



vildona®

Ayakkabı ve saraciyede  
fonksiyonelliği konforla birleştiren,  
ileri teknoloji çoraplık, astarlık ve  
takviyelik ürünlerin dünyadaki  
en önemli markası

Vildona, şimdi Erdoğan deneyim  
ve güvencesi ile Türkiye'de.



AYAKKABI MALZEMELERİ SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ.

Erdoğan Ayakkabı Malzemeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.  
Sancaktepe San.Mah.Ferah Sok.No:9 34165 Güngören-İSTANBUL  
Tel: 444 9 373 / 212 637 74 37 Fax: 212 637 03 41  
e-mail: info@erdogdu.com www.erdogdu.com

Yan sanayicilerin  
26. yıl buluşması



06



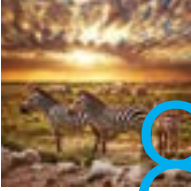
58

İşadamlarına  
ekonomik uyarı

alternatif bir  
finansman modeli:  
İş Melekleri



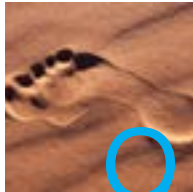
62



80

Afrika pazarına  
giriş formülü

AYSAD Türkiye'nin  
ayak haritasını  
çıkartıyor!



92



94

Ek gümrük  
vergisiyle  
üretime destek



AYSAD  
Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği adına  
İmtiyaz Sahibi  
**Tan Erdoğan**  
Yönetim Kurulu Başkanı

Yayın Kurulu  
**Tan Erdoğan • Ahmet Kayalı • Ömer Kadir Arpacı**  
**• Ömer Sağlam • Ozan Limoncular**  
**• Sait Vakkas Salıcı • Oğuz Aksu**

Danışma Kurulu  
**Yrd. Doç. Dr. Asuman Sönmez**  
İstanbul Kültür Üniversitesi Öğretim Üyesi  
**Öğr. Gör. Cengiz KASTAN**  
İstanbul Aydın Üniversitesi  
Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Program Başkanı

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü  
**Çetin Ünsalan** Kırık Kalem Ajansı

Reklam Müdürü  
**Gülen Görgülü Ünsalan** Kırık Kalem Ajansı

Görsel Yönetmen  
**Aydın Özkan** Kontrast İletişim

Sayfa Tasarımı  
**Ensar Çolakoğlu** Kontrast İletişim

3 aylık süreli yayın.  
Yıl 1 / Sayı 1 / Aralık 2014



**Yönetim**  
AYMAK00P Sanayi Sitesi  
AYMAK00P Ticaret Merkezi Kat:5 D:3  
İkitelli / İstanbul  
Tel : 0212 549 36 12 Faks : 0212 549 36 22  
info@aysad.org www.aysad.org

**Baskı ve Üretim**  
Altan Basım San. ve Tic. Ltd Şti.  
Yüzyıl Mah. Massit 222  
34200 Bağcılar/İstanbul



## Avrupa'ya imza atmak imkânsız değil

Dünyada 2008 kriziyle birlikte finansal odaklı ekonominin sonuna gelindi. Bundan sonraki süreçte ekonomi yaklaşımı faz değiştirirken, son açıklanan 'Dönüşüm Projesi' kapsamında Türkiye de üretimi merkez noktaya koydu. En zorlu koşullarda dahi üretimden, ticaretten vazgeçmeyen ve bu konuda performansını da ihracattaki başarısıyla pekiştiren ayakkabı yan sanayicilerinin gündemini de bu doğrultuda belirlemesi gereken bir süreçteyiz.

Eğer ülkemiz üretim hamlesine giriyorsa, üretimden hiç vazgeçmeyen yan sanayicinin önüne de fırsatlar ve ödevler geliyor. Bu süreci doğru değerlendirebilirsek, önümüzdeki dönemde mevcut alternatif pazarlarında güçlenen, ama katma değer her zaman en yüksekini elinde bulunduran Avrupa pazarında da etkin olan bir üs olabiliriz. Avrupa'nın yaşlanan nüfusu ve daralan ekonomisi sizleri yanıltmasın. Her şeye rağmen önümüzdeki süreçte de modanın ve katma değerli ürünün satıldığı pazar olma özelliğini koruyacaktır. Ama dünyanın Avrupa algısında farklılık ortaya çıkacaktır. Bu pazarın ihtiyaçlarını karşılayan tedarikçilerde yaşanacak değişim çok önemli.

Mevcut üreticilerin maliyet kaygısıyla zorlanacağı ve alan boşaltacağı süreçte, doğru bir strateji uygulanır ve yol haritası belirlenirse, lokasyon ve nitelikli üretim özelliğiyle Türkiye'nin bu pazarda hakim olması mümkün. Avrupa'daki yüksek katma değerli moda akımlarından etkilenen ürün skalasını ve teknoloji ihtiva eden ürünleri Türkiye'ye çekmek, bu yolculuğun kaçınılmaz şartıdır. Bu da ancak güçlü bir yan sanayi ile mümkündür. İşte Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği olarak bu bilinçle, sektörümüzün var olan ama dağınık durumdaki gücünü toparlama, geliştirme ve kurumsallaştırma amacını taşıyoruz. Küresel organize perakende sektörü baş döndürücü bir hızla değiştiriyor. Tüketim alışkanlıklarını göz önünde bulundurarak, bu değişim rüzgârına yan sanayicimizin ayak uydurması gerekiyor.

Böylesi bir dönüşüm ise inovatif yaklaşım, araştırma geliştirme, farkındalık yaratma ile sağlanabilir. AYSAD olarak ayak haritası projesi aslında bu entegrasyonun önemli bir adımını oluşturuyor. Bu hamleyi fuarlarda beslediğimiz trend alanında modayı öne çıkaran, sektörümüzün vizyonunu geliştiren hamlelerle destekliyoruz. Aysad Vizyon Dergisi de bu hedefin bir diğer adımı... Sektör içi iletişimimizi arttırmalı, gelişmeleri takip etmeli, bilgi paylaşımını kalıcı hale getirmeliyiz. Birlik ve beraberliğimizi güçlendirmeli, Türkiye'de zayıf olan STK yapılanmasında, kendi adıma ilkleri gerçekleştirmeli ve AYSAD farkını göstermeliyiz. Zaten bu farkın ilk adımını da AYSAF Fuarı'nın tarihlerini, sektörün verdiği destekle dünyada etkin olacak periyoda çekerek attık. Yaklaşık 2 yıl boyunca AYSAD yönetimi sahada adeta bir arama konferansı gerçekleştirdi.

Bugüne kadar yapılan uluslararası statüdeki fuarlarımız, sadece iç pazarın dinamiklerine göre, vitrinlere çeyrek kala yapılır durumdaydı. Bu konuda küresel arenada düzenlenen en büyük fuarların 6 ay, diğer bir deyişle bir sezon gerisinden geliyorduk. Dünya kış fuarlarını yaparken biz yaz, yaz fuarlarını yaparken de kış fuarını yapar durumdaydık. Son AYSAF'ta ziyaret ettiğimiz sektörün tüm büyük oyuncularını küresel rakiplerine kafa tutarcasına AYSAD'a bu konuda tam destek verdi ve ayakkabı yan sanayi fuarlarımız küresel takvimde hak ettiği koltuğa oturdu. Tasarım ve Ar-Ge öncesi hazırlığa yan sanayicinin ışık tutmasının böylesi doğru zamanda doğru nokta atışlarla mümkün olacağı çok açık. Bu doğrultuda ayakkabıdaki katma değer de yakalanacaktır. Yan sanayinin tüm noktalarını ileri taşıma mecburiyetimiz bulunuyor.

Kabuğumuzu yırtmamız, ezberleri bozmamız, global pazardaki büyümeden hak ettiğimizi almamız gerekiyor. Eğer ev ödevimizi doğru yapar, yılmadan birlik içinde çalışırsak sonuç sürpriz olmayacak. Türk ayakkabı yan sanayi sektörü Avrupa'ya hakim olacak. Gücünüze inanın.

Jean Paul Sartre şöyle diyor:

"İnsan sahip olduklarının toplamı değil, fakat henüz gerçekleştiremediklerinin toplamıdır."

Berberce çıktığımız yolculuğun sonunda büyük hedeflere ulaşmak dileğiyle, Sağlıcakla kalın...

*Tan Erdoğdu*



## Şimdi dayanışma zamanı

**T**üm dünyada olduğu gibi Türkiye için de 2015 yılı zorlu geçecek. Belki bizim adımıza finansman açmazlarımız ve şirket borçlu yapımız nedeniyle, dünyadaki rakiplerimize oranla biraz daha sıkıntılı olacağını söyleyebiliriz.

Böylesi süreçler önemli açmazları beraberinde getirirse de, doğru kullanıldığında avantaja dönüşebilecek fırsatları da kendi içerisinde barındırır. Ekonomik daralmanın fırsatı olur mu? Eğer rakipleriniz de, farklı şiddette de olsa aynı koşullarda etkileniyorsa olabilir.

Böylesi dönemler kurumsallaşan, ama aynı zamanda aile geleneklerini de tecrübe olarak değer yapan firmalarla, günlük hesap peşinde koşanların ayrıştığı dönemler olarak yaşanır. Yani geleneksel değerleri bir kenara atan, salt kurumsallaşan firmalar ile sadece aile işletmesi olarak kalan firmaların riski aynı orandadır.

Günlük yaşayanların elenmesinin kaçınılmaz olduğu bu süreçte, dikkatli olunması gereken sadece bu tarz işletmelerle olan ilişkidir. Eğer aşırı bağımlılıklar yaratırsanız, sizi de girdabının içine çeker.

İşin olumlu tablosuna bakıldığında ise kurumsallaşmayı başaran ve aile yapısını muhafaza eden şirketler, piyasa ile olan ilişkilerini doğru ayarlarsa, bu süreçten kazançlı çıkacaktır. Şüphesiz burada da bir alt başlık açmakta fayda var.

O kadar büyük sorunların yaşanacağı ve pazarın daralırken rekabetin azgınlacağı bir süreçten bahsediyoruz ki, firmaların tek başlarına bu cendereden çıkması da çok olası gözüküyor.

Bu nedenle mesleki kuruluşların etrafında toplanmak, ortak hareket ve vizyonda pastanın tamamı adına düşünmek gerekir. Pazarın genişlediği zamanlarda esas olan pastayı büyütme ve bağlantılı daha çok pay almaktır. Ama böylesi dönemler ısının arttığı ve pastanın erime riskinin de çoğaldığı bir özelliktedir.

İşte bu gerekçelerle hem iç pazarın korunması, hem zorlaşan dış pazarlarda pazar payı bulunabilmesi için ortak hareketlerin ve aklın devreye girmesi gerekir. İçte anlamsız fiyat rekabetlerinden kaçınmak adına, tröst yaratmayacak ölçüde centilmenlik anlaşmaları, dışta da birbirini destekleyici politikalar uygulamak yarar sağlar.

Hatta bir adım daha büyük düşünüp, yurtdışı fuar katılımlarından hammadde alımlarına kadar ortak hareket etmek, toplamda akıl almaz faydayı doğuracaktır. Tam da bu aşamada ihtiyaç duyulan, herkesin ortak değeri özelliğiyle mesleki kuruluşlardır.

İşte böylesi zor bir dönemde Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği'nde kenetlenerek, sorunları ortak çözümlerle kovalamak, zor süreci kolaylaştıran ve belki de daralma sonrası daha güçlü çıkılmasını sağlayan bir avantaja dönüştürülebilir.

Bizler bu dergide bu büyük hedefin küçük de olsa bir katkısını sağlamak adına kolları sıvadık. Çünkü doğru bilgilendirme, böylesi süreçlerde en büyük sermayeden daha kıymetlidir. Aysad Vizyon ile hem sektör içi iletişimi sağlayacak, hem de bu kritik yolculukta sektöre ayna tutacağız.

Güzel günlere birlikte ulaşılması dileğiyle, tüm sektöre, sektörün dergisinin ilk sayısından 'merhaba' diyorum.

Saygılarımla  
**Çetin Ünsalan**





# KÖMMERLING

Yapıştırıcıları

# TECNOGI

Fort - Bombe  
Malzemeleri

# SOTAŞ

chemical company

Yapıştırıcıları



# SALAMANDER

BONDED LEATHER

Salpa-Rejenere Deri



# NASTROTEX

Saya Lastikleri



# MOENUS

Çivileri



Finisaj Malzemeleri



# GOM

Yapıştırıcıları

# Solapur

Taban Yapıştırıcıları

# TECNOGI PLAST

Takviye Malzemeleri



Monta Makinası  
Yapıştırıcıları

# GIARDINI

Synthetic Leathers

Suni Deri



Merkez  
☎ +90 232 436 04 76  
☎ +90 212 593 88 53  
Egemenlik Mah.  
6130 Sok. No: 12 35070  
İşıkent / İZMİR - TR

İstanbul Şube  
☎ +90 212 509 37 24  
☎ +90 212 593 88 53  
Ziya Gökalp Mah. İkinci  
OSB Aykocan Sarayı Sitesi  
2. Katın 6. Ada C Blok  
34306 Başakşehir / İSTANBUL - TR

Fabrika  
☎ +90 232 621 52 64  
☎ +90 212 593 88 53  
ALOSBI Necati Atıl  
Akkan Bulvarı No: 22 35800  
Aliağa - İZMİR - TR



chemical company

# Yeni bir çeyrek asra ilk adım

Kuruluşundan bu yana çeyrek yüzyılı geride bırakan Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD), 26. yılını İstanbul Suada'da gerçekleştirdiği resepsiyonla kutladı.



**A**YSAD Başkanı Tan Erdoğan "Hedef, tüm dünyadaki üreticilere hizmet veren, Türk ayakkabı sektörünün de ivmesini artıran bir yan sanayici profili yaratmak" dedi.

Türk ayakkabı sektörünün son yıllarda elde ettiği başarıda en büyük pay sahibi olan ayakkabı yan sanayicileri yeni bir vizyonla önümüzdeki çeyrek yüz yıla 'merhaba' dedi. Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD), kuruluşunun 26. Yılı'nı, 28 Mayıs 2014 tarihinde, İstanbul

Suada'da dernek üyelerinin ve iş dünyasının önde gelen isimlerinin katılımıyla kutladı.

Yeni kurumsal kimliğin de tanıtımının yapıldığı gecede, geride kalan yıllarda kat edilen yol değerlendirilirken, geleceğe yönelik vizyon da katılımcılarla paylaşıldı. Gecede konuşan AYSAD Başkanı Tan Erdoğan, Türkiye'nin ayak haritası projesiyle, eğitim ataklarıyla ve ihracat odaklı pazar çalışmalarıyla, entegrasyonu sağlanan sektörünün, geleceğin pazarına damga vuracağını söyledi.

AYSAD'un onur gecesine iş dünyasının önde gelen temsilcileri ve kamudan çok sayıda değerli isim de katıldı. 26. yıl Gala Yemeği'ne gelenler arasında KOSGEB Boğaziçi Hizmet Müdürü Servet Koçak, KOSGEB İkitelli Hizmet Merkezi Müdürü Selahattin Kaya, İstanbul Ticaret Odası Yönetim Kurulu Üyeleri Fahrettin Basiloğlu ve Hasan Erkesim, TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı, TASEV Başkanı İslam Şeker, TASD Başkanı Hüseyin Çetin, CNR Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ceyda Erem de vardı.

## "Dünyaya hizmet edeceğiz"

AYSAD Başkanı Tan Erdoğan şunları söyledi: "AYSAD'ın en büyük misyonlarından biri bu ahengi olabildiğince yükseltmek ve 40 farklı sektör girdisi sağlayan, ama



spesifik olarak ayakkabı sektöründe çalışan bir ayakkabı yan sanayici bilinirliği ve farkındalığı yaratmak. Sosyal birlikteliği kuvvetlendirmemiz gerekiyor. Hepsinin farkındalığında olan bir yönetim kurulumuz var. İstedğimiz bugün bu işi çok daha kompakt bir seviyede tutmaktansa, daha geniş bir tabana yaymak ve mesela AYSAD'ın bir dergi altında hem sosyalleşmesini hem de biraraya gelerek daha da güçlenmesini sağlamak.

Hayalimizdeki sektör, ülke içerisinde üretilecek tüm ayakkabıların tam manasıyla inovatif ürünlerle, ar-ge'si ülke içinde gerçekleştirilen ürünlerle dolmasıdır. Bunun ötesinde ayakkabı yan

sanayinin münferit olarak küresel ayakkabı pazarında kendi yan sanayici kimliğiyle birçok ülkeye ihracat yapar noktada olmasını hedefliyoruz."

### **Katma değeri yüksek ürünlere doğru**

Erdoğan konuşmasında bundan 10 – 15 sene sonra ortaya çıkabilecek problemleri, eğitim, teknik, bilim ve profesyonel yaklaşımlarla bugünden çözmek zorunda oldukları ve çalışmaların da bu doğrultuda yürüdüğünü söyledi.

Dünyada Türkiye'nin hiç olmadığı diyabet, kayak botu gibi kazancı yüksek ürün gamlarında etkin olması gereğine dikkat

çeken AYSAD Başkanı "Üretim gücümüz bunu yapabilecek nitelikte. 2023 yılında ihracatta büyük hedefleri olan sektörün, sadece diyabet ayakkabıları ile ilgili dünyada var olan 400 milyon çiftlik pazara göz yumma şansı yok. Pazarın yüzde 10'unu alsak ekstradan 40 milyon çift anlamına gelir" dedi.

Erdoğan "Derneğimiz bugünkü problemleri çözerken, yarına ilişkin olası problemlere de önlem almak ve potansiyel pazarları da ülke içinde yaratma arayışındadır" diyerek sözlerini tamamladı.

### **AYSAD'tan ahde vefa**

Gecede Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği'nin 26. yıllık serüvenini anlatan bir de



*Aysad 26. Yılıni,  
28 Mayıs 2014  
tarihinde,  
İstanbul Suada'da  
dernek üyelerinin ve  
iş dünyasının önde  
gelen isimlerinin  
katılımıyla  
kutladı.*





film gösterimi yapıldı. Kurucu üyelerin, geçmiş dönem başkanlarının görüşlerinin de yerr aldığı filmde, yüreği ortaya koyan sivil toplum örgütünün yolculuğu anlatıldı. Film gösterimi ve konuşmaların ardından, tüm kurucu üyelerin ve mevcut yönetim kurulunun katılımıyla 26. yıl pastası kesildi. Gece birlikte yenilen yemek ve birbirinden değerli sanatçıların sahne performanslarıyla son buldu.







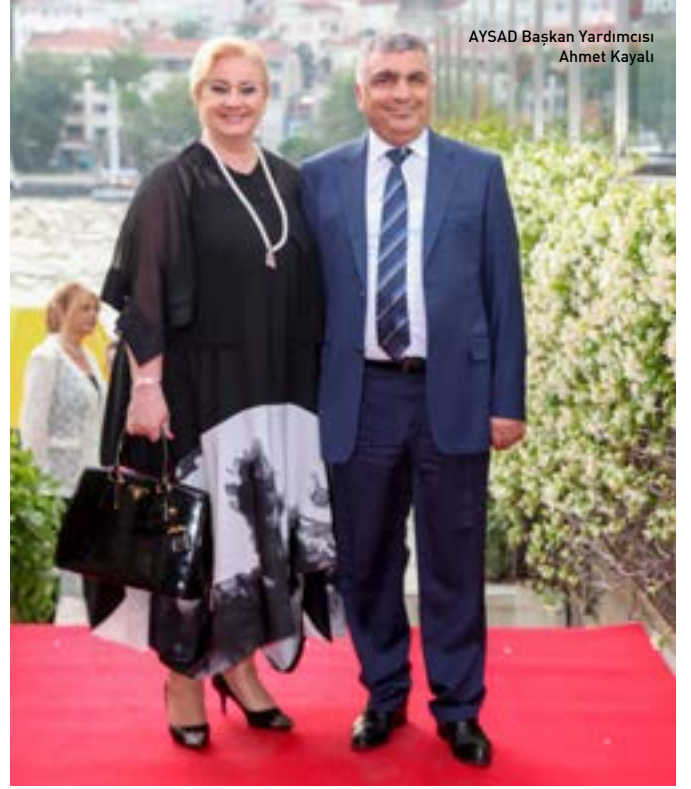








TASD Başkanı  
Hüseyin Çetin



AYSAD Başkan Yardımcısı  
Ahmet Kayalı

## Sektörün Birleştirici Gücü



SVS Tekstil Ayakkabı  
Malz. San. ve Tic. Ltd. Sti.

Ayakkabı San. Etileri  
B-1 Blok No: 18  
Başakşehir-İSTANBUL  
T: +90 212 569 27 86 cbr  
F: +90 212 569 27 66  
info@svstekstil.com  
www.svstekstil.com





Yüksek Teknoloji İle Bir Adım Önde



**PRESTIJ**  
Ayakkabı ve Lazer Makinaları

**GALVO LAZER MARKALAMA**



**LAZER KESİM ve DESEN MAKİNASI**



**ÇİFT ÇALIŞMA ALANLI LAZER MAKİNASI**



**KESİM PRESİ**



**BİLGİSAYARLI OTOMATİK DERİ KESİM MAKİNASI**



**Prestij Tekstil ve Ayakkabı Makinaları**

Sanayi Mh. Başaklı Sk. No: 21 Güngören-İstanbul/TÜRKİYE 341 (Güngören Stadi/Citroen Servisi Yan Sokağı)

İHTİYACA GÖRE ÖZEL PROJE ÇALIŞMASI YAPILIR



**PRESTİJ**  
Ayakkabı ve Lazer Makinaları

**BİLGİSAYARLI OTOMATİK TIRPAN ve İLAÇ SÜRME MAKİNASI**



**Lazer Kesim ve Desen Makinaları**

Kesim Makinaları

Saya Makinaları

Montaj Öncesi Hazırlık

Monte Makinaları

Montaj Hattı Makinaları

Finisaj Makinaları

Taban Makinaları

Kompresörler

İkinci El Makinalar

**BİLGİSAYARLI KOMPLE ÇİVİLİ ARKA  
ve YAN MONTE MAKİNASI**



**BİLGİSAYARLI ÖN MONTE MAKİNASI**



**FORT FORMA MAKİNASI**



**ÇİFT KIRMA KAMPRE MAKİNASI**



**OTOMATİK ÖKÇE ÇAKMA MAKİNASI**



**KALÇARIZMA ÖKÇE PİSTARIZMA**



20 YILLIK TECRÜBE İLE ANAHTAR TESLİM FABRİKA KURULUR



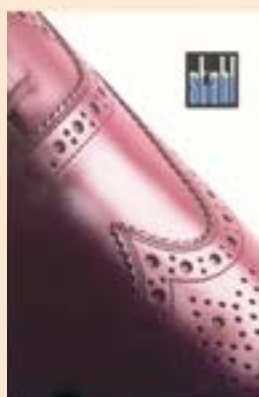












- Footwear Machinery
- Leathergoods Machinery
- Belt Machinery
- Leather Garment Machinery
- Leather For Footwear And Handbags
- Sole Leather For Footwear
- Belt Leather
- Footwear linings
- Reinforcement Tapes And Fabrics
- Footwear Soles And Accessories
- Leatherboard And Insoles
- Toe Puff And Counter Materials
- Adhesives
- Tacks And Nails
- Finishing Chemicals For Shoes And Leathergoods
- Кожа для изготовления обуви и сумок
- Кожа вегеталь,ременная
- Станки для производства обуви
- Станки для производства ремней
- Станки для вышивки кожи
- Обувные и сумочные подкладки,резина и нитки
- Разные виды клеев
- Разные крепительные аксессуары для обуви и сумок
- Обувные и пошивачные комплектации
- Химические вещества

#### Услуги:

- Диагностика и ремонт оборудования производства обуви и сумок
- Обточка разных видов ножей
- Лазерные рисунки на коже









AYSAD Geçmiş  
Dönem Başkanı  
Ender Yazıcıoğlu

Aykut Büyükekşi







Mustafa Özdemir  
Aymaksan Makina'nın sahibi Mustafa Özdemir, sektörün acı kaybı oldu. AYSAD olarak kendisini saygıyla anıyor; ailesine, sevenlerine ve sektöre başsağlığı diliyoruz.











AYSAD Geçmiş  
Dönem Başkanı  
Fikret Serafettinoglu

# Elit

AYAKKABI MAKİNA PARÇA VE DERİ SAN. TİC. LTD. ŞTİ.



**Çok katlı suni kesim ile %10 - % 40 minumum fireden tasarruf imkanı**



**ATOM**

FC1660-2160-2H

Otomatik Çok Katlı Kesim Makinası

- Çok katlı suni deri, sentetik malzeme ve kumaş kesimi
- Deri kesimi
- Fiber ve taban astarı kesimi
- Kösele ve neolit kesimi



K78TP

Bilgisayarlı Ön Monta Makinası



# AYSAD yeni kurumsal kimliğiyle **yarına yelken açtı**

Bir tarafında Kapalıçarşı, öte tarafında dünyanın en uç pazarları büyüyen yapısı ve vizyonuyla, sivil toplum olmanın farkına 26 sene önce varan, başarılarla derneğini bugüne taşıyan sektör, gelecek çeyrek asra gelişen dünyanın vitrinine uygun bir mesajla yola çıktı.



**A**YSAD yönetimi yenilikçi, gelişen, dinamik her bakımdan katkı sağlayan ve yaşayan bir dernek algısının altını çizdi.

Yeni yaratılan logonun amblemindeki gri metalik bölüm renk ve dişli çağrışımı ile sanayiye temsil ediyor. Lacivert renk ve noktalar sanayi ile iç içe geçmiş, ama aynı zamanda omuz omuza vermiş insanları simgeliyor. Küçük harf ve ileriye görebilen ve modern çizgiler taşıyan anlamının karşılığı olan fütüristik karakter ile yazılan AYSAD yazısı, derneğin yenilikçi yüzünü yansıtıyor. Yarım bırakılmış dairenin içine giren AYSAD ibaresi, sektörün tam ortasındaki birleştirici ve tamamlayan rolünü sunuyor. Yazının köşeli ve sert karakteri ile amblemdaki daha yumuşak formla kontrast yaratılması ise sanayi, insan birlikteliğinde derneğin enerjisini vurguluyor.

*Aysad yönetimi  
yenilikçi, gelişen,  
dinamik her bakımdan  
katkı sağlayan ve  
yaşayan  
bir dernek algısının  
altını çizdi.*



**ALVA AYAKKABI TABAN ÇELİKLERİ SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.**

Gazitepe Mahallesi, Fabrikalar Caddesi No:29 34570 Silivri - İstanbul

T: +90 212 738 84 00 F: +90 212 738 84 05

[www.alva.com.tr](http://www.alva.com.tr) - [alva@alva.com.tr](mailto:alva@alva.com.tr)



“2023 hedefi için ihracatta sır,

## dört bileşeni yakalamak”

Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Mehmet Büyükekşi, gösterilen başarının kalıcı hale gelmesi ve hedeflerin tutması için katma değerli üretimin önemine değindi, dört önemli bileşenden oluşan yapılanma başlıklarını sıraladı: İnovasyon, markalaşma, tasarım ve Ar-Ge bilinci...



İhracatın patronu sayılan Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Mehmet Büyükekşi, Aysad Vizyon Dergisi'nin ilk sayısının konuğu oldu. Büyükekşi ile ihracat atağının kalıcı hale gelmesi için yapılması gerekenleri, daralan dünya pazarını, ayakkabı sektörünü ve ana – yan sanayi ilişkilerini konuştuk.

### Türkiye'nin ihracat atağında, mevcut başarıların katlanarak arttırılması için neler yapılması gerekiyor?

Son on iki yıldır ihracatta yaşadığımız gelişmeler, hem Türkiye ekonomisinin büyüme performansının yükselmesinde hem de cari açığımızın azalmasında büyük görevler üstlendi. Yine, bu yıl ekonominin daha dengeli ve sürdürülebilir bir şekilde ihracata dayalı büyüme modeline geçiş yaptığını görüyoruz. Bu yıl ikinci çeyrekte Türkiye ekonomisi yüzde 2,1, yılın ilk yarısının tamamında ise yüzde 3,3 büyüdü. İhracat Türkiye'nin büyümesinin ana kaynağı olmaya devam etti. İhracatın büyümeye katkısı 1,5 puan, net ihracatın katkısı ise 2,9 puan oldu. Malumunuz, Ortadoğu ve yakın coğrafyamızda yaşanan

sıcak gelişmelere rağmen Türkiye'nin ihracatçıları büyük atılımlarına ve ülke ekonomisine katkı sağlamaya devam ediyor. Ekim ayında Türkiye'nin ihracatı, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 6,7 artışla 12 milyar 598 milyon dolara yükseldi. İlk 10 ayda Türkiye'nin ihracatı ise yüzde 5,6 artışla 131 milyar doları aştı.

Peki, ihracatta gerçekleşen ve ulusal ekonomimize de yansıyan bu başarıların artırılması için ne yapmalıyız? Biz, altmış bin ihracatçının temsilcisi TİM olarak, Cumhuriyetimizin 100. yılında 500 milyon dolarlık ihracatı yakalamak ve dünyanın ilk on ekonomisi arasında yer almak için 2023 İhracat Stratejisi ve Eylem Planı'nı hazırladık. Yüksek Planlama Kurulu (YPK) tarafından onaylanarak 2012 yılında Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren bu çalışma nihayetinde, söz konusu vizyoner hedeflere ulaşmanın ancak katma değerli ihracat ile mümkün olabileceği sonucuna vardık. Ve bu kapsamda, katma değerli ihracatın olmazsa olmaz dört bileşeni üzerinde önemle durmaya başladık. Bu bileşenler: inovasyon, tasarım, Ar-Ge ve markalaşma. Biz, ihraca-



tımızda daha büyük artışlar görmek için, bütün üretim zincirlerinde bu dört kavramın hakim olması ve bu alanda ulusal bir bilincin oluşması için çalışıyoruz. Bu kapsamda, TİM olarak bu dört kulvarda inovasyon, markalaşma, tasarım ve Ar-Ge bilincini ve faaliyetlerini yaygınlaştırmak için çok önemli ve büyük ölçekli projeler gerçekleştiriyor ve bu projelerimizi yediden yetmişe her kesimden insanla paylaşmak için büyük çaba sarfediyoruz.

### **Daralan dünya pazarlarına karşın, firmalarımızın izlemesi gereken strateji ne olmalıdır?**

Bu konuda, TİM olarak, Türkiye'nin daha büyük bir ekonomiye kavuşması ve uluslararası alandaki tanıtımın yapılması için durmaksızın çalışan herbiri birbirinden değerli ihracatçılarımıza başlıca iki önerim olabilir: İlk olarak, firmaların üretimden pazarlamaya kadar tüm birimlerinde aktif bir Ar-Ge ve inovasyon kültürünün tesis edilmesi ve bu çerçevede üretim yapılması. Zira, artık dünya trendleri değişiyor. Geleneksel kol gücü anlayışına dayanan üretimin çok ötesinde bilgiye dayanan bir ekonomi ve üretim söz konusu. Ancak, "yeni ekonomi" olarak adlandırıl-

*Cumhuriyetimizin  
100. yılında  
500 milyon dolarlık  
ihracatı yakalamak  
ve dünyanın  
ilk on ekonomisi  
arasında  
yer almak için  
2023 İhracat Stratejisi  
ve Eylem Planı'nı  
hazırladık.*

lan bu sürecin bu değerlerine bağlı kalkanların dünya pazarlarında üst sıralarda kalıcı olabildiğini görüyoruz.

İkinci olarak, firmalarımızın mevcut pazarların dışında farklı ve alternatif pazarlara yönelmesi çok büyük önem arz ediyor. Yakın zamana kadar tek büyük dış pazarımız olan Avrupa Birliği'nin dışında Orta Doğu ve Afrika pazarlarına da açıl-

dık, oralarda da büyük başarılar elde etmeye başladık. Öyle ki, 2004 yılında Avrupa Birliği'ne olan ihracatımız yüzde 58 iken 2013 yılı sonu itibarıyla yüzde 41,5'e çekildi. Bu değişimin nedeni, Türkiye'nin AB'ye ihracatındaki bir düşüşten değil; ihracatçılarımızın başta Orta Doğu ve Afrika olmak üzere yeni pazarlara kaymasından kaynaklanmaktadır. İhracatçılarımızın bu alandaki başarılarını tebrik ediyoruz. Nitekim pazar çeşitlendirmesinin ne derece doğru bir hamle olduğunu bu sene gözlemledik, yakın coğrafyamızdaki sıkıntılı pazarlarda yaşanan ihracat gerilemelerini AB ve diğer pazarlardaki güçlü ihracat artışı ile telafi ettik.

### **Ayakkabı sektörünün ihracat konusundaki performansını nasıl değerlendiriyorsunuz?**

1950'li yıllardan itibaren sanayimizde görünmeye başlayan ayakkabıcılık sektörü, son yıllarda önemli gelişmeler kaydetti. 1990'lı yılların başında, başta Rusya pazarı olmak üzere canlanan sektörün ihracatı, daha sonraki yıllarda yine Rusya'da yaşanan büyük krizin de etkisiyle düşmeye başladı. 2002 yılından itibaren yeniden toparlanma sürecine giren ayakkabıcılık





sektörü ihracatımızın 2014 yılının ilk on ayında bir önceki yıla göre %3 oranında artışla 629 milyon doları yakaladığını görüyoruz. Aynı dönemde en fazla ihracat sırasıyla Rusya Federasyonu, Irak ve Almanya'ya gerçekleştirildi.

Aslında, başlangıç noktasına göre kıyaslandığında halihazırdaki konumu çok ileride olsa da, ülkemiz ayakkabı sektörü ihracat açısından henüz potansiyel gücünde değildir. Çünkü, sektörün özellikle İspanya, Portekiz gibi Avrupalı üreticilerle rekabet edebilecek büyük bir arz potansiyeli var. Bu potansiyelin değerlendirilmesi adına sektör ürünlerinin uluslararası alanlarda tanıtımının yapılması ve bu alanda yapılan fuarlarda yer alması büyük önem taşımaktadır. Yine dünya modasının ve dolayısıyla dünyadaki taleplerin takip edilmesi, sektörde eğitim faaliyetlerine önem verilmesi, sektördeki tasarım konusunda nitelikli eleman açığının yüksek okul seviyesindeki eğitimlerle kapatılması, ülkemizdeki genç yetenekleri ortaya çıkarmak amacıyla tasarım yarışmalarının düzenlenmesi gibi eylem ve çalışmalar sayesinde ayakkabıcılık sektöründe orta ve uzun vadede çok daha yüksek başarılar elde edilecektir.

### Ayakkabı sektörünün gelişimi içinde yan sanayinin rolü sizce nedir?

Ayakkabı sektörü içinde yan sanayi üretiminin kapasite ve teknoloji olarak geliştiğini rahatlıkla söyleyebiliriz. Başta, İstanbul olmak üzere İzmir ve Ege Bölgesi, Konya ve Gaziantep'te yoğunlaşan yan sanayinde en fazla taban ve saya, gibi ürünler ihraç ediliyor. Diğer taraftan,



başka bir gerçek daha var ki, ayakkabı yan sanayi 20'den fazla farklı segmenti barındırıyor. Bu nedenle, ayakkabı yan sanayi üretiminin toplam ayakkabı üretimi içindeki payını tanımlamak çok kolay olmayabiliyor. Fakat, kaliteli ve modaya uygun üretim yapan bir yan sanayinin ayakkabıcılık sektörü için taşıdığı önem açıktır.

Dünya genelinde ayakkabıcılık sektörü ihracatında yaşanan artışa paralel olarak Türkiye'nin de bu sektördeki ihracatında büyük artış gözlemliyoruz. Bu kapsamda, dünya trendlerinin yakalanması ve daha fazla hedef kitleye ulaşılması adına yan sanayimizin esnek bir yapıya kavuşturulması da önem arz etmektedir.

### Doğru bir ana – yan sanayi ilişkisi için neler yapılması gerekir? İç piyasanın da elde tutulabilmesi adına, ayakkabıda ithalata uygulanacak verginin konusunda düşünceleriniz nelerdir?

Ayakkabıcılık sektöründe daha büyük başarılar elde edilmesi için ana ve yan sanayinin birlikte uyumlu ve etkin çalışması esastır. Dünya pazarlarında var olmak için dünyadaki en son trendlerin takip edilmesi, buna göre moda koleksiyonlarının oluşturulması gerekirken yan sanayinin de bu gelişmelere koşut hareket etmesi elbette önemlidir. Yine, deri ve diğer hammadde fiyatlarının rekabetçi fiyatlar gözönünde bulundurularak belirlenmesi ve yerli üretimde Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşmaya önem verilmesi sektöre büyük yararlar sağlayacaktır.

Bunlara ilave olarak, yerli üretimde rekabetin korunması adına önlemler alınması önem taşımaktadır. Bu kapsamda, geçtiğimiz Ağustos ayında getirilen bir düzenleme ile ayakkabı sektöründeki ithalatta alınan gümrük vergisine ilaveten bir ek vergi daha getirildi. 2011 yılında da tekstil ve konfeksiyon sektörüne benzer bir düzenleme sağlanmıştı. Doğal olarak, bu yeni düzenlemenin yurtiçi üreticilerimiz ve ihracatçılarımız adına faydalı olacağını düşünüyoruz.

**Akertek ile her zaman bir adım önde başlayın...**

Akertek, müşteri ihtiyaç ve beklentilerini her zaman eksiksiz ve en hızlı şekilde karşılar. Ürün niteliğine verdiği önem ve kalite yönetim sistemini etkin bir şekilde yürütmeyi esas edinmiştir. Ayakkabı yan sanayi ürünleri satışı; ayakkabı, çanta ve kemer sektörüne mumlu - mumsuz saraç ipliği üretimi ile en iyi hizmeti, geçmişin tecrübesi ve sizlerin güveni ile sunmaktadır.



**AKER İPLİK**



**AKARTEK AYAKKABI MALZEMELERİ SAN. TİC. LTD. ŞTİ.**

İkitelli Organize Sanayi Bölgesi Aymakoop San. Sitesi C2 Blok E Kapısı No:161 Başakşehir - İSTANBUL

Tel: 0212 549 66 91 - 0212 549 66 84 - 0212 549 66 34 Fax: 0212 549 66 35

www.akartek.com.tr - info@akartek.com.tr



# 189 yıllık İngiliz Clarks'tan yeni koleksiyon

İki asra yaklaşan ömrüyle öne çıkan, 189 yıllık İngiliz ayakkabı markası Clarks, yeni koleksiyonunu basına özel düzenlediği bir toplantıyla İngiltere Konsolosluğu'nda tanıttı. İşte Clarks'ın ilham kaynağı koleksiyonun detayları:



## **P**ost modern göçebe tarzı

Hem erkek hem kadın grubunda Clarks Desert Boot ağırlığını ortaya koyuyor. Tüketiciler tarafından giderek daha fazla ikonik bir profil olarak kabul gören ve yeniden yorumlanan, sade ve zamansız çizgilerinin sonbahar/kış koleksiyonlarında başrolü üstleniyor.

## **Modern bohem tarzı**

Zanatkarların eskiden kalma becerile-

rini, Çingene kültürünün çekiciliğini ve bohemlerin tasasız ruhlarını hatırlatan görünümlere çağdaş bir şekilde büründürüyor.

## **Çöl atlıları**

Ölağanüstü bir motosikletçi, eski Amerikan kültürü ve 90'ların dağınık stili etkilerinin oluşturduğu çarpışmadan yeni bir görünüm doğuyor.



*Clarks,  
yeni koleksiyonunu  
basına özel  
düzenlediği  
bir toplantıyla  
tanıttı.*



### **Kutup insanları stili**

Buzlarla kaplı kuzey kutbunun insanlarından ve Moğol steplerinin göçmenlerinden etkilenen yeni sezon, ana malzemeler olarak keçe, kürk ve yünleri ortaya çıkarıyor.



### **Kozmik ustalık**

Pırıltılı şıklık, parti sezonu için giriş yapıyor. Kutup insanlarının kuzey kutbuna özgü etkilerinin izinden zarıfçe yürüyen yoğun, koyu ve gösterişli renkler bir zenginlik ve abartı hissi uyandırıyor.

### **Spor**

Tamamen yeni görünüm ve yeniden yorumlanan klasikler, sezonun vazgeçilmezleri olarak ortaya çıkıyor. Canlı ve iç açıcı renklerin yanı sıra, gözü alıcı bir boya sıçrama efekti gibi rötuşlar öne çıkanlar arasında.





## AVM ciroları arttı

**Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği ile Akademetre Research tarafından ortaklaşa oluşturulan AVM Endeksi'nin Eylül ayı ve 2014 yılı 3. çeyrek sonuçları açıklandı.**

Buna göre AVM Ciro Endeksi Eylül'de geçen yılın aynı ayına göre yüzde 26 artarak 171 puana tırmandı.

Endeks bu yılın üçüncü çeyreğinde ise geçen yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında yüzde 13 artarak 165 puana çıktı. Eylül ayında en yüksek ciro artışının yaşandığı kalem giyim olurken, bu alanda bir önceki yılın aynı ayına göre yaşanan artış oranı yüzde 34 oldu.

Giyim kategorisindeki artışta en önemli etkeni bayram tatilinin oluşturduğu belirtildi. Bayram etkisiyle birçok kategorinin ciro-sunda önemli yükseliş yaşanırken, ayakkabı kategorisindeki ciro artışı yüzde 30 olarak gerçekleşti.

Ekim ayında TÜİK tarafından açıklanan enflasyon verilerine göre en yüksek fiyat artışının yaşandığı sektör yüzde 9,95 ile giyim ve ayakkabı olmuştur.

Ayakkabı kategorisinde yaşanan ciro artışının en önemli gerekçesini bayram etkisinin yanı sıra ithal ayakkabıya getirilen vergi oluşturdu.

10 Ağustos tarihinde yapılan düzenlemeyle ithal deri ayakkabıya yüzde 50, suni deri ayakkabıya ise yüzde 30 ek vergi getirilmişti. Ayrıca, ithal edilen deri ayakkabıda çift başına ek verginin 5 doların, suni deri ayakkabıda ise 3 doların altında olmayacağı karara bağlanmıştı.



## Ekonomi Bakanlığı'ndan yan sanayiciye büyük destek

**İhracat konusunda hedeflerini büyüten ve bu konuda teknolojiye eğitime, yeniden yapılanmadan kurumsallaşmaya kadar birçok konuda atılım yapan Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği'ne Ekonomi Bakanlığı'ndan kritik bir destek geldi.**

Sektörün uluslararası düzeyde önemli buluşma noktalarından biri olan ve AYSAF'a Bakanlık'tan alım heyeti desteği sunuldu. 03 - 06 Aralık tarihleri arasında 52. kez gerçekleştirilecek AYSAF Fuarı için İTKİB organizatörlüğünde Ekonomi Bakanlığı'nın sahip çıkmasıyla, Almanya, Arnavutluk, Azerbaycan, Bahreyn, Beyaz Rusya, Birleşik Arap Emirlikleri, Bosna Hersek, Bulgaristan, Cezayir, Fas, Fransa, Gürcistan, Hollanda, İran, İngiltere, İspanya, İsrail, İtalya, Karadağ, Kosova, Kuveyt, Lübnan, Makedonya, Mısır, Moldova, Özbekistan, Polonya, Romanya, Rusya Federasyonu, Sırbistan, Slovenya, Sudan, Suudi Arabistan, Tunus, Türkmenistan, Umman, Ürdün ve Yunanistan'dan firma temsilcilerinin ka-

tılımıyla bir alım heyeti oluşturuldu. Konuyla ilgili bir açıklama yapan AYSAF Başkanı Tan Erdoğdu "Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi nezdinde tüm bakanlık çalışanlarına hem bu alım heyeti konusunda verdikleri destek, hem de gümrük vergisi konusunda üreticiye sahip çıkan tavırları nedeniyle teşekkür ederiz. Yine alım heyetleri hususunda İTO Başkanı İbrahim Çağlar ve temsil ettiği kurum çalışanlarına da şükranlarımızı sunarız. Herkes şundan emin olsun ki, Türk üreticisi bunun karşılığını verecektir. 2023 ihracat hedeflerimize ulaşma konusunda emin adımlarla ilerlerken, katma değer yaratmaya ve bizi müşteriyle buluşturma yönelik gösterilen bu sahip çıkışın hakkını, biz de sektör olarak vereceğiz" dedi.





**GÜÇLÜ®**

Y A P I Ş T I R I C I L A R I  
A D H E S İ V E S

**BES Kimya Kauçuk San. ve Tic. A.Ş.**

Hadımköy Mah. Demirkapı Sok. No: 10 34555 Arnavutköy - İstanbul  
T: 0212 771 12 71 - 0533 681 4030 F: 0212 771 12 76 [www.beskaucuk.com.tr](http://www.beskaucuk.com.tr)



# Elit Makina'dan teknolojik çözümler

1978 yılında ağaç ökçe imalatıyla mesleğe başlayan, 80'lerin başıyla birlikte sektörde plastiğin öne çıkmasıyla üretimini bu alana yönlendiren ve Türkiye'de ilk üreten firmalardan biri olma özelliğini taşıyan Kadir Ökçe çitayı yükseltiyor.

*Bir fotoğraftan  
kalıba  
uygulama yapmak  
mümkün.*



**T**asarım ve üretim kolaylığı sunan teknolojiler, zamanı da gelir hazinesine yazdırıyor.

## FlashCut2H\_1660-UP /Atom

Suni deri ve kumaşlarda otomatik çok katlı kesim makinesi, öncelikle hammadde tasarrufu sağlıyor. Ürün çeşidi ve modeline göre yüzde 10 ile yüzde 40 arasında firenden kurtulma olanağı sunan makine, sipariş listesi girildiğinde gerekli hammadde miktarını otomatik olarak hesaplıyor. Bu sayede gereksiz stok tutulmasını da ortadan kaldırıyor. Modele ve kesilen malzemeye göre günlük 140 bin parçaya kadar kesim kapasitesine ulaşabilen FlashCut2H-1660-UP Atom, ürünün kalınlığına ve kayganlığına göre 10 kata kadar kesim adedi çıkabiliyor. Maksimum 15 mm kalınlığına kadar kesim yapabilme kabiliyetine sahip ürün, model kesimi için rulolar yüklenmeden, küçük parçalar da dahil manuel yerleştirme ile kesim olanağı sunuyor.

Aynı makinede, ekstra bir aparat alıp değişiklik yapmadan fort-bonbe, taban astarı, fiber, kösele, neolit vb dahil kesim yapmak mümkün. İhtiyaç duyulması halinde deri kesim kafası alınarak deri kesimi olanağı da var. Tek eleman çalışan makine rulolar otomatik olarak yüklenirken, kesim için parça yerleşimi de yine otomasyona tabi gerçekleşiyor. Kullanıcıya ise sadece düşen parçaları toplamak kalıyor. Makinenin sunduğu diğer avantajlar ise şunlar:

- İşçilik tasarrufu sağlıyor. En az iki gezer kafa kesimini ve pastal hazırlama elemanlarını diskalifiye ediyor.
- Bıçak masrafını önlüyor; istendiği kadar model ve numune çalışması yapılabilir.

- Tüm modelleri sonsuz hafızada sakladığı için ekstra depo ihtiyacının önüne geçiyor.
- Sektörel sınırlama olmadan her türlü ürünü kesebiliyor.
- Çok kısa sürede geri dönüşüm kutusuna katma değer sağlayabiliyor.

## Üç boyutlu model hazırlama programı 3D

Bu programla bilgisayar ortamında üç boyutlu olarak istenen kalıba, yine arzu edilen modele ihtiyaca göre renk, kumaş ve deri çeşidi uygulanabiliyor. Bitmiş tasarımda inceleme olanağı olan model çıkarma işlemi, böylece baştan elde edilebiliyor ve ciddi bir zaman kazancı sağlıyor. Bir fotoğraftan kalıba uygulama yapmak mümkün. Ayrıca imalata girmeden derisi, dokusu, istampası görülebiliyor.

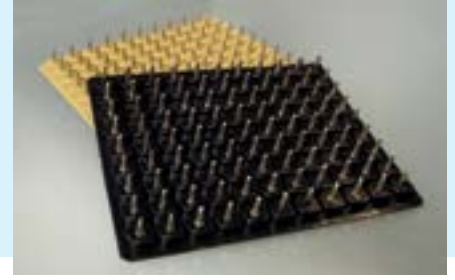
## CERIM'den montaj makinesi

Çivileme sisteminde devrim olarak nitelendirilen arka montaj makinesi ile otomatik çivi programlaması yapmak mümkün. Tek tek çivi çakma olanağı da veren makine, istenen sıklıkta işlem yapmayı da avantaj olarak sunuyor. Altı çizilmesi gereken yeniliklerinden birini de ön montaj makinesindeki yenilikte göze çarpıyor. Montajda tutuş farklılığını gideren, sağ ve sol tekin eşit çıkmasını sağlayan önemli bir yenilik olarak öne çıkıyor.



## Bu kapaklar erimiyor...

1978 yılında ağaç ökçe imalatıyla mesleğe başlayan, 80'lerin başıyla birlikte sektörde plastiğin öne çıkmasıyla üretimini bu alana yönlendiren ve Türkiye'de ilk üreten firmalardan biri olma özelliğini taşıyan Kadir Ökçe çitayı yükseltiyor.



*Firma,  
daha ciddi yatırımlar  
gerektiren ve  
teknolojisi başka  
sektörlerdeki  
üretimde kullanılan  
bir teknolojiyi  
ayakkabı ökçe kapağı  
olarak sektöre  
kazandırıyor.*

Sektörde farklı kimliği ve yeniliklerdeki öncü olma özelliğini bir kez daha gösteren firma, pazarlardaki rekabetin artması, Ar-Ge'ye önem veren, kalite önceliği olan işletmelere açılım sağlayacak bir işe imza atıyor. Ökçe kapaklarının ıslahı ile ilgili sektöre büyük fayda sağlayacak atılım konusunda görüşlerini aldığımız Kadir Kurtoğlu, alışlagelmiş proseslerin tamamen dışında bir farklılık sunduklarını söyledi. Firma, daha ciddi yatırımlar gerektiren ve teknolojisi başka sektörlerdeki üretimde kullanılan bir teknolojiyi ayakkabı ökçe kapağı olarak sektöre kazandırıyor. Çok kısa süre içinde üretimine başlayacakları gelişmeyle ilgili bilgi veren Kadir Kurtoğlu şunları söyledi: "Bu ürün dünyada çok üst düzey teknolojilerde, uzun ömür ve dayanıklılık gerektiren, önemli sanayilerde kullanılıyor. Dünyada önce İtalya ve Brezilya kullanıma sundu. Problemlerin ciddi oranda ortadan kalktığını gördüler. Normal şartlarda bir bayanın ayakkabıyı her gün kullanması durumunda, ökçe kapağının ortalama 3 hafta ömrü vardır. Yeni bir hammaddeyle sunduğumuz bu teknoloji, ömür ortalama en az 5 misli uzuyor. Yapılan deneme çalışmaları bunu bize de gösterdi. Uzun ömürlü kapak üretimine çok yakında başlıyoruz. Çok ciddi maliyetlere neden olan ve ülkemizin başta enerji olmak üzere maliyetlerinin yüksek olduğu bir süreçte kâr amacı gütmekten bu atılıma yöneliyoruz. Amaç insanımıza, onun tükettiği ürüne ciddi katkı sağlamak. Ayakkabı üreticilerimiz, ürünlerinin kalitesini ne kadar çok yükselttiklerine şahit olacaklar. Zaten firmalarımız da kullanımdan sonra aradaki farkı çok net gözlemleyecekler. Kapaklar birkaç haftada erimeyecek ve 4-5 ay kullanılabilirliğine şahit olacaklar. Sunduğu kalite avantajının yanında firmaların marka değerini de çok tırmandıracaktır. Dolayısıyla

la da hedeflenen katma değerli ürüne ulaşımında bir araç olacak. Çünkü o ürünü alan hanımefendi ayakkabının ne kadar dayanıklı olduğunu görüp, ısrarla o markayı arayacak. Hem ülke ekonomisine hem de firmalara katkı sağlayacak; hem de kalite çitasını yükseltecek." Yeniliğin çok bakir bir alana sahip olduğunu vurgulayan Kurtoğlu, dünyada da ürünü kullanan çok az sayıda firma ve ülke olduğunu altını çizdi. Üretimin ardından, bunun bir standart haline gelmesi için de mücadele vereceklerini ifade eden sektör mensubu, tüketicinin tercihinin bırakmadan, zorunluluk kapsamına alınmasının yararlarını da şu sözlerle anlattı: "Yeni teknoloji makinesi İtalyanlar'a, hammadde de Almanlar'a ait bir menşeyde. Bu alışkanlığı oturtursak ayakkabının satıldığı noktalarda tüketici çok daha dayanıklı bir ürün alırken, uluslararası pazarda da farklılık yaratarak Türk Malı imajını güçlendireceğiz. Üretilen ayakkabıda bu kapağın altına dair bir etiket oluşturma fikrimiz var. Türkçe, İngilizce belki de Rusça'dan oluşan cümleler yazarak bir not halinde alıcıya bunu belirtmek istiyoruz. Görüştüğümüz üretici firmalar arasında bu fikre çok sıcak bakanlar var. Kâr birinci hedef değil. Bu nedenle yüksek maliyetleri önemli ölçüde firmalar olarak sırtlayacağız ve imalatçılara yansıtmadan teknolojinin geleceğe yayılmasını amaçlayacağız."

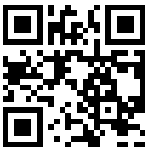


# Değer yaratarak geleceğe taşır...

AYSAD, çatısı altında toplanan ayakkabı yan sanayicilerinin vizyon ve iş hacimlerinin gelişmesine katkı sağlarken, değer yaratarak sektörü geleceğe taşıyor.

Siz de oluşan bu sinerjiden yararlanmak ve AYSAD'ın seçkin üyeleri arasına katılmak için hemen üye olun.

AYMAKOOP Sanayi Sitesi  
AYMAKOOP Ticaret Merkezi  
Kat:5 D:3 İkitelli / İstanbul  
T : 0212 549 36 12 F : 0212 549 36 22  
M : info@aysad.org  
[www.aysad.org](http://www.aysad.org)



# *Davos Riding High*

FOR SPRING/SUMMER 2015



Erdogdu Ayakkabi Malzemeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.  
Sancaktepe San.Mah.Ferah Sok.No:9 34165 Güngören-İSTANBUL  
Tel: 444 9 373 / 212 637 74 37 Fax: 212 637 03 41  
e-mail: info@erdogdu.com www.erdogdu.com



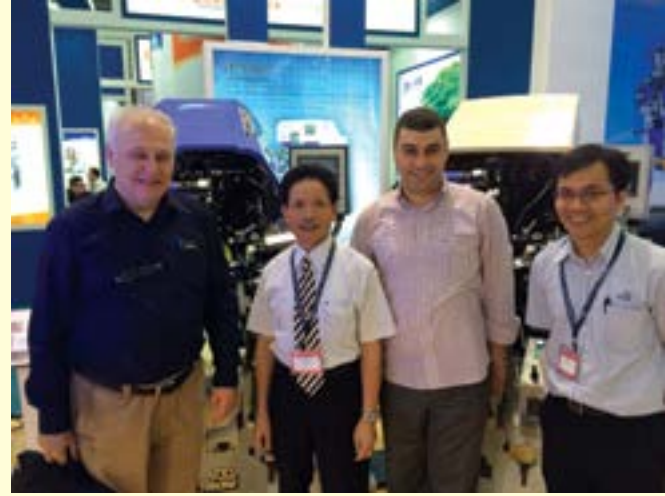
## Prestij Makine 20. yılına yeni satış mağazasıyla 'merhaba' diyor



1995 yılında İstanbul Merter'de kurulan Prestij Makine, başarıyla geride bıraktığı 20 yılı, Ocak 2015'te açacağı yeni satış mağazasıyla taçlandırıyor. İkitelli Sinpaş İşmodern'de hizmet verecek olan mağaza bin 500 metrekare alanı kapsayacak. Firma, kuruluşundan itibaren ayakkabı, jordan taban imalat makineleri ve lazer makineleri konusunda, dünyadaki ileri teknolojiye sahip makine üreticilerinin Türk üreticisine ulaşmasını sağladı. Bu makineleri ekipman ve yedek parçaları ile birlikte ithal ederken, lazer, ayakkabı ve taban üreticilerine aynı zaman teknik yardım ve teknik servis hizmeti de verdi. Anahtar teslim ayakkabı ve taban imalatı fabrika sistemlerini yatırımcılara kurabilen Prestij Makine, aynı zamanda garanti kapsamında yerli, Avrupa ve revizyonlu makineleri de alternatif olarak sunuyor.

## Ye Hone Enterprise, Türkiye'de 14 yaşında

Tayvan'da 1985 yılında kurulan ve 14 senedir Türkiye'de faaliyetlerini sürdüren Ye Hone Enterprise 2015 yılında 30. kuruluş yıldönümünü kutlamaya hazırlanıyor.



Mr. Liao tarafından kurulan firmanın Türkiye'deki partneri ise Dedemak... 30 yıla özel Ye Hone Enterprise firmasının bir de sürprizi var. Türkiye pazarında 400. Montaj makinasının teslimatını gerçekleştirecek firmanın yetkilileri, bunun ülkeye ve pazarına olan güveni en net ortaya koyan faktör olduğuna dikkat çekiyor.



# Fatih Ökçe, üretimini tek çatı altında topluyor

Firma yetkililerinden aldığımız bilgilere göre; Türkiye Ayakkabı Yan Sanayinin lider firması Fatih Ökçe bu aydan (Aralık) itibaren artık yeni yerinde faaliyet gösterecek.



İç kalıp, taban, taban astarı ve ökçe gibi ayakkabı sanayine yönelik çok geniş bir yelpazede üretim yapan firma, yeni üretim ve yönetim merkezine geçmesi ile birlikte daha verimli, daha hızlı ve daha kaliteli üretim yaparak müşteri memnuniyetini arttırmayı planlamaktadır.

Konuyla ilgili açıklama yapan Fatih Ökçe A.Ş. Genel Müdürü Kadir Yılmaz ; "40 yıllık bir geçmişe sahip olan firmamız, zaman içinde gerek üretim kapasitesinin gerekse ürün çeşitliliğinin artması sonucunda değişik lokasyonlarda üretim yapmak durumunda kalmış idi. Yeni taşınacağımız lokasyonda tüm üretim faaliyetlerimizi ve yönetim merkezimizi tek bir çatı altında toplama imkanına kavuşmuş olacağız. Yeni yerimizde makine yerleşimleri, havalandırma, otomasyon, depolama ve ürün sergileme (showroom) gibi hususlarda daha üstün teknoloji kullanımı ve daha verimli iş akışı sağlanacaktır. Üretim ve yönetim fonksiyonlarındaki gelişim sonucunda müşterilerimize sunulacak hizmetin kalitesi de artacaktır.

Türkiye'de ayakkabı yan sanayi sektöründe ilk ve tek 'SATRA' üyesi olan ve REACH Yönetmeliğine uygun ürünleri ile Türk ayakkabıcılık sektörünün Avrupa'ya açılmasına destek olan Fatih Ökçe Aralık ayından itibaren, Aykosan ve Aymakoop Sanayi Siteleri'ne komşu olarak, Başakşehir İkitelli Atatürk Bulvarı'ndaki 10.000 m<sup>2</sup> kapalı ve 2.500 m<sup>2</sup> açık alandan oluşan yeni üretim ve yönetim merkezinde faaliyet göstermeye başlayacaktır" şeklinde ifade etmiştir.

## Emek Makine kuruluşunu verdiği kokteyle kutladı

Ayakkabı sektörüne makine konusunda hizmet veren Emek Makine, kuruluşunu gerçekleştirdiği bir kokteyl ile kutladı.



İstanbul Sancaktepe Sanayi Mahallesi'nde merkezi bulunan Emek Makine'nin sahibi, Erman Şirin.

Prestij Makina ve Doğru Makina'da çalışmalarıyla ayakkabı sektörüne hizmet veren Erman Şirin, Emek Makina'yı kurmasının peşinden her türlü ayakkabı makinelerinin satış ve servisini yaptığı yerini müşteri ve dostlarının katıldığı bir açılış kokteyli ile kutladı



## Mesleki eğitimde AYSAD koordinasyonunda **Leonardo Da Vinci** **kapsamında yurtdışı açılımı**

Sektörün geleceğinin dünyayı tanıyan, iyi yetişmiş bireylerden geçtiğine inanan Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği, Ulusal Ajans'tan kazanılan proje kapsamında farklı ülkelere yerinde inceleme ekipleri gönderdi.



Ulusal Ajans'dan kazanılan proje kapsamında, AYSAD koordinasyonunda sektör ve mesleki eğitim noktalarından oluşan gruplar halinde 2014 yılında yurtdışı atağı gerçekleştirildi. Mesleki eğitim ve öğretimden sorumlu kişilerin hareketliliği (VETPRO) çerçevesindeki proje Leonardo Da Vinci Hareketlilik çalışması kapsamında, 'Avrupa Birliği'nde Ayakkabı Eğitim, Tasarım ve Üretim Sistemlerinin İncelenerek Türkiye'ye Adaptasyonu' konusunu içerdi.

Proje, ayakkabı sektöründe faaliyet gösteren ve sektörün gelişimine katkıda bulunan kamu, özel sektör ve sivil toplum örgütleri; akademisyen, öğretmen, usta öğretici ve yönetici kadrolarına yönelikti.

Türkiye ve Avrupa Birliği üyeleri arasında ayakkabı eğitimi, moda trendleri, tasarım ve teknolojik üretim ve yan sanayi konularında bilgi birikiminin ve tecrübelerinin transferleri amaçlandı. Bu proje sayesinde AB stratejik amaçlarına eğitim, kültür ve



*Bu proje sayesinde  
AB stratejik  
amaçlarına eğitim,  
kültür ve teknoloji  
paylaşımında  
ilerleme sağlanacağı  
öngörüldü.*

teknoloji paylaşımında ilerleme sağlanacağı öngörüldü.

Avrupa Birliği ülkelerinde ayakkabı üretimi ve pazarlama stratejileri ile ilgili bilgiler, beceriler ve uygulamalar, yurtiçi ortaklarımızın desteğiyle ayakkabı sektörüne, özgün tasarımlar konusunda kazanımlar sağlamakta yardımcı olması hedeflendi. Bu projeye ayakkabı üretimi alanındaki özgün düşünce ve modern üretim teknikleri yerinde incelenerek elde edilen bilgi ve deneyimler transfer edilecek. Proje, ortaklar arasında karşılıklı işbirliği kurulmasının yanı sıra bu kurumlar arasında kültür ve eğitim alanlarında bağlar oluşmasına yardımcı olacak. Nitekim katılımcıların ayakkabı tasarımı ve üretimi konusunda yüksek düzeyde teknik bilgi, mesleki bilgi ve pratik deneyimi kazanmaları da ilk olumlu sonuçlar olarak ortaya çıktı.

Proje kapsamında ayakkabı alanında moda-ya yön veren, ayakkabı ve yan sanayi üretiminde söz sahibi kurum, kuruluşlar ziyaret edildi.

Ziyaretler dahilinde kazanılan teknik bilgiler, gözlem ve deneyimler katılımcıların desteğiyle oluşturulacak bir raporda ayrıntılı bir şekilde belirlendi. Bu rapor öğren-

ciler ve eğitimcilerin geleceğine ışık tutan temel bir başvuru kitabı haline dönüştürülecek. Projede İtalya ayağı dışında tüm ziyaretler yapıldı. İtalya ziyareti ise 7 – 13 Aralık 2014 tarihleri arasında gerçekleşecek.

### **Proje kapsamında ziyaret edilen ülkeler ve sektörel merkezler**

#### **9-16 Mart 2014 – Almanya**

**ISC Ayakkabı Eğitim Merkezi** - Pirmasens, Almanya

**PFI Ayakkabı test merkezi** – Pirmasens, Almanya

**Ayakkabı Makineleri Firması** - Pirmasens, Almanya

**Alman Ayakkabı Müzesi**, Almanya

**Ayakkabı Moda Fuarı Düsseldorf**, Almanya







#### Katılımcılar:

**Yusuf KOÇ** – Proje Koordinatörü - TASEV Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

**Ali KALKAN** – Müdür Baş Yardımcısı - Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi – TASEV Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

**Selçuk ÇAVUNT** - Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi – Meslek Dersleri Öğretmeni (Ayakkabı Malzeme ve Test, Model) - TASEV Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

**Özgür ŞAŞTIM** – Ayakkabı Müdürü – Gaziantep Üniversitesi Naci Topoğlu Meslek Yüksek Okulu

**Mehmet GENÇOĞLU** – Üretim Müdürü – ZİYLAN Deri ve Deri Mamulleri

**Mehmet ÇERÇİ** – Fabrika Müdürü – Çerçi Ayakkabı Fabrikası

#### 06-12 Nisan 2014 – Çek Cumhuriyeti-Macaristan-Avusturya

**Tomas Bata Üniversitesi** – Zlin, Çek Cumhuriyeti

**Tomas Bata Ayakkabı Müzesi** – Zlin, Çek Cumhuriyeti

**Teknik Lise – Ayakkabı Bölümü** – Zlin, Çek Cumhuriyeti

**TechnOrg Ayakkabı Danışmanlık ve Distribütörü** – Budapeşte, Macaristan

**PROCAMayakkabı Yazılım Firması** – Viyana, Avusturya

#### Katılımcılar:

**Yusuf KOÇ** – Proje Koordinatörü - TASEV Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

**Deniz Mutlu GÜLER** – Okul Müdürü - TASEV Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

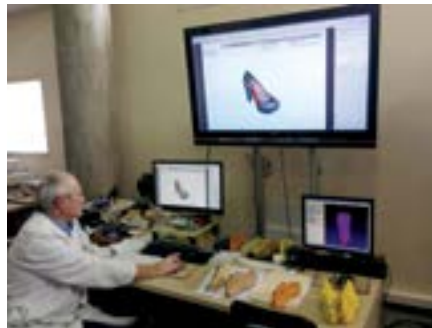
**İsmail DURMAZ** - Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi – Meslek Dersleri Öğretmeni (Ayakkabı Model ve Tasarım) - TASEV Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

**Prof. Doç. Dr. Cahit BAĞCI** – Okul Müdürü – Gaziantep Üniversitesi Naci Topoğlu Meslek Yüksek Okulu

**Ömer UÇTU** – Ayakkabı Öğretmeni – Bölüm Başkanı - Gaziantep Üniversitesi Naci Topoğlu Meslek Yüksek Okulu

**Sabire TIRPAN** – Ayakkabı Müdürü – Gaziantep Üniversitesi Naci Topoğlu Meslek Yüksek Okulu

**Mehmet GENÇOĞLU** – Üretim Müdürü – ZİYLAN Deri ve Deri Mamulleri



**Mehmet Emin İNCE** – Fabrika Müdürü – Gaziantep Ayakkabıcılar Odası

## 04-11 Mayıs 2014 – Yunanistan

**Girit Teknik Üniversitesi Hanya Ayakkabı Modasını takip için Ayakkabı mağaza, el yapımı Ayakkabı İmalatçıları ve Müze Ziyareti, Girit**

### Katılımcılar:

**Yusuf KOÇ** – Proje Koordinatörü - TASEV

### Katılımcılar:

**Yusuf KOÇ** – Proje Koordinatörü - TASEV Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

**Mustafa UYAR** – Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi – Alan Şefi - TASEV Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

**Birgül UYAR** – Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi – Meslek Dersleri Öğretmeni (Ayakkabı Malzemeleri ve Test Sistemleri, Model) - TASEV Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

**Yrd. Doç. Dr. Nurettin AKÇAKALE** – Okul

SEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

**Prof. Doç. Dr. Cahit BAĞCI** – Okul Müdürü – Gaziantep Üniversitesi Naci Topoğlu Meslek Yüksek Okulu

**Sabire TIRPAN** – Ayakkabı Müdürü – Gaziantep Üniversitesi Naci Topoğlu Meslek Yüksek Okulu

**Mehmet GENÇOĞLU** – Üretim Müdürü – ZİYLAN Deri ve Deri Mamulleri

## 07-13 Aralık 2014 – İtalya



Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

**Mustafa UYAR** – Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi – Alan Şefi - TASEV Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

**Birgül UYAR** – Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi – Meslek Dersleri Öğretmeni (Ayakkabı Malzemeleri ve Test Sistemleri, Model) - TASEV Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

**Sabire TIRPAN** – Ayakkabı Eğitim Görevlisi – Gaziantep Üniversitesi Naci Topoğlu Meslek Yüksek Okulu

## 15-22 Haziran 2014 – Slovenya

**Zavod IRCUO Ayakkabı ve Deri Araştırma Geliştirme ve Test Merkezi** - Ziri

**Alpina Ayakkabı Fabrikası** – Ziri

**Ayakkabı ve tarih müzesi** - Ziri

**Peko Ayakkabı Fabrikası** – Trzic

**PGP Ayakkabı Taban Üretim Fabrikası** – Trzic

**Planika Ayakkabı Fabrikası** - Turnišče

**Ayakkabı Modasını takip için Ayakkabı mağaza, el yapımı Ayakkabı İmalatçıları ve Müze Ziyareti, Lubyana**

Müdürü ve Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Programı Öğretim Görevlisi – İzzet Baysal Üniversitesi Gerede Meslek Yüksek Okulu

## 20-24 Ekim 2014 – İspanya

**INESCOP Ayakkabı Teknoloji Merkezi, Elda**

**Ayakkabı Mesleki Eğitim Merkezi, Elda**

**Ayakkabı Müzesi, Elda**

**AVECAL, Valencia Ayakkabıcılar Birliği Merkezi, Elche**

**FUTURMODA & COSHOE Fair, Ayakkabı ve Yan Sanayi Moda Fuarı, Elche**

**FUTURMODA&COSHOE FAIR (Shoe Fashion Fair), Elche**

### Katılımcılar:

**Yusuf KOÇ** – Proje Koordinatörü - TASEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

**Rıza ARSLAN** – Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi – Meslek Dersleri Öğretmeni - TASEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

**Mehmet DİNÇ** – Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi – Meslek Dersleri Öğretmeni - TA-

**LumberJack Ayakkabı Torielli, Vigeveno**

**Moda Pelle Ayakkabı Eğitim Merkezi**

**NewLast Kalıp Makinaları**

**ARS Arpel Ayakkabı Eğitim Merkezi**

### Katılımcılar:

**Tan ERDOĞDU** – AYSAD Yönetim Kurulu Başkanı – Ayakkabı Yan Sanayiciler Derneği

**Sait SALICI** – AYSAD Genel Sekreteri – Ayakkabı Yan Sanayiciler Derneği

**MS.c Yusuf KOÇ** – Proje Koordinatörü - TASEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

**Adil TEKŞEN** – Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi – Meslek Dersleri Öğretmeni - TASEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

**Mehmet Emin İNCE** – Fabrika Müdürü – Gaziantep Ayakkabıcılar Odası

**Mehmet GENÇOĞLU** – Üretim Müdürü – ZİYLAN Deri ve Deri Mamulleri

**Abbas KOŞAK** – Fabrika Müdürü – KOŞAK Ayakkabı

**Furkan KOŞAK** – Fabrika Müdürü – KOŞAK Ayakkabı



# Denlaks 40 yaşında

Kimya Sektöründe yapıştırıcı üretiminin öncü kuruluşlarından Denlaks kuruluşunun 40. yılını Boğaz'da yemekli tekne gezileriyle kutladı.



**O**rganizasyonda Denlaks'ın Amerika, Almanya ve Japonya'dan gelen teknolojik ortaklarının yanı sıra birçok ülkeden gelen tedarikçi ve müşterileri de yer aldı.

Denlaks'ın Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Yalçın Egemen'in yaptığı konuşma ile başlayan gezide, firmanın 40 yıllık öyküsünü anlatan filmin gösterimi yapıldı. Egemen, 40 yıllık Denlaks yolculuğunda kendisine daima destek olan ailesine, vefakâr müşterilerine ve çalışanlarına teşekkürle başlayan konuşmasına geçmişşi anarken, yeni vizyonu da anlattı.

Yapılan diğer konuşmalarda, 40 yılı aşan

deneyimi ile Türkiye'de ve uluslararası pazarlarda Denlaks'ın yaptığı uluslararası işbirlikleri ve ortaklıklarla yapıştırıcı ve kimyasallar alanında öncülük yapmaya devam edeceği vurgulandı.

1974 yılında küçük bir aile şirketi olarak M. Yalçın Egemen tarafından kurulan firma, bugün Avrupa'nın en modern tesislerinden biri olan Oynurden Kimya tesislerinde üretiliyor. Kuruluş, ayak-kabı, laminasyon, tekstil, sünger, yatak, mobilya, inşaat-zemin kaplama, otomotiv, ambalaj ve kâğıt sektörlerine 350'den fazla çeşitten oluşan geniş kimyasal ürün yelpazesi ile en kaliteli ve ihtiyaca uygun ürünleri yurtiçi ve yurtdışındaki müşteri-



lerine sunuyor. Üretimini yüzde 30'unu ihraç eden kuruluşun 30 ülkede bayi ve müşterileri bulunuyor. Firmadan yapılan açıklamada, Denlaks'ın uluslararası pazarlardaki konumunu AR-GE ve inovasyona verdiği önem ve çalışmalarla artırarak, bir dünya markası olma yolunda hızla ilerlediğine de dikkat çekildi.

### Emektar çalışanlara ahde vefa

40. yıl kutlamaları kapsamında düzenlenen bir diğer Boğaz gezisinde ise Denlaks'da 10, 20, 30 yıl ve daha uzun sürelerde çalışanlara, vermiş oldukları emek ve sadakatten dolayı teşekkür plaketleri verildi. Gecede konuşan M. Yalçın Ege-men şunları söyledi:

"Hizmet verdiğimiz sektörlerde her yeniliğin ve gelişmenin önderliğini yaparak, müşterilerimizin memnuniyeti odaklı çalışarak, kalitemizi devamlı geliştirmeyi ana politikamız olarak kabul ederek bu geçen yıllarımızı değerlendirdik. Sizlerle birlikte bu markayı yarattık. Bugün buradan geriye baktığımızda, 40 yıllık yolculuğumuzda sizlerle paylaştığımız birçok meşakkatin, uğraşın, alın terinin ve başarının izlerini görebiliyoruz. Bir dünya markasını yaratmak için çıktığımızda bu yolculukta hep beraberdik. Denlaks'ı zirveye beraberce taşıdık."

### Denlaks'tan sektörün ilk AR-GE ve İnovasyon Merkezi...

Denlaks, firmaların zirvede kalabilmelerinin yenilik araştırma ve inovasyon ile mümkün olabileceğini düşünüyor. Bu düşünceyle 40 yıl boyunca kendini sürekli yenileyen firma, 41. yılında sektöre büyük yenilikler kazandıracak AR-GE ve İnovasyon Merkezi'ni hizmete açtı.

AR-GE ve İnovasyon Merkezi'nde çalışan deneyimli kimya mühendisleri ve AR-GE ekibi mevcut Denlaks ürünlerinin geliştirilmesi, ürün gamının çeşitlendirilmesi

ve yeni nesil yapıştırıcıların üretilmesi için çalışmalar yapıyor. Bu çalışmalarla birlikte aynı zamanda yurtdışından ithal edilen birçok yapıştırıcının ülkemizde üretilmesi de mümkün olacak.

AR-GE ve İnovasyon Merkezi'nin ana hedefi; katma değeri yüksek ürünler üretmek, özellikle Türkiye'de üretilmeyen yapıştırıcılar üzerinde çalışarak, Türkiye'nin sektördeki ithalat girdilerinin azaltılması ve bölgede ihracat potansiyellerinin artırılması ile ülkeye katma değer sağlamak.





# Değer yaratarak geleceğe taşır...

AYSAD, çatısı altında toplanan ayakkabı yan sanayicilerinin vizyon ve iş hacimlerinin gelişmesine katkı sağlarken, değer yaratarak sektörü geleceğe taşıyor.

Siz de oluşan bu sinerjiden yararlanmak ve AYSAD'ın seçkin üyeleri arasına katılmak için hemen üye olun.

AYMAKOOP Sanayi Sitesi  
AYMAKOOP Ticaret Merkezi  
Kat:5 D:3 İkitelli / İstanbul  
T : 0212 549 36 12 F : 0212 549 36 22  
M : info@aysad.org  
[www.aysad.org](http://www.aysad.org)



*Tercihleri Degistiren Marka*



EF-878MAW+



EF-878MA+



EF-868-3MAD



EF-526MA



526B



EF-861

**Dedemak Makina İnşaat İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

I.O.S.B. Aykosan Sanayi Sitesi Çarşı Blokları No:166 İkitelli / Başakşehir / İstanbul

Telefon : 0212 671 86 89 . Faks : 0212 671 86 56

[www.dedemak.com.tr](http://www.dedemak.com.tr) - [info@dedemak.com.tr](mailto:info@dedemak.com.tr)



## 2015 İlkbahar-Yaz koleksiyonları, **52. Uluslararası AYMOD Fuarı'nda sergilendi**

52. Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı - AYMÖD, 5 – 8 Kasım 2014 tarihleri arasında İstanbul Yeşilköy'deki CNR Fuar Merkezi'nde gerçekleşti.

**K**lasikten moderne, babetten çizmeye kadar her kesime hitap eden ayakkabıların sergilendiği AYMÖD, bin 400 markanın katılımıyla düzenlendi.

Bahçıvan, İstanbul Deri ve Deri Mamülleri İhracatçıları Birliği Başkanı (İDMİB) Mustafa Şenocak ve sektör temsilcileri hazır bulundu.

Açılışını İstanbul Valisi Vasip Şahin'in yaptığı organizasyonda İstanbul Sanayi Odası (İSO) Yönetim Kurulu Başkanı Erdal

İstanbul Valisi Vasip Şahin, AYMÖD Fuarı'nın açılış töreninde, fuarın 52. kez düzenleniyor olmasının sektör istikrarının





ispatı olduğunu belirterek, "Bu istikrara bağlı olarak sektör 2023 yılında hedeflediği 2 milyar dolarlık ihracatı gerçekleştirecek" ifadelerini kullandı.

İSO Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçıvan da Türkiye'deki fuarcılık sektörünün gelişimine dikkati çekerek, şunları kaydetti:

"Artık vizyon sahibi fuarlar görmek için yurt dışına gitmemize gerek kalmadı. Türkiye'de düzenlenen fuarlarımız da artık vizyon sahibi oldu. Küresel arenadaki sıkıntılara rağmen ayakkabı sektörü büyümeye devam ediyor. Bütün zorluklara rağmen ayakkabı sanayicisi 52. kez fuar düzenlemeyi başardı. Bu sektör için iyi bir örnek. Bizim böyle güzel örneklerle ihtiyacımız var. Sektörün dayanışma içerisinde

*Yılın ilk 10 ayında  
sektörün bütün  
olumsuzluklarına  
rağmen yüzde 3'lük  
bir artışla  
628 milyon dolarlık  
ihracat gerçekleştirdi*

bir araya gelerek güçlerini birleştirmesi, fuarın yoğun ilgi görmesini sağlıyor. Türkiye, ancak sanayi ve üretime bağlı olarak büyüyebilir. İstanbul'dan sanayi uzaklaştırma görüşü var. Ancak İstanbul'un kendine ait bir birikimli kaliteli iş gücü var. İstanbul'da kalacaksak katma değeri

yüksek, Ar-Ge, inovasyon ve tasarıma dayalı bir sanayiye ihtiyacımız var."

İDMİB Başkanı Mustafa Şenocak da sektörün dünya pazarlarında daha fazla tanıtılması için AYMÖD gibi uluslararası fuarlara ihtiyaç olduğunu aktararak, yılın ilk 10 ayında sektörün bütün olumsuzluklara rağmen yüzde 3'lük bir artışla 628 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiğini kaydetti.

Şenocak, işçilik ücretlerine yönelik yayınlanan uluslararası yeni bir raporda, Türkiye'de saat başı ortalama ücretin 5,5 dolar iken, Çin'de 2,7 dolar, Hindistan ve Vietnam'da ise 1 dolar olduğuna işaret ederek, sektörün bu şartlar altında ihracatını artırmasının büyük bir başarı olduğunu belirtti.



# Yan sanayici AYSAF ile ihracatta hedef büyüttü

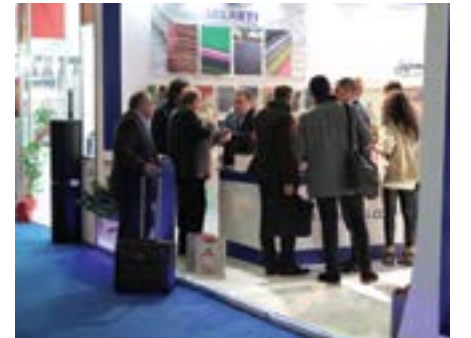
Sektör, 2023 yılı ihracat hedefini 1,5 milyar dolardan 2,5 milyara dolara çıkardı. Hedefin revize edilmesinin en önemli etkeni AYSAF Fuarı oldu.



*Sektör, 2013 yılında ihracatını bir önceki yıla göre yüzde 32,5 artışla 723 milyon dolara çıkardı.*

Türkiye'de 5 milyar dolar büyüklüğe ulaşan ayakkabı sektörünün ihracatından önemli oranda pay alan ayakkabı yan sanayi sektörü, daha fazla ihracat hedefiyle İstanbul Yeşilköy'deki CNR fuar Merkezi'nde düzenlenen 51. AYSAF Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı'nda bir araya geldi. 26 Şubat – 1 Mart tarihleri arasında gerçekleşen organizasyonda hedef yine ihracattı. Cumhuriyet'in 100. yılı olan 2023'te gerçekleşmesi öngörülen 1,5 milyar dolarlık ihracat hedefini 2,5 milyar dolara yükselten sektör, 300 milyar dolarlık büyüklüğe ulaşan sektörün dünya pazarındaki payını artırmaya çalışıyor.

Pozitif Fuarcılık tarafından organize edilen fuar; Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD), Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TA-SEV) ve KOSGEB desteklerinde düzenlendi. Fuarda 2014-2015 sonbahar- kış, taban, kalıp, ökçe, makine, deri, kimya, tekstil, aksesuar gibi ayakkabı yan sanayi ürünleri sergilendi. Avrupa'nın konusunda ikinci büyüğü olan organizasyonu değerlendiren AYSAD Başkanı Tan Erdoğdu hedefin sürdürülebilir ihracat olduğunu vurgulayarak şu bilgileri verdi: "Sektör, 2013 yılında ihracatını bir önceki yıla göre yüzde 32,5 artışla 723 milyon dolara çıkardı. Buna karşın bir önceki yıla oranla yüzde 15 artışla 992 milyon dolarlık ayakkabı ve ayakkabı aksamı ithalatı yapıldı. Bu istatistikler doğrultusunda ihracatın ithalatı karşılama oranı da bir önceki yıla oranla 10 puanlık artışla yüzde 73 seviyesinde gerçekleşti."





### Fransız kalıp sistemi sektörü zorluyor

Sektörün ihracatta olduğu gibi teknolojisinde de büyük gelişme kaydettiğini ifade eden Tan Erdoğan, geçtiğimiz yıl çalışmalarına başladıkları Türkiye Ayak Haritası Projesi ile ilgili bilgi verdi. Türkiye’de Fransız ayakkabı kalıp sistemi kullanıldığını hatırlatan Tan Erdoğan, bu sistemin ayakkabı üretimi sırasında sektörü zorladığını belirtti.

Projeyi hayata geçirmek istemelerindeki amacın, sektörde işlevsellik yaratmak olduğunu anlatan Erdoğan, şöyle konuştu: “Türkiye’de değişimi gözlemlemek gerekiyor. Yeni jenerasyonun ayak ölçüleri eskisine göre daha büyük. Ayak numaraları değişiyor. Buna bağlı olarak da bizim kalıp üretme teknolojinin de değişmesinden hareketle insanların ayaklarını 2 boyutlu, 3 boyutlu sistemlerle verilerine

sahip olarak, kalıplar oluşturacağız. Bu sistemle Türk ayak yapısını bütün detayına kadar tanıyacağız.”

Tan Erdoğan, proje için yoğun bir çalışmaya girdiklerini belirterek, “dernek olarak ayak tarama cihazlarını aldık. En kısa zamanda ayakkabı ileri teknoloji atölyemizde iç kalıp çalışmalarımıza başlıyoruz. Arkasından da ayak haritalarını çıkaracağız” dedi.

*Türkiye’de resmi rakamlara göre 4 milyon civarında şeker hastası var. Bu sistem aracılığıyla diyabet ayakkabısı üretililecek. Sistem görüldüğü gibi yalnızca sektöre işlevsellik katmayacak. Sağlık için de faydalı olacak.*







## Şeker hastaları için diyabet ayakkabısı

Erdoğan, sistem ile birlikte özel ayakkabı üretimi de yapılabileceğini söyleyerek, sözlerini şöyle sürdürdü: "Türkiye'de resmi rakamlara göre 4 milyon civarında şeker hastası var. Bu sistem aracılığıyla diyabet ayakkabısı üretililecek. Sistem görüldüğü gibi yalnızca sektöre işlevsellik katmayacak. Sağlık için de faydalı olacak. Projemiz 1 yıl içinde hayata geçecek."

Türk ayakkabı sektörünü küresel platforma taşıyan fuar, sektörün yurtdışındaki prestijini artırmasını da sağladı. Son zamanlarda Uzakdoğu'da düzenlenen yan sanayi fuarlarına Türkiye, deri firmaları ile en çok milli katılımı sağlayan ülke konumuna geldi.





CorelDRAW kursuna katılarak sektörde bir adım  
**öne çıkma zamanı!**

CorelDRAW®  
Graphics Suite X7



CorelDRAW öğrenerek  
**fark yarat!**

**Yer** : TASEV Kampüsü Halkalı  
**Süre** : 8 hafta  
**Kurs Günü** : Cumartesi  
**Kurs Saatleri** : 12.00 -18.00

Daha detaylı bilgi ve kursa kaydolmak için  
AYSAD'a başvurabilirsiniz.

AYMAK00P Sanayi Sitesi  
AYMAK00P Ticaret Merkezi  
Kat:5 D:3 İkitelli / İstanbul  
**T** : 0212 549 36 12 **F** : 0212 549 36 22  
**M** : info@aysad.org  
[www.aysad.org](http://www.aysad.org)





# İstanbul Deri Fuarı, deri festivaline dönüştü

İDF 2014 9. İstanbul Deri Fuarı 18 – 20 Kasım 2014 tarihleri arasında dünyaca ünlü moda dergilerinden deri perakende devlerine kadar sektörün tüm profesyonellerini bir araya getirdi.



Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV) öncülüğünde ve Tüm Fuarcılık tarafından bu yıl 9. kez düzenlenen İstanbul Deri Fuarı'nın açılışını TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı ve TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi birlikte gerçekleştirdi.

TÜRDEV Başkanı Ruken Mızraklı; tabakhane, konfeksiyon, ayakkabı ve saraciye, kürk, makine ve kimyasal tedarikçileri dahil, sektöre emeği geçen tüm iş kol- larını çeşitli aktivitelerle bir araya getiren ve birleştirici yapısı ile öne çıkan İDF 2014'ün; içinde barındırdığı etkinliklerle geleneksel bir "fuar" görüntüsünden çok, deriye dair her şeyin bir arada görülebile- ceği, derinin sanatla, tasarımla, yaratıcılıkla buluştuğu bir "Deri Festivali" niteli- ğini taşıdığını belirtti.

35 ülkeden 368 firma ve firma temsil- cililiğinin katılımıyla dört salon ve 35 bin metrekare kapalı alanda gerçekleşen İDF 2014, yurtiçi ve yurtdışından sektör pro- fesyonellerinin buluşma noktası oldu.

Hollanda, HongKong, İngiltere, İspanya, İtalya, Japonya, Kore, Rusya Tataristan, B.A.E, Çin, Fransa, Hindistan, ve Ukray- na'dan toplam 103 kişilik bir alım heyetini ağırladı.





### Hedef pazar Uzakdoğu

Dış pazarlar hakkında da bilgiler veren Ruken Mızraklı, Çin ve Japonya başta olmak üzere Uzakdoğu'da pazar paylarını arttırmak istediklerini belirtti. Mızraklı, "Çin, satın alma gücünün artmasıyla Türkiye için son derece önemli bir pazar haline geldi. Bu pazarlarda sektörümüzün moda-marka algısının altını çizen çalışmalar yapıyoruz. 2023 ihracat hedefimiz olan 10 milyar dolara ulaşmak için sektör olarak var gücümüzle çalışıyoruz. Bu hedefe, daha fazla inovasyon, daha fazla Ar-Ge ile marka algısı yükseltilmiş katma

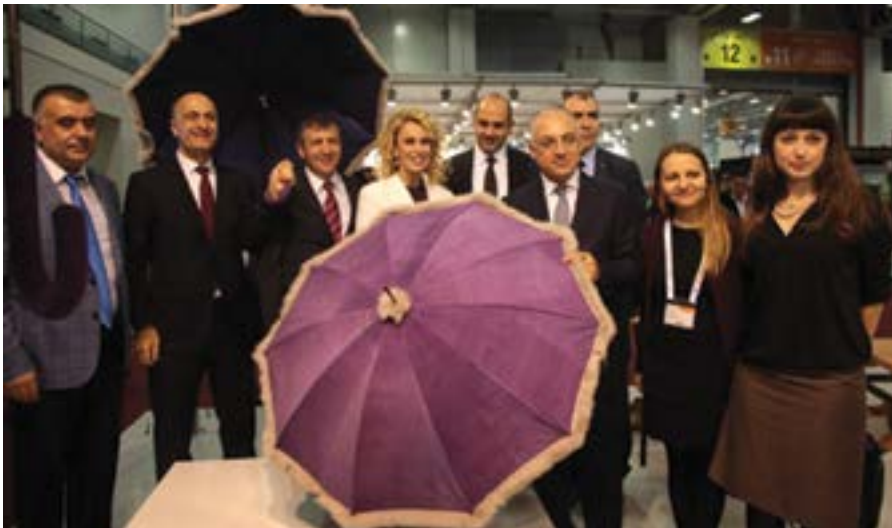
*İDF 2014,  
yurtiçi ve  
yurtdışından  
sektör  
profesyonellerinin  
buluşma noktası  
oldu.*

değeri yüksek ürünler satarak ulaşabileceğimizin bilincindeyiz" diye konuştu.

Özel faturalı ihracat ve turistik amaçla

ülkemizi ziyaret edenlerin yaptığı satın alımlarla birlikte 4,5 milyar doların üzerinde bir ihracat hacmini temsil eden İDF 2014; ağırladığı nitelikli yurtdışı alıcılarla, Türk Deri Sektörü temsilcilerinin yeni iş bağlantıları kurması, var olan bağlantılarını güçlendirmesi ve yeni pazarlara açılması için bir platform özelliği sergiledi

Danyaca ünlü isimler bir araya geldi İDF 2014'ün birbirinden ünlü isimleri bir araya getirdiği "Luxury, Retail and Leather: Worldwide / Dünyada Lüks, Perakende ve Deri" Workshop'unda konuşmacılar arasında L'Officiel Italia ve







L'Officiel Hommes Editörü Gianluca Cantaro, Demsa Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Demet Sabancı Çetindoğan, Rusya'nın en büyük deri perakende zinciri Snowqueen'in sahibi Vugar Isaev, dünyanın en büyük ve lüks deri /kürk perakende mağazası Woux'un Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Acarlıoğlu, ünlü tasarımcı Hüseyin Çağlayan'la "VSP Çalayan" markası için üç sezonluk anlaşma yapan ve "VSP" adlı butiğini Paris'in Marais bölgesinde açarak ses getiren Vizyon Deri'nin Kurucu Ortağı ve Kreatif Direktörü Kadri Soygöl ve Alarko Holding Yönetim Kurulu Üyesi Leyla Alaton bulunuyor. İtalyan Moda Konseyi Başkanı Jane Reeve de IDF 2014 konukları arasında yer aldı.

Fuarda yer alan etkinlikler arasında; 2015 / 16 trendlerinin sergilendiği "Trend Alanı"nın yanı sıra, Fashion Week standartlarında bir organizasyonla Mefi, Adamo,- Derimod, Elibol by Simay Bülbül, Emelda by Deniz Berdan, Lento Fur, Punto by Hakan Yıldırım kreasyonlarının yer aldığı "Unlimited Leather" Defile Programı, çağdaş sanatçılarımızdan Kemal Tufan, Günnur Özsoy, Ebru Kale ve Meray Akmut'un deri kullanarak IDF 2014 için özel

olarak tasarladıkları eserlerin Nevzat Sayın küratörlüğünde sergilendi.

"Art Meets Leather", deriden çanta, aksesuar, giyim, mücevher tasarlayan ve alanlarında marka olmuş tasarımcıların bir arada bulunduğu özel bir proje "FashionLAB", derinin alışıl gelmiş kullanım alanları dışında, günlük hayatımızdaki yaratıcı kullanımlarına örnekler sergilen-

di "DesignLAB", Kazlıçeşme Ar-Ge sponsorluğunda düzenlenen "Challenge for Leather/Deride Yeni Değer Yaratma" Yarışması ve Tasarımcı Hatice Gökçe tarafından, Deri Tanıtım Grubu (DTG) desteğiyle hazırlanan ve Anadolu topraklarında varlığını sürdürmüş sekiz medeniyetten ilhamını alan 'The Leather Age - Anatolia' projesi de organizasyonda yerini aldı.



Yere Daha Sağlam Basabilirsiniz !!!  
Çünkü **vesline** ile Yapıştırıyoruz...

**vesline®**  
chemicals



**MONDO KİMYA SANAYİ VE TİCARET A.Ş**

Merkez

Altıntop Mah.Çaybaşı Cad.No:34/1 20020 DENİZLİ Tel: +90 258 264 83 13 Fax: +90 258 261 93 43

Fabrika

Kale Mah.348 Sk.No:8 20085 Akkale/DENİZLİ Tel: +90 258 267 17 96 Fax: +90 258 267 21 38

Şube

İbrahim Karaoğluoğlu Cad.Etem Zengin İş Merkezi No:25 Kat:5 34400 Seyrantepe-Kağıthane/İSTANBUL

Tel: +90 212 283 10 17 Fax: +90 212 282 80 38





# İşadamlarına ekonomik uyarı: **Hesap edilemeyen risklere dikkat!**

Dünya ekonomisindeki gelişmeler ve Türkiye'nin önümüzdeki sürece ilişkin olasılıkları kur konusunda işadamlarına aynı soruyu sorduruyor: Neler olacak?



**E**konomist Uğur Civelek, işadamlarına risk yönetimi ve muhtemel senaryoları doğru okuyup, iyi hazırlanması gerektiği konusunda tavsiyelerde bulundu.

Dünya ekonomisinde 2008 yılından bu yana düzelmeyen dengeler, FED'in parasal genişlemeyi sonlandırması ve faiz arttırımına hazırlanması piyasalar, özellikle işadamlarının üzerine kur riskini getirdi. Gerek borçluluk düzeyi, gerekse de ticaretlerinde zarar görmeden yaşanacak süreci atlatmaları konusunda yapılacaklar ise kritik hale dönüştü. Aysad Vizyon Dergisi olarak Ekonomist Uğur Civelek ile yaşananları, olası yaşanacakları ve alınması gereken önlemleri konuştuk.

## **İşadamları dövizle ilgili süreçten ne anlamalı ve hangi tedbirleri almalı?**

Türkiye'de 12 Eylül 1980 sonrasında oluşan kötü bir hastalık var. Türk Lirası faizleri yüksekti; yabancı para borçlanmanın maliyeti göreceli olarak daha düşük oldu. Yatırım yapmak isteyenler, bu nedenle ciddi miktarda kur riski aldı. Yapı giderek kontrolü zor bir hal aldı. Dalgalı kura geçişin bu eğilimi bloke edip, küçültmesi gerekirken, küresel politikaların da katkısıyla hacmini arttırdı. Şu anda iş dünyası

*Şu anda  
iş dünyamız  
çok büyük  
bir kur riski  
taşıyor.*

mız çok büyük bir kur riski taşıyor. Döviz kurunun etkilerini değerlendirirken şu tespiti doğru okumamız gerekir. Taşınan büyük riskler, dolar cinsi risk taşıyanlar, yerli ve yabancıların hacmi 400 milyar doların üzerine çıktı. Bu Türkiye'nin ekonomik büyüklüğünün yarısına yaklaşmış bir rakam. Kur düşünce, bilançolar düzeliyor; yükselince de bir anda her şey kötüye gidiyor. Bu belirsizliği birinci tespit olarak bir kenara yazalım.

İkincisi Türk Lirası'nın değeri açısından kurlardaki hareket, rekabet koşullarını ve maliyetleri etkiliyor. TL değerlenince ithal mal daha da ucuza geliyor; yerli üreticilerin şansı giderek azalıyor. Ters olduğunda bir daralma yaşanıyor; yerli üreticilerin rekabet şansı artıyor ama beraberinde gelen başka sıkıntılar pazarı daraltıyor. Dış pazar da kötüye, net bir faydası da görülemiyor.



Üçüncü boyut ise içerideki kura bakarken, dünyadaki kurlara da dikkat edilmesi zorunluluğunu ortaya koyuyor. Dünyada kur savaşları yaşıyorsa; herkes rekabet gücünü arttırıp, dışarı satmaya çalışıyorsa soru şu: Bu durumda üretilen malı kim alacak? Herkes dışarıya satmaya çalışıyor ve diğer ülkelerin de alım gücü azaldığı için, dipsiz kuyuya dönebilme seçeneğini önümüze koyuyor. Şu anda Türkiye’de sistem, günü kurtarmak için Türk Lirası’nın değer kaybını istemiyor. Çünkü enflasyon ve faizler yükselir. Bu, bankaları ve kamu dengesini olumsuz etkiler. Bilançoları çok kötü tahrip eder. Peki ama yurtdışının kur savaşlarını engelleyebilir miyiz? Hayır... Bu da Türkiye’nin rekabet gücünü önemli ölçüde daraltıyor. Şu an dünyada çok büyük bir belirsizlik var. İşin içinden nasıl çıkılacağını ise kimse bilmiyor; ama biliyormuşçasına herkes bir şey söylüyor.

### **İş dünyası açısından bakıldığında kur ile ilgili riskimiz nedir?**

Kurlardaki dalgalanma bilançomuzda yıpranma yaratabilir. Bu da kredi itibarımızı olumsuz etkileyebilir. Bir diğer un-

sur ise kurlarla ilgili hareket, belirsizlik ve kırılganlığı arttırarak pazar daralmasına yol açabilir. Son olarak da kurlarla ilgili küresel düzeydeki olumsuzluk bize bumerang gibi dönebilir. Şu anda verimliliği arttırarak bu kısır döngünün dışına çıkmaya çalışmak, kendi kendimizi aldatmaktır. Gelişmiş ülkelerin hepsi, ciddi bir durgunluk yaşıyor. Gelişmekte olan ekonomilerin hepsinin alacağı önlemler iç pazarı daraltıcı ve dış pazara ihracat yapma amacı üzerine kurgulanıyor. Her-

*Tl değerlenince  
ithal mal daha da  
ucuza geliyor;  
yerli üreticilerin şansı  
giderek azalıyor.  
Tersi olduğunda  
bir daralma  
yaşanıyor.*

kes aynı anda aynı şeyi yapıyorsa, hiçbirinin istediği sonucu alamayacağını hesaba katmak gerekiyor. Buradan kaynaklanan bazı sonuçlar da var. Bazı üreticiler büyük firmalara yan sanayi yaptığını düşünüp, ‘biraz kur riskim var ama önemli değil. 3 yıllık sipariş var. Ben rahatım’ diyebilir. Bu bir yanılgı... Kurlardaki istikrarsız salınımlar, büyük firmalara sipariş iptallerini getirebiliyor. Onlar da bunu yan sanayilerine rücu ettirirler. 3 – 4 yıllık sipariş olduğunu düşünenler, çoğunlukla taşıdıkları riskin farkında olmuyorlar. Sipariş iptalleri gelebileceğini hiç hesaba katmıyorlar ve buna göre yıllık programlarını yapıyorlar. Mesela 2015 yılı için şirketler faaliyet planlamasına girecekler. Ürettiği malı kimlere satacak; ne kadar üretim yapacak; girdileri nereden tedarik edecek; ne tür riskler taşıyacak? Bu bütçesini yapabilmek için de kur, temel girdiler ne olur gibi temel verilere ihtiyaç var. Bir program yaparsınız; bağlantılarınızı gerçekleştirirsiniz. Peki bu hesabın dışında çıkacak unsurlar neler?

Kur, öngördüğün düzeyin çok dışında olursa, hesap şaşar; altından kalkılama-



yabilir. Sipariş iptalleri gelebilir. Bir de alacaklarını zamanında tahsil edemeyebilir. Bu durumda da nakit akışı bozulur. Nakit akışı bozulması, bilanço yıpranması, faaliyette öngörülen çizginin çok dışı da kalınması gibi riskleri getirir. Kurdaki sürpriz dalgalanmalar büyük belirsizliktir. Ciddi kırılmalıklar yaratabilir. Bu yüzden sürekli takip edilmesi lazım. KOBİ'lerimizin aklına güvenlik deyince önce asayiş konuları geliyor. Oysa şu gelmeli: Kendi belirledikleri fiyatlarda istenmeyen hareketler, bilançoları hırsızın vereceği hasardan çok daha fazla yıpratır. Onun için riske hassas olmaları lazım. Taşadıkları risklerin bilincinde olmalı; sorun büyümeden müdahale edecek konumda pozisyon almalıdırlar.

### Tüm bu gelişmeler içerisinde firmalar nasıl önlemler alabilirler?

Öncelikle tepkisel olmayacaklar. Geçmiş değil; geleceğe bakacaklar. Seçici olmaya özen gösterecekler. Eğer herhangi bir iş almak için büyük riskleri üstlenmek söz konusuysa, gerekirse işletmeyi rölantide tutup, o riski almamayı tercih edecekler. Türkiye'de şirket optimum ölçeğe çalışmaya devam etsin istiyoruz, ama riskin katlanabilir ölçünün altında kalmasına yeterli hassasiyeti göstermiyoruz. Kur riski, faiz türünden piyasa riskini anormal düzeye çıkarıyor. Ayrıca büyümek için de çok risk alıyoruz. Risk yönetimi yapmıyoruz ve piyasadaki kötü fiyatlamaların da kurbanı oluyoruz. Örneğin kurun şu an dolar açısından 2,35 - 2,40 olması gerekirken, baskıyla 2,25'in altında tutuluyorsa, bu ciddi hesap hatalarını getiriyor. Firma ve vadeli mal sattığı müşteri hesap hatası yapıyor. Ardından gelişmeler zincirleme kontrolden çıkıyor. Nakit akışı sürekli krediyle yamanmaya çalışılıyor. Neticede de film bir noktada kopuyor.

### 2015 hesaplamaları yapılırken kur meselesine nasıl yaklaşılmalı?

Bugünden daha yüksek hesaplamak da doğru değil. Yüksek kurdan hesap yaparsınız, düşük gerçekleşirse yine sıkıntı yaşanır. Burada esnekli çok önemli. Bütçe oluşturulurken, senaryo yapılması gerekir.

2015 yılı kurunu takip etsinler. Değişik yerlere baksınlar. 2,20 ya da 2,70 olursa ne olur? İki senaryoda da ne yapıp, ne

yapmamaları gerektiğini belirleyip, optimumuna yönelmek lazım. 2,20'de bir strateji çok iyiye, ama daha yüksekte çuvalıyorsa, o hedeften kaçınmak gerekir. Belli bir esneklik marjı bırakmak zorundadır.

### KOBİ'ler için en büyük tehlike nedir?

Büyük şirketler piyasaları kendi çıkarlarına göre manipüle edebilir. Fakat küçüklerin böyle bir şansı yok. Onun için riske daha hassas olmak zorundalar. Ama Türkiye ölçeğine baktığımızda, bu mekanizmanın çalışmadığını görüyoruz.



### Özellikle bu sektörde belirleyici olan petrol fiyatlarındaki düşüşün Türkiye'ye artı getirilerinden bahsediliyor. Peki sektörler için bunun anlamı ne?

Petrol fiyatı niye düşer? Elbette düşebilir, ama bu tüm dünyayı etkileyeceği için, küresel anlamda fiyat istikrarsızlığı adına büyük bir belirsizliktir. Bu bir fırsat olarak nitelendirilip, aşırı risk almak yanlış. Aksine riskin azaltılması gerekir. Eğer yarar sağlayıp risk alanlar varsa, yanlış yapma ihtimalleri çok yüksek. Geçmişe dönüp, petrol fiyatının düştüğü dönemlere baksınlar. 1990'ların ikinci yarısında düştü. Asya / Rusya krizinden sonra 8 dolar seviyesine kadar geriledi. Peki o dönemde bu rakam Türkiye için fırsat oldu mu? Küresel kriz öncesinde petrol fiyatı

147 dolara kadar yükselmişti. Bir yıl sonra 80 dolar seviyesine indi. 2008 krizi sırasında Türkiye için fırsat oldu mu? Korkunç sipariş iptallerinin geldiği bir dönem olarak hatırlıyoruz. Fiyat oynaklığı, yönü ne olursa olsun bir belirsizlik durumudur ve tedbirli olunmasında yarar vardır.

### "Risk konusunda yüksek bilinç önemli"

### İşletmelerimiz mevcudiyetlerini nasıl korurlar?

Tarihten bir örnek verelim. Barbaros Hayreddin Paşa'nın Akdeniz'i nasıl bir Osmanlı gölü haline getirdiğindeki sırra bakalım. Haçlı donanmasının gemileri

büyük kadirgamlardan oluşuyordu. Osmanlı'nın ise daha küçük ama manevra kabiliyeti yüksek teknelerden teşekkül ediyordu. O esneklik üstünlük sonucunu da beraberinde getirdi. Küçük işletmelerin de bugün, avantajlarından yararlanmaları için risk konusunda yüksek bilinçle sahip olmaları gerekiyor. Bu yaklaşım yoksa, değişen koşullarda farklı yerlere savrulurlar. Geleceklerini de kontrol edemezler. Riski yönetmeyi öğrenmekten başka şansları yok. Öğreninceye kadar da kontrollü gitmek zorundalar.

### Bir işadamı risk yönetmeyi nasıl öğrenir?

Bugünün rekabet ortamında, insanlar maliyetlerini aşağı çekmek zorunda. Bunu yaparken hep şunu sorgulamalıdır: Farkında olmadığım ne risk alıyorum ki, di-

ğeriyle bunun arasında bir maliyet değişikliği oluşuyor? Bir maliyet farkı varsa, yukarı yönlü olan önlerindeyse, farkında olmadıkları riskler alıyorlardır. Biz hep maliyetleri aşağı çekmek, beraberinde de daha fazla risk almak zorunda kaldık. Bugün de o riskleri yönetmesini beceremediğimiz için sıkıntılar yaşıyoruz. Ülkenin ekonomi yönetiminin de bu açıdan hassas olması gerekir. KOBİ'ler tek başına bu açmazdan çıkamaz. Koşullar gereği, faaliyetini sürdürmek için maliyetini düşürmek zorundaysa, denize düşüp yılanı sarılmak mecburiyetinde kalır ve fazla risk alır. Bu fazla risk ise sonrasında sadece firmaları değil, ekonomiyi de batırır. Türkiye'de üretimin büyük bir bölümünü KOBİ'ler yapıyor. Onların sıkıntısı, bu ülkenin sıkıntısıdır.



Ülkeyi yönetenlerin de politikaları kurgularken, onları aşırı risk almaya mecbur edecek yanlışlardan kaçınması gerekir. Şu anki yaklaşım küçük ve orta boy işletmeler üzerinde sıkıntılar yaratıyor. Neden KOBİ'lere risk almak dışında bir seçenek bırakmayacak bir yola giriliyor? Eğer böyle bir mecburiyet söz konusuysa, benim mantığım diyor ki: Bu bir fekaletle götürebilir. Herkesin yaptığını ben yapmayayım. Korunma yöntemi de budur.

### **İş dünyasının çıkışı nerede?**

**2015 verileri bize dünya pazarında bir daralmayı işaret ediyor. Nitekim petrol fiyatları da bunu destekliyor. Orta vadeli program da içte bize enflasyonla mücadelenin öncelikli kriter olduğunu gösteriyor. Demek ki iç satışlarda da bir sıkıntı olacak. Peki iş dünyası çıkışı nerede bulacak?** Enflasyonla mücadeleye insanların farklı bir

gözle bakması lazım. Sadece belli bir kesimin düşmesiyle yarar sağlaması için yapılan uygulamalar, herkes için doğru olmayabilir. Enflasyon bir canavar mıdır? Evet ama, fiyatların düşüyor ya da çıkıyor olması da bir canavardır. İkisi de istikrarsızlık yaratır. Çünkü birileri olacakların farkındadır ve güçlüdür. Gücünü kendi lehine, diğerlerinin aleyhine kullanır. Bu da bir dengesizlik yaratır. Orta gelir grubunu yok eder. Orta sınıfı aşağı itiyorsanız ve benim sattığım ürünlerin müşterisi de bu grup ise malı satamaz hale gelirim. Birileri 'içeride satamıyorsam, dışarıda satabilirim' diyebilir. Aynı küresel eğilimler diğer ülkelerin de orta sınıfını benzer duruma düşürüyorsa; satamazsın. Risk bütün dünyada geçerli. Küreselleşme, olumsuzlukları da küreselleştirdi. Fiyat oynaklığındaki belirsizlik, gelir dağılımını bozan unsurdur. Bu nedenle kötüdür. Sorun yaratır ve sürdürülebilirliği ortadan kaldırır. Dünyanın her yerinde enflasyon yüzde 100 olsun ve her şeyin fiyatı aynı oranda artsın. Hiçbir şey değişmez ve o enflasyon canavar değildir. Gelir dağılımını bozan fiyat istikrarsızlıkları, enflasyon ya da deflasyon yıkıcıdır. 'Fiyatların yükselişi kötüdür, enflasyonu düşürüyoruz' diye anlatıldı. Düşürürken gelir dağılımı bozuldu. Rekabet koşulları ortadan kalktı. Bazıları düşük faizle borçlanıp biri bin yaptı. Diğerleri elindeki avucundakini kaybetti, geleceğine ipotek koydurmak zorunda kaldı. Uçların yaşandığı bir ekonomi, krizlerden kurtulamaz. Bunların yaşanmasını engellemek hayati önemdedir. Mesela bugün ABD'nin sermaye piyasalarına bakalım. Halka arz çeşitleri var. Eğer profesyonellere kağıt satacaksanız; çok fazla şart aranmıyor. Onların aldatılamayacağını düşünüyor. Ama halka satacaksanız, kılı kırk yarıyorlar. Bir rakam yanlış yazıldıysa ağır yaptırımlar getiriliyor. Her ülkenin kendi egemenlik alanında küçük işletmeleri, bireyi korumak mecburiyeti var. Küçükleri korumak yerine, büyükleri kollamaya başlarsanız; geleceğiniz yok demektir. Peki biz küçükleri koruyor muyuz; korur gibi yapıp kurban durumuna mı düşürüyoruz? Herkes kendi yanıtını versin.

### **Peki firmalar bugün ihracat yapmaya kalksa; rotası ne olmalı?**

Günümüzde ihracat yapmadan önce, geleceğe yönelik bir tasarının olması şart. Küçük orta boy işletmeler için yatırım yaparken, sonucunu 3- 5 yıl sonra alacakları gerçeğini görmezden gelmesinler. Bölgesinde, yaşadığı coğrafyada, ihracat yapacağı alanda, nelerin yaşanacağını, ne gibi değişikliklerin olacağını öngörmek hayati önemdedir. Bugün 6 ay sonra ne olup, olmayacağını bilemiyorsak;

uç senaryolar arasındaki fark çok büyükse, göz gözü görmüyor demektir. O zaman rishten kaçınmak önemlidir. Herkes 'yatırım yap' diyorsa, defalarca düşünsünler. İç pazar daralacak. Türkiye kendi tasarrufuyla bu talebe ulaşmadı. Dışarıdan akan parayı kullandı. Bu para kesilecek ve kendi normaline dönecek. Bu da iç pazarın daralması sonucunu doğuracak. Böyle olmayacağına yönelik varsayımıyla yatırım yapıyorsa; yanlıştır. İhracat yapacağımız pazarları seçerken, o pazarlarda gelecekte yaşanacak değişiklikleri de öngörmemiz gerekir. Eğer hesapsız davranırsak, düşündüğümüz fiyattan satamayız. Bu sefer de yüzde 20 - 30 kapasite ile çalışma durumu ortaya çıkar ve bu da piyasa fiyatı / maliyet dengesini tutturma sorununa

*Bölgesinde,  
yaşadığı coğrafyada,  
ihracat yapacağı  
alandan, nelerin  
yaşanacağını,  
ne gibi değişikliklerin  
olacağını öngörmek  
hayati  
önemdedir.*

neden olur. Her şeyi takip etmek zorundalar. Ama küçük orta boy işletmelerin tüm dünyayı takip edecek organizasyonu olamaz. Bunu devletin, sivil toplum örgütlerinin, üniversitelerin yapması lazım.

### **Bu aşamada derneklere ne görev düşüyor?**

Üyelerinin farkında olmadığı konularda, farkındalığının artmasına katkı sağlama-ları gerekir. Yaptığımız işi küresel düzeyde iyi yapmak ve küresel düzeyde güce sahip olmak zorundayız. Kafamızı öne eğip, iyi niyetle çalışmak artık yetmiyor. Derneklerin bu bilincin oluşumunda rol alması gerekir. Ortam değişti ve böyle gelmiş, böyle gitmiyor. Sektör içinde birbirini batıracak haksız rekabete engel olmak, uzlaştırmak görevini üstlenmelidir. O sektörde 100 şirket varsa, tek bir şirket gibi kendi içinde uzlaşmış, pazarlık gücü gelişmiş, yüksek bir bilince gelmek lazım. Tek tek davranılırsa, herkes dağılır.



# Yeni girişimler ve yatırımlar için alternatif bir finansman modeli:

## İş Melekleri

Melek yatırım (angel capital) genellikle yeni girişimlerin başlangıç ya da erken aşamalarında yatırımcıların kişisel varlıkları ile desteklendikleri bir finansman şekli olarak tanımlanabilir.

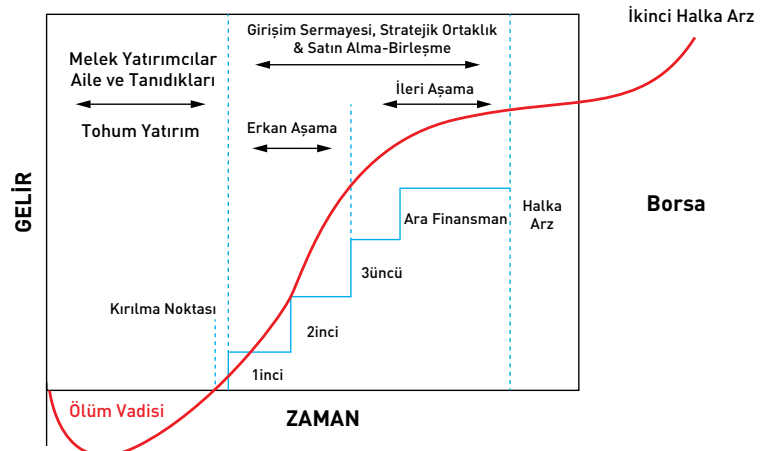


**B**u kapsamda yatırım yapan yatırımcı(lar) ise iş melekleri (business angels) ya da melek yatırımcı(lar)dır. Bu yönleri ile melek yatırımcılar, özellikle gelişmiş ve özellikle piyasa odaklı ekonomik sistemin hakim olduğu ülkelerde, başlangıç sermayesi yetersizliği içinde olan bir çok yeni girişimci için çıkış noktası olarak görülmekte ve yeni markaların doğmasında etken rol oynamaktadırlar.

Melek yatırım atıl sermayenin sistem içinde daha verimli kullanılmasına yardımcı olurken yeni girişimlerin ekonomiyi geliştirebilme imkanının önünü de açmaktadır.

Ayrıca melek yatırımlar ve yatırımcılar hem yeni girişimciler hem de mevcut işini genişletebilmek ve/veya ölçek değiştirebilmek için yeni yatırım yapacak işletmelerin sermaye ve yönetim desteğine ihtiyaç duyduklarında yanlarında olabilmektedirler. Her aşamada söz konusu kişilerin ve yatırımlarının işletmeler açısından farklı seviyelerde önemi bulunmaktadır. Yeni girişimci için "Ölüm Vadisi" olarak tanımlanabilecek dönemi atlatmasında yardımcı olabilen melek yatırımcı, gelişmiş ülkelerde işletmenin farklı bir döneminde de başvurulabilecek bir alternatif finansman modeli olarak görülebilmektedir.

### Girişimin Finansal Döngüsü

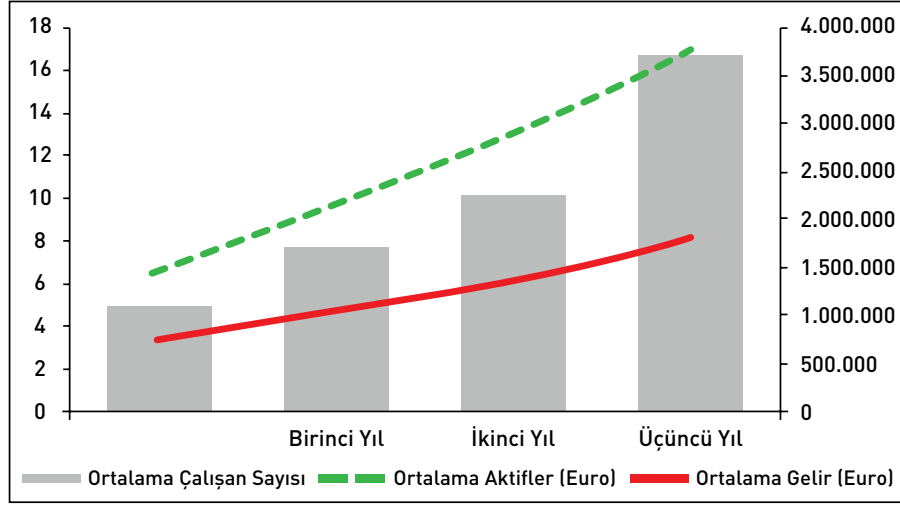


Melek yatırımlar destekledikleri girişimlerin gelirleri ve aktiflerini büyütmesinin

yanı sıra ekonomilerin önemli bir sorunu olan yeni istihdam yaratılmasında da kay-

nak olarak görülebilirler.

### Melek Yatırımların Girişimciler Açısından Önemi



Sermaye piyasası enstrümanlarının çok gelişmiş olduğu Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) yeni ve mevcut yatırımlarda melek yatırımcıların yadsınamaz bir paya sahip oldukları bir görülmektedir. ABD'de iş meleklerinin yatırım sayılarının risk sermayesi şirketlerinden daha fazla olduğu, 1990'lı yılların sonlarında yeni yatırımlar için şirket sahiplerinin sermaye kullanımında %10'unu risk sermayesi oluştururken iş meleklerinin ise %60 gibi yüksek bir orana sahiptir.

Small Business Administration (SBA) verilerine göre ülkede faaliyet gösteren küçük işletmelerin öz sermaye kullanımı (%49.6) ve borçlanma (%50.4) oranları birbirlerine yakın değerlerde olup, öz sermayeye en yakın kategori olarak tanımlanan diğer sermaye türünde işin içine daha çok girişimde başlangıç ortakları, aile ve arkadaşlardan alınan fonlar gelmektedir. Bu kapsamda ABD'de 2010 yılında 265,400 melek yatırımcının yaklaşık yatırım tutarı-

nın 20 milyar doları aştığı görülmektedir. 2013 yılında ise bu rakam 298,800 melek yatırımcı ve yaklaşık 25 milyar dolara ulaşmıştır. Yatırım yapılan girişim sayısı ise 70,730 olup, melek yatırımcılardan ortalama sağlanan fon miktarı da 350,629 dolara yükselmiştir. Avrupa'da ise 2010 yılında yaklaşık 271,000 melek yatırımcı yaptığı toplam yatırım miktarı 5.1 milyar Euro olarak gerçekleşmiştir.

### ABD'de Melek Yatırım İstatistikleri

|                                                         | 2010    | 2011    | 2012    | 2013    |
|---------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| ABD'deki Toplam Melek Yatırım Tutarı (milyar \$)        | 20,1    | 22,5    | 22,9    | 24,8    |
| ABD'deki Melek Yatırımcı Sayısı                         | 265.400 | 318.480 | 268.160 | 298.800 |
| Melek Yatırımcı Başına Düşen Yatırım Tutarı (\$)        | 75.735  | 70.648  | 85.397  | 82.999  |
| Melek Yatırımcılardan Fon Sağlayan Girişimci Sayısı     | 61.900  | 66.230  | 67.030  | 70.730  |
| Melek Yatırımcılardan Ortalama Sağlanan Fon Tutarı (\$) | 324.717 | 339.725 | 341.638 | 350.629 |

İş meleklerinin yatırım yaptıkları dönemlerin genel karakteristik özellikleri hemen her ülkede benzer yapıdadır. Bu kapsam-

da Avusturalya ve İngiltere Girişim Sermayesi Birliği'nin iş meleği ve risk sermayesi şirketlerinin tanımladığı aşamaları gibi

dönemler çekirdek, erken, genişleme, geç ve her türlü hisse satışı olarak sıralanmaktadır.



## Şirketler İçin İş Melekleri Yatırım Fazları ve Özellikleri

| Dönem                  | Özellikler                                                                                                                                                                  |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Çekirdek               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ürünler gelişme aşamasında</li> <li>• Girişim/iş genellikle 18 ay içinde kurulmuş</li> </ul>                                       |
| Erken                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ürün pilot üretim aşamasında</li> <li>• Girişim/iş genellikle 30 ay içinde kurulmuş</li> </ul>                                     |
| Genişleme              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ürün pazarda yerini almış</li> <li>• Gelirlerde çarpıcı gelişme</li> </ul>                                                         |
| Geri dönüş             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mevcut ürünlerde durgunluk</li> <li>• Finansal durumda</li> </ul>                                                                  |
| Geç                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yeni ürün veya mevcut ürünün geliştirilmesi</li> <li>• Satış gelirlerinde artış</li> </ul>                                         |
| Her Türlü Hisse Satışı | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Özel ya da kamu şirketlerine ortaklık ya da satın alma için direkt yatırım yapılması</li> <li>• Büyük tutarlı borçlanma</li> </ul> |

Diğer taraftan iş meleklerinin genellikle çekirdek/başlangıç ve erken dönemlerde yatırım yapmayı tercih ettikleri ve bu özellikleri ile yeni girişimcilerin "ölüm vadisi" denen dönemi atlattıklarında son derece etkili oldukları görülmektedir. 2013 yılında yatırımların %86'sı bahsi geçen ilk iki dönem içinde

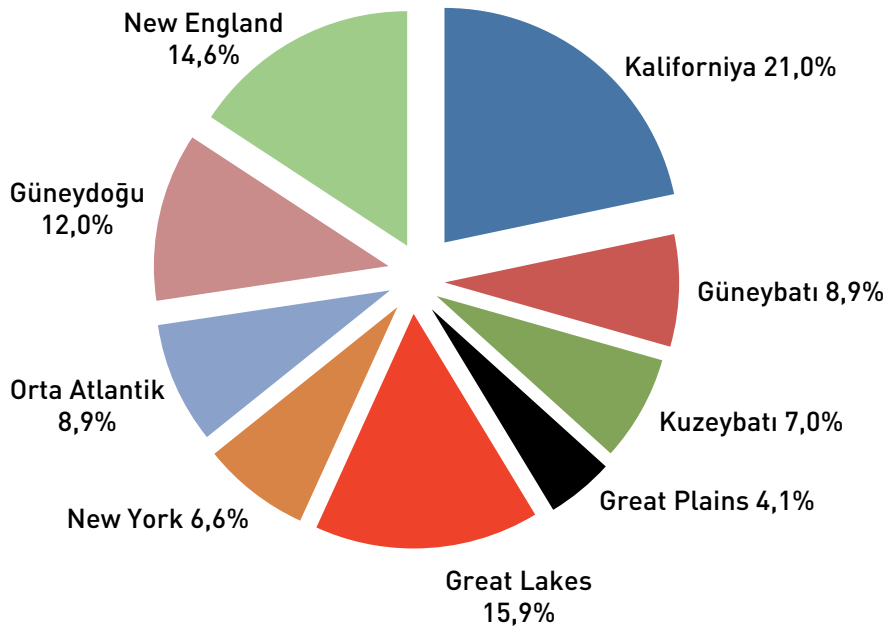
gerçekleşirken %12'si genişleme döneminde yapılmıştır.

Dünya'da olduğu gibi ABD'de de yatırımcılar genellikle yüksek teknoloji üreten firmaları tercih etmekte olup, bilgisayar ve ilgili sektörler, medikal ve ilgili sektörler, telekomü-

nikasyon ve sağlık hizmetlerine sağlanan fonların payı yüzde 80'lerin üzerindedir.

Kaliforniya Eyaleti ve Silikon Vadisi ABD'nin melek yatırımcıları için en cazip bölgesi olup, 2011 yılında toplam yatırım anlaşmalarının yüzde 21'i Kaliforniya'da gerçekleştirilmiştir.

## ABD'de Melek Yatırım Anlaşmalarının Bölgelere Göre Dağılımı



The National Venture Capital Association (NVCA) istatistiklerine göre iş melekleri yatırım miktarı 2013 yılı itibarıyla son 5 yılda yaklaşık 100 milyar doları aşmış olup, söz konusu yatırımların önemli bir kısmını anlaşma sayısı bazında internet sektörü ve yatırım değeri bazında sağlık sektörü oluşturmaktadır.

Melek yatırımcıların bir ortak yönü genellikle bulundukları yerlere yakın adreslerde faaliyet gösteren ya da gösterecek olan girişimleri desteklemeleridir. Diğer taraftan Risk Sermayesi şirketlerinin dışında iş melekleri ağı ile bir ağ şemsiyesi altında yatırımlarını yapan yatırımcılar yeni şirketler için özel bir öneme sahiptir. Bu tip ağlar ise genellikle üniversiteler ve/veya kar amaçsız organizasyonların çalışmaları ile bir araya gelmekte ve yatırımcılar ile girişimcilerin buluşabileceği platformlar hazırlamaktadırlar. İş meleklerinin ağ içinde yer almalarının temel nedenleri;

- İş yükünün dağıtılması
- Deneyimlerin paylaşılması
- İşlemlerin standardize olmasından kaynaklanan kolaylıklar
- Beğenip seçebilecekleri projelerin olması
- Doğru projelere ve yetenekleri bulabilme imkanı
- Girişimci arkadaşlık ilişkilerinin anlaşmalar sırasında gelişmesi
- Aynı fikirde kişilerle iş yapabilme fırsatı olarak sıralanabilir.

Türkiye’de ise son yıllarda gelişim gösteren melek yatırım ve iş meleği kavramı

giderek önemini artıran bir finansman yöntemi olarak tanınmaya başlanmıştır. Çok net istatistikler henüz elde edilememiş olmakla birlikte, 2013 yılında yaklaşık 150-200 iş meleği ya da melek yatırımcının yatırım tutarı 10 milyon dolara yaklaşmıştır. Bireysel olarak yapılan yatırımların bir ağ içinde yapılması ile sayı ve tutar giderek artış göstermektedir. Bu bağlamda Türkiye’de faaliyet gösteren en bilinen iş melekleri ağları E-tohum (41 yatırımcı), BIC Angel Investments (35 yatırımcı), Galata İş Melekleri (28 yatırımcı), Keiretsu Forum (15 yatırımcı) olarak sıralanabilir. Ayrıca farklı sivil toplum kuruluşları ve üniversitelerin de bu alanda ulusal ve uluslararası çalışmaları bulunmaktadır. Özyeğin Üniversitesi’nin “Girişim Fabrikası Projesi” söz konusu çalışmalar için geliştirilmiş bir projedir.

2013 yılı başlarında Hazine Müsteşarlığı’nın “Bireysel Katılım Sermaye Sistemi”nde yaptığı düzenlemeyle Müsteşarlık tarafından belirli kurallara uyan ve başvuran kişiler “Bireysel Katılım Yatırımcısı” lisansı almaya hak kazanmış ve yatırımlarını bu kapsamda yapmaya başlamışlardır. Ayrıca lisans sayısını artırabilmek ve yatırımcıları bu yöne çekebilmek amacıyla belirli sayıda yatırımları için vergi avantajları da sağlanmıştır. Söz konusu çalışmaların sonucunda 2020 yılına kadar yatırımcı sayısının 625’i geçmesi öngörülmektedir.

Genel olarak melek yatırımcıların bir yatırıma girmeleri sırasında projeye bakışları ve kararlarını etkileyen başlıklar ve çalışmalar; projeyi gerçekleştirecek takım

yani ekip, projenin kapsamı, çok detaylı ve doğru hazırlanmış bir iş planı, projenin çıktısı olacak ürünün rakip ürünlere göre durumu ve satış kanalları, ticarileşmesi sonucu elde edilebilecek gelir seviyesi, gerek kısa vadeli gerekse uzun vadeli hazırlanmış finansal projeksiyonlar, yatırım beklentisi ve risk analizi olarak sıralanabilir.

Türkiye’deki yeni girişimler üzerine 2013 yılında KOSGEB – İŞKUR – İstanbul Kültür Üniversitesi’nin Uygulamalı Eğitim Programı’nı tamamlayan 110 girişimci adayı ile yaptığımız bir araştırmada Türk girişimcilerin;

- genel ortalamada her şirketin 5 kişilik istihdam yaratma potansiyeli taşıdığı,
- başlangıç sermayesi ihtiyacında ortalama ihtiyaç 57,716 TL olmakla birlikte, yoğunlaşmanın 50,000 TL ve altında kaldığı ve kadınlarda sermaye ihtiyacının erkeklere göre daha az olduğu,
- sermaye ihtiyaçlarını KOSGEB desteklerinin yanı sıra öncelikle özkaynakları ve aile yardımı sonrasında da banka kredileri ile çözmeyi planladıkları ortaya çıkmıştır.

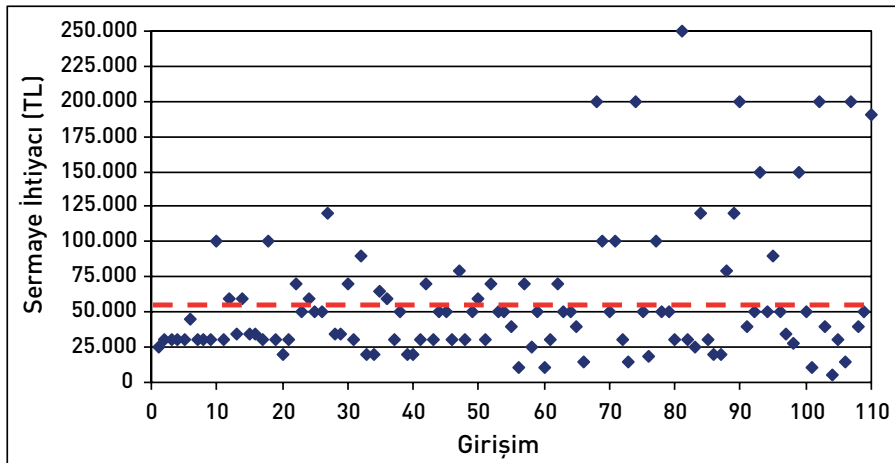
Girişimcilik açısından yapılan son çalışmalar ve Küresel Girişimcilik Endeksi (Global Entrepreneurship Monitoring – GEM) Araştırması’nın Ekim 2014 ayında KOSGEB, TEB ve Yeditepe Üniversitesi ortak çalışması sonuçlarına göre Türkiye’nin girişimcilikte yüksek potansiyele sahip bir ülke olduğu ortaya çıkmıştır. Mevcut işletmelerin yeni yatırımları için sermaye ihtiyacı içinde oldukları ise bilinen bir gerçektir.

Sonuç olarak; sermaye ihtiyacının karşılanması konusunda melek yatırım ve yatırımcı alternatifinin de kullanılması hem yatırımcı hem girişimciler hem de ülke ekonomisinin gelişimi ve işsizliğin azaltılabilmesi açısından önem teşkil etmektedir.

**Yrd. Doç. Dr. Asuman Sönmez**  
İstanbul Kültür Üniversitesi İ.İ.B.F.  
İşletme Bölümü Öğretim Üyesi  
KOBİ Geliştirme ve Rekabet Uygulama  
ve Araştırma Merkezi Koordinatörü  
E: a.sonmez@iku.edu.tr

**Not:** Makale genel olarak yazarın TÜBİTAK 2219 - Yurtdışı Doktora Sonrası Araştırma Bursu ile Wayne State University ABD’de yapmış olduğu postdoktora çalışması ve “How Can I Get Money in the U.S. & Turkey” başlıklı kitabından alınmış ve güncellenmiştir.

## Türkiye’de Girişimcilerin Sermaye İhtiyacı



# Tahsilat sıkıntısını azaltmanın yolu ne?

Piyasaların en büyük sorunu haline gelen tâhsilat konusunda, daha az sıkıntı yaşamamanın yolu ne?

Bu konuda Türkiye genelinde firmalara eğitim veren Serbest Eğitimci ve Danışman Hakan Ömer Gider, işin püf noktalarını Aysad Vizyon Dergisi'ne anlattı.



*Tahsilâtı yapma konusunda, daha işi yaparken bilinç altımız bize ben bu parayı alamam' diyor.*

Türkiye'nin şirketler arası ödemelerde yaşadığı sıkıntı, ekonominin daraldığı ortamda şiddetini daha çok hissettiriyor. Piyasalardaki tahsilât sıkıntısı, ödenmeyen çekler ve vadesinde vade ile değiştirilen değerli kağıtlar, firmaları da hesap edilmeyen risklerle karşı karşıya bırakıyor. İşte yine böyle bir süreçte, 2008 krizinde bir holding, tahsilât departmanı için özel bir eğitim talep ediyor. Başvurduğu isim Serbest Eğitimci ve Danışman Hakan Ömer Gider... Gider, eğitimi hazırlayıp sunuyor. Alınan olumlu sonuçlardan sonra başka talepler gelmeye başlıyor ve yurt dışında eğitimlere bir başlık olarak açılıyor. Aysad Vizyon Dergisi okurları için, tahsilât sorununa yönelik tespitlerini ve bu eğitimin içeriğindeki püf noktaları Hakan Ömer Gider ile konuştuk.

**Bugün itibariyle bakıldığında iş hacmiyle ilgili sıkıntılar var. Ama iş yapan da parasını almıyor. Piyasada gördüğünüz manzara nedir?**

Burada iki ana başlık var. Birincisi iyi niyetli ödemeyenler... Yani batmıştır ve problemler yaşıyordur. Bir de kötü niyetliler söz konusu. Parası var ve ödemiyor. Çok konuşulmasa da bir diğer ödeme problem de, firmanın alacaklısının hak

etmediğine yönelik düşüncesi olabiliyor. Bir hizmet veriyorsunuz ama buna karşılık muhatabınız bundan ya da üründen memnun değil. Ödemeyi yapmayacağını ifade ediyor. Sorun, kanunî boyutlara kadar gidebiliyor. Eğitimlerde bu tarz hikâyeler çok karşımıza geliyor.

Örneğin peyzaj işi yapan bir firma, Türkiye'deki sayılı şirketlerden birinin sahibinin bahçesini düzenliyor. Ödemeyle ilgili 6 aylık bir gecikme ortaya çıkıyor. 6 ay sonra parasını ödemek için çağırıyor; ama önce bahçeyi gezmeyi teklif ediyor. Bir bakıyorlar, bahçede her şey çürümüş. Parasını ödemek istemiyor. Çünkü gerekli bakım yapılmamış. Öte tarafta kişi de parasını alamadığı için bakım sözleşmesi yapılmadığını söylüyor. Sonuçta iş hukuka kadar yansıyor. Şimdi düşününce o parayı hak etti mi, etmedi mi tartışmalı hale geliyor. Parasını almadan bakmalı mıydı? Buna benzer bir sürü etken var. Fakat oransal olarak azınlıkta... Esasen daha çok aldığı hizmeti parası olduğu halde ödemeyen insanları konuşmak gerekir.

**Eğitim için Türkiye'nin neredeyse her iline gidiyorsunuz. Bu sorun her yerde karşınıza çıkıyor mu?**





*Karşınızdaki müşteri,  
alım aşamasında  
sizinle çok  
pazarlık yaptıysa,  
emin olun ki tahsilât  
sorunlu olacaktır.*

Evet; istisnasız her ilde bu problemin yaşandığını görüyoruz. Tahsilât problemi bir kaç noktada oluştu. Birincisi prensiplerinin bozulmasında gözüküyor. Mesela 60 gün vadeyle çalışan firmalar var. Ama 75 günlük bir çek veriyor. 75'ler 90, sonra 120 oldu.

İkincisi gününde ödeyeceğini belirtenler var. 60 gün geçtikten sonra o sarkmaya başlıyor. Üçüncüsü de evrakı almak sarkıyor. Yani belirtilen sürede evrak almaya gidildiğinde çeki vermiyor. Elbette iyi niyetliler vardır. Ama daha çok 'kötü niyetliler kim' diye bakmamız lazım.

Ödememek bir meziyet olarak algılanıyor. Parayla ilgili Türk Halkı'nın ciddi bir problemi var. Küçüklüğümüzden itibaren bu algı ile yetişiriz. Para insan içinde sayılmaz. Anneler babalar evde parayı konuşmazlar. Para zor kazanılır ve zor harcanır. Bu öğrenilmişlikler, şirketin tahsilâtın gerçekleşeceği departmanda çalışan insana kadar etki ediyor. Bilinçaltında kişi müşteriye daha ararken, tahsil edemeyeceğini düşünüyor. Sürekli borca odaklanıyor. Tahsilâtı yapma konusunda, daha işi yaparken bilinç altımız bize 'ben bu parayı alamam' diyor. Bu yaklaşım da en sonunda mutlaka size o parayı aldirtmiyor.

**TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu'nun sunumlarında dikkat çektiği bir konu var.**

**Kâr etmeyi bile ayıp sayan bir yaklaşım dikkat çekiyor ve ekliyor: 'Namusluca işini yapıyorsan, belli oranlarda kâr ediyorsan, bu ayıp değildir.' Bu ön yargılarımız işimizi yaparken bizi etkiliyor mu?**

Bilinçaltına yerleşen algılarımız olduğu doğru. Para zordur; para adamı bozar. Türk toplumunda herkes borç ödeme odaklıdır. Kazanma odaklı değildir. İşletmelerimizde de, bireylerimizde de bu zihniyet var. Böylece ödeyeceğimiz para bizim hayatımızda bir yük haline dönüşüyor. Ben artık eğitimlerde, özellikle de tahsilat becerisi ile ilgili çalışmada, önce insanların parayla ilgili düşüncesini değiştirmek için bilgiler aktarıyorum. Herkes kendisini sorgulasın. Kaç kişi bir işi yaparken 'ben bu parayı rahat alırım' diyor? Nedenlerden biri bu. Borca odaklandıkça, hayatınız boyunca borç ödersiniz. Kazanca odaklanırsanız da, para kazanırsınız.

**Küçük ve orta boy bir işletme düşünelim. Sermayesi, finansman gücü, işiyle ilgili kapasitesi belli. Neye dikkat etmeli ki tahsilât ile ilgili sorun yaşamasin?**

Balık baştan kokuyor. Tahsilâtta beceri gücü ilk satışta başlıyor. Karşınızdaki

müşteri, alım aşamasında sizinle çok pazarlık yaptıysa, emin olun ki tahsilât sorunlu olacaktır. Eğer bu pazarlıkta karşı tarafın istediği büyük indirimler yapılmadıysa, alan satanı tahsilâtta büyük ihtimalle vuracaktır. İş yapılıyor; ama kimse nasıl ödeyeceğini sormuyor ya da satan karşısındakine nasıl ödeyeceğini söylemeye utanıyor. Ne oluyor? İşler yapılıyor; faturalar gidiyor; akışına bırakılıyor. Baştan sözleşmede bunlar yazılmıyor. Sözleşme gücü yok. 'Yapayım da parayı nasılsa alırım' zihniyeti çok etkin. Eğitimlerde kötü müşteriyle çalışma zihniyetinin çok yoğun olduğunu gözlemliyorum. İnsanlar öyle ya da böyle parayı sonuçta alacağını düşünüyor. Peki sorun ne? Gününde alamamak. Bu da finansman yönetiminin olmadığını gösteriyor. Yine kritik bir hata da satışıya tahsilât yaptırmak. Bir gün malı satmak için göbeği çatlayan adam, ertesi gün parayı almak için ağlamaya başlıyor. Muhatap da malı satarken kendisine böyle demediğini hatırlatıyor. Yani tahsilâtı satıştan koparmak lazım. Tahsilâtı başka birinin yapması gerekir. Yurtdışında bunun çok güzel örnekleri var. Araba almaya gidiyorsunuz. Satış elemanı size ürünü anlatıyor; övüyor. Ödeme zamanına gelince, finans departmanına yönlendiriyor. Satış o noktada işini bitiriyor. Çünkü

az önce alttan alarak malı satan adamın yerine, daha gerilerek tahsilât yapmaya yetlenen finansçı devreye giriyor ve kredi olanaklarını sıralıyor. Pazarlık da bu şekilde devam ediyor. Yani özetle tahsilâtı bir şekilde satışçıdan koparmamız gerekiyor.

**Önümüzdeki süreçte KOBİ'lerimiz gerek yurtdışında, gerekse içte, rakipleriyle daha sert bir yarışa girecekler. Bazı şeyleri düzeltmek gerekmiyor mu? Bir işadama en baştan neye dikkat etmeli ki, satışından tahsilâtına hiçbir konuda sorun yaşamassın?**

Her şeyin temelinde sistem var. İşadamları şirketlerine önce bir anayasa yazmalılar. Satış elamanını da buna zorlamanız lazım. Şirketlere eğitime gidiyorum. Yıl sonunda meşhur fırça toplantıları vardır; oraya çağırıyorlar. Anlattıklarımı kural olarak koyan firmalar var. İşine gelmeyen de istifa edip, gidiyor. Prensipten koymak ya da güçlü durabilmek şirketin büyüklüğü ile ilgili bir konu değil. Akla şöyle bir soru gelecek: Müşteri zaten çok zor bulunuyor. Nasıl kural koyacağız? Ama sonuçta para kaybediliyor; şirketin başı ağrıyor. Bir şirket yetkilisinin bana bir aktarımı var. Kangren haline dönen bir müşterisinden bahsetti. Genel müdürlük karar çıkarıyor ve artık bu kişiyle çalışmama kararı alıyor. İlgili müdür çok rahatladığını ve bununla birlikte yeni müşterileri çok daha kolay bulunduğunu anlattı. Firmalarımızda 'ya müşteriyi kaybedersek' korkusu var. Parasını alamadığınız müşteri, sizin müşterin değildir. Tahsilât yapılmayan satış, satış mıdır? Her an iade gelebilir. O yüzden de firma şapkasını önüne koyup, bir prensip yazacak. Diyecek ki, bir malı şu vadeyle alıyorsam, şu vadeyle de satmam lazım. Bunu da kural olarak herkese uygulayabilmesi gerekir. İndirimlerini belli bir kural bağlaması şart. Hatta bankaların birlikte çalıştığı bazı doğrudan ödeme sistemleri var. O sistemlere zorlamaya uğraşırlar. Yine Türkiye'nin büyük bir suni deri firması ile bir çalışma sırasında şahit oldum. 300 tane bayisi var. En başta bayilerin çoğu banka üzerinden doğrudan borçlandırma sistemine geçmeyi reddediyor. Zamanla alışıyorlar ve şu anda tamamı bu sisteme geçti. 'Bana ödeme, git bankaya öde. Ben zaten bankadan istediğim gibi paramı alıyorum' diyor. Ama şu da var: Banka 'kusura bakma bu firmaya kredi veremem'



diyebilir. O zaman firma da bayilik vermeyi reddediyor. Mantiği çok açık: Banka güvenmiyorsa, ben niye güveneyim?

**Yine illerin geneline bakıldığında firmalarda şüpheli alacak oranı ne?**

Müthiş derecede fazla. Gözlemlerime dayanarak bir tahmin yürütmem gerekirse, şu anda bence firmaların yıllık bazda yüzde 15 ile yüzde 30 arası alacakları, şüpheli alacak konumuna gelmiş olabilir. Eğitimlerde bunu sorduğumda yüzde 50'ye yakın oran verenler çıkabiliyor. Elbette bunun içinde kanunî takibe gidenler de, gitmek üzere olanlar da var. Özellikle bunlar dayanıklı tüketim malları satan büyük mağazalarda oluşmaya başladı. Bu tarz hangi firmaya giderseniz gidin milyon TL'lere yakın rakamlar müşterilerin üzerinde gözüktüyor. Hatta yeni bir sektör doğdu. Çağrı merkezi kuruyorsunuz. Bu insanlardan senetleri alıyorsunuz; bir nevi senetleri kırıyorsunuz. Onlar da alacağı satın alıp, sonra tek tek arayarak bu insanlardan tahsilât yapıyorlar.

**Tahsilât problemi sadece firmanın finans yapısını sıkıntıya sokmuyor. Ya maaş ödeyemiyor ya iş kronikleşiyor, işçilerini çıkartmak zorunda kalıyor. Ölenemezse daralmaya, iflaslara kadar uzanan bir süreç. Müşteri seçiminin iyi yapılması**

**burada nasıl bir kriter?**

Hep şunu savunuyorum: Doğru müşteri, doğru tahsilât. Ama yeni müşteri bulurken de bazı açmazlar ortaya çıkıyor. Doğru müşteriler kapılmıştır. Yeni bir müşteri bulduğunuzda da doğru bir firmanın vazgeçtiği tedarikçiden işi alabilirsiniz. Neden vazgeçtiğinin yanıtı da tehlike içerir. Elbette yeni oluşan bir firma da olabilir. Yeni firma eşittir risktir. Yeni firma bulunurken, ne yazık ki önce parasına bakılıyor. Ama sadece para yetmiyor. Eğitimlerde anlatıyoruz. Maddi testinizi geçen insanın yaklaşımını da değerlendirin. Eğer o kişiden çok zor randevu aldıysanız, kurumsal bir firma değilse, muhtemelen parayı alırken de aynı senaryoyu yaşarsınız. Bunu düşünmek lazım. Sonra ihtiyacı var mı? Yoksa zorla bir şey mi satıyoruz? Bu da tahsilâtı direkt etkiliyor. Karşıdaki gerçekten karar verici kişi mi? Benim ürünüme satmaya layık mı? Ürününüzden satış kurtulduğunuz düşünmemelisiniz. Karşınızdaki arkasında durabileceğiniz bir insan mı? Son olarak da o ürün ile çalışmak konusunda ne kadar isteğe sahip. Tüm bunları birlikte analiz etmemiz lazım. Şimdi denilecek ki, zaten firmayı zor buluyoruz, bu analizlerle bir de firmadan mı olacağız? İki yolumuz var. Ya herkesle çalışacağız ve tahsilât hep risk olacak ya da seçerek çalışacağız ve bilinçli tahsilâtın yolunu açacağız. Cirolarımız düşük ama kârlılığımız daha iyi olacak ya da sürümden kazanma mantığıyla deli gibi çalışacağız. Sonuçta da büyük ihtimalle paramızı alamayacağız. Sonra da klasik bahanenin arkasına sığınacağız: İş var; para yok.



**Türkiye'de  
Bir İlk**

**SU BAZLI İLAÇLAR İÇİN  
İTALYAN KURUTMA AKTİVİTE**

**SU BAZLI İLACI SÜRÜN, ÜSTENİZİ HEMEN ATIN..  
ARTIK BEKLEMeye SON !**



Ökçeli Üste Atabilme Özelliği



301 K TEK KAPAKLI ÜSTE ATMA MAKİNASI



302 K ÇİFT KAPAKLI ÜSTE ATMA MAKİNASI

Hareketli Konç



**TÜRKİYE DİSTRİBÜTÖRÜ**

**OMEGA**

**AYAKKABI & MAKİNA  
SANAYİ TİC. LTD. ŞTİ.**

**Merkez**

İkitelli Ziya Gökalp Mah. Aymaköy San. Sit. B Blok B/5 No:30 -111  
Küçükçekmece / İstanbul

Tel: (0212) 549 17 64 - 671 80 26 Fax: (0212) 671 80 27

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

**Showroom**

Sancaktepe San.Mah. Özcan Sok. No: 4/A  
Merter / İstanbul

Tel: (0212) 637 02 79 Fax: (0212) 637 19 67

**Gsm. 0532 583 12 85**



# Bankalara gelen çeklerin ortalama % 2,7'si ödenmiyor

Türkiye'nin çekteki risk haritası il bazında ortaya çıktı. Borcuna en sadık olan il Çankırı...

Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi'nin ilk kez yayımladığı il bazında ödenmemiş çek bilgileri istatistiklerine göre, ağustos ayında birçok Güneydoğu ili sınıfta kaldı. Türkiye'de bankalara gelen çeklerin ortalama yüzde 2,7'si ödenmezken bu rakam Bitlis'te yüzde 11,1 ile zirve yaptı. Bitlisliler yazdıkları ve vadesi geldiği için bankaya ibraz edilen çeklerin 10'da 1'ini ödemedi.

Bitlis'te ağustos ayında ödenmesi gereken 6,5 milyon lira değerinde 148 çek karşılıksız kaldı. Bu ilin ardından 2,8 milyon liralık 90 adet çeki ödemeyen Siirt geldi. Siirt'te

her çekin yüzde 3,3'ü karşılıksız çıkan Ankara'ya bakıldığında İstanbullular'ın borçlarına oldukça sadık olduğu ortaya çıkıyor.

Batı illerinde ise daha önce kredi kartı ve bireysel kredilerde batık oranı Türkiye ortalamalarının üstünde çıkan Düzce dikkat çekiyor. Düzceliler her 100 liralık çekin 7,4 lirasını ödeyemedi. Ağırlıklı olarak Doğu'dan oluşan iller arasında Batı'dan Kırklareli, Ordu ve Manisa girdi. Bu iller dışında ilk 20 il genellikle Güneydoğu'dan çıktı.

## Çek kullanımında çarpıcı düşüş

Toplam rakamlara bakıldığında ise 2014 Ağustos ayında Türkiye genelinde kullanılan çek adedi önceki aydaki 1 milyon 932 binden 1 milyon 334 bine indi. Verilen çek miktarı da 46,2 milyardan 44,6 milyara geriledi. Daha önce en düşük çek kullanım miktarı 2013'ün ağustos ayında 1 milyon 317 bin ile gerçekleşmişti. Çek kullanımı ağustos ayında adet bazında yüzde 30, tutar olarak yüzde 4 düştü. Türkiye çapında karşılıksız çek adedi 37 bin 557'ye, tutarı ise 1,2 milyar liraya geriledi. Ağustosta karşılıksız çek kullanımı yüzde 2,7 ile son 1 yılın en düşük seviyesine geriledi.

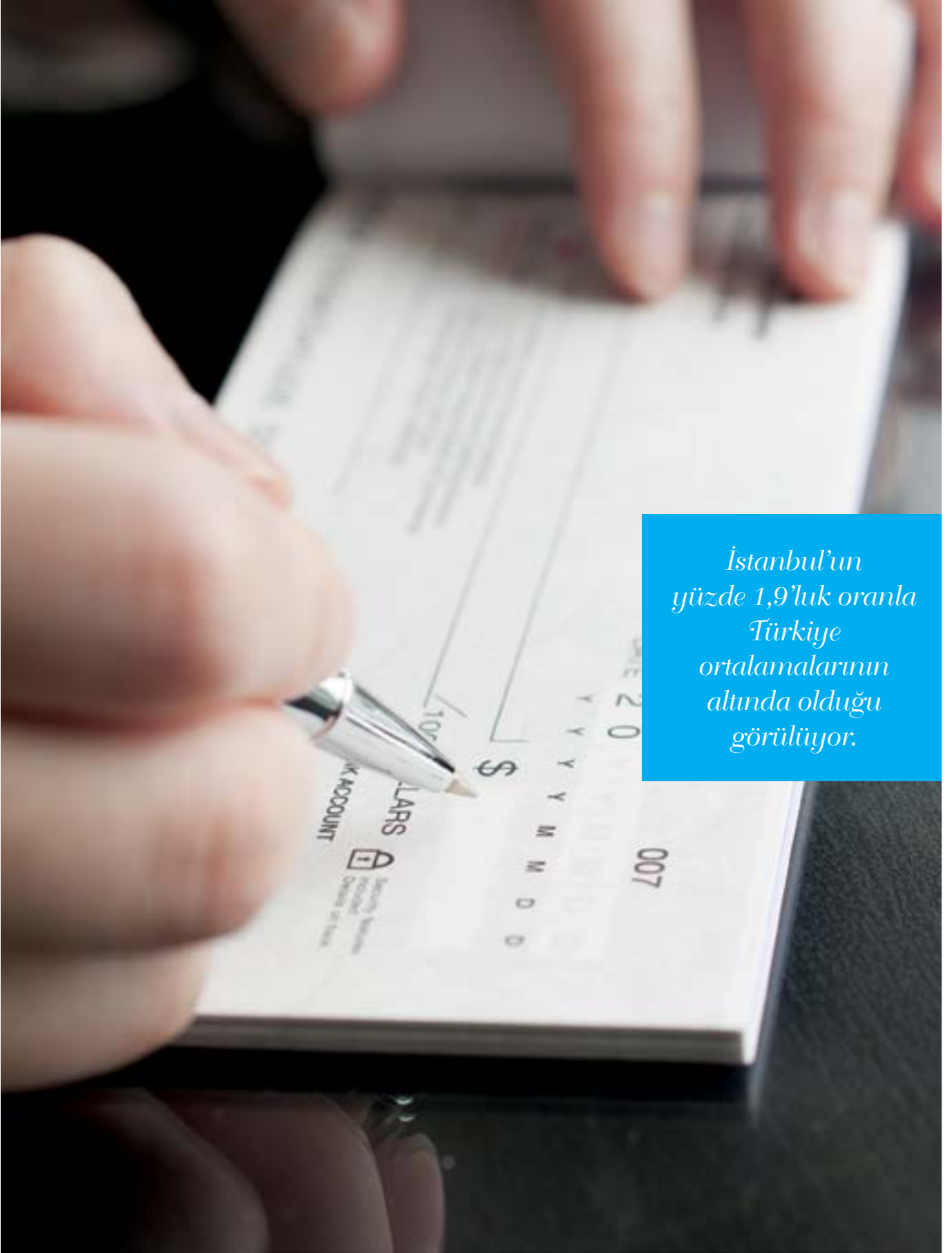
Çekini karşılıksız bırakmayan borcuna en sadık il ise Çankırı. Bu ilde karşılıksız çek oranı toplam çeklerin yüzde 1'ine bile ulaşmadı. Ağustos ayında sadece 303 bin liralık çek ödenmedi ve bu toplam tutarın binde 8'i kadar bir rakama işaret etti.

(Kaynak: Rahim Ak / Habertürk)

*Borcuna  
en sadık olan il  
Çankırı...*

karşılıksız çek oranı yüzde 8,3 oldu. Osmaniye'de ise 6,3 milyon liralık 156 adet çeki çek sahipleri ödemedi. Türkiye'de çek alanında en kırık not alan dört ve beşinci il yine aynı bölgeden Muş ve Adıyaman oldu.

Büyükşehirilere bakıldığında ise İstanbul'un yüzde 1,9'luk oranla Türkiye ortalamalarının altında olduğu görülüyor. İstanbul'da 418 milyon liralık çekin karşılıksız çıkmış olmasına rağmen yüzde 4'lük karşılıksız çek tutarı bulunan İzmir ve verilen



*İstanbul'un  
yüzde 1,9'luk oranla  
Türkiye  
ortalamalarının  
altında olduğu  
görülüyor.*

# Karşılıksız çek miktarı, 2014 sonunda 8 milyar dolar

Türkiye’de karşılıksız çek miktarları resmi rakamlara göre düşük gözükse de, yapılan araştırmalar sene sonunda oranın 16 milyar TL’ye, yani yaklaşık 8 milyar dolara ulaşacağını ortaya koyuyor.



*Çek sistemi  
Türkiye için  
önemli bir ticari  
kredi enstrümanı.*

**A**lacak sigortasında dünya lideri olmasının yanı sıra kefalet sigortası, garanti ve tahsilat alanlarında da sektörün lider şirketleri arasında yer alan Euler Hermes’in araştırması çarpıcı bir sonucu ortaya koydu. 100 yılı aşan tecrübesiyle, şirketler arası müşterilerine nakit ve ticari alacakların yönetimini destekleyecek finansal hizmetler sunan firma, kanayan bir yara haline gelen karşılıksız çek oranlarıyla ilgili tespitlerini paylaştı. Konuyla ilgili bir araştırma yayınlayan Euler Hermes Türkiye, Temmuz 2014 itibarıyla ödenmeyen çeklerin toplamının 11 milyar TL civarında olduğunu, yılsonunda 16 milyar TL’ye ulaşmasının beklendiğini açıkladı. Türkiye’deki ticaret hayatında ödenmeyen faturaların en fazla artış gösterdiği sektörlerin kimya, metal, elektronik ve tekstil sektörleri olduğu görülüyor. Ödenmeyen çek performansının da faturalara paralel bu sektörler kaynaklı olduğu düşünülüyor.

## Ayda 1,5 milyar liralık çek ödenmiyor

Euler Hermes Türkiye Genel Müdürü Özlem Özuner, ödenmeyen çeklerdeki artışın yalnızca hapis cezasının kaldırılmasıyla ilgili olmadığını belirtirken, ekonomideki büyümenin azalması ile şirketlerin de birbirleri üzerinden ticari kredi sağlamadaki yavaşlamayı yansıttığını dile getirdi. Özuner, “Çek sistemi Türkiye için önemli bir ticari kredi enstrümanı. Yaklaşık 400 milyar TL’lik bir büyüklükten bahsediyoruz ve bu, GSYH içinde önemli bir rakam.

Ödenmeyen çeklerde ise Mayıs ve Haziran aylarında belirli bir yükseliş var. 2013 yılında ibraz edilen çeklerin yüzde 4’lük bir kısmı ödenmemişti. Bu yıl ise Temmuz ayı itibarıyla yüzde 3,68’i ödenmemiş durumda. Ödenmeyen çekler aylık bazda ise 1,5 milyar TL civarında” diyerek bunun ekonomi üzerinde ciddi bir yük olduğunu söylüyor.

## Alacak sigortası çek sisteminin küçülmesini sağlayacak

Euler Hermes Türkiye, çek uygulamasının yurtdışında görülmediğini, özellikle Avrupa’da ticaretin tamamen alacak sigortası üzerinden yapıldığını belirtti. Çek sisteminin hemen ortadan kalkmasını beklemediklerini ifade eden Özuner, alacak sigortası gibi mekanizmaların, riskin üçüncü partiler tarafından değerlendirilmesine ve şirketlerin ticaret hayatında birbirlerine kreditor olma yükünden kurtulmasına yol açacağını açıkladı.

Ödenmeyen çeklerin şirketlere şüpheli alacak olarak yansıdığını vurgulayan Özuner, “Ödenmeyen çeklerin kurtarılması çok zor ve şirketlerin aktiflerinin belli bir yüzdesine mal oluyorlar. Çek sistemi, aynı zamanda hem şirketlerin, hem de bankacılık sisteminin üzerinde operasyonel bir yük oluyor. Euler Hermes olarak Türkiye’de Sigortalılarımıza 12 milyar TL civarında teminat veriyoruz. Verdiğimiz teminat miktarı arttıkça, şirketlerin birbirleriyle daha güvenli ticaret yapmasını sağlıyoruz” şeklinde konuştu.





# EMEK

AYAKKABI &  
TABAN  
MAKİNELERİ



Cerim Ön Monta



Atom Flash Cut  
Otomatik Kesim



Cerim Arka Monta



Fort Forma



Atom Pres



Ökçe Çakma



Aktivite

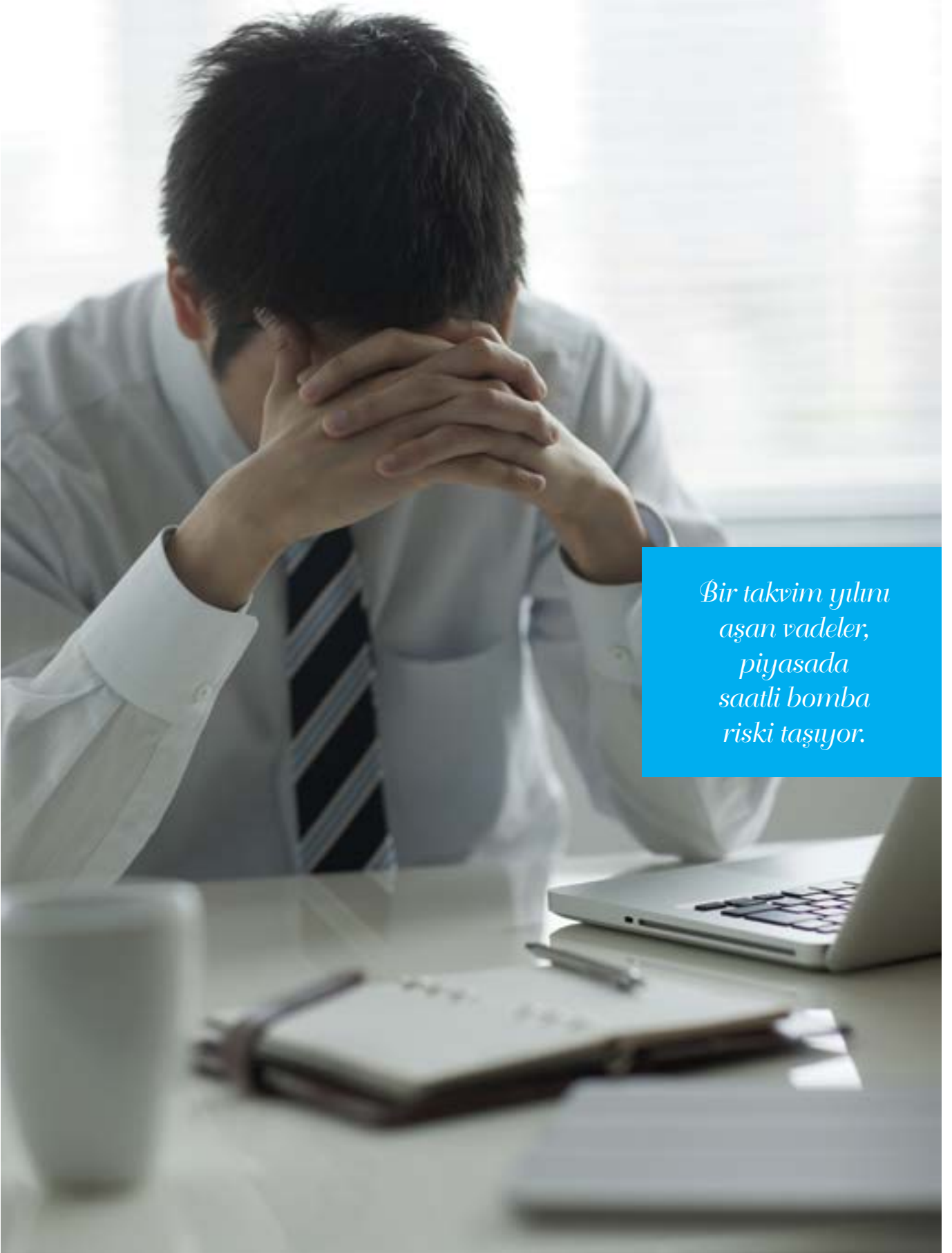


Isforma



Soğuk Şok





*Bir takvim yılını  
aşan vadeler,  
piyasada  
saatli bomba  
riski taşıyor.*



# Ayakkabı sektörü kriz tanımadı

Dünyada pazarların daraldığı süreçte ihracatını çift bazında yüzde 8,2 arttıran ayakkabı sektörü, ana ve yan sanayi güç birliğinin sonuçlarını aldı.

Türkiye'nin en köklü sektörlerinin başında gelen ayakkabı sektörü, dünya-daki yerini sağlamlaştırmayı sürdürdü. Ocak - Eylül dönemi baz alındığında ihracat pazarlarında atağa geçen ayakkabı ana ve yan sanayi, 2014 yılının 9 aylık dili-

minde, bir önceki yılın aynı dönemine göre ihracatını miktar bazında kilogram olarak yüzde 20,6, çift olarak da yüzde 8,2 arttırdı. Yine anılan dönemde değer bazında da yüzde 11,8 olumlu bir yönde değişim yaşandı.

## TÜRKİYE'NİN AYAKKABI İHRACATI 2012-2013 YILLIK & 2013 - 2014 OCAK-EYLÜL

| GTİP BAŞLIĞI | DÖRTLÜ ADI                                                         | BİRİM | 2013 OCAK-EYLÜL |             | 2014 OCAK-EYLÜL |             | % DEĞİŞİM |        |
|--------------|--------------------------------------------------------------------|-------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------|--------|
|              |                                                                    |       | MIKTAR          | DEĞER(\$)   | MIKTAR          | DEĞER(\$)   | MIKTAR    | DEĞER  |
| 6401         | AYAKKABI; DIS TABANI, YÜZÜ KAÜÇÜK VE PLASTİK, SU GEÇİRMEZ          | ÇİFT  | 2.139.699       | 8.797.614   | 1.526.617       | 8.510.257   | -28,7%    | -3,3%  |
| 6402         | AYAKKABI; DIS TABANI, YÜZÜ KAÜÇÜK VE PLASTİK DİĞER                 | ÇİFT  | 41.481.168      | 111.491.025 | 49.677.904      | 133.575.883 | 19,8%     | 19,8%  |
| 6403         | AYAKKABI; YÜZÜ DERİ, TABANI KAÜÇÜK, PLASTİK, TABİİ, SUNİ VB KÖŞELE | ÇİFT  | 35.561.502      | 245.538.059 | 42.003.290      | 277.145.160 | 18,1%     | 12,9%  |
| 6404         | AYAKKABI; YÜZÜ DOKUMA MADDELERİNDEN, TABANI KAÜÇÜK, PLASTİK VB     | KG    | 226.039         | 3.566.209   | 171.824         | 2.522.193   | -24,0%    | -29,3% |
|              |                                                                    | ÇİFT  | 48.849.231      | 81.958.023  | 45.763.943      | 82.343.953  | -6,3%     | 0,5%   |
| 6405         | AYAKKABI; DİĞER                                                    | ÇİFT  | 7.994.540       | 35.273.341  | 8.251.508       | 38.601.521  | 3,2%      | 9,4%   |
| 6406         | AYAKKABI AKSAMI, İÇ TABAN, TOPUK RAMPASI, GETR, TOZLUK, DOLAK VB   | KG    | 5.064.324       | 57.564.304  | 6.207.930       | 39.563.529  | 22,6%     | -31,3% |
| TOPLAM       |                                                                    | KG    | 5.290.363       | 61.130.513  | 6.379.754       | 42.085.722  | 20,6%     | -31,2% |
|              |                                                                    | ÇİFT  | 136.026.140     | 483.058.062 | 147.223.262     | 540.176.774 | 8,2%      | 11,8%  |
|              |                                                                    |       |                 | 544.188.575 |                 | 582.262.496 |           | 7,0%   |

## TÜRKİYE'NİN AYAKKABI İTHALATI 2012-2013 YILLIK & 2013 - 2014 OCAK-EYLÜL

| GTİP BAŞLIĞI | DÖRTLÜ ADI                                                         | BİRİM | 2013 OCAK-EYLÜL |             | 2014 OCAK-EYLÜL |             | % DEĞİŞİM |        |
|--------------|--------------------------------------------------------------------|-------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------|--------|
|              |                                                                    |       | MIKTAR          | DEĞER(\$)   | MIKTAR          | DEĞER(\$)   | MIKTAR    | DEĞER  |
| 6401         | AYAKKABI; DIS TABANI, YÜZÜ KAÜÇÜK VE PLASTİK, SU GEÇİRMEZ          | ÇİFT  | 368.020         | 6.125.039   | 245.505         | 3.778.672   | -33,3%    | -38,3% |
| 6402         | AYAKKABI; DIS TABANI, YÜZÜ KAÜÇÜK VE PLASTİK DİĞER                 | ÇİFT  | 20.870.814      | 241.049.652 | 19.916.988      | 228.869.471 | -4,6%     | -5,1%  |
| 6403         | AYAKKABI; YÜZÜ DERİ, TABANI KAÜÇÜK, PLASTİK, TABİİ, SUNİ VB KÖŞELE | ÇİFT  | 8.007.242       | 274.921.940 | 7.591.253       | 273.019.214 | -5,2%     | -0,7%  |
| 6404         | AYAKKABI; YÜZÜ DOKUMA MADDELERİNDEN, TABANI KAÜÇÜK, PLASTİK VB     | KG    | 84.203          | 3.374.937   | 139.574         | 5.771.933   | 65,8%     | 71,0%  |
|              |                                                                    | ÇİFT  | 13.741.964      | 195.918.724 | 15.187.951      | 217.158.385 | 10,5%     | 10,8%  |
| 6405         | AYAKKABI; DİĞER                                                    | ÇİFT  | 2.690.511       | 21.597.805  | 3.989.049       | 26.168.504  | 48,3%     | 21,2%  |
| 6406         | AYAKKABI AKSAMI, İÇ TABAN, TOPUK RAMPASI, GETR, TOZLUK, DOLAK VB   | KG    | 4.187.937       | 44.599.168  | 4.448.960       | 45.461.138  | 6,2%      | 1,9%   |
| TOPLAM       |                                                                    | KG    | 4.272.140       | 47.974.105  | 4.588.534       | 51.233.071  | 7,4%      | 6,8%   |
|              |                                                                    | ÇİFT  | 45.678.551      | 739.613.160 | 46.930.746      | 748.994.246 | 2,7%      | 1,3%   |
|              |                                                                    |       |                 | 787.587.265 |                 | 800.227.317 |           | 1,6%   |

# TKS

## Tekstil Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.

### PRODUCTS

#### INTERLININGS

- 110 gr/m<sup>2</sup> mesh linings(lakos)
- 170 gr/m<sup>2</sup> special linings
- 140 gr/m<sup>2</sup> two color linings
- Micro alkantra linings
- Suede linings
- Plaid linings
- Velboa linings
- Taytuyu linings

#### SHOE SIDE

- Pu leather
- Pvc leather
- Anorak
- Cotton canvas
- Plaid canvas
- Pu nubuck leather

#### INNER MATERIALS

- Nonwoven linings
- Stichbond
- Double side nonwoven with foam
- Pingpong sheet
- Chemical hotmelt sheet
- Nonwoven chemical sheet
- Eva insole-Paper board insole
- Eva with paper board

Üretimimizde en iyi sonucu alabilmeniz için titizlikle yaptığımız AR-GE çalışmaları sonucu geliştirip ürettiğimiz ürünleri 15 yıldan bu yana ayakkabı sektörünün hizmetine sunmanın haklı gururunu yaşamaktayız. Tüm çalışmalarımız size daima en kaliteliyi en uygun fiyata vermek için.



### ÜRÜNLER

#### İÇ ASTAR

- 110 gr/m<sup>2</sup> Rajel Astar
- 170 gr/m<sup>2</sup> Özel Astar
- 140 gr/m<sup>2</sup> Çift Renk Astar
- Mikro Alkantra
- Süet Astar
- Ekose Astar
- Tay Tüyü Astar
- Velboa Astar

#### PUZELLİK SAYA BAKLI

- Nubuk
- PU Suni Deri
- Anorak Yüzlük
- Panama Keten
- Ekose Keten

#### İÇ KAYIŞMA

- Vizo
- Dikişli Vizo
- Tost Vizo
- Ping Pong Bombe
- Termo Bombe
- Solvent Bombe
- Eva Mostra
- Hazır Mostra
- Salpa
- Kama

TKS Tekstil Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.

Göztepe Mahallesi Tarhan Sok. No:5/1 Mahmutbey, Bağcılar – İstanbul / TÜRKİYE

Tel : +90 212 447 18 18 pbx • Tel/Fax : +90 212 447 20 63

# AYSAD ihracat atağını **Afrika ile başlattı**

Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği, yakın periyot içinde yaklaşık 20 tane yan sanayiciyi Etiyopya'daki fuara götürdü.

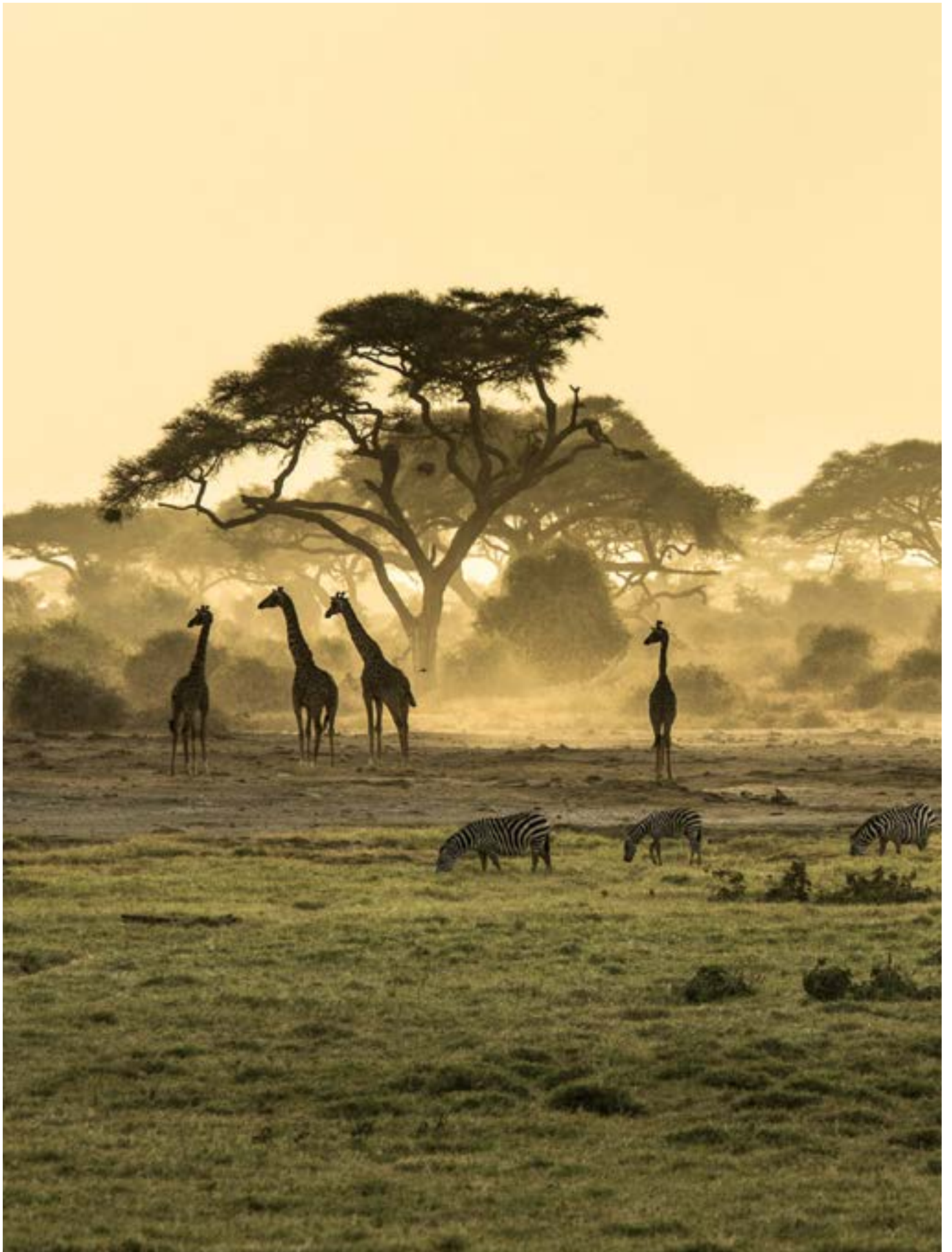
*Türk kobileri  
girişimci, atılgan  
hatta kimi zaman  
gözü kara  
olabiliyorlar.*



**K**atılımcı olarak en büyük hakim, Türkiye'ye aitti. Konuyla ilgili bilgi aldığımız AYSAD Başkanı Tan Erdoğan şunları söyledi: "Afrika'daki pazarı gözlemlemek için gittik. Önümüzdeki 3-5 yıl olduğunu biliyoruz. Ama pazarla ilgili Batı Avrupa'nın hareketlenme içinde olduğunun bilgisini aldık. Burası önemli nokta ve bunun takipçisi olduk. Buraya aktarılabilecek fonlar, üretim adına yapılabilecek girişimler, işbirlikleri söz konusu. Türkiye için burada bir gelecek var. Belki hemen

yarın değil ama orta ve uzun vadede kesin gözüküyor. Ülke olarak böyle davranmalıyız. Çok kısa vadeli planlamalar yapmamalıyız. Bu stratejileri geliştirecek ve öngörülerini yaratacak noktalardan mahrumuz. Türk kobileri girişimci, atılgan hatta kimi zaman kara gözlü olabiliyorlar. Bu özelliklerimizi bir sistematığa oturtup, stratejik bir eyleme dönüştürsek, orta vadede Avrupa'nın da Kuzey Amerika'nın da sektörümüze özel alanda, önümüzde duramayacağını söyleyebiliriz."





# Dünyanın yeni gözde pazarı: Afrika

Tüketim harcamaları 1 trilyon dolara koşan 53 ülkeden ve bölgelerle birlikte 58 farklı sınırdan oluşan Afrika, Çin'den Avrupa'ya, ABD'den Rusya'ya herkesin odaklandığı bir yapı sergiliyor.



**A**frika, en büyükleri dahil, hemen tüm dünya ekonomisini kasıp-kavuran 2008 Küresel Finansal kriz sonrası, farklı platformlar tarafından geliştirilen çıkış arayışlarının tamamında önemli yer tutuyor. Giderek artan nüfusu ve tüketim harcamaları, dünyanın en hızlı gelişen ekonomilerinden, gelişmiş ülkelere herkesin iştahını kabartıyor.

Ekonominin canlanmasında önemli çıkış kapısı olarak Afrika'yı hedefine koyan ülkelerin arasında Türkiye de bulunuyor. Birçok ülkeye göre daha hızlı hareket eden Türkiye'nin 2008 yılında yaşanan global krizden çok etkilenmemesinin başlıca nedeni Afrika ülkelerine yapılan ihracat oldu. Türkiye'nin 2007 yılında 5.9 milyar dolar olan ihracatı, 2011 yılında 10.3 milyar dolara yükseldi.

## 1 trilyon dolara koşan tüketim

Toplam 53 ülkeden oluşan kara kıtada sanayi neredeyse yok düzeyde olduğu için, hemen tüm ürünler ithal ediliyor. Afrika-Sahra-Altı bölgesinde tüketici harcamaları yılda yüzde 4 artarak 2010 yılında 600 milyar dolara tırmandı ve yaklaşık beş yıl sonra, 2020 yılında 1 trilyon dolara yükselmesi bekleniyor. Bu hızlı gelişme de üç nedenden kaynaklanıyor; 2050 yılına kadar 2 milyara ulaşması beklenen nüfus, gittikçe azalan yoksulluk ve hızlı kentleşme.

Bu gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan üç yeni trend ise Afrika tüketicisine ulaşmayı kolaylaştırıyor ve tüketim harcamalarını artırıyor. Bu çerçevede, mobil teknoloji yaygınlaşırken, daha sağlıklı bir iş ortamı ve ticari kısıtlamalar azalıyor.

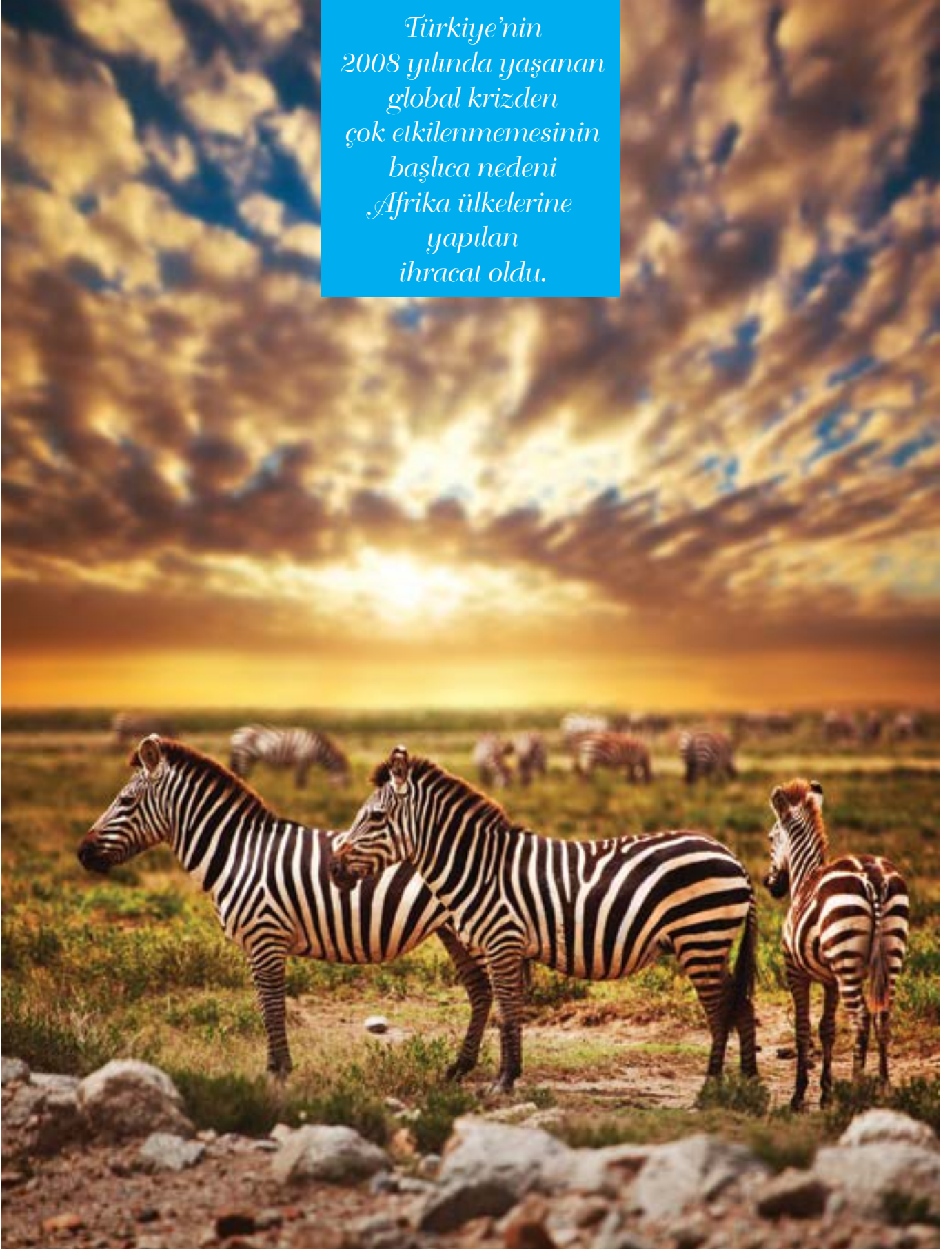


## Dünyanın en hızlı büyüyen 10 ekonomisinden 6'sı Afrika'da

Tüm bu gelişmeler, Afrika'ya ilişkin ekonomik göstergeleri de öne çıkarıyor; buna göre, dünyanın en hızlı büyüyen 10 ekonomisinden 6'sı Afrika'da ve Kara Kıta OECD, Latin Amerika, Doğu Avrupa ve Orta Doğu'dan hızlı büyüyor. Tüm gelişmeler arasında Orta Afrika ülkeleri arasında stratejik bir konumu bulunan ve kayda değer yeraltı-üstü kaynaklarına sahip olan, tarıma dayalı ekonomik yapısıyla Kamerun öne çıkıyor.



*Türkiye'nin  
2008 yılında yaşanan  
global krizden  
çok etkilenmemesinin  
başlıca nedeni  
Afrika ülkelerine  
yapılan  
ihracat oldu.*







2035 yılında bölgenin önde gelen olmayı hedefleyen Kamerun'da bu amaçla çok sayıda altyapı projesinin gerçekleştirilmesine çalışılıyor. Bu önemli projeler arasında karayolları, barajlar, hidroelektrik santraller, içme suyu şebekesi ve konut projelerinin yapımının yanı sıra, kamu binalarının inşa edilmesi bulunuyor. Ayrıca, madencilik sektörünün geliştirilmesi üzerinde çalışmalar yapılıyor.

### Kamerun dikkat çekiyor

Orta Afrika Ekonomik Parasal Komisyonu'nun (CEMAC) kurucu üyesi olan Kamerun aynı zamanda bu komisyonun başkanlık görevini de üstleniyor.

"Geleceğin stratejik partneri" olarak nitelendirilen Afrika'nın en hızlı büyüyen Orta Batı Bölgesi'ndeki stratejik konumuyla, geleceğin odak ülkesi sayılan Kamerun, aynı zamanda Çad, Orta Afrika Cumhuriyeti, Ekvator Ginesi, Gabon ve Kongo ile birlikte "Batı Afrika Ortak Pazarı" üyeliği ile de öne çıkıyor.

Kamerun'un da aralarında bulunduğu CEMAC (Orta Afrika Ekonomi ve Para Birliği) üyesi ülkeler, ortak para birimi kullanıyor ve bir dış gümrük tarifesi uyguluyorlar. CEMAC üyesi ülkeler arasında ticaret ayrıcalıkları ve gümrük muafiyetlerinin olması, ihracatçılara "bir ülkeye girerek altı ülkeye erişim" avantajı sağlıyor.

Diğer yandan, Çad, Orta Afrika Cumhuriyeti, Ekvator Ginesi, Gabon ve Kongo ile birlikte ortak pazar oluşturma çabası içinde de olan Kamerun, Orta ve Batı Afrika'nın dünyaya açılan limanı olarak öne çıkıyor. Aynı zamanda bölgedeki en büyük hidroelektrik enerji üreticisi olan Kamerun'un ECOWAS ( Batı Afrika Ülkeleri Ekonomik Topluluğu ) üyeliği görüşmeleri de sürüyor.







# “Önümüzdeki 50 yılın yıldızı Afrika pazarı”

9 yıldır Afrika pazarında varlığını sürdüren ve yaptığı yüksek meblağlı işlerle dikkat çeken Öztürk Holding’in Yönetim Kurulu Başkanı Yusuf Öztürk ile pazarı, pazarda var olmanın püf noktalarını konuştuk.



**A**frika, dünyanın en büyük ve en fazla nüfus yoğunluğuna sahip ikinci kıtasıdır. Kendisine bitişik kabul edilen adalar ile birlikte 32,2 milyon kilometrekarelik alanı ile dünyanın yüzde 6’sını ve dünya üzerindeki kara alanlarının yüzde 24,4’ünü kapsar. 1 milyar kişilik nüfusuyla dünya nüfus yoğunluğunun yüzde 15’ini oluşturur. Afrika, kuzeyde Akdeniz, güneyde Hint Okyanusu, batıda Atlas Okyanusu, doğuda Sina Yarımadası, Kızıldeniz ve Süveyş Kanalı ile çevrelenmiş bir kıtadır. Kıta aynı zamanda Madagaskar ve çeşitli takımadaları da bünyesinde barındırır. Kıtada 54 adet diplomatik olarak tanınmış egemen devlet, dokuz bölge ve 3 adet de sınırlı tanınmış devlet bulunur.

Geçtiğimiz yılın Mart ayında ülkemize ziyareti sırasında konuşan Kamerun Cumhurbaşkanı Paul Biya: “Kamerun’da köprüler, barajlar, havaalanı ve demiryolları gibi altyapı projelerine ihtiyaç var. Türk işadamları olarak bütün bu yatırımlara siz de katkı sağlayabilirsiniz” açıklamalarıyla Türk iş adamlarının ülkelerinde yatırım yapmaları adına çağrıda bulunmuştu. 300 milyon tüketicieye hitap edebilecek bir pazara sahip olan Kamerun’un bu çağrısını yanıtsız bırakmayan Öztürk Holding 1 yıldır yürüttüğü ihale sürecini sonuçlandırarak 740 Milyon dolar bütçeli Double Karayolu Projesi’ne imza attı. 9 yıldır bu pazarda bulunan ve kıtadaki 33 ülkeyi ziyaret eden, 6’sıyla da çalışan Yusuf Öztürk ile Afrika pazarını konuştuk.

**Sıcak para devri bitti. Türkiye’nin hedefinin mal ve hizmet üreterek döviz getirmek olması gerekiyor. Yurtdışında daralan pastayı ve alternatif pazarları analiz eder misiniz?**

Türkiye’de daralan ekonomi ve üreticilerin üretimlerini ellerinde stok olarak tutmaları ve dış pazarlara açamamasının en büyük sebeplerinden biri, tüketim toplumlarını doğru araştırmamalarından kaynaklanıyor. Tüketim artık Avrupa ve





benzeri doymuş toplumlarda gerçekleşmiyor. Çin bile devasa toplumuyla artık tüketim toplumu değil. Çünkü üretimini kendi planlayıp, ihtiyacını da kendisi imal ediyor. Ama dünya haritasına baktığınızda ciddi karanlık bir coğrafya olan Afrika, 58 ülke ve 1,6 milyarlık nüfusuyla orada duruyor. Dünyanın geleceği de bu kıtaya bağlı. 50 yıl boyunca tüm üreticiler, dünyadaki tüm sektörler buraya muhtaç olacak. Çünkü tek geri kalmış kıta burası. Bugün Afrika'ya baktığınızda en gelişmiş ülke, Türkiye'nin 40 yıl, en gelişmemiş de 80 yıl gerisinde. En gelişmiş Tanzanya'dır. Ticaret hacmi yeni yeni yükselen bir ülke. En geride kalan olarak da karşınıza Gine, Mali, Tobin gibi ülkeleri çıkar. Çoğunda halen kabile krallığı olan ülkeler var. Türkiye bu kıtada sadece futbolu biliyor. İnanın sosyoekonomik açıdan olmasa da, kültürel olarak bizden ileri olan noktaları olduğunu söylemek dahi mümkün. Çünkü bu insanlar öncesinde sömürge toplumlarıymış. 3 yaşında okula alınıyorlar, 5 yaşında hem İngilizce, hem Fransızca'yı konuşan, kendi etnik dillerini de kullanan bir toplumdan bahsediyoruz. Dolayısıyla sadece ekonomik olarak bir geri kalmışlıktan söz edilebilir.

**Arap baharı denilen olay bile, dünyada Afrika pastasının bö-**

**lüşümüne yönelik izler taşıyor. Dünya bu konuda faaliyet gösterirken, orada bazı son-dajlar yaparken, reel sektör bazında niye yeterince farkın-da değiliz?**

Türkiye olarak birçok şeyin farkında değiliz. İnsanlar pazarı keşfettikten 20 yıl sonra o pazara giriyoruz ve kendimizi ispat etmeye çalışıyoruz. Doğal olarak da geç kalmış oluyoruz. Mesela Afrika pazarı 100 yıldır Lübnanlılar'ın elinde. Bu insanlar yıllar önce gelmişler ve buralara yerleşmişler. Afrikalı olup, Afrikalı gibi davranıyorlar ama kazandıklarının tamamını Lübnan'a götürüyorlar. Bütün ticareti neredeyse onlar yapıyorlar. Son

5 yıldır Çin ve arkasından da Hindistan sirayet etti. Bundan sonra da Amerika kıtasındaki ülkeler geliyor. Türk toplumu olarak son 2 yıldır Afrika'yı tanıyoruz. 9 yıl önce Afrika'ya girdiğimizde 6 büyükelçilik vardı. Şu an sayı 36'ya çıktı. O zamanlar sadece Senegal'e direkt uçuş vardı. Bugün 12 noktaya uçuluyor. Bu artışla birlikte Afrikalı buraya geliyor. Sömürge ülkelerinin dışında farklı ülkeler görüyor. Büyük bir pazara adım atmış oluyor. Bu pazardaki kaliteyi fark ediyor ve bu kaliteye istinaden de ticarete başlıyor. Aslında bunu kendileri yaptı. Bizim kayda değer bir çabamız yok. Yani Türk iş dünyası olarak, oralarda gerçekten bir çalışma yaptığımızı söyleme güç. Esasında Afrika pastasından çok ciddi paylar alabiliriz. Osmanlı'dan kaynaklanan bir bağımız var. Osmanlı buraya çok iyi bakmış. Vergi toplamamış, yardım yapmış. Bu yüzden tüm ülkelerde Osmanlı'nın kökünden kalan mirası görüyorsunuz ve yaklaşımlarından da bunu hissediyorsunuz. Dolayısıyla bunları çok iyi planlayarak sonuç alabiliriz. İş konseylerinin, iş birliklerinin buralara gitmesi, işadamlarını götürmesi iş yapmak için yeterli değil. İşadamı burayı görüyor; iki biblo, bir mask alıp geri dönüyor. Ticaret için oraya gidilecek; kalınacak; görülecek. Gerekirse yerinde 1-2 yıllık çaba gösterilecek ve sabredilecek.

*Öztürk Holding  
740 Milyon dolar  
bütçeli Double  
Karayolu Projesi'ne  
imza attı.*

## Ciddi bir çalışma yapsak, Afrika'da ne büyüklükte bir iş kalayabiliriz?

Gelecek 50 yıl dünya, Afrika'ya muhtaç. Çünkü salt bir tüketim toplumu. Tekstilden gıdasına, inşaat sektöründen televizyonculuğa kadar hiçbir şey yok. Şu anda başkaları çita hızıyla yol alırken, biz kaplumbağa hızıyla hareket ediyoruz. Bu pazarın çok genişlemesi ve bizim hakim olmamız lazım. Ama bu bir iki firmayla olacak iş değil. Büyük firmaların gitmesi şart. Mesela yine bir bisküvi markasının ürünleri orada satılıyor. İnanın o firmanın sahibinin bundan haberi yok. Çünkü bire bir görüştüğümde sordum. Brüksel'e veriyorlar ve oraya satış yapılıyor. Ürününün Afrika'da olduğundan bihaber. Aradaki katma değeri de biz almamış oluyoruz. Türkiye'deki işadamlarımızda armut piş ağzıma düş anlayışı var. Herkes ayağına bekliyor. 9 yıldır bu çabayı veriyoruz ve o yüzden de başarılı sonuçlar aldık. Afrika'da çok etkinliği olan ve bilinen bir firmayız. Ama tek başınıza nereye kadar çaba sarf edebilirsiniz? Pazara daha çok satış gösterilmesi lazım.

2012 yılında Geri Kalmış Ülkeler Konferansı'nda bir devlet başkanı her yerde çiçekleri görünce maliyetini sordu. Ben de 1 milyar dolar olduğunu söyleyince 'keşke o parayı bize ayırırsanız da bizim ülkemiz de biraz ileri gitse. Biz 700 milyon dolar ile 16 milyon nüfusa bakıyoruz' dedi. Asıl püf nokta da burada. Yani bugünlerde gidip orada olmak çok önemli. Bugünden pozisyonunuzu almazsanız, yarın o pazarlara giremezsiniz. Özellikle Amerika kıtası Afrika'yı ciddi anlamda keşfetmiş durumda. Kanadalılar, Brezilyalılar, Avustralyalılar hepsi Afrika'da. Belarus ülkeleri de keşfetti. İsveç, Finlandiya, Norveç geliyor. Üstelik bunlar üretimleri olmayan ülkeler. Ama oralaradaki üretimden faydalananak bir şeyler yapmanın yolunu arıyorlar. Kıtanın tamamında çok ciddi petrol yatakları var. Doğal kaynaklarındaki zenginlik göz kamaştırıyor. Dünyanın en büyük boksit madeni Gine'de; ikincisi Kamerun'da. Bizim de ilişkimiz Kamerun'da boksit madeni üzerine sürüyor. Zambiya bakır madeni konusunda bir numara. Yani bu kıtanın tamamının altı doğal kaynaklarla dolu.

## "Ülkeler bayrak dikmek için yarışıyor"

Tanzanya'da bir karayolu ihalesine ka-

*Dünyanın  
en büyük  
boksit madeni  
Gine'de;  
ikincisi  
Kamerun'da.*

tıldık ve birinci olduk. İhalenin 90 günlük aklanma süresi var ve bekliyoruz. İkinci sırada da devlet şirketlerinden Çinli bir firma var. İkinci sıradaki ile aramızdaki fiyat farkı 8 milyon dolardı. Çin'in Devlet Başkanı bizzat kalkıp geldi. Tanzanya Devlet Başkanı ile görüştü. Kendileri için bir bayrak savaşı olduğunu söyledi; bizim rakamımıza da yapmayı taahhüt etti. Sonuçta işi onlara verdiler. Oradaki yetkililerimiz daha çok kobi düzeyinde firmalara sahip çıkıyorlar. Daha sonra firma bize beraber yapmayı da teklif etti. İş ya Tanzanyalı'ya ya da Türkler'e ihale edeceklerini söylediler. Dertlerinin para kazanmak değil, Çin bayrağını dikmek olduğunu ifade ettiler. Yetkilinin bana söylediği, Çin devletinin bu tip işlerde çöpe attığı yıllık kaybı 120 milyar dolar. Tüm dertlerinin etkinliklerini ve faaliyetlerini doğru göstermek olduğunu vurguladılar.

## İş aldığınız Kamerun örneğinden yola çıkarsak; fırsatlar ve riskler neler?



Kamerun Afrika'daki ülkelerin tamamından farklı bir yapıya sahip. Fas, Tunus, Cezayir, Mısır gibi Arap tarafını saymazsak, genellikle Afrika'da her ülkenin bir şehri ayakta kalır. Genellikle başkent olan bu şehirlerin ekonomik düzeyi çok yüksektir. Ama oradan 20 km dışarı çıktığınızda köylerinde elektrik bile yoktur. Kamerun iki şehirle ayakta olması nedeniyle ayrışır. Kamerun'da her sektör için çok sayıda fırsat var. Ama hem fırsatları, hem de riskleri doğru tahlil etmek istiyorlarsa, firma sahipleri buraya kendileri gitsin. Profesyonellerle bu iş yürümez. Afrika sert bir pazar ve gidip, oralarda kalınması lazım. Profesyonellerin aklına ilk gelecek olan sivrisinek ısırtığı ve hastalık olacaktır. Riski almadan sonuç alamazsınız. Buralara geleceksiniz; göreceksiniz. Bu riski de ancak cebinden parayı çıkaracak, kazanacak ya da kaybedecek kişi olabilir. Dolayısıyla Afrika, yöneticilerin gelip bakacakları bir pazar değil. Tavsiyem gelsinler, görsünler, yapılarınsınlar ama sabretsinler. Sıfır risk söz konusu. Örneğin Kamerun eski Fransız sömürgesi olduğu için zaten Fransız kanunları geçerli. Diğer ülkelerde de benzer bir durum var. Kanun tarafından hiç risk yok. Bankacılık deseniz tüm dünya bankaları orada faaliyet gösteriyor. Bankacılık sistemi gayet iyi işliyor. Ülkede kazanılan paranın yurtdışına çıkarılmasında hiçbir sorun olmuyor.

## Kamerun'da 740 milyon dolarlık bir duble yol inşaatı aldınız. Afrika pazarında iş almak için ne yapılmalı?

Ben ihalelere girmelerini tavsiye etmiyorum. Çünkü ihale yapılıyor, aynı sene içinde bütçe ayrılıyor. Fakat süreçte ülkenin kritik bir ihtiyacı söz konusu olduysa sizin ödeneğiniz orada kullanılıyor. Kendi projenizin finansal modelini kendiniz yaratmanız lazım. Devletin verdiği yüzde 100 garantiyi yurtdışı pazarında avantaja çevirebilirsiniz. Bu riski satacağınız bankayı yanınızda götürceksiniz. Paranızı kendiniz yönetirseniz, iş hiçbir şekilde durmuyor. Yanınızdaki finans kuruluşu yüzde 100 devlet garantisini kendisine alacak. Devlet bire bir ona borçlu olacak. Onlar kendi arasında o ilişkiyi hallediyorlar. Siz yapmanız gereken işi yapın; ama diğer ayakları sağlam kurun. Finans, denetim ve teslim ayaklarını sağlam kurduğunuzda sıkıntı çekmiyorsunuz. Elbette kolay değil. Biz bu projede sac ayağını 1,5 yılda tamamladık. Ama firmalarımız ihaleye





girip, iş almayı tercih ediyorlar. Burada ki gibi sürecin işleyeceğini düşünüyorlar. Belki 5 yıl sonra durup değişecek ama şu anki manzara buna uygun değil. Yüzde 100 garanti almadıkları hiç bir işe girmesinler. Eğer gelip buradan sadece iş kapmayı hayal edenler varsa; vazgeçsinler. Bu pazara emek vererek kalıcı olmak isteyenler yönelsin.

### **Sunulan ürünleri alabilecek alım güçleri var mı? Bilhassa tüketim malları için soruyorum.**

Alım güçleri çok yüksek. Çünkü paranın ne olduğunu bilmiyorlar. Para onlar için hiçbir zaman amaç olmamış. Dans kültürleri inanılmaz. Çok rahat insanlar. O kıtada büyük bir fakirlik var; ama inanılmaz da bir bolluk söz konusu. Aslında açlıktan değil, tembellikten ölüyorlar. Afrika kıtasına hükmedenler bile, kıtanın ikiye bölündüğünden habersizler. Sudan üze-

rinden giren Nijerya sınırından çıkan, kıtayı ikiye bölen bir nehir var. Afrika'da bir metre sondajla su çıkar. Her şey devlet eliyle halledilmiş. İnsanlara hiçbir meslek öğretilmemiş. Okuyanları ise daha önce sömürgeci olan ülkeler seçiyorlar. Ülkenin içinde kalanlar ise geri kalmış. Tembellik çok fazla düzeyde.

### **Afrika'da kim hangi stratejiyi uyguluyor. Biz nasıl bir strateji uygulamalıyız?**

Son 2 yılda TİKA'nın orada bir takım faaliyetleri var. Ama genelde sosyal konulara yöneliyorlar. Mesela kırsalda suyu olmayan yerlere su açıyorlar. Okullarda ufak tefek tadilatlar yapıyorlar. TİKA işadamlarını son 2 yıldır getiriyor. Fakat daha önce belirttiğim gibi oraya gelmek yetmiyor. İşadamını getirmek önemli. Sonuçta vizyonunu açıyorsunuz. Ama toplum psikolojisiyle dışarı çıkmadan, otel lobiğinde, ayaklarına bile restoranlardan ye-

mek getirterek, seyahat edenleri gördük. O zaman turistik geziye dönüyor. Koşullara bakıp, orada iş yapılmaz kanaatiyle geri dönüyorlar. Piyasa bu değil. Gidecekler; tüm araştırmaları doğru yapacaklar. O pazarda etkin rol oynayacak ne varsa, ihtiyaçları belirleyecekler. Herkes kendi sektörüne hükümsün. Şunun altını çok net çizeyim ki halkta para ödeme, borçlu kalmama kültürü var. Çünkü sömürgecileri bu toplumlara yalan öğretmemişler. 3 yaşındaki çocuktan 80 yaşındaki adama kadar kimseye yalan söyletemezsiniz. Öyle bir aşılamışlar ki, yarın bunlar gelişir ve zenginleşirse, kendilerini aldatmasınlar diye önce dürüstlük esasını yerleştirmişler. Dolayısıyla ödeme kültürleri çok yüksek ve paraları da var. Parayı kullanmayı yeni öğreniyorlar. Türkiye'den çok ciddi anlamda bavul ticareti yapıyorlar. Ama gitmek isteyenlere tek bir kelimeyle tavsiyemi özetleyeyim. Sabır. Gidecekler; sabredercekler. Sonuçta çok başarılı olacaklarına eminim.



# Türk ihracatçısına Afrika kapısı Kamerun'dan açılacak

Turcam S.A.R.L, Türkiye'nin, Cumhuriyet'in 100. Yılı 2023'te 500 milyar dolarlık ihracat hedefinin en önemli dayanaklarından sayılan Afrika pazarının kapısını Turcamhall Fuar ve Ticaret Merkezi ile araladı.



Kamerun'un Başkenti Yaounde'de kurulan 7 bin 300 metrekarelik Fuar ve Ticaret Merkezi Turcamhall, Türk yatırımcı ve ihracatçıların yanı sıra, Afrika'yı odağına almış olan küresel iş dünyasına da hizmet veriyor.

Yalnızca Kamerun'da değil, tüm Orta Batı Afrika'nın tek kongre ve fuar merkezi konumunda bulunan Turcamhall, en yeni teknolojiye sahip iletişim altyapısıyla da ziyaretçilerin, katılımcıların ve müşterilerinin dünyayla bağlantılarının sürekli olmasını sağlayabiliyor.

"Geleceğin stratejik partneri" olarak nitelendirilen Afrika'nın en hızlı büyüyen Orta Batı Bölgesi'ndeki stratejik konumuyla, geleceğin odak ülkesi sayılan Kamerun, aynı zamanda Çad, Orta Afrika Cumhuriyeti, Ekvator Ginesi, Gabon ve Kongo ile birlikte "Batı Afrika Ortak Pazarı" üyeliği ile de öne çıkıyor.



Şirket, kara kıtanın en hızlı gelişen bölgesi Orta ve Batı Afrika'nın denizlere açılan tek kapısı Kamerun'un ilk ticaret ve fuar merkezi Turcamhall'ı kurdu.

İstanbul Ticaret Odası'nın 24 - 27 Eylül 2014'te düzenlediği Kamerun Türk Ürünleri Fuarı yapıldı. Fuar, müteahhitlik hizmetleri, tarımsal sanayi, tarım aletleri, tarım ilaçları, gıda sanayi, balıkçılık, tekstil ve hazır giyim, dericilik, inşaat malzemeleri, inşaat yan sanayii, enerji ve otomotiv sektörlerinin temsilcileri ile Afrikalı alıcıları buluşturdu.

Kamerun'un da aralarında bulunduğu CEMAC (Orta Afrika Ekonomi ve Para Birliği) üyesi ülkeler, ortak para birimi kullanıyor ve bir dış gümrük tarifesi uyguluyorlar. CEMAC üyesi ülkeler arasında ticaret ayrıcalıkları ve gümrük muafiyetlerinin olması, ihracatçılara "bir ülkeye adım atarak altı ülkeye girme avantajı" sağlıyor.



# EVERLIGHT.



## Lightness you have never seen.

**ERDOĞDU®**  
AYAKKABI MALZEMELERİ SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ.

Erdoğan Ayakkabı Malzemeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.  
Sancaktepe San.Mah.Ferah Sok.No:9 3465 Güngören-İSTANBUL  
Tel: 444 9 373 / 212 637 74 37 Fax: 212 637 03 41  
e-mail: info@erdogdu.com www.erdogdu.com

# Afrika Deri, Ayakkabı ve Yan Sanayileri Fuarı

## 20 – 22 Şubat 2015'te Etiyopya'da gerçekleşecek

Afrika kıtasının ayakkabı ve deri alanında tek fuarı olma özelliği taşıyan ALL AFRICAN LEATHER FAIR (AALF), 20 – 22 Şubat 2015 tarihleri arasında Addis Ababa'da düzenlenecek.



Etiyopya Deri ve Ayakkabı Endüstri Federasyonu tarafından organize edilen fuar, yine Etiyopya Ekonomi Bakanlığı tarafından da destekleniyor. Fuarın Türkiye Milli Katılımını ise Merkür Fuarcılık organize ediyor.

Etiyopya'da modern deri tabaklama sanayii 1920'lerin ortalarında başladı. Günümüzde Doğu ve Güney Afrika ülkeleri arasında Etiyopya deri sanayi gelişimi bakımından ön sıralarda yer almaktadır. Deri sektörü Etiyopya'nın ihracat gelirleri arasında %14'lük payla kahveden sonra

ikinci sırada gelmektedir. Ülke bu anlamda deri ve ayakkabı üretiminde önemli bir paya sahip. Ancak ülkenin teknolojik yetersizliği mevcut. Fuar da makine ve yan sanayileri alanında katılımcılarımızın bu büyük pazar ile buluşmasını amaçlıyor. Fuarın ürün grupları ise şöyle oluyor: Ayakkabı Yan Sanayi ürünleri (taban, ökçe, aksesuar, tekstil, kimyevi maddeler); deri ürünleri (büyükbaş, kösele), suni deri ürünleri, deri ve deri ürünleri, deri makineleri, kimyasalları; ayakkabı makine üreticileri (kesim, monte, hazır taban, dikim, finisaj ve diğer).





# EVERLIGHT.

# Lightness you have never seen.



**ERDOĞDU®**  
AYAKKABI MALZEMELERİ SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ.

Erdoğan Ayakkabı Malzemeleri San. ve Tic. Ltd. Şti.  
Sancaktepe San.Mah.Ferah Sok.No:9 34165 Güngören-İSTANBUL  
Tel: 444 9 373 / 212 637 74 37 Fax: 212 637 03 41  
e-mail: info@erdogdu.com www.erdogdu.com

# Sektörde bir AYSAD devrimi

## Türkiye'nin Ayak Haritası Projesi

5 kademeli oluşturulan ve ilk aşamasında sona yaklaşan Ayak Haritası Projesi ile sektöre gelecek standardizasyonla üretimden son kullanıcıya kadar önemli gelişmelere imza atılacak.



tamamlanmak üzere... Temelde Proje ile amaçlanan endüstriyel bir sonuç almak. Fakat tamamlandığında son kullanıcıya da yarar sağlayacak bir yapı sergiliyor.

Ayakkabı üretimi hatayı minimize eden ve istenilen tüm özellikleri sağlayabilecek makine parkına olanak veren bir işletme yönetiminden oluşuyor. Fabrikasyon sistemlerin öne geçmesi ve dış kaynak kullanımının artması doğru ve güzel sonuçlara ulaşılmasına da olanak sağlıyor.

**A**yakkabı Yan Sanayicileri Derneği'nin öncülüğünde akademisyenler ve uzmanlardan oluşturulacak bir ekip tarafından yürütülecek proje veri eksikliği ve ölçümleme problemlerini de ortadan kaldıracak.

Ayakkabı yan sanayicileri sürekli teknolojik gelişmelerin yaşandığı günümüzde büyük bir teknoloji atılımına start verdi. Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği'nin Ayak Haritası Projesi ile kalıp, taban, ökçe başta olmak üzere birçok ayakkabı parçasının üretiminde standardizasyon sağlanacaktır. Böylece sektörün tanımının doğru yapılabilmesi ve farklı sahalarda katma değeri yüksek ürünler üretilebilmesi ile önemli yararlar ortaya çıkacaktır.

Uzun süredir çalışmaları yürütülen 'Türkiye'nin Ayak Haritası Projesi', beş kademeden oluşuyor. Projenin ilk ayağı ise

### Hedef endüstriyel entegrasyon

Ayakkabı üreten işletme açısından işletme dışından ürün temininin avantajları kadar yarattığı sıkıntılar da var. Bir ayakkabı fabrikasının üreteceği ayakkabının üzerindeki örneğin dört farklı parça, dört farklı iş kolunda üretilip geliyor. Burada parçaların örtüşmesi, birbirini okuması gerekiyor. Hepsinden önemlisi kalıbın buna oturması ve parçalarla bütünleşmesi şart. Kalıbın, taban astarının, tabanın ve ökçenin uyumlu olması zorunluluk. Ancak bu sayede ayağı vurmayan, rahat kalıplı bir ürün ortaya çıkabilir. Bu proje için yola çıkılırken, endüstriyel entegrasyonun tamamlanması esas alındı. Temel noktayı ise elbette kalıp oluşturuyor. Bu nedenle sektörde yıllar içinde ayakkabı ile ilgili eğitime çok önem verildi. Fakat kurumlardaki yan sanayi ile ilgili üretime yönelik eğitim eksikliği de varlığını hissettirir noktaya geldi. Bu farkında-



*Ayak Haritası  
Projesi ile kalıp,  
taban, ökçe  
başta olmak üzere  
birçok ayakkabı  
parçasının üretiminde  
standardizasyon  
sağlanacaktır.*

lık ile yola çıkan Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği Yönetimi Proje'yi harekete geçirdi. Ayakkabı yan sanayi üretimi standartlara uygun hale getirildiğinde, son ürünü istenen noktaya getirmek daha kolay oluyor. Eğitim atağı da bu anlayışla gerçekleştiriliyor ve Proje ile birleştiriliyor. Eğitime de kalıptan başlanıyor. Bu süreçten önce ülkenin ne yaptığına bakıldı ve adaptasyon süreci ortaya koyuldu. Türkiye'de ölçeklendirme olarak Fransız kalıp ölçü sistemi kullanılıyor. Bu da adaptasyon ihtiyacını gündeme getiriyordu. Sektörde bu uyum ise, el yordamı ve zanaat ile gerçekleştiriliyordu. Fakat usta-cıracı ilişkisinin giderek körelmesi, 10-15 yıl sonra ülkenin önünde önemli bir problem haline dönüşecek. AYSAD bugün gerekli önlemlerin alınması inancıyla, standardizasyon için bu projeyi esas aldı. Bu gerçekten yola çıkılarak üç aşamalı bir eğitim planı yapıldı. Öncelikle kalıp tasarımı, taban tasarımı ve ökçe tasarımı. Bu parçaları gerçekleştirmek için iki ve üç boyutlu bilgisayar programları ile çizimler, bu çizimlere uygun üç boyutlu modelleme. Corel Draw, Custom, Easylast vb. bilgisayar programları ile tasarımcıların yaratıcılıkları, moda trendleri ve zanaatkarların becerileri harmanlanarak kursiyerlere dünya standartlarında kalıp tasarım eğitimi sunulacak. Çalışanlar, çalışmak isteyenler veya bu konuda eğitim almayı arzulayanlar bu uygulamalı eğitimlere katılacak. Sadece kalıbı anlamak isteyen bile bu sertifika programına dahil olabilir.

Kalıp konusunu baştan sona işlemek katılımcıyı belgelendirmek, gerekiyorsa kalıp firmalarımızın tamamı içinde bir eğitim üssü sağlamak hedefleniyor. Teorik ve belli ölçüde pratik, eğitim kurumlarında verilecek. Sonuçta elinde belgesi, eğitim görmüş çalışan, pratiğe yönelik eksikliğini firmalarda tamamlayacak.

### **Beş aşamanın ilki eğitim**

Birinci adımı oluşturan teorik eğitime verilmesi kısa sürede çözülecek. Yapılan planlama ile teorik eğitim verecek eğitimcilerin sektörü bilen, konusuna hakim uzmanlardan oluşması sağlanmakta. 30 ile 60 gün arasında teorik eğitim tamamlanmış olacak. Bu aşamada iki ve üç boyutlu bilgisayar programları ile moda trendlerine ve hedef kitlenin ayak ölçülerine uygun kalıpların çizilmesi öğretilecek. Süreci uzatacak pratik eğitim. Bu da eğitim gören kişilere kapılarını açan, aynı zamanda AYSAD üyesi olan kalıp üreticilerinde tamamlanacak. Pratik eğitimde çizimlere uygun olarak kalıpların oluşturulması öğrenilecek,

istenilen formu elde etmek için gerekli el becerileri kazanılacak. Bunun gerçekleştirilmesiyle, atak içinde olan ayakkabı yan sanayicisinin ve Türk ayakkabıcısının öne çıkmasının sağlanacağına dikkat çekiliyor.

### **“Kişiyeye özel üretim yapan firmalar da doğacak”**

Konuyla ilgili görüşlerini aldığımız AYSAD Başkanı Tan Erdoğan ise şunları söyledi: Her modelde kullanılan kalıp farklıdır. Ama bir genelleme yaparak elimize bir done oluşturmak istiyoruz. Seri üretim bu yolla hız kazanırken, kişiyeye özel üretim yapan firmalar da doğacaktır. Sektörün açılım yaratması gerekir. Örneğin diyabet ayakkabı bizde hiç konuşulmuyor. Yaptığım araştırmaya göre Türkiye'de resmi olmayan rakamlarla 8 ila 10 milyon, resmi rakamlar baz alındığında da 5- 6 milyon arasında diyabet hastası olduğu görülüyor. Göz ardı edilen bir alan ve son yılların beslenme alışkanlığıyla da önü açık. Dünya genelinde araştırmaya baktığımız zaman da 380 ile 400 milyon arasında diyabet hastası olduğu varsayılıyor. Bugün Türkiye'nin ayakkabı üretim adeti yılda 300 milyon çift. 380 milyonluk bir pazara dikkat çekmeye çalışıyorum. AYSAD olarak hedeflediğimiz nokta, Türkiye'nin ayakkabı satabileceği pazarlarla da ilgili bir fotoğraf çıkarmaktır. Bunu üretiyoruz mesajını verebildiğiniz zaman sadece yüzde 10 pay kapsanız zaten 40 milyon çiftlik pay kapmış olursunuz.”



# Ayakkabı sektörüne can suyu veren ek gümrük vergileri

Deri ayakkabıda 5 dolardan az olmamak üzere, yüzde 50; suni ayakkabıda ise 3 dolardan az olmamak üzere, yüzde 30 ek vergi getirildi.



Üretim ve pazar paylaşımı konusunda son yıllarda önemli ataklar yapan ayakkabı ana ve yan sanayi sektörü, ek gümrük vergileriyle korumaya alındı. 2 Ağustos 2014'te Resmi Gazete'de yayımlanan ve 10 Ağustos 2014 itibarıyla geçerli kılındı. Bu kararla bazı ayakkabı ve ayakkabı üretiminde kullanılan ürünlere en az 3, en fazla 50 dolar ilave gümrük vergisi getirildi. Ek gümrük vergisi uygulanacak ayakkabılar, dış tabanı ve yüzü kauçuk veya plastik su geçirmez henüz birleştirilmemiş ayakkabılar ve birleştirilmiş haldeki ayakkabılar (GTP 64.01 ve GTP 64.02) tabanı kauçuk ya da plastik üstü deri ayakkabılar (GTP 64.03), , ancak üstü bez olan ayakkabılar (GTP 64.04) ve diğer ayakkabılar (GTP 64.05) olarak sıralandı.

Bunlara ek olarak ayakkabı üretiminde kullanılan yüzler, tabanlar, topuk ve benzeri eşyalarla, bu gümrük tarife pozisyonunda bulunan deriden veya plastikten ürünler de ek gümrük vergisine tabi olacak.

## Ek gümrük vergisi bütün ülkelere getirilmedi

Ek gümrük vergisi gelen ülkeler, genelleştirilmiş tercihler sistemindeki ülke grupları olan en az gelişmiş ülkeler, özel teşvik düzenlemelerinden yararlanacak ülkeler, gelişme yolundaki ülkeler ile diğer ülkeler grupları olarak belirlendi. Bu ülkelerden yapılan söz konusu ürünlerin ithalinde en az 3, en fazla 50 dolar çift başına ek gümrük vergisi verilecek. Ek gümrük vergisi her halükarda ürünün fiyatının yarısından fazla olmayacak. Yüzde 50 oranı, alt limitin altında kaldığı durumlarda söz konusu ek gümrük vergisi uygulanacak

## Ek karar da yayımlandı

2 Ağustos 2014 tarihli Resmi Gazete'de 2014/6692 sayılı İthalat Rejimi'ne ilişkin bir de ek karar alındı. 26 Ağustos 2014 tarihli ve 29100 sayılı Resmi Gazete'de 2014/6692 sayılı İthalat Rejimi Kararına Ek Kararda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kararda değişiklik yapan 2014/6722 sayılı Karar da yayımlandı.

2014/6722 sayılı Karar ile 2014/6692 sayılı Karar ile yürürlüğe konulan İthalat Rejimi



# BİR ÇİFT AYAKKABI'ya sığan hayat

Ayakkabının sadece bir meta değil, hayatı özetleyen bir kültür olduğunu anlatan ve bir çift ayakkabıya sığdırılan yaşam öykülerini deneme biçiminde kaleme alan Sunay Akın'ın 'Bir Çift Ayakkabı' kitabını okudunuz mu?



Belki de bu nedenle bir tarafta Sunay Akın, diğer tarafta tarihe tanıklık eden ayakkabı buluştuğunda ortaya Bir Çift Ayakkabı yolculuğu çıkar.

Türkiye İş Bankası Kültür Yayinevi'nin 2011 yılında yayınladığı Bir Çift Ayakkabı, Sunay Akın'ın ayakkabı üzerine olayları hikâye şeklinde anlattığı kitabıdır. Kitabın sayfalarını karıştırırken Zaro Ağa, Neil Armstrong, Kanuni Sultan Süleyman, Aşık Veysel ya da hiç ummadığınız bir anda Van Gogh eşlik eder yolculuğunuza... Tarihin bilinmeyen yollarındaki maceralarını da bulabilirsiniz içinde, hayata dair alınacak dersleri de...

Muhtaç olmasın diye, evden kaçan karısının ayakkabısının içine para koyan terk edilmiş koca kimdir? Van Gogh'un tablosunda ters çevirdiği ayakkabının sırrı ne? Abdülaziz İstanbul'u dünyaya nasıl gezdirdi? Hayat ağacının boyacı sandıklarındaki suretini gördünüz mü? Kız Kulesi, pabuçlarını nereye düşürdü? Galata Köprüsü'nden geçen en büyük ayaklara nasıl ayakkabı bulundu? Dünya'nın giriş kapısında kimlerin ayakkabıları duruyor? Her biri birbirinden farklı, ama hayata dair hikâyelerin ortak temasını ise ayakkabı oluşturuyor. Hatta günlük hayatınızda kullandığınız ve belki de kaynağını

**B**ir ürün düşünün ki tarihi, kıyafetten daha eski... Bir insan düşünün ki, ayakkabının oluşturduğu parçaların ortaya koyduğu şaheser gibi, kelimelerden bir hikâye yaratsın. İşte ikisi bir araya geldiğinde belki de ayakkabının sadece bir giyim eşyası değil, yaşayan bir öykü, bir hayat ve belki de hayatın ta kendisi olduğunu anlatsın.





sorgulamadığınız birçok deyim de yanıtını bu kitapta bulabiliyorsunuz. Pabucu dama atılmak nereden gelir? Çizmeyi aşmak nasıl çıktı? Her bir hikâyenin içinde kimi zaman bir çay sıcaklığında, kimi zaman bir kahve sertliğinde, hüznün, sevinç, gurur ve insana dair tüm duyguları bulmanız mümkün.

### İşte kitaptaki hikâyelerden birkaç örnek

“Tüm dünya, bir insanın Ay’a attığı ilk adımı ve adımın fotoğrafını konuşur. Oysa, Armstrong’un dünyaya dönmek için -212 °C ile +177 °C arası sıcaklığa dayanıklı, 30 bin dolar değerindeki 43,5 numara ayakkabısıyla Ay’da bıraktığı son ayak izi de, en az ilki kadar konuşulmaya değerdir. Armstrong ayrılırken, araştırma yapılması için Ay taşları toplar. Ne var ki, bu taş örneklerinin ağırlığı dünyaya dönüş yolunda büyük bir engeldir. Armstrong yanına aldığı taşlara karşılık uzay aracının ağırlığını dengelemek için ayakkabılarını çıkarır ve Ay’da bırakır. Armstrong’un açtığı yoldan giden dokuz astronot da, yanlarına aldıkları taşların ağırlığını dengelemek için aynı hareketi yapmış ve botlarını çıkararak Ay’da bırakmışlardır.”

### Pabucu dama neden atılır?

“Osmanlı devrinde esnaflar, Ahilik geleneğinden gelen bir düzen içerisinde ça-

lışırlardı. Her meslek grubunun başında bir kethüda vardı ve çalışma düzeninden, dürüstlükten, kaliteden o sorumlu olurdu. Kethüdanın yardımcısı konumundaki yiğitbaşı denilen görevli denetleme işini yaparak, hile yapanları tespit ederdi.

Yiğitbaşı, bir ustanın yaptığı ayakkabıda hile olduğuna kanaat getirirse, o usta bu mesleğin ve öteki mesleklerin ileri gelenlerinin önünde kethüda tarafında uyarılır ve aldığı paranın müşteriye iadesi sağlanırdı. Hatalı olan ayakkabıda bir daha kullanılmaması için dama atılırdı. Böylesi bir durum ayakkabı yapımcılarının korkulu rüyasıydı. Çünkü meslekteki tüm itibarını kaybettiği gibi, müşterisi de azalırdı. Bu uygulama günümüzde yapılmasa da ‘pabucu dama atılmak’ deyimini Türkçe’de yaşamaya devam etmektedir.”

### Annesinin ayakkabısını giyen çocuk

“Sydney, annesi ve kardeşiyle birlikte Londra’da tek odalı bir evde yaşamaktadır. O kadar yoksullardır ki; okula annesinin yüksek topukları kesilen ayakkabılarıyla gider ve okuldan arta kalan zamanlarında gazete satar. Küçük kardeşi de çalışmak zorundadır. Annelerinin akıl hastanesine yatırıldığı günlerden birine sarılarak uyuyan kardeşlerden küçük olanı, yıllar sonra çocukluğuyla ilgili





*“Kitapta ben ayakkabıyla insanlığın, aydınlanmanın tarihini de anlatıyorum aynı zamanda. ‘Bir Çift Ayakkabı’da sunduğum insanlar, dünyayı güzelleştiren insanlardır.”*



şunları anlatır: ‘Yoksul mu yoksulduk... Çoğu zaman yiyecek bir lokma ekmeğimiz olmazdı. Ayakkabılarımız da yoktu. Annem kimi kez potinlerini çıkarıp birimize giydirir, potinleri giyen yoksullara dağıtılan çorbanın peşine düşer ve günlük tek aşımız olan çorbayı getirirdi.

Annesinin ayakkabısını giyen bir çocuğun adımları nasıldır? Ayağından büyük olan ayakkabılar çıkmasını diye kısa ve çabuk çabuk...

Yıllar sonra o küçük çocuk, yani Charlie Chaplin sinema tarihinin en unutulmaz, en güzel komedi karakteri Şarlo ile annesinin ayakkabıları ayağından çıkmasını diye çorba almaya giderken attığı adımlarla bütün dünyayı güldürecektir; kısa ve çabuk çabuk...”

### **Ayakkabıyla insanlığın tarihini anlatmak**

Sunay Akın, Aralık 2011’de Radikal Kitap Eki için İpek İzci’ye verdiği bir röportajda kitabını şöyle özetliyor: “Bir ayakkabı öyküsü ama bu öykünün içinde bambaşka şeyler var. Kitapta ben ayakkabıyla insanlığın, aydınlanmanın tarihini de anlatıyorum aynı zamanda. ‘Bir Çift Ayakkabı’da sunduğum insanlar, dünyayı güzelleştiren insanlardır. Bu bazen Deniz Gezmiş, bazen Charlie Chaplin, bazen Picasso, bazen Nazım Hikmet, bazen de Mustafa Kemal oluyor’ Ben bu kitapta dünyayı gerçekten aydınlatan insanları yazdım, onların hikâyesini anlattım.”

Eğer sizler de her gün bir parçasıyla uğraştığınız ayakkabının adımlarıyla insanlık tarihine yolculuk etmek istiyorsanız, bu kitabı mutlaka edinmelisiniz.



# USTASAN

www.ustasan.com.tr

USTASAN AYAKKABI TABAN SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

Keresteciler Sitesi, Fidan Sokak, No:17/2 Merter / İstanbul / Türkiye

T: +90 212 507 73 36 (pbx) . F: +90 212 507 48 48 . info@ustasan.com.tr



Osmanlı'dan Cumhuriyet'e uzanan bir değer

# Beykoz Kundura Fabrikası

Türk üretimi açısından kritik bir rolü olan Beykoz Ayakkabı Fabrikası 1810 yılında kuruldu. Bugün ise film ve diziler için set olarak kullanılıyor. İşte bir değer'in yok oluş öyküsü...



**T**abakhane olarak 1810 yılında kurulan Beykoz Kundura Fabrikası İstanbul'un en eski fabrikalarından biridir.

Kuruluşundan bu yana Osmanlı ve Türk ordusuna ayakkabı ve deri tedariği sağladı. Osmanlı İmaratı döneminde (3. Selim'den imparatorluğun yıkılışına kadar), Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuna ve bir çok tarihi olaya şahitlik yapan fabrika 1933 yılında Sümerbank'a devredildi. 1999 yılında üretimi durdurulan fabrika 2004 yılında Yıldırım Holding A.Ş.'ye satıldı. İstanbul Anadolu yakası Beykoz İlçe-

si'nde boğaz kıyısında bulunan ve yaklaşık 180 dönümü kapsayan alan Ortaçeşme ve Yalıköy'e komşudur. Avrupa Yakası'nda ise Sarıyer, Tarabya ve Yeniköy kıyılarının tam karşısında yer alır.

Cumhuriyet öncesi ve cumhuriyet döneminde uzun yıllar boyunca tüm Türkiye'nin ayakkabı ihtiyacını, işte bu fabrika karşıladı.

1810 yılında kurulan ve yakın zamana kadar kesintisiz olarak faaliyetini sürdüren Beykoz Fabrikası bugün film ve dizi çekimlerine plato olarak hizmet veriyor.



Osmanlı Devleti, Beykoz Fabrikası'nı sivil halkın ve özellikle de ordunun kundura ihtiyacını karşılamak amacıyla kurdu. Fabrikanın ilk adı Tabakhane-i Klevehane-i Amire. Daha sonra Beykoz Teçhizat-ı Askeriye Fabrikası adıyla anıldı. Sümerbank Holding A.Ş. Beykoz Deri ve Kundura Sanayii İşletmesi, 800'ü aşkın idari memur ve işçi kadrosuyla küçük ölçekli sivil halk, büyük ölçekli ordu ve resmi daire mensupları için ayakkabı üretmeyi sürdürdü.

Türkiye'nin sanayi tarihine ışık tutan bir üretim merkezi Beykoz Fabrikası. Prof. Önder Küçükerman'ın Geleneksel Türk Dericilik Sanayii ve Beykoz Fabrikası adlı kitabında III. Selim döneminde Beykoz'da



*Cumhuriyet öncesi  
ve cumhuriyet  
döneminde  
uzun yıllar boyunca  
tüm Türkiye'nin  
ayakkabı ihtiyacını,  
işte bu fabrika  
karşıladı.*

zengin su kaynaklarının yakınında bir debbağhanenin kurulduğu belirtilmekte. Daha sonra Beykoz Deri ve Kundura Fabrikası'na dönüşmesi hedeflenen Hünkar iskelesi ve Servi Burnu tarafındaki sahil bölgesi, deri sanayi bölgesi olarak tasarlanıyor.

1810'lu yılında Hamza Efendi adlı bir şahıs, Beykoz'da bir deri imalathanesi kuruyor. Bu debbağhane daha sonra orduya devrediliyor. Fabrikada ordu için gerekli palaska, kütüklük ve koşum takımları üretiliyor. 1816'da, Beykoz Teçhizat-ı Askeriye adını alan fabrikada 1826'da keçi derisinden el üretimi askeri kundura yapılıyor. Beykoz Fabrikası'nda ilk buhar makineleri 1827'de çalıştırılıyor. Üretilen askeri kundura, çizme, koşum takımları 1856'da Uluslararası Paris Fuarı'nda sergileniyor.

1870'de fabrikada günde 300 çift kundura üretiliyor. Uluslararası Viyana Fuarı'nda Beykoz ürünü kunduralar altın madalya bile kazanıyor. Sadrazam Mahmut Şevket Paşa'nın girişimiyle 1912'de Beykoz Fabrikası'na 90 beygir gücünde 2 dizel motor ve bir buhar kazanı getiriliyor. Böylece,

hızla büyüyen fabrikada günlük kundura üretimi 1000 çifte çıkıyor.

Aslında iki asıra yakın bir süreye sığan ayakkabı geleneği ve sanatını teknik ve tasarım yönünden geçirdiği aşamalarla yansıtan bir üretim merkeziydi. Kışın sert geçtiği Doğu bölgeleri için buz ve karda yürümeyi sağlayan özel botlardan çöl savaşları için tasarlanmış ayakkabılara, tahta tabanlı güvenlik ayakkabılarından su geçirmez avcı botlarına, özel çizmelerden taşlarla süslenmiş kadın pabuçlarına kadar nice ayakkabı üretildi Beykoz'da. Türkiye'de ayakkabı geleneği ve tarihini yansıtan bu köklü kurumun arşivinin değerlendirilmesi gerekiyordu. 19. yüzyıldan kalma ayakkabılardan özel botlara, bir dönemin modasını yansıtan kadın ayakkabılarından terliklere kadar nice malzemenin yanı sıra, eski makineler, geçmişte fabrikadaki üretimi belgeleyen sayısız fotoğraf ve belge bir araya getirilerek bir müzede yerini almalıydı. Peki bugün bu tarih fışkıran fabrikadan ne kaldı? Onun yanıtını da sektörün duayen isimlerinden Engin Altaş verdi.



**“Tarihe ilişkin tek bir iz bula-  
madık”**

70'lerin sonunda oraya gidip gelen biri olduğunu, yani yaşayan sıcak halini bildiğini belirten Engin Altaş “O senelerde vejetal deri talebi nedeniyle başvururdum. Çünkü





*Oradaki yaşamı,  
tarihsel belleği  
muhafaza edip,  
oradaki mizansenin  
çok azaltılmış ölçülerde  
metrekarelere  
sığdırmak mümkün.*

başka yerden tedarik edilemiyordu. Yüzde 100 Türk derisi kullanacağım için de heyecanlıydım.

Ama bana 'yapmamak için' öyle bir fiyat sundular ki, hayal kırıklığı içinde oradan ayrıldım' dedi. Sonra fabrikayı takip etmeyi de bırakır Altaş, lakin yıllar sonra Prof. Dr. Önder Küçükerman'ın bir projesi nedeniyle yeniden yolu kesişir. Deri ve cam köyü, mahallesi projesi, dönemin iktidarı tarafından da desteklenen bir yapı olarak



karşısına gelir. Hedefi Cumhuriyet'in sanayi tarihine tanıklık eden bölgenin izinin yok olmamasıydı. Camcılar büyük ölçüde bunu başarmışlardı. Çünkü cam emekli olanın yapabileceği özellikler içeriyordu.

Ama deri ve mamulde sıkıntı vardı. Prosesin bir ucunda çalışmış kişinin, daha sonra atölyecilik yapması zordu. Gerisini Engin Altaş'tan dinleyelim:

"Her şeye rağmen insanlar oradaydı ve bazı teşvik ve desteklerle proje hayata geçmeye müsaitti. Ama nerede takıldı, niye olmadı şu an hatırlamıyorum. Bundan da yıllar sonra mimar arkadaşlarımız bize ulaştı. Özelleştirme İdaresi'nin de satarken şart koştuğu bir müze projesi söz konusuydu. Bir müze ve sembolik anlamda ayakkabı, çanta üreten insanlar bu yapıya eklenerek tarihi bir doku yaratılabilir mi diye çağrıldık. Aslında önce neden beni çağırdıklarını sordum. Zira en azından orayı içselleştirmiş bir müdürle bile daha rahat hayata geçirilebilirdi. Aklım-

daki bu soru işaretleriyle gittim. Gördüm ki insanlarla ilişki kesilmiş, hafıza yok olmuş. Daha da acısı tuhaf bir şeyle karşılaştım. Fabrikada eskiye ait, makine, alet, hiç olmazsa bir fatura bulabileceğimiz umudunu taşıyordum. Cumhuriyet tarihinden bile eski bir yapıdan söz ediyoruz. Hafızayı tamamlayacak, bir kompozisyon kuracak yeterlilikte hiçbir şey bulamadık. Mizansen yaratmak bile mümkün değildi. Bir el aleti bile yoktu. Ardından orada üretim yapacak bir iki kişi de bulduk. Ama akım geçmiyordu, zira karşıda gerçekçi anlamda böyle bir elektrik yoktu. Bu yokluk arasında fabrikayı dolaştık ve utanmasam bir köşeye geçip ağlayacaktım. Büyük bir plato... Biz insanların işlerine engel olmadan dolaşmak için kıydan köşeden geçtik. Ne yazık ki yasak savma cinsinden bile bir eğilime rastlamadım. Sadece yerinde kalan, ama bir senaryo için yetersiz olan makineler gördüm. Oradaki malzemeler elden çıkarılırken nasıl bir mantık güdülmüş bilemiyorum ama kalanların başka nedenlerle orada bırakıldığı çok açıktı. Beni niye çağırdınız duygusuyla oradan uzaklaştım. Sonrasında da ne olacak diye merak ettim. Bir yılı geçti ve arayan soran olmadı."





### “Yetkililer konuya mercek tutmalı”

“Boğazın kenarında devasa bir alan, Cumhuriyet tarihinden eski bir sanayi ünitesinin satıldıktan sonra neler olup biteceğine dair başta Başbakan’ın, Kültür Bakanı’nın, Belediye Başkanı’nın sonuna kadar izlemesi ve özellikle oranın hafızasını korumak üzere takibinin şart olduğunu düşünüyorum. Sanıyorum bir daha gündeme gelmeyecek. Asıl mesele budur. Oradaki insanlar işten çıkarıldıktan sonra, bunun paralelinde orada böyle bir kurmacayı sağlayan toplumsal hafıza yok edilmiştir. Ama ‘suçlu kim ayağa kalk de-

diğinizde’ muhatapı kimdir bilemiyoruz.” Bir sanayinin gelişmesinde bu tür tarihi birikimler neden önemlidir?

“Bu sadece sanayinin gelişmesiyle ilgili değil. Tüm alt katmanlarına baktığınızda herkesin önünde olduğu için mimari yapılar toplumsal muhalefetle, UNESCO’nun baskısıyla istemeye istemeye taviz verilerek eskitiliyor. Biraz daha tanımsız bu tip noktalarda sanayi hafızasındaki özen ve duyarlılık sıfırlanıyor.

Genel toplumsal belleğin hepimize yerleşen ve neredeyse gelenekselleşen, eskiyi

yok edip yerine bir şey koyan bakış açımız oldu. Oysa tarihte Bizans, Selçuklu, Osmanlı ve sen varsin. Sümerbank niye kurulmuş? Vatandaş yerli malı kullansın diye. Bu yaklaşım ve anlayış, bu eğilimi de yok eder. Beslenemez.

Bir fabrikayı olduğu gibi tutulması çok yüksek bir maliyettir. Biz buralarda değiliz. Ama oradaki yaşamı, tarihsel belleği muhafaza edip, oradaki mizansenı çok azaltılmış ölçülerde metrekarelere sığdırmak mümkün.”

### Sizce böylesi bir yaklaşımın sanayiye ve başarıya etkisi nedir?

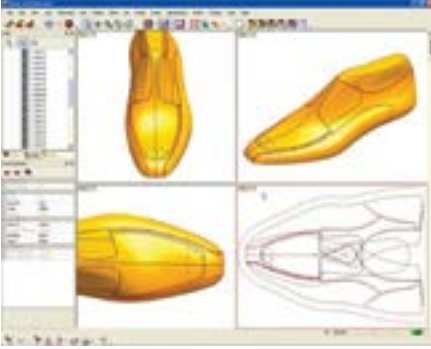
“Bu coğrafyadaki insanın dış dünyadan en önemli farkı toplumsal belleksizliğidir. Çok şiddetlidir ve her yerde görürsünüz. Alın bir ifadesi de Beykoz Kundura fabrikası. Oraya gittiğinizde her şey dümdüz edilmiş. Neden biri arşivlememiş? Bir ilan bile yok. Önemini bilmiyoruz. Üzerimize sinmemiş. Sosyolojik ve ağır bir şey



bu durum. Bugün marka yapılamaması, katma değerli ürün satılamaması, bir kilomuzun İsviçre ile Japonya ile mukayesini yaparken ortaya çıkan kötü resmin temelinde bu var. Belleğiniz yoksa, hikayeniz olmaz. Hikayeler üretimi yukarı çeker. Üretimi ihmal ettiğimizi, iç tüketimi körükleyerek ithalatımızı yükselttiğimizi, konuşmuyor muyuz? Sorun rakamsal değil, yapısal. Bugün bile seferber olursa bir şeyler oluşturulabilir. Fakat komisyon bazında ciddi bir çaba ve duyarlılık gerekir. Giderken de aslında beklediğimiz öncelikle buydu.”

# Fire ve zaman kaybından teknolojik tasarruf

Rekabetin ayrıntılarda elde edilen avantaj ve onun sonucu ortaya çıkan tasarrufla yapıldığı günümüzde, teknoloji kullanımı bunun en önemli ayağını oluşturuyor.



**A**YSAD Yönetim Kurulu Üyesi, Prestij Makina'dan Ömer Sağlam, teknoloji köşesi için bilgisayar kontrollü bıçakla kesim yapan makine hakkındaki ayrıntıları sektörle paylaştı.

Ayakkabıcılık, bir bütün olarak düşünüldüğünde ürünü oluşturan tüm parçaların birbirine uyumlu olması gereklidir. Günümüzde birçok işletme, kesim işlerini elle veya presle yapmaktadır. Ayakkabıcılığın ülkemizde henüz teknolojik gelişimlere tamamen ayak uydurduğunu söylemek güç. Bilişim çağında bulunmamızdan dolayı artık bilgisayar sistemleri de yavaş yavaş bu sektöre girmektedir. Bilgisayar

destekli kesim makineleri üstün özelliklerinin yanında ilk maliyeti yüksek olan yatırımlardır. Bu yüzden genellikle çok üretim yapan firmalar tarafından kullanılmaktadır.

## Bilgisayar kontrollü bıçakla kesim yapan makine

Hiç kuşkusuz bilgisayar teknolojisi, çağımızın, hayatımıza en hızlı giren, en çok etkileyen gelişmesi oldu. Böyle bir teknolojik gelişme her alanda olduğu gibi mühendislik alanında da yenilikler yarattı. Bu yenilikler mühendisliğin temelini oluşturan tasarım ve imalat alanlarında da bilgisayar





destekli tasarım modelleme ve bilgisayar destekli imalat olarak yerini aldı.

Model programının kullanımı sanıldığı gibi sadece çizim yapmak değil. Ürünlerin tüm tasarımı, gerekli sayısal analiz işlemleri, model adını taşıyan ürünün gerçek görüntüsünü oluşturmak, bu görüntüleri hareketlendirerek ürünün çalışmasını görüntülemek (yani simülasyonu sağlamak) gibi birçok işlevsel amaçları var. Ayrıca çizim üretme çoğaltma, değiştirme, birleştirme gibi eskiden uzun, yorucu ve sabırlı bir çalışma gerektiren birçok işi, çok kısa sürelerde yapabilmek olanağı sunuyor. Başka bir deyişle

otomasyonu sağlıyor. Bilgisayar destekli tasarıma kısaca; imalatı düşünülen parçanın ilk olarak bilgisayar ortamında tasarlanması diyebiliriz.

### Bilgisayarlı kesim makinesinin önemi

Bu tür sistemlerin çalıştırıcıları sadece mekanik değil, bilgisayar ve ayakkabı programları konusunda da bilgi sahibi olmalıdır. Bilgisayarlı deri kesim makineleri, başka bilgisayarlı makinelerden mesela bilgisayarlı montaj makinesinden çok farklıdır. Diğer makinelerde bilgisayar sadece makinenin belli kısımlarını

kontrol ederken, deri kesim makinesinde sistemin tamamı bilgisayarlardır. Sistem çeşitli dil seçenekleri ile kullanılabilir. Bilgisayarlı kesim makinelerinde günde yedi bin sekiz bin parça elde edilebilir. Günde 400 -500 çift saya kesilebilir. Bilgisayarlı kesim makineleri dakikada yaklaşık 600 zımba vurabilmektedir. Gece ve gündüz gibi vardiyalı çalışmalarda 2 katı verim alınır. Otomatik kesim makineleri yaklaşık 6 metrekare yer kaplar.

Otomatik kesim makineleri pres kesim makinelerinden hızlıdır. Materyali keserken yüzde 2 ile 4 arasında materyalden tasarruf sağlar. Bilgisayarlı kesim makineleri ile deri dışında salpa ve fiber kesiminde saatte 900- 1000 çift kesim yapabiliyor.

Bazı otomatik deri kesim makinelerinde kesilecek model USB ile yüklenirken, bazı makinelerde kablo bağlantısı ile direkt yükleme yapılabilir. Yükleme sonunda modellerin şekilleri, hangi numaradan kaç tane model kesileceği makinenin ekranında operatör (işçi) tarafından görülür. Bantlı makinelerde iki işçi birden çalışır. Biri kesim emri verirken; diğeri kesilen derileri toplar. Makinelerin en





büyük özelliği oynar tek veya çift kafanın her yöne (aşağıya yukarıya, sağa sola, ileri geri) hareket edip kesim yapabilme özelliğine sahip olmasıdır. Oynar kafanın üstünde kesim bıçakları, deriyi çizmek için kalem (gümüş kalem), zımba (panç) ve noktalama (pin) bulunur.

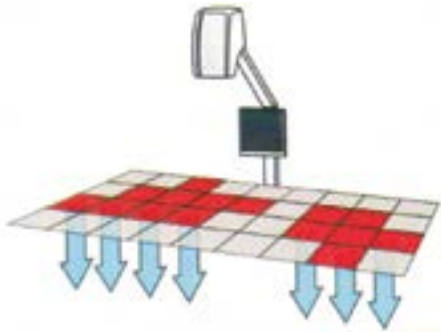
### Kullanımı

CAD (Computer Aided Design) aşamasında imal edilecek olan model tasarlanabilir ve ıstampalar yapılabilir. ıstampalara binme, kıvrıma payları otomatik olarak verilir. Bu işlemler bittikten sonra program otomatik takılmama yapar. ıstampaların imalat resimleri CAD yazılımı kullanılarak gerçekleştirilmesi büyük kolaylık sağlar.

Bu işlemlerden sonra tezgâhın programı çalıştırılarak kesilecek ıstampaların deri üzerinde yerleşim planı hazırlanır. Daha önceden hazırlanan ıstampalar çağrılarak deri üzerine istenen sayı ve çeşitlilikte yerleştirilirler. Bu işlemler bazı makine-lerde projeksiyon yardımıyla, bazılarında ise lazer ışıklarıyla yapılır.

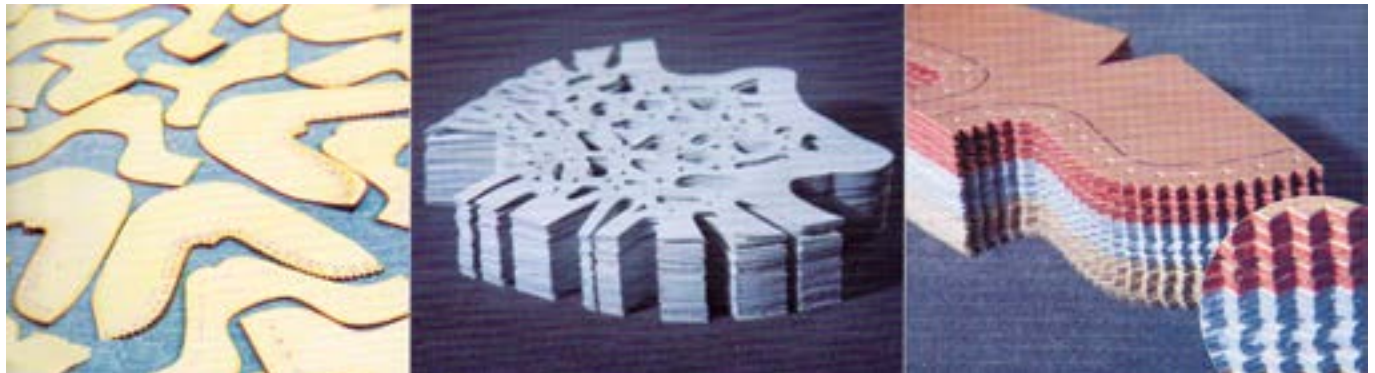
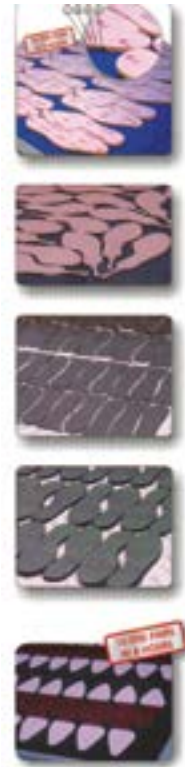
### Vakumlu yüzey

Eğimli bir çalışma alanı üzerinde mükemmel vakumlama yaptığından en üst düzeyde deri ve materyal kesim kalitesine ulaşır. Aşağıda bölgesel vakumun nasıl yapıldığını gösteren şema vardır.



### Makine-lerin özellikleri:

- Makine hakiki deri, suni deri, kösele, salpa, fiber, thermo fort, bombe gibi vakum tutan ayakkabı üretiminde kullanılan tüm materyalleri keser.
- Bölgesel vakumlama ile sadece kesim yapılan bölgeye vakum yaparak enerji tasarrufu sağlar.
- Model yapımı ve otomatik takılmama olanağı verir.
- Model üzerinde pek çok değişikliği hızlı bir şekilde yapabilmek mümkün olur.
- Sanal ortamda yapılacak modelin son hali görülebilir.
- Yıllarca bilgisayar ortamında yapılan tüm modelleri depolama, saklama imkânı sunar.
- Materyalden ve personelden tasarruf sağlar.



# 53<sup>rd</sup> AYMÖD

İSTANBUL

Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı

15-18 Nisan 2015

**CNREXPO**  
YEŞİLKÖY

autumn-winter '15-'16



cnraymod

İşbirliğiyle



Destekleyenler



**CNR EXPO** Yeşilköy 34149 İstanbul Tel: 0 212 465 74 74 Faks: 0 212 465 64 50 [www.cnrexpo.com](http://www.cnrexpo.com)

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

**CNR**HOLDING



# Sanat ve kültür kokan şehir: **Stockholm**

Dilencilerinin bile müzik yaptığı, müzeleriyle insanı büyüleyen bir dünyanın içine alan Stockholm'u ziyaretin ardından AYSAD Yönetim Kurulu Üyesi Oğuz Aksu sizler için kaleme aldı.



İsveç'in başkenti Stockholm; yapıları, parkları, tarihî sunumları, yeşil alanları ve eğitim merkezleriyle oldukça ileri bir Avrupa şehridir. Euromonitor'e göre Stockholm, yıllık 1 milyonun üzerindeki turist sayısı ile İskandinavya'da en çok ziyaretçi alan şehirdir. AYSAD Vizyon'un bu sayısında Stockholm'a bir gezi yapan Oğuz Aksu'nun gözünden şehri sizlere aktarıyoruz.

## **Dingin bir huzur noktası**

Ekim ayında İsveç fikri çok sıcak gelmese de arkadaşlarla İstanbul'dan sonra Stockholm'un sakin, dingin yaşamı çok cazip geldi. O kadar dingin ki, ben oradayken günde 6 saat çalışmayı tartışıyorlardı.

Şehri yaya, tramvay, metro ile çok rahat gezebiliyorsunuz. Havaalanı şehre uzak değil. Arlington ekspres ve taksi tercihine gününe ve kaç kişi olduğunuza göre değişen maliyeti danışarak karar verebilirsiniz. Bazı günler 4 kişiye kampanyalı bilet satışı var. Paraları SEK ve aşağı yukarı 3'e bölerek bizim paramıza çevirebiliyorsunuz. İsveç, Norveç ve Danimarka bize göre pahalı ülkeler. Ama içlerinde en pahalısı Norveç... Bu ülkeler Shengen'e geçmiş, ama paraları hala kron.

## **Kanallar , adalar ve müzeler şehri**

Stockholm kanallar ve adalar şehri. En





çok Gamla Stan denilen eski şehirden keyif aldım. Dilencilerinin bile her biri sanatçı. Enstrüman çalıyorlar ve sanat yaparak dileniyorlar. Çoğu İstanbul'a gelse kulüplerde sanatlarını yaparak geçinebilecek düzeyde iyi müzik yapıyor.

Aynı zamanda müzeler şehri de diyebiliriz. Havaalanından danışmadan aldığımız günlük müzeler kartı bir hayli işimize yaradı. Ulaşım kartı için ise aynı şeyi söyleyemeyeceğim. Çünkü genelde yürümeyi tercih etti. Sarayların dışında en muhteşem müze bence Vasa Müzesi'ydi. Girişi 12 Euro civarında olan müzede 17. Yüzyıl'dan kalma tek parça olarak çıkarılmış bir kraliyet gemisi sergileniyor. Bu 8 katlı müzede uzunluğu 69,3 metre, eni 49 metre olan dünyada tek parça olarak çıkartılmış tek gemi. En başında gücü simgeleyen bir aslan figürü bulunuyor. Geminin üzerindeki ahşap oyma heykellerin sayısı beş yüz. Bu heykellerin hepsi zamanında renkliymiş; fakat şu an boyaları kalmamış. 1/100 oranında küçültülmüş maketi dahi 5 yılda tamamlanmış. Öyküsü de oldukça ilginç.

Kral Gustav Adolf'un gemisi Polonya'ya ticari amaçla gitmek üzereyken Stockholm limanında 10 Ağustos 1628 de batmış. Gemide 400 kişi çalışıyormuş. İçlerinde ayakkabıcılarda var ki müzede ayakkabı kalıpları, tamir alet ve malzemeleri de teşhir ediliyor. Biraz bozulmuş çizme ve ayakkabılar çok ilginç, çarpıcı ve görülmeye değerdi. 1950'de Anders Fren-



zen tarafından 30 metre derinlikte bulunan Vasa gemisinin çıkarma çalışmaları 1958'de başlamış. Geminin altına kanallar açılmış ve bu kanallardan basınçlı su verilerek gemi yerinden kaldırılmış.(24 Nisan 1961 )

### Skansen Açık hava Müzesi'ni de görmeden gelmeyin

Ziyaret edilmesi halinde kesinlikle görülmesi gereken yerlerden biri de Skansen Açık hava Müzesi. Geniş bir alana yayılmış ve girişine bir de maketini yapmışlar. Tek





katlı 1470'lerin ahşap evlerinde taze açılmış yufkalar, yöresel çörekler pişirilip satışa sunuluyor. Buradaki görevlilerin kıyafetleri de hep o dönemlere ait. Her evin önünde ne dükkânı ise, onu simgeleyen semboller bulunuyor. Örneğin semerci dükkânının önünde semer, kitapçı önünde kitap, bıçakçı önüne bıçak asılmış. Bunlar tabela görevini görüyor. Merkezde parklar, bahçeler, hayvanat bahçesi ve akvaryum da bulunuyor. Ayrıca 'sami' yaşamını anlatan ayrı bir bölümde mevcut... Park içinde 1897 yapımlı birde föniküler sistem bulunuyor. Hayvanat bahçesi bölümünde fok balıkları ve ERK denilen ren geyiği de var. İsveç'te yaşayan en büyük memelinin omuz yüksekliğinin 2,3 metre, ömrünün de yaklaşık 10 sene olduğunu öğreniyoruz.

Tivoli bahçesi Kopenhag'daki ile aynı konseptte sahip ama ona göre çok daha küçük. Tivoli ile Vasa'nın ortasındaki deniz akvaryum müzesi ise her şehirde olduğundan sıradan bir özellikte... Farklı olan ABBA müzesi yaşı tutanlara güzel bir nostalji yaşıyor. Ayrıca Drottning Holm, the Royal Palace ve belediye binası görülecek yerlerden. Fakat sizin de benim gibi yeme içme merakınız varsa, bu şehirde bir tek yer öneririm: SALUHALL... Östermalmstorg Metro İstasyonu'nun yanında kapalı gıda pazarı... Çok kaliteli ve taze ürünlerin satıldığı ve bazı dükkânlarda pişirilip sunulduğu bu noktayı meraklısına şiddetle tavsiye ederim.

Son olarak kanal gezisinin de şehri anlayıp çözmek adına çok iyi bir alternatif olduğunu belirtmeliyim.

Programın önceden yapılması halinde, 3 gece 4 gün bu gezi için ideal. Ayrıca sonbahar kış döneminde THY çok özel fiyatlar veriyor. 3,5 saatlik uçuş süresi ikramların da katkısıyla, fazla sıkıcı olmadan geçiyor. Bahar ayları gezi için daha keyifli... Kış çok soğuk ve sisli olduğundan, şehri anlamak zorlaşabilir ve yeterli keyfi de vermiyor.









53<sup>rd</sup>

# AYSAF

SPRING-SUMMER '15-'16

İSTANBUL

Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı

06-09 Mayıs 2015

**CNREXPO**  
YEŞİLKÖY



[cnraysaf.com](http://cnraysaf.com)

f t in  
cnraysaf



pozitif  
FUARCILIK ufi

CNR EXPO Yeşilköy 34149 İstanbul Tel: 0 212 465 74 74 Faks: 0 212 465 64 50 [www.cnrexpo.com](http://www.cnrexpo.com)

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

CNRHOLDING

