum endüstrisine kadar birçok alanda ihracatın rotasını belirleyen kadınların sayıları Türkiye genelinde 7 bin 500'ü bulurken kıvrak zekalarıyla dünyadaki rakipleriyle kıran kırana rekabet ediyor. Kadınların, önce girişimci ardından ihracatçı kimliği kazanabilmesi için hükümet, ilgili bakanlıklar ve iş dünyası sürekli projeler geliştiriyor.

Kadınlar, hem kendileri hem de istihdam ettikleri kişiler için iş yaratmaları ve çalışma yaşamında daha etkin ve aktif olmaları onların toplumdaki konumlarını güçlendirmesine, gelişmişlik düzeyini etkilemesine ve gelir dağılımındaki adaletsizliği de önlemeye önemli katkılar sağlıyor.

Türkiye genelinde sayıları 7 bin 500'ü bulan kadın ihracatçılar, dünyanın dört bir tarafında başarıdan başarıya koşuyor. Girilmedik pazar ulaşılmadık müşteri kalmaması hedefiyle ülke ekonomisine katkıda bulunmak amacıyla hareket eden kadın ihracatçılar, artık makine, kimya ve tekstil gibi erkek egemen sektörlerde faaliyet gösteriyor. Başarıyı sadece iç pazarda değil uluslararası arenada da gururla taşıyan kadınlar, dünyanın dört

bir yanında Çinli, Amerikalı ve Avrupalı rakipleriyle kıran kırana rekabet ediyor.

HEDEF İŞ HACMİNİ GELİŞTİRMEK

Türk iş kadınları sadece Türkiye'de değil, ihracat yaptıkları pazarlarda da adlarından söz ettiriyor. Bazıları kendi şirketlerini kuruyor, bazıları da aileden kalan markalarını başarıyla dünyanın her yerinde temsil ediyor. İhracatçı kadınlar, bu alanda başarı çitasını yükseltmenin ve markayı daha fazla ileriye

taşımanın yeni bağlantılar kurarak iş hacmini geliştirmekten geçtiğinin altını çiziyor.

KARARLILIK İSTİKRAR GETİRİYOR

Yapılan araştırmalara göre kadınlar, gelirlerinin yüzde 90'ını ailelerine, ekonomiye ve eğitime harcıyor. Dolayısıyla kadın girişimcinin ve ihracatçının artmasıyla ülke ekonomisi, sosyal kalkınma ve toplumsal dengeye de katkı sağlamak mümkün.

MÜŞTERİ ODAKLI PAZARLAMA

Teknolojik gelişmeler, küreselleşme ve bilgiye kolay ulaşım gibi pek çok etkenin yanı sıra gelişen modern pazarlama yaklaşımları ile birlikte oluşan müşteri odaklı pazarlama anlayışında kadınların önemi gün geçtikçe artıyor. Kadınların doğuştan sahip oldukları bazı özellikleri sebebiyle erkeklere kıyasla pazarlamanın birçok alanında daha başarılı olduğu ve ön plana çıktığı görülüyor.



Kadınların hatırı sayılır ihracat rakamlarına ulaşmaları ve dünyayla rekabet edebilmeleri Türkiye'nin ihracat potansiyeli açısından büyük önem taşıyor. Çünkü kadınlar, kararlı ve kendilerine güvenmeleri gerektiğini çok iyi biliyor. Ayrıca kararlılığın beraberinde istikrarı, gelişmeyi ve başarıyı getirdiği konusunda da hemfikirler.

ANALİTİK DÜŞÜNÜYÖRLER

İhracatın tüm zorluklarının üstesinden gelen ve dünyaya meydan okuyan kadınlar, o kıvrak zekalarıyla mermer, tuğla veya alüminyum ihracatı yapan şirketlerin yönetim koltuğunda başarıyla oturuyorlar. Üretim yaptıkları sektörler farklı olsa da kadın olmanın gücü onların daha detaycı yapıyor. Böylece daha analitik düşünebiliyor ve olaylara daha geniş perspektiften bakarak farklı sonuçlara ulaşabiliyorlar. Kadın olmayı avantaj veya dezavantaj olarak görmüyorlar ama iş hayatının kadınlar için zor olduğunu da kabul ediyorlar.

SÜRDÜRÜLEBİLİR EKONOMİ İÇİN

Kısacası ekonomide sürdürülebilir kalkınma isteyen ülkeler için kadınlar olmazsa olmaz. 2018 Ekim ayında Türkiye'deki kadın yönetici sayısı sadece 227 bin. Sigortalı çalışan sayısı da 22 milyon. 2004'te 5 milyon civarında olan kadın istihdamı bugün 8.8 milyona ulaşmış durumda. Geride bıraktığımız bu 15 yıl içerisinde 764 bin kadın daha kendi işlerinin patronu olmuş. Bu da kadın girişimcilerin yüksek potansiyelini gösteriyor.

Uluslararası Ticaret Merkezi tarafından farklı gelişmişlik düzeyindeki 80 ülkede yapılan araştırmaya göre, ihracat yapan kadın girişimciler ihracat yapmayanlara kıyasla çalışanlarına yüzde 50 daha iyi ücret ödüyor.

Yani ihracat yapanın vizyonu geliyor, daha kalifiye insan çalıştırıyor ve herkesin refah düzeyinin artmasına katkı sağlıyor. Ayrıca, ihracatçı kadınların bulunduğu firmalar dış ticaret yapamayanlara kıyasla 3.5 kat daha rekabetçi oluyor.

YENİ İŞ MODELLERİNDE KOLAY ADAPTE OLUYORLAR

Günümüzde gelişmekte olan ül-

kelere baktığımızda kadın girişimcilerin rolü çok fazla. Ruanda'da dış ticaret yapanların yüzde 74'ü kadın. Çin'de de dijital girişimcilerin yüzde 55'i yine kadın. İstatistiklerin diline bakacak olursak yeni iş modellerine adapte olmak konusunda kadın girişimcilerin potansiyelleri çok daha fazla. Bu nedenle Türkiye'deki kadın ihracatçıların vizyonu da son derece geniş ve hedefleri geleceğin dünyasında aktif rol alarak ülke ekonomisine katkı sunmak.

GELİŞMİŞ EKONOMİLERDE İŞ GÜCÜNE KATILIM ORANI YÜKSEK

Küreselleşme ve bilgi çağının getirdiği dinamizm, eğitimin yaygınlaşması gibi sebeplerle dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınların ekonomiye katkıları gün geçtikçe artıyor. 1980 yılında 2 trilyon dolar seviyesinde olan toplam küresel ihracat hacmi, 2018'de 19,2 trilyon dolara ulaştı. Yaşanan son gelişmelerle birlikte, dünyada 100 milyar doların üzerinde ihracat yapan ülke sayısının 37'den 36'ya gerilemesi kadın ihracatçılara duyulan ihtiyacın en önemli kanıtı. Türkiye genelindeki kadın ihracatçılar, dünyanın dört bir tarafında başarıdan başarıya koşuyor, Türkiye'nin ihracatının artması için çaba gösteriyor. Nitekim, 2018 yılında bir önceki yıla göre yüzde 7,1 artarak 168,1 milyar dolara yükselen ve cumhuriyet tarihinin en yüksek yıllık ihracatı olarak kayıtlara geçen rakamlarda kadın ihracatçılara duyulan ihtiyacın bir başka göstergesi.

Gelişmiş ekonomiler incelendiğinde kadınların iş gücüne katılım oranlarının yüksek olduğu sonucu bu yüzden tesadüf değil. Tüm dünyada küreselleşme ve bilgi çağının getirdiği avantajlarla birlikte kadınlar istihdam yaratıcı birer girişimci olarak dünyaya açılan ihracatçı kimliği kazanıyor.

TOPLUMSAL GELİŞMEDE GÜÇ ÇARPANI

Kadınların ekonomik yaşama daha fazla katılmaları, kalkınma ve büyümeden daha fazla pay almaları ve aile içindeki konumlarında iyileşme sağlanması, kalkınmışlığın gerekleri arasında yer alan unsurlar. Bu bağlamda, üretim faktörleri arasında

Son yıllarda kadın girişimci sayısındaki artış sevindirici olmakla beraber, kadın nüfusuna oranlandığında bunun çok düşük düzeyde kaldığı söylenebilir. Girişimcilik, Türkiye’de ve birçok ülkede ekonomik ve sosyal açıdan gelişmişliğin en önemli göstergelerinden.

yer alan kadın iş gücünün yok sayılması ya da atıl kalması ekonomik kayıp anlamına geliyor. Kadınların iş gücüne dolayısıyla ekonomiye kazandırılması tüm ülke için bir kazanç, kalkınmanın hızlandırılması ve büyümenin dengeli bir yapıya kavuşmasında da önemli bir etken.

Kadınların çalışma hayatında ilk görüldüğü yıllar Birinci Dünya Savaşı. Erkeklerin cepheye gitmesi üzerine savaş için gerekli ekipmanları üretmek için ihtiyaç duyulan iş gücü kadınlarla sağlanmaya çalışıldı. Savaşın ardından erkeklerin sivil hayata dönmesiyle kadınlarda evlerine geri döndü. 20 yıl sonra ilkinden çok daha şiddetli olarak başlayan İkinci Dünya Savaşı aynı zamanda bir üretim savaşı olarak tarihte yerini aldı. Cepheye giden erkeklerin yerini alan kadınlar daha fazla üretim için daha ağır işlerde çok daha fazla çalışmak zorunda kaldı. Savaşın ardından erkekler yeniden işlerine dönse de yaşanan toplumsal değişim kadınların bir kısmının eve dönmeyip çalışma hayatında devam etmesini sağladı. Soğuk Savaş boyunca devam eden bu süreç, Sovyetler Birliği’nin yıkılması ve küreselleşmenin başlamasıyla farklı bir boyut kazanarak kadınlar şirket



yöneticileri ve girişimci olarak çalışma hayatında yer alma sürecini başlattı.

NEDEN KADINLAR GİRİŞİMCİ OLMAK İSTİYOR?

Günümüzde çok sayıda kadın, kendi işinin patronu olma, bağımsız çalışma isteği, risk almaya yatkınlık, yenilik ve değişiklik arzusunun tatmin etme gibi ifade edilebilecek nedenlerden dolayı meslek olarak girişimciliği tercih ediyor. Bu tercihin altında çeşitli nedenler bulunuyor. Girişimcilik, ekonomik ve toplumsal

bağımlılıktan kurtulmak isteyen kadınlar için alternatif bir yol olarak kabul ediliyor. Kadınlar sahip oldukları yetenek ve becerileri kullanabilme, bağımsız olma, çalışma saatlerini yönlendirebilme gibi nedenlerle, ücret ve maaşla çalışmak yerine büyük ölçüde kişisel birikimlerini kullanarak, kendi işlerini kurmayı arzuluyor.

Girişimcilik, kadınlar için daha fazla özerklik, özgür hareket etme ve bağımsızlık imkânı demek. Bununla birlikte kadınlara, işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kay-



nakları optimum kullanma, insanlar arası ilişkileri kurma ve sürdürme, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi alanlarda da beceri kazanma imkânı sağlıyor.

BİLGİ ÇAĞININ AVANTAJLARI

Bilişim ve iletişim teknolojilerindeki yenilikler, yaygınlaşan bilgisayar ve internet kullanımı 1990'larda, bireylerin ve işletmelerin büyük bir değişim içerisine girmesine neden oldu. 2000'lerin başından itibaren internetin giderek artan oranda pazar-

lama ve ticarete kullanılmaya başlanması, bilgi ve teknolojinin geleneksel üretim faktörleri iş gücü ve doğal kaynakların yanında yerini almasını sağladı. Yani dijital çağ aynı zamanda eğitimin yaygınlaşmasını, bilgiye daha kolay ulaşılmasını gündeme getirdi. Bu durum eğitilmiş kadınların ortaya çıkması, toplumsal dönüşümle fırsat eşitliklerinden daha fazla yararlanan kadınların ekonomiye ve istihdama katkı sunması anlamını taşıyor.

KÜRESEL REKABETTE ÖNEMLİ BİR AVANTAJ

Günümüzde kadınların aktif çalışma hayatına katılması, girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaları ülke ekonomileri için stratejik önem arz ediyor. Girişimcilik anlayışının erkeklerle birlikte kadınların da ilgisini çekmeye başlamasıyla kadınların bu süreçte yer alması ülke ekonomilerine küresel rekabette önemli bir avantaj sağladı.

Kadınlar açınsındansa cinsiyetleri sebebiyle karşılaştıkları engellerden dolayı çalışma hayatının dışında kalmak yerine, girişimci olarak ekonomik hayatta konuşlanmak önemli bir alternatif. Kadınların girişimci olarak ekonomiye katılması, işsizlik sorununun çözümünde önemli bir katkı ve sürdürülebilir ekonomik büyüme için büyük bir destek. Bu sebeple kadın girişimciliği, dünyada olduğu kadar ülkemizde de rekabette öne geçme, sürdürülebilir ekonomik büyüme ve istihdam sorununun çözümünde önemli bir faktör.

KADIN GİRİŞİMCİ KAVRAMI

Bilimsel olarak kadınların önce çalışma hayatından ardından şirket yöneticiliği ve girişimcilikte yaşadığı tecrübeler, uzmanların farklı tanımlamalar yapmasına neden oluyor. Kimi

tanımlarda kadın girişimci işletmenin kurucusu olarak kabul edilirken kimi tanımlarda ikinci kuşak kadın girişimciler de bu kavrama dahil ediliyor. Avrupa Komisyonu, kadın girişimcileri kendi başına bir iş kuran veya hisselerin çoğuna sahip olan, risk alan, karar alan ve işin yürütülmesine aktif görev alan kişiler olarak tanımlıyor.

Yapılan araştırmalar, kadınların girişimciliğe katılım oranlarının yükselmesinin eğitim seviyesinin artmasıyla ekonomik baskınlığın ve bilincin artmasından kaynaklandığını gösteriyor. Tanımlar farklı olsa da kadınların bu alandaki motivasyonları değişmiyor. Kadınlar, sosyal ve ekonomik yönden güçlenmek ve yükselmek için girişimsel faaliyetlerde yer almaya başladılar ve hızla ilerliyorlar. Dünyanın her köşesinde kadının rolü artarken geleneksel toplumların anlayışı yerini kabullenmeye bırakıyor. Bu kabullenmeyle birlikte kadınlar, dünyadaki en hızlı büyüyen girişimcilik faaliyetini gerçekleştiriyor.

ÜRETİMDEKİ ERKEK EGEMENLİĞİ SARSILIYOR

Son 30 yıla kadar dünyada ve Türkiye'de ağırlıklı olarak iş ve siyaset dünyası erkek egemenliği altındaydı. Bunun en önemli nedeni erkeğin başarılı olmaya odaklanması ve buna göre programlanması düşüncesinin genel olarak kabul edilmesiydi. Fakat artık durum çok farklı. Bugün kadınların kendi birikim ve yeteneklerini maddi kazanca dönüştürmeye eğilimli oldukları yaygın olarak kabul edilen bir görüş haline gelmiş durumda.

Günümüzde çalışma yaşamı da yaşamın her alanında olduğu kadar toplumsal yapıdaki değişimden etkileniyor. Artık ekonomi ve üretimdeki erkek egemenliği sarsılmaya başladı. Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde

KADIN İSTİHDAMI ARTIYOR

Küreselleşmenin de etkisiyle toplumda oluşan ekonomik, sosyal ve kültürel değişim ile birlikte kadın istihdamı arttı. Kadınlar, ek gelir edinme, kendi ayakları üzerinde durabilme, yaptığı işten tatmin olma gibi sebepler sonucunda iş yaşamında yer almaya başladı. Dünyada bilişim teknolojilerinin gelişmesi ile oluşan yeni ekonomik düzenle birlikte eğitilmiş kadınlarında artması sonucu kadın istihdam oranının arttığı görülüyor.



başarılı olmalarının sebebi olarak, sahip oldukları yaratıcılık, sağduyu, yeniliklere açık olma, çözüm üretme ve uzlaştırıcı odaklı düşünceleri ve böylece kendilerine güven duymaları ve bu güvenden kaynaklı risk alabilme yetenekleri doğal kabul ediliyor. Bu düşünce haksız da sayılmaz. Artık kadınlar sorumluluk olarak rekabet edebiliyor ve başarılı oluyor. Böylece hayallerinin peşinden giden, inançlarını savunan, önderlik eden, yetki kullanabilen, beşeri ilişkilerinde başarılı olan kadınlar, bir girişimci olarak toplumsal yapıya ve çalışma hayatında ön plana çıkıyor.

NÜFUS ORANLARI KADINLARI DOĞRULUYOR

Kadın nüfusunun erkek nüfusuna oranı göz önüne alındığında, kadın iş gücünün çalışma hayatı ve girişimcilik alanında sağlayacağı katkının

ne kadar önemli olduğu kolaylıkla anlaşılıyor. Kadın girişimci, sadece kendilerine gelir elde etmek ve kariyerlerini geliştirmek için çaba harcamayacak. Aynı zamanda iş kurarak yarattıkları istihdam, tasarruflar, katma değer ve yaptıkları ihracatla ülke ekonomileri ve toplumsal refaha da sayısız katkı sunacak.

Kapitalist feminist yaklaşımla kadınların ekonomiye sağladıkları faydanın değerlendirilmesinin yanı sıra aynı zamanda toplumda bir birey olarak kadının girişimci rolü olması, kadına çalışma yaşamı içerisinde yer alan diğer birimlere kıyasla daha fazla özerklik, bağımsızlık, kendini gerçekleştirme, geleceğe yönelik hedeflerine ulaşma imkanı sunuyor. Böylece girişimcilik kadınlara kendi

kaderlerini belirleme ve bağımlılıklarının üstesinden gelebilme imkanı da sunuyor.

AŞILMASI GEREKEN ENGELLER VAR

Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlarla ilgili pek çok araştırma ve çalışma gerçekleştiriliyor. Araştırma sonuçlarına göre kadın girişimcilerin çalışma yaşamlarında karşılaştıkları engeller beş başlık altında toplanıyor. Bunlar: sermaye teminindeki sorunlar, ticari ve yönetsel tecrübe eksikliği, toplumun iş kadınına bakışı, pazara ulaşılabilirlik ve bürokratik engeller.

Bu sorun sadece kadınlara özel değil, günümüz dünyasında gerek kadın gerekse erkek tüm girişimciler bu problemlerle başa çıkmak zorunda. Ancak, kadın girişimci bu problemlerle birlikte daha farklı pek çok sorunla da uğraşmak durumunda. Kadınlara her ne kadar kendi işlerine

sahip olarak bağımsız hareket edebilme kabiliyeti ve ekonomik özgürlük kazansalar da hâlâ ev ve çocuklarla ilgili sorumlulukların ilk muhatabı...

TOPLUMSAL ÖNYARGILAR DEVAM EDİYOR

Kadınlar, toplumun iş yaşamında yer alan kadına karşı bakışı nedeniyle dezavantajlı duruma düşüyor. Her ne kadar toplumsal yapıdaki yaşanan dönüşümle bu durum değişiyor olsa da halen kadınların iş yaşamında ve girişimcilik faaliyetlerinde yer almasına ilişkin toplumsal önyargılar varlığını devam ettiriyor.

Yapılan araştırmalarda kadın girişimciliğin önündeki en önemli iki engel henüz aşılabilmiş değil. Kadınlara karşı sürdürülen ayrımcılığın azalmasına rağmen, uzun bir süredir etkili olan erkek işbirliğinin işe alma durumlarında hissedilmesi ve sürdürülmesi. Bunların dışında kadınların başarısını etkileyen diğer zorluklar şöyle sıralanıyor: rahatça pazarlık edebilmek ve müzakere edebilmek için etkili iletişim ihtiyacı, borçluların yönetimi, düzgün kayıt tutma ve işlerini, ailevi sorumluluklarla beraber yürütebilmeleri. Yeterli eğitim ve öğretim eksikliği, yaş ayrımcılığı da kadınların karşılaştığı diğer sorunlar olarak göze çarpıyor.

KALKINMADA BELİRLEYİCİ ROL

Kadınların girişimci olmasında etkili olan sebeplerden birisi de kadınların devlet tarafından yerel ekonomiyi kalkındırmada önemli bir aktör olarak değerlendirilmesi. Bu politikada özellikle bölgesel olarak potansiyel kadın girişimcilerin yönlendirilmesi, teşvik edilmesi ve güçlendirilmesi öngörülüyor. Bu sayede özellikle kırsalda ekonomik faaliyetlerde yeterince yer alamayan kadınların mikro finans yöntemiyle gelir elde etmelerinin sağlanması amaçlanıyor. Çünkü kadınlar iş hayatında erkeklerle kıyasla daha fazla öz sermaye ve başlangıç maliyetleri için yeterli finansmana ulaşma gücüne sahip.

Günümüzde ekonomik, politik ve sosyokültürel faktörler kadınları, girişimciliğe yönlendiriyor. Özellikle kadın girişimciliğine ve kadınların iş

Uluslararası Ticaret Merkezi tarafından farklı gelişmişlik seviyelerinden 80 ülkenin katılımıyla yapılan araştırmaya göre ihracat yapan kadın girişimciler ihracat yapmayanlara kıyasla çalışanlarına yüzde 50 daha iyi ücret ödüyor.

yaşamına katılmasına ilişkin politika, gelenek ve tutumlar etkili. Buna kişisel nedenler de eklenebilir.

BİLİM KADINLARDAN YANA

Uzmanlar, girişimciliğin kadınların toplumsal ve ekonomik yaşamla bütünleşmesi için alternatif bir yol olarak giderek önem kazandığını belir-

terek Türkiye'de kadın girişimciliğine yönelik çalışmaların çeşitlendirilmesinin, pek çok yönden olumlu sonuçlar doğuracağını belirtiyor. İhracatçı kimliği kadınların toplumsal ve ekonomik yaşamla bütünleşmesi önemli bir seçenek olduğu kabul ediliyor. 1999'da yapılan bir araştırmada başarılı kadınların sahip olduğu özellikler tanımlandı. Araştırmaya göre ihracat yaparak dünyaya açılan başarılı rol modeller, diğerlerine göre güçlü aile desteği alıyor. Entelektüel birikime ve dil bilgisine sahipler, insan ilişkileri konusunda yetenekli ve iletişim becerileri gelişmiş durumda.

İhracatçı kimliğine sahip bir kadın patron, müşteri sadakati ve çalışanların kalitesine odaklanıyor. Teknolojiyi daha yoğun kullanmak suretiyle avantaj elde ediyor ve güçlü başarı arzusuyla öne çıkıyor.

FARKLILIKLARI ORTADAN KALDIRIYOR

Kadın girişimciliğinin ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasında büyük önem taşıyor. Kadınların ihracatçı yeteneği kazanması aynı zamanda, toplumlarda bölgesel ekonomik farklılıkların giderilmesinde önemli rol oynamalarını sağlıyor. Hindistan'ın bir bölgesinde sütçülük yapan kadınlar üzerine yapılan bir araştırmada, kadınların yeterli eğitim ve fon-





desteği almalarına rağmen, yüksek faiz oranlarının ve kredi kullanımında bürokrasinin fazla olmasının yardımları zorlaştırdığı, kadınların finansman ve pazarlama konusunda desteğe ihtiyaç duydukları ortaya çıktı. Oysa uzmanlara göre kadın girişimcilerin işlerini büyütmeleri, kaliteyi ve üretim miktarını artırmaları, yeni pazarlara ulaşmaları, dış ticaret yapmaları, bölgesel kalkınmanın öncelikli dinamikleri arasında. Bu yüzden çekingen davranan kadın girişimcilerin daha cesur ve bilinçli davranmalarını sağlamak amacıyla kadın girişimcilere yönelik devlet teşvikleri ve eğitim destekleri yoğunlaştırılıyor. Bunun için bilgilendirilmeleri, bilinçlendirilmeleri ve bir araya gelmelerinin sağlanabilmesi adına kadın girişimciler ve kurumlar arası iletişimin geliş-

tirilmesi ve güçlendirilmesi amacıyla çaba harcıyor.

PAZARLAMADA ÖNEMİ ARTIYOR

Sanayi Devrimi'nden itibaren hız kazanan teknolojik gelişmeler, ekonomik ve devamında sosyal hayatı etkilemeye başlamış, küreselleşme ile birlikte dünya çapında hissedilir hale geldi. Değişen bu düzende bilginin bir üretim aracı haline gelmesiyle birlikte oluşan bu 'yeni ekonomi' içerisinde işletmelerin temel fonksiyonlarından olan pazarlama faaliyetleri de etkilendi. Pazarlamanın tarihsel dönüşümüne bakıldığında 1950'li yıllardan sonra üretim ve satış anlayışı dönemlerinin yerini modern pazarlama yaklaşımlarının aldığı görülüyor. Bu yaklaşımda esas odak noktası tüketiciler olduğu için amaç en genel

ifadeyle tüketiciyi tatmin ederek ürün veya hizmet satın almaya ikna etmek.

Tüketicilerin pek güven duymadığı ve rekabetin yoğun olduğu günümüz piyasasında pazarlama elemanlarının işi çok zor. Ancak işletmelerin tüketicilerine güven verdiği sürece satamayacağı ürün yok. Bu gerçek yaradılıştan gelen, sahip oldukları kişisel yetenekleri sebebiyle kadınların özellikle modern pazarlama yaklaşımları çerçevesinde daha başarılı olmalarını sağlıyor.

RAPORLAR GERÇEĞİ GÖSTERİYOR

2016'da yapılan bir araştırmaya göre kadınlar, dünyada tüketicilerin yüzde 50'sini oluşturuyor. Bununla birlikte birçok kategoride tüketim kararlarının yüzde 70'ine kadınlar karar veriyor. Raporda kadınların tüketici

davranışları ve tercihlerinde önemli etkileri olduğu, kadın çalışanların çok olduğu firmaların daha müşteri odaklı olduğu belirtiliyor. Ayrıca müşteri odağını artırmak isteyen şirketlerin satış, pazarlama ve müşteri hizmetleri başta olmak üzere tüm departmanlarda kadın oranının dengeli olması gerektiği vurgulanıyor. Pazarlama alanında kadınların çoğunlukla doğrudan pazarlama, ağ pazarlamaları, reklamcılık, promosyon, pazarlama iletişimi, satış yönetimi ve birebir satış branşlarında ön plana çıktıkları görülüyor.

Örneğin; ağ pazarlamasında kadınlar Dünya Network Marketing Derneği'nin açıklamalarına göre dünyada yaklaşık 120 milyon insan network marketing sektöründe aktif olarak çalışıyor.

Bunların yüzde 76'sını kadınlar oluşturuyor. Bu alanda kadınların yüzde 80'i Amerika, Kanada ve İngiltere gibi ülkelerde. Bazı ülkelerde ise bu durum daha yüksek. Örneğin; Japonya'da bu alanda çalışanların yüzde 90'ı kadın.

BAŞKALARINA YARDIM ETMEYİ SEVİYOR

Network marketing tavsiye pazarlama mantığı ile yürütüldüğü için ev toplantılarıyla cirolar yapıldığından ilk başta kadınlar için daha cazip bir iş alanı oluşturuyor. Ayrıca network marketing tarihine bakıldığı zaman, çıkış mantığının ev kadınlarının daha fazla ekonomiye katılmalarını sağlamak üzere olduğu söylenebilir. Uzmanlar, kadınların network marketing ya da ağ pazarlama işinde erkeklere kıyasla neden daha çok çalıştığı şu şekilde açıklıyor: "Kadınlar başkalarına yardım etmeyi erkeklerden çok daha fazla isterler ve daha başarılı bir şekilde yaparlar. Network marketing sistemi, başkalarına yardım etmeyi seven insanlar için tam bir biçilmiş kaftan niteliğinde. Kadınlar başkalarını mutlu etmek veya onları anlamak için aşırı derecede isteklidirler ve aileleri ya da arkadaşları için kendilerinden ödün vermeyi severler. Bu yüzden network marketing işinde kadınlar çok önemli bir değere sahip."

İhracatçı kadınların olduğu şirketler ihracat yapmayanlara kıyasla 3.5 kat daha rekabetçi. Yani, pazarda belli bir noktaya gelmeleri, belli bir ciroya ulaşmaları, sundukları hizmet veya ürünlerin kalitesinin gelişmesi 3.5 kat hızlı gerçekleşiyor.



GÜÇLÜ KADIN LİDERLER DOĞUYOR

Güçlü kadınlar, çevrelerindeki herkese ve ekiplerindeki insanlara yardım etmekten çok hoşlanırlar. Pazarlamada iyi ve güçlü bir kadın lider çoğu zaman erkeklerden daha iyi bir iletişim ve çalışma ile başarılı organizasyonlar kurabilir. Kadınların, hedeflerini gerçekleştirmeyi ve fark edilmeyi sevdikleri bir gerçek. Özellikle ülkemizdeki ev kadınlarının kendileri adına çalışması ve kendi bağımsızlıklarını gerçekleştirmek üzere adım atabilmesi onlar için iyi bir fırsat. Bu sadece ekonomik bağımsızlık değil, kendi kişisel bağımsızlıklarını bu sektörde kazanıp başarılı bir şekilde kabul görmeleri açısından kadınlar için inanılmaz duygu. Özellikle lider karakterli ve iletişimi iyi olan kadınların yönettiği firmalar rakiplerine göre çok daha hızlı bir şekilde büyüyor. McKinsey Woman Matter'in 2016 Raporu bu görüşü destekler nitelikte. Raporu, şirketlerde yönetici düzeyde kadın çalışan bulunmayan firmaların öz sermaye karlılığı yüzde 15 iken kadın yönetici bulunan firmalarda öz sermaye karlılığının yüzde 22. Ayrıca kadınların yaptıkları işte erkeklere göre daha çok bağlı olmaları ve çalıştığı şirkete karşı aidiyet duygusunu yoğun bir şekilde hissetmeleri başarılarını artırıyor.

DÜNYADA DURUM

Her ne kadar bütün şartlar kadınlardan yana olsa da kadınların girişimci ve ihracatçı kimliği kazanabilmesi henüz çok kolay değil. Mastercard'ın 2018'de yayınladığı Kadın Girişimciler Endeksi Raporu, toplumsal cinsiyet ön yargılarının aşılması gerektiğini gözler önüne seriyor. Mastercard'ın Girişimci Kadınlar Endeksi, uygun koşullar sunulduğunda 'fırsatların' kadınları girişimciliğe sevk ettiğini, ancak olanakların var olmadığı ülkelerde kadınların 'zorunluluk' sebebiyle girişimciliğe yöneldiğini ortaya koyuyor.

Dünya genelinde kötü ekonomik koşullar, yüksek işsizlik oranları ve boşanma kadınları girişimcilik aktivitelerine itiyor. Özellikle esnek çalışma saatleri kadınları girişimciliğe yönelten önemli etkenlerden biri ol-



maktadır. Evde çalışarak yapılabilen işler, kadınlar için zamanlarını ayarlayabilme, işlerini çocuk bakımına ve zorunlu ev işlerine göre planlayabilme gibi avantajlar veriyor. ABD'de ülke genelinde bu tür işlerin yüzde 35'inin başında kadınlar bulunuyor ve bu tarz işlere ilgi giderek artıyor. Ayrıca son yıllarda üretimde zaman ve mekân esnekliğinin artması ve bu alandaki teknolojik gelişmelerin yaşanması kadın girişimciliğinin yaygınlaşmasına da destek oluyor.

GELİŞMİŞ ÜLKELERDE DE SORUN DEVAM EDİYOR

Mastercard Kadın Girişimciler Endeksi Raporu, Asya Pasifik, Ortadoğu, Afrika, Kuzey Amerika, Latin Amerika ve Avrupa olmak üzere 57 ülkede kadın girişimcilerin kaydettiği gelişim ve başarıları mercek altına alıyor. Rapora göre toplumsal cinsiyet ön yargılarının sadece gelişmekte olan ülkelerde değil gelişmiş ülkelerde de dikkat çekici bir düzeyde kadın girişimciliğinin önüne aşılmaz setler çektiği bir gerçek. Finansal hayata katılım, finansal ve eğitim hizmetlerine erişim, başarı dürtüsü ve yüksek yönetim kalitesi kadın girişimcileri başarıya taşırken, kendine güvenmeme, sosyal ve kültü-

*Daha az gelişmiş
ülkelerde kadın
girişimcilerin rolü çok
önemli. Ruanda'da
dış ticaret yapanların
yüzde 74'ü, Çin'de
dijital girişimcilerin
yüzde 55'i kadın.*

rel açıdan kabul görmeme, kısıtlayıcı yasal düzenlemeler ve finansal hayata düşük katılım kadın girişimcileri bir adım geride tutan faktörler olarak karşımıza çıkıyor. Öyle ki kadınlar, iş kurmadan işlerini büyütmeye kadar bu ön yargılarla boğuşmak durumunda kalıyor.

YENİ ZELANDA BİRİNCİ

Girişimci Kadınlar Endeksi'nde, Yeni Zelanda 74.2 ile ilk sırada yer alırken, İsveç 71.3 ile ikinci, Kanada 70.9 ile üçüncü sırada geliyor. Gelişmiş ülkelerdeki girişimci kadınlar, gelişmekte olan ülkelerdeki girişimci kadınlar ile karşılaştırıldığında sermaye, finansal hizmetlere erişim ve akademik programlar açısından daha fazla kaynak ve fırsata sahipler. Bu gerçeğe rağmen endeks, kadın girişimcilere bu fırsatları sunan gelişmekte olan ülkeler de dahil olmak üzere dünya genelinde toplumsal cinsiyet ön yargılarının kadın girişimciler önündeki asıl engel olduğunu ortaya koyuyor. Rapor bulguları, ne yazık ki bu ülkelerde dahi kadınların sosyal ve kurumsal ortamlarda erkeklerden daha aşağı görüldüğünü gösteriyor.

GİRİŞİMCİLİK EKONOMİK KALKINMA HIZINA BAĞLI DEĞİL

Raporun, girişimcilik fırsatlarının pazarın ekonomik kalkınma hızına bağlı olmadığını işaret etmesi ise umut verici. Gelişmekte olan Gana, Uganda ve Vietnam gibi ülkelerde kadın girişimci oranının daha gelişmiş ülkelere oranla yüksek olduğu dikkat çekiyor. Ancak iş fırsatlarının

az olmasından dolayı bu ülkelerde kadınların, daha çok hayatta kalma ihtiyacı nedeniyle kendi işlerini kurduğu görülüyor.

Listeyi, kadın girişimcilerin, toplam girişimcilere oranı açısından değerlendirdiğimizde Gana, Rusya, Uganda, Yeni Zelanda, Avusturya, Vietnam, Polonya, İspanya, Romanya ve Portekiz yüksek kadın girişimci oranına sahip ilk 10 ülke olarak karşımıza çıkıyor. Türkiye'de ise daha yüksek eğitim düzeyine rağmen, kadın girişimci sayısının oldukça düşük olduğu dikkat çekiyor.

TÜRKİYE'DE GELİŞİMİ

Türkiye nüfusunun yarısını oluşturan kadınlar, 1950'li yıllardan itibaren çalışma hayatında yer alıyorlar. Tüm dünyada olduğu gibi, kadınların çalışma hayatına katılması, ülkemizde de sanayileşmeyle birlikte arttı. Ancak günümüzde kadınların iş hayatına katılımları henüz arzu edilen düzeyde değil. Nüfus kayıt araştırması sonuçlarına göre 2011 yılında, Türkiye'de 15 ve daha yukarı yaştaki nüfus içerisinde iş gücüne katılma oranı yüzde 47,5 olup bu oran erkeklerde yüzde 69,2, kadınlarda ise yüzde 25,9'du. 2012 yılında yüzde 29,5, 2013 yılında ise yüzde 31,8 oldu. Bu göstergelerle Türkiye, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ülkeleri içinde kadın istihdamında son sırada yer alıyordu. Türkiye'ye en yakın ülke yüzde 47,8 ile Meksika olurken, OECD ülkelerinin ortalaması ise yüzde 62,3.

Geçtiğimiz yıl Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) yaptığı açıklamada Türkiye'deki 71 bin ihracatçı firmanın sadece yüzde 7,3'ü kadın.

Kadın girişimcilerin Türkiye'de ortaya çıkışı ise daha yakın zamanda oldu. Türkiye'de 1980'li yıllar, kadın hareketinin hız kazandığı bir dönem oldu. Özellikle 1980'lerden sonra küçük işletmelerin gündeme gelmesiyle doğal olarak girişimcinin de önemi artmaya başladı. Çünkü girişimci bireyler yeni işletmeler kurarak ekonomide istihdam ve üretkenlik artışı sağladı.

Girişimci kadınların iş gücüne katılımlarının önündeki kültürel engelleri daha rahat aştukları, iş ve ev

hayatını birlikte daha rahat yürütebildikleri söylenebilir. Kadınların iş gücüne katılımını artırmaya yönelik politikalar, ücretli çalışanlar ve girişimciler arasındaki yapısal farklılıkları gözetmek durumunda. Ekonomik politikalarla kültürel engelleri kaldırmak zor olduğundan girişimciliğin teşvik edilmesi ve desteklenmesi kadınların iş gücüne katılım oranlarını artırmakta daha etkili oluyor.

SEKTÖREL DAĞILIM

Türkiye geneline bakıldığında 2012 yılı itibarıyla 94 bin işveren kadının yüzde 78,7'si hizmetler, yüzde 12,8'i sanayi ve yüzde 8,5'i tarım kesiminde kendi hesabına çalışıyor. İş hayatında çalışan 788 bin kadının ise yüzde 30,3'ü hizmetler, yüzde 17,3'ü sanayi, yüzde 52,4'ü tarım kesiminde faaliyette bulunuyor.

Kadın girişimciliğinde hizmet sektörüne yönelim, finansal kaynaklara ulaşımın kısıtlı olmasından dolayı, bu sektörün görece olarak daha az sermaye gerektiren bir sektör oluşu nedeniyle tercih edilmesinden kaynaklanıyor. Sanayi, makine gibi üretime dayalı sektörlerde kadın girişimci sayısı oldukça az. Bunun da en önemli nedenleri arasında ülkedeki iktisadi, kültürel ve sosyoekonomik çevrenin sunduğu imkânlar bulunuyor.

MİKRO İŞLETMELER YAYGIN

Türkiye'de işveren ve kendi hesabına çalışan kadınların iş yeri büyüklüğüne göre dağılımına baktığımızda çoğunluğu, 1-4 kişinin çalıştığı mikro ölçekli işletmeler. Bu, kadın girişimcilerin küçük ölçekli az sermaye gerektiren işlere yöneldiğini göstermektedir. Bunun en büyük nedenlerinden biri kadın girişimcilerin yatırımları için bulabilecekleri finansal kaynakların yetersizliği.

Kadın girişimci sayısında artış yaşanıyor da bu oranın hala oldukça düşük olmasının pek çok nedeni bulunmakla birlikte, Türkiye'deki kadın girişimcilerin sorunları, sermaye temini, iş yeri arama, kiralama, mal temini, donanım, araç gereç temini, resmi kuruluşlarla ilişkiler gibi iş kurma aşamasında, iş yürütme ve organizasyondaki bilgisizlik ve tecrübesizlik gibi iş yeri kurulduktan sonra yaşanan sorunlardan oluşuyor.

Bunlara ek olarak, kalifiye eleman bulamama, ucuz hammadde, mal temini, enflasyon gibi sorunlarla da karşılaşılıyor.

Kadın girişimciler, ülkemizde sosyal yaşantıyla ilgili sorunlar da yaşıyor. Bunlar arasında; toplumun kadına yüklediği görev ve roller, ataerkil yapı, kadının kendi dışındakiler için duyduğu sorumluluk (ev, aile, yaşlı



kimselerin bakımı), kendine duyduğu güvendedeki eksiklik, yeterince destek bulamaması sayılabilir.

EN FAZLA GİRİŞİMCİ TİCARET SEKTÖRÜNDE

Türkiye’de kadın çalışanlar ile ilgili yapılan araştırmalar, girişimci iş kadınlarının yarısından fazlasının ticaret sektöründe olduğu, genellikle 30-39 yaş diliminde yer aldığı ve yarısına yakınının eğitim düzeyinin sadece lise eğitimi düzeyinde kaldığı ve genellikle kentli olduklarını ortaya koyuyor.

Kadınların bu süreçte çalışma yaşamına daha aktif olarak katılımlarının artmasında başlıca şu faktörlerin etkili olduğu söylenebilir: Dünya genelinde çalışan kadınları koruyucu ve destekleyici yasaların ve uygulamaların artması, demografik gelişmeler, şehirleşme oranlarında artış, eğitim olanaklarının artması, standart dışı çalışma şekillerinin ortaya çıkması, geçim sıkıntısı ve ekonomik zorluklar, evlenme oranlarında azalma, buna karşılık boşanma oranlarında artış, toplumların, kadınların çalışmasına yönelik tutumlarında meydana gelen olumlu gelişmeler, çocuk bakımı ve diğer hizmetlerdeki iyileşmeler.

Türkiye’de girişimci kadınları belirleyen temel karakteristikler ise kendine güvenli, cesaretli ve sabırlı olması. Kadınlar, erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında kârdan çok sosyal itibara önem veriyor, risk almada erkek girişimcilere oranla daha temkinli hareket ediyor.

KADIN GİRİŞİMCİ OLMAK

Kadınların Türkiye’de girişimcilik faaliyetleri temelde yapısal uyum politikalarının etkisiyle azalan hane gelirlerine yönelik geliştirilen “kadınların kendi başlarına küçük iş yeri kurma girişimlerine” dayanıyor.

Kadınların gerek haneye ek gelir sağlamak ve gerekse ücretli işlerde çalışma çabalarının artması onların ekonomik faaliyetlere girişini hızlandırdı. Fakat Türkiye’de özellikle başvurulmuş işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulma şanslarının son derece zayıf olması, zorunlu olarak kadınları kendi işinde



KADIN GİRİŞİMCİLERİN 10 TEMEL ÖZELLİĞİ

- Kadınlar, bir iş için erkekten daha fazla çaba gösteriyorlar ve daha dikkatli.
- Çalışanlarına gerekli eğitimi daha iyi veriyor
- Öğreticilik yanı erkeklere oranla daha gelişkin
- Yeni durumlara ve değişimlere daha rahat uyum sağlayabiliyorlar
- Yanlarında çalışanları iş konusunda heveslendirme ve teşvik etme yetenekleri erkeklere oranla daha fazla
- Yeni fikirlere daha açıktır. Ayrıca kadınların yaratıcılıkları iş yaşamında başarının kapısını aralıyor
- Gözlem yeteneklerini iş yaşamında başarılı bir biçimde kullanabiliyor
- Çalışanlarıyla iletişim kurarken kadının sağladığı başarı iyi bir yönetici olmasında olumlu bir etki yapıyor
- Kadının problem çözebilmedeki başarısı bir yönetici olarak erkekten daha başarılı olmasını sağlıyor
- Fırsatları iyi değerlendiriyorlar

çalışmaya sevk ediyor. 1990 sonrası ve özellikle 2000’li yıllarda, siyasal, ekonomik ve toplumsal gerekçelerle küçük girişimciliğin yaygınlaştırılması, geliştirilmesi, kadınların girişimci olarak yeterliliklerinin sağlanması yönündeki eğilimler ve bunları destekleyici uygulamalar giderek yoğunluk kazandı.

Hükümetler tarafından kadınların yerel ekonomiyi kalkındırmada önemli bir aktör olarak görülmesi politikası da kadınları girişimci olmaya iten uygulamalardan oldu. Bu politikada özellikle yerel aktörler içerisinde yer alan potansiyel kadın girişimcilerin yönlendirilmesi, teşvik edilmesi ve güçlendirilmesi öngörülmüyor.

Kadınların iş kurma nedenleri ile ilgili Mersin’de 160 girişimci kadın üzerinde yapılan araştırmada kazanç elde etmek, bağımsız çalışma ve sosyal yaşam sürme istekleri gibi faktörler ön plana çıktı. Nevşehir’de yapılan bir başka araştırmada ise kadınların girişimci olmalarında daha çok aileye ek gelir sağlamak, kocanın ölmesi, kendini ispat etme ve geçmiş mesleki tecrübelerin ticari hayata aktarılması gibi faktörlerin etkili olduğu tespit edildi.

KADIN GİRİŞİMCİ TİPLERİ

Yapılan araştırmalarda literatürde, dört farklı kadın girişimci tipinin tanımlandığı belirtilebilir. Bunlardan



ilki, hem girişimcilik ideallerini hem de geleneksel cinsiyet rollerini üstlenen ve ikisini de aynı ölçüde yerine getirmeye çalışarak iş-aile görevlerini dengeleyen ve işini de fazla büyütmeyi düşünmeyen 'geleneksel girişimci' tipi.

İkinci olarak belirtilen girişimci tipi, girişimcilik ideallerini geleneksel cinsiyet rollerinin çok daha üstünde tutan ve işletmesinin büyümesini öncelikli hedefleri arasına koyan 'yenilikçi girişimci' tipi.

Üçüncü kadın girişimci tipi ise geleneksel cinsiyet rollerini girişimcilik ideallerinin üstünde tutan ve adeta girişimciliği yan işmiş gibi gören 'evcimen girişimci' tipi.

Son olarak da iş-aile dengesini kurmaktan çok kadınların ikinci plana itilmelerini önlemeye çalışan ve işini de bu amaca hizmet eden bir araç olarak görerek organize eden 'kök-tenci girişimci' tipi olarak tanımlandı.

Tahminlerin aksine kadınların iş yaşamında kararlarını daha kolay verdikleri ve kararları konusunda daha ısrarcı oldukları da çalışmalarla ortaya konuluyor. Bu bilgiler ışığında kadın girişimcilerin hem kendileri hem de istihdam ettikleri kişiler için iş yaratmaları ve çalışma yaşamında daha etkin ve aktif olmaları onların toplumdaki konumlarını güçlendirmesine, toplumların gelişmişlik düzeyini etkilemesine ve gelir dağılımındaki adaletsizliği de önlemeye önemli katkılar sağlıyor. Uzmanlar, Türkiye'nin sosyal ve ekonomik gelişmesine katkıda bulunmak ve sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirebilmek için ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını artırmak, var olan kadın girişimcileri güçlendirmek ve onları dünya ile bütünleştirmek gerektiğini belirtiyor.

TİCARET BAKANLIĞI PROJE ÜRETİYOR

Türkiye'de kadın girişimciliği ve bununla bağlantılı olarak kadın ihracatçıların artırılması devletin öncelikli konuları arasında. Bu konuda kamu ve özel sektörün birlikte yaptığı çalışmaların arasında geçtiğimiz aylarda Ticaret Bakanlığı tarafından kurulduğu 'Kadın ve Genç Girişimciler İhracat Daire Başkanlığı' dikkat çekiyor.

Bakanlığın yürüttüğü bir başka dikkat çekici proje de ihracat potansiyeli taşıyan kadın ve genç girişimcilerin bilgi, deneyim ve iletişim ağı ihtiyaçlarının sağlanmasına destek olunması için yeni program. Export Academy-Kadın ve Genç Girişimci İhracatçı Yetiştirme adı verilen program, kamu-özel sektör işbirliğinde hayata geçirildi. Ticaret Bakanlığı ayrıca kadın girişimcileri ihracatçı yapmak ve onların ihtiyacı olan finansman desteğini vermek için yeni bir finansman paketi oluşturuyor. Pakette yer alan kredi, yüzde 51'i kadın olan şirketlere, ihracat kaydıyla verilecek toplamda 200 milyon dolar, ilaveten 100 milyon liradan oluşuyor.

KOSGEB'TEN KADINLARA POZİTİF AYRIMCILIK

KOSGEB bütün girişimci ve KOBİ'lere üretimlerinden yatırımlarına kadar, Ar-Ge faaliyetlerinden yurtdışı operasyonlarına kadar her alanda destek veriyor. Desteklerin tamamından kadın girişimciler yararlandığı gibi, kadın girişimcilere hem destek miktarlarında, hem de destek süreçlerinde pozitif ayrımcılık yapıyor. Kadın girişimcilerin önemli bir kısmı yeni iş kurmak ve işlerini büyütme geliştirmek istediklerinde KOSGEB desteklerinden yararlanıyor. 2018 yılında yaklaşık 11 bin kadın girişimciye 220 milyon TL'ye yakın girişimcilik desteği verildi.

KOSGEB'in destekleri bununla sınırlı değil. Kendi işinin patronu olmak, ihracat yapmak isteyen kadın girişimciler için eğitim programları düzenliyor. Ayrıca yurt dışına açılmak isteyen kadın girişimcilerin ihracatta rekabet edebilmek için makine teçhizatı ihtiyaçları için de yardımcı oluyor.

TİM KADIN KONSEYİ OLUŞTURDU

Kadın ihracatçı sayısını artırmak, iş dünyasında kadın istihdamı ve girişimciliğini geliştirmek amacıyla Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) bünyesinde 2018 yılında 'TİM Kadın Konseyi' kuruldu.

Ülke olarak büyük bir atılım gerçekleştirilen bu dönemde, kadınların emeği ve desteğiyle ihracatımızı sürekli ve kalıcı bir şekilde artırarak dış satış hedefine çok daha hızlı ulaşmak mümkün. Oluşturulan bu konseyle ihracatta yeni bir seferberlik başlatıldı demek yerinde olur. Konsey, kadın ihracatçıların hem mevcuttaki sorunlarını çözmek hem de ihracatçı sayısını artırmak amacıyla hareket ediyor. TİM'in yönetiminde bir kadın üye bulunuyor. Aynı şekilde ihracatçı birliklerinin yönetim kurullarında daha önce 39 kadın üye varken bu dönemde 55 kadın üye bulunuyor.

TOBB'DAN KADIN GİRİŞİMCİLER KURULU

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) 2007'de Kadın Girişimciler Kurulu'nu hayata geçirdi. Bugün 81



ilde 7 bine yaklaşan üyesiyle, Türkiye'nin en geniş, girişimci kadın ağı haline gelen Kadın Girişimciler Kurulu, ilgili bakanlıklarla beraber pek çok projeyi hayata geçirdi. 18 ilde bin 800 kadının uygulama yazılımı eğitimi almasını sağladı. Ayrıca 10 ilde 5 bin kadına sosyal medya üzerinden ticaret yapılması için eğitim veriyor.

ASO KOORDİNATÖRLÜĞÜNDE İHRACAT ATAĞI

Çalışmalarını Ankara Sanayi Odası (ASO) koordinatörlüğünde sürdüren TOBB Ankara Kadın Girişimciler Kurulu, bir yandan kadın girişimcilerin sayısını artırırken, diğer yandan da girişimci kadınları ihracatçı yapmayı hedefliyor. TOBB Ankara Kadın Girişimciler Kurulu aynı zamanda İhracatçı Kadınlar Projesi'ni yürütüyor.

EKONOMİDE KADINLARIN ÖNEMİ BÜYÜK

Ekonomik kalkınmaya önemli katkılar sağlaması nedeniyle, dünya nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturan kadınların iş gücüne ve girişimcilik faaliyetlerine yoğun bir biçimde katılmaları bir ülkenin ilerlemesi için oldukça önemli bir faktör. Küreselleşmenin de etkisiyle dünyada yaşanan değişim iş dünyasında acımasız bir rekabet ortamının yaşanmasına neden

oluyor. Bu sebeple yarattıkları ek istihdam, yaptıkları ihracatla ekonomide kadınların yeri ve önemi büyük.

Kadınların çalışma hayatına büyük oranda katılması ve daha aktif rol alarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaları ve yeni iş sahaları oluşturmaları ülke ekonomileri için çok önemli. Kadın girişimciliği ile ilgili yapılan çalışmalar, kadın girişimcilerin ekonomik gelişme için çok önemli bir unsur olduğunu ortaya koyuyor.

Dünyada ve Türkiye'de son yıllarda kadın girişimci sayısındaki artış sevindirici olmakla beraber, kadın nüfusuna oranlandığında bunun çok düşük düzeyde kaldığı söylenebilir. Girişimcilik, Türkiye'de ve birçok ülkede ekonomik ve sosyal açıdan gelişmişliğin en önemli göstergelerinden biri haline geldi. Kadınların büyük bir atılım içinde oldukları ve çalışma hayatındaki ağırlıklarını giderek artırdıkları görülüyor. Annelik rollerine rağmen, kadınların iş yaşamına katılarak yaptıkları ekonomik katkılar biliniyor. Onların iş hayatına gerçek girişleri ekonomik ve sosyal anlamda güç elde etmelerine büyük ölçüde katkı sağlıyor.

SAYININ ARTMASI İÇİN PROJE GELİŞTİRİLİYOR

Yapılan araştırmalar kadınların eğitim seviyesinin yükselmesi so-

nucu, ekonomik özgürlüklerinin ve bilinçlerinin yükselmesiyle girişimciliğe katılım oranlarının da arttığını gösteriyor. Bütün bu sebeplerden dolayı kadınların, sosyal ve ekonomik yönden güçlenmek ve yükselmek için girişimsel faaliyetlerinde yer almaya başladıkları ve eğitimleri arttıkça, bilgi ve yeteneklerini gösterme ihtiyacı, bağımsız olma isteği, güç elde etme gibi nedenlerle kendi işlerini kurmaya yöneldikleri görülüyor.

Türkiye'de kadının çalışma yaşamında karşı karşıya bulunduğu sorunların temelinde; toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel yapısındaki bazı aksaklıklar yatıyor. Son yıllarda özellikle kadın girişimcilerin ekonomide büyüme ve kalkınmadaki önemine dikkat çekiliyor ve birçok hükümet politikasında kadın girişimciler için ayrıcalıklı düzenlemeler yer alıyor. Nitekim gelişmiş ülkelerde girişimci kadın sayısını artırıcı destekler veriliyor. Bununla birlikte kadın girişimciler iş hayatına girdikten sonraki aşamalarda daha farklı desteklere ihtiyaç duyuyor.

CİNSİYET TEMELLİ ENGELLER VAR

Kadın girişimci sayısının yüksek olduğu ülkelerde devlet teşvik politikalarının yanı sıra, kadın girişimcileri destekleyen örgütlerin de bulunduğu görülüyor. İstihdam olanaklarını artırmak, sürdürülebilir ekonomik gelişme ve toplumsal kalkınmayı sağlamak amacıyla kadın girişimcilere destek vermeye yönelik birçok çalışma ve proje yapılıyor. Ancak kadın girişimciler genel olarak erkek girişimcilerin karşılaştıkları birtakım sorunların yanı sıra çeşitli cinsiyet temelli engellerle karşılaşılıyor. Günümüzde gelişen teknoloji ve endüstrileşme ile birlikte her geçen gün çalışma hayatına katılan kadın sayısında artış yaşanıyor. Kadınların giderek artan bir şekilde ekonomik yaşamın içinde yer almaları sevindirici. Kadının üretime katıldığı, istihdamda yüksek paylar aldığı, sosyal güvenlik sistemine dahil olduğu girişimcilikte ve pazarlama alanlarında başarılı ülkelerin kalkınmış ülkeler olduğunu dikkate alırsak, bunun ülkemiz için de ne kadar önemli olduğu kendiliğinden ortaya çıkıyor.

VERİLER KADINLAR İÇİN NE DİYOR ?

Son yıllarda kadın girişimci sayısındaki artış sevindirici olmakla beraber, kadın nüfusuna oranlandığında bunun çok düşük düzeyde kaldığı söylenebilir. Girişimcilik, Türkiye'de ve birçok ülkede ekonomik ve sosyal açıdan gelişmişliğin en önemli göstergelerinden.

Ekonomik kalkınmaya önemli katkılar sağlaması nedeniyle, dünya nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturan kadınların iş gücüne ve girişimcilik faaliyetlerine yoğun bir biçimde katılmaları bir ülkenin ilerlemesi için oldukça önemli bir faktör.

Kadınların hatırı sayılır ihracat rakamlarına ulaşmaları ve dünyayla rekabet edebilmeleri Türkiye'nin ihracat potansiyeli açısından büyük önem taşıyor. Çünkü kadınlar, kararlı ve kendilerine güvenmeleri gerektiğini çok iyi biliyor.

Gelişmiş ekonomilerde kadınların iş gücüne katılım oranları yüksektir. Dünyada küreselleşme ve bilgi çağının getirdiği avantajlarla birlikte kadınlar istihdam yaratıcı birer girişimci olarak dünyaya açılan ihracatçı kimliği kazanıyor.

Emine Erdoğan:

“Dünyanın her zamankinden daha çok kadın gücüne ihtiyacı var”

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın eşi Emine Erdoğan, dünyanın her zamankinden daha çok kadın gücüne ihtiyacı olduğunu belirterek, "Dünyanın karşı karşıya olduğu çevre sorunları, insani ve moral değerler krizi, hep kadınların çözüm üretebileceği konular. Dünyanın ilk 10 ekonomisinden biri olma hedefimiz de, kadınlarımızın ekonomiye katılmasına bağlı. Hulasa, dünya kadın ruhuyla yeniden tasarlanmayı bekliyor" ifadesini kullandı.

Eskiden, çalışma hayatında sayıca az olan kadınlar için kurdukları gelecek hayalinin sayılarının artması olduğunu ifade eden Erdoğan, bugün, bu hayalin meyvelerini topladıklarını, bereketli bir hasat döneminde olduklarını söyledi.

"Gün geçmiyor ki, yeni bir kadının daha, harika bir fikri işe dönüştürdüğünü görmeyelim." diyen Erdoğan, kadınların artık bu güveni kendilerinde bulabildiğini vurguladı.

2023 HEDEFİ YÜZDE 41

Kadınların çalışma hayatına katılma oranını 2023'te yüzde 41'e çıkarmayı hedeflediklerini vurgulayan Erdoğan, sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu rakamdan beklediğimiz kadınların yalnızca işe alınmaları değil. Biz onların kilit karar mekanizmalarında yer almasını istiyoruz, farklı alanlara liderlik yapabilecekleri reform mercileri olmalarını arzu ediyoruz. Kadınların, yapıları itibarıyla girişimci ruha sahip olduklarını düşünüyorum. Girişimci olmak için hayal, fikir, cesaret ve yetenek gerekiyor. Girişimci insanların başarı hikayelerini dinlediğimizde, hepsinin ilk cümlesi bir hayali anlatmakla başlıyor. Aslına bakarsanız, istisnasız hepimizin bazen kendi içinde saklı tuttuğu, bazen dile döktüğü hayalleri var. Bazılarımız bu hayallerin peşinden koşacak mecali ve işiyaki kendimizde bulabilirken, bazıları-



mız korkularımıza yenik düşüyoruz. Yeteri kadar güçlü olmadığımızı düşünüyor ve gücü bir iktidar meselesi olarak algılıyoruz. Halbuki gerçek güç, sizden alınamayan güçtür."

“DÜNYA KADIN RUHUyla YENİDEN TASARLANMAYI BEKLİYOR”

Emine Erdoğan, zamanın gençliğin gücünü, siyasi iklimin makamın gücünü, ekonomik felaketlerin maddi gücü alıp götürebildiğini fakat kişiliğin insana verdiği gücün baki olduğunu dile getirdi.

Hayallerinin peşinden koşan insanların farkının bu gerçek güce dayanmalarından kaynaklandığını altını çizen Erdoğan, "Bugün dünyanın her zamankinden daha çok kadın gücüne ihtiyacı var. Sanki yeni bir doğum olacakmışçasına, dünya dar bir kanaldan geçiyor. Dünyanın karşı karşıya olduğu çevre sorunları, insani ve moral değerler krizi, hep kadınların çözüm üretebileceği konular. Artan enerji ihtiyacı, ekonomilerin döngüsel ekonomiye evrilme zarureti, yine kadınları yakından ilgilendiriyor. Kadınlarımızın, potansiyellerini bu alanlarda aktif bir enerjiye dönüştürmesinin tam zamanı. Dünyanın ilk 10 ekonomisinden biri olma hedefimiz de, kadınlarımızın ekonomiye katılmasına bağlı. Hulasa, dünya, kadın ruhuyla yeniden tasarlanmayı bekliyor" değerlendirmesini yaptı.

“ÖNCÜ KADINLAR DENEYİMLERİNİ PAYLAŞMALI”

Türkiye'nin insan kaynağı açısından oldukça verimli topraklara sahip olduğunu, bütün meselenin bu topraklarda girişimcilerden oluşan bir ekosistem var etmek olduğunu ifade eden Erdoğan, şunları kaydetti: "Kadınların girişimcilik öz güvenini artırmak için, bir işe sıfırdan başlamanın cinsiyetle alakalı bir konu olmadığını, yüksek sesle anlatmamız gerekiyor. Bu bilincin yayılıp kök salması için, bu yolda öncü olmuş kadınlarımızın, deneyimlerini daha çok paylaşması gerek" dedi.

“GİRİŞİMCİLİK RUHU MİLLİ ZEKAYI YANSITAN BİR UNSUR”

Erdoğan, bu başarı hikayelerinin, özellikle Anadolu'nun küçük yerleşim yerlerine taşınmasının, bu ilham zincirini genişleteceğine inandığını dile getirerek, şunları kaydetti: "Ülke olarak, her şeyi sıfırdan ve yeniden inşa ettiğimiz birçok süreçten geçtik. Farkında olsak da, olmasak da bu süreçler, içimizdeki potansiyeli harekete geçirdi. Bir iç deniz gibi kıpırtısız kalmak, bizim insanımızın genetik kodlarına aykırı. Türkiye şu anda, bütün dinamikleriyle sürekli akan bir su gibidir. Yani potansiyel olarak herkes birer girişimcidir. Girişimcilik ruhunun bir ülkede hakim olması, o ülkenin milli zekasını

yansıtan, dışarıdaki algısını da olumlu etkileyen bir unsurdur. O halde, gençlerimizin, kadınlarımızın zihin sandıklarında tuttuğu mücevherleri bir bir ortaya çıkarmasını bekliyoruz. Gençlerimiz, kendilerini bir sisteme dahil olma zorunda hissetmesin. Onlar kendi sistemlerini kursunlar, kendi iş kültürlerini ortaya çıkarsınlar. Böylelikle, tekdüzelikten kurtulur, farklı bakış açılarının zenginliğinden istifade ederiz. Teknolojinin gittikçe hakim güç olduğu günümüzde, kadın girişimciler, bilişim eğitimini hayat boyu öğrenmenin düzenli bir parçası haline getirsin."

Bakan Pekcan

"Kadının güçlenmesi toplumun güçlenmesi demek"

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, "Kadınlarımızı, kadın girişimcilerimizi ihracatçı yapmak için onların finansman desteğine ihtiyacı var. Biz bunu teminen, Eximbank da burada, QNB Finansbank ile beraber kadın girişimcilerimiz, kadın ihracatçılarımız için yeni bir finansman paketi açıklayacağız. Bu kredi yüzde 51'i kadın olan şirketlerimize, firmalarımıza, ihracat kaydıyla verilecek ve toplamda 200 milyon dolar, ilaveten 100 milyon TL. Kadının ekonomik olarak güçlenmesi demek, toplumsal refahın kesin olması demek" dedi.

"İYİ YETİŞMİŞ KADINLARIMIZ TÜRKİYE EKONOMİSİNE ÇOK KATKI VERECEK"

Günümüzde kadın-erkek eşitliğini sağlamanın yolunun bilimden teknolojiden geçtiğini kaydeden Bakan Pekcan, "Bugün küresel ekonomide yepyeni bir dünya kuruluyor ve bu yeni dünya beyin gücünün kurucusu olduğu bir dünya. Yeni dönemde iyi yetişmiş kadınlarımızın Türkiye ekonomisine çok fazla katkıları olduğundan hiçbir şüphemiz yok. Biz de Ticaret Bakanlığı olarak bütün



politikalarımızı 21'inci yüzyılın teknolojilerini yakalamak için kadınlarımızı ve gençlerimizi ön plana alan çalışmalarımıza devam ediyoruz" dedi.

Kadın girişimcilerin önünü açmak üzere Ticaret Bakanlığında İhracat Genel Müdürlüğü bünyesinde Kadın ve Genç Girişimciler İhracat Daire Başkanlığı'nı kurduklarını açıklayan Bakan Pekcan, "Böylece kadın girişimcilerimiz ve ihracatçılarımız ile bakanlık arasında bir hat olmuş olduk. Bu hatın bir tarafında bakanlığımız var sizlerin bütün projelerini değerlendirmek ve sizleri yönlendirmek üzere. Diğer tarafta da sizler varsınız. Üretken, başarılı, cesur kadınlarımız bizim geleceğimizdir" diye konuştu.

"KADIN SAYISI ARTTIKÇA MİLLİ GELİR DE ARTIYOR"

Türkiye'de kadın girişimci oranının son 10 yılda yüzde 23'lerden yüzde 34'lere çıktığına işaret eden Pekcan, şöyle konuştu: "Gerçekten son 10 yılda çok hızlı bir ivme ama hala OECD ortalaması yüzde 51,3. Bunun çok gerisinde. Bunu bir şans olarak görüyorum demek ki kullanılmamış yüzde 15-20'lik bir potansiyelimiz var. Erkeklerin iş hayatına katılma oranı da yüzde 72 seviyesinde. Ama bununla beraber 130 bin kadın girişimcimiz, 820 bin civarında kendi işini yapan kadın girişimcimiz

var. 953 bin de kadın yöneticimiz var. Kadınların karar verici pozisyonlarda çalıştığı şirketlerde, şirketlerin karlılığı, verimliliği daha yüksek. Zengin Kuzey Avrupa ülkelerine baktığımız zaman da kadının iş hayatına katılma oranlarının yüzde 60, 70'lere vardığını görüyorsunuz. Yani iş hayatındaki kadın sayısı arttıkça milli gelir oranı da doğru orantılı olarak artıyor."

"HER TÜRLÜ DESTEĞİ VERMEYE HAZIRIZ"

Kadınlardan gelen her türlü talep ve öneriye açık olduklarına işaret eden Pekcan, şöyle devam etti: "Ayrıca kadın sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği halinde uluslararası pazara açılma ve pazarda rekabet edebilmek için bir UR-GE projesi başlatmış bulunuyoruz. Bu doğrultuda bakanlığımız olarak her türlü desteği vermeye hazırız. Dün bir müjde paylaştık, tüm kadınlarımızla. Şirketlerin hisselerinin yüzde 51'i kadınlarda olan firmalarımıza ihracat finansman desteği sağlayacağız. Bunun için Türk Eximbank 200 milyon dolar ve artı 100 milyon lira kredi ayırmış durumda. Biz hazırız, siz hazır mısınız? Kadınların gelirlerinin yüzde 90'ını ailelerine, ekonomiye, eğitime harcadıkları görülmüş. Dolayısıyla kadın girişimcinin ve ihracatçısının artmasıyla ülke ekonomisi, sosyal kalkınma ve dengeye de katkı sağlanmış oluyor."

Belma Yılmazyığıt “Üretici kadınlar seçilip öne çıkartılmalı”

TOBB Ankara Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Belma Yılmazyığıt, girişimciliğin Türkiye ve dünyada ekonomik ve sosyal açıdan gelişmişliğin en önemli göstergelerinden biri olduğuna dikkat çekerek, hayatın, aklın, sevginin, ailenin yarısı olan kadınların işgücünde yok sayılması, atıl kalmasının büyük bir ekonomik kayıp olduğunu söyledi. Yılmazyığıt; "Kadınların iş gücüne, ekonomiye kazandırılması, kalkınmanın hızlandırılması ve dengeli büyümesi için en önemli etken" açıklamasında bulundu.

Kadınların el attığı her işin, her sektörün ilerlemeye açık olduğuna dikkat çeken Yılmazyığıt, "Her zaman dikkatli ve özverili çalışan kadınlar hem kendileri hem de istihdam ettikleri kişiler için iş yaratarak çalışma hayatında daha etkin ve aktif oluyor, toplumdaki konumlarını güçlendiriyor, gelişmişlik düzeyini etkileyerek gelir dağılımındaki adaletsizliği de önlemeye katkı sağlıyor" dedi.

“DAHA ÇOK KADIN İŞ HAYATINA KATILMALI”

Üretici kadınların toplum içinden seçilip öne çıkartılması gerektiğini dile getiren Başkan Yılmazyığıt, "Girişimci-İhracatçı kimliğine sahip kadın, müşteri sadakati ve çalışanların kalitesine odaklanıyor, teknolojiyi daha yoğun kullanmak suretiyle avantaj elde ediyor ve güçlü başarıya arzusuyla öne çıkıyor. İhracat yapan sanayici bir kadın olarak düşüncem, öncelikle kadının iş hayatına katılım yüzdesini artırmaktadır" diye konuştu.

TOBB Kadın Girişimciler Kurulu'nun 2007 yılında, TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu tarafından Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği çatısı altında kurulduğunu ve halen 81 ilde faaliyetlerini sürdürdüğü bilgisini veren Yılmazyığıt; "Bu kurul, kadının önce girişimci, ardından ihracatçı kimliği üzerinden çok önemli çalışmalar yapmayı amaçlıyor. Yakın



gelecekte bu kurulun gücünü ve neler yapabildiğini göstermek hedefimizdir. TOBB Ankara Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı ve aynı zamanda Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Kadın Konseyi Başkan Yardımcısı olarak bu çalışmaların içinde olmaktan mutluyum Koordinatör Odamız olarak, Ankara Sanayi Odası, çalışmalarımızın sağlıklı yürütülmesi için her türlü desteği veriyor. Başta Ankara Sanayi Odası Başkanı Sayın Nurettin Özdebir olmak üzere destek ve yardımları için tüm ASO yetkililerine çok teşekkür ederiz" dedi.

TÜRKİYE'DE 3,5 MİLYON KOBİ'NİN 68 BİNİ İHRACATÇI KONUMUNDA

Yakın zamanda kurulan Ticaret Bakanlığı Kadın ve Genç Girişimciler İhracat Dairesi verilerine göre; Türkiye'de yaklaşık 3,5 milyon KOBİ olduğunu dile getiren Yılmazyığıt; bu rakamın sadece 68 bininin ihracatçı konumunda olduğunu söyleyerek, Ankara'nın bu noktada önemli bir potansiyel taşıdığına dikkat çekti. Yılmazyığıt; "Ankara'da 2.kuşak çocuklar da dahil olmak üzere iyi yetişmiş, küresel ekonomik vizyonu gören kadın girişimci ve kadın ihracatçı sayısında ciddi bir artış var. Bu durum çalışmalarımıza ivme kazandıracaktır."

Mart ayında göreve başladıklarını ve başarıya imza atmak için çalıştıklarını kaydeden Yılmazyığıt, "Çalışmalarımızda kadınlarımızı daha çok

iş hayatına katarak kadın girişimcilerimizin sayısını artırırken, diğer yandan da girişimci kadınlarımıza dokunarak onları ihracatçı yapmayı, ihracatı tabana yaymayı hedefliyoruz Ülkemizin hedeflerine ulaşabilmesi için kadınlar olarak bize de büyük bir görev ve sorumluluk düşüyor" diye konuştu. Hedefleri doğrultusunda öncelikle çok geniş çaplı envanter çalışması başlattıklarını söyleyen Başkan Belma Yılmazyığıt, "Bu çalışma ile üyelerimizin istatistiksel verilerini sağlıklı olarak değerlendirmeyi hedefledik ve çeşitli projelere başladık. Projelerimizin isimlerinden çok toplu ana fikirleri esastır. Bu ana fikrin temelinde yatan bilinç ve ideal Türk toplumunun ve Türk kadınının girişimci ve ihracatçı kimliğiyle öne çıkmasıdır" dedi.

KADIN GİRİŞİMCİLER İÇİN İŞ AĞI

Ticaret Bakanlığı Kadın ve Genç Girişimciler İhracat Dairesi'nin, Ulusal Kadın İhracatçı Networkünün teknik şartnamesini hazırladığını dile getiren Yılmazyığıt; "Kadın girişimcilerimiz LinkedIn tarzı birbirini ekleyecekler. Başarı hikayelerinin yanı sıra, on-line eğitimler de olacak, eğitimi tamamlayana sertifika verilecek. Network'te hukuki süreçlerle ilgili bilgiler de yer alacak. Ayrıca, B2B, yapay zeka uygulamalarının da yer alacağı bir sistem, mesela hedef pazar belirlenecek. Ankaralı kadın ve genç girişimci ve ihracatçıların bu sisteme üye olması için uğraşacağız" diye konuştu.

#FOCUSBENİM



Ford YENİ FOCUS

Seni en güçlü yansıtan o.

*Sana yakışan, seninle yaşayan,
seni ileri, standartlarını yukarı taşıyan
Yeni Ford Focus.*



Go Further

Ford Focus Titanium 4 Kapı 1.5L 120 PS otomatik şanzımanlı dizel motor tipinde CO₂ salımı 113 g/km, yakıt tüketimleri L/100 km: Şehir içi 4,9, şehir dışı 4,0, ortalama 4,3'tür.
Detaylı bilgi için ford.com.tr/yeni-focus

Ankaralı sanayiciler İstanbul'dan sonra ikinci sırada: İlk 500 sanayi kuruluşu içinde 39 ASO üyesi



Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Araştırmasında, 166 sanayi firması olan İstanbul'un ardından 6'sı savunma sanayi şirketi olan 39 firmayla Ankara en çok firması olan ikinci şehir ünvanını korudu.

Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Araştırması'nda Ankara Sanayi Odası (ASO) üyesi 39 sanayi kuruluşu yer aldı. İstanbul Sanayi Odası (İSO) tarafından gerçekleştirilen ve 2018 yılı verileriyle oluşturulan 500 büyük listesine bir önceki yıl da 39 firmayla giren Ankara listedeki firma sayısını korudu.

6'SI SAVUNMA SANAYİ ŞİRKETİ

6 savunma sanayi şirketinin de yer aldığı listede Ankara firmaları, 166 sanayi firması olan İstanbul'dan sonra en çok firması olan ikinci şehir ünvanını da korudu. Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, daralan piyasa koşullarına rağmen Ankaralı sanayicilerin ilk 500 içindeki sayılarını korumasından büyük bir memnuniyet duyduğunu belirtti.

ÖZDEBİR'DEN KUTLAMA

Özdebir, listede yer alan tüm firmaları kutladı ve ASO üyelerinin üretim alanlarıyla Ankara'nın yüksek teknoloji üretme kapasitesini net bir biçimde gösterdiğini söyledi. Özdebir, "Hem verimlilik hem 4. Sanayi devrimi anlamında büyük bir dönüşüm içinde olan Ankara, 'Başkentin sanayisinden, sanayinin başkentine' hedefine adım adım ilerlemektedir" diye konuştu.

İlk 500 Sanayi Kuruluşu içinde yer alan ASO üyeleri şöyle:

Aselsan Elektronik San. ve Tic. AŞ, TUSAŞ-Türk Havacılık ve Uzay Sanayii AŞ, Türk Traktör ve Ziraat Makineleri AŞ, MAN Türkiye AŞ, Kazan Soda Elektrik Üretim AŞ, ROKETSAN Roket San.ve Tic. AŞ, Eti Soda Üretim Pazarlama Nakliyat

ve Elektrik Üretim San. ve Tic. AŞ, İsmi ni açıklamayan bir şirket, Tarım Kredi Yem San. ve Tic. AŞ, HAVELSAN Hava Elektronik San. ve Tic. AŞ, FNSS Savunma Sistemleri AŞ, Hidromek-Hidrolik ve Mekanik Makina İmalat San. Ve Tic. AŞ, RWE & Turcas Güney Elektrik Üretim AŞ, Noksel Çelik Boru Sanayi AŞ, Yiğit Akü Malzemeleri Nakliyat Turizm İnşaat San. ve Tic. AŞ, Yayla Agro Gıda Sanayi ve Nakliyat AŞ, Oyak Beton San. ve Tic. AŞ, Mitaş Endüstri San. Tic. AŞ, Göknur Gıda Maddeleri Enerji İmalat İth. İhr. Tic. ve San. AŞ, Ortadoğu Rulman San. ve Tic. AŞ, Park Termik Elektrik San. ve Tic. AŞ, Astor Transformör Enerji Turizm İnşaat ve Petrol San. Tic. AŞ, Şa-Ra Enerji İnşaat Tic. ve San. AŞ, Şahinler Metal San. ve Tic. AŞ, Ankara Ofis Yem Gıda ve Makina San. Tic. AŞ, Ulusoy Elektrik İmalat

Taahhüt ve Ticaret AŞ, Nurol Makina ve Sanayi AŞ, Nuh'un Ankara Makarnası San. ve Tic. AŞ, Votorantim Çimento San. ve Tic. AŞ, Bien Yapı Ürünleri Sanayi Turizm ve Ticaret AŞ, Erkunt Sanayi AŞ, ASAŞ Ambalaj Baskı San. ve Tic. AŞ, Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü, EÜAŞ Elektrik Üretim AŞ Genel Müdürlüğü, Türkiye Şeker Fabrikaları AŞ, Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığı, Türkiye Kömür İşletmeleri Kurumu, Et ve Süt Kurumu Genel Müdürlüğü, Makina ve Kimya Endüstrisi Kurumu (M.K.E.K.) Genel Müdürlüğü.

İKİNCİ 500 AÇIKLANDI: 20 ASO ÜYESİ FIRMA LİSTEDE

Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi

Kuruluşu araştırmasının 2018 yılı sonuçları da açıklandı. Listede Ankara Sanayi Odası'na üye 20 Ankaralı firma yer aldı. 2017 Türkiye'nin En Büyük İkinci 500 Firması arasında 19 firma yer almıştı.

İkinci 500'ün bu yıl dikkat çeken ve gelecek adına katma değeri yüksek, nitelikli ve teknoloji odaklı üretim adına umut veren sonuçlarından biri Ar-Ge yapan şirket sayısındaki istikrarlı artışın devam etmesi oldu. Bu durum, ASO Başkanı Özdebir'in sık sık vurguladığı ve Ankara Sanayi Odası'nın misyon haline getirdiği "Ankara, yüksek teknolojinin başkenti" sloganının pratik hayattaki başarısının da kanıtı. Tür-

kiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu listesine 2018 yılında ilk defa İkinci 500'e giren ASO üyesi firmalar; ismini belirtmeyen bir firma, Mim Mühendislik İnşaat Çelik Endüstri San. ve Tic. AŞ, Alkim Alkali Kimya AŞ, Sultan Et ve Gıda Üretim Ticaret ve Pazarlama LTD. ŞTİ, Temsam Yapı Makina Endüstri AŞ.

BİR FIRMANIN İSMİ DEĞİŞTİ

2017'de Türkiye'nin En Büyük Birinci 500 Firması arasında yer alan, Çamsan Poyraz Ağaç Ürünleri Turizm İnşaat Tarım Enerji San. ve Tic. A.Ş., 2018'de 500 Büyük Sanayi Kuruluşu listesinde Çamsan Ordu Ağaç San. Ve Tic. AŞ adıyla yer aldı.

2018 YILI TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK İKİNCİ 500 FIRMASI ARASINDA YER ALAN ASO ÜYELERİ

	İkinci 500		Kuruluşlar
	Sıra No		
	2018	2017	
1	21	-	Yakupoğlu Tekstil ve Deri San. Tic. A.Ş.
2	36	-	Demir Export A.Ş.
3	62	-	BAŞTAŞ Başkent Çimento San. ve Tic. A.Ş.
4	79	-	Emek Boru Makina San. ve Tic. A.Ş.
5	114	102	As Ofis Damızlık Yumurta Yem Gıda San. ve Tic. A.Ş.
6	135	133	İşbir Sünger Sanayi A.Ş.
7	139	160	Mikropor Makina San. ve Tic. A.Ş.
8	157	219	Çamsan Ordu Ağaç San. ve Tic. A.Ş.
9	171	357	Akdaş Döküm San. ve Tic. A.Ş.
10	206	-	-
11	283	347	İba Kimya San. ve Tic. A.Ş.
12	302	-	Erkunt Traktör Sanayii A.Ş.
13	306	+	Mim Mühendislik İnşaat Çelik Endüstri San. ve Tic. A.Ş.
14	356	271	Seğmen Kardeşler Gıda Üretim ve Ambalaj Sanayi A.Ş.
15	371	287	Panelan Çatı Cephe Sistemleri San. ve Tic. A.Ş.
16	396	+	Alkim Alkali Kimya A.Ş.
17	436	254	Baştaş Hazır Beton San. ve Tic. A.Ş.
18	445	192	Dorçe Prefabrik Yapı ve İnşaat San. Tic. A.Ş.
19	468	+	Sultan Et ve Gıda Üretim Ticaret ve Pazarlama Ltd. Şti.
20	494	+	Temsan Yapı ve Makina Endüstri A.Ş.

(+): Ana tabloda kuruluşların bir önceki yıl sıralama bilgileri de yer almaktadır. Bu sıralamada bir önceki yıl İSO 1000'de yer almayan kuruluşlar ile bir önceki yıl bilgilerini açıklamayıp bu yıl bilgilerini açıklatan kuruluşlar (+) işareti ile gösterilmektedir.

(-): Ana tabloda sıra numaralarının bazılarının karşısında görülen (-) işareti, o sırada yer alan kuruluşun isminin açıklanmasını istemediğini göstermektedir. Bu yıl bilgilerini açıklamayan ve/veya İSO 500'den İSO İkinci 500'e gerileyen kuruluşların bir önceki yıl sıralama bilgileri de (-) işaretiyle gösterilmektedir.

Özdebir: Yüksek teknoloji üretimini sağlayacak girişimlere öncelik vermeliyiz

ITech Teknoloji Kongre ve Fuarı Ankara Üniversitesi Eczacılık Fakültesi'nde açıldı. Fuarın açılışında konuşan Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, "Türkiye'nin orta gelir tuzağından kurtulması için yüksek teknolojiye sıçramasını sağlayacak teknoloji girişimlere öncelik vermesi gerekiyor" dedi

Ankara Üniversitesi Akıllı Sistemler ve Teknolojiler Uygulama ve Araştırma Merkezi (ASTAM) ile HHB Fuarcılık İşbirliği ile düzenlenen ITech Teknoloji Kongre ve Fuarı Ankara Üniversitesi Eczacılık Fakültesi'nde açıldı. Fuarın açılışına, ASO Başkanı Nurettin Özdebir, Ankara Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erkan İbiş, ATO Başkanı Gürsel Baran, TÜSİAV Başkanı Veli Sarıtoprak, Ankara Üniversitesi Akıllı Sistemler ve Teknolojiler Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü Prof. Dr. Murat Efe, HHB Fuar AŞ Başkanı Şule Dayangaç ve çok sayıda öğrenci katıldı.

Fuarın açılışında konuşan Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, teknolojiye gelişim ve dönüşümün inanılmaz bir hızla ulaştığını belirterek, endüstri 4.0, kripto paralar, blockchain,

nesnelerin interneti, robotik teknolojiler, big data, yapay zeka gibi kavramların 2000 yılından sonra konuşulmaya başladığını bildirdi.

YÜKSEK TEKNOLOJİ SEGMENTİNE GEÇMEMİZ GEREKİYOR

Özdebir, gelecekte beklenen gelişmelerin çarpıcı olduğuna dikkati çekerek, "2020'lerde bilgisayar çiplerindeki tekil tasarım elemanlarının boyutunun metrenin milyarda birine inmesi bekleniyor. 10 yıl sonrasında spor, iş dünyası ve siyasetle ilgili online haberlerin yüzde 90'ının algoritmalar tarafından yazılmasını bekleyen fütüristler var" değerlendirmesinde bulundu.

Günümüz ekonomi anlayışında yüksek ve sürdürülebilir büyümenin anah-



tarlarından birinin teknoloji startup'ları olduğuna dikkati çeken Özdebir, "Türkiye'nin orta gelir tuzağından kurtulması ve ekonomik hedeflere ulaşması için ilk önce içinde bulunduğu orta teknoloji segmentinden yüksek teknolojiye sıçramasını sağlayacak teknoloji girişimlerine ev sahipliği yapması ve bu girişimlere öncelik vermesi gerekmektedir" dedi.

Özdebir: Geri dönüşüm, çevre ve ekonomi için önemli



Sivil Toplum Diyaloğu- Elektrik Sektöründe SF6 Gazı Kullanımı ile İklim Projesi'nin açılış toplantısı yapıldı. Atık ve Geri Kazanım Sanayicileri Derneği'nin önderliğinde AB desteğiyle yürütülecek olan projenin açılış toplantısında konuşan Ankara Sanayi Odası (ASO) Başkanı Nurettin Özdebir, "Elektrik Sektöründe SF6 Gazı

Kullanımı ile İklim Projesi, bu gazın rehabilite edilerek tekrar kullanılmasına imkan sağlayacak son derece hayırlı bir iş" dedi.

ATIKLAR EKONOMİYE GERİ KAZANDIRILYOR

Üretimde kullanılan SF6 gazının geri dönüşümü için yürütülen çalışmaların desteklenmesi gerektiğini ve bu tür sera gazlarının ozon tabakasına zarar verdiğini belirten Özdebir, yürütülen projeye bu gazın, atmosfere salınmadan geri kazanılıp rehabilite edilerek tekrar kullanılabilir hale getirileceğini bildirdi. Özdebir, geri kazanımın ülke için de karlı bir iş olduğunu belirterek, "Bu sayede bir yandan çevreyi kirleten atıklardan kurtulurken, diğer yandan bir maliyet ortadan kaldırılarak atıklar ekonomiyeye

kazandırılıyor" diye konuştu. Ekonomik faaliyetlerin sağladığı yarar kadar çevresel etkilerine de dikkati çeken Özdebir, şunları kaydetti: "İnsanların yapmış olduğu her türlü ekonomik faaliyetin yaşadığımız dünyaya bir zararı var. Bir taraftan fayda sağlarken bir taraftan da bulunduğumuz mavi küreyi zedeliyoruz. Başka gidecek dünyamız olmadığına göre hep birlikte el birliğiyle bu sektörü desteklememiz lazım."

Elektrik Sektöründe SF6 Gazı Kullanımı ile İklim projesi, Avrupa Birliği'nin finansman desteğiyle Atık ve Geri Kazanım Sanayicileri Derneği (AGED) öncülüğünde yürütülecek. Projenin ortakları arasında, söz konusu gazın en büyük kullanıcılarından olan Elektrik Dağıtım Hizmetleri Derneği de bulunuyor.



“Piyasayı kamu bankaları ayakta tutuyor”

Ankara Sanayi Odası ve Ziraat Bankası işbirliğiyle gerçekleştirilen “Güncel Ekonomik Kredi Paketleri” toplantısında konuşan ASO Başkanı Nurettin Özdebir; “Bu dönemde kamu bankalarımız piyasayı ayakta tutuyor. İyi ki varlar” dedi.

Ankara Sanayi Odası ve Ziraat Bankası işbirliğiyle gerçekleştirilen “Güncel Ekonomik Kredi Paketleri” toplantısı ASO’nun ev sahipliğinde yapıldı. ASO Başkanı Nurettin Özdebir’in açılış konuşmasını yaptığı toplantıda, Ziraat Bankası Pazarlama Grup Başkanı Turgut Gülcihan, bankanın İvme Finansman Paketi başta olmak üzere çeşitli kredi paketleri konusunda bir sunum gerçekleştirdi. Toplantıya Ziraat Bankası yöneticileri, çok sayıda sanayici ve iş dünyası örgütlerinin temsilcileri de katıldı.

Özdebir toplantının açılışında yaptığı konuşmada, Ziraat Bankası’nın Türkiye ekonomisini ayakta tutmaya çalışan ve büyük fedakarlıklar yapan kamu bankalarından birisi olduğunu belirterek, “Bu dönemde kamu bankalarımız piyasayı ayakta tutuyor. İyi ki varlar” dedi.

2008 yılından itibaren bankacılık sektörünün reel sektöre destek olmaya gayret ettiğini vurgulayan Özdebir, “O dönemlerde kredi portföyündeki artış yüzde 20’lerden yüzde 35’lere çıktı. 2008 yılının 1. çeyreğine kadar KGF desteği ile beraber ciddi bir kredi genişlemesi oldu. Bu genişlemeyle imalat sanayiinde büyüme rekorları kırdık. Bizim piyasamız monetarist bir piyasa. Yani; ne kadar para ve kredi, o kadar iş. Para sıkıntısı yaşamaya başladığımız zaman biz sanayicilerin işleri daralmaktadır” diye konuştu.

SICAK PARA GİRİŞİ AZALDI

Özdebir, içinde bulunduğumuz konjonktürle beraber doğrudan ve sıcak para girişlerinin azaldığına da dikkat çekerek, “Bu da ekonomimizin hızlı bir şekilde yavaşlamasına, kur şokuyla birlikte imalat sanayisinin neredeyse tamamen bloke olmasına sebep oldu. yüzde 60-70 ithalata dayalı bir üretimimiz var. Kurlardaki artış işletme sermayelerimizin yüzde 30- yüzde 40’lar seviyesinde daralmasına sebep oldu. Döviz cinsinden borçlu olan firmaların bilançolarının bozulmasına sebep oldu. Bu süreçte bazı bankalar, daha önce vermiş oldukları kredi limitlerini sınırlamaya çalıştı. Bu da işletmelerimizde ciddi sıkıntılara sebep oldu. Şimdi hükümetimizin de almış olduğu kararlarla yeni kredi paketleri oluşturuldu. Daha önce inşaat sanayiinde yoğunlaşma vardı ama ilk defa imalat sanayi ağırlıklı olarak bu kredilerin kullanılmasına karar verildi. Bu önemli bir değişim, faydalı olacağına inanıyorum” dedi.

“SANAYİCİLİK BİR KÜLTÜRDÜR”

Ziraat Bankası Pazarlama Grup Başkanı Turgut Gülcihan da başta İvme Kredi Paketi olmak üzere bankanın son dönemdeki kredi paketleriyle ilgili ayrıntılı bir sunum yaptı. Ziraat Bankası’nın 155 yıldır ASO’nun ise 56 yıldır bu ülkeye katkı sağlamaya çalıştığını vurgulayan

Gülcihan, üretimin desteklenmesi için farklı bir bakış açısına ihtiyaç olduğunu, bunun sonucunda da İvme Finansman paketinin ortaya çıktığını söyledi. Sanayiciliğin önemli bir kültür olduğuna dikkat çeken Gülcihan, “Sanayicilik de Bankacılık da farklı kültürler. İvme paketi sayesinde artık bizim bankamız sanayi üretimini konuşuyor. Tüm şubelerimiz sanayicilerle temas içinde üretimi konuşuyor. 432 NACE kodu, 208 GTİP altında 3 bin alt sektör belirleyerek inceledik. Sanayiciler nasıl bankacılığı öğrendiyse, bizim arkadaşlarımız da sanayiye öğreniyor, onları anlamaya çalışıyorlar. Bu süreç üretimin ne kadar önemli olduğunu görmemiz açısından bizlere büyük bir fırsat sağladı” dedi.

İvme finansman paketinin 3 kamu bankasının katılımıyla 30 milyar liralık bir büyüklüğe sahip olduğunu da vurgulayan Gülcihan, 14 milyar liralık katkısı Ziraat Bankası’nın sağladığını, 8’er milyar lira da Halkbank ve Vakıfbank’ın katkı verdiğini ifade etti. Gülcihan, 3 Kamu bankasının İvme finansman paketi çerçevesinde kullandığı kredinin 4 milyar liraya ulaştığını da açıkladı.

Gülcihan sunumunun ardından sanayicilerin sorularını da yanıtladı. Ziraat bankası yetkilileri toplantının ardından sanayicilerle birebir görüşmeler de gerçekleştirilerek firma bazında sorunları dinleyip çözüm üretmeye de çalıştılar.

Özdebir: Türkiye'nin gerçek performansı bu değil

Başkan Özdebir, 2019'un ilk çeyreğindeki yüzde -2,6'lık büyümeyle ilgili, "2018'in ilk çeyreğinde yüzde 7,4 büyüyen, 2019'un aynı döneminde yüzde 2,6 daralan Türkiye ekonomisinin performansının bu olmadığını söylüyor" dedi.

Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, 2019 yılının ilk çeyreğindeki büyüme rakamlarıyla ilgili olarak açıklama yaptı. Başkan Özdemir yüzde -2,6'lık büyümeyi değerlendirdiği açıklamasında, "2018 yılının son çeyreğindeki yüzde 3'lük daralmadan sonra Türkiye bu yılın ilk çeyreğinde tahminlere paralel olarak negatif büyümüştür. Küresel finansal kriz sonrasında Türkiye'nin ilk çeyrekler bazında ortalama büyüme oranı yüzde 7,1'dir. Geçen senenin ilk çeyreğinde yüzde 7,4 gibi ciddi bir performans gösteren Türkiye'nin 2019 yılının aynı döneminde yüzde 2,6 oranında daralması, Türkiye'nin gerçek performansının bu olmadığını bize söylüyor." Aynı dönemde G-20 ülkelerinin ilk çeyrek büyümeleri incelendiğinde Arjantin dışında diğer ülkelerin pozitif tarafta yer aldığına dikkat çeken Özdebir;

"Yüzde 7,2 artış gösteren kamu harcamaları ile desteklenen büyüme, yüzde 9,5'lik performans sergileyen ihracatın sırtlamasıyla bu noktaya gelebilmiştir. Ne var ki açıklanan yapısal tedbirlerin hayata geçmesi, en önemlisi Türkiye'nin risk primini yükselten olumsuz dış politik gelişmelerin son bulması ile birlikte ekonominin çarkları yeniden dönecek" dedi.

Özdebir, "2009 yılından bu yana ilk çeyrekte her yıl büyüme gösteren Türk sanayi aradan geçen 9 senenin sonunda ilk kez küçülme ile karşı karşıya. Son 3 ayda ortalamada yüzde 4,9 daralan sanayi üretim endeksi değeri aslında ilk çeyrek üretiminin bugün açıklanan rakamlara paralel geleceğinin sinyallerini bize vermişti. Kapasite kullanım oranı da yılın ilk üç ayında, geçen seneye kıyasla yüzde 4,7 azalma göstermişti" diye konuştu.



İHRACAT BİR GEREKLİLİK

Özdebir, yakın dönemde açıklanan İVME Finansman paketi, KGF destekli krediler başta olmak üzere sanayicilerin finansmana erişimini kolaylaştıracak her türlü tedbirin bu dönemde üreticilerin ayakta kalması açısından önemli olduğunu da ifade ederek, "İç talepteki yetersizliği dış pazarlara yönelerek aşmaktan başka çaresi olmayan imalatçılarımız için ihracatın yalnızca bir ihtiyaç değil aslında bir gereklilik olduğunu bu günlerde bir kez daha görüyoruz" dedi.

"Küresel değer zincirinde fırsatlar yaratmalıyız"

İslam Kalkınma Bankası ve TEPAV işbirliği ile düzenlenen Türkiye'nin Küresel ve Bölgesel Değer Zincirlerine Entegrasyonu; "Basamakları Çıkmak" adlı panel TEPAV'da yapıldı.

Türkiye'nin Küresel ve Bölgesel Değer Zincirlerine Entegrasyonu; Basamakları Çıkmak paneli İslam Kalkınma Bankası ve TEPAV işbirliği ile gerçekleştirildi. Moderatörlüğünü TEPAV Ticaret Çalışmaları Merkezi Direktörü Bozkurt Baran'ın yaptığı panele Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, Eximbank Genel Müdür Vekili Enis Gültekin, Başkent Üniversitesi İktisat Bölümü Başkanı Seda Köymen Özer, Hazine ve Maliye Bakanlığı Dış Ekonomik İlişkiler Genel Müdürü Kemal Çağatay İmirgi, İKB Strateji ve Dönü-

şüm Departmanından Mustafa Yağcı konuşmacı olarak katıldı.

REKABETE RAĞMEN BAĞIMLILIK ARTTI

ASO Başkanı Özdebir panelde yaptığı konuşmada "Küresel Değer Zincirleri" olarak tanımlanan ve sınır ötesi üretime dayalı yeni bir uluslararası üretimin ortaya çıkmasıyla ticaretin biçim, hacim ve kompozisyonunun değiştiğini söyledi. Bu durumun, üretimi artırmak ve yatırımları çekebilmek için rekabet etmelerine rağmen ülkeleri birbirlerine daha fazla



bağımlı hale getirdiğini belirten Özdebir, "Ticarette küreselleşme tüm ülkeler açısından kaçınılmaz bir hal almıştır. Şöyle ki; çok uluslu büyük firmalar üretimlerini ana vatanlarında değil, daha uygun fiyatta üretebilecekleri yerlere kaydırmaktadırlar. Buna otomotiv firmalarının yanı sıra, Apple, Samsung gibi teknoloji markaları da örnek olarak gösterilebilir. Bu nedenle ülkemizde bir yandan yerli üretime dayalı bir strateji izlerken, diğer yandan küresel değer zincirinde yer bulacağımız alanları fırsata çevirmemiz, fırsatlar yaratmamız gerekmektedir" dedi.

FARKIN OLSUN. **JEEP® GRAND CHEROKEE.**

Standartlar çok standart. Önüne konulan standartları reddet, Jeep ruhunu keşfet! İhtişamlı tasarımı, 3.0 litre 250 hp motoru ve dünyanın en çok ödül alan SUV'ü Jeep Grand Cherokee ile farkın olsun.

Jeep Grand Cherokee şimdi 710.000 TL.



Jeep®
THERE'S ONLY ONE

Jeep Grand Cherokee'nin ortalama yakıt tüketimi 7,5 L/100 km, CO₂ emisyon değeri ise 198 g/km'dir. Jeep Grand Cherokee piyasaya sunulduğu ilk günden bu yana dünyada toplamda en çok ödül kazanan SUV modelidir. Belirtilen fiyat 2018 model 0 km Jeep Grand Cherokee Limited 3.0 250 hp 8AT 4X4 Dizel Euro 6 (Otomatik) versiyonunda vergi levhası sahibi gerçek/tüzel kişilerin alımlarında geçerli olup, tescil giderleri dahildir. Kampanya 30 Eylül 2019 tarihine kadar geçerlidir.

AKOTA / ANKARA

DUMLUPINAR BULVARI NO:416/B MESA KORU KAVŞAĞI ESKİŞEHİR YOLU / ETİMESGUT TEL: (0312) 287 40 40

BİRMOT / ANKARA

MACUN MAH. BAĞDAT CAD. NO:97 YENİMAHALLE TEL: (0312) 591 86 21

'Kadın Girişimciler'den ihracat atağı



Mart ayında göreve başlayan TOBB Ankara Kadın Girişimciler Kurulu'nun yeni yönetimi, üyesi olan iş kadınlarını ihracatçı yapmak üzere önemli çalışma başlattı.

Çalışmalarını Ankara Sanayi Odası koordine ettiği TOBB Ankara Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Belma Yilmazyiğit ve kurul üyeleri "İhracatçı Kadınlar Projesi"yle ilgili çeşitli temaslara da başladılar.

YENİ ÜYELER BAKANLA TANIŞTI

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ı ziyaret eden kurul üyelerine bakanlığın yeni kurulan Kadın ve Genç Girişimciler İhracat Daire Başkanlığı da kısa bir sunum yaptı. ASO Yönetim Kurulu Üyesi Aytaç Dinçer'in de katıldığı ziyarette, kurulun yeni üyelerini Bakan Pekcan'a tanıtan Belma Yilmazyiğit, kadın ve genç girişimcilerle ilgili çok sayıda proje üzerinde çalıştıklarını belirterek, "Ankara'daki tüm kadın girişimcileri kapsayan TOBB çatısı altında çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bir yandan kadın girişimcilerimizin sayısını artırırken, diğer yandan da girişimci kadınlarımıza dokunarak onları ihracatçı yapmayı hedefliyoruz. Ülkemizin hedeflerine ulaşabilmesi için kadınlar olarak bize de büyük bir görev ve sorumluluk



düşüyor. Sayın bakanımızın önderliğinde Ankaralı kadın girişimciler olarak "İhracatçı Kadınlar Projesi"yle büyük bir hikaye yazmaya hazırız" dedi.

Bakan Pekcan da, bakanlık olarak böyle güzel projeleri her zaman desteklemeye hazır olduklarını ifade etti. Kadın ve genç girişimcilere verdikleri önemi de vurgulayan Bakan Pekcan, bu alanda çalışma yapmak üzere Kadın ve Genç Girişimciler İhracat daire Başkanlığını kurduklarını hatırlattı. Kadın ve genç girişimcilerle ilgili çok sayıda proje üzerinde çalıştıklarını belirten Pekcan, sivil toplum örgütlerinin katkılarıyla birlikte bu projeleri hayata geçirebileceklerini kaydetti.

VALİ ŞAHİN'E PROJELERİNİ ANLATTILAR

TOBB Ankara Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Belma Yilmazyiğit ve kurul üyeleri Ankara Valisi Vasip Şahin'i de ziyaret ettiler. Ziyarette, Vali Şahin'e Ankara ile ilgili her türlü projede destek olmaya hazır olduklarını belirten Yilmazyiğit, bazı platformlarda görev almak istediklerini de ifade etti.

TOBB Ankara Kadın Girişimciler Kurulu'nun bazı projeleri hakkında bilgi de veren Yilmazyiğit, Vali Şahin'den Kadın Girişimciler Kurulunun çalışmalarına destek de istedi.

TOBB Ankara Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Belma Yilmazyiğit ve Kurul Üyeleri KOSGEB Başkanı Prof. Dr. Cevahir Uzku'tu makamında ziyaret etti.

Ziyarette devlet destekleri, ihracatı artırmaya yönelik yapılabilecekler, teknolojik ve katma değerli ürünler üreten KOBİlerin desteklenmesi, online girişimcilik eğitimi ve Kurulumuz ile yapılabilecek ortak faaliyetler hakkında görüşüldü.





Türbin ve jeneratör fabrikası açıldı

Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, ASO 2. Organize Sanayi Bölgesi'nde yer alan Energo-Pro bünyesindeki Litostroj firmasının türbin ve jeneratör fabrikasının açılışına katıldı.

Çekya merkezli hidroelektrik santrali işletmecisi olan ve bünyesindeki Litostroj Power şirketi ile HES türbin, jeneratör üreten Energo-Pro, Litostroj Ankara türbin ve jeneratör fabrikası ASO 2. OSB'de üretime baş-

ladı. Fabrikanın açılışında konuşan ASO Başkanı Özdebir, "Bu yatırım Türkiye'nin jeneratör teknolojilerine ciddi bir katkıda bulunacaktır. Ülkelere gelişmişlik ölçeklerinden birisi de kişi başına tüketilen enerjidir. Türkiye'nin bu an-

lamda kat edeceği daha çok yol var. Demek ki Türkiye nehirleriyle, kaynaklarıyla daha fazla ve jeneratöre ihtiyacı olacak.

Hükümetimiz de yapmış olduğu düzenlemeler ile yerli ve milli olan ürünlere

destek mekanizması oluşturdu. Bu destek mekanizması yalnız yerel değil aynı zamanda Türkiye'nin başka yatırım yapacak olan kişilerin istifadesi açısından son derece avantajlı bir durum ortaya çıkarmaktadır" dedi.

Berrin Emre'nin resimleri ASO Kültür Merkezi'nde



Berrin Emre'nin "Köyümden İzlenimler" resim sergisi Ankara Sanayi Odası Kültür Merkezi'nde sanatseverlerle buluştu. ASO Genel Sekreteri Doç. Dr. Yavuz Cabbar tarafından açılan sergiye, TÜSİAV Başkanı Veli Sarıtoprak ve çok sayıda sanayici ve sanatsever katıldı.

Ankara'da uzun yıllardır Pandora Sanat Atölyesinde ressam Ohan Kiremitçi'nin öğrencisi olarak çalışmalarını sürdürdüğünü dile getiren Berrin Emre: "Çocukluk yıllarımda köyümüzde biriktirdi-

ğim anılarımı hafızamda kalan görselliğiyle içimden gelen duygularımı harmanlayıp tuvallerime aktarmaya çalıştım. Gün geçtikçe köydeki yaşantının şehir hayatına benzemesi betonlaşmasının köyümde de boy göstermesi bu köy serisini gerçekleştirilmeme sebep oldu. Gün geçtikçe köydeki doğal yaşam yok olmaya başladıkça resimlerimde kalıcı hale gelecekti. Böylelikle "Köyümden İzlenimler" adlı çalışmalarım devam edeceğim" diye konuştu.

Özdebir ve Baran DİNÇSA'yı ziyaret etti

ASO Başkanı Nurettin Özdebir, ATO Başkanı Gürsel Baran ve AKGF Genel Müdürü İsmet Gergerli ile birlikte ASO Yönetim Kurulu Üyesi Aytaç Dinçer'in sahibi olduğu DİNÇSA İlaç Fabrikasının ASO 1. OSB de yer alan yeni tesislerini ziyaret etti.



Model Fabrika'da firmalar için 'Öğren ve Dönüş' programı başlıyor



Firmaların yalın üretim kapasitesinin ve verimliliklerinin artırılması hedeflenen "Öğren ve Dönüş" projesinin pilot uygulamasıyla belirlenecek 8 firmaya eğitim verilecek.

Öğren ve Dönüş programı tanıtım toplantısı ASO 1. OSB'de yer alan Model Fabrika'da gerçekleştirildi. Toplantıya, ASO Başkanı Nurettin Özdebir, ASO 1. OSB Başkanı Niyazi Akdaş, Sanayi ve Verimlilik Genel Müdürü Halil İbrahim Çetin ve çok sayıda sanayici katıldı.

Toplantının açılışında konuşan ASO Başkanı Nurettin Özdebir, Türkiye'nin dinamik bir nüfusa sahip olduğunu ve yüksek potansiyeli bulunduğunu dile getirerek, 5-10 yılda bir Türkiye'nin ekonomik sıkıntılar yaşadığına dikkati çekti. Bu sıkıntıların cari açıktan kaynaklandığını anlatan Özdebir, "Cari açık veren ve başkalarının tasarruflarına ihtiyaç duyan ekonomi olmasaydık, bu sıkıntıları yaşamazdık. Bölgemizde daha güçlü bir ülke olurduk" dedi.

ÜRETİMDE YALINLIK

Özdebir, Türkiye'de üretilen her 100 liralık malın 60 liralık kısmının ithal edildiğini ve ürünlerde verimliliğin düşük olduğunun altını çizerek, şunları söyledi: "Model fabrika ile kar etmeyi değil firmalara kar ettirmeyi hedefliyoruz.

Model Fabrika, yalın üretimin nasıl yapılabileceğini ortaya koyan bir uygulama. Bütün işletmeler bu uygulamadan yararlanmalı. Daha önce Öğren ve Dönüş Programı'nın fragman eğitimlerine ilgi gösteren 8 işletmemiz bu programdan yararlanacak. Bu uygulamanın ülkemize yayılması lazım. Üretimdeki yalınlığı sağlayarak verimliliği artırdığımız zaman daha rekabetçi olacağız"

"ÜRETİMDE VERİMLİLİK ARTMALI"

ASO 1. OSB Başkanı Niyazi Akdaş da kuruluşundan itibaren Türkiye'nin en güçlü OSB'lerinden olduklarını ifade etti. Küreselleşmeyle iç ve dış pazarda rekabetin acımasız bir hal aldığını dile getiren Akdaş, "Girdi maliyetlerinin artması, yeni teknolojilerin gündeme gelmesiyle, yenilikçilik önemli hale geldi" diye konuştu. Akdaş, üretimde kaynakların verimli kullanılmasının önem kazandığına işaret ederek, üretimde tüm süreçlerde israfı yok ederek, veriminin artırılması gerektiğini belirtti.

Sanayi ve Verimlilik Genel Müdürü Halil İbrahim Çetin ise yalın üretim metodunun Türkiye'deki üretim tesislerinde

ciddi şekilde uygulanması gerektiğini belirterek, "Bunu yaptıktan sonra dijital dönüşümü de uygularsak ve işin içine teknolojiyi katarsak, küresel piyasalarda rekabetçi hale gelebiliriz" dedi. Çetin, Türkiye'nin gelişebilmesi için üretimin önemli olduğunu söyledi.

8 FİRMA BELİRLENECEK

Öğren ve Dönüş Programı'nın pilot uygulaması için Ankara'dan 8 firma belirlenecek. Programa katılacak bu firmaların seçiminde kesikli üretim tekniği uygulamaları, belirli büyüklüğe ve yalın dönüşüm projesi uygulayabilecek temel yetkinlik ve kapasiteye sahip olmaları gibi kriterler aranacak. Pilot programın etkili şekilde uygulanması için firmaların dönüşüm liderlerine eğitimler verilecek, düzenli firma ziyaretlerinin yapılarak projelerdeki ilerleme izlenecek, sonraki adımlar için dönüşüm liderlerine ev ödevi verilecek ve firma sahip ve yöneticileriyle toplantılar düzenlenecek. Proje sonunda firmaların yalın üretim kapasitesinin ve verimliliklerinin artırılması hedefleniyor.

Ticari Uyuşmazlıklarda Önce Arabuluculuk

KENDİ İRADENİZLE, EN FAZLA 8 HAFTADA
HIZLI ÇÖZÜM

1 Ocak 2019'dan itibaren zorunlu hale gelen Ticari Uyuşmazlıklarda Arabuluculuk sayesinde taraflar; stressiz, zamandan, maliyetten tasarruf ederek karşılıklı adil bir şekilde uzlaşma olanağı bulacak, uzlaşmadığı takdirde ise mahkeme yoluna başvurabilecek.

BİRLİKTE ÇÖZELİM.



ADALET BAKANLIĞI
adb.adalet.gov.tr



ASOTAUM

Ankara Sanayi Odası
Tahkim, Arabuluculuk
ve Uzlaştırıcılık Merkezi



HUKUK İŞLERİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
**ARABULUCULUK
DAİRE BAŞKANLIĞI**

ayrıntılı bilgi için

aso.org.tr | 0312 417 12 00 / 1117

Macar Büyükelçi ile görüş alışverişi yapıldı



Macaristan Büyükelçisi Viktor Matis, ASO Başkanı Nurettin Özdebir'i ziyaret etti. Ziyarete iki ülke arasında başarıyla devam eden ticari ilişkileri pekiştirmek üzere görüş alışverişinde bulunuldu.

Başkan Özdebir, Tasarım Yarışması'nı kazananlara ödül verdi



ASO Başkanı Nurettin Özdebir, Orta Anadolu Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği tarafından düzenlenen 11. Ulusal Mobilya Tasarım Yarışması Ödül Törenine katılarak, Ofis Mobilyaları Ön Lisans- Lisans öğrencileri kategorisinde Atagür Altın Ödülünü verdi.



BM Türkiye Temsilcisi'nden ziyaret

Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı Türkiye Temsilcisi Süleyman Yılmaz, ASO Başkanı Nurettin Özdebir'i ziyaret etti.

Tarih Yapan Adam kitabı tanıtım toplantısı



ASO Başkanı Nurettin Özdebir, Kazakistan Büyükelçiliği tarafından düzenlenen, Kazakistan Cumhurbaşkanı Kasım Cömert Tokayev'in kaleminden, Kazakistan'ın Kurucu Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev adına yazdığı "Tarih Yapan Adam" adlı kitabın tanıtım toplantısına katıldı.



Polatlı Belediye Başkanı Yıldızkaya'ya kutlama

ASO Başkanı Nurettin Özdebir ve yönetim kurulu üyeleri, Polatlı Belediye Başkanı Mürsel Yıldızkaya'ya makamında ziyaret ederek belediye başkanlığına yeniden seçilmesinden dolayı kutladı.



ASO Başkanı Rekabet Kurumu'nda

Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, Rekabet Kurumu Başkan Yardımcısı Kürşat Ünlüsoy'u ziyaret etti.



Kafkas Dernekleri Federasyonu ASO'da

Kafkas Dernekleri Federasyonu Başkanı Yıldız Şekerci ve yönetim kurulu üyeleri, ASO Başkanı Nurettin Özdebir'i ziyaret etti.



Vakıfbank Yönetim Kurulu Başkanı Aksu'ya tebrik

Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir ile ASO Yönetim Kurulu Üyesi Özgür Savaş Özudoğru, Vakıfbank Yönetim Kurulu Başkanlığına atanan İçişleri eski Bakanı Abdülkadir Aksu'ya tebrik ziyaretinde bulunarak yeni görevinde başarılar diledi.



Vergi indirimleri değerlendirildi

Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, Hazine ve Maliye Bakan Yardımcısı Dr. Nureddin Nebati'yi ziyaret ederek vergi indirimleri başta olmak üzere genel ekonomik konularla ilgili istişarede bulundu.



Genç Girişimciler Kurulu projelerini anlattı

TOBB Ankara Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesi Başkanı Hakan Tarhan ve kurul üyeleri, ASO Başkanı Nurettin Özdebir'i ziyaret ederek projeleri hakkında bilgi verdi.



Bulgaristan'la Türkiye arasındaki ticari ilişkiler görüşüldü

Bulgar-Türk Sanayi ve Ticaret Odası (BULTİŞAD) Yönetim Kurulu Başkanı Edis Emre, Başkan Yardımcısı Ömer Eren ve Genel Müdür Ventsislav Venkov ASO'yu ziyaret etti.



ÜNSPED'in AR-GE çalışmaları hakkında bilgi verildi

Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, ÜNSPED Gümrük Müşavirliği'nin İstanbul Merkez Binasını ziyaret ederek, Şirket Ortağı Yusuf Bulut Öztürk'den bu alanda ilk kez gerçekleştirilen Ar-Ge çalışmaları hakkında bilgi aldı.



Balıkesirliler Derneği ASO'yu ziyaret etti

Ankara Balıkesirliler Derneği Başkanı Servet Camgöz ve yönetim kurulu üyeleri, ASO Başkanı Nurettin Özdebir'i ziyaret ederek projeleri hakkında bilgi verdi.



Japonya ile iş birliği imkanları

Japonya Wakasa Wan Enerji Araştırma Merkezi Direktörü Takuya Kitabata ve Plant Technos Firması YK Başkanı Hisato Yamagishi, ASO Başkanı Nurettin Özdebir'i ziyaret ederek, ASO NÜKSAK kümelenmesi firmalarına yapılan ziyaretler ve gelecekteki iş birliği imkanları hakkında görüştüler.



Mühendis Kadınları Güçlendirme Komitesi Özdebir'le bir araya geldi

TOBB Ankara Kadın Girişimciler Kurulu Mühendis Kadınları Güçlendirme Komitesi Başkanı Özlem Yazıcı, Başkan Yardımcısı Elif Yülek, komite üyeleri ve Ostim Teknik Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Murat Yülek ile birlikte ASO Başkanı Nurettin Özdebir'i ziyaret etti.



Bilim ve İnovasyon Derneği'yle görüşme

Teknoloji, Araştırma-Geliştirme, Bilim ve İnovasyon Derneği Başkanı Nuray Başar ve yönetim kurulu, ASO Başkanı Nurettin Özdebir'i ziyaret etti.



“Üretmeyen bir ülke sağlıklı büyüyemez”

ASO haziran ayı olağan meclis toplantısında konuşan ASO Başkanı Nurettin Özdebir, 2018 Ağustos ayı itibariyle, finansal piyasalarda başlayan olumsuz gelişmelerin, ekonominin dinamizmini sekteye uğrattığını söyledi. Özdebir yaptığı konuşmada; “Türkiye ekonomisi üretim odaklı bir yaklaşımla yüksek katma değer yaratan ve ithalata bağımlı olmayan bir üretim modeli ortaya koyması ile sağlıklı bir büyüme modeline kavuşacaktır” dedi.

Ankara Sanayi Odası Haziran ayı meclis toplantısı gerçekleştirildi. Toplantıda genel bir ekonomik değerlendirme yapan ASO Başkanı Nurettin Özdebir, 2018 Ağustos ayı itibariyle, finansal piyasalarda başlayan olumsuz gelişmelerin, ekonominin dinamizmini sekteye uğrattığını söyledi. Başkan Özdebir, bu olumsuzlukları bertaraf etmek için hükümetin 9 ayda tam 7 farklı paket

açıkladığını belirterek; “Uygulamaya konulan bu paketler, piyasanın işleyişi ve büyüme üzerinde pozitif bir etki ortaya çıkaramamıştır. Bugün tartışılması gereken, uygulamaya konulan bu paketlerin tedavi için uygun olup olmadığıdır. Bu paketler içerisindeki finansman desteğinin, yatırımlara dönüşmediğini istatistikler ortaya koymaktadır. Sorunlar çözülmekten daha ziyade, kalıcı hale dönüşmektedir.

Şirketler bu ortamda, orta ve uzun vadeli bir plan yapmakta zorlanmaktadır. Bunun nedenleri, kurdaki oynaklığın hala devam etmesi, yüksek enflasyon ve iç talepteki yetersizlik ve bunların ortaya çıkardığı belirsizlik ortamıdır” dedi.

NİTELİKLİ DÖNÜŞÜM ŞART

Hükümetin, kredi hacmini artırmaktan daha ziyade, orta ve uzun vadede hem kamunun hem de

hane halkının tasarruflarını arttıracak nitelikli dönüşüm yapması gerektiğini söyleyen Başkan Özdebir, “Biz sanayiciler dünya ile rekabet edebilmek, üretmek için çaba göstermeye devam edeceğiz. Pes etmeden daha fazla üretmeye çalışacağız. Türkiye, yatırımları ve üretimi azaltarak, cari işlemler fazlası yaratmaktadır. Üretim sektörleri küçülmüş ve gelir azaldığı için, yatırım, ara-malı ve tüketim malı ithalat talebi hızla düşmüştür” dedi.

BARTER SİSTEMİNİ ÖNERDİ

Özel sektörün kamu alacaklarını tahsil etme noktasında önemli sıkıntılarla karşı karşıya olduğunu dile getiren Özdebir, bu sorunun çözümlenmesi için, Barter sistemini önerdiklerini söyledi. Özdebir; “Kamunun özel sektöre borcunun ödenebilmesi açısından, Barter ticaretine ilişkin kapsamlı bir yasal düzenleme ile yeni bir finansman kaynağı oluşturulabilir. Bu sistemle, hem özel sektör firmalarının kendi aralarındaki ticarete değişim aracı olarak kullanılabilir, hem de kamu ile iş yapan özel sektör firmalarının kamudan alacakları ve borçlarında kullanılabilir. Oluşturulan bu kaydi para/çek çok önemli bir finansman aracı olarak piyasadaki likidite sıkışıklığının aşılmasında önemli katkılar sağlayacaktır” diye konuştu. İhracatçılar açısından önemli sorunun, KDV alacaklarının bir süredir ödenmemesi olduğuna dikkat çeken Özdebir; “Bu ihracatçıların kıt işletme sermayelerinden yapılan bir kesintidir. Söz konusu ihracatçı firmaların KDV alacaklarının bloke edilmesi ihracatçının daha az ihracat yapması anlamına gelmektedir. Bu konuda hükümetimizin gerekli hassasiyeti göstereceğinden şüphemiz yoktur” dedi.

KÜÇÜLME DEVAM EDİYOR

Konuşmasında ekonomideki makroekonomik değişkenlere de

değinen ASO Başkanı Özdebir, “2018 Ağustos ayı ile başlayan kur şoku ve ardından yükselen kurlar, yüksek enflasyon ve yüksek faizin etkisiyle, 2019’un ilk çeyreğinde yüzde 2,6 olarak gerçekleşen küçülme hala devam etmektedir. Ekonomimiz, kur, enflasyon ve faiz temelli bir daralma süreci ile karşı karşıyadır. İkinci çeyrek rakamları yıl sonu hedefleri açısından daha önemli bir göstergedir. Umarım üçüncü çeyrekle birlikte Türkiye ekonomisi bir büyüme trendine girecektir” diye konuştu.

Özdebir yaptığı konuşmada, “Büyümenin önemli öncü göstergeleri, sanayi üretiminde yedi aydır yaşanan küçülme, kapasite kullanım oranında ve kredi büyüme hızı oranındaki düşüş ve tüketici güvenindeki azalma ülke ekonomisinde daralmaya işaret etmektedir. GSYH’deki azalışın nedenleri arasında, nihai tüketim harcamaları başta olmak üzere, inşaat, imalat sanayi, yatırım harcamalarındaki ve aramalı ithalatındaki azalış ön plana çıkmaktadır. Dikkat edilmesi gereken önemli nokta, sabit sermaye stokundaki yüzde 13’lük düşüştür. İhracat artışı, ithalattaki düşüş ve kamu harcamalarındaki yüzde 7,2 artış küçülmenin derinleşmesini biraz olsun engellemektedir. İmalat sanayindeki yüzde 4,7 ve inşaatteki yüzde 10,9’luk daralma, ekonomide risk unsurunu artıran detaylar olarak göze çarpmaktadır” dedi.

DOLARİZASYON SORUNU

“Diğer önemli sorun; hem hane halkı hem de şirketlerin döviz talebinde artışın ortaya çıkardığı dolarizasyon sorunudur” diyen Başkan Özdebir, “Şirketlerin, hem finansal dolarizasyon hem de yükümlülük dolarizasyonu artmaktadır. Özellikle şirketlerin yükümlülükleri dolar ise, döviz geliri olmayan sektörler kur riskinden daha fazla etkilenmektedir. Makro finansal istikrarın bozulduğu dö-

nemlerde dolarizasyon sorunu ile karşı karşıya kalmaktayız. Yüksek enflasyon beklentisi ve buna bağlı olarak iç talep daralması ile birlikte üretim kapasitesinde düşüşler ve mali-bütçe dengesinin bozulması dolarizasyonun temel nedenlerindedir. Özellikle kurdaki yukarı yönlü oynaklık enflasyonu düşürmede önemli bir çıkamaz olarak karşımızda duruyor” dedi.

Dolarize olmuş bir ekonomide döviz kurlarındaki artışın enflasyon üzerindeki etkisinin daha hızlı gerçekleştiğine dikkat çeken Başkan Özdebir bu sorunların, tek gayesi daha fazla üreterek ülkeye katma değer yaratmaya çalışan firmaların üzerinde önemli tahribatlar ortaya çıkarttığını dile getirdi.

Dolarizasyon sorununda temel çözümün, enflasyonda kalıcı bir iyileşme ile sağlanabileceğini söyleyen Özdebir; “Enflasyonda kalıcı bir iyileşme söz konusu değilse dolarizasyon sorununun çözümü oldukça zorlaşmaktadır. Son dönemde Merkez Bankası tarafından uygulamaya konulan tedbirler dolarizasyon sorununun çözümünde etkili olmamış, toplam banka mevduatı içerisinde hane halkı ve tüzel kişilerin toplam döviz rezervi 185 milyar dolar seviyesine kadar ulaşmıştır” diye konuştu.

EKONOMİ ÜRETİM ODAKLI YAKLAŞIM SERGİLEMELİ

Öngörülebilirliğin artmasının büyüme açısından olumlu bir sinyal olacağını dile getiren Başkan Özdebir, Türkiye ekonomisinin üretim odaklı bir yaklaşımla, yüksek katma değer yaratan ve ithalata bağımlı olmayan bir üretim modeli ortaya koyması ile sağlıklı bir büyüme modeline kavuşacağını belirterek; “Bunu için de daha çok üretmek mecburiyetindeyiz. Lakin üretimin önündeki engeller de hala devam ediyor. Yüksek faiz ortamında özel sektörün yatırım iştahı azalıyor, dışlama etkisi ile karşı karşıya kalıyor. Üretmeyen bir ülke de sağlıklı bir büyüme ulaşamaz”



Özdebir: Kamu alımları yerli kaynaklardan yapılmalı

Ankara Sanayi Odası temmuz ayı meclis toplantısı Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş'ın katılımıyla gerçekleştirildi. Toplantıda ASO Başkanı Nurettin Özdebir genel ekonominin yanısıra Ankara ile ilgili değerlendirmelerde bulundu.

Ankara Sanayi Odası temmuz ayı meclis toplantısı, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş'ın katılımıyla yapıldı. Toplantıda konuşan ASO Başkanı Nurettin Özdebir Büyükşehir Belediye Başkanı Sayın Mansur Yavaş'a görevinde başarılar dileyerek açtığı konuşmasında, geçtiğimiz haftalarda Türkiye'nin ekonomi ve siyasetindeki önemli konu başlığı olan ABD ile S400 gerginliği, AB ile Doğu Akdeniz'deki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan yaptırım kararlarını değerlendirdi. Başkan Özdebir; "Gerek AB'den gerekse ABD'den gelebilecek yaptırımların, zaten zorlu bir süreç-

ten geçen Türkiye ekonomisinde daha da ağır etkilere neden olacağı unutulmamalı" diye konuştu.

Kamu alımlarının, sadece kamunun ihtiyacını en uygun fiyatla, en uygun şartlarda tedarik etmek için yapılan harcamalar olmadığını dile getiren Başkan Özdebir; "Kamu alımları, bu yollar ile aktarılan kaynakla sektörlerin ve ülkenin gelişmesini tayin eden önemli bir enstrümandır. Bu anlamda kamu alımlarında yerli makina ve teçhizatın tercih edilmesi bu sektörlerin dünyada daha rekabetçi hale gelebilmesi açısından son derece önemlidir. Burada yerel yönetimlerimize de büyük bir sorumluluk

düşmektedir. Maalesef geçtiğimiz dönemlerde Ankara Büyükşehir Belediyesi'nden bu duyarlılığı görmediğimizi ifade etmek istiyorum. Geçtiğimiz dönemde belediyenin iş makinası ihtiyacının Ankara'da bu işi yapan üreticilerden karşılanmasını istediğimiz eski ASKİ Genel Müdürü ile mahkemelik olduk ve dava da lehimize sonuçlandı" diye konuştu.

"REEL SEKTÖRÜN BORÇ KRİZİ YAPISAL BİR SORUN HALİNE GELDİ"

Reel sektörün borç krizinin yapısal bir sorun haline geldiğini dile getiren Başkan Özdebir, Türkiye'nin ilk defa yüksek oranlı reel sektör

borç krizi ile karşı karşıya olduğunu belirterek şunları söyledi; “Borç krizinin derinleşmesinin nedeni; şirketlerin hem döviz üzerinden hem de ulusal para üzerinden yüksek borçluluk rasyosuna sahip olmasıdır. Şirketlerimiz hem kur ataklarından hem de yüksek faiz artışından iki yönlü olarak olumsuz etkilenmeye devam etmektedir. Merkez Bankasının geçen hafta yaptığı 425 baz puanlık indirim, reel sektörün krediye ulaşma imkanlarını önemli ölçüde kolaylaştıracaktır. Dezenflasyon süreci ile birlikte gelecekte faiz oranlarının daha da düşmesiyle makroekonomide ortaya çıkan olumsuz havanın olumluya dönmeceğini umuyoruz.

BÜTÇE AÇIĞINA DİKKAT

Mayıs ayı itibariyle bankaların sorunlu alacakları toplamının ilk kez 100 milyar lirayı aştığını kaydeden Özdebir, mayıs sonu itibariyle 111.3 milyar liraya ulaşan takipteki kredilerin toplam kredilere oranının yüzde 4.2'ye ulaştığını dikkat çekti. İç talepteki daralmanın reel sektörün iş yapabilme imkânlarını kısıtladığını söyleyen Özdebir, “Tüketim harcamalarındaki durumu ortaya koyan perakende satışlar, Ağustos ayından bugüne 10 aydır düşüş sürecinde. Özellikle iç talebe bağlı bir gelişme performansı ortaya koyan ekonomimiz için perakende satışlar iç talebin zayıfladığının önemli bir göstergesidir. İşsizlik rakamlarında bir önceki aya göre bir düşüş olmasına karşın işsizlik rakamları hala yüksek seviyelerde seyretmekte” diye konuştu.

Konuşmasında bütçe açığına da değinen Özdebir; “2019 yılında hedeflenen bütçe açığı 80,6 milyar TL iken, Haziran ayındaki 12 milyar TL açıkla birlikte 78,6 milyar TL seviyesine geldi ve yılın tamamı için hedeflenen açığın yüzde 97,5’ini daha yılın ilk yarısında verdik. Bu süreç, mali disiplini ön plana çıkaracak, büyümeyi destekleyecek, genişlemeci bir maliye politikası için gerekli manevra alanını daraltmak-



tadır. Maliye politikasında yapılması gereken; mali disiplinsizlik değil, riskleri azaltacak bir mali disiplinin uygulamaya konulmasıdır. Bu politika tercihi, yaşanan ekonomik daralmanın şiddetini azaltacak, ekonomiyi yeniden büyüme sürecine sokacaktır” dedi.

“TALEBİMİZE KARŞILIK ALAMADIK”

Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş’ın da katıldığı meclis toplantısında Başkan Özdebir, kentsel gelişmenin planlı bir biçimde gerçekleşmesi ve altyapı yatırımlarının doğru alanlara yönlendirilmesinin, kentlerin ekonomik büyümelerinde zorunlu olduğunu söyledi. Başkan Özdebir; “Ankara Büyükşehir Belediye Meclisi’nin 8 Şubat 2011 tarihinde aldığı kararla, yanıcı ve parlayıcı madde üretim ve depolama tesislerinin Ankara yerleşim alanı dışında belirlenen bir alana çıkarılması kararı verilmişti. Büyükşehir belediyemiz bu konuda Odamızdan da işbirliği yapmasını istemişti. O dönemde elimizi taşın altına koyarak oda olarak bu çalışmaların içinde yer aldık ve Temelli’de bulunan ASO 2.ve 3. Organize Sanayi Bölgesi genişleme alanını bu işyerleri için tahsis ettik. O dönem Büyükşehir belediyesi ile mutaba-

katımız; arazinin bizim tarafımızdan sağlanması ve üretim alanlarına uygun olarak bizim tarafımızdan planlanması, bunun karşılığında Büyükşehir Belediyesi’nin de bu alanın alt yapısını gerçekleştirmesi idi. Alt yapı çalışmalarının tamamlanmasının ardından da arsalar talep eden yatırımcılara tahsis edilecekti. Bu mutabakat üzerine biz sanayi odası olarak Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’na bu alanı kullanabilmek için müracaat ettik ve başkanlığın 3 Ağustos 2012 tarihli yazısı ile yer seçimi onaylanarak sonuçlandı. Ardından da bu alan için katılımcıların başvurularını almaya başladık. Bu kapsamda, Odamıza 29 firma toplam 540.000 m2 alan için başvuruda bulundu. Ancak Büyükşehir Belediyemiz maalesef bugüne kadar buranın altyapısını gerçekleştirmek için bir çalışma yapmadı. Bu nedenle zaman içinde 22 firma taleplerini iptal etti. Halen 6 firmanın 180.000 m2’lik talebi devam etmekte” dedi.

Ankara’nın muhtelif yerlerinde bulunan yanıcı ve parlayıcı madde üretim ve depolama tesislerinin biran önce güvenli bir alana çıkarılmasının çok önemli olduğunu dile getiren Özdebir; “Başkanlığınız döneminde umarım bir mesafe kateder ve bu önemli sorunu birlikte çözeriz. Konuyu incelemeniz için gündeme getirmek istedim. Ko-



nuyla ilgili ne zaman isterseniz biraraya gelir, size daha ayrıntılı bilgi verebiliriz” diye konuştu.

SANAYİ KOMİSYONU TEKLİFİ

Ankara Sanayi Odası ve Büyükşehir Belediyesinin birlikte bir sanayi komisyonu oluşturmasını öneren Başkan Özdebir; “Bu komisyonun sekreteryasını Büyükşehir Belediyesi bünyesinde kurulacak sanayi masası yürütebilir. Sanayi yatırım talepleri buraya yapılır ve birlikte gerekli yönlendirmeler uygun alanlara yapılabilir” dedi.

MANSUR YAVAŞ'TAN İŞBİRLİĞİ ÇAĞRISI

Toplantıda konuşan Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş, metrodan fuar alanına, yerli üretimden yeni istihdam alanlarına kadar pek çok konuda açıklamada bulundu. Başkan Yavaş, iş dünyası ile el ele vererek, Başkent ekonomisinin canlandırılması için iş birliği içinde çalışmak istediğini söyledi.

Başkent'te organize sanayi bölgelerinin gelişmesi yönünde yeni projelere destek olacaklarını belirten Başkan Yavaş, esnaftan yatırımcıya her kesim ile ortak akılla kenti yönetmek istediklerinin altını çizerek,

şöyle konuştu: “Ben Ankara'yı ortak akılla yönetmek, her konuda çalıştay adı altında toplanıp fikirlerinizi almak istiyorum. Başkent'i kaldırmak, şehrin ekonomisini ayağa kaldırmak, Ankara'yı sanayinin de Başkenti yapmak istiyorum. Ortak akılla el ele vererek, iş birliği yaparak çalışalım istiyorum. Tek başına verilen kararların sonuçlarını Ankara'da gördük. Boşa giden birçok para oldu. Yıllardır bekleyen fuar alanını bir an önce devreye sokarsak sanayicimiz, iş adamlarımız burada ürünlerini sergileme imkanı bulur. Daha çok mal satar, daha çok mal satınca daha çok üretir, daha çok üretmek için de daha çok istihdam sağlar. Sizler hem istihdam hem katma değer yaratıp bir değer üretip ülke ekonomisine katkıda bulunuyor, ihracattaki açığı kapatıyorsunuz. Başka çaresi yok. Sizler üreteceksiniz ve ihraç edeceksiniz biz de bu konuda üzerimize ne düşüyorsa yardımcı olmaya çalışacağız.”

YERLİ MALLI KULLANIMI SÖZÜ

Havaalanı-Kızılay Metrosu için finansal görüşmelere başladıklarını ifade eden Başkan Yavaş, başta metro sistemleri olmak üzere Ankara'ya yapılacak yeni yatırımlarda

yerli malı kullanımını teşvik edeceklerini vurguladı.

Toplantıda sanayicilerin sorularını da yanıtlayan Başkan Yavaş, “Metroyu yaparken sözleşmeyi sizden habersiz yapmayacağız. Bir araya geleceğiz. Ankara neleri üretebilirse bunlarla ilgili yüzde 51 şartını mutlaka koymaya çalışacağız. Bu konuda kesin kararlıyız” dedi.

İSRAF YERİNE TASARRUF DÖNEMİ

Kaynakların yerinde ve doğru kullanılması konusunda büyük bir hassasiyet gösterdiklerinin altını çizen Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş, “Hızlı bir şekilde israfı ortadan kaldırıp tasarruf tedbirleriyle belediyenin gelirini artırmak için çalışmalara başladık. Geliri arttırdıkça sizlere hizmetlerimizden de geri kalmayacağız” diye konuştu.

Başkent'e yatırım yapmak isteyen yatırımcıların yer konusundaki taleplerini de incelediklerini söyleyen Başkan Yavaş, tespitlerini de anlattı: “Biz buralardan organize sanayi kurmak, yatırım yapmak isteyen herkese arsa temin edebiliriz. Bize gelen taleplerde illa çevre yolunun kenarında, otoban kenarında yer isteniyor. Kendiniz satın almaya kalktığınızda çok pahalı oluyor ve paranın birçoğunu arsaya yatırmak durumunda kalıyorsunuz. Yine yollara yakın olabilir ama sıfır olması gerekmez. Bu şekilde arsa temin etmek isteyen, organize sanayi kurmak isteyen herkese yardımcı olmaya açığız.”

“CANLI İHALE TÜM TÜRKİYE'YE ÖRNEK OLDU”

Büyükşehir Belediyesi'nde başlatılan canlı ve açık ihale yönteminin her geçen gün daha da benimsenerek, yoğun ilgi gördüğünü ifade eden Başkan Yavaş; “İhaleleri internet ortamında yayınlıyoruz. Biz başlattık arkasından Adana geldi. İnşallah bütün Türkiye'ye bu yayılacak. Türkiye'de Belediye ve yolsuzluk kelimelerinin yan yana gelmesini istemiyoruz” dedi.

Kızıl akbaba Turkish Cargo ile evine döndü

Canlı hayvan taşımalarını, hayvanlara doğal yaşam alanlarına en yakın koşulları gökyüzünde sağlayarak gerçekleştiren Turkish Cargo, hayat kurtaran eve dönüş hikâyelerine bir yenisini daha ekledi. Sırbistan'dan kanatlan ve sezonsal göç yolunda 1600 kilometrelik uçuşu sonrası Şanlıurfa'da bitkin düşen nesli tükenme tehlikesi altındaki kızıl akbaba, Turkish Cargo tarafından Belgrad'a ulaştırıldı.

Turkish Cargo sponsorluğunda Şanlıurfa'dan İstanbul aktarmalı olarak Sırbistan'a ulaştırılan akbaba, Türkiye'nin Belgrad Büyükelçisi Tanju Bilgiç ve Sırbistan Çevre Koruma Bakanı Goran Trivan'ın katılımıyla düzenlenen törende Sırbistanlı yetkililere teslim edildi.

Turkish Cargo, daha önce; Ukrayna'da zor şartlara maruz bırakılan, açlıkla mücadele eden ve eziyet gören dört aslanı, doğal yaşam alanları olan Johannesburg'a ulaştırmıştı.



NURUS, akustik podlarını İstanbul'da tanıttı

Açık ofisler ve ortak alanlar gibi kalabalık ve gürültülü alanlar için Nurus Mobilya tarafından tasarlanan Calma akustik kabinlerin İstanbul lansmanı 13 Haziran Perşembe günü Pilevneli Galery'de gerçekleşti. Baş Tasarımcı Renan Gökyay, uluslararası standartlara uygun olarak tasarlayıp geliştirdiğimiz, dünyanın en iyi akustik kabinlerinden biri olan Calma'yı davetlilere tanıttı. Ofis ortamından ayrılmadan kişisel görüşmelerin gizlilik içinde yapılabileceği ve toplantıların çevreden etkilenmeden gerçekleştirilebileceği alternatif alanlar oluşturan Calma akustik podlar, Hollanda'dan Çin'e ve Şili'den Avustralya'ya kadar pek çok ülkeye satıldı.

Karel, Bilişim 500 'de 2 birincilik ödülü kazandı

Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşu, en değerli 100 markasından biri, Fortune 500'de yükselen bir marka olmasının yanı sıra yüksek teknoloji üreticisi konumunda olan Karel, Bilişim 500 araştırma sonuçlarına göre "Türkiye Merkezi Üretici Telekomünikasyon Alt Yapı Donanımı" ve "Türkiye Ekonomisine Katkı Özel Ödülleri, Türkiye Merkezi Üretici - Donanım" kategorisinde birincilik ödülüne layık görüldü. Ödülleri Karel adına, Stratejik Planlama ve Pazarlama Direktörü Gökhan Yazıcı aldı.



Hidromek en büyükler arasında yer almaya devam ediyor

Hidromek, Fortune 500 Türkiye'nin En Büyük Şirketleri 2019 Listesi'nde 226. sırada yer aldı. Bu yıl 12'ncisi gerçekleştirilen, finansal kurumlar ve holdingler dışındaki tüm sektörleri kapsayan ve şirketlerin net satışlarına göre değerlendirildiği Fortune 500 Türkiye listesinde Hidromek, Türkiye'nin en büyük 226'ncı; makina ve ekipmanları sektörünün ise en büyük 4'üncü şirketi oldu. Bununla birlikte, Hidromek İstanbul Sanayi Odası tarafından Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu 2018 listesinde 178'inci, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından açıklanan "Türkiye'nin 1000 İhracatçı Firması 2018" araştırmasında ise 238'inci sırada yer aldı.

Ortak Akıl Toplantısı yapıldı



Türkişttime ve Halkbank'ın Organize Sanayi Bölgelerinde düzenlediği "Ortak Akıl Toplantısı" ASO 1. Organize Sanayi Bölgesi'nde üretim yapan sanayicilerin katılımıyla gerçekleştirildi. ASO 1.OSB Yönetim Kurulu Üyesi Serdar Tütek ve Prof. Dr. Emre Alkin moderatörlüklerinde gerçekleşen toplantıda ASO 1. OSB'nin sorunları, geleceği, teşvikler ve devlet destekleri masaya yatırıldı.

OSİAD heyeti, ASO Sürekli Eğitim Merkezi'nde



Ostim Sanayici ve İşadamları Derneği (OSİAD) Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Ekinci ve beraberindeki Yönetim Kurulu Üyeleri, ASO 1.OSB'de faaliyet gösteren ASO Sürekli Eğitim Merkezi ve Yetkinlik ve Dijital Dönüşüm Merkezini (Model Fabrika) ziyaret etti.

MESS heyetine yapılan çalışmalar anlatıldı



Türkiye Metal Sanayici Sendikası (MESS) yetkilileri, ASO 1.OSB'de yer alan Yetkinlik ve Dijital Dönüşüm Merkezi-Model Fabrika ve ASO Sürekli Eğitim Merkezi'ni ziyaret ederek incelemelerde bulundu.

Mansur Yavaş: OSB'lerle uyum içerisinde çalışacağız



ASO 1. OSB Yönetim Kurulu Başkanı Niyazi Akdaş, Başkan Vekili Nami Kodaman, Yönetim Kurulu Üyeleri Serdar Tütek ve Tahsin Ata ve Bölge Müdürü Cüneyt Çalık, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş'ı ziyaret etti. Ziyareten duyduğu memnuniyeti dile getiren Başkan Yavaş, Ankara'nın kalkınması için OSB'ler ile uyum içerisinde çalışacaklarını ifade etti.



ASO 1.OSB'ye ziyaret

AK Parti Ankara Milletvekili Hacı Turan ve Sincan Belediye Başkanı Murat Ercan ASO 1.OSB'yi ziyaret etti. Ziyarete, ASO 1.OSB'de yürütülen altyapı faaliyetleri, genişleme çalışmaları ve kurumlararası ortak çalışmalar hakkında görüş alışverişinde bulunuldu.

'Model Fabrika'yı incelediler



Asya Verimlilik Teşkilatı Genel Sekreteri Dr. Santhi Kanoktanaporn ve beraberindeki heyet, ASO 1.OSB'de faaliyet gösteren ASO Sürekli Eğitim Merkezi ve Yetkinlik ve Dijital Dönüşüm Merkezi (Model Fabrika) ziyaret ederek incelemelerde bulundu.

Japon heyet işbirliği imkanları için geldi



Kitabata ve Plant Technos Firması Yönetim Kurulu Başkanı Hisato Yamagishi, ASO 1.OSB'yi ziyaret etti. Ziyarete ASO NÜKSAK kümelenmesi firmalarına yapılan ziyaretler ve gelecekteki işbirliği imkanları için görüş alışverişinde bulunuldu.

ASO 2 OSB Çevre Analiz Laboratuvarı'nın TÜRKAK Akreditasyonu tamamlandı

ASO 2 OSB Çevre Analiz Laboratuvarı Danışmanlık Eğitim Mühendislik Hizmetleri İktisadi İşletmesi TÜRKAK Akreditasyonu tamamlandı



2019 yılı Ocak ayında Laboratuvar Su ve Atıksu kapsamında 38 parametre ile Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) denetimine giren ASO 2 OSB Çevre Analiz Laboratuvarı, 16 Temmuz'da AB-1460-T Akreditasyon Numarası ile akreditasyon sertifikasını aldı. Bina yapımı Aralık 2018'de tamamlanan çevre analiz laboratuvarında 37 cihaz ve ekipman ve 5 personel bulunuyor. ASO 2 OSB Çevre Analiz Laboratuvarı Danışmanlık Eğitim Mühendislik Hizmetleri İktisadi İşletmesi akreditasyon çalışmaları, sistemlerin devreye alınmasıyla birlikte 2018 yılında



başlamış, aynı yılın ağustos ayında Türk Akreditasyon Kurumu'na başvurusunu yapmıştı.

38 PARAMETREDEN DENETİME GİRDİ

2019'un Ocak ayında laboratuvar su ve atıksu kapsamında 38 parametre ile TÜRKAK denetimine giren laboratuvar akreditasyon sertifikası almaya hak kazandı. Ayrıca Laboratuvar; Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'ndan Yeterlilik Belgesi almak üzere gerekli başvuruları da gerçekleştirdi. Çevre Analiz Laboratuvarı, akreditasyon ve belgelendirme süreçlerinin tamamlanmasıyla birlikte; hem ASO 2 OSB'ye hem de Türkiye'deki tüm sanayicilere hizmet vermeye hazır duruma geldi.

ASO destekli METES Tek Nokta Başvuru uygulaması devam ediyor

Sanayicilerin herhangi bir ödeme yapmadan ASO kaynakları ile gerçekleştirilen ASO Desteği ile Belgesiz Çalışan Kalmaması kampanyasıyla Mesleki Test ve Sertifikalandırma Merkezleri kapsamındaki Yeterliliklerde çalışanların belgelendirilmesine 2018 ve 2019 sonuna kadar katkı verilecek. Kampanyada bugüne kadar ASO METES ile ASO 2. ve 3. OSB METES Yeterliliklerinden 70 ASO Üyesi kurum faydalanarak toplam 1200 personeli için belgelendirme işlemi yapıldı.

RESMİ GAZETEDE YAYINLANDI

İşsizlik Sigortası Fonundan karşılanan MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi sınav ve belgelendirme teşviklerinde sınav ücretlerinin tamamının 2019 yılı sonuna kadar karşılanmasına yönelik hazırlanmış olan Kanun Resmî Gazete'de yayınlanarak bu yıl yürürlüğe girmişti. Ancak, bu uygulamanın 2020 yılında da devam etmesi ile ilgili henüz bir yasal düzenleme yapılmadı. Yetkililer, İşsizlik Sigortası Fonu'ndan karşılanan MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi sınav ve belgelendirme teşvikleri uygulamasının kalkması durumunda, ASO Destekli Tek Nokta Başvuru uygulamasının da 2020 yılında sona erebileceğine dikkat çekerek, ASO üyelerinin bu durumu dikkate alarak, belgelendirme taleplerini 2019 yılında gerçekleştirmesini öneriyor.



İşsizlik Sigortası Fonundan karşılanan MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi sınav ve belgelendirme teşviklerinde sınav ücretlerinin tamamı 2019 yılı sonuna kadar karşılanacak.



Anadolu OSB ve TEV eğitim için el sıkıştı

Anadolu Organize Sanayi Bölgesi (Anadolu OSB) 10. Geleneksel Katılımcı Kahvaltısı'nda Türk Eğitim Vakfı (TEV) ile işbirliği protokolü imzaladı.

10. Anadolu Organize Sanayi Bölgesi (Anadolu OSB) 10. Geleneksel Katılımcı Kahvaltısı geniş bir katılımı gerçekleştirildi. Etkinlikte, Anadolu OSB 10. Geleneksel Katılımcı Kahvaltısı'nda Türk Eğitim Vakfı (TEV) ile işbirliği protokolü imzaladı. Etkinliğe; Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş, Başkent Üniversitesi Kurucu Rektörü Prof. Dr. Mehmet Haberal, Rektör Prof. Dr. Ali Haberal, Rektör yardımcıları, Anadolu OSB Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Kutsi Tuncay, Yönetim Kurulu Üyeleri, TEV Genel Müdür Yardımcısı Şenol Özdemir, TEV Ankara Şube Başkanı Ömer Turna, OSİAD Başkanı Süleyman Ekici, önceki dönem Çankaya Belediye Başkanı Muzaffer Eryılmaz, Ankara Bisiklet ve Doğa Sporları Derneği sporcuları, Klasik Otomobilciler, bursiyer öğrenciler ve Anadolu OSB yatırımcıları aileleri ile katılım sağladı.

Etkinlikte bir konuşma yapan Başkan Hüseyin Kutsi Tuncay, burs faaliyetlerine



Bu yıl 10.su düzenlenen Geleneksel Katılımcı Kahvaltısı'nda Türk Eğitim Vakfı (TEV) ile işbirliği protokolü imzalandı

TEV ile devam edecekleri bilgisini verdi.

ÖZDEMİR: BU PROJE ÜLKEMİZ İÇİN ÇOK KIYMETLİ

TEV Genel Müdür Yardımcısı Şenol Özdemir ise yaptığı konuşmada, "Burada Anadolu OSB ile yaptığımız proje ülkemiz için çok kıymetlidir" diye konuştu. Prof. Dr. Mehmet Haberal ise Türkiye Cumhuriyetinin evlatları olarak, birinci görevin ülkeyi yüceltip, yükseltmek

olduğunu söyledi. Seçim döneminde organize sanayi bölgelerinin daha fazla üretmesi için verdikleri sözleri yerine getirmek adına; gerekli çalışmalarını hemen başlattıklarını vurgulayan Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş ise yaptığı konuşmada; "Bugün burada güzel bir protokol imzalanıyor. Başarılar diliyoruz. Üreterek zenginleşen bir Ankara ve Türkiye hayal ediyoruz" dedi.

Anadolu OSB, MYO öğrenci alımlarına başladı

Anadolu Organize Sanayi Bölgesi (Anadolu OSB) Meslek Yüksekokulu 2019/2020 eğitim-öğretim yılında faaliyete başlıyor.

Başkent Üniversitesi ve Anadolu OSB örnek bir uygulamaya giderek, Ankara'ya yeni bir değer kazandırıyor. Anadolu OSB sınırları içerisinde kurulan meslek yüksekokulu dijital çağa uygun programlarda iş başında eğitim imkanı sağlayacak. Meslek Yüksekokulunda elektronik haberleşme teknolojisi, endüstriyel kalıplılık ve makine programları açılacak. Öğrenciler 3+1 modeli ile ilk yıldan itibaren meslek hayatlarına hazırlanacaklar.

Konuyla ilgili olarak bir açıklama yapan Anadolu OSB Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Kutsi Tuncay, Meslek Yüksekokulu ile hem kayıtlı

ekonomiye hem de istihdama katkı sağlayacaklarını belirtti.

ÜNİVERSİTE SANAYİ İŞBİRLİĞİNE ÖRNEK

Tuncay, "Mart 2018'de temelini attığımız yüksekokulumuzu 30 Ağustos 2018'de tamamladık. İlgililerle yapılan girişimler sonucu YÖK bu yıl 2019 YKS Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzunda öğrenci alımına uygun gördü. Üniversite sanayi işbirliğinde nitelikli bir çalışmaya imza attık. Kayıtlı ekonominin gelişmesi, üretim sektörünün arzu edilen noktaya ulaşabilmesi, dijital uygunluk seviyesine çıkılabil-



Anadolu OSB ile Başkent Üniversitesi arasında yapılan eğitim protokolü çerçevesinde kurulan meslek yüksekokulu, dijital çağa uygun programlarla iş başında eğitim imkanı sağlayacak.

mes ve işsizliğin önlenebilir noktaya gelmesi için mesleki eğitime hassasiyetle yaklaşılması gerekiyor. Bu düşünce ile Anadolu OSB olarak, Baş-

kent Üniversitesiyle yaptığımız eğitim protokolü çerçevesinde Meslek Yüksekokulu projemiz öğrencilerle Eylül ayında hayat bulacak" dedi.

Türk yatırımcılarına büyükelçi sözü



Kırgızistan Büyükelçisi Kuban Omuraliyev, OSTİM'i ziyaret etti. İki kardeş ülke arasında ticaret ve işbirliğini geliştirmek istediklerini kaydeden Omuraliyev, yatırımcılara ülkesindeki fırsatlardan bahsetti. OSTİM Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Aydın ise iş birliklerine açık olduklarını söyledi.



Biyogaz sektörü OSTİM'de buluştu

OSTİM Yenilenebilir Enerji ve Çevre teknolojileri Kümelenmesi (OSTİM Enerjik), Biyoder ve Biyogazder'in destekleriyle düzenlediği Biyogaz Sektör Buluşması'nda; sektörün kamu ve özel sektör temsilcileri ile akademisyenleri bir araya getirdi.

TGB Akademi OSTİM'de eğitim verdi



Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Derneği (TGBD) tarafından Ostim Teknopark'ın ev sahipliğinde TGBD Akademi Eğitimi düzenlendi. TGB personel ve yöneticilerine yönelik düzenlenen eğitime 50'ye yakın personel ve yönetici katıldı.

11. Kalkınma Planı Bilgilendirme toplantısı yapıldı



OSTİM Teknik Üniversitesi, T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı iş birliği ile 2019-2023 dönemini kapsayan 11. Kalkınma Planı Bilgilendirme Toplantısı düzenledi. Toplantıda ortaya çıkacak görüşler T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı'na iletilecek. OSTİM Yönetim Kurulu Başkanı ve OSTİM Teknik Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Orhan Aydın yaptığı konuşmada, 11. Kalkınma Planı'nın odağında birçok maddenin OSTİM olarak takip ettikleri söyledi.

"Bulgaristan AB'ye açılış kapısı olarak görülmeli"



Bulgar-Türk Ticaret ve Sanayi Odası (BULTİŞAD) Başkanı Edis Emre, Başkan Vekili Faruk Ömer Eren ve Genel Müdür Ventsislav Venkov OSTİM'i ziyaret etti. Edis Emre, Türk yatırımcılara "Bulgaristan, AB'ye açılış kapısı ve lojistik merkezi olarak görülmeli" mesajı verdi.

Paris'te 300'ün Üzerinde İkili İş Görüşmesi



OSTİM Savunma ve Havacılık Kümelenmesi (OSSA), URGE Projesi kapsamında 16 üyesiyle birlikte katıldığı Paris Airshow'da

300'ün üzerinde ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi. OSSA'nın, URGE projeleri kapsamında yabancı firmalarla yapılan görüşmeler; KOBİ'lerin ihracatlarının geliştirilmesine, kabiliyet ve potansiyellerinin aktarılmasına katkı sağlıyor. Etkinlikte OSSA, Türkiye'nin Paris Büyükelçisi Dr. İsmail Hakkı Musa'ya Türk KOBİ'lerinin savunma ve havacılık sektöründeki kabiliyetleri hakkında bilgi verdi.

OSTİM Teknik Üniversitesi, PTT'ye Ar-Ge desteği verecek



2019-2020 eğitim-öğretim yılında öğrenci alacak 'Sanayinin Üniversitesi' OSTİM Teknik Üniversitesi PTT ile iş birliği kararı aldı. OSTİM Teknik Üniversitesi (OTÜ) ile Posta ve Telgraf Teşkilatı A.Ş. (PTT) arasında iş birliği protokolü imzalandı. Protokol ile PTT A.Ş.'nin gerçekleştireceği Ar-Ge projelerine OSTİM Teknik Üniversitesi tarafından destek verilecek.



STM Genel Müdürü ve CEO'su Murat İkinci, savunma sanayi için yaptıkları başarılı çalışmaları ve projelerini anlattı. İkinci, "STM dünyanın en büyük 100 savunma şirketi arasında. Türkiye'de dördüncü şirket. Bu hedef bizim için yeterli değil. STM'yi orta vadede ilk 50'nin içerisine sokabilecek bir plan yaptık ve onu uygulamaya çalışıyoruz. STM'nin potansiyeli büyük ama asıl potansiyel Türk savunma sanayinin" dedi.

STM Genel Müdürü ve CEO'su İkinci:

“Hedefimiz dünyanın en büyük 50 savunma sanayi şirketi arasında yer almak”

Türk Silahlı Kuvvetleri (TSK) ve Savunma Sanayii Başkanlığı'na (SSB) sistem mühendisliği, teknik destek, proje yönetimi, teknoloji transferi, lojistik destek hizmetleri görevlerini gerçekleştirmek amacıyla Savunma Sanayii İcra Komitesi (SSİK) kararıyla 1991 yılında kurulan STM Savunma Teknolojileri Mühendislik ve Ticaret A.Ş. Genel Müdürü ve CEO'su Murat İkinci'ye STM'nin faaliyetlerini ve yaptığı çalışmaları sorduk.

Kendinizden bahseder misiniz?

Özellikle lise döneminde matematik ve fen bilimlerine olan ilgim sebebiyle bu konularla ilgili birçok faaliyete katıldım. Ardından geleceğinin parlak olacağını düşündüğüm bilgisayar mühendisliğine merakım arttı ve Bilkent Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği Bölümü'nü kazandım. Bölümü bitirdikten sonra asistan olarak kaldım ve iki yıl asistanlık yaptım. Aynı bölümde yüksek lisansımı tamamladıktan sonra ise MBA yaptım.

“20 YILDIR STM'DE GÖREV YAPIYORUM”

Üniversite hayatım boyunca akademisyen olarak kalmayı düşünmüştüm ancak daha sonra savunma sektörüne giriş yaptım. Savunma sanayi özellikle yeni teknolojilerin kullanıldığı bir alan olarak ön plana çıkıyor ve sektörde yazılım ağırlıklı sistemler geliştiriliyordu. Askerlikten sonra STM'de çalışmaya başladım. STM bünyesindeki bütün yöneticilik seviyelerinin her birinde uzun bir süre görev aldıktan sonra bir yıl önce Genel Müdür olarak atandım. Yaklaşık 20 yıldır STM'de görev yapmaktayım.

GENEL MÜDÜRLÜK KURUMUN EN ZOR GÖREVLERİNDEN BİRİ

Bir iş gününüz nasıl geçiyor?

Çok erken kalkarım. Mesai saatine başlar-ken insanların ruh halini önemişiyorum. Bütün yöneticilik hayatım boyunca böyleydi. Mesaimiz her zaman planlı olur, her şey önceden bellidir. Gün başlamadan neler yapacağız, ne tür görüşmeler olacak bunlarla ilgili bir hazırlık yaparım.

Genel müdürlük, kurumun en zor görevlerinden bir tanesi. Temsil göreviniz var, işleri takip etme göreviniz var, strateji oluşturma göreviniz var. Mesai saatlerinin içerisine sığdırılabilecek gibi değil. Benim için asıl iş mesai saatinden sonra başlıyor. Genel müdür yardımcılarımızla kritik yaptığımız, yol planları oluşturduğumuz, yapacağımız işlerle ilgili hareketleri belirlediğimiz zaman genelde mesainin sonrasındaki vakit oluyor. Mesaiye başlamadan önce de bana bağlı yönetici arkadaşlarla 5'er dakika görüşmeler gerçekleştiriyoruz.

STM'den bahseder misiniz? Kuruluş amacı, faaliyet alanları ve bugüne kadarki süreci?

STM, 1991 yılında Savunma Sanayii İcra Kurulu'nun kararıyla kuruldu. Şirketin kuruluş amacı o dönem içerisinde yeni yeni başlayan savunma sektörünün nitelikli personel istihdamını sağlayarak Savunma Sanayii Başkanlığı'na nitelikli mühendislik ve danışmanlık hizmeti verebilmektir. Malumunuz o dönem Türkiye'de yetişmiş bir insan gücü yoktu. Bu nedenle öncelikle eğitilmiş insan yetiştirmek için kolları sıvadık. Savunma sanayisinde ihti-

STM'nin sahip olduğu yapı sayesinde farklı alanlarda çok sayıda anahtar çözümler geliştirdiklerini söyleyen STM Genel Müdürü ve CEO'su Murat İkinci; “Bugün askeri deniz platformları, otonom sistemler, siber güvenlik, uydular ve radar teknolojileri, komuta kontrol sistemleri, sertifikasyon ve danışmanlık alanlarında faaliyetlerimizi sürdürüyoruz” dedi.



“STM yaklaşık 700 kişilik uzman grubuyla yapmış olduğu işleri başarmak için bir ekosistem oluşturmuş durumda. STM Türkiye'nin savunma sanayindeki bütün firmaların irili ufaklı hepsinin ihracat anlamında destekçisi. STM'nin gerçekleştirdiği ihracatın büyük bir kısmı KOBİ seviyesinde, orta ölçekli ve büyük firmaların ürünlerini de kapsıyor. STM'nin bu anlamda vizyonu ve rolü önemli.”

yaç duyulan devletin kritik alanlarda gereksinim duyduğu bilgi birikimini oluşturmak üzere çalışmalarımızı yoğunlaştırdık.

“DENİZ PLATFORMLARI İÇİN KADRO OLUŞTURDUK”

Bunun için ne tür çözümler geliştirdiniz?

STM'nin sahip olduğu yapı sayesinde farklı alanlarda çok sayıda anahtar çözümler geliştirdik. Türkiye'nin özellikle milli teknoloji hamlesi kapsamındaki çabalarına büyük destek verdik. Türkiye'de ortaya çıkan ihtiyaca cevaben deniz platformları tasarımı ve modernizasyonu konusunda çok büyük bir kadro oluşturduk. Bugün askeri deniz platformları, otonom sistemler, siber güvenlik, uydu ve radar teknolojileri, komuta kontrol sistemleri, sertifikasyon ve danışmanlık alanlarında faaliyetlerimizi sürdürüyoruz.

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK DENİZ MÜHENDİSLİĞİ GRUBUNA SAHİP

MİLGEM projesini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Mühendislik alanında yoğunlaştığımız deniz platformları projelerimizin gelişimine baktığımızda, sürecin en önemli adımlarından birinin MİLGEM projesi olduğunu görüyoruz. Deniz Kuvvetleri Komutanlığı (Dz-

KK)'nın bilgi birikiminden faydalanarak destek olduğumuz bu proje ile kazandığımız deneyimi kullanarak sonraki süreçte birçok farklı projede görev alma fırsatı bulduk. STM olarak bugün askeri suüstü gemileri ve denizaltılara yönelik tasarım, inşa, modernizasyon ve detaylı mühendislik faaliyetleri konusunda Türkiye'nin en büyük deniz mühendisliği grubuna sahip şirket haline geldik.

SİBER GÜVENLİK ALANINDA YATIRIM YAPTIK

Biraz da siber güvenlik alanındaki çalışmalarınızı anlatır mısınız?

STM olarak yaklaşık yedi-sekiz yıl önce giderek artan önemine binaen siber güvenlik alanına çok ciddi yatırımlar yaptık. Proaktif bir yaklaşımla geliştirdiğimiz ürün ve hizmetlerimiz tehditleri daha oluşmadan tespit etmek ve gerekli önlemleri almak üzere şekilleniyor. Türkiye'de bir ilk olan Siber Füzyon Merkezimizi Ankara'da kurduk. Bugün hem kamu hem de özel sektörden birçok kuruluşa hizmet veriyoruz. Türkiye'nin siber güvenlik alanındaki en büyük projelerini biz gerçekleştiriyoruz.

STM'nin uluslararası yaygınlaşması ne durumda?

Cumhurbaşkanlığımızın 2023 vizyonu doğrultusunda ihracat odaklı bir büyüme hedefliyoruz ve yaklaşık

10 yıldır bu konuda ciddi bir çaba gösteriyoruz. Çabalarımızın ilk meyvelerini Türk savunma sektöründe tek seferde yapılmış en büyük askeri gemi ihracat projesi olan Pakistan Denizde İkmal Gemisi projesiyle aldık. Pakistan Deniz Kuvvetleri'nin ihtiyaçları doğrultusunda sıfırdan tasarladığımız gemiyi geçen sene başarıyla teslim ettik. Bu başarının devamında dünyanın büyük üreticileriyle rekabet ederek Pakistan Agosta 90B sınıfı denizaltılarının modernizasyon projesini kazandık. Şu anda bu proje kapsamındaki çalışmalarımız başladı.

Dış pazarlarda geldiğimiz nokta ne?

Türk savunma sanayisini ileri taşıma sorumluluğu ile faaliyetlerimizi sürdürürken aynı zamanda STM'yi global bir oyuncu haline getirmek üzere çalışıyoruz. Bugün Güney Amerika'dan Uzakdoğu ülkelerine kadar proje ve iş birliklerimiz bulunuyor. Ancak olduğumuz yer bizim için yeterli değil, hedeflerimizi yüksek tutarak stratejilerimizi belirliyoruz. Dost ve kardeş ülkelere ihracat potansiyelini de değerlendirmeye çalışıyoruz.

STM olarak savunma sektöründe kendinizi nasıl tanımlıyorsunuz?

Savunma sektöründe Türkiye'deki en iddialı firmalardan biriyiz. Özellikle teknoloji konusunda

niş alanlar belirliyor ve Türkiye’de üzerine daha önce yatırım yapılmamış alanlarda projeler ve ürünler gerçekleştiriyoruz. Uluslararası alanda bilinirliğimiz ve tanınırlığımız da çok yüksek. Şu anda çok büyük gruplarla rekabet edebilecek, teknik çözümleriyle onların çok daha ötesinde sistemler ortaya çıkarabilecek bir firma profilindeyiz.

“STM, DÜNYANIN EN BÜYÜK 100 SAVUNMA ŞİRKETİ ARASINDA”

STM’nin hedefleri ve Türkiye için önemi ne?

Bizim birinci önceliğimiz Türk Silahlı Kuvvetleri’nin hareket kabiliyetini artıracak teknolojilerinin Türkiye’de gerçekleştirilmesi ve onların kullanıma sunulması yönündedir. Milli teknolojinin gelişmesine katkı sunmayı amaçlarken, aynı zamanda global ölçekte rekabet gücümüzü artıracak ürünler geliştirme hedefi ile çalışıyoruz. STM bugün dünyanın en büyük 100 savunma şirketi arasında yer alıyor. Orta vadede ise STM’yi ilk 50’nin içerisine sokabilecek bir strateji geliştirdik ve bu doğrultuda çalışıyoruz. STM’nin kaldıraç etkisini Türk savunma sanayinin taşıdığı potansiyel ile birleştirerek milli teknolojilerin ihraç edilmesini sağlıyoruz.

Mini denizaltı projesi ne durumda?

Cep sınıfı dediğimiz denizaltıları milli olarak geliştirmek üzere çalışmalarımıza başladık. STM’nin uluslararası alandaki görünürlüğü artıktan sonra dünyanın çeşitli yerlerinde önde gelen savunma şirketlerinden ortaklık teklifleri alıyoruz. Yakın zamanda da cep sınıfı denizaltıların Türkiye’de

‘AİLEME VAKİT AYIRIRIM

Kendinize, ailenize vakit ayırıyor musunuz? Hobiniz var mı? Spor yapıyor musunuz?

Oldukça yoğun bir tempo içindeyim, önceliğimi ailem ve işim oluşturuyor. Eve döndükten sonra mutlaka çocuklarımla vakit geçiriyorum. Onların da babalarından beklentisi olduğunu biliyor ve bu konuya dikkat ediyorum. Geçmişte sporla uzun bir süre ilgilendim. Artık her sabah bir saat yürüyüş dışında başka bir spor yapamıyorum.

yapılması için bir ortaklık yapmamız söz konusu. Bu aynı zamanda insansız denizaltı ve deniz üstü sistemleri geliştirmek için de bir altyapı olacak. Dünyanın gidişatı artık bu yönde ilerliyor. Otonom sistemler ana çalışma alanlarımız arasında yer alıyor. Türk Silahlı Kuvvetlerimizin envanterinde yer alan Kamikaze dronlarımızda sergilediğimiz otonom sistemler konusundaki kabiliyetlerimizi yeni platformlara uygulayarak ürün ailemizi genişletmeyi planlıyoruz.

Türkiye’nin savunma sanayide geldiği noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye’nin son 15-20 yıldır uygulamakta olduğu milli teknoloji hamlesi dünyanın her yerinde dikkatleri üzerine çekiyor. Bu hamlenin temelinde Cumhurbaşkanımızın

inisiyatifleri ve yönlendirmelerinin çok büyük katkıları var. Savunma Sanayii Başkanlığımızın bu konudaki vizyonu ve yol gösterici rolü sayesinde Türk firmaları kabiliyetlerini geliştirdi ve savunma sanayi bugün ciddi bir olgunluk seviyesine ulaştı.

Uluslararası alandaki gücümüzü artırmak ve Türkiye’nin savunma sanayinde yapmış olduğu yatırımların ekonomik karşılıklarını da görmek için çalışmalarımıza kararlılıkla devam etmemiz gerekiyor. Özellikle temel teknolojiler ve temel bileşenlere ciddi yatırımlar yapılmalı ve bu konularla ilgili çok hızlı bir şekilde çözüm sunmak üzere adımlar atmalıyız.

Üniversite ve sanayi iş birliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

STM olarak dahil olduğumuz projelerde, savunma sanayi ekosistemini sürdürülebilir kılmak adına gerek sektördeki diğer şirketlerle gerekse üniversite ve kamu kuruluşlarıyla iş birlikleri kurmayı oldukça önemsiyoruz. Yerli sektördeki birlikte hareket edebilme kabiliyeti sayesinde büyük projelere imza atıldı. Bugün gelmiş olduğumuz noktada çok sevindirici ama asla yeterli değil. Yeni teknolojilerin hızlı bir şekilde adapte edilebilmesi ve milli olarak geliştirilebilmesi adına üniversite-sanayi iş birliklerinin son derece önem taşıdığını düşünüyorum. Türk savunma sanayinde insan kaynağı geliştirmek çok önemli. Bu noktada da STM olarak üniversite öğrencileri ve akademisyenlerle daha iyi iletişim kurmak ve ilgili kişilerin savunma sektöründe kendilerini geliştirmelerini sağlamak için fırsatlar yaratıyoruz.





Dünyanın rotası turizmde

Dünyada en hızlı büyüyen sektörlerden biri olan turizmin yarattığı hizmet ihracatı, UNWTO'nun raporuna göre 2018 yılında 1.7 trilyon dolara ulaştı. Bu büyüklük, küresel hizmet ihracatının yüzde 29'unu, toplam mal ve hizmet ihracatının da yüzde 7'sini oluşturuyor.





Turizm, günümüzde dünyadaki en hızlı büyüyen sektörlerden biri ve ekonomik büyümenin ana itici gücü arasında. Sektör, ekonomik gelişmeyle yakından bağlantılı. Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) yeni raporuna göre uluslararası turizmin yarattığı hizmet ihracatı 2018'de 1.7 trilyon dolara ulaşırken bir önceki yıla göre reel bazda yüzde 4 artış gösterdi. Rakamlardan ortaya çıkan gerçek ise turizm sektörünün uluslararası ticaretin en önemli oyuncularından biri olması ve gelişmekte olan birçok ülke için ana gelir kaynaklarından temsil etmesi.

Tüm bu veriler, turizmi sosyoekonomik gelişme için kilit bir faktör haline getiriyor. Bugünün turizmin hacmi petrol ihracatından gıda ürünlerine kadar birçok sektörün kapasitesini aşıyor. Rakamlar, 2018 yılı dahil son yedi yıl boyunca turizm ihracatının, mal ihracatından yüzde 3 daha hızlı büyüdüğünü gösteriyor. 2018 yılındaki 1.7 trilyon dolar bü-

yüklük, küresel hizmet ihracatının yüzde 29'unu, toplam mal ve hizmet ihracatınınsa yüzde 7'sini oluşturuyor. Sanayileşmiş ve gelişmiş devletlerde turizmin bu küresel yayılımı inşaattan tarıma kadar pek çok ilgili sektörde ekonomik ve istihdam avantajları sağlıyor.

DÜNYADA TURİZM ENDÜSTRİSİ

Turizm sektörü, bugün dünya gayrisafi hâsılasının önemli bölümünü oluşturan ve en hızlı gelişen sektörlerin başında yer alıyor. Harcanabilir kişisel gelirlerden turizme ayrılan payın artması, ulaşım ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler insanların şimdiye kadar görmedikleri ve merak ettikleri bölgeleri ziyaret etme eğilimlerini artırıyor.

Turizm, çoğu zaman diğer birçok endüstri gibi bölgesel veya ulusal kalkınma için bir araç olarak kullanılıyor. Turizm sektörü, yaygın biçimde iş ve vergi gelirlerinin oluşturulmasında, ödemeler dengesi problemlerinin

hafifletilmesinde, bölgesel ve ulusal ekonomik gelişmelere katkıda bulunmada rol oynayan önemli bir faktör olarak yerini alıyor.

UYGARLIKLARIN BEŞİĞİ

Günümüzde, dünya turizm faaliyetlerine katılan kişilerin sayıları ve harcamaları her yıl artarak büyüyor. Her geçen gün büyüyen bu turizm pastasından daha fazla pay alabilmek için stratejik bir unsur olarak birçok ülke tanıtımına, ürün çeşitlendirmesine, mevcut destinasyonları geliştirmeye, yeni destinasyonları turizm pazarına sunmaya önem veriyor. Bu bağlamda turizm, bir devlet politikası olarak ele alınıyor ve master politikalarıyla planları oluşturularak uygulanıyor.

Söz konusu bu devletlerin kamu ve özel sektör birimleri koordineli bir şekilde işbirliği içerisinde sinerji yaratarak belirlenen stratejiler doğrultusunda hedeflenen amaçlara ulaşmak için çaba harcıyor. Özellikle döviz



Birçok medeniyete ev sahipliği yapan Türkiye, olağanüstü tarihi ve doğal güzellikleriyle değerlendirildiğinde, turizm potansiyeli bakımından dünyanın en önemli ülkeleri arasında yer alıyor.

kaynağına, istihdama ve dış ticaret açığının azaltılmasına ihtiyaç duyan Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkelere nazaran turizm pastasından daha az pay aldıkları dikkat çekiyor.

Uygarlıkların beşiği olarak kabul edilen, çok zengin bir tarihi ve kültürel bir mirasa sahip olan Türkiye, olağanüstü doğal güzellikleriyle değerlendirildiğinde, turizm potansiyeli bakımından dünyanın en önemli ülkelerinden biri. Gelişmekte olan ülkeler kategorisi içerisinde yer alan Türkiye açısından turizm, döviz kaynağı oluşturulmasında, istihdam olanaklarıyla işsizliğin azaltılmasında, dış ticaret açığının düşürülmesinde önemli rol oynuyor. Bu bağlamda turizm yerel, bölgesel ve ülkesel ekonomik kalkınmaya katkı sağlayan anahtar sektörlerden biri olarak kabul ediliyor.

EN HIZLI GELİŞEN ENDÜSTRİ

Yapısı gereği turizm sektörü ekonomik, sosyal, kültürel ve doğal çev-

reyle sürekli olarak etkileşim içinde bulunması nedeniyle ilk bakışta birbiriyle ilgisizmiş gibi görünmesine rağmen konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlenme, dinlenme ve seyahat organizasyonu gibi hizmetlerin tümünü içeriyor.

UNWTO'nun verilerine göre küresel ölçekte gerçekleştirilen turizm hareketleri 1.2 trilyon dolar gelir getiriyor. UNWTO, 2020 yılında yaklaşık 1.6 milyar kişinin turizm faaliyetlerine katılarak 2 trilyon dolar düzeyinde harcamada bulunacaklarını öngörüyor. Verilerden hareketle turizmin dünya ekonomisinde en büyük ve en hızlı gelişen endüstrilerden biri olduğu ve yakın gelecekte de bu özelliğini koruyacağı ortayı çıkıyor.

NEW YORK ÖRNEĞİ

Turizm, New York şehrinin perakende ekonomisini önemli ölçüde etkiliyor. 8.4 milyon nüfusa sahip şehir, her yıl 53 milyon ziyaretçi alıyor ve 3.33 milyon kişiyi istihdam eden yaklaşık 12 bin perakende işletmesi bulunuyor. Devasa alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, alışveriş bölgeleri, küçük butikler, yüzyıllık

köklü işletmelerle kent, tüccarlar için her şeyin satılıp alınabildiği köklü bir şehir imajını koruyor. Amerika destinasyonunun en önemli turizm bölgelerinden olan New York yılda 10 milyonun üzerinde uluslararası ziyaretçi alıyor ve ziyaretçileri birincil amacı alışveriş yapmak. Şehrin, resmi turizm ve tanıtma kurumu olan NYC&Company, ziyaretçiler tarafından harcanan her bir doların 25 centinin alışveriş için harcadığını belirtiyor.

ALTERNATİF TURİZMDE BİREYSEL TÜKETİM ÖNDE

Turizm'den elde edilen gelirlerin artması için yapılan çalışmalarla marka olmayı başaran turizm merkezleri, küresel rekabette önde olmak ve sürdürülebilirlik için yeni projeler geliştiriyor. Bu projeler sürdürülebilirliğin yanında yeni alternatiflerin de ortaya çıkmasını sağlıyor. Çevreye saygıyı ve çevre ile bütünleşmeyi ifade eden alternatif turizm bu çalışmaların bir sonucu. Yeşil turizm, soft turizm, eko turizm olarak da adlandırılan alternatif turizm, 1990'lı yıllarda kitle turizminin artan çevresel



SIRADIŞI AKTİVİTELER

Ülkemizde rafting için en uygun aylar mart, nisan ve mayıs. Nehirler bu dönemde en hızlı akışını sağlıyor. Bunun nedeni karların erimesiyle toprağın suya tamamen doyması. Haziran ayı ise nehir kayağı aktivitesi için uygun. Dünyada ise Alaska, Magpie River, Rio Upano, Avustralya, Nepal, ve Zambiya akarsu turizmiyle adını duyurmayı başarmış lokasyonlar. Hem sıra dışı hem de aşırı keyifli bir tatil alternatifi hayal ediyorsanız kesinlikle tavsiye edilebilecek seçeneklerden biri.

Uluslararası turizmden yapılan toplam ihracat, turizm gelirlerinde 1.448 milyar dolar ve yolcu taşımacılığı hizmetlerinde 256 milyar dolar olarak gerçekleşti. Turizm, birçok varış noktası için önemli bir döviz kaynağı olarak gündemdeki yerini koruyor.



ve sosyokültürel etkilerinden dolayı yeni bir fikir olarak ortaya çıktı. Kitle turizmi grup katılımıyla olması açısından ucuza mal edilirken alternatif turizmde bireysel tüketim ön planda olduğu için katılımcılar daha fazla ödeme yapmayı göze alır.

ÇEŞİTLİLİK ÖNE ÇIKIYOR

Dünyada sağlık maliyetlerinin artması, bazı tedavilerin yaşanılan ülkede mümkün olmaması ulaşımın daha kolay hale gelmesiyle sağlık turizmi kavramı gelişmeye başladı. Dolayısıyla sağlık turizminde öne çıkan ülkelerde hastaların ve hasta ailelerinin rahatlığını sağlamak için tıbbi seçenekleri sunabilmek hedefleniyor. Son yıllarda Türkiye'nin de gelişmiş ülkelerdeki nitelikli sağlık hizmetleriyle rekabet edebilecek düzeyde olması dünyanın dört bir yanından tedavi amacıyla turistlerin gelmesine zemin hazırlıyor. Ayrıca,

coğrafi konumu ve sağlık sektöründeki yetişmiş ve eğitilmiş insan gücü sağlık turizminde Türkiye'nin önemli avantajları arasında yerini koruyor.

ANTİK ROMA'DA ORTAYA ÇIKTI

Turizm hareketlerinin yeryüzünde ilk kez ne zaman başladığı konusu tartışmalı olmasına rağmen, günümüzdeki anlamını 20'nci yüzyılın ortalarından itibaren kazandığı genel olarak kabul görüyor. Tarihçiler, turizmin doğuşuyla ilgili olarak Antik Roma dönemine atıfta bulunuyor. Nitekim yaz aylarında Roma, Romalı olmayanlar için popüler bir destinasyondu. MS 1'de Roma, 1 milyondan fazla nüfusa sahipti ve tesisleriyle turistleri çekiyordu. İnsanlar Roma destinasyonunun banyolarına girip rahatlamak, zar veya tahta oyunları oynamak, araba yarışı ya da gladyatörlere katılmak, Kolezyum'daki kavgaları izlemek ve yeni kölelere sahip

bir alışveriş merkezini ziyaret etmek için Roma'ya gidiyordu. Roma'nın turizmde bir çekim merkezi olarak başarılı olmasının sebebi endüstriyel medeniyetlerle gelişme göstermesinden kaynaklanıyordu.

ENDÜSTRİ DEVRİMİYLE BAŞLAYAN MODERN TURİZM

Roma'nın ardından turizmin günümüz anlayışıyla yeniden canlanması ise endüstri devrimiyle oldu. İlk Endüstri Devrimi, 18'inci yüzyılda İngiltere'de ortaya çıktı. Buhar makinesinin icadı ve el emeğinin yerine geçmesi daha fazla sermaye yoğun üretim yöntemlerine geçişi tetiklerken bu dönemde ortaya çıkan buharlı motorlarla ulaşım sistemlerinin değişmesi ve kolaylaşması turizmin bugünkü halinin doğmasına yol açtı. 1841 yılında bahçıvan olan Thomas Cook, Loughborough ve Leicester arasında Teetotalers Club üyeleri için

ilk tur organizasyonunu düzenledi. Bu organizasyonun ardından Thomas Cook, 1845 yılında 30 yıl içinde dünya çapında bir acente haline gelen seyahat acentesini kurdu.

Bugün 1'inci Dünya Savaşı'nın hemen ardından 1918-1920 yılları arası modern turizmin başlangıcı olarak kabul ediliyor. Bu dönemde turizm, otel, motel, ulaşım araçları, yollar, plajlar, eğlenceyle spor alanları ve konaklama tesisleri tüm altyapısıyla büyük bir sektör haline geldi.

CAZİBE MERKEZİ OLMAK

Turizm cazibe merkezi veya turizm yöresi dendiğinde turistlerin ziyareti için pazarlanan bir ülke, eyalet, bölge, şehir ya da kasaba anlaşılmalı. Uluslararası seyahate katılan birçok turist için turizm isteğe bağlı bir hareket. Bu noktadan hareketle çoğu ülke turizme büyük oranda yatırım yaptı. Herhangi bir turizm bölgesinde ortaya çıkabilecek beklenmedik olaylar ülkedeki, bölgedeki veya belde-deki turizm hareketini büyük ölçüde olumsuz etkileyebilir. Olaya turizm bölgesindeki çalışan açısından bakıldığında bu olumsuzluk gelir kaybına,

işsizliğe ve fakirliğe yol açabilecek boyutlara ulaşabiliyor. Pek çok turist tatilini geçirmek için herhangi bir turizm yöresini tercih ederken birçok faktörü dikkate alarak karar veriyor. Çünkü turistlerin ilgilendikleri ilk şey, güvenliklerini ve mutluluklarını ortadan kaldıracabilecek ve tehditlerin minimum seviyede kalarak kendilerini tam anlamıyla tatmin eden bir bölgeye seyahat etmek.

EKONOMİYİ HAREKETLENDİRİYOR

Bireylerin sahip olduğu boş zamanlarını ve maddi birikimlerini farklı amaçlarla turizm sektöründe değerlendirme kararı almalarıyla gittikleri tatil yöresinde tüketim, istihdam, dış satım, yatırım ve kamu gelirleri gibi ekonomik yönleri bulunan bir sürecin başlamasına neden oluyor. Turistlerin sektörde ortaya çıkmasına neden olduğu ekonomik süreçlere bağlı olarak, bazı ülkelerin ekonomik gelirlerinin turizm sektörüne bağlı olduğu bile görülüyor.

Aralarında Türkiye'nin de bulunduğu gelişmiş veya gelişmekte olan birçok ülke ekonomisi için turizm gelirlerinin dış ödemeler dengesi

üzerinde önemli payının bulunduğu da biliniyor. Ülkelerin döviz gelirleri, genellikle yurt dışına sattıkları mallarından elde ettikleri gelirler oluştururken sahip olduğu doğal veya tarihi zenginliklerden yararlanmak üzere gelen turistlerin yaptığı harcamalar, döviz gelirlerini meydana getirmesi nedeniyle turizm gelirleri ekonomide yeri farklı bir önem kazanıyor. Buna bağlı olarak turizm gelirleri her şeyden önce ödemeler dengesi üzerinde önemli etkileri bulunan görünmeyen dış satım kalemi. Bu anlamda turizm gelirleri ülke içinde perakende fiyatlarla yapılan mal ve hizmet dış satımı olarak kabul edilebilir. Bu alana yapılan yatırımlar oransal olarak çok yüksek düzeyde döviz getirisi sağlar. Emek yoğun bir karaktere sahip olan turizm sektöründeki faaliyetlerin otomasyona ve mekanizasyona geçme imkânları son derece sınırlı olduğundan, istihdam yaratma imkânı da genel olarak yüksek. Turizm endüstrisinin ekonominin diğer sektörlerinde de doğrudan veya dolaylı olarak yarattığı istihdam da genel olarak ekonomi üzerinde olumlu etkilerin ortaya çıkmasına neden oluyor.



ADRENALİN TUTKUNLARINA

Dağcılık sadece belirlenmiş bir dağın doruğuna zirve tırmanışı yapmak ve bu esnada karşılaşılabilecek tüm sorunlarla başa çıkarak turu tamamlamak amaçlı kurgulanıyor. Bu spor dalını diğer spor dallarından ayıran en önemli nokta bir yarışçısının veya seyircisinin bulunmaması, kişinin üst seviyede disipline ve kendi sorumluluk bilincine sahip olması. Dağcılık, yaralanma ve ölüm tehlikesinin bulunduğu spor dalları arasında yer alıyor. Dağcılık, paraşütçülük, kaya tırmanışı, otomobil yarışçılığı, sürat kayağı gibi spor dalları yoğun bir heyecan faktörü içeriyor.

EKONOMİ BİLİMİYLE YAKINDAN İLGİLİ

Kişinin turizm hareketlerine katılmaya karar vermesinde etkisi olan faktörlerden biri de maddi kazancı veya turizm sektöründe harcamak üzere gelirinin ne kadarını ayırabileceğiyle ilişkili. Bu konu, ekonominin bir alt disiplini olan 'mikro ekonomi'nin ilgi alanı içinde kalıyor. Bireyin sahip olduğu boş zamanını nasıl değerlendireceği, çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak üzere gelirini nasıl dağıtacağı ve birikiminin ne kadarını turizm harcamalarına ayırabileceği, iktisadi değerlendirmelere konu. Daha geniş bir açıyla değerlendirildiğinde, toplumun ne kadarının turizm hareketine katılacağı, kaç geceleme yapacağı, hangi mal ve hizmetlerin talep edileceği, harcamanın hangi turizm bölgelerinde gerçekleştirileceği gibi konular ekonomi biliminin ilgi alanına giriyor.

2018 yılı Dünya Turizm Raporu'na göre Amerika Birleşik Devletleri 211 milyar dolarla dünyada en yüksek turizm gelirin sahip ülke. Amerika Birleşik Devletleri, 68 milyar dolarla listenin ikinci sırasını paylaşan İspanya'dan yaklaşık üç kat fazla gelir elde ediyor.

54 SEKTÖRÜ DOĞRUDAN ETKİLİYOR

Turizm, milli gelire olan katkısının yanında döviz kazandırıcı yönü, ödemeler dengesindeki açıkları kapatma pozisyonu ve sağladığı iş olanakları açısından, ekonomik ve sosyal dengelerin merkezindeki sektörler arasında. Turizm aynı zamanda ülkemiz için etkin bir pazarlama ve tanıtım aracı.

Bu çerçevede turizm sektörünün Türkiye ekonomisi üzerindeki etkisinin ve diğer sektörlerle geri ve ileri bağlantılarının, ilişkilerinin belirlenmesi bu araştırmanın odaklarından biri konumunda. İhracattan sonra en büyük döviz kaynağı sektör olan turizm, etkilediği ve etkilendiği sektörler açısından son derece hayati bir konumda. Ekonomi içinde turizm başta gıda, yeme-içme ve ulaştırma gibi 54 sektörü doğrudan etkiliyor.

UZUN YAZ GÜNLERİNDE YAT TURU

Türkiye, yatçıların her gece değişik, özel demir atacakları koy, körfez ve plajların hazinesi olarak mavi yolculuğun ideal adreslerinden. İnsanın, kara yerine deniz perspektifinden bakması, körfezlerde ve denizlerde rüzgara yelken açmak ve tabiatla birleşmek deneyiminin eşsiz tanımı. Genellikle batı ve kuzeybatıdan esen ılımlı rüzgarlar doğanın tadına varılmasını sağlayarak uzun yaz mevsimini yatçılık için ideal hale getiriyor. Bu alternatif turizm türlerinde Türkiye sahip olduğu iklimiyle zengin seçenekler arasında yer alıyor.

**TÜRKİYE'DE DE 1.2 MİLYON KİŞİYE İSTİHDAM SAĞLIYOR**

Turizmin önemi birkaç gösterge açısından da özetlenebilir: Turizm gelirin, milli gelir içindeki payı son 30 yılda yüzde 0.6'dan yüzde 4'e çıktı. Öte yandan sektör gelirin ihracat gelirin oranı da yüzde 10'dan yüzde 20'lere kadar yükseldi. Dış ticaret açığını kapatma payı da benzer eğilimle yüzde 60'a kadar gelişme gösterdi.

Diğer yandan bir kişiye istihdam sağlamak için gereken sermaye yatırımının sektörde görece düşük olması, işsizlikle mücadelede önemli bir unsur. Dünya turizminde 300 milyona yakın insana iş sağlayan sektör, Türkiye'de de 1.2 milyon kişiye istihdam sağlıyor. Turizm Sektörünün

Yapısı, Büyüklüğü ve Ekonomiye Katkısı Raporu'na göre Türkiye'de yapılan ücret ödemelerinin yüzde 5'i turizmde gerçekleşiyor. Turizmde meydana gelen birimlik gelişme, Türkiye ekonomisinde iki birimlik canlanma yaratıyor. Turizm, girdi alımlarıyla ekonomide 54 sektörü doğrudan etkilerken bir yıl içinde 26 milyar dolarlık satın alma yapıyor. Bu özellikleriyle turizm, ekonomideki 59 ana sektör içinde ekonomiyi en fazla canlandıran 20'nci sektör konumunda. Turizm, ekonomideki bazı sektörler için hayati konumda. Örneğin, balıkçılık sattığı ürünlerin yüzde 51'ini turizmde sunuyor. Gıda ve içecek sektörü ara malı satışlarının da yüzde 20'si turizm sektörüne



yöneliyor. Mobilya sektörü de yüzde 14'ünü turizme satıyor. Öte yandan turizm birçok sektörün ihracatından daha fazla gelir yaratıyor. Bulgulara göre 20 sektörün turizme yaptığı satışlar, ihracatından daha büyük.

SEKTÖRÜN YAPISI

Turizm emek yoğun bir sektör. Turistin sürekli oturduğu yerden ayrılıp aynı yere geri dönünceye kadar geçen zaman zarfında konaklama, yeme-içme, ulaştırma, perakende alışveriş ve eğlence gibi birçok ihtiyacı karşılıyor. Turizm sektörünün bu özelliği dikkate alındığında kapasasının geniş olduğu ve tanımlamaya yönelik yapılan farklı denemelerin günümüz koşullarında yetersiz

kaldığı ileri sürülebilir. Turistlerin beklentilerinin ve tatil anlayışlarının birbirinden farklı olması nedeniyle, sektörün ilk bakışta birbiriyle ilgisizmiş gibi görünen farklı iş kollarıyla uyum içinde çalışmalarını gerektiriyor. Turizm sektörünün bu özelliğine bağlı olarak UNWTO'nun hazırladığı Turizm Aktivitelerinin Uluslararası Standart Sınıflandırılması'na göre ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi gereksinimlerin karşılanmasına yönelik turizmle doğrudan veya dolaylı olarak ilgili olan yaklaşık 185 tane faaliyet alanı bulunduğu belirlendi.

Farklı özellik taşıyan bu üretim birimlerinin aynı şemsiye altında toplanması turizm alanında işlem hacmini artırırken yeni pazarların gelişmesine de katkıda bulunuyor. Bu özelliğiyle turizm, günümüzde dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerden biri olma özelliğini kazandı.

Günümüzde sürekli gelişen ve değişen turizm sektörünün iki önemli boyutunu konaklama tesisleri ve seyahat işletmeleri meydana getiriyor. 1'inci Dünya Savaşı'na kadar olan dönemde genellikle sınırlı sayıdaki varlıklı kişilerin zevklerine

ve taleplerine uygun olarak faaliyet gösteren oteller, günümüzde dönüşüm geçirerek kitle turizminin koşullarına uygun, büyük kapasiteli ve standart hizmet sunan konaklama tesislerine dönüştü. Bu işletmeler, turizm sektörünün dışında faaliyet gösterenlerle müşterek çabalar içerisinde bulunarak daha da güçlenerek pazar paylarını artırma yoluna gitti.

Seyahat işletmeleri turizm literatüründe seyahat acenteleri ve tur operatörleri olarak sınıflandırıldı. Tur operatörleri paket tur olarak adlandırılan turistik ürünler oluşturarak pazarlamacılığın yanı sıra üretici kimliğini de beraberinde taşıırken seyahat acenteleri kendine özgü satış yöntemleriyle söz konusu ürünlerin sadece satışında aracılık görevini üstlendi.

Ülkemizde, seyahat acenteciliği ve tur operatörlüğü arasında kesin bir ayrım bulunmamakla, A grubu bir seyahat acentesi tur operatörlüğü, bütün turizm dallarında uzman olup olmadığına bakılmaksızın faaliyet gösterebiliyor.

Seyahat acentelerinin turist grupları için düzenlediği paket turlar ise sektörün değişik bir yönü. Bireysel olarak yapılabilenden daha ucuz,



Turizm, milli gelire olan katkısının dışında döviz getiren yanıyla ödemeler dengesindeki açıkları kapatarak yarattığı iş olanakları açısından, ekonomik ve sosyal dengelerin merkezinde...



KUŞLARIN ROTASINA TANIKLIK EDİN

Kuş gözlemciliği doğayı kuşların dünyasından tanımaya sağlayan bir gözlem sporu. Türkiye'deki toplam kuş türlerinin sayısı Avrupa'nın tamamında bulunan kuş türleri kadar. Zengin sulak alanlara sahip olması ve kuş göç yolları üzerinde bulunması, ülkemizi kuşlar açısından zengin kılıyor. Bu muhteşem macerayı mutlaka denemelisiniz.

tüm ayrıntıları daha önceden belirlenmiş grup seyahatlerine ilgi gösteriyor ve buna paralel olarak paket tur hizmeti sunan işletmeler hızla gelişiyor.

ÜLKE POLİTİKALARINI ŞEKİLLENDİRİYOR

Turizm, halkları birbirine yakınlaştıran, kaynaştıran, ön yargılarının değişmesine yol açan bir rol oynuyor. İşte çeşitli ülkelerin insanları arasında oluşan bu olumlu atmosfer devlet yönetimlerini de etkiliyor. Günümüzde ülke yöneticileri, kamuoyunun düşüncelerine, taleplerine önem vermek zorunda olduğu için politikalarını bu esaslara göre tayin ediyor ve seyahat etmeyi kolaylaştırıcı önlemler alıyorlar. Bugün birçok ülke vatan-daşı yalnızca kimlik kartlarıyla, bazı ülke vatandaşları ise havaalanlarında aldıkları vizeyle birçok ülkeye tatile gidebiliyor.

SAĞLIKTA ARAYIŞLARA YANIT VERİYOR

Günümüz insanı özellikle sanayileşmiş ülkelerde, büyük kentlerde yaşayarak çevre kirliliği, gürültü, trafik ve iş yaşamının yoğun stresi, rekabet

gibi etkenlerin baskısı altında kalıyor. Bu baskı, insanların ilk fırsatta doğaya kaçma ihtiyacını her geçen gün körüklüyor. İnsanlar, seyahatleri esnasında temiz hava, doğal yiyecekler, sağlıklı bir atmosferin dinlendirici, tedavi edici ve yeni zorluklara hazırlayıcı özelliklerinden faydalanmak istiyor. Konaklama tesislerinin sunduğu spor yapma imkânları, kaplıca ve şifalı su kaynaklarının tedavi edici özellikleri sonuçta turistleri sağlıklı ve mutlu ediyor.

KÜLTÜRLER ARASI İŞ BİRLİĞİ YARATIYOR

Turizm ve kültür arasında çok yoğun bir ilişki var. Bu iki olgu birbirini tetikleyen, geliştiren, yaygınlaştıran bir etki yaratıyor. Turistler, çeşitli kültür varlıklarını tanımak için seyahat eder. Özellikle el sanatları turistlerin her zaman ilgisini çekiyor. Bir ülkenin kültürünün turizmin hizmetine sunulmasıyla hem yöre halkı bundan etkileniyor hem de turistler daha fazla bilgi ve tanıma imkânı buluyor. Elbette bu bilgi ve kültürü yaşadıkları çevreye de taşıyorlar.

DÜNYA EKONOMİSİNİN DÖRDÜNCÜ SEKTÖRÜ

Turizm, dünya ekonomisinin dördüncü büyük sektörü. Her yıl yüz milyonlarca insan 100 milyarlarca doları seyahat için harcıyor. Devletlerin turizm sektöründen sağladığı gelirler, yine o ülke halklarının refahı için harcanıyor. Devletler, turistin yaptığı her harcamadan dolaylı ya da dolaysız vergi alıyor. Bugün bazı ülkelerin veya şehirlerin ekonomisi büyük ölçüde turizme bağlı.

ÖDEMELER DENGESİNE ETKİSİ OLUMLU

Gelişmekte olan ülkelerin çoğunluğunun zaman zaman döviz darboğazlarıyla karşılaştıkları biliniyor. Bu nedenle gelişmekte olan birçok ülke turizmi geliştirilmesi gereken ilk ve önemli sektör olarak görüyor. Birçok ülkede turizmi geliştirme düşünce ve çabalarının temelinde döviz getirisi sağlamak var. Turizm, yabancı sermayeye olan bağımlılıklarını azaltmak isteyen gelişmekte olan ülkeler açısından önemli üstünlükler taşıyan bir ekonomik faaliyet. Zira yerli giri-



YAYLALARA İLGİ ARTIYOR

Alışlagelmiş tatil anlayışına göre deniz, kum, güneş üçlüsü vazgeçilmez. Fakat insanların doğaya dönme ve sakin bir tatil geçirme isteği, son yıllarda oldukça popüler hale geldi. Sıcak yaz günlerinin bunaltılı havasından kurtulmak ve şehir hayatından uzaklaşmak zihni tamamen yenilemeye yardımcı oluyor. Çeşitli aktivitelere de katılma imkanı sunan yayla turizmi, farklı zevklere sahip insanlara da oldukça cazip geliyor. Doğa sporları için oldukça uygun olan yaylalarda özellikle trekking yoğun olarak tercih ediliyor. Temiz hava ve muhteşem manzaralara sahip bu bölgelerde hava koşullarından dolayı günün her saati aktif olabildiğiniz bir tatil geçirebiliyorsunuz.



şimciler için söz konusu olabilecek teknolojik sınırlamalar, turizmde diğer sektörlerle oranla en alt düzeyde.

Ayrıca bir ülkenin turizm gelirleri yurtiçinde turistlerin yaptıkları harcamaların tamamıyla yurtdışında iken satın alınan paket turun bir kısmını içeriyor. Dış ticaret açıklarının giderilmesinde turizm gelirlerinin çok önemli bir payı var.

YATIRIMLARI HIZLANDIRIYOR

Özellikle turist çeken bölgelerde turizm sektöründen daha fazla gelir elde edebilmek için altyapı yatırımları hızlanıyor. Turizmden daha fazla gelir edebilmek ancak alt ve üst yapı yatırımlarının artırılmasıyla mümkün.

İSTİHDAM YARATIYOR

Turizmin parasal etkilerinin yanı sıra ekonomide yarattığı gerçek etkilerin en önemlisi, emek yoğun üretim tekniğinden kaynaklanan istihdam etkisi. Bu nedenle turizm kendisinin doğrudan istihdama katkıda bulunması ve bu sektöre girdi veren diğer sektörlerle de dolaylı istihdam imkânları sağlaması ülkedeki toplam istihdamı olumlu etkiliyor.

Turizm sektöründe makineleşme ve otomasyon imkânlarının sınırlı olması, sektörün meydana getirdiği istihdam yoğunluğu, diğer sektörlerle göre daha yüksek. Sektörde emek yoğun üretimin hakim olması ne-

deniyle tüketim harcamaları, yüksek oranda doğrudan istihdam etkisi oluşturuyor. Bunun yanında turizm sektörüne mal ve hizmet sunan yan sektörlerle de yeni iş imkânları sağlayarak dolaylı istihdam etkisi meydana getiriyor.

BİRÇOK SEKTÖRÜ DOĞRUDAN ETKİLİYOR

Turizm, milyonlarca etkileşimin bir arada ortaya çıktığı, kendine özgü tarihi ve dili olan çok sayıda insanın katıldığı bir kitle hareketi niteliğini kazandı. Turizm uçak şirketleri, deniz yolları, tren, kiralık araba şirketleri, seyahat pazarlamacılarıyla sorunlara çare bulan kişiler, pansiyonlar, restoranlar ve toplantı merkezleri gibi kimi büyük kimi küçük iş kollarından oluşan birçok farklı alt sektörle bağlantılı ve bünyesinde yüzlerce yan kuruluşu barındıran bir şemsiye görünümünde.

TÜRKİYE'YE İLGİ ARTIYOR

Türkiye, 1981 yılında 1.4 milyon uluslararası girişin yapıldığı ve turizmden 400 milyon dolar gelir elde etti. TÜİK'in açıkladığı 2018 yılı turizm verilerine göre Türkiye'nin turizm geliri 2017'ye göre yüzde 12.3 artarak 29.5 milyar dolara ulaştı. Turizm gelirinin yüzde 81.8'i yabancı ziyaretçilerden elde edildi. Gelirin 22 milyar 546 milyon 616 bin dolarını kişisel harcamalar, 6 milyar 966 milyon 311 bin dolarını ise paket tur harcamaları oluşturdu. Kişi başına ortalama harcama 647 dolar, yabancıların ortalama harcaması 617 dolar oldu. Yurtdışında ikamet eden vatandaşların ortalama harcaması ise 801 doları buldu.

Türkiye'den çıkış yapan ziyaretçi sayısı 2018 yılında bir önceki yıla göre yüzde 18,1 artarak 45 milyon 628 bin 673 kişi oldu. Bunların yüzde 85,4'ünü 38 milyon 951 bin 902 kişiyle yabancılar, yüzde 14,6'sını ise 6 milyon 676 bin 771 kişiyle yurtdışında ikamet eden vatandaşlar oluşturdu.

2023 HEDEFİ 65 MİLYAR DOLAR

11'inci Kalkınma Planı'nda 2023 yılında turizm geliri hedefi 65 milyar



dolar olarak belirlendi. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin ilk kalkınma planı olan 11'inci Kalkınma Planı 2019-2023 TBMM'ye sunuldu. Kalkınma planında turizmin değişen tüketici eğilimleriyle teknolojik gelişmeler doğrultusunda çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi, sezon süresinin uzatılması, hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve daha fazla harcama eğilimi olan ziyaretçinin ülkeye çekilmesi gibi unsurlar temel amaç olarak belirlendi.

Bu kapsamda konaklama süresi ve konaklama dışı harcamaların artırılması, her bir destinasyon özelinde sek-

törde dönüşümün gerçekleştirilmesi ve koruma kullanma dengesi gözetilerek ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlanması hedefleniyor.

TANITIM VE GELİŞTİRME AJANSI KURULUYOR

Turizmde mevcut kaynak pazarların güçlendirilmesi, geliştirilmesi ve bunun yanı sıra yeni kaynak pazarların yaratılması yoluyla ziyaretçi sayısı artırılacak. Başta Uzakdoğu ülkeleri olmak üzere dünyada yükselen pazar konumundaki Türkiye için yeni kaynak oluşturmaya yönelik çalışmalar yürütülecek. Ana kaynak

pazarı olan ülkelerin seçilmiş şehirlerinden konaklama kapasitesinin yüksek olduğu turistik bölgelere başlatılan doğrudan tarifeli uçuş seferleri ve düzenlendiği bölgelerin sayısı artırılacak.

Turizmin tanıtımı ve yatırımların artırılması için özel sektörün finansman temininde ve karar süreçlerinde yer alacağı Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı kurulacak.

YURTDIŞINDA İMAJ ÇALIŞMASI YAPILACAK

Başta ana ve yükselen hedef pazarlar olmak üzere yurtdışında algı



HAVA SPORLARINI KEŞFETME VAKTI

Türkiye, yamaç paraşütü, yelken kanat, planör, paraşüt, balon gibi hava sporları meraklıları için keşfedilmesi gereken bir ülke. Dünyada ilk ortaya çıkışı 18'inci yüzyıl sonlarına uzanan balonla uçuş ülkemizde de yoğun ilgi görüyor. Uzun yıllar bireysel sportif amaçlı yapıldığı gibi turistik yörelerimizdeki yerel etkinliklerde balonla kent turları düzenleniyor.

ve imaj araştırmaları yapılarak yönetim planları hazırlanacak. Artan turist sayısını karşılamak üzere yatırım sürecindeki 212 bin 38 yatağa ilaveten plan döneminde yatak kapasitesi 300 bin artırılabilecek.

Risk ve kriz durumlarından sektörün etkilenmemesi için risk ve kriz yönetim planları hazırlanacak. Daha fazla gelir bırakan turizm çeşitlerinin geliştirilmesi, konaklama süresinin uzatılması, konaklama dışı harcama alanlarının yaratılması ve harcama eğilimi yüksek ziyaretçilere ulaşılması yoluyla kişi başı harcama artırılabilecek.

YÜKSEK GELİR GETİREN SEÇENEKLER ARTIRILACAK

Gastronomi, golf, sağlık, kruvaziyer, düğün, inanç, kongre ve alışveriş gibi daha fazla gelir bırakan turizm çeşitlerine yönelik talebin yüksek olduğu pazarlar tespit edilecek ve bu ülkelerden ziyaretçi sayısının artırılmasına ilişkin çalışmalar yürütülecek. Ortalama konaklama süresini artıracak ve turizmin yılın tamamına yayılmasını sağlayacak sağlık turizminin geliştirilmesi için tanıtım ve yatırım faaliyetleri yürütülecek.

İçerdiği farklı kullanımlarla turizm çeşitliliği sunan, bütüncül planlanmış turizm kentleri hayata geçirilerek ziyaretçilerin konaklama süreleri artırılabilecek, alışveriş, eğlence ve sportif faaliyetlerle konaklama dışı harcamaları artırılabilecek.

Büyük ölçekli turizm yatırımlarının gerçekleştirilmesine yönelik planlama ve arazi tahsis çalışmaları yapılacak, sürdürülebilir bir anlayışla turizmin çeşitlendirilmesi ve sezonun uzatılması amacıyla turizm altyapı yatırımları gerçekleştirilecek.



İNANÇ ZENGİNLİĞİYLE ÖNE ÇIKIYOR

Gerek ilköğretim medeniyetlerinin Anadolu'da gelişmesi, gerekse Hıristiyanlığın ilk dönemlerinde havarilerin, ortaçağda ise Musevilerin buldukları ülkelerde karşılaştıkları ağır baskı ve yok etme politikaları sonucu Anadolu topraklarına sığınmaları ortaya çıkardı. Bu durum Türklerin kendi dini olan İslamiyet'e ait eserlerin yanı sıra çok sayıda kilise, sinagog ile diğer mabetlerle dini eğitim veren okul ve vakıfların Anadolu'da yer almasına neden oldu.

2023'TE 75 MİLYON ZİYARETÇİ HEDEFİ

Plan kapsamında TÜİK ile Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 verilerine göre 29,5 milyar dolar olan turizm gelirinin 2023'te 65 milyar dolar olması hedefleniyor. Yabancı ziyaretçi sayısının 67,7 milyon, toplam ziyaretçi sayısının ise 75 milyon olması amaçlanıyor. 2023 yılında ziyaretçi başına ortalama harcamanın 867 dolar, ortalama konaklama süresinin 10 gece, ziyaretçi başına gecelik gelirin ise 86,7 dolar olacağı tahmin ediliyor.

4 BİN 500 YATLIK KAPASİTE ARTIŞI

Turizm değerleri destinasyon bazında gruplandırılarak tanıtılacak. Deniz turizmine katkı sağlamak üzere talebe ve doğal özelliklere uygun projelendirilmiş yat limanlarının yapılabilir bulunması halinde Kamu Özel İş Birliği Modeli (KÖİ) ile hayata geçirilmesi sağlanacak. Plan döneminde başlanacak yat limanı yatırımlarıyla yat bağlama kapasitesinde yaklaşık 4 bin 500 yatlık artış gerçekleştirilecek.

YENİ KRUVAZİYER LİMANI

İstanbul'un kruvaziyer seyahatinin başlangıç bitiş noktası olması için yeni bir liman yapılacak. Harcama eğilimi yüksek ziyaretçi trafiğini artırmak üzere ana turistik destinasyonlara business class ve comfort class uygulaması yaygınlaştırılacak ve sefer sayıları artırılacak.

'TURİZM TEMEL YASASI' ÇIKARILACAK

Turizm sektörüne ilişkin dağınık haldeki mevzuat günün ihtiyaçlarına göre gözden geçirilerek sektöre ilgilendiren tüm hususları içeren Turizm Temel Yasası çıkarılacak. Turizm hizmetlerinin çeşitlendirilmesi, yatırımların desteklenmesi, işletmeciliğinin teşvik edilmesi ve

sektör üzerindeki maliyetlerin azaltılması sağlanacak.

Her bir destinasyon özelinde ve odaklı anlayış çerçevesinde planlama hiyerarşisi gözetilerek yatırım planlaması dahil turizmin gelişimi ve yönetimi bütüncül olarak ele alınacak, çevreye duyarlı ve sorumlu turizm anlayışıyla sürdürülebilir turizm uygulamaları geliştirilecek. Destinasyon bazında strateji, master plan ve fiziki planlar hazırlanacak ve projeler yürütülecek. Kıyı alanlarının turizm sektörünün talepleriyle entegre bir şekilde koruma ve kullanma dengesi dikkate alınarak bütüncül yönetim planlaması yapılacak.

Koruma kullanma dengesi gözetilerek turizm alanlarının taşıma

**TÜRKİYE'DE 40 BİN MAĞARA VAR**

Yurdumuzda yaklaşık 40 bin mağara bulunuyor. Günümüze kadar tüm yerli ve yabancı mağaracı gruplarının inceleyerek belgelendirdiği mağara sayısı yaklaşık 800. Türkiye'nin en uzun mağarası 15 kilometreden fazla olan Isparta'daki Pınargözü Mağarası. En derin mağarası ise -bin 429 ile Mersin'deki Peynirlikönü. Türkiye'de 30'un üzerinde mağara turizme açılmış durumda. Bunların dışında yalnızca uygun ekipman sağlanarak rehber eşliğinde girilebilecek özel ilgi gruplarına yönelik birçok mağara mevcut.



kapasiteleri tespit edilecek ve alanlar buna göre yönetilecek. Turizm bölgelerindeki içme suyu, kanalizasyon, katı atık bertaraf ve atık su arıtma altyapı yatırımları gerçekleştirilecek.

Sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde, çevreye duyarlı tesislerin sayısının artırılması ve niteliklerinin geliştirilmesine yönelik mevzuat düzenlemesi yapılacak.

İklim değişikliğinin turizm sektörü



Türkiye’de daha fazla gelir bırakan turizm çeşitlerine yönelik talebin yüksek olduğu pazarlar tespit edilecek ve ziyaretçi sayısının artırılması için çalışmalar yürütülecek.

üzerindeki etkilerinin tespitine yönelik çalışmalar yapılacak.

ARA ELEMAN İHTİYACINA ÇÖZÜM

Turizm sektöründe daha yüksek standartlarda hizmet sunumu sağlanacak. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Milli Eğitim Bakanlığı arasında imzalanan protokol çerçevesinde yürütülecek uygulamalı eğitim programıyla sektörün ihtiyacı olan nitelikli ara

eleman ihtiyacı karşılanacak. Turizm sektörü çalışanları için Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen eğitim programlarına sektörün daha fazla katılım sağlamasına yönelik çalışmalar yürütülecek ve talebi karşılayacak şekilde eğitimler verilecek. Nitelikli personel istihdamını kolaylaştırmak ve personelin barınma ihtiyacının daha konforlu ortamlarda karşılanması için tesislere personel

lojman alanı tahsis edilecek.

Renovasyon yoluyla tesislerdeki fiziki şartların iyileştirilmesine yönelik hukuki düzenlemeler yapılacak ve uygulamaya konulacak. Turizm hizmetlerinde kullanılacak tesislerin standartlarının yükseltilmesini sağlamak üzere tesislerin belgelendirilmesine ilişkin sistem yeniden düzenlenecek.

Başta internet tabanlı uygulama-



lar olmak üzere turizm sektörünün paylaşım ekonomisinden daha etkin faydalanabilmesine yönelik düzenlemeler yapılacak, sektördeki Ar-Ge faaliyetleriyle teknolojiye dayalı uygulamalar desteklenecek. Turizmde dijitalleşme oranları ve sektörün dijitalleşme konusuna yatkınlığı araştırması yapılacak. Turizm sektöründe ürün geliştirme, tanıtım ve pazarlamada kullanılmasına yönelik büyük verinin toplanması ve analizi çalışması yürütülecek.

İÇ TURİZMİ ÖLÇME SİSTEMİ

Teknoloji destekli olarak ziyaretçi deneyimini artırıcı projeler geliştirilecek. Yurtdışı menşeli mobil ve internet uygulamalarına yönelik mali konular başta olmak üzere ülkenin mevzuatının uyumlaştırılması sağlanacak. Ayrıca iç turizmi ölçme sistemi kurulacak. Uygulama farklılıklarını ve bürokratik zorlukları ortadan kaldırmak üzere turizm yatırım süreci elektronik ortama taşınacak ve yatırımcıya iş yapma kolaylığı getirilecek.

UNWTO 2018 YILI ULUSLARARASI TURİZM HARCAMALARI

Üst üste yedi yılda turizm ihracatı genel olarak güçlü bir ekonomik ortamda uluslararası seyahatlere olan güçlü talebi yansıtarak mal ihracatından yüzde 3 daha hızlı büyüdü.

Dünyanın dört bir yanındaki birçok kaynak pazardan yapılan seyahatteki güçlü büyüme, uluslararası turizmden elde edilen gelirleri toplamda 1,7 trilyon dolara ulaştırdı. Bu, küresel hizmet ihracatının yüzde



İPEK YOLU İLE TARİHİN GİZEMİNE YOLCULUK

İpek Yolu, bugün de olağanüstü bir tarihsel ve kültürel zenginlik sunuyor. Bu yol, Orta Asya'yı Avrupa'ya bağlayan bir ticaret yolu olmasının ötesinde, 2 bin yıldır bölgede yaşayan kültürlerin, dinlerin, ırkların da izlerini taşıyor. Bu rotada ilerleyebileceğiniz bir tatil hayal etmek oldukça kolay. Bir sürü tarihi öğeye ve öğrenebileceğiniz kültürlere hayran kalacaksınız. Bu seyahat sizin için kesinlikle muazzam bir anı olacak.

Türkiye gibi gelişmekte olan birçok ülke ekonomisi için turizm gelirlerinin dış ödemeler dengesi üzerinde önemli payı var. Sahip olduğu doğal ve tarihi zenginliklerden yararlanmak üzere gelen turistlerin yaptığı harcamalar ekonomide önemli bir yere sahip.

29'unu ve toplam mal ve hizmet ihracatının yüzde 7'sini oluşturuyor.

Bu rakamlar, dünyadaki ilk beş ekonomik sektör arasında, kimyasal üretimin ve akaryakıt endüstrisinin gerisinde ancak gıda ve otomotiv endüstrilerinin önünde yer alıyor.

DÜNYA TURİZM GELİRLERİ DÜZENLİ OLARAK ARTIYOR

Turizm, birçok destinasyon için önemli bir döviz kaynağı ve ihracat çeşitlendirmesi için önemli bir araç.

Dünyada en büyük turizm harcaması yapan ülke Çin. 2018'de Çin, uluslararası turizm harcamalarında 277 milyar dolara ulaştı. Çin, turizm harcamalarında 2017'ye göre reel bazda yüzde 5 artış kaydederken en büyük ikinci ülke olan ABD ise yüzde 7 daha fazla harcama yaparak 144 milyar dolara ulaştı. İngiltere'den yapılan uluslararası harcamalar 2018'de yüzde 3, İtalya'da ise yüzde 4 artarken İspanya, 2018'de uluslararası turizm harcamalarında yüzde 12 artış kaydetti. Son yıllarda insanların yer değiştir-

mesine neden olan faktörlerin yanı sıra boş zamanlarını etkin biçimde değerlendirme ve şehirselleşme yaşam tarzının neden olduğu stres ve sınırlı zamandan uzaklaşma isteği, doğayla bütünleşme ve doğal ortamlarda tatil yapma arzusu gibi çekicilikler, turizm kavramının yeni boyutlar kazanmasına zemin hazırladı. 2018 yılı da dahil son yedi yıl boyunca turizm ihracatı, mal ihracatından yüzde 3 daha hızlı büyüdü.

GELECEĞE YÖNELİK ÖNGÖRÜLER

UNWTO'nun öngörülerine göre 2010–2030 yılları arasında uluslararası arenada seyahat sayısı yüzde 3.3 oranında artış göstererek 2030 yılında 1.8 milyar seviyesine yükselecek. Şeni destinasyonlara yönelik ziyaretçi sayısı yüzde 4.4 oranında artış kaydedecek.

Turizmin gelişmekte olan ekonomiye sahip ülkelere sağladığı katkı 1980 yılında yüzde 30 seviyesinde iken 2016 yılında bu oran yüzde 45'e yükseldi. 2030 yılında bu oranın yüzde 57 olması öngörülmüyor.





Niş alanlarda üretim ya

18. Fabrikasyon Metal Ürünleri Sanayii Komitesi

Nano Kesici Takımlar YKB Ersin Ertan Er
MUTAŞ Mutfak Isıtma Sistemleri Genel Müdürü Murat Kuzucu

Ergilsan Kesici Takım ve Kalıp İmalat Firma Ortağı Alper Ersin Ergil

29. Özel ve Sanatsal İmalatlar Sanayi Komitesi

ŞÜ-HA Kuyumculuk Firma Ortağı Hasan Kılıç

PERRE Grup Eğitim ve Hobi Ürünleri Genel Müdürü Mehmet Hakan Karlar

AG İmalat Pazarlama Sanayi YKB Zeki Gönenç Gürsoy

Gülistan Hediyelik Eşya Sanayi YKB Okay Akartepe

18. Fabrikasyon Metal
Ürünleri Sanayii
Komitesi ve 29. Özel
ve Sanatsal İmalatlar
Sanayi Komitesi
üyeleri asomedy'a da
buluştu



panlar, kolaylık istiyor

18. Fabrikasyon Metal Ürünleri Sanayii Komitesi ve 29. Özel ve Sanatsal İmalatlar Sanayi Komitesi üyeleri, hediyelik, tesbih, puzzle ve oyuncaklara kadar çok çeşitli ve niş alanlarda üretim yapıyor. Küresel ölçekte yer edinmiş firmaların da bulunduğu sektörün mensupları, bilgiye erişim, elektronik ticarete kolaylık, pazarlama için altyapı desteğinin önemine dikkat çekiyor.

Yuvarlak Masa toplantısının konusu olan 18 ve 29. komitelerde, her biri kendi alanlarında gerek Türkiye'de gerekse küresel anlamda faaliyet gösteren firmalar dikkat çekti. Sektör mensupları, niş alanlarda yoğunlaşan işleriyle farklılık yarattıklarını vurguladılar. Firmaların sorunları genel olarak KO-Bİ'lerin finansmana erişim, ara eleman sıkıntısı, bilgi ve pazarlama kanallarına erişim gibi alanlarda yoğunlaştı.

Buna karşılık özel alanlarda üretim yapan firmaların

bazı özel sorunları ve çözüm önerileri de dikkati çekiyor. Kuyumculuk sektöründe yetişmiş elaman sıkıntısına bir de güvenilir eleman bulma sıkıntısı ekleniyor. Sektörün dikkat çekici taleplerinden biri de bazıları yüksek bedellere satılan sanat eserleri olan ürünlerini sunabilecekleri mağazalar ve showroomların oluşması.

Sektör temsilcileri ASO ve Dünya Gazetesi tarafından düzenlenen yuvarlak masa toplantısında soruları yanıtladılar.



Alper Ersin ERGİL:

“Dünya değişiyor ama birilerinin de bize bu değişim sürecinde yol gösterici olması gerekir. Bilgiye erişim, finansmana erişimde de liyakat öne alınmalı. Proje bazlı krediler çok az. Devlet bir şeyler yapmaya çalışıyor aslında ama bunun da denetimleri gerekli. Proje kredisi alıp arbitraj yapanlar var. Bu konuda ilerleme sağlanmalı.”

Alper Ersin ERGİL:

Ucuz kredi alıp arbitraj yapanlar var

1997 yılından bu yana ahşap işleme, PVC, alüminyum, demir içermeyen metalleri işleyebilen kesici takımlar üreten aile şirketinin sektörde faaliyet gösterdiğini vurgulayan Ergilsan Kesici Takım ve Kalıp İmalat Firma Ortağı Alper Ersin Ergil, Almanya'dan yapılan ithalat devam ederken firmalarını kurduklarını ve bu alanda ihracat yapan bir seviyeye geldiklerini belirtti.

Alper Ersin Ergil, sektör içinde özellikle rekabet öncesi işbirliği modellerinin işlememesi, şirketlerin yıkıcı rekabet etme yoluna gittiklerini belirterek, özellikle standart dışı üretimlerin herkesi olumsuz etkilediğini vurguladı. “Yurt dışında iyi rekabet edebiliyoruz ama yurt içinde standart zorunluluklar olmadığı için 30 kişilik daha düzenli fabrikada üretim yapanla 3 kişilik merdiven altı denilen yerde üretim yapanın maliyetleri bir olmuyor” diyen Ergil, bu alanda imalat sanayinin genel bir sorununa işaret etti.

Sektör içinde organize olmakta çeşitli sorunlar bulunduğunu belirten Ergil, bunun da şirketlerin büyüme hızını düşürdüğünü, teşvik ve mevzuat konularında da bilgiye erişim sorunlarının gözlemlendiğini kaydetti.

Finansmana erişim konusunda firmalara mutlaka hizmet sunulması gerektiğini belirten Ergil, sektörün sorunları arasında olan eleman sorununu da yaşadıklarını, kendileri yetiştirme yoluna gittiklerini bildirdi.

“UCUZ FİNANSMAN SEÇİCİ VERİLMELİ”

Alper Ersin Ergil, üretimde kullandıkları “elmas” tabir edilen sert madenlerin Türkiye’de bulunduğunu ancak çıkarılmadığını vurgulayarak, bu alana yatırım yapılabilmesine işaret etti. Dünyanın ve ekonominin hızla değiştiğini belirten Ergil, şunları kaydetti:

“Bu değişime adapte olmamız lazım. Mesela finansla çok uğraşmak zorunda kalıyoruz evet dünya değişiyor ama birilerinin de bize bu değişim sürecinde yol gösterici olması gerekir. Berberler dahi organize olabilirken, biz organize olamıyoruz. Bu anlamda firmalar önce birbirine destek olmalılar.

Bilgiye erişim, finansmana erişimde de liyakat öne alınmalı. Proje bazlı krediler çok az. Devlet bir şeyler yapmaya çalışıyor aslında ama bunun da denetimleri gerekli. Proje kredisi alıp arbitraj yapanlar var. Bu konuda ilerleme sağlanmalı. Teşvik ve ucuz finansman konusunda evet bizim de hatamız var bilgiye erişim için yeterince çalışmıyoruz ama daha da kolaylaşmalı. Ayrıca, KOBİ'lere verilen teşvik ve desteklerin kullanımı sırasında çok araçlar gündeme geliyor. Bu engellenmeli.”

Ergil, sıklıkla elektronik ticaret kullanarak kargoyla ürün satışı yaptıklarını belirterek, “Elektronik Ticaret Gümrük Beyanı... Bunu çok kullanıyorduk. Müşavir olmayınca ihracat taahhüdünü kapatmakta kabul edilmiyor. Bu bir an önce çözülmeli” dedi.

Zeki Gönenç GÜRSOY:

Sanayicilerin sanata sponsorluğu desteklenmeli

Tespah ve diğer el sanatlarına dayalı ürünler üreten ve ihraç eden AG İmalat Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Gönenç Gürsoy, yaptıkları için devlet tarafından “kaybolmaya yüz tutmuş el sanatları” sayıldığını hatırlatarak, bu alana özel önem verilmesi gerektiğini kaydetti.

“Bana göre en önemli sorunlardan biri sanayi ile sanatın diyalog eksikliği” diyen Gürsoy, ASO başta olmak üzere, iş örgütlerinin sanatla ilgilenmesinin memnuniyet verici olduğunu, bunun firma bazında da yaygınlaşması gerektiğini vurguladı. Gürsoy, “Bizim sanayiciler ile sanat bağı kuvvetlendirmemiz gerekir diye düşünüyorum. Sanayi kuruluşlarının sanat sponsorluklarının desteklenmesi için sanat sponsorluğu teşvik programları vb. yöntemler geliştirilebilir” diye konuştu.

Firma olarak yaptıkları iş nedeniyle geniş bir bilgi ağına ihti-



Zeki Gönenç GÜRSOY:

“Türkiye’nin, yüzde 70’den fazlasını el sanatlarının oluşturduğu kültürel mal ihracatı 5 senede yüzde 120 büyüyerek 24.6 milyar liraya yükseldi. Sanayi kuruluşlarının sanat sponsorluklarının desteklenmesi için sanat sponsorluğu teşvik programları vb. yöntemler geliştirilebilir”

yaç duyduklarını, bilgiye erişimde zorlandıklarını kaydeden Gürsoy, başta Körfez ülkeleri olmak üzere çok sayıda ülkeye satış yaptıklarını vurguladı.

24.6 MİLYAR TL İHRACAT

Türkiye’nin yüzde 70’den fazlasını el sanatlarının oluşturduğu kültürel mal ihracatının 5 senede yüzde 120 büyüyerek 24.6 milyar liraya yükseldiğini belirten Gönenç Gürsoy, 17 milyar TL ithalat yaptığını ve sektörün dış ticaret fazlası verdiğini bildirdi. Gürsoy, 2012-2017 arasında yüzde 120 büyüyen bir sektörle karşı karşıya olduğunu, büyük bir potansiyeli barındırdığını kaydetti.

SERGİLEME VE SATIŞ ALANLARI

Zeki Gönenç Gürsoy, bazıları çok pahalıya satılan bir üretim yaptıklarını vurgularken, bu nedenle insanların görerek alışveriş yapma eğiliminde olduklarının altını çizerek, başta Akyurt Fuar alanı olmak üzere, doğrudan satış ve gösterim noktalarına ihtiyaç duyduklarını kaydetti. AVM’lerde geleneksel el sanatları için alanlar ayrılması zorunluluğunun gündeme geldiğini ancak hayata geçmediğini belirten Gürsoy, bu girişimin kendi sektörleri açısından önemli sonuçlar doğurabileceğini anlattı.

İnternet satışlarının da kendileri açısından önemli yer tuttuğunu belirten Gürsoy, Türkiye’de bazı uluslararası elektronik ödeme sis-

temlerinin kullanılmadığını, oysa yurt dışı internet satışları için bu gibi sistemlerin önem taşıdığını, mutlaka ödeme sistemi sorununun çözülmesi gerektiğini anlattı. Gürsoy, “Sadece Körfez ülkelerinde yıllık 70 milyar Dolarlık kredi kartı ve internet üzerinden alım yapıldığı düşünülürse büyük bir hacimden söz ettiğimiz anlaşılabilir” diye konuştu. Zeki Gönenç Gürsoy, imalatta kullandıkları bazı aletlerin ithal edildiğini, az miktarlarda bu türden ithalatlar için, hızlı ihracat gibi, tutar limitli, hızlı ithalat imkanı sağlanmasının da yararlı olacağını vurguladı.

Murat KUZUCU:

Üretim alanlarına daha sıkı denetimler yapılmalı

“Organize firmalarla, merdiven altı firmaların ayırımının tam olarak yapılamaması sorunu var. Yaptırımlar yetersiz. Gazlı ya da elektrikli cihazlar yapılıyor. Bunlar riskli ürünler. Daha iyi standartlar ve denetimler gerekli.”

Vital markası altında, endüstriyel mutfak, çamaşırhane, soğutucu ekipmanlar üretimi yapan MUTAŞ Mutfak Isıtma Sistemleri Genel Müdürü Murat Kuzucu da 40 ayrı ülkeye ihracat yapan bir hacme ulaştıklarını ancak standart dışı üretimlerin



Murat KUZUCU:

“Organize firmalarla, merdiven altı firmaların ayırımının tam olarak yapılamaması sorunu var. Yaptırımlar yetersiz. Gazlı ya da elektrikli cihazlar yapılıyor. Bunlar riskli ürünler. Daha iyi standartlar ve denetimler gerekli.”


Okay AKARTEPE:

“Türkiye Çin'den gelen ucuz bediyelik eşyalardan dolayı metal çöplüğüne döndü. Ucuza gelmiş, stoklanmış çok fazla mal var. Stokların erimesini bekliyoruz. Bunun temizlenmesi tahminimce 4-5 yılı bulacak.”

her geçen gün sektör için daha fazla sorun olmaya başladığını vurguladı.

Türkiye’de bu alanda 1000 dolayında irili ufaklı firmanın 4.5 milyar dolar ihracat yaptığını, yıllık ithalatın 800 milyon dolar olduğunu bildiren Kuzucu, sektörün dış ticaret fazlası veren az sayıdaki sektörlerden biri olduğunu altını çiziyor. 90’lı yıllarda neredeyse tamamı ithal ürünlerden oluşan sektörün, Türkiye’de güçlenerek önce ithalatı önlediğini, şimdi de İtalya, İspanya gibi güçlü ülkeler ile rekabete girdiğini belirten Kuzucu buna karşılık son dönemde çeşitli sorunların baş gösterdiğini vurgulayarak şunları kaydetti: “Dünya pazarlarında ülkemizi temsil etmeye çalışıyoruz. Fiyatlarımız Avrupa’ya nazaran uygun olup, (kalite olarak) Uzakdoğu

civarında benzer imalatlardan bir miktar yukarılarda. Rekabet avantajımız var. İleride İtalya, İspanya ve birçok ülkede yapılan üretimin Türkiye’ye kayacağını düşünüyoruz. Çünkü Türk markaları ciddi boyutta gelişme sağladı.

Bizim tip ürünlerle ilgili garanti sürelerinde, standartlara yönelik yayınlanmış mevzuatta bir netlik yok. Dolayısıyla organize firmalarla, merdiven altı firmaların ayrımının tam olarak yapılamaması sorunu var. Herkes birbiri ile rekabet edebiliyor. Bu işlere yatırım yapıp ciddi istihdam sağlayan firmalar daha çok öncelikli olarak yapmakta oldukları cihazlar basit düzenele üretilebildiği için bunun bir yaptırım, yayınlanması gereken bir kanun olabilir. Yaptırımlar yetersiz. Gazlı ya da elektrikli cihazlar yapılıyor. Bunlar riskli ürünler. Daha iyi standartlar ve denetimler gerekli.”

Sektörün satış vadelerinin uzaması, kur dalgalanması, maliyetlerin öngörülememesi gibi sorunlar yaşadığını belirten Kuzucu, sektörün eleman sıkıntısının da yüksek olduğunu vurguladı.

YERLİ MAKİNE ALIMINDA KDV KOLAYLIĞI OLMALI

Kendi sektörlerinde finansmana erişim ve makine alımlarının teşviki gibi araçlara daha fazla yer verilmesini isteyen Murat Kuzucu, özellikle yerli makine alımında sadece proje bazlı olarak KDV teşvikli alımların söz konusu olabildiğini belirterek, yerli makine tercihinde daha kolay vergi avantajı sağlanmasını önerdi. Murat Kuzucu, “Üretimi artırmanın, istihdamı artırmanın yolu üreticiye kolaylık sağlamak. Ekonominin belkemiği üreticiler olduğu için, o kesime finansman, vergi avantajı, istihdam destekleri, makine ekipman alım kolaylığı türünde her türlü kolaylık sağlanması iyi olur” dedi.

Murat Kuzucu, sektördeki standartlar sorununun çözümü için TSE’ veya Sanayi Teknoloji Bakanlığı ilgili birimlerinin güçlü adımlar atması gerektiğini belirterek, “Sadece belge denetimi ve belgenin onayı süre-

cinden ziyade, rutin olarak kontrol, denetleme mekanizması, çatkapı ziyaretleri yapılmalı. Üretici alanlarını denetlemeleri lazım. Daha önceden verilen belgenin, sağlanan standartlar devam ediyor mu, bunun denetlenmesi lazım. Evet çeşitli mallar ihraç ediliyor ama her bir mal Türkiye’yi temsil ediyor. Türk malının adını kötüye çıkardığımız zaman herkesi olumsuz etkiler. Kalitesiz hiçbir ürün olmaması lazım. Burada denetim mekanizmaları artırılmalı. Bu alanda teknik destek, eğitim desteği de verilmeli. Sektör bazlı mesleki eğitimler de verilmeli. İçeriği dolu hale gelmeli. Burada da bir devlet eli lazım” dedi.

Okay AKARTEPE:

Çin kaynaklı ithalat nedeniyle stokların erimesini bekliyoruz

Bakır ve pirinç ağırlıklı metal hediyeelik eşya sektöründe çalıştıklarını ve hammaddeden ürüne entegre bir üretim yaptıklarını kaydeden Gülistan Hediyeelik Yönetim Kurulu Başkanı Okay Akartepe, hurda girdi kullanarak geri kazanıma da destek verdiklerini kaydetti.

Türkiye’nin bir dönem Çin kaynaklı ithalat nedeniyle kendi sektörlerinde ağır sonuçlar yaşandığını belirten Akartepe, bu sürecin koruyucu vergilerle aşıldığını ancak çeşitli firmaların stoklarında çok büyük miktarda Çin menşeli ürün bulunduğunu kaydetti. Akartepe şunları kaydetti: “Geçmişte, ithalatçılar Türkiye’yi (bizim sektör anlamında) züccaciye ve hediyeelik eşyada ithal ürün çöplüğüne çevirdikleri için, bunun temizlenmesi tahminimce 4-5 yılı bulacak. Ucuza gelmiş, stoklanmış çok fazla mal var. İthalatçılar ellerinde mal olduğu için ve döviz girdisi de eski kurlardan olduğu için piyasada bir durgunluk olduğu zaman vadeleri açıyorlar. Bizim gibi üretim yapanlar o kadar vadeyi açamıyoruz. Satışlarımızı etkiliyor.”

“TURİST SAYISI FAZLA AMA SATIŞLAR YAVAŞ”

Akartepe, Rusya uçak krizi döneminde çok ciddi kayıplar yaşadığını, Türkiye'nin koruma önlemlerinin ardından, turizmdeki iyileşmelerle birlikte satışlarda artış ivmesi gözlemlediklerini kaydetti. Akartepe buna karşılık turist sayısındaki yükselişe paralel bir iyileşme olmadığını belirterek, “Şu anda otel doluluk oranı yüksek olmasına rağmen çarşı-pazardaki satışlar düşük geliyor. İyi bir sezonda bu aylarda 3. tur satışlar yapılırken şu anda 2. tur satışlarımızı yeni yaptık. Turist sayısı fazla ama satışlar yavaş. Nedeni, gelen turistler para harcamıyor. Sanıyoruz alım gücü düşük turistler ağırlıkta. Oteller dolu ama alış-veriş yok. 1 dolarlık magnetler bile çok yavaş satılıyor” bilgisini verdi.

Akartepe, finansmana erişim, el becerileri yüksek yetişmiş eleman, teşvik ve desteklerden yararlanma ve bilgiye erişim sorunlarını kendilerinin de yaşadığını ve bu konuda iyileştirmelerin sektöre katkı vereceğini vurguladı. Çin'den gelen ürünlere karşı vergi korumasının sürdüğünü ancak bir miktar daha yükseltilebileceğini belirten Akartepe, “Bu konu önemli. Şu örneği vereyim, sadece nargile ürününü düşünürsek, İstanbul'da 200 imalatçı varken Çin ithalatı başladıktan sonra imalatçı 6-7 firmaya kadar düştü” dedi.

Mehmet Hakan KARLAR:

Tahsilat sorunu riskin ötesine geçti

Anatolian Puzzle markası adı altında puzzle ve eğitici mukavva çocuk oyunları üreten ve 5 kıtada 30'u aşan ülkeye ihracat yapan Perre Grup Genel Müdürü Hakan Karlar, dünyada 50 dolayında şirketin bu alanda çalıştığına işaret etti. Türkiye'nin sağladığı rekabet avantajıyla küresel ölçekte yer edindiğinin altını çizdi.

Doğrudan perakende sektörüne çalıştıklarını, bu sektördeki zorluklar nedeniyle sermaye yoğun çalışmak zorunda kaldıklarını kaydeden Hakan Karlar, üretimlerinin yüzde 30'undan fazlasını ihraç etmeleri nedeniyle denge sağlayabildiklerini kaydetti.

REKABET YÜZÜNDEN YENİ YATIRIMLARA AZ BÜTÇE

En önemli hammaddeleri olan mukavva kağıdın tedarikinde iç piyasada zorluklar yaşandığını hatırlatan Hakan Karlar, iyi kalite yerli kağıdın fiyatının kabul edilebilir sınırın üzerine çıktığını vurguladı. İthalat ve telif gibi unsurlar nedeniyle kur riski aldıklarını ancak bunu şirket içinde eritebildiklerini belirten Hakan Karlar, “Firma olarak yüzde 30-35 ihracat oranını yakaladık. Türkiye genelindeki her yerde ürün satabildiğimiz gibi, rekabet edip dış markaları da iç pazarda baskılayabiliyoruz. Yurt dışında 15-20 dolara satılan ürünü 60 TL'ye satıyoruz. Dışarıdan ürün girişini engelliyoruz fiyat yoluyla. Elbette bunun da bir sonucu var. Fiyat düşüklüğü nedeniyle yeni yatırımları daha az bütçe ayırabiliyoruz” diye konuştu.

“Tahsilat sorunu riskin ötesinde bir şey. Psikolojimizi bozmaya başladı” diyen Hakan Karlar, kendi sektörlerinde perakende, toptancı vb. zincirin halkasındaki bütün bileşenler içinde bütün riski üreticinin üstlenmek zorunda kaldığını belirterek, “Üretici de hammadde riskini mi, perakendecinin riskini mi alsın, son kullanıcıya mal mı beğendirsin.. Kendi üretim işimize odaklanmakta zorlanıyoruz” dedi.

“ABD'DE PAZARA GİRMEK İÇİN DEPO AÇTIK”

ABD'de pazara girebilmek için depo açma yoluna gittiklerini kaydeden Hakan Karlar, yurt dışına açılmada desteğe ihtiyaç duyduklarının altını çizdi. “Büyük firmalara verilen desteklerle, bizim gibi orta ve küçük ölçekli firmalara verilen destekler arasında ciddi farklar var” diyen Hakan Karlar, teşviklere ve



Mehmet Hakan KARLAR:

“Perakende, toptancı vb. zincirin halkasındaki bütün bileşenler içinde bütün riski üretici üstlenmek zorunda kalıyor. Üretici de hammadde riskini mi, perakendecinin riskini mi alsın, son kullanıcıya mal mı beğendirsin? Kendi üretim işimize odaklanmakta zorlanıyoruz”

desteklere erişimde fiili durumun araçlarla çalışmayı gerektirdiğini, firmaların süreçleri daha kolay yönetebileceği bir başvuru-değerlendirme sisteminin uygulanması gerektiğini belirtti.

“KAYIT DIŞI FİRMALARLA MÜCADELE EDİLMELİ”

Sektörde kayıt dışı iş yapmak isteyen firmaların da olduğunu belirten Hakan Karlar, bu konunun önemli olduğunu ve mutlaka mücadele edilmesi gerektiğini belirtti. Telif ödemeyen bir firmanın sadece bu nedenle yüzde 10-12 maliyet


Ersin Ertan ER:

“Sektörde ödeme vadelerinin uzaması ciddi bir sorun. Ayrıca tahsilat sorunları da yaşanıyor. Ayrıca ara eleman, finansal erişim hepimizin ortak sıkıntısı. Fuar alanı yıllardır çözemediğimiz bir sorun. Fuarın bir an önce açılması lazım ki, Ankara sanayisinin, ticaretinin gelişmesi hızlansın”

avantajı yakalayabildiğini belirten Hakan Karlar, dürüst çalışmak isteyen firmalara da hem haksız rekabet, hem de dış pazarlarda itibar kaybı zararı doğduğunu vurguladı. Karlar, “Doğru firmaysanız elinizden geleni yapıyorsunuz fakat karşıdaki firmanın bundan imtina etmesi otomatik olarak sizi dezavantajlı duruma düşürüyor. Fransa’ya ihracat yaparken, bir başka Türk firmanın sahte belge ile mal sokmaya çalışmasının olumsuzluğunu da biz temizlemeye çalıştık. O anlamda buradaki denetimlerin etkili olması ve denetimin de arkasında durulmaması ciddi anlamda bizi eksi duruma düşürüyor. TSE’den aldığımız akredite belgeyi kabul etmemeye kadar gidiyor sonuç” dedi.

Hakan Karlar, yerli üretime önem verildiğini, bu alanda firmaların özendirildiğini ancak içeride düzgün çalışmak isteyen yerli firmaların kayıt dışı çalışanlara karşı yeterince korunmadığını belirtti.

“ÖNCELİKLER BELİRLENEREK FİRMA BAZINDA TEŞVİK VERİLMELİ”

PERRE Grup Genel Müdürü Mehmet Hakan Karlar, teşvik uygulamasının kolaylaştırılması yanında, tasarımının da değişmesi gerektiğini belirterek, ASO gibi odaların ve sivil toplum örgütlerinin de teşvik tasarım, teşvik uygulama süreçlerine dahil edilmesi gerektiğini kaydetti. Hakan Karlar, “Teşviklerle ilgili sorun yok, teşvik çok ama yeni bir sistem tasarlanmalı. Devletin önce-

likle endüstri gruplarıyla, sektörlerle ilgili bir teşvik oluşturması, sonra da firma bazında bir teşvik vermesi gerekli. Benim firmam gibi bir firmanın ihracatı geliştirme yaklaşımı ve ihtiyaçlarını ile bir başka firmanın ihtiyaçları aynı olamaz. Teşvikler için doktorun reçete çıkarması gibi reçete çıkarmalı ve sonrasında denetlenmeli. Teşvik veriliyor sonra unutuluyor. Tek kontrol ihracat yaptın mı.. Başka kriterler de konulmalı ve denetlenmeli” diye konuştu.

İmalatçı firmaların finans uzmanı çalıştırmakta zorlanabileceğini kaydeden Hakan Karlar, bankaların sadece kredi vermek değil, firmalara finansal yönetim hizmeti vermesinin de sağlanması gerektiğini kaydetti.

Hakan Karlar, üretici firmaların ile ithalatçı firmaların da ayrı kategorilerde değerlendirilerek teşvik ve desteklerin üreticiler lehine uygulanmasını önerdi.

Ersin Ertan ER:
Ödeme vadeleri uzadı

“Sektörde ödeme vadelerinin uzaması ciddi bir sorun. Ayrıca tahsilat sorunları da yaşanıyor. Ayrıca ara eleman, finansal erişim hepimizin ortak sıkıntısı. Fuar alanı yıllardır çözemediğimiz bir sorun. Fuarın bir an önce açılması lazım ki, Ankara sanayisinin, ticaretinin gelişmesi hızlansın” dedi.

Nano Kesici Takımlar Makine

Tezgaah Bilişim Teknolojileri Yönetim Kurulu Başkanı Ersin Ertan Er, 2007 yılından itibaren 12 yıldır Nano Kesici Takımlar Ltd. Şti. olarak İvedik OSB Bölgesi’nde faaliyet gösterdiklerini ve sektörün önde gelen firmalardan; Walter Kesici Takım, Haimer, Lang, PELİ, Bahco firmalarının Ankara ile çevre illerde yetkili bayiliği yaptıklarını söyledi.

“Nano Kesici Takımlar; Başta savunma sanayi olmak üzere, otomotiv, havacılık, demiryolu ve genel talaşlı imalat ve diğer sanayi kolları için olduğu gibi aynı zamanda metal-kesim-işleme sektöründe yenilikçi ve yüksek hassasiyetli ürünlerin satışı ve teknik desteğini sağlamaktadır” diyen Ertan Er, Nano Kesici Takımlar firmasının talaş kaldırma teknolojisi konusunda tecrübeli ve profesyonel satış kadrosuyla müşterilerine minimum maliyet ve maksimum verim sağlayarak çözüm önerileri sunduğunu kaydetti.

MOBİL UYGULAMA ARACI:

Müşterilerine sundukları hizmetler içinde yer alan Demo aracı hakkında bilgi veren Er, “Bu hizmetimiz ile özel ihtiyaçlarınıza ve uygulamalarınıza uygun amaçlı tavsiye ve demo imkanı sunuyoruz” dedi.

SEKTÖREL SORUNLAR

Sektörel bazda bakıldığında, yatırım yapmak, işlerini büyütmek, verimliliği artırmak, üretim maliyetlerini azaltmak isteyen sanayici-

lerin en büyük sıkıntısının nitelikli ara eleman bulamaması olduğunu söyleyen Er; “Özellikle makine ve ekipman kullandırabileceği kalifiye eleman bulamayan birçok sanayici, yapacağı yatırımları ve kapasite artırımlarını ertelemek zorunda kalıyor.

Türkiye’de sanayinin bütün branşları için ihtiyacı olan ara elemanlar maalesef yeterli sayıda yetişmemekte. Bunun en büyük sebebi eğitimdeki çarpıklıktır. Liselerden ve meslek liselerinde mezun olan öğrencilerin hepsi üniversiteye gitmek istiyor. Hâlbuki üniversitelerin kapasitesi bu müracaatların bir kısmını karşılayabiliyor. Bu da üniversite kapısında bir yığılma meydana getiriyor. Dolayısıyla, her sene bir işsizler ordusu meydana geliyor. İşte böylece bir tarafta genel kültür almış işsizler ordusu, diğer tarafta yetmiş ara eleman ihtiyacı doğmuş oluyor. Diplomalı işsizler ordusuyla ara eleman açığı birbirini tamamen zıttı olan iki olgudur. Bu iki olgu, birbirinin çözümü olacağı yerde, toplumumuz için iki ayrı probleme dönüşmektedir. Üniversite Sanayi iş birliği istenen seviyeye çıkarılmalıdır. Meslek yüksekokulu ve sürekli mesleki eğitim merkezinin sayısı sanayicinin ihtiyaçları doğrultusunda artırılmalıdır” diye konuştu.

“ÖDEME VADELERİNİN UZAMASI CİDDİ SORUN”

Ersin Ertan Er, sektörde ödeme vadelerinin uzamasının da ciddi

sorun olduğunu, tahsilat sorunlarının da sıklıkla yaşandığının altını çizdi. Sektörün sorunlarının diğer şirketlerden farklı olmadığını altını çizen Ertan Er “Ara elemanlar hepimizin ortak sıkıntısı. Finansal erişim, vadeler hepimizin ortak sıkıntısı. En büyük sıkıntımız fuar alanı. Yıllardır çözemediğimiz bir sorun. Fuarın bir an önce açılması lazım ki, Ankara sanayisinin, ticaretinin gelişmesi hızlansın. Fuar büyük önem taşıyor” dedi.

Hasan Kılıç: “Banka Kuyumcu Entegrasyonu projesi geliştirdik”

Kuyumculuk sektöründe imalatçı olarak faaliyet gösteren Hasan Kılıç da sektörün Ankara’da gelişme potansiyeli olduğunu ancak sektörün ortak bir vizyon içinde hareket edemediğini vurguladı. Kılıç, en önemli sorunlarının tasarruf amacıyla insanların kuyumcular yerine bankalardan altın almaya başlaması olduğunu belirterek, bu amaçla yapılan alımların yarı yarıya azaldığını kaydetti. Ankara’da 100’den fazla imalatçı olduğunu belirten Hasan Kılıç ortak hareket etmenin önemi işaret etti.

Sektörün bir diğer sorununun güvene dayalı bir iş olması nedeniyle eleman sıkıntısı olduğunu kaydeden Kılıç, yetenekli olması

yanında güvenilir insan aranmasının da ikinci bir kısıt oluşturduğunu kaydetti. Kılıç, hırsızlıklara yönelik cezaların da artırılmasını isteyerek, görsel amaçlı takı alımından ve kullanımından insanların çekinebildiğini kaydetti.

BANKA KUYUMCU ENTEGRASYONU PROJESİ

Hasan Kılıç, tasarrufa yönelik bankalara yatırılan altınların, kuyumculuk sektöründe alışverişe imkan sağlaması için bir model önerdiklerini belirterek, bu modeli şöyle açıkladı: “Banka Kuyumcu Entegrasyonu projesi geliştirdik. Önerimiz şu: Vatandaş bankaya altın mevduatı açtığında, kredi kartları üzerinden kuyumculardan alışveriş yapabilmeli. Has altın limitine entegre edilmiş bir sistem. Bankada altın mevduatı bulunan vatandaşlara bankalar bu kartı verecek ve uygun pos cihazı ile kuyumcudan alışveriş yapabilecek. Bu önerimizi gündeme taşımaya çalışıyoruz. Kayıt dışılığı önlemede pos cihazı kullanılarak bir miktar önlenecektir. Banka aracılığıyla olacağı için bir miktar çözülebilir.”

Hasan Kılıç, güvene dayalı eleman yetiştirilmesi için de ailelerin, kamunun, sektörün ve eğitim kurumlarının ortak bir çözüm üretmesi gerektiğini belirterek, sektöre yetenekli olması yanında ahlaki değerleri yüksek elemanlar yetiştirilmesi gerektiğini kaydetti.



Hasan Kılıç:

“Tasarrufa yönelik bankalara yatırılan altınların, kuyumculuk sektöründe alışverişe imkan sağlaması için bir model önerdik ve Banka Kuyumcu Entegrasyonu projesini geliştirdik. Vatandaş bankaya altın mevduatı açtığında, kredi kartları üzerinden kuyumculardan alışveriş yapabilmeli. Bu önerimizi gündeme taşımaya çalışıyoruz.”

Afrika'nın dördüncü büyük ekonomisi

CEZAYİR

Afrika'nın en geniş topraklarına sahip, Arap Birliği ülkeleri arasında en büyük dördüncü ekonomisi olan Cezayir'de hidrokarbon ürünleri ihracat gelirlerinin yüzde 97'sini ve GSMH'sinin yüzde 45'ini karşılıyor. Ticaret politikalarını serbestleştirme çalışmalarına 1990'ların ortasında başlayan ülkede önemli ölçüde ithal ikameci ve korumacı eğilimler dikkat çekiyor.

Afrika'nın en geniş topraklarına ve önemli doğalgaz ve petrol rezervlerine sahip Cezayir, Güney Afrika, Nijerya, Mısır'ın ardından kıtanın en büyük 4'üncü ekonomisi. Ayrıca, 22 üyesi bulunan Arap Birliği ülkeleri arasında Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Mısır'ın ardından 4'üncü büyük ekonomi olarak öne çıkıyor. Sahip olduğu büyük doğalgaz ve petrol kaynaklarına karşın ülke, kişi başına düşen gelir açısından alt orta gelirli ülke statüsünde.

2000'li yılların başından itibaren kademeli bir şekilde serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecini yaşayan Cezayir'de, benzer durumdaki diğer ülkelerde olduğu gibi bu sürecin sıkıntıları halen hissediliyor. Zengin doğal kaynaklarına karşın halkın satın alma gücünün çevre ve komşu ülkelere göre düşüklüğü, ülke ekonomisinin sektörel bazda çeşitlendirilerek geliştirilmesine yönelik ulusal ve uluslararası yatırımlardaki yetersizlik, kamu iktisadi teşekküllerinin özelleştirme çalışmalarının çok yavaş ilerlemesi, kayıt dışı sektörün büyüklüğü, bölgeler arasında ciddi ekonomik ve sosyal dengesizlikler ve genç nüfusta yüzde 30'ları bulan işsizlik bu sıkıntıların başlıca kısmını teşkil ediyor.



KAYIT DIŞI EKONOMİYLE MÜCADELE EDİYOR

Ülkenin belli başlı sorunlarından bir tanesi de kayıt dışılığın ekonomisinin yüzde 60'tan fazlasını oluşturması. Özellikle ekonomik aktivitelerin yüzde 90'ından fazlasının nakit parayla gerçekleştirilmesi bunda ciddi bir rol oynuyor. Bazı büyük oteller ve alışveriş merkezleri dışında kredi kartı uygulaması yok. Bu bakımdan Cezayir devletinin vergi gelirleri de daha çok ithalattan alınan gümrük ve katma değer vergilerinden oluşuyor.

Bu durumun değiştirilmesi ve kayıt dışılıkla mücadele edebilmek için 2011 yılında işlem türü ne olursa olsun değeri 500 bin dinarı geçen bütün ödemelerin banka kanalıyla yapılması zorunluluğu getirildi. Ayrıca, 100 bin dinarı geçen ödemelerin de çekle yapılması zorunlu. Yine bu kapsamda kayıt dışı kurulan pazarlar kapatılıyor ve esnafın kayıtlı çalışması için teşvikler sağlanıyor.

Cezayir parası Dinar konvertibl değil ve ülkede sıkı bir kambiyo rejimi uygulanıyor. Cezayir vatandaşlarının ve yerli şirketlerin döviz bulundurma ve yurtdışına para transferi yasalarla belirli durumlar dışında yasak. Bu durum uygulamada paralel para piyasalarının oluşmasına yol açtı. Bu çerçe-



İstanbul'dan Cezayir'e doğrudan nakliye seferleri bulunuyor. İzmir, Mersin gibi limanlardan ise İstanbul aktarmalı olarak Cezayir'e sevkiyat yapılabilir.

de oluşan kara borsalarda Merkez Bankası tarafından belirlenen döviz kurları, piyasa fiyatlarından yüzde 30-40 seviyesinde sapma gösteriyor. Burada Cezayir'in dinarı değerli tutma çabası da önemli rol oynuyor.

25 MİLYAR DOLAR DIŞ TİCARET FAZLASI

Öte yandan, Cezayir enerji ürünleri ihracatı sayesinde her yıl neredeyse 20-25 milyar doları bulan bir dış ticaret fazlası veriyor. Bu sayede son 10 yıldır cari denge düzenli bir şekilde fazla veriyor.





Cezayir ile ilgili en ilginç verilerden biri ülkenin başta enerji ürünleri olmak üzere temel tüketim ürünlerine yaptığı yüksek sübvansiyon oranlarına karşın halkın satın alma gücünün halen düşük olması. Cezayir'in hidrokarbon ürünlerini 8,5 milyar dolar ve elektriğe 2,1 milyar dolar sübvansiyon ettiği ve bu tutarın anılan ülkenin GSMH'sinin yüzde 6,6'sına tekabül ettiği biliniyor. Cezayir'in diğer temel tüketim ürünlerine yapılan harcamalarla GSYH'nin yüzde 13'ü tutarında sübvansiyon harcamalarının olduğu, bütçeye dâhil edilmeyen sübvansiyonlarla bu oranın yüzde 30'a yaklaştığı tahmin ediliyor.

Cezayir'de ekonomik büyüme, büyük oranda petrol fiyatlarına ve yağış düzeyine bağlı. IMF verilerine göre ülkedeki hidrokarbon sektörünün istikrarlı büyümesinden dolayı, 2018 yılına kadar GSYH'nin yıllık ortalama yüzde 3,7 oranında büyüyeceği ve 2018 yılında GSYH'nin cari fiyatlar bazında 238 milyar doları aşacağı tahmin ediliyor.

TARİFE DIŞI ENGELLER UYGULANIYOR

2014 yılında Cezayir'in dış tica-

SERBEST TİCARET ANLAŞMALARI

1990 yılların ortasından itibaren ticaret politikalarını da serbestleştirmeye başlayan Cezayir, buna karşın önemli ölçüde ithal ikameci ve korumacı eğilimler gösteriyor. Avrupa Birliği ile 2002 yılında imzalanan ve 2005 yılında yürürlüğe giren Serbest Ticaret Anlaşması ile pek çok sanayi ürününün ithalatında AB ülkeleri menşeli ürünlere indirimli gümrük vergileri uygulanıyor. Bazı ürün gruplarında da bu vergiler halihazırda sıfırlanmış durumda. Tarım ve balıkçılık sektöründe ise çok kapsamlı olmamakla birlikte karşılıklı kota sistemi uygulanıyor. Yine bu çerçevede Cezayir 2004 yılında Büyük Arap Serbest Ticaret Bölgesi'ne (GAFTA) üye oldu. Ancak, bu kapsamdaki gümrük tarife indirimleri oldukça geniş muafiyet listeleri 2010 yılında hayata geçirilebildi.



Cezayir, Rusya, İran ve Azerbaycan'ın ardından dördüncü büyük doğal gaz tedarikçisi. Ayrıca, Cezayir gıda sektöründe faaliyet gösteren Türk firmaları için cazip iş olanakları sunuyor.

ret fazlasının 4 milyar dolara gerilemesiyle ithalat artışına yönelik eleştiriler gündeme geldi. Bu sebeple, Cezayirli kamu kurum ve kuruluşları tarafından bazı ürün gruplarının ithalatında talep edilen bilgi ve belgelerin incelenme sürelerinin gereksiz şekilde uzatıldığı ve ithalatın zorlaştırılarak bir nevi tarife dışı engellerin uygulandığı pozisyon aldı.

Bu kapsamda, 2015 yılı Mart ayında Cezayir hükümeti ithal araçlar için yeni güvenlik unsurlarını içeren bir yasa çıkardı. İthal araçlar söz konusu güvenlik şartlarının uygunluğunu gösteren sertifikayı (certificate of conformity) almadan Cezayir pazarına giriş yapamıyor.

BİYOTEKNOLOJİK TOHURLARIN İTHALATI YASAK

Diğer taraftan Cezayir Maliye Bakanlığı ithalatı sınırlamaya yönelik aldığı yeni tedbirler kapsamında 22 Ekim 2017 tarihinde bir açıklama yaptı. Buna göre tüm ülkelerden Cezayir'e ithal edilecek tüm eşyalar için ithalatçı şirkete, mallar yola çıkmadan önce Cezayir bankalarına müracaatta bulunularak kayıt numarası alması ve ithal eşyasının yükleme tarihinden 30 gün önce Cezayir bankalarına ithalat bedelinin yüzde 120'sini yatırması zorunluluğu getirildi.

Ayrıca, Cezayir hükümeti biyoteknolojiyle üretilen tohumların ithalatını yasakladı. Ancak, bu

kuralın istisnası olarak araştırma amacıyla biyoteknoloji tohumları ithal ediliyor. Cezayir, 2010 yılından itibaren birçok medikal araç ve ürününün ithalatını yasakladı.

Özellikle ürünlerin muadillerinin yerli üretimi var ise ithalatına izin verilmiyor. Cezayir'e kanatlı hayvanların ithalatı ise yerli üretimin yeterli olması ve bulaşıcı hastalıkların engellenmesi amacıyla yasak. Yine müteahhitlik projelerine ilişkin ikinci el iş makinesi de ithal edilemiyor.

HAMMADDE İHRACATINA UYGULANAN KISITLAMALAR

Cezayir'de, 2007 yılından itibaren bazı demir ve demir dışı metaller, hammadde malzeme ve ekipmanın ihracatı izne tabi.

Bu çerçevede, demir hurdalarıyla bakır, alüminyum, kurşun, çinko, tungsten (wolfram), molibden, tantal, magnezyum, kobalt, bizmut, kadmiyum, titan, zirkonyum, antimuan, manganez, berilyum, krom, germanyum, vanadyum, talyum ve cermet hurdalarıyla telefon ve elektrik kabloları, demonte veya monte edilmiş telefon santralleri,



İTHALATI HER YIL ARTIYOR

Hidrokarbon sektörü ihracatı toplam ihracatın yaklaşık yüzde 95'ini oluşturuyor. Ancak, son yıllarda petrol fiyatlarının düşmesi nedeniyle ihracatı azalmış durumda. Bir yandan tarımsal üretimin, diğer yandan sanayi altyapısının yetersizliği nedeniyle pek çok tüketim mamulünü dışarıdan almak durumunda kalan Cezayir, ihtiyaçlarını karşılamak üzere yıllar itibarıyla sürekli artan miktarlarda ithalat yapıyor. Avrupa Birliği, Cezayir'in en önemli ticaret ortağı konumunda.

demiryolu ray ve traversleri, demonte fabrikalar, kullanılmış makine, ekipman, yedek parça, akü ve katalitik kap ihracatına herhangi resmi bir yasaklama kararı olmaksızın izin verilmiyor.

TÜRKİYE İLE STRATEJİK ORTAK

Cezayir, Türkiye ilişkileri 1516 yılında Barbaros kardeşlerin Cezayir'e gelişleriyle başladı. Osmanlı idaresinin ardından Cezayir'de Türkiye'ye ve Türk milletine duyulan sempati ve yakınlık duyguları bugün de geçerliliğini koruyor. Türkiye ile Cezayir Demokratik Halk Cumhuriyeti'yle diplomatik ilişkiler ülkenin bağımsızlığını kazandığı 1962 yılında tesis edildi. Doğu Bloku'nun yıkılmasıyla birlikte Türkiye ile Cezayir arasında siyasi ilişkiler giderek daha da gelişti. Böylece son dönemde gerek

üst düzey siyasi, gerek teknik heyetler seviyesinde karşılıklı ziyaretlerde artış yaşanırken 2006 yılında 'Dostluk ve İşbirliği Anlaşması' imzalandı. Türkiye, Cezayir tarafından İspanya, İtalya ve Portekiz'le 'stratejik ortak' olarak değerlendiriliyor.

Türkiye ile Cezayir arasındaki ticarete 2005 yılı öncesinde Cezayir lehine seyreden dış ticaret dengesi, Cezayir'e yapılan ihracatın düzenli olarak her yıl artmasıyla 2006 yılından itibaren Türkiye lehine fazla vermeye başladı ve dış ticaret dengesi 2018 yılında 893 milyon dolara ulaştı. 2017 yılında Türkiye'den Cezayir'e gerçekleştirilen 1,7 milyar dolarlık ihracat, 2018 yılında yine 2 milyar dolar düzeyinde gerçekleşti.

150 MİLYON DOLARLIK BAVUL TİCARETİ

Diğer taraftan, kayıt dışı ekonomi kapsamında değerlendirilen bavul ti-



careti yoluyla yıllık yaklaşık 100-150 milyon dolar bir ihracat gerçekleştirildiği tahmin ediliyor. Bunun yanı sıra İspanya, Fransa ve İtalya limanları üzerinden ülkemiz menşeli malların re-export yoluyla veya Magrep Birliği üyesi ülkelerden transit olarak Cezaýir'e geldiği ve bu ticaretin yıllık toplamının yaklaşık 300-350 milyon dolara ulaştığı tahmin ediliyor.

İhraç edilen başlıca ürünler; kara-yolu taşıtları için aksam ve parçalar, inşaat aksamı, dizel motorlar, kablolar, buzdolapları, maden işleme makineleri, plastik çubuk ve profiller, hazır giyim, demir çelikten profiller, kumaş, gıda işleme makineleri, tarım işleme makineleri, elektrik panoları ve demir çelikten sobalar.

TÜRKİYE'NİN CEZAYİR'DE İTHALATI

2017 yılında 766 milyon dolar olan Türkiye'nin Cezaýir'den ithalatı, 2018

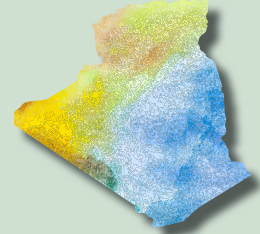
yılına 1,1 milyar dolara yükseldi. 2018 yılında Türkiye'nin Cezaýir'den ithalatının yüzde 91'ini petrol gazları, diğer gazlı hidrokarbonlar ve petrol yağları oluşturuyor.



CEZAYİR DEMOKRATİK HALK CUMHURİYETİ

Başkent: CEZAYİR

Yüzölçümü: 2.381.741 km²



Yönetim biçimi:
CUMHURİYET



Resmi dili:
ARAPÇA, FRANZCA



Para birimi:
CEZAYİR DİNARI

Temel ekonomik göstergeler



GSYİH:	172 milyar dolar
Enflasyon:	Yüzde 5,5
Reel GSYİH büyüme:	Yüzde 2,3
İşsizlik:	Yüzde 11,1
Nüfus:	42,2 milyon
Nüfus artış hızı:	Yüzde 2,1
İhracat (milyar dolar)	41,17
İthalat:	46,2 milyar dolar
Kişi başına GSYİH:	4 bin 69 dolar

İthalat-ihracat ve ürünler



Başlıca ihracat kalemleri:

Mineral yakıtlar-yağlar, anorganik kimyasallar, gübreler, şeker ve mamulleri, organik kimyasallar

Başlıca ithalat kalemleri:

Makineler, kara ulaşım taşıtları, elektrikli-elektronik aletler, hububat, demir-çelik

Türkiye'nin başlıca ihraç ürünleri:

Kara ulaşım araçları ve parçaları, demir-çelik ürünleri, makine aksam ve parçaları, tekstil ve hazır giyim ürünleri.

Türkiye'nin başlıca ithal ürünleri:

Mineral yakıtlar-yağlar, şeker ve mamulleri, anorganik kimyasallar.

Türkiye'ye gelen Cezaýirli ziyaretçi sayısı:

2018'de 288 bin 207



Fatma Cesur

“KALİTESİZ ÜRETİMİN DÖNÜŞÜ KÖTÜ OLUR”

Fatma Cesur, Hacettepe’de öğrenciyken başladığı iş yaşamındaki başarısını bugün kendi firması REF Cerrahi’yi dünya markası haline getirmek için devam ettiriyor. Başarılı girişimci, sektörüyle ilgili olarak, “Bu aslında çok büyük görünen çok küçük bir dünya. Eğer çok kaliteli üretim yapamazsanız, bunun size dönüşü son derece kötü olur” diye konuşuyor.

Güney Afrika, Rusya dahil 72 ülkeye ürün yolladıklarını kaydeden Cesur; sonuç odaklı çalıştığını belirterek senede 1-2 fuar hedeflediklerini söylüyor. Sektöründe yaşanan kıyasıya rekabetle ilgili gözlemlerini de aktaran Fatma Cesur; “Amerika’nın Çin’den neden ürktüğünü Çinlileri yakından tanıyınca gördüm. Orada herkes benim gibi korkunç tutkuyla çalışıyor. Bu rekabet duygusundan çok yaptığı işi kendi çocuğu gibi sahiplenme.”

Öncelikle sizi tanıyabilir miyiz?

Hacettepe Eczacılık mezunuyum. Öğrenciyken parttime çalışıyordum. Bir Türk-Alman şirketi olan, Et ve Balık Kurumu’nun yan kuruluşu Etbaş’ta çalışıyordum. İlk kez Türkiye Özal dönemi sonrası bir dışa açılım yapıyordu ve ben orada sekreter olarak başladım. Altı ay sonra Almanlar tarafından keşfedildim. Almanca ve İngilizce bildiğim için beni direkt genel koordinatör yaptılar. Düşünebiliyor musunuz? 22 yaşında...

Alman şirketinin başında Recep Mızrak isimli genel müdür var o dönem.

Türkiye’de kesinlikle dışa kapalı bir dünyayız. Burada Türkiye’de bir şeyler yapabilmeyi ve bu dünyanın bir parçası olmayı hedefledim. Çıkmış olduğum yolculuk 26 yıl sürdü. Şu an REF Cerrahi, Raşit ve Fatoş’un kısaltması.

Eşim ortopedi cerrahı, ben de bir eczacıyım. Daha sonra tamamen kendi şirketimi kurdum. Bütün bunları gördüğüm zaman: Burada benim bir hikaye yaratmam imkansız. Ufacık bir şeyde sürekli izin alıyorsunuz, ona gidiyorsunuz. Bundan yüksünmüyorum ama o kafalar, beyinler sizin yapmak istediğinize izin vermiyor.

Biz de o dönemler oturduk ve eşimle ne yapabiliriz diye tartışık. O dönemler Stille diye bir İsveç markası var. Stille o dönemler ameliyat masası ve operasyon üreten bir firma. Şu an bu firmayı uluslararası şirket evliliklerinden dolayı başka bir firma satın aldı. Ben orada eşimle beraber 3-4 yıl çalıştım. Eşim de o dönemler Ankara Dr. Muhittin Ülker Acil Yardım ve Travmatoloji Hastanesi’nde ortopedi cerrahı olarak klinik şefiydi. Tabii benim otomatik olarak ticarete atılmam ve beraber yaptığımız bu yolculukta eşim etik olarak orada çalışmayı uygun bulmadı, istifa etti.



Biz kemik için implant dediğimiz yaklaşık olarak 17 yıl İsviçre ve Amerika Egzatek'in distribütörlüğünü yaptık. Bütün Türkiye çapında. Her tarafta servis verdik. Ne zamana kadar? Döviz hızla yukarı çıkana kadar. Biz bir marka yaratmaya karar verdik. Bizim yarattığımız markanın adı REF Cerrahi Motorlar. REF Cerrahi Motorlar'ı kemik için kemik kesme motorları yapıyoruz. Biz kemik kesme motoru üretiyoruz. CE belgemiz var, kendi markamız ve ihracatını yapıyoruz.

Yaptığınız bu delici ve kesici motorlar daha çok nerelerde kullanılıyor?

Delici ve kesici motor. Beyin cerrahiye, küçük parmaklara ve ortopediye tamamen ortopediye yönelik delici kesici motor. Hijyenik ortamlarda, ameliyatlarda cerrahın kullandığı bir motor. Sterilizasyon kutuları var. Ameliyathanelere girerken çok kompakt girmek lazım. Kemik içi implant, ortopedi cerrahıysanız bu motor olmazsa olmazınız. Her ameliyathanede kullanılması gerekiyor.

Bu alanda üretim yapan başka firma var mı?

Var, 2-3 tane Türkiye'de benim bildiğim. Daha fazla yok. Benim bunu yapmaktaki hikayem. Kemik içi protezin Türkiye distribütörüyüm ve motorları da dışarıdan getiriyordum. Motorlarımız bozuluyordu, biz İsviçre'ye yolluyorduk. Düşünebiliyor musunuz? Motor İsviçre'ye gidiyor, tamir edilip geri geliyor. Korkunç bir maliyet. Ben zaten 15 yıl kendi ameliyatlarımda kullandım. Şu an Türkiye'de bu işi yapan yüzbinlerce firmada 300'e 400'e yakın motorum var.

TÜRKİYE'DE ÜRETİM MALLİYETLERİ YÜKSEK

Nerelere ihracat yapıyorsunuz?

Aslında biraz zorlanıyoruz. Neden zorlanıyoruz? Çünkü dünya markasını yaparken Fransa, Almanya gibi ülkelerde dedeleri onlar için çalışmış. Bütün dünyaların kapılarını açmışlar. Bizim dedelerimiz o kadar çalışmamış. Ama ben bundan yüksünmüyorum. Bunlar beni daha

çok teşvik ediyor. Bu daha çok ne yapabilirim diye beni düşündürüyor. Daha ucuz nasıl malzeme üretebilirim? Çünkü şu an Türkiye'de bizim üretim maliyetimiz çok yüksek. Bir kere bu motoru 4-5 bin dolardan ucuz üretemiyorum. Bu kadar yüksek maliyetle bizi Çin'le aynı düzeye koyuyorlar. Benim şu an 3 bin dolara ürettiğimi, Çin 600 dolarla Türk pazarına giriyor. Ben şimdi bunların mücadelesini veriyorum.

Nasıl bir mücadele veriyorum? Öncelikle ayakta durabilmek için teknik ekip oluşturdum. Bütün onların getirdiği makine yığını yaptığı yere biz onarım veriyoruz. CNC tezgahlarına hem bakım onarım yapıyorum hem de kendi markamı ayakta tutmaya çalışıyorum. Tamamen Türk malı.

CE belgesi olmadan bu ürünü ne Türkiye'de ne de dünyada satamazsınız. Şu personellere şu eğitimi vereceksiniz, şunları yapacaksınız, personelin solidwork bilmek zorunda, personelin İngilizce bilmek

zorunda. Onun için şu an tamamen şirketin dış yüzüyüm. Şirketin dış yüzü demek, uluslararası yazışmaları ben yapıyorum. Finansman kısmına da bakıyorum. Cerrahi ve teknik kısma eşim bakıyor.

Üretimde de kalite odaklısınız...

Şu an bizle 8 arkadaş çalışıyor. Hepsini tamamen tekniker, eğitilmiş ve mühendis. Biz alaylı arkadaş çalıştırmıyoruz. Öncelikle KOSGEB destekliyiz. Biz KOSGEB'in bütün eğitimlerine katılıyoruz. Şu an 3 personelim eğitimde. Öncelikle eğitime önem veriyorum çünkü şunu çok iyi biliyorum: eğer yanlış bir şey yaparsam... Cezayir'e iki motor yolladık. Eğer biz iyi malzemeler yollamaysaydık Fransa'daki distribütörüne benden aldırıyorlar malzemelerini. Referans çok önemli. Çok küçük bir dünya bu aslında, çok büyük

TAM BİR KİTAP KURDU

Kendinize vakit ayırabiliyor musunuz? İlgilediğiniz alanlar hobileriniz var mı

Ben bir okuma hastasıyım. Benim Kütahta'daki su fabrikamın bile her tarafı kitap. Ben kitap okumayı ibadet olarak görüyorum. Günde 50 sayfa okumadığım zaman bugün ibadetimi yapmadım diyorum.

Kitap okuyorum, spor yapıyorum, iki saat boyunca spor yapıyorum. Spor hayatıma tenisle başladım ama eşim Balkanlar Doktor Turnuvası'na katılıp şampiyon oldu. Eczacı ve doktorlar olarak bu turnuvaya katılıyoruz. Ben daha çok seyirci olarak katılmama rağmen, iki saat bisiklete biniyorum.

Eşimle çok iyi dostuz. Kızım da uluslararası bir şirkette İngiltere'de araştırmacı olarak çalışıyor. Öbür kızım da bizim şirketimizin CEO'su. Kızlarım da benimle beraber ticaretin içinde büyüdü.

görünen bir dünya. Eğer çok iyi bir kalite yapmazsanız, çok iyi bir üretim yapamazsanız, bunun size dönüşü son derece kötü olur.

Amerika'yı ürküten sizce Çinlilerin çalışma tutkusu mu?

Benim şimdi REF Cerrahi olarak devletten çok bir desteğim yok. Çünkü biz devletimize paradan çok vizyona ihtiyacı olduğuna inananlardanım. Şöyle vizyon olabilir. Ben Asya Pasifik kongrelerine katıldım. Orada şunu gördüm: bütün dünya kendi pavyonunu açıyor. Pavyon dediğim üretim. Mesela İsrail pavyonu, Türkiye pavyonu, Amerika pavyonu, Almanya pavyonu. Biz bir pavyonu açarken mesela Çin pavyonu var ki devasa bir şey. Zaten neden Amerika'nın Çin'den ürkütüğünü bireyleri yakından tanıdığım zaman gördüm. Herkes benim gibi orada korkunç tutkuyla çalışıyor. Rekabet duygularından daha çok yaptığı işi kendi çocuğu gibi sahiplenmiş. Benim Türkiye'den beklentim vizyona ihtiyacımız var. Zaten o vizyonu oluşturabilirsek o parayı kazanıyoruz.

Vizyonu nasıl yaratabiliriz?

Fuara katılıyorsun, kartla alışveriş yapıyorsun. Kartlaştıktan sonra



o ilişkileri yürütmek, iletişim sağlamakta kendi başına bir misyon kendi başına bir iş. Hedefim, KOSGEB'ten bazı beklentilerim var. Şimdi bir yardım paketi oluşturuluyor. Ama yardım paketlerine bizim gibi firmalar girmiyor. Ben siyasete falan girmek istemiyorum. Neden girmedığımızı de çözemedim. Çünkü gerçekten onun başında cici insanlar var. Yani güzel insanlar var. Gidiyorsun, geliyorsun, açılış yapıyorsun ama ortada hiçbir şey yok. İhracat teşviki var diyorlar. İhracat teşvikine gittim. Geçen yıl bütün bunları harmanladım. Orada gencecik uluslararası ilişkiler mezunu bir çocuk vardı ve çokta ilgilendi. "Fatma Hanım gelin size ihracat kredisi verelim" dedi.

Aslında çok da uygun. Özellikle banka kredilerinden çok çok daha uygun ama bizden şunu talep ediyor: milyon dolar parayı oraya bloke edip karşılığında kredi alacaksın. Ben o parayı orayı bloke etsem, sana niye geleyim? Türkiye'deki vizyon eksikliği bu. Eğer siz bir şey yapmak istiyorsanız hakikaten bu Türkiye'deki sanayicilerin elinden tutmak istiyorsanız öncelikle bu konu hakkında bilgi sahibi olacaksınız. Bu insanlar ne yapıyor, bu insanlar ne ile meşgul, ne yapmak istiyorlar?

HERŞEY KÜÇÜK ADIMLARLA BAŞLAR

Bu süreçte devletten beklentileriniz var mı?

Bir kere bu üç sorunun cevabını bulabildiğimiz zaman sanayi olarak da, üretici olarak da bizim önümüz açık olur. Benim tek talep ettiğim bu vizyon. Bizi anlamalarını istiyorum. Yani bize bir teşvik vermek istediler ve çok cüzi bir teşvik, 20 bin. Çok büyük bir para. Ben o 20 bin lirayı 40 bin lira yaparım. Biz burada bir ürün üretmek için 10 tane tezgah çalıştırıyoruz. Elektrik harcıyoruz, mühendis çalıştırıyoruz, katma değer veriyoruz. Sonra onu uyduruyoruz, o çalışmıyor. İşte benim devletten ve KOSGEB'ten beklentim bu inovasyon...

Ben o üretim aşamasını yaparken bunu sonuçlandıracak ekonomiye ihtiyacım var, o kadar. Çok



büyük rakamlar değil, bize senede 200-300 bin gibi rakamlarda yardım edilebilir. Bu hibe falan değil, sonradan ödemek için yapılırsa biz bu işi bitiririz. Benim şu anki hedefim bu. Çok büyük adımlar istemiyorum her şey küçük adımlarla başlar.

“REKABET ETTİĞİM ÜRÜNLE YANYANA YÜRÜMEYİ DÜŞÜNÜYORUM”

Pazar payınızı genişletmek için ne tür etkinliklere katılıyorsunuz?

Fransa'ya yolladık, Romanya'ya yolladık, biz Avrupa Birliği ile çalışıyoruz. Capetown'a yolladık, Rusya'ya yolladık. 72 ülkeye yolladık. Yapıyoruz, çalışıyoruz, ilişkilerimiz son derece iyi. Bu yıl iki fuara katıldık. Dubai ve Çin'e gittik. Çin devasa bir ülke. Avrupa'da katıldık. Bu sene de 1-2 fuar hedefliyoruz. Fuarları da şöyle istiyorum. Bir iş getirebilecek fuarlara gitmek istiyorum. Öyle laf olsun diye fuara gittim demek istemiyorum. Yani tamamen sonuca odaklı çalışıyorum..

Fransa olsun, Almanya olsun tüm ülkelerde dedeleri onlar için çalışmışlar. Bizim dedelerimiz bizim için o kadar çalışmamış. Bunlar beni daha çok teşvik ediyor. Bu daha çok ne yapabileceğimi düşünüyorum.

Çünkü teknoloji çok değişiyor ve çok büyük bir rekabet var. Daha doğrusu Anadolu'da bir laf var: “Boşa atacak bir kurşunum yok.” İnanılmaz bir rekabet var ve müşterilerim bana çok pahalıya sattığımı söylüyor. Çünkü Çin benden çok daha ucuza satıyor ama Avrupa ve Amerika'ya göre çok ucuz. 12 bin dolara satıyor Amerika. Ben 3-4 bine satıyorum. Ben de dolayısıyla Çin'den partner bulmaya çalışıyorum. Burada oturarak kendi üstünlüğünü bulamazsın. Rekabet ettiğim ürünle yan yana yürümeyi düşünüyorum.

Bu konuda görüşmeler var mı?

Var. Çin'de benim yaptığım işin aynısını yapan var. Kemik kesme motorlarının biz bir de bıçaklarını üretiyoruz. Her ameliyatta o bıçağı değiştirmek zorundasın. Aslında katma değeri yüksek bir ürün yapıyorum. Son derece düzgün ve katma değeri yüksek. Bunu da zaten CE belgesi dediğimiz o belgeyi sizin alabilmeniz için bu hikayeyi oluşturmanız lazım. Dışarıdan proje alıyoruz. ASELSAN'a üretim yapan dostlarımız var mesela. Şanzımanı onlarla yaptırıyoruz. 42'ye yakın ekiple çalışıyoruz. Şanzımanın motorunu yurtdışından getiriyorsunuz. Burada yapıyorsunuz. Buradaki mühendislerini üzerine çalıştırıyorsunuz. Biz bütün bu hikayeleri bitirdikten sonra belgeyi alıyoruz ve piyasaya çıkıyoruz.

Bunu satış alanında belgelendirmeniz lazım. Bizim bütün sunta ve üretim ürünlerinin linelerinde kayıtları var, SGK'da, Sağlık Bakanlığı'n-

da. Aksi takdirde bunların üretimini yapamazsınız. Satışını da...

İlerleyen zamanda yeni bir yatırım düşünüyor musunuz?

Şimdi mikromotorlar... Çinlilerle korelasyon olarak çalışmayı düşünüyoruz. Yeni bir hacim olarak onun üzerine düşünüyoruz. Bir de kemik içi implant dediğimiz protezin üretimini düşünüyoruz. Çok özel bir kalça protezi var. Eşim de tabii kalçada çok iyi olduğu için bilimsel bir ekiple onu götürüreceğiz. Özel bir dizayn. Bir tek İsviçre'de var. Biz onun yıllarca Türkiye'de distribütörlüğünü yaptık. Şimdi çoğu hastalarımız onlara veremiyoruz. Çünkü bizim Sağlık Bakanlığıyla 2,2 euro ile anlaşma yaptık. Şu an euro 7 liraya doğru gidiyor. Bizim bu ürünü getirmemiz imkansız bir şey.

Biz de şimdi düşünüyoruz. Bu ürünü Türkiye'de nasıl üretiriz? Bizim bu işi yapan arkadaşlarımızla, fabrikaları olan arkadaşlarla bütün bu işleri kolerasyon yapacağız. Ekibin başında cerrahi olarak eşim olacak. Dış ticaret yüzü olarak ben olacağım. Üretim ayağı onlar olacak. Görüşme halindeyiz.

Bir kadın sanayici olarak Ostim'de çalışmanın avantaj ve dezavantajları var mı?

Şunu söylemek istiyorum ki: benim durumundan kaynaklanan bir şey ya da benim hayata bakış açımı ilgili. Saygı duyulmaz, duyurtulur. Ne avantajını gördüm, ne dezavantajını gördüm? İnsan odaklı bir bireyim, insanı çok seviyorum. Tıpla uğraşıyorum, ölüm kalımla uğraşıyorum, delici kesici motor üretiyorum. Ama benim yaşamdaki durumum sevgi üzerine kurulu. Bu yüzden benim kullanıcılarım, doktorlar beni çok sever.

Ne verirsiniz, onu alırsınız. Bu yüzden hiçbir dezavantajını görmedim. İlk gördüklerinde garipsiyorlar, gözlerinde hissediyorum ama unutturuyorum onlara. Haftada 3 kez geliyordum. İki ay evvel Ostim'e gelmeye karar verdim. İyi ki de yapmışım diyorum çünkü ina-

nılmaz bir dinamizm var burada, çünkü üretim var...

Peki başarınızda bir anahtar kelime kullanın desem, bu ne olur?

Azim ve dürüstlük. Çünkü başarı bilgiyle gelir. Bilgi de kendine yatırım ve azimle.

“ŞİRKETİMİZİN DÜNYA MARKASI OLMASINI İSTİYORUM”

Şirketinizi 5-10 yıl içinde nerede görmek istersiniz? Bir planlamanız, hedefiniz var mı?

Kesinlikle var. Şirketimizi bir dünya markası haline getirmek istiyorum. Bütün dünyanın kapılarını zorluyorum. Onların dedeleri, Fransızların dedeleri onlar için iyi çalışmışlar. Ama bunu bir handicap olarak görmüyorum. Tabii ki bunu azimle hemen yenecek halim yok ama bu imkansız olmadığını bilincindeyim. Zamana ihtiyacımın olduğunun bilincindeyim. Türkiye'de alanımda iyi bir yerdeyim ve dünyaya yavaş yavaş açılıyorum. Benim hedefim senede 200-250 adet motor ihracatı yapmak. Zaten Türkiye'deki pazarlara hizmet veriyorum. Mesela, Romanya'dan üç adet motor geldi, onların tamirini yapıp, tekrar ihraç ediyorum. Aynı zamanda, 42 kişilik bir ekibim var, ekibimi sağladım, onlara katma değer, iş imkanı sağlamak istiyorum. Bu da diğer büyük projem.

“RAKİPLERİMİZİ DAHI EĞİTİYORUZ”

Kalça protezini üretip, bir marka haline getirmek, dünya pazarına çıkartıp, senede 40 bine 50 bine kalça satmak istiyorum. Bu çok yüksek bir rakam değil. Ufak çaplı bir Avrupa şirketi 250 bin satıyor. Çok yüksek katma değerler katıp, aynı zamanda çok iyi çalışıyorlar. Bu benim koyduğum minimum rakam. Benim etrafımdaki 42 kişiden, 120-130 kişilik de katma değer sağlayacak. Çünkü bunu üretiyorsunuz ve satış temsilatörleri var, bu satış temsilatörlerini bilgilendirme var, eğitim programı var. Eşim eğitim programları da veriyor. Bu sektörde 500'e yakın kişi var. Rakip şirketten biri olsa dahi gelen çocukları

eğitiyorum çünkü bunu misyonum edindim. Bizim vizyona ihtiyacımız var. J&J bana CEO'luk teklif etti ve ben reddettim, inanamadılar. Kendi hikayemi yaratacağım dedim. Batsam da denedim diyeceğim. CEO olmak benim konumumdaki biri için çok kolay. İstedğim Amerika ya da İsviçre şirketinde olurum hem deneyimim hem bakış açım sayesinde. Üniversitede aldığım eğitim bunu gerektiriyor zaten. Oradaki hiçbir CEO ne doktor ne de eczacı zaten. REF Cerrahi'yi bir marka yapacaksam eğer, benim buranın merkezinde olmam gerekir, başka bir şirketin değil.



Vahşi doğanın gizemi

ALASKA'DA



Toprağa zarar vermek, çiçek koparmak, doğayı tahrip edici herhangi bir harekette bulunmak Alaskalılar tarafından ağır bir kınamayla karşılanır. Vahşi hayvan türlerinin fazlalığı, çetin iklim şartları, kendine has florası ülkeyi özellikle maceraseverler için ilginç kılıyor. Doğanın büyüleyici sakinliğiyle iç içe geçen heyecan uyandırıcı

tekinsizlik durumu her yıl pek çok turisti çekiyor. Aynı zamanda Amerika Kıtası'nda suç oranının en düşük olduğu ve en güvenilir yerlerden biri olan Alaska'yı her yıl 1.1 milyon civarında turist ziyaret ediyor.

GENİŞ BİR YARIMADAYI KAPSIYOR

Alaska'nın başkenti Juneau, en büyük kenti ise Anchorage. Dört

coğrafi bölgeye ayrılan Alaska'nın güneyinde Büyük Okyanus, dağ sistemi, ortasında ovalar ve yaylalar, kuzeyinde Brooks Dağları, kuzey ucunda ise kıyı ovası bulunuyor. Eyaletin diğer en önemli şehirleri ise Ketchikan ve Skagway.

Alaska, Kanada'nın batısından başlayıp Bering ve Kuzey Buz Denizleri'ne doğru uzanan geniş bir

VAHŞİ DOĞASI,
TOPRAĞA SAYGILI İNSANLARI
VE FARKLI KÜLTÜRÜYLE
MACERASEVERLERİN UĞRAK YERİ
OLAN ALASKA, AYNI ZAMANDA
RENKLİ FESTİVALLERİYLE TURİSTLERİN
GÖZDESİ. KIŞIN HAVA SICAKLIĞININ
-45 DERECEYE KADAR DÜŞTÜĞÜ
BÖLGEDE YAZ AYLARI
OLDUKÇA KEYİFLİ.



yarımadayı kapsıyor. Yarımadanın güneybatısındaki Aleut Adaları ile güneydoğuda İngiliz Kolombiyası'na dek uzanan 800 kilometrelik kıyı şeridi de bu eyaletin sınırları içinde.

TOPRAĞA SAYGI HER ŞEYDEN ÖNEMLİ

Alaska'nın zorlu doğa şartları ve iklimi burada yaşayan insanların

birbirlerine kenetlenmesine sebep oluyor. Birbirine karşı daha duyarlı, nazik ve yardımsever insanların yaşadığı Alaska'da yürürken tanımadığınız bir insanın size selam verdiğini görürseniz hiç şaşırmayın. Alaska halkı için en önemli şey doğanın korunması. Devlet koruması altında pek çok orman ve ulusal parkın bulunduğu Alaska'da topra-

ğa saygı duymak, her şeyin başında gelir. Olur da dolaşırken ilginç bir bitki görürseniz sakın koparmayın.

Büyük bir kınamayla karşılaşmanıza sebep olacak bu hareket Alaskalılar için pek çok bitki ve hayvan türünün devamlılığını tehdit etmek demek. Dolayısıyla insanların yaşam kılavuzu toprağa saygı duymak.

Alaska'yı ziyaret etmek istiyorsanız en ideal dönem elbette hem havanın daha sıcak hem de günlerin uzun olduğu yaz ayları. Haziran ve ağustos ortası turistik açıdan en popüler dönem.



NE ZAMAN GİDİLİR?

Alaska'yı ziyaret etmek için en uygun dönem elbette hem iklimin daha sıcak hem de günlerin daha uzun olduğu yaz ayları. Haziran ve ağustos ortası turistik açıdan ülkenin en popüler olduğu dönem. Fakat mali açıdan biraz daha rahat olmak istiyorsanız, mayıs ve haziran ayı ortasıyla ağustos ortası ve eylül ortası da makul seçenekler arasında. Öte yandan Alaska'yı kış aylarında ziyaret etmenin pek çok avantajı da var aslında. Zira Anchorage'in güneyi ve Giedwood Bölgesi kayak sporları için oldukça ideal. Üstelik Alaska'ya kışın gitmeye cesaretiniz varsa kuzey ışıklarını görme fırsatı da yakalayabilirsiniz.

NASIL GİDİLİR?

Uçakla Alaska'ya gitmek en az 3 uçak değiştirmek anlamına geliyor. Alaska gemi turları da her yıl çok sayıda turist tercih ettiği popüler bir ulaşım yöntemi. Türkiye'den Seattle'a uçakla gelip sonrasında feribotla devam etmek de bir alternatif olabilir. Alaska Marine Highway System (AMHS) sitesinin online rezervasyon sayfasından Alaska gemi ve feribot seferlerinin fiyat ve saatlerini öğrenmeniz mümkün. Feribot Seattle'dan Ketchikan'a 37-39 saatte gidiyor. Alaska'ya gidecekseniz uçak biletinizi son anda değil aylar öncesinden almanız ekonomik açıdan çok daha faydalı olur.

ABD'nin 49'uncu eyaleti Alaska, eski adıyla Rusya Amerikası, 1867 senesinde Rusya ile yapılan bir anlaşma sonucu satın alındı. Özellikle petrol ve balıkçılık alanlarında etkin olan eyalette tükenmek üzere olan altın rezervlerinin keşfi hızlıca zenginleşmesinde etkili oldu. Doğa koşullarının zorlu olduğu Alaska'da devlet koruması altında pek çok milli park ve orman arazisi bulunuyor. Doğaya saygı duymak ve korumak Alaska halkı için bir duyarlılık olmanın ötesinde toplumsal bir değer.

Yaygın dilin İngilizce olmasına rağmen yerli halkın taleplerini görmezden gelmeyen hükümet 18 Aralık 1971'de imzaladığı 'Alaska Yerli Talepleri Çözümleme Yasası' ile ABD tarihinin en büyük toprak talebini kapsayan yasayı yürürlüğe koydu. Alaska'da beş ana kültür var ve bu halklar kendi dillerini hâlâ konuşuyor. Resmi dili İngilizce. Bunun yanı sıra Alaska'da Eskimo dilleri Eskimo Aleut ve Na Dene yüzde 5.2 oranında ve çok yaygın olmamakla birlikte İspanyolca da konuşuluyor.

Amerika Birleşik Devletleri'nin en büyük yüz ölçümlü ve nüfus yoğunluğu en az olan eyaleti Alaska 30 Mart 1867 tarihinde döne-

min ABD Dışişleri Bakanı William H. Seward'ın Rusya İmparatorluğu ile imzaladığı anlaşmayla 7.2 milyon dolara satın aldı. Alaska'da küçük bir oranda da olsa hâlâ konuşulan Na Dede dili sebebiyle Kızılderililerinin 15-40 bin yıl önce Bering Kara Köprüsü'nü geçerek bu bölgeye geldiği tahmin ediliyor.

EN ZENGİN EYALET

Eskimo ve Aleutlar ise Alaska'ya 3 ila 8 bin yıl önce yerleştiği tahmin edilen Kuzey Kutbu halklarının torunları. Alaska kıtasını ziyaret eden ilk Avrupalılar ise 1784'te Kodiak



Adası'nın Üç Azizler Koyu'na kürk taciri olarak yerleşen Ruslar. Önemli altın kaynaklarının keşfi 1880'lerde Amerikalıların Alaska'ya yerleşmesine neden oldu. Petrol ve doğal gaz rezervlerinin de fark edilmesiyle daha da gelişen Kuzey Kutbu ülkesi bugün Amerika'nın en zengin eyaletlerinden.

Alaska sanılanın aksine yılın her dönemi inanılmaz soğuk iklim şartlarının yaşandığı bir eyalet değil. Kış aylarında hava sıcaklığı -45 dereceye kadar düşse de yaz aylarında havanın açık olduğunu ve sıcaklığın ortalama 34 derece civarında seyrettiğini söylemek mümkün. Alaska'nın kuzeyinde Tundra, güneyinde ise Tayga iklimi görülür. İç kesimlerinde karasal iklim özelliklerinin baskın olduğu Alaska'nın güneydoğusu en sıcak ve nemli bölgesi. Ülkenin güneyinde kalan popüler turistik kentlerinden Anchorage'da ise hava daha karlı olmasına rağmen daha açık.

AYILARA DİKKAT!

Suç oranının en düşük olduğu yerlerden biri olan Alaska, ABD'nin geri kalanıyla kıyaslandığında kadınlara yönelik şiddetin de en düşük olduğu bölgelerin başında geliyor. Öte yandan Alaska için güzel olduğu kadar tehlikeli denebilir. Soğuk hava riskinin yanında karşınıza çıkması muhtemel vahşi hayvan türlerine de hazırlıklı olmanız gerekir. Zira Alaska, özellikle ayı ve musların çok yaygın olduğu bir coğrafya.



Deniz ürünlerinin ağırlıkta olduğu Alaska mutfağının vazgeçilmez somon. Somon ve pisi balığı avının yaygın olduğu Alaska'da tütsülenmiş, körülenmiş, Hint baharatlarıyla tatlandırılmış ya da kurutulmuş somon çeşitleri oldukça yaygın.



NE YENİR?

Alaska mutfağı denince akla ilk gelen şey balık, özellikle de somon. Fakat bundan bahsetmeden evvel Alaska'nın geleneksel mutfağına değinmek gerekir. Çünkü Alaska'da aklınıza gelmeyecek çeşitte ve lezzette böğürtlenler yetişir.

Karga üzümü de dedikleri böğürtlen türü, en çok rastlayacağınız bir diğer tür. Dolayısıyla böğürtlen reçeli ve jölesi Alaska kahvaltılarının vazgeçilmezleri.

Bir diğer meşhur yiyecek ise kalabalık bir aileyi doyuracak büyüklükte olan Alaska Kral Yengeci. Ren geyiği eti de Alaska mutfağının önemli yemekleri arasında. İlk olarak 1892'de Rusya'dan getirilen ren geyiği, Alaskalılar için yıllar içinde önemli bir besin kaynağına dönüştü. Ren geyiği etini ağırlıklı olarak sosis olarak tüketiliyor.



Dünya enerjisini depolayacak

Yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretimi hem ticari hem de çevreci ürün olarak dünyanın gündeminde. Sayıları her geçen gün artan binlerce güneş ve rüzgar enerjisi tesisi de gigawatları aşan üretimleriyle enerjide alternatif bir model olarak karşımıza çıkıyor.

Dünyada yenilenebilir kaynaklı öz üretim ve öz tüketim ciddi bir seviyeye ulaştığı için enerji depolama ihtiyacı kaçınılmaz hale geldi. Özellikle çatı üstü PV tesislerinin hızla artması da bu süreci hızlandırdı. Depolama tesislerinin gündeme gelmesinde diğer bir etken de yenilenebilir enerji üretimlerinin elektrik şebekelerine getirdiği yük oldu. Yenilenebilir enerjiler hem kesintili hem de çok sayıda farklı üretici tarafından üretildik-

leri için elektrik şebekelerine bağlantı noktasında ciddi yönetim zorlukları doğuruyor. Eğer yenilenebilir kaynaklı elektrik üretimleri, üretildikleri yerlerde öz tüketim için depolanabilseler, çok daha verimli ve etkin bir enerji yönetimi sağlanabilir.

MOBİL ELEKTRİK HAYATIMIZDA İLK SIRADA YER ALACAK

Elektriğin nasıl depolanacağı konusunda başta bilinen doldurulabilir pil

teknolojilerinin yanı sıra yenilikçi çözümler de gündeme gelmeye başladı.

Son dönemde iyice hareketlenen ve yakın gelecekte devrim niteliğinde gelişmelere sahne olacak depolama işi 'elektromobilité' yani mobil elektrik, enerji planlarımız içinde ilk sıralarda yer almaya başlayacak. Dolayısıyla Türkiye gibi enerjide dışa bağımlı ve kendi yenilenebilir enerji kaynaklarıyla bağımlılıktan kurtulmak isteyen ülkelerin bu devrimi kaçırmaması lazım.

DEPOLAMA DEVRİM YARATAÇAK

Düzenlenen pek çok uluslararası toplantı ve kongrede de bu devrime dikkat çekiliyor. Toplantılarda konuşan akademisyenler önemli değerlendirmelerde ve açıklamalarda bulunuyor. Bunlardan biri de Münih'te düzenlenen Avrupa Enerji Depolama Fuarı idi. Burada konuşan Regensburg Üniversitesi'nden Enerji Depolama Profesörü Michael Sterner, elektromobilitenin hızla yaygınlaşacağına dikkat çekerek şöyle diyor: "Elektromobilité geleceğe ilişkin çlgınca bir fikir değil, yakında yaygınlaşacak. Dünya çapındaki doldurulabilir pil üretiminin her ikiye katlanışında maliyet yaklaşık yüzde 20 düşüyor. Bu teknoloji seri üretime damgasını vuracak."

Aachen Teknik Üniversitesi'nden Enerji Teknolojisi Profesörü Uwe Sauer de doldurulabilir piller konusunda, "Burada dev üretim kapasiteleri oluşuyor ve bu sayede enerji depolamanın maliyeti düşüyor. Bundan birkaç yıl öncesine kadar ancak 2020'de göreceğimizi sandığımız maliyetler, günümüzde artık normal hale geldi" şeklinde konuşuyor.

DEPOLAMA TEKNOLOJİLERİ HIZLA GELİŞİYOR

Doldurulabilir piller dışında başka bir depolama teknolojisinin de hızla geliştiğini dile getiren Profesör Michael Sterner, "Yedi yıl önce ilk kez kullanılan ve 'power-to-gas' adını taşıyan teknik sayesinde rüzgar ve güneşten elde edilen elektriğin gaza dönüştürülüp, depolandığını" söylüyor.

Sterner, bu konuda Almanya'da teknolojinin işlediğini kanıtlamak için 200 milyon eurodan fazla yatırım yapılarak, 20 pilot tesisin kurulduğunu ve büyük gelişme kaydedildiğini söylüyor. Söz konusu yöntemle otomobillerin de çalıştırılabileceği de ifade ediyor.

Alman Enerji Depolama Derneği Başkanı Profesör Eicke Weber, güneş enerjisiyle elde edilmiş elektriğin kilovat saatinin 10 cente geldiğini, prizden çıkan elektriğin ise 29 cent olduğunu hatırlatıyor.

Weber, "Bekleyip görün, önümüzdeki birkaç yılda enerji depolama teknolojilerinde bir devrim olacak ve bu

da bazı alanlardaki gelişmeleri hayal bile edemeyeceğimiz oranda hızlandıracak" diyor.

PAZAR 2023'TE 18 MİLYAR DOLAR OLACAK

IRENA yayınladığı "Yenilenebilir İçin Pil Depolama Pazarı ve Teknoloji Görünümü" raporunda, özetle şu bilgilere yer veriliyor: Son yıllarda enerji sektöründe pil depolama pazarı oldukça büyük bir büyüme gerçekleştirdi. Navigant araştırma şirketine göre fayda yaratıcı uygulamalar, konut tipi pil depolama kurulumları hariç, 2014 yılında 220 milyon dolar gelir yarattı. Pil depolama pazarının önümüzdeki yıllarda da büyümeye devam etmesi bekleniyor. 2023 yılına kadar 'tüm uygulamalar dahil' yıllık gelirin, 2014'teki 220 milyon dolardan 18 milyar dolara yükselmesi bekleniyor. Yıllık pil depolama kapasitesinin ise aynı dönemde 360 MW'tan 14 GW'a ulaşması öngörülüyor. Elektrik sektörü pil depolamada pazarda NGK tarafında sağlanan eski bilindik sodyum sülfür pillerden uzaklaşıp, lityum iyon ve lityum-acid pillere doğru gidiyor.

DEPOLAMANIN BİRÇOK AVANTAJI VAR

Günümüzde güneş enerjisi sistemleri ve rüzgar enerjisi sistemlerine yatırım çok fazla fakat bunlar elektriği düzenli olarak üretmiyor. Zaman zaman güneşin olmadığı veya rüzgarın esmediği yerlerde elektrik üretiminin düzenli olabilmesi için depolama sistemleriyle entegre edilmesi gerekli.

Özellikle güneş enerjisi, kurulum maliyetlerdeki düşüş ve panel verimliliğindeki artış nedeniyle son bir yıl içerisinde fosil yakıtlara karşı serbest teşviksiz rekabet edilebilir duruma geldi. Günlük ortalama 8 saatlik elektrik üretimini 24 saate yaymak için elektrik şebeke tipi pillerde depolanarak gece veya bulutlu günlerde bile elektrik ihtiyacı piller tarafından karşılanıyor. Ayrıca, gündüz üretilen elektrik pillerde depolanarak elektrik fiyatının yüksek olduğu akşam 17.00 ile 22.00 saatleri arasında şebekeye satış yapılabilir.

Yüksek ve orta gerilim şebeke operatörlerinin enerji depolama tek-

nolojisine yatırım yapması sonucunda, pik elektrik tüketimi olan saatlerde birkaç saniye içerisinde devreye girecek büyük piller, anlık ihtiyacı kolaylıkla karşılayabilir. Dolayısıyla, yeni ilave arz güvenliği amaçlı enerji santrali yatırımı yapılmasına gerek kalmaz ve mevcut enerji santrallerinin kapasite kullanım oranları ve verimliliği artırır.

Piller ayrıca, şebekenin güvenliği için frekans ve voltaj dalgalanmasını engellemekte kullanılabilir. Bölgesel frekans ve voltaj değişimleri olmadan kullanıma hazır bulunan piller saniyeler içerisinde devreye alınarak şebekenin çökmesi engellenir.

DÜNYA ENERJİ DEPOLAMA SEKTÖRÜNDE RAKAMLAR NE DİYOR?

- Yunicos Firması Almanya'da WEMAG AG'nin rüzgar enerjisi tesisinin pil depolama entegrasyonu için 5 MW / 5 MWsaat lityum iyon pil parkı kuruyor.
- Japon devleri Toshiba ve Panasonic, hızlı büyüyen güneş ve rüzgâr gibi yenilenebilir kaynaklardan üretilen güç kaynağı olarak akülü enerji depolama pazarında Güney Koreli Samsung ve LG ile liderlik için yarışıyor.
- Bütün bu 4 grup akıllı telefonlardaki küçük ünitelerden ev ve ofis güç kaynakları, elektrikli araçlara yönelik bataryalara kadar değişik yerlerde kullanılan lityum iyon bataryaları üretiliyorlar.
- Aynı tarihlerde Toshiba, Tohoku Elektrik Güç Santrali için 40 megawattlık (MW) lityum iyon batarya enerji depolama sistemi üzerinde anlaşta. Toshiba İtalya, ABD, İngiltere ve İspanya gibi ülkelere de benzer sistemler temin ediyor.
- ABB'nin konut enerji depolama sistemi Yenilenebilir Enerji Akümülatör ve Dönüşüm Teknolojisi (REAC), ev sahiplerinin ürettikleri PV'yi depolamalarını sağlıyor. Çözüm, 4.6 kW ya da 3.6 kWsaat kapasiteli tek fazlı ABB inverter ve lithium ion pille 2 kWsaat enerji kullanımına olanak tanıyor.



Yıkıcı geçti!

İlk olarak 1995'te karışımıza çıkan 'yıkıcı inovasyon' çıktığı günden itibaren özellikle girişimcilik ve teknoloji dünyasını derinden etkiledi. Küçük ölçekli girişimlerin kutupyıldızı olan kavram, büyük şirketleri de etkileyerek iş modellerinde değişikliklere gitmelerine yol açtı ve bazılarının çökmesine sebep oldu.

Gücünü ve etkisini giderek artıran yıkıcı inovasyon, kendi başarısının kurbanı olma tehlikesiyle karşı karşıya. Kavram, çok geniş kitlelerce duyulmasına rağmen, temel fikirlerinin yanlış anlaşılması ve öğretilerinin hatalı değerlendirilmesi sonucu başarısız uygulamalarıyla karşımıza çıkıyor. Dahası, teori üzerine geliştirilen yeni yöntemler ve fikirler göz ardı edilerek, ilk çıktığı günkü öngörülerıyla gündeme geliyor.

Bunun sonucunda geliştirmelerle üstünden gelen eksiklikler, sıkça eleştiriliyor.

VERİMLİ, DESTEKLİYOR VE YIKIYOR

Bütün dünyada kabul edilen üç çeşit inovasyon var: Verimlilik, destekleyici ve yıkıcı inovasyon. Verimlilik inovasyonu daha çok firma içi süreçlere yoğunlaşıyor ve dolaylı yoldan müşteri ilişkileriyle fiyata etki ediyor. Destekleyici inovasyonda ise mevcut müşteriye satılan ürünün daha iyisini sunmaya çalışmak öne çıkıyor. Bu inovasyon önemli ama hayati değil. Asıl önemli olan inovasyon ise yıkıcı inovasyon. Mevcut müşterilerin satın alma miktarını yükseltiyor ve daha önemlisi, geçmişte o ürünü tüketmeyenlerin ortaya çıkmasıyla bir pazar oluşturuluyor.

Son yıllarda inovasyon birçok insanın sıkça kullandığı bir kavram. Yabancıların 'disruptive innovations' bizim ise 'yıkıcı inovasyon' dediğimiz konsept aslında şirketlerin yönetiminden pazarın genel yapısına kadar birçok geleneksel öğretiyi yıkıp geçiyor.

YIKICI KAVRAMININ BAŞARILI OLMASI İÇİN ÖNEMLİ KISTASLAR VAR

Harvard Üniversitesi profesörlerinin yaptığı tanımlamaya göre yıkıcı kavramı küçük ve az kaynağa sahip şirketlerin, büyük ve oturmuş şirketlerle başarılı bir şekilde mücadele edebilme sürecini tanımlıyor. Yerleşik firmalar ürünlerini ve hizmetlerini, en çok talepte bulunan ve genelde en fazla kâr edilen müşterilere yönelik geliştiriyor. Bu yüzden bazı kesimlerin ihtiyaçlarına yönelik

çözümler ararken diğer kısımları tamamen görmezden geliyorlar. Henüz oturmamış şirketler ise görmezden gelinen kesimleri dinliyor.

Genel olarak daha düşük fiyata, daha uygun hizmet sunarak bir zemin noktası oluşturmaya çalışıyorlar. Yıkıcılığın başarılı olması için önemli bir kıstas bulunuyor. Eğer ana akım tüketiciler yeni kurulan şirketleri tercih etmeye başlorsalardı yıkıcılık başarıyla tamamlanmış demek.

Yıkıcı inovasyonları genel olarak ucuz fiyatların hakim olduğu alt kesim marketlerde daha sık görürüz. Bunun çeşitli sebepleri bulunuyor. Düşük fiyatlı ürün ve hizmetlerin olduğu marketlerde, büyük şirketler olabildiğince yüksek kâr getiren kitlelere yönelerek daha az talebi olan ve getireceği kârın düşük olacağı kitleleri es geçme eğilimindedir. Bu sayede, bu kitleyle ilgilenmesi gereken yeni şirketlere yani yıkıcılara gereksinim duyuluyor.

YENİ OLUŞAN İŞ KOLLARINDA DAHA YAYGIN

Yıkıcı inovasyonların yaygın olduğu ve sık gördüğümüz bir diğer alan ise yeni oluşan iş kolları. Bu süreci, basit bir şekilde tanımlayacak olursak tüketici olmayanları, yeni bir iş kolu oluşturarak tüketici konumuna getirme işlemi diye özetleyebiliriz. Örnek verecek olursak fotokopi teknolojisinin ilk çıktığı günlerde Xerox, büyük şirketleri, yüksek kârlar elde ederek hedefledi. Okul kütüphaneleri gibi küçük müşteriler, hedef kitlenin dışında kaldı ve işlerini karbon kâğıtlarla halletmeye çalıştılar. 1970'lerin sonlarına doğru ise kişisel fotokopi cihazlarıyla bireylere ve küçük organizasyonlara yönelik çözümler ortaya çıktı. Bunun sonucunda kişisel fotokopi cihazı üreticileri Xerox'un hakim olduğu ana akım piyasada önemli konumlara gelmeye başladılar.

FİYATLARI DENGELİYOR

Yıkıcı inovasyon teorisi, yıkıcı inovasyonla sürdürülebilir inovasyonu birbirinden ayırır. Tıraş bıçaklarına bir jilet daha eklemek ya da daha net televizyon üretmek, yıkıcı bir

ALIŞKANLIKLARIMIZI DEĞİŞTİRDİLER

► **iPhone:** Piyasada akıllı telefonlar vardı ama Apple, iPhone'la pazarı değiştirdi.

► **Meerkat:** Akıllı telefonunuzla Twitter üzerinden canlı yayın yaparak yıkıcı bir inovasyon örneğini dünyaya sundu.

► **Uber:** 'Taksi sahibi olmayan dünyanın en büyük taksi firması' tanımlaması yapılıyor.

► **Pebble:** Giyilebilir teknolojide dikkat çeken bir ürün.

► **Oculus Rift:** Sanal gerçeklik konusunda gerçek bir yıkıcı inovasyon.

► **Alibaba.com:** Her yerde ticaret yapmayı kolaylaştırdı.

► **Twitter:** İletişime getirdiği 140 vuruşluk sınırlamayla yeni bir bakış açısı sunan Twitter, alışkanlıklara yıkıcı bir darbe vurmasıyla dikkat çekti.

inovasyon değil. Ürünü veya hizmeti daha iyi hale getirerek daha yüksek kâr etme üzerine yapılan hamleler.

Yıkıcı inovasyonlar, genel olarak yerleşmiş şirketlerin tüketicileri tarafından aşağı görülür. Müşteriler yalnızca ucuz oldukları için yıkıcıları tercih etme yoluna gitmez. Bunun yerine kalitenin kendilerini tatmin edici seviyeye ulaşmasını bekler. Bir kez kaliteden memnun kaldıklarında artık daha ucuz yeni ürünü almayı tercih ederler ve böylelikle yıkıcılar, piyasada fiyatların düşmesine yol açıyor.

DÖRT ANA EVREDEDEN OLUŞUYOR

Yıkıcı inovasyonda dört temel evreden bahsetmek mümkün: Hâkim olanın alaşağı edilmesi, yeni kategorinin evrime uğratılması, yakınsamanın sağlanması ve aynı kategorinin yeniden düşünülmesi.

Hâkim olanın alaşağı edilmesinde en önemli örnek olarak BlackBerry-iPhone ikilisi verilebilir. Bura-

da bir ürün, teknoloji veya hizmetin sınırlı olması göze çarpıyor. Fakat mevcut olanın yerine daha geniş şekilde kullanım ve tatmin edici çözüm devreye giriyor. Bu noktada Apple'ın kurucusu Steve Jobs'a kulak vermekte yarar var: "İnovasyon ne kadar Ar-Ge bütçesine sahip olduğunuzla ilgili değil. Apple, Mac'i ürettiğinde, IBM Ar-Ge ye Apple'dan en az 100 kat daha fazla para harcıyordu. İnovasyon parayla değil sahip olduğunuz insanların tutum ve davranışları, şirketi nasıl yönettiğiniz ve bu felsefeyi ne kadar içselleştirdiğinizle ilgili bir iş."

Yeni kategorinin evrime uğratılması ise bir ürüne hızlı şekilde yeni özellikler ekleyerek değer vaadini artırmak anlamına geliyor.

Üçüncü aşama olan yakınsamanın sağlanmasında ise daha geniş müşteri tabanına ulaşmak söz konusu. Burada ayrıca yeni ürünün getirdiği sınırlamalar varsa ele alınabilir ve yeniden üzerinde düşünülebilir.

Kategorinin yeniden düşünülmesi aşamasında da erişilen pazarın yeterli olup olmadığı ya da ileri gidip gitmememin mümkün olup olmadığı gibi konular önemli.

MEVCUT ŞİRKETLERİ YOK OLMAYA MAHKUM KILIYOR

Yıkıcı inovasyonun simgesini teknoloji olarak görebiliriz. Deloitte'in 2014'te yayımladığı 'Stratejik Riskleri Keşfetmek' başlıklı araştırması, teknoloji yıkıcılarının kendi yerleşik iş modellerini tehdit edebileceklerini de ortaya koyuyor. Bir teknolojinin yıkıcı olabilmesi için yenisiyle değiştirmek gerektiğinde pahalı olması veya devamlı iyileştirme gerektirmesi yeterli görülüyor. Gerçek yıkıcı teknoloji, mevcut çalışma modellerini alaşağı eder ve yenisiyle değiştirilmelerini gerektirir. Daha da önemlisi mevcut şirketleri yok olmaya yatkın kılıyor, daha önce aktif kabul edilen ürün, marka, model, dağıtım ve tedarik zinciri ve Ar-Ge harcamalarını pasif hale getiriyor.



Oyuncaklar geçmişten geleceğe hayatı öğretiyor

Dünya üzerindeki kuşaktan kuşağa, toplumdaki topluma işlevini yitirmeden devam eden oyuncaklar aslında çocuklara oynarken yaşamı kurgulamayı öğretti. Çocukların bedensel, duygusal ve zihinsel gelişimini sağlayan, onları sosyal yaşama hazırlayan basit aletler olarak görülürse de oyuncaklar aslında yaşamı kurgulamanın temel amacı olarak tanımlanabilir.

OSMANLI'DAN GÜNÜMÜZE

Bir zamanlar çocukların ellerinde düşürmediği hatta Ana-

dolu'ya kadar nam salan Osmanlı oyuncakları, bugün tekrardan çocukların vazgeçilmez oyuncak olmaya aday. Saltanat kayığı, aynalı beşik,



şehzade arabası, topaç gibi birçok oyuncak tıpkı 500 yıl önce olduğu gibi ahşaptan üretiliyor. Hem sağlıklı olması hem de kendi kültürümüze ait olmasından dolayı endüstriyel oyuncaklara kafa tutan bu oyuncakları çocuklar isterlerse kendileri de yapabiliyor.

ANADOLU'DA 'EYÜP OYUNCAKLARI' ŞEKLİNDE BİLİNİRDİ

Tek çınçınlı araba, cambaz, saltanat kayığı, aynalı beşik, şehzade arabası, saplı davul tel dolap, dönme dolap, darbuka,

Oyuncak, ilkçağlardan bu yana hemen her toplumda kendine yer edinen nesnenin adı. Çocuklar için dönemin kültürünü, teknolojisini, toplumsal anlayışını yansıtan oyuncakları binlerce yıldır her çocuk keyifle oynadı, hayal dünyasını geliştirdi.

kaynana zırlıtısı ve topaç Osmanlı zamanında yapılan ahşap oyuncaklardan bazıları. Günümüz çocukları kafalarını tabletlerden kaldırmazken eskiden çocuklar ellerinden bu oyuncakları düşürmezdi. Döneminin en popüler oyuncakları olan Osmanlı oyuncakları, Anadolu'da 'Eyüp Oyuncakları' şeklinde bilinirdi. Sadece Eyüpsultan'da yapılan bu oyuncaklar Evliya Çelebi'nin Seyahatname'sine dahi konu olmuş. 1635 yılında Eyüp'te 100 oyuncak dükkanı olduğundan bahsedilirken bunlardan hiçbiri ne yazık ki günümüze kadar gelememiş.



ÇOCUKLAR DAHA SAĞLIKLI

Geleneksel Eyüp Oyuncakçısı'nda çocuklar endüstriyel oyuncaklar, tabletlerden uzaklaşarak hem kendi kültürlerini tanıyor hem de kendi oyuncaklarını üretiyor. Ahşapla iç içe olan çocuklar, petrokimya oyuncaklarının zararlı etkilerinden de uzaklaşarak sağlıklı bir şekilde oyunlar oynuyor.

TÜRKİYE'DE AVRUPA'DAN DA ESKİ

Türkiye'nin oyuncak kültürü Avrupa'dan eski. Eyüp dışında 1500'lü yıllarda dünyanın hiçbir yerinde kümedenmiş oyuncak üreticileri yok. Osmanlı oyuncakları 1500-1600'lü yıllarda Eyüp Sultan Camii'nin kuruluşundan sonra civar bölgesindeki çocukların o bölgeye yoğun gelmelerinden ötürü özellikle sün-

net ve nişan merasimlerinden ötürü geldi ve dönemin ustaları tarafından yapıldı.

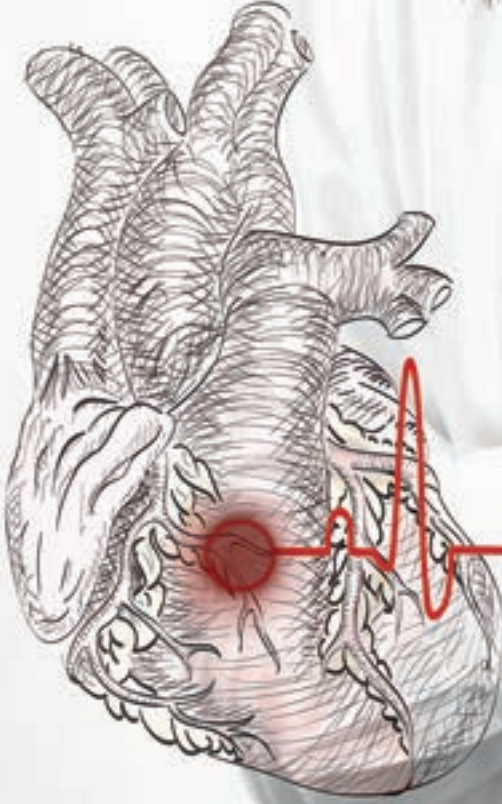
AHŞAP İNSAN DOĞASINA UYUMLU

Osmanlı oyuncaklarının organik oyuncak kültürü bakımından dönemin en önemli unsurlarından. Kendi döneminde ahşapların, derilerin, kumaşların atıklarından üretilmiş. Ahşap insan doğasına uygun bir malzeme. Hiçbir zaman insana zarar vermez ki bazı ahşap türleri özellikle oyuncakın kullanıldığı gürgen ağacı gibi kayın ağacı gibi kızılâğaç gibi ağaçlar anti bakteriyel. Hiçbir şekilde üzerinde bakteri dahi muhafaza etmez. Çömlek oyuncakları, ahşap oyuncakları her zaman insanın doğasıyla uyumlu ve binlerce yıl aynı şekilde günümüze kadar ulaşmış bir gelenek olduğu için de sağlıklı oyuncak kültürünün temelini her zaman ahşap oyuncak oluşturuyor.



MÜZELER TARİHİN İZLERİNİ KORUYOR

Dünya üzerinde ebeveynlerle çocuklarına aynı anda aynı duyguları yaşatan oyuncaklar bu yüzden müzelerde sergileniyor. 1990 yılında Prof. Dr. Bekir Onur tarafından kurulan Ankara Üniversitesi Oyuncak Müzesi, diğeri Sunay Akın'ın İstanbul'daki müzesi... İzmir'de ise iki müze var. Birisi arkeolog Musa Baran tarafından Bademler Köyü'ndeki Çocuk Oyunları ve Oyuncakları Müzesi ve İzmir Konak Belediyesi Ümran Baradan Oyun ve Oyuncak Müzesi. Bunların dışında Gaziantep ve Antalya'da da müzeler açıldı. Bu arada Dr. Musa Albürek'in Büyükada'da açtığı özel bir oyuncak ve maket müzesi. Yetişkinler için oyuncaklar özel müzelerin dışında koleksiyonlarda da yerini alıyor.



Sağlıklı yaşa **Kalbini koru**

Dünyada ani ölümler sıralamasında başı çeken kalp krizi riskini sağlıklı bir yaşamla azaltmak mümkün. Uzmanlar genç veya yaşlı herkesin uyması gereken kurallar olduğunu belirtirken ani ağrılarda acil müdahale edilmesi gerektiğini söylüyor

Günlük yaşamın getirdiği zorluklar, beslenme şekli ya da genetik özellikler gibi birçok neden ile tüm dünyada ve de toplumumuzda kalp rahatsızlıkları sıkça görülüyor. Bu rahatsızlıkların başında ise genellikle, genç-yaşlı demeden herkeste görülebilen kalp-damar hastalıkları geliyor. Uzmanlar, alınacak basit önlemlerle sağlığınıza korumanızın mümkün olduğu konu-

sunda uyarıyor. Dünyada ani ölüm nedenleri sıralamasının en başında kalp hastalıkları geliyor. Kalp krizi dünyada da ülkemizde de en önde gelen ölüm nedenlerinden. Hatta Türkiye, Avrupa ülkeleri arasında da kalp krizine bağlı ölümlerin oranıyla başı çeken ülkelerden biri. Türk Kardiyoloji Derneği'nin yaptığı araştırmaya göre ülkemizde 45-70 yaşları arasındaki kişilerde, kalp krizi geçir-

me oranı her yıl yüzde 5 civarında artıyor. Aslında bunda etkili olan sebeplerden birisi de ülkemizde yaşam süresinin artması, dolayısıyla 45-70 yaş arasındaki nüfusun artması. Ancak yine de yüksek tansiyon hastası sayısının fazlalığı, sigara kullanımının yaygın olması, kentsel nüfusun artmasıyla beslenme alışkanlıklarının değişmesi de bu artışta etkili başlıca nedenleri arasında başı çekiyor.

SAĞLIKLI YAŞLAN

Kalp krizi, temel olarak erişkin yaş grubunda, çoğunlukla da 30'lu yaşlardan itibaren görülmeye başlıyor. Yaşın ilerlemesiyle sıklığı da artan bu durum ani ölümlerin en önemli nedeni olarak biliniyor. Erkeklerde kadınlara oranla daha sıklıkla görülmesine karşın, menopoz sonrası kadınlarda rastlanma sıklığı gün geçtikçe artarak erkeklerle benzer seviyeye geliyor. Dolayısıyla kalp krizi riskini azaltmanın yolu yine sağlıklı yaşlanmaktan geçiyor.

ANI AĞRILARA DİKKAT EDİN!

Ani başlayan şiddetli göğüs ağrısı, nefes darlığı bazen de fenalık hissi ve bayılma belirtileri kalp krizini işaret ediyor. Bu yakınmalara aşırı terleme, bulantı ve kusma sıklıkla ekleniyor. Kalp krizinde en sık görülen göğüs ağrısı yakınması, genelde hastalar tarafından 'göğsün ortasında sıkıştırıcı tarzda' olarak tanımlanıyor. Bu ağrı daha çok sol kola, bazen her iki kola, boyna, alt çeneye ve karnın üst kısmına yayılabilir. Ağrı çoğunlukla çok şiddetli olduğu için hastalar bunu 'Sanki göğsümün üzerinde bir fil oturuyor' diye ifade ediyor. Bazen hastalar hiç ağrı hissetmeden yeni başlayan nefes darlığı ve çabuk yorulma yakınmasıyla doktora başvurabiliyor. Bu duruma genellikle diyabet hastalarında ve yaşlılarda rastlanıyor. Hastaların bir kısmında ise kalp krizi çok hızla gelişip henüz hastaneye ulaşılmadan saatler içinde ölüme neden olabiliyor.

ACİL MÜDAHALE GEREKİYOR

Kalp krizi acil müdahale edilmesi gereken bir durum. Müdahale zamanında yapılmadığında hayati risk oluşturur ya da kalbe ağır hasar verir. Bu nedenle hastalığa yakalanma sıklığını artıran durumlar ve alınabilecek önlemleri bilmek gerekiyor. Kalp krizine zemin hazırlayan nedenler; yüksek tansiyon, şeker hastalığı, kolesterol yüksekliği, ailede kalp krizi öyküsünün bulunması, sigara kullanımı, yaş, obezite ve hareketsiz yaşam tarzı şeklinde sıralanabilir.

DÜZENLİ MUAYENE OLUN

30'lu yaşlardan itibaren herkesin yıllık doktor kontrolü yaptırması ve kalp krizine yol açan risklere sahip olup olmadığını öğrenmesi çok önemli. Risk faktörlerinin birinin, çoğunlukla da birden fazlasının bir insanda olması son derece sık görülen bir durum. Bu tür risk faktörleri veya ailevi olarak kalp hastalığına yatkınlığı olanların, kalp yönünden daha sık ve daha kapsamlı olarak değerlendirilmesi ileri yaşlarda karşılaşılabilecek sorunlara karşı önlem alınmasını kolaylaştırır.

SİGARAYA VEDA EDİN

Son yıllarda çığ gibi artan şeker hastalığı ve sinsi seyreden hipertansiyona karşı dikkatli olmak gerekiyor. Obeziteden kaçınmak, düzenli egzersiz yapmak, sigara kullanılıyor ise bunun bırakılması ilk alınacak önlemler olmalı. Belirtilen risk faktörlerinin ailevi yatkınlık dışında tedavi edilebilir durumlar olduğu, bu tedavilerle kalp krizi riskinin ciddi anlamda azaldığı unutulmamalı.

AB'DE 8 ÖLÜMDEN 1'İ KALP KRİZİNDEN

Avrupa Birliği'nde kalp krizi vakalarının her yıl 8 kişiden 1'inin ölümüne yol açtığı kaydedildi. Avrupa İstatistik Ofisi'nin (Eurostat) yayımladığı veriler, kıta genelinde ölümlerin yüzde 12'sinin kalp krizinden kaynaklandığını ortaya koydu. Kalp krizi nedeniyle en yüksek ölüm oranına sahip üye ülke Litvanya olurken (yüzde 38), bu ülkeyi Letonya (yüzde 29) ve Slovakya (yüzde 27) takip etti. Diğer yandan kalp krizinin en düşük oranda ölüme yol açtığı ülkeler ise yüzde 6'lık oranla Fransa ve Hollanda oldu. AB genelinde kalp krizi, 8 kişiden 1'inin ölümüne yol açtı..

ZAMANLA YARIŞ

Kalp krizi belirtileri hissedildiği anda acil olarak hastaneye gidilmesi gerekiyor. Erken müdahalede tıkalı olan damarın hızla tespit edilip açılması, kalp krizi nedeniyle olabilecek hasar ve sorunları en aza indiriyor. Acil polikliniklerde kalp elektrokardiyografisi ve basit kan testleriyle bu tanıya ulaşmak ve gerekli tedaviyi başlatmak mümkün.



Son yıllarda ölümcül hastalıklar arasında yerini alan kalp krizi riskini spor yaparak, dengeli beslenerek ve sigarasız bir hayata merhaba diyerek azaltmak mümkün.

Rotayı bilinmeyen rüzgarlara çevirme zamanı

Son dönemlerin gözde sporlarından olan yelken, bireylerin yaşamında da önemli değişimler yapıyor. Çocukların özgüveninin artmasını sağlarken büyüklerin de çevreye daha pozitif bakmasına zemin hazırlıyor. Şirket çalışanları da ekip ruhunu yakaladığı için herkes rotayı bilinmeyen rüzgarlara çeviriyor.

Yelken, yediden yetmişe her yaştan herkesin rahatça öğrenebileceği ender sporlardan biri. Dünya çapında çeşitli boyutlarda ve farklı koşullar için üretilmiş binlerce tasarımda yelkeni rahatça bulmak mümkün. Yarışmak isteyenler için daha hafif ve toplam yelken alanları büyük olan hızlı yelkenliler, ailesiyle gezi yapmak isteyenler için ise yelken alanları nispeten daha küçük, devrilme riski taşımayan fakat biraz daha az performanslı teknelere her limanda rastlayabiliriz. Yelken bu yüzden hayat boyu yapılabilecek bir spor dalı olarak tanımlanabilir.

BÜTÜN DEĞİŞKENLER BİR ARADA

Yelkeni kaba da olsa sınıflandırmak gerekirse gezi ve yarış tipleri diye ikiye ayırabiliriz. Hatta büyük yelkenli tekne tasarımcıları piyasaya yarış ve gezi sınıfı olmak üzere iki çeşit tekne tipi çıkarıyor.

Yelken islanmayı sevmeyen, kendini doğada rahat hissetmeyen ve en önemlisi sabırsız insanların sevecek yapabileceği bir hobi değil. Deniz, dalga, akıntı ve rüzgar gibi sürekli bir değişim içinde olan dış kuvvetlerle mücadele etmeyi tercih edenlerin spor dalı. Akıntı, rüzgar gibi kuvvetler gözle görülemez, hissedilir ve bunların etkilerini kestirebilmek için deniz üzerinde zaman geçirmek gerekir. Yelkeni keyifli kılan yanı da tüm bu değişkenlerin birleşerek daha karmaşık bir hal alması.

YÖNETİM BECERİSİNİ GELİŞTİRİR

Yelkenli bir tekne şirket yönetmeye benzer. Yat tipi yelkenliler en az 6 -12 kişiyle kullanılır. Bir ekip çalışması söz konusu. Takımda bir lider olur ve herkes onun sözünü dinler. Ekibin her biri ayrı ayrı önemli pozisyonda bulunur. Bir kişi hata yaparsa tekne rotasından sapar, hatta alabora olabilir. İyi idare edilemeyen şirket bataabilir. Denizde nasıl fırtına çıkabiliyorsa, şirketlerde de ekonomik krizlerle fırtınalara yakalanabilir. Bu durumda liderin hızlı karar alabilmesi, elemanların motivasyonunu yüksek tutabilmesi, stres yönetimini iyi idare edebilmesi gerekir. Yelken sporunda özellikle takım yarışlarında lideri sürekli değiştirerek en alt kademedeki elamanın liderlik vasıfları ölçülebilir. Bu da şirketteki verimi artırır, çalışanların empati duygularını geliştirir ve şirketin rotasında daha sağlıklı yol almasına zemin hazırlar.

SÜREKLİ DÜŞÜNMEYİ GEREKTİRİYOR

Yelken, aynı zamanda devamlı düşünmeyi gerektiren bir spor. Akıntı nereden geliyor? Rüzgar ileride nereye dirise eder? Sağanak nereden tazeleyecek?

Bu sorular denizci dilinde kullanılan terimlerle birleşince yelken, insanı denizde hiçbir zaman düşünmeden yoksun bırakmaz.

Yelken adeta deniz üzerinde satranç oynamaya benzer. Özellikle yelken yarışlarında rüzgarın hesapta olmayan fakat beklenen yön değiştirmelerine göre seyir yapmak buna en basit örnek. Kısacası yelken sporu hem pratik olarak uygulamayı hem de sürekli düşünmeyi gerektiriyor. Yelkeni tahta karşısında veya kitaplardan teorik olarak öğrenmek en büyük hata. Pratik bir spor olan yelkeni öğrenmek için ne kadar çok kalırsanız o kadar iyi havayı koklayabilir ve bir o kadar iyi yelkenci olursunuz.

ÇOCUKLARIN ÖZGÜVENİNİ GELİŞTİRİR

Yelken sporu bir doğa sporu. Önünüze birçok en-

gel çıkar, hayatımızda olduğu gibi. Bu engelleri aşmak kararlılık, motivasyon ve özgüven ister.

Yelken sporuna yedi yaşından itibaren başlanabilir. Bu yaşta yelkene başlayan çocukta sorumluluk alma, kendi başına karar verme, yardımlaşma özellikleri gelişir. Denize açılan çocuğun yanında ebeveyni olmaz ve yelkenli tekneyi kendi başına idare ederek rotasını kendisi çizer. Küçük yaşta gelişen bu özellik çocuğun özgüvenini geliştirir ve bağımsız bir karakter kazanmasına zemin hazırlar.

YETİŞKİNLER ÇEVRELERİNE DAHA POZİTİF BAKIYOR

Yetişkin yaşlarda başlanan yelken sporu, iş, ev, trafik ve özel hayat gibi karmaşık sorunlarla boğuşan kişilere yeni farkındalıklar kazandırmaya, çevrelerini pozitif şekilde algılamalarına veya kişilerin iyi hissetmelerine yardımcı olur. Denizin rahatlatıcı etkisi, rüzgarın ve martıların sesleri, yunusların tekneyle yarışması, kişinin doğayla iç içe olmasının farkındalığı hayata bir başka ahenk katar.

DÜNYANIN ATEŞİNİ RADİKAL YÖNTEMLER SÖNDÜRECEK



Uzmanlar karbon salımını azaltmanın iklim değişikliğini engellemeye yetmeyeceği uyarısında bulunuyor. İngiltere'de bilim insanları dünyanın atmosferine verilen hasarı onarabilmek için yeni yöntemlerin test edileceği bir araştırma merkezi kurmayı planlıyor. Cambridge'de kurulacak bu merkezde dünyanın kutuplarını dondurmak ve atmosferden karbondioksit çekmek gibi radikal yöntemler denenecek.

Merkezin kurulma gerekçesi ise gezegene verilen tehlikeli ve geri dönüşü olmayan zararların mevcut yöntemlerle durdurulamayacak olmasına dair endişeler.

İNSANLIĞIN 10 BİN YILLIK GELECEĞİ BELİRLENEBİLİR

BBC News'e konuşan Cambridge Üniversitesi'nden Dr. Emily Shuckburgh, "Önümüzdeki 10 yılda yapacaklarımız, sonraki 10 bin yılda insanlığın geleceğini belirleyecek. Dünyada bu konuya odaklanan büyük bir merkez yok" diyor. Küresel ısınmayı durdurmak için geliştirilen yaklaşımlar jeomühendislik olarak tanımlanıyor. Cambridge Üniversitesi'nden Dr. Emily Shuckburgh yeni merkezin misyonunun iklim problemini çözmek olacağını söylüyor.

Üniversitenin Karbon Nötr Gelecekler İnisiyatifi'nin bir parçası olan

İklim Tamir Merkezi'ni yöneten Shuckburgh, bu merkezin bilim insanları, mühendisler ve sosyal bilimcileri bir araya getireceğini ifade ediyor.

KARBONDİOKSİT YER ALTINA DEPOLANABİLİR

Gündemdeki bir diğer yöntem de atmosferdeki karbonu çekmek. Bu yöntemle kömür santralleri veya çelik fabrikalarının saldıği karbondioksit gazının çekilerek yer altında depolanması hedefleniyor.

Sheffield Üniversitesi'nden Prof. Peter Styring, karbondioksiti geri dönüştürebilecek bir yöntem için Tata Steel çelik şirketiyle bir pilot

İklim değişikliğiyle mücadele etmek amacıyla kolları sıvayan bilim insanları radikal yöntemler kullanmaya kararlı. Cambridge'de kurulacak bir merkezde dünyanın kutuplarını dondurmak veya atmosferden karbondioksit çekerek yer altına depolamak gibi seçenekler de var.

program yürütüyor.

Diğer fikirlerin arasında daha fazla karbondioksiti oksijene çevirebilmeleri için okyanusları daha fazla yeşillendirme de var. Bu yöntemle okyanuslara bırakılacak demir tuzlarıyla plankton sayısının artırılması planlanıyor. Önceki denemelerde bu şekilde yeterince CO2 çekilemediği görüldü, bunun çevreye de zarar verebileceği ve maliyetini çıkaramadığı sonucuna varıldı. Fakat York Üniversitesi'nden Prof. Callum Roberts'a göre bugüne kadar kabul edilemez görülen fikirleri değerlendirmek ve mümkünse hayata geçirmek şart. Bunun nedeni ise iklim

değişikliğinin vereceği potansiyel zararın boyutunun, iklim değişikliğiyle mücadele edilirken verilecek diğer zararlardan çok daha büyük olması.

BİRÇOK SEÇENEK MEVCUT

Prof. Roberts, "Kariyerimin başlarında insanlar mercan resiflerini kurtarmak için ekosisteme müdahaleci yaklaşımlara korkuyla bakıyordu. Ama şimdi yüzyılın sonunda ekosistemin yok olmasına dair endişenin yarattığı çaresizlik nedeniyle tüm seçenekler masada" diyor.

Bu seçenekler arasında genetik değişikliklerle ısıya dayanıklı mercan resifleri yaratmak veya denizlerin asit derecesini düşürmek için denize kimyasallar dökmek de var.

SICAKLIĞIN KÜRESEL ISINMA ÖNCESİ SEVİYELERE ÇEKİLMESİ PLANLANIYOR

Şu anda iklim değişikliğiyle mücadele için doğayı kullanma fikrinin daha doğru olduğu düşünülüyor. Aynı zamanda daha iyi bir geleceğe yönelmek için daha radikal seçenekleri incelemenin meşruiyetini de görmek gerekiyor.

Bu tür yöntemlerin potansiyel yan etkileri olabilir veya olanaksız bulunabilir. Fakat Cambridge Üniversitesi'nden okyanus fizikçisi Prof. Peter Wadhams, bu projelerin yan etkilerinin boyutunun düzgün bir

KUTUPLAR YENİDEN DONDURULACAK

Kutupları dondurmak için en fazla umut vadeden fikirlerden biri üstlerdeki bulutları daha parlak kılmak. İnsansız gemilerle denizden çekilecek suların, uzun bacaların ucundaki ince püskürtme memelerinden bulutlara pompalanması yoluyla bunun mümkün olabileceği düşünülüyor. Bu işlemle bulutlara taşınacak olan küçük deniz tuzu tanecikleri, yayılacakları bulutların güneş ışıklarını uzaya daha fazla geri yansıtmasını ve böylece altındaki bölgeleri daha fazla soğutmasını sağlayacak.

şekilde hesaplanması gerektiğini, CO² salımını azaltmanın tek başına yeterli olmayacağını söylüyor.

Karbon salımını azaltmak, küresel sıcaklıkları daha yavaş bir şekilde artırmak anlamına geliyor. Bu da iyi değil çünkü halihazırda çok ısındık ve atmosferde fazlasıyla CO2 birikti bile... Bu tür yöntemler atmosferden karbondioksiti alabilir. Bunun ardından sıcaklığı önce günümüz seviyelerine, sonra da küresel ısınma öncesi seviyelere çekebiliriz. Yani doğanın kurtuluşu yine doğanın mucizeleriyle mümkün.



Doğayı kurtarmak amacıyla uygulanacak yöntemlerden biri de atmosferdeki karbonu çekmek. Böylece kömür santralleri veya çelik fabrikalarının saldıgı karbondioksit gazının yer altında depolanması planlanıyor.



Lezzet avaları Özler'de

Cemalettin Ercan tarafından 1987 yılında Etlik'te kurulan Özler Döner, kalitesi, çalışma azmi ve müşteri memnuniyeti prensiplerinden taviz vermeden şirket yetkilisi Yasin Ercan yönetiminde faaliyetlerini sürdürüyor. Firma, yaklaşık 1 milyon kişinin oyuyla 2017'de 'En Lezzetli Döner' ödülünü kazandı. 2018 yılında ise Türkiye'nin 'en'leri platformunda en lezzetli döneri unvanını aldı.

Özler Döner, Ankara'nın önemli bir lezzet durağı. Yasin Ercan yönetiminde 200 çalışanıyla müşterilerine dönerin muhteşem lezzetini sunan Özler Döner, ayrıca kebab ürünleri ve pidesiyle dikkat çekiyor.

Cevizli tel kadayıfıyla da meşhur olan, Türkiye'nin her yerinden müşterilerini enfes tatlarıyla ağırlayan Özler Döner'den Yasin Ercan ile markaları hakkında konuştuk.

KALİTEDEN ÖDÜN VERMİYOR Özler Döner'in kuruluşundan bugüne kadarki sürecini anlatır mısınız?

Özler Döner kurucumuz Cemalettin Ercan tarafından 1987 yılında Etlik'te kuruldu. Çankırı'dan Ankara'ya gelen Cemalettin Ercan, burada geleneksel yöntemlerle çıraklık, kalfalık, ustalık yaparak usta eğitici seviyesine geliyor. Buradan da Etlik'te 1987 yılında ilk dükkanını açıyor.

Cemalettin Ercan'ın bize gösterdiği

ilk prensip lezzeti, kalitesi, çalışma azmi ve müşteri memnuniyeti.

Ankara'da 2017 yılında en lezzetli döner ödülünü Tüm Restoranlar, Lokantalar ve Tedarikçiler Derneği'nin (TÜRES) organizasyonundan alan Özler Döner bu yarışmada 1 milyona yakın kişinin oyunu aldı. 2018 yılında da Türkiye'nin 'en'leri platformunda en lezzetli döner unvanını da almaya layık görüldü.

GELENEKSEL YÖNTEMLERLE ÇALIŞMAYI SEVİYOR

İlk günden bugüne merkezi Etlik'te olmak üzere toplamda yedi şubemiz ve iki balo salonumuz ile Ankaralı hemşehrilerimize hizmet sunuyoruz. Dışarıdan fazla ürün almaya gayret ediyoruz. Biz geleneksel yöntemlerle çalışmayı seviyoruz. Geleneksel esnafız. Şubeleşerek, kalitenin düşmesini istemiyoruz. Denetimlerimizi sık sık yapıyoruz.



"TAZE ÜRÜN KULLANIYORUZ"

Kullanacağınız malzemeleri seçerken nelere dikkat ediyorsunuz?

Bizim lezzetli ve kaliteli olmamızın bir diğer sebebi de taze ürün kullanmamız. Bazı geleneklerimiz var. Dönerlik, yani dikey ateşle pişen et için Amasya bölgesinin etleri daha uygun. Lezzetin sırrı sadece marifetli ustalarımızın olmasıyla değil. Arka planda hayvanın güzel beslenmesi, helal kesilmesi, güzel muhafaza edilmesi, genç olması ve soğuk zincirinin doğru korunması gerekiyor. Tedarikçilerimizi sürekli kontrol ediyoruz. Biz numunelerin hem çiğ hem de pişmiş halini test ediyoruz. İnsan sağlığı bizim için çok önemli.

Özler Döner olarak temel amaçlarımızın müşteri memnuniyeti olduğunun altını çizen Yasin Ercan, "Yedi şube sayısını bir anda 70'e çıkarabiliriz. Standardımızı düşürürsek 70 tane şube açmak en fazla bir sene sürer. Planlı ve istikrarlı büyüme önemli. Biz bunu sağlamaya çalışıyoruz" dedi.

Özler olarak internetten sipariş alıyor musunuz?

Bunun yanında internet satışıyla alakalı yemek sepetiyle çalışma yapıyoruz. Ek olarak dijital arşiv çalışmamıza devam ediyoruz. Özler Döner olarak günün getirdiği yeniliklere de uyum gösteriyoruz.

DAHA FAZLA İNSANA LEZZET SUNMAYI TERCİH EDİYORLAR

Yeni bir şube açma veya yeni bir yatırım var mı? Franchising düşünüyor musunuz?

Yeni yatırımlar düşünmüyoruz. Yenilenmeye, daha iyisine daha lezzetlisine ulaşmaya çalışıyoruz. Elimizdeki lezzeti daha çok insana sunmak istiyoruz. Biz Ankara ve Ankara dışında güzel yerlerde görebilirsiniz. İstanbul düşüncemiz de var.

Franchising işini şu an düşünmüyoruz. Hepsinin sahibi biziz, merkezden yürütülüyor. Franchising olduğu

zaman işin içerisinde kalite ve denetleme düşebiliyor. Biz müşteri memnuniyeti odaklı firma olduğumuz için her şey para değil. Bazı örf ve gelenekleri devam ettirmek de bizim açımızdan önemli. Biz bunun altyapısını sağlayabildiğimiz şubeler açmak istiyoruz. Bu doğrultuda bizim açacağımız şube yine kendi işleteceğimiz bir restoran olabilir. Net değil ama bu konuyla ilgili çalışmalarımız devam ediyor.

YÜZDE 100 DANA ETİ KULLANILIYOR

Şu anda inanılmaz bir döner furçası var. Her yerde bir dönerci açılıyor. İnsanların daha çok alternatifi var. Neden insanlar Özler Döner'e gelsin?

Ankara dönerinin Ankara döneri olmasının sebeplerinden bir tanesi de yüzde 100 dana etinden olması ve kıyma kullanılmaması. Biz dönerimizi dananın her bölgesini kullanarak yapmıyoruz. Hayvanın belli bölümleri var. Mesela biz hayvanın ön kollarını döner etinde kullanmıyoruz. Çünkü ön kollarında sinir yoğunluğu daha fazla oluyor. Arka butlarını

tercih ediyoruz. Ankara dönerinin özelliği bunlar.

Geleneksel yöntemler diyoruz ısrarla. Çünkü kalite lezzet bu şekilde oluyor.

SENEDE 1 MİLYON MÜŞTERİ BU LEZZETE GELİYOR

Döner dışında hangi ürünler var? Ön plana çıkan başka bir ürününüz var mı?

Kebap ürünlerimiz ve pide çeşitlerimiz var. Ancak kuşbaşılı pideyi kesinlikle tavsiye ediyoruz. Kuşbaşılı pidede kullandığımız et hayvanın bonfile diye tabir edilen yeri. Bu da bir hayvanda ancak 2-3 kilogram çıkıyor. Sinirsiz, yumuşak ve temiz bir et olur. Bu lezzetimizi bizim müşterilerimiz bilir. Örneğin döner söylerler ve yanında ortaya salatayla birlikte kuşbaşılı pideyi eksik etmezler. Ayrıca kapalı dönerimiz de tescilli lezzetimiz. Senede 1 milyona yakın misafirimiz oluyor. Bizim sırrımız burada. Bizim misafirlerimiz, eşimiz dostumuz oluyor. Müşterilerimizin buradan memnun ayrılması bizim mutluluğumuzu artırıyor. Yıllarca kalıcı olmamızın en büyük etkilerinden bir tanesi de bu.



'İş'te başarının yolu çatışmayı doğru yönlendirmekte

İletişim, insan doğasının en önemli parçası. Sahip olduğumuz bir şeyin değerini anlayamadığımız gibi iletişimin önemini de bir yanlışa düşmeden fark edemeyebiliriz. İş analisti olarak müşterilerinizin dilinden anlamamız, yapılması gereken en önemli hamle olarak karşımıza çıkıyor. Müşterinin dilinden anlayabilmek için onu dinlemek, gereksinimleri doğru anlayabilmek gerekiyor.

Yapılan toplantılarda müşterinin tek bir cümlesini kavrayıp, işi kafamızda kurarak ilerlemeniz gerekiyor. İhtiyaçları sonuna kadar dinleyip, nihai hedefi anlayabilmek çok önemli. Bu noktada iş analisti-

İş hayatında başarılı olabilmek ve sorunlara çözüm bularak iyi bir yönetim modeli oluşturmak için farklılıkları görmek gerekiyor. Özellikle müşterinin istek ve beklentilerini doğru anlamak ona sunulacak ürün ve hizmetin de kalitesini artıracığı için algılarımızı her daim açık tutmak gerekiyor.

nin görevi de gereksinimleri doğru anlayıp, tanımlamakla başlıyor.

ALGILAR DEĞİŞKENLİK GÖSTERİR

İş hayatında çalışanların arasındaki ortak noktalar düşünülerek işe alım yapılmaz. Hatta farklı perspektifleri olan kişilerden ekip kurmanın avantajları öne çıkarılır. Bu nedenle farklı kültürlerden, farklı ortamlarda büyüyen, farklı okullar bitirmiş, farklı zevkleri, hobileri, inançları olan insanların bir araya geldiği yapılar her zaman daha üretken oluyor. Bu öğretilere göre kişiler kendi algı filtrelerini oluşturuyor ve bunu gündelik yaşamında kullanarak işlevsel hale getiriyor. Algı filtreleri

çevremizdeki davranışları süzerek anlamlandırmamızı sağlıyor. Algi filtreleri kişiye özel olduğundan anlatmak istediğimiz manayı karşı tarafa verirken kullandığımız kelimeler, karşı tarafta bizde uyandırdığı etkiyi uyandırmayabilir. Algi filtrelerimizin farklı işleyişleri veya istediğimiz manayı karşı tarafa aktarmamasından dolayı çatışma durumlarında kalmak mümkün.

ÇATIŞMAYI İYİ YÖNETMEK GEREKİYOR

Çatışmalar kurum içinde amaç, algı farklılıkları, iletişim eksiklikleri gibi sebeplerden ortaya çıkabilir. Çatışmanın insan üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri olabilir. Önemli olan çatışma anında ve sonrasında yaşanılanları belli bir dengede tutarak işi yönetebilme becerisi. Çatışma durumlarını yönetebilmek size yeni bakış açıları, kurumunuza yeni amaçlar, kendinizle ilgili yenilikçi geliştirmeler ve iletişim kanallarınızın açılmasını sağlayabilir. Çatışma kötü değil, ancak iyi yönetilebilirse.

Bedenini dinle ve sakinleş: Bir çatışma durumunun başlayacağını anladığınızda vücudunuz koruma durumuna geçtiğinden, belirli sinyaller vermeye başlar. Bedeniniz sinyal veriyorsa konuşma molası istemeli ya da odağı başka yöne çevirerek sakinleşmeyi sağlamalısınız.

Duyularını kontrol altında tut: Duyularınızla hareket etmeye müsait biriyse, çatışma yaşamanız durumunda duygularınıza hakim olmalısınız. Duyularınızdan arınıp, bir probleme yaklaştığınızda sorunu daha net görebilirsiniz. Duyularınıza hakim olmadığımız bir noktadaysanız, ruh durumunuzu değiştirmeli, nefesinizi düzenlemeli veya beyninizi dengelemelisiniz.

Farklı düşünceleri önemse: Kaçınılmaz durumlarda veya çatışma yaşadığınız kişiyle bir uzlaşmaya varamayacağınızı fark ettiğinizde görüşüne güvendiğiniz, tarafsız olacağını düşündüğünüz biriyle yaşadığımızı paylaşabilir ve çözümlerini dinleyebilirsiniz. Bu kişinin güvendiğiniz ve yol gösterecek yetkinlikte olması önemli.

KALİTE İÇİN ALGILARINI AÇ

İğneleyici cümleler kurmak hiçbir zaman doğru değil ve çatışmayı daha farklı boyutlara taşır. Çatışmaları olumsuz sonuçlandırmayıp, yönetmeyi öğrendiğimiz durumlar ilişkide açık olmamızı, sorgulamamızı, olumlu değişimler yaşamamızı ve öğrenmemizi sağlar. Bu sayede müşterilerle iyi ilişkiler kurar, bize daha açık ve net olmasını, daha başarılı analizler yapılmasını sağlar. Böylece iş ve hizmet üretiminde kaliteyi daha rahat yakalayabiliriz.

Etkili dinlemek kavramaya yardımcı oluyor: Çatışma yaşadığınız birine karşı beyniniz tepkili olur ve her sözünde sizinle çatışmaya çalıştığı yargısına varabilirsiniz. Geçmişini unutup, günümüzde kalmalı, karşınızda-

kini yargılamadan dinlemeli, vermek istediği mesaja değer verdiğinizi belli etmeli ve sorular sormalısınız.

Çözümünü üretmekten kaçınmayın: Sizi olumsuz etkilediğini düşündüğünüz ve kaçınmadığınız çatışmaları olumlu bir şekilde sonuçlandırmaya çalışmalısınız. Çatışmanın çözülmesi çatışma yönetiminin bir evresi. Çözüm için eyleme geçmeden önce değerlendirme yapmalı, çatışma yaşadığınız kişinin karakterine göre çözümler üretmeye çalışmalısınız.

Çözüm odaklı ol: Çatışma durumunun tekrar edilmemesi için önce kendi tutum ve davranışlarımıza dikkat etmemiz gerekir. İletişim kurarken kişiliğe saldırı olabilecek nitelikte cümleler kurmak yerine, durumlardan bahsetmeli, suçlayıcı sen cümleleri yerine biz dili kullanmalı, abartılı genellemeler yapmak yerine, hoşlanmadığımız durumu açıkça belirtmeli, insanları problemlerden ayırmalı, problemi yaratan kişiye değil problemi anlamaya ve çözüme odaklanmalı.



Doğru iletişim kurmak ve çatışmayı önlemek amacıyla yargılayıcı olmak yerine, iyi bir dinleyici olmalıyız. Böylece karşımızdaki kişiyi duymak yerine, anlamak niyetiyle hareket edebiliriz.

16
AĞUSTOS
22:30

6:45 KK
Ankara



İstanbul Arabesque Project

Her kesimden dinleyicinin içindeki 'arabesk aşkı'nı ortaya çıkarmakla nam salmış olan, Türkiye'nin ilk ve tek arabesk grubu İSTANBUL ARABESQUE PROJECT (IAP), müzikseverlerle buluşuyor...

23
AĞUSTOS
22:30

6:45 KK
Ankara



Dj Ali Taş ile 90'lar Türkçe Pop Gecesi

90'lara ışınlanmaya hazır mısınız? DJ Ali Taş, 90'lı yıllara ait şarkılarla müzikseverleri zamanda muhteşem bir yolculuğa çıkaracak.

24
AĞUSTOS
13:30

Masterpiece
Ankara



Masterpiece Ankara Resim: Dolunayda Yürürken

Keyifli bir ortamda güzel müzikler eşliğinde yağlıboya tablolar yapabilirsiniz. Masterpiece Ankara Resim - Dolunayda Yürürken resimleri.

31
AĞUSTOS
21:00

IF
Performance
Hall
Ankara



Zakkum

Zehr-i Zakkum, 13, Ben Böyle Değildim ve Her Gün Sonbahar gibi sevilen eserleriyle tanınan Zakkum, sevenleriyle buluşuyor.



FUAR ADI	ORGANİZATÖR	KONU	YER	TARİH
Çukurova Mobilya	Tuyap Adana Fuarçılık	Mobilya Dekorasyon	Tuyap Adana	01-06 Ekim
Aymod 2019 Ekim	Pozitif Fuarçılık	Deri, Ayakkabı ve Kürk	IFM - Yeşilköy	02-05 Ekim
ISK - SODEX 2019	Hannover Fairs Turkey	Enerji Isı ve Havalandırma	Tuyap IST	02-05 Ekim
BEAUTYİSTANBUL :	İpekyolu Fuarçılık	Kozmetik	IKM - Harbiye	02-04 Ekim
Antalya Mobilya	Tuyap Fuarçılık	Mobilya	Antalya	02-06 Ekim
POOLEXPO 2019	Hannover Messe	Su Teknolojisi	Tuyap IST	02-05 Ekim
KIDS Turkey	Spielwarenmesse Middle	Oyuncak	IFM - Yeşilköy	03-06 Ekim
Su Kongre ve Fuarı	İnfoloji Fuarçılık	Su Teknolojisi	İstanbul	03-05 Ekim
Biga Tarım ve Hayvancılık Fuarı	Renkli Fuarçılık	Tarım Hayvancılık	Biga Fuar Alanı	03-06 Ekim
Buildeast Yapı	Akort Tanıtım	İnşaat	G.Antep - OFM	03-06 Ekim
Gayrimenkul Gaziantep	Akort Tanıtım	İnşaat	G.Antep - OFM	03-06 Ekim
MODEF EXPO 2019	Modelf Fuarçılık	Mobilya Dekorasyon	İnegöl Fuar Alanı	08-13 Ekim
Bursa Hayvancılık	Tüyp Bursa Fuarçılık	Tarım Hayvancılık	Bursa	08-12 Ekim
Burtarım 2019	Tüyp Bursa Fuarçılık	Tarım Hayvancılık	Bursa Tuyap	08-12 Ekim
Maktek İzmir 2019	Tüyp Fuar ve Fuarçılık	Makina ve Teknik	İzmir Gaziemir	09-12 Ekim
8. Kayseri Mobilya Fuarı	Tüyp Tüm Fuarçılık A.Ş	Mobilya Dekorasyon	Kayseri	09-13 Ekim
GESS Turkey 2019	İFO Fuarçılık	Eğitim	İstanbul	10-12 Ekim
CNR PROMEXPO	İstanbul Fuarçılık	Hediyeelik Eşya	IFM - Yeşilköy	10-13 Ekim
İstanbul Jewelry Show	UBM Rotaforde Fuarçılık	Kuyumculuk	IFM - Yeşilköy	10-13 Ekim
ALUEXPO 2019	Hannover Messe Ankiros	Makina ve Teknik	IFM - Yeşilköy	10-12 Ekim
Kompozit 2019	Sereks Fuarçılık	Otomotiv ve Yan Sanayii	Lütfi Kırdar - İST	10-12 Ekim
17. Bayım Olur mu ?	Medya Fors Fuarçılık	Ticaret	IFM - Yeşilköy	10-13 Ekim
INTERMAK	Tüyp Anadolu Fuarları	Yapı İnşaat	Kocaeli	10-13 Ekim
Ağaç İşleme Makinesi 2019	Reed Tüyp	Ahsap Makinaları	Tuyap IST	12-16 Ekim

YURT DIŞI FUARLAR

FUAR ADI	ORGANİZATÖR	KONU	YER	TARİH
CHFA East	CHFA	Gıda	Toronto	12-15 Eylül
IAA	VDA	Otomotiv ve Yan Sanayii	Frankfurt	12-22 Eylül
C.W.I.E.M.E. Chicago	Cwieme	Elektrik Elektronik	Chicago	17-18 Eylül
Industrial Automation Show	Hannover Messe	Elektrik Elektronik	Shanghai	17-21 Eylül
CIIF	Clif Expo	Endüstriyel Ekipman	Sangay	17-21 Eylül
THE HOTEL SHOW	DMG	Endüstriyel Ekipman	Dubai	17-19 Eylül
Energy Show	Clif Expo	Enerji Isı ve Havalandırma	Sangay	17-21 Eylül
NEAS - New Energy Auto Show	Shangai East	Enerji Isı ve Havalandırma	Sangay	17-21 Eylül
Workspace Dubai	DMG	Kirtasiye	Dubai	17-19 Eylül
MWCS Metalworking	Hannover Messe	Makina ve Teknik	Sangay	17-21 Eylül
Saudi Health	informa	Medika	Riyad	17-19 Eylül
DUBAI INDEX 2019	Index Expo	Mobilya	Dubai	17-19 Eylül
Heimtextil Russia	Messe Frankfurt	Tekstil	Moskova	17-19 Eylül
PREMIERE VISION	Premiere Vision	Tekstil	Paris	17-19 Eylül
Pack & Print	Messe Düsseldorf Asia	Ambalaj	Bangkok	18-21 Eylül
ICIF China	CCPIT	Boya ve Kimyasal	Sangay	18-20 Eylül
Led + Neon + Sign China 2019	Trust Exhibition	Elektrik	Sangay	18-20 Eylül
SEMICON Taiwan	Taipei Nangang Expo	Elektrik Elektronik	Taipei	18-20 Eylül
PAPERCHEM + TECH	CNCIC	Kagıt, Matbaa ve Etiket	Sangay	18-20 Eylül
Jewellery & Gem Fair	CMP Asia	Kuyumculuk	Hong Kong	18-22 Eylül
GRTE 2019	BITEC	Otomotiv ve Yan Sanayii	Bangkok	18-20 Eylül
RubberTech China	Ch Rubber	Plastik Kauçuk	Sangay	18-20 Eylül
Sign China 2019	Trust Exhibition	Reklam	Sangay	18-24 Eylül
Salone Nautico	Fiera di Genova	Denizcilik	Cenova	19-24 Eylül



Nurettin ÖZDEBİR
Ankara Sanayi Odası
Chairman of the Board

TURKEY MUST FULFILL ITS TOURISM POTENTIAL

Tourism first emerged during the Roman Empire period and took its current form with the industrial revolution. Generating 7% of the total global revenues and 29% of the global services, it managed to become the 4th greatest industry in the world economy. In the last 7 years, it grew 3% faster than the merchandise exports, which explains why states prioritize this sector.

According to a report prepared by the United Nations World Tourism Organization (UNWTO), revenues from international tourism reached \$1.7 trillion in 2018. UNWTO also estimates that 1.6 billion people are expected to participate in tourism activities around the world and spend \$2 trillion in 2020.

These realized values and predictions increase the importance the countries attach to tourism.

Although tourism appears to be a stand-alone sector, it directly affects 54 other industries, mainly food, catering and transportation. Purchases in this sector affect many others directly or indirectly, creating significant positive externalities. In Turkey, \$26 billion worth of purchases are made alone in tourism annually. It has a vital position for many sectors because of these purchases: 51% of sales in the fishing industry, 20% of total intermediate goods sales in the food and beverages industry, and 14% of sales in the furniture industry are made by the tourism sector. This characteristic makes it the 20th out of 59 sectors which vitalized the economy most.

Employing 300 million people around the world, and 1.2 million in Turkey, tourism is considered an area where employment opportunities will always continue to exist. As a result, its significance in compensating the employment deficits

observed particularly in the merchandise sector is great.

Tourism also makes an important contribution to closing the current deficit thanks to the inflow of foreign currency it causes. Emerging economies like Turkey, however, have a smaller share in total tourism revenues in comparison to advanced countries. Turkey's tourism income reached \$29.5 billion in 2018, 81.8% of which was obtained from foreign visitors. The average tourist spent \$647 in 2018. Although Turkey achieved the greatest increase in room revenue and occupancy rates in 2018, it is not among the top 10 countries generating the total tourism revenues.

It is obvious that this is an insufficient amount for a country like Turkey where 4 seasons are experienced during the year, which is literally full of historical artifacts belonging to many different religions, which is suited for both winter and summer tourism, which has natural wonders in almost every province, and which is a beautiful peninsula located at the intersection of continents. The main underlying reason for this situation is that Turkey's tourism marketing is not conducted properly. Promoting Turkey's shopping, faith, culture, health, and gastronomy tourism capabilities abroad will increase the number of tourists visiting other provinces.

It is obvious that Turkey must prioritize this sector, which plays a vital role in its economy. Aware of this necessity, Turkish Government announced that Tourism Publicity and Development Agency will be established with a view to increase tourism income from \$29.5 billion to \$65 billion, and the number of visitors to 75 billion by the year 2023.

From marble to aluminum industry, the number of women exporters who set the course for Turkey's exports has reached 7,500 in Turkey. They compete fiercely with their rivals around the world with their exceptional mental agility. The government, relevant ministries and the business world continuously develop projects to help women first become an entrepreneur and then an exporter.

Women create business opportunities for themselves and the people they employ, and are more active in working life, which contributes to strengthening their position in the society, affecting their level of development, preventing unfair distribution of income significantly.

There are about 7,500 women exporters in Turkey, all of whom enjoy great success around the world. With a view to leave no market not penetrated and to contribute to the economy, they are now active in male-dominant sectors like machinery, chemical and textile. They pursue and achieve success both in domestic and international markets, and fierce compete with their Chinese, American and European rivals.

THEIR GOAL IS TO INCREASE VOLUME

Turkish business women made a name for themselves not only in the domestic market but also in the markets they export to. Some of them start their own



companies whereas others represent the family brands they inherited from their parents around the globe. Exporter women emphasize that it is necessary to make new connections and increase the volume of business in order to set a higher standard in this area, and carry their brands further.

DETERMINATION LEADS TO STABILITY

According to research, women spend 90% of their income for their family, economy and education. Therefore, it is possible to contribute to the economy, social development and stability by increasing the number of women entrepreneurs and exporters.

MANUFACTURERS IN NICHE AREAS DEMAND ASSISTANCE

The members of the 18th Fabricated Metal Products Industry Committee and 29th Special and Artistic Manufacture Industry Committee are active in various niche areas like the manufacture of souvenirs, rosaries, puzzles and toys. These members, some of whom are global brands, emphasize the importance of access to information, ease of electronic commerce, and support for marketing infrastructure. The major problems of the companies are SMEs' access to financing, lack of semi-skilled workers, and access to information and marketing channels.

On the other hand, the special problems and solution recommendations of companies operating in special areas stand out. For example, the



jewelry sector suffers from lack of trained and reliable personnel.

One of the urgent demands of the industry is the establishment of

stores and showrooms where they can present their products, some of which are very expensive pieces of art.



GLOBAL TOURISM SOARS

Tourism is one of the fastest growing industries in the world, and is among the main driving forces behind economic growth. The sector is closely related to economic development. Exports generated by international tourism grew 4% last and reached US\$1.7 trillion in 2018, according to a new report from the World Tourism Organization (UNWTO). These figures prove that tourism is one of the most important players in international commerce, and is one of the major sources of income for many emerging economies. All of this data makes tourism a key factor for social-economic development.

The volume of global tourism exceeds the capacity of many industries, from oil exports to food. For the seventh year in a row, tourism exports grew faster than merchandise exports (at 3%). US\$1.7 trillion revenue from international tourism accounts for 29% of global service exports and 7% of overall exports of goods and services.

In industrialized and developed countries, the global expansion of tourism provides economic and employment advantages in many related industries from construction to agriculture.



Tourism is the fourth greatest industry in global economy. Hundreds of millions of people spend hundreds of billions of US dollar to travel every year. The income governments receive from tourism is used for the welfare of the people of that country. States receive direct or indirect taxes from every purchase a tourist makes. Today, the economy of some countries or cities depends predominantly on tourism.

TOURISM DIRECTLY AFFECTS 54 INDUSTRIES

In addition to its contribution to national revenue, tourism is an industry at the center of economic and social stability due to its ability to attract foreign currency to the country, to help decrease the current deficit, and to create business opportunities. It is also one of the most effective marketing and promotional tools for our country.

STM General Manager and CEO İkinci:

“We want to become one of the top 50 defense industry companies in the world”



We asked Murat İkinci, CEO of STM Savunma Teknolojileri Mühendislik ve Ticaret A.Ş., which was established in 1991 by the decree of the Defense Industry Executive Committee to provide system engineering, technical support, project management, technology transfer and logistics support services for Turkish Armed Forces (TAF) and Undersecretariat for Defense Industries (SSM), about the company's activities and projects.

STM General Manager and CEO İkinci told us about the successful projects they completed for the defense industry. İkinci said, “STM is among the top 100 defense industry companies in the world. It is the 4th greatest company in Turkey in this area. However, this is not sufficient for us. We drafted a plan to put STM among the top 50 defense industry companies in medium term, and we are implementing it currently. STM has great potential, but Turkish defense industry's potential is greater.”

%100 Milli SERMAYE



Tarım araçlarından deniz taşıtlarına, Start-Stop akülerden taksi akülerine, yollardaki enerji kaynağınız Yiğit Akü; tank aküleri, ağır hizmet aküleri ve Türkiye'nin ilk akıllı aküsü Prestige V3 ile Türkiye'nin gururu olmaya devam ediyor.

anadolu radyant ısı sistemleri



MADE IN ITALY
ACCORRONI

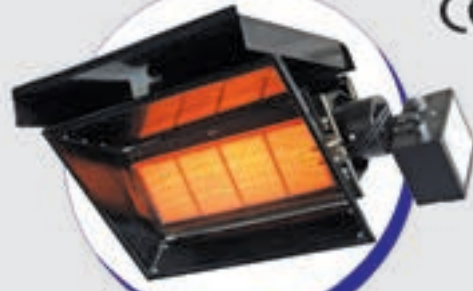
Gaz Yakıtlı
Sıcak Hava Üreteçleri

CE

SUNRAY®

Seramik Plakalı, Açık Alevli
Radyant Isıtma Sistemleri

CE



SUNRAY®

Borulu Tip
Radyant Isıtma Sistemleri

CE

SUNRAY®

Seramik Plakalı, Açık Alevli
Radyant Isıtma Sistemleri

CE



RSSAN

Doğalgaz Basıncı Düşürme ve
Ölçüm İstasyonları

TSİ



SUNRAY®

Borulu Tip (Digital)
Radyant Isıtma Sistemleri

CE



İvedik Organize Sanayi Bölgesi Has Emek Sanayi Sitesi
1464. Sokak No: 18-20-22 Yenimahalle - ANKARA



T: 0312 395 60 66
F: 0312 395 61 55



www.anadoluradyant.com.tr
info@anadoluradyant.com.tr