

EVERFLEX
COLLECTION

LASER LUXOR
COLLECTION

A CYCLE THAT RENEWS ITSELF

CONTINUOUSLY

FASCIONI
SNEAKERS

GLITTER COLLECTION



20-23 Kasım 2019 tarihlerinde
AYSAF fuarındaki standımıza bekliyoruz.
CNR EXPO – HALL 6 / B 09

Erdoğan, DAVOS ve THUNIT Türkiye tek yetkili distribütörüdür.

Akcaburgaz Mah. 3042 Sok. No: 12 Esenyurt - İstanbul / TÜRKİYE
Tel : +90 212 444 9 373 Fax : +90 212 671 81 27 E-mail: bilgi@erdogdu.com

ERDOĞDU
GROUP

www.erdogdu.com



16 2020-21 Sohbahar / Kış Trendleri, 62. AYSAF Fuarı'nda görücüye çıkıyor

18 61. kez kapılarını açan AYSAF Fuarı, 500 milyon dolarlık iş hacmi yarattı

34 Ayakkabı yan sanayii fuar öncesi trendlere mercek tuttu

58 Dijitalleşme iş dünyasında taşları yerinden oynatacak

86 Ortadoğu ve Körfez pazarı ihracatçılar için büyük fırsatlara gebe

108 KOBİ'lerin güvencesi olacak sigortası

122 Kurumsal şirketlerin gözü Endonezya'da

126 Şirketler yıldız çalışanlarını neden kaybeder?



AYSAF

Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği adına
Ömer Kadir Arpacı
Yönetim Kurulu Başkanı

Yayın Kurulu

Ömer Kadir Arpacı, Ahmet Kayalı, Gürkan Kopuz,
Ömer Sağlam, Erkan Ertek, Ozan Limoncular,
Sait Vakkas Salıcı, İsmail Turgut,
Oğuz Aksu, Tan Erdoğan.

Danışma Kurulu

Dr. Asuman Sönmez
Dr. Öğretim Üyesi Cengiz KASTAN
İstanbul Aydın Üniversitesi
Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Program Başkanı

İmtiyaz Sahibi

Tan Erdoğan

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Çetin Ünsalan Kırık Kalem Ajans

Reklam Koordinatörü

Gülin Görgülü Ünsalan Kırık Kalem Ajans

Görsel Yönetmen ve Sayfa Tasarımı

Aydın Özkan Kontrast İletişim

3 aylık süreli yayın.

Yıl 6 / Sayı 11 / Kasım 2019

Dergi Yönetim

Sakızağacı Mah. Taşhan Cad. No:79/1 D:7
Bakırköy - İstanbul
Tel: 0212 660 88 26



Dernek Yönetim

AYMAKOOP Sanayi Sitesi
AYMAKOOP Ticaret Merkezi Kat:6
İkitelli / İstanbul
Tel : 0212 549 36 12 Faks : 0212 549 36 22
info@aysad.org www.aysad.org

Baskı ve Üretim

Nev Ambalaj AŞ
Yüzyıl Mah. Massit 222/B 34200 Bağcılar/İstanbul

BAŞKAN



Ömer Kadir Arpacı
AYSAF Başkanı

62. AYSAF yine rekorlarla geliyor

Değerli meslektaşlarım...

Ayakkabı sektörü gerek geleneksel yapısıyla, gerekse de modernize olmuş üretim tesisleriyle köklü ve bir o kadar da ülke ekonomisine yarar sağlayan bir özelliğe sahiptir. Sektörün dernekleri, vakfı, meslek komiteleri, birliği bir arada hareket edebilirlerse bu özelliği daha faydalı hale getirebiliriz. Aksi halde münferit etkinlikler aynen dost ateşi gibi sektöre zarar verir.

Dünya piyasalarını yakından takip etmek ve daha etkin rekabet ile ihracatını arttırmak adına, özellikle yan sanayicilerin dünya trendlerini yakından takip etmek için uygulamaya soktuğu trend seminerleri de vizyonunun yüksek olduğunu, bu alanda kendisini geliştirmek için mücadeleye verdiğini göstermektedir.

Sektörümüzde konuşulacak son derece kayda değer gelişmeler olmasına karşın, öncelikle sadece konkordatolarla gündeme gelmesinden dolayı üzüntü duyduğumu belirtmek isterim.

Bir tarafta ihracatını arttıran ayakkabı sektörümüz, diğer taraftan yurtdışından ünlü markaların yurdumuzdaki üretimlerini geliştirmesi, AYMOD Fuarı'nın gün geçtikçe büyüyen yapısı, gelişen üretimler ve artan kapasiteler dikkat çekici bir özellik sergiliyor.

Tüm bunları göz ardı ederek, salt konkordatoların gündeme gelmesi üzüntü verici. Daimi bir biçimde AVM'ler sebep gösteriliyor. Ama firmaların hesapsız hareketlerinin bu yaşananlarda hiç mi payı yok? Ayrıca AVM'lerde satış yapan, sadece konkordatolarla gündeme gelen şirketler mi? Bu yola başvuran mal sahiplerinin varlıkları yok mu? Neden sektörden kazanılan, tekrar sektöre döndürülmek yerine, kolayca konkordato yolu seçiliyor?

Öte yandan bahsi geçen firmaların sektördeki payına baktığımızda yüzde 2- 3 dilimlerinin öne çıktığını görüyoruz. Hacmi 9 milyar dolarlara ulaşmış bir sektörde bu rakamların etkisi çok fazla olmaması lazım. Ancak mağdur edilmiş ayakkabı üretici firmalara, yan sanayii olarak elimizden geldiğince, gücümüz yettiğince yardımcı olmaya çalıştık ve olmaya da devam edeceğiz.

Sektör, her geçen gün çitasını yükseltiyor. İyi bir performans sergilerken, bunun sağlamasını 62'si gerçekleştirilecek AYSAF Fuarı'ndan yapabiliriz. Kasım ayındaki organizasyon yine rekorlara imza atarak 20 bin 500 metrekare net stand alanıyla kapılarını açıyor.

Ayrıca fuar katılımcı firmalarımıza bu yıl ilk defa Lineapelle Fuarı'ndan önce İMA ile birlikte bir

sunum hazırladık ve çok olumlu geri dönüşler alındı. Bu sene fuarda trend alanımızda, geçen seneye oranla daha çok ilgi gösterilmesinden memnuniyet duyduğum firmalarımızın üretimleri sergilenecek. Ortaya konulan yaklaşımın bizi daha da cesaretlendirdiğini ve bu tip faaliyetlere devam etme kararlılığını perçinlediğini belirtmek isterim. Bu vesile ile ayakkabı üretimine katkı sağlayacak bu aktiviteden dolayı İMA ekibine ve yönetim kurulundaki arkadaşlarıma, özverili çalışmalarından dolayı teşekkürlerimi sunmak isterim. Tabii ki mayıs 2020 Fuarı'ndan önce de 2021 ilkbahar yaz trendlerinin sunumlarını yapacağız.

Sektörümüzü ileriye taşımak, yerli üretimin payını arttırırken, ihracatla taçlandırmak isterken, bazı ithalatçı gruplar sürekli saya ithalatındaki vergileri gündeme taşıyıp, yan sanayinin yetersizliği konusunda iddialarda bulunuyorlar. Saya ithalatı, ihracat için yapılacaksa, ekonomik açıdan katkısı tartışılrsa da, zaten dahili işlem çerçevesinde gerçekleştirilebiliyor.

Bir tarafta vergi kaybı, diğer tarafta istihdama olumsuz etkisi gibi faktörleri göz ardı etmemek gerekir. Taleplerimizde bireysel menfaatleri değil, ülke menfaatlerini esas tutmak durumundayız.

Bizler yan sanayi olarak, ayakkabı üreticilerimizin ihracat oranlarını yükseltmesi için hem kalite, hem de fiyat açısından üzerimize düşen çalışmaları yapıyoruz; yapmaya devam edeceğiz. Ama bunu gerçekleştirirken, firma yapılarımızı düzeltmeyi, oditli firma sayımızı arttırmayı da ihmal etmemeliyiz. Bu konularla ilgili olarak İMA ile beraber trend ve ürün geliştirme konularında toplantılar düzenleyerek üretici firmalarımızın, ihracat yapan firmalara kaliteli ve hızlı servis yapabilmelerini sağlamayı hedefliyoruz.

Yerli ve yabancı markaların toptan-perakende-üretim entegrasyonunu dikkate alırken, ayakkabının sipariş edilmesinden rafa girmesine kadarki 120 günlük süreyi bu çerçevede okumalıyız. Verimliliğimizi arttırarak süreyi, dünyada kabul gören 60 – 90 gün dilimine çekmenin yolu verimlilik hesaplarından geçiyor.

Sözün özü gelişme yolunda ilerleyip, yapısal sıkıntılarımızı giderirken, geldiğimiz noktayı da iyi analiz edip bunlara konsantre olmalıyız. Aksi takdirde önümüze gelen birçok fırsatı kaçırabiliriz.

Bu duygular içerisinde uluslararası niteliğiyle dikkat çekerek 62. kez kapılarını açan AYSAF Fuarımızın sizlere ve sektörümüze yeni müşteriler ve bol kazanç getirmesini diliyorum.

Saygılarımla

Ömer Kadir Arpacı



Çetin Ünsalan
Yazı İşleri Müdürü

Sağlıklı kuşak devrinin formülü ‘adalet’

Türkiye’deki işletmelerin yüzde 99’unu oluşturan küçük ve orta boy işletmeler için kritik dönemlerden geçiyoruz. Biliyorum finansmandan iş hacmine, kur riskinden borç / alacak kırılmasına kadar bir dizi sorunları var.

Fakat bugün hemen her gün duyduğunuz bu riskten söz etmeyeceğim. Uzmanların paylaşımlarını esas alırsak, ülkemizdeki KOBİ’lerin yaklaşık yüzde 60’ı kuşak devrine hazırlanıyor.

Şirket ömür ortalaması 24 yıl olan ülkemiz için ekonominin dinamosu olan bu şirketler için bence bugün bundan daha büyük bir problem yok. Bu süreci atlatalmaları, en az dijitalleşmeyi yakalamaları kadar kritik bir önem taşıyor.

Çünkü çoğu zaman binbir güçlükte bugüne getirilen işletmelerimizin, yeni kuşaklara devrinden sonra çatırdadığını biliyoruz. Bunda farklı nedenler olmakla birlikte, en belirleyici olan kardeşler arasındaki ‘adaletsizlik’ duygusu ve öz aileleri tarafından tetiklenen bu yumuşak karın.

Ne olacak demeyin. Üstadımız sayılan Rüştü Bozkurt yıllarca bu ülkede şirketlerin elti kavgaları yüzünden nasıl yıkıldığını tek tek anlattı. Bunun gelişmeye zaman bulmak şöyle dursun; mevcut yapıyı bile kemirdiğine defalarca şahit olduk.

Elbette kardeşlerden hangisine verilirse verilsin, şirket sarsılıyor; hatta çoğu zaman da tartışmalardan gelişmeleri yakalamaya fırsat bulamadığı için, piyasanın gerisine düşüyor. İşte bu riskin temelinde yatan tek bir kavram var: Adalet ya da adaletsizlik...

Peki bu sorun nasıl halledilir? Özellikle dijital dönüşümün, şirketlerin yapısının hızla değişmek zorunda olduğu konuşmaların yapıldığı bu süreçte boşa vakit kaybetmemek için bilimi kullanmamız gerekiyor.

Geçtiğimiz günlerde konuştuğum bir isim sözlerinin arasında bir ifade kullandı. Doğru işe doğru çalışan ya da terfiler konusunda ortaya koydukları çözümlerin kuşak devrinde de kullanılmaya uygun olduğunu söyledi.

İfadenin sahibi Assessment Systems Genel Müdür Yardımcısı Ebru Bağran’dı. Uyguladıkları metotla yetkinlikleri belirlerken terfilerin sorunsuz yapılmasını ve doğru yerde doğru insanın kullanılmasını ve yeteneklerini ortaya çıkarmasını sağlıyorlarsa, bence bu yöntemi dikkate almak gerekir.

Çünkü herkesin gerekçeli bir biçimde raporlandığı ve sonuçların kendisine anlatıldığı bu sistemde adalet duygusu tatmin olacağından şirketler de işlerine ve önlerine bakmayı başarabilecektir. Aksi takdirde dijitalleşmeyi anlatırken, anlattıklarımız yok olacak. Türkiye çeyrek asrı bulmayan şirketler sorununa neşter vurmalıdır.

Şirketler de, o şirketi oluşturan kuşaklar da kıymetlidir. Ama artık işi bilimsel yöntemlere havale edip, adaletli devirlerle tartışmaların son bulduğu ve devir ardından herkesin ekip olarak işe konsantre olduğu bir döneme girmeliyiz.

Saygılarımla...

Çetin Ünsalan

Rakiplerimizle Aramızda Büyük Bir Fark Var!



25 yılı aşkın süredir dünyanın en iyi malzemelerini ayakkabı sektörüne sunuyoruz. Sektör lideri olarak kaliteye ve yeniliğe önem vererek büyümeye devam ediyoruz.

There is a big difference between us and our opponents.

For over 25 years we offer the best materials for the footwear industry. As the sector leader, we continue to grow by giving importance to quality and innovation.



Palamut Group
İlk Adımda Güven
Trust at First Step
palamutgroup.com.tr | 444 1662 | [Facebook](#) | [Twitter](#) | [Instagram](#) | [LinkedIn](#)



AYSAT 2019’da 7D04 nolu standımıza bekleriz

We are waiting for our stand at 7D04 in AYSAT 2019 Fair



FATİH ÖKÇE
SINCE 1973

Sizin için
en iyiyi tasarlıyoruz.



f /fatihokce1973

t /fatihokce1973

ig /fatihokce1973

www fatihokce.com.tr



İkitelli Atatürk Bulvarı Eski
Turgut Özal Caddesi No: 1/1
Başakşehir İSTANBUL

Arnavutluk pazarına AYSAD çıkarması



1 - 2 Kasım 2019 tarihleri arasında Arnavutluk'un başkenti Tiran'da gerçekleştirilen Textile and Leather Expo 2019 Fuarı bu yıl tekstil ve deri sektörlerinde çalışan firmalara ikinci kez kapılarını açtı. AYSAD da, Arnavutluk Tekstil ve Deri Fuarı'nı (Textile And Leather Expo 2019) ziyaret etti. AYSAD Başkanı Ömer Kadir Arpacı ile birlikte yönetim kurulu üyelerinin de ziyaret ettiği fuarda, Arnavutluk Tekstil ve Ayakkabı Üreticileri Derneği Yönetim Kurulu ile bir araya gelindi. Tiran ziyaretinde AYSAD Yönetim Kurulu önce Türkiye Tiran Büyükelçisi Murat Ahmet Yörük'ü makamında ziyaret ederek bilgi alışverişinde bulundu.

Daha sonra fuar alanına geçen AYSAD Yönetim Kurulu, burada Arnavutluk Girişimcilik Bakanı Eduard Shalsi ile görüştü. Arnavutluk-Türkiye arasında yeni ticari fırsatlar hakkında fikir alışverişinde bulunuldu. Aynı zamanda AYSAF Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı hakkında bilgi verildi. Bakan ve Arnavutluk Tekstil ve Ayakkabı Üreticileri Derneği Yönetim Kurulu Türkiye'de 20-23 Kasım 2019, CNR Expo'da düzenlenecek 62. AYSAF Fuarı'na davet edildi. AYSAD- Ayakkabı Yan Sanayi Derneği Yönetim Kurulu daha sonra fuara geçerek, B2B görüşmeler ve sektörel temaslar gerçekleştirdi. Arnavutluk-Türkiye arasında yeni ticari fırsatlar hakkında fikir alışverişinde bulunuldu. Heyet, Donianna deri ayakkabı üretim fabrikasını gezerek üretim-pazarlama konusunda da gözlem yaptı.

KMS-i 2/2C 160 TONS

Vis Piston Four Injector



**FOR THE PRODUCTION OF ONE AND TWO COLORS
SOLES IN COMPACT AND EXPANDED
THERMOPLASTIC MATERIALS**



KARMASAN

KARMASAN Makina San. ve Tic. Ltd. Şti.
İstanbul - TÜRKİYE
info@karmasan.com
www.karmasan.com

Gaziantep'te ve Şanlıurfa'da gündem deri ve deri mamulleriydi



İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu, 24 Ekim 2019 tarihinde, EDMİB eşliğinde 'Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu' toplantısı gerçekleştirdi. AYSAD Başkanı Ömer Kadir Arpacı'nın da panelist olarak katıldığı toplantı Gaziantep'te yapıldı. GATHİB başta olmak üzere GAİB bünyesinde yer alan birliklerin yönetim kurulu üyelerinin katılımıyla gerçekleşen ikinci toplantıda ise Gaziantep ve GAİB ihracat rakamları değerlendirildi; firmalar ile bilgi alışverişi yapıldı. Toplantıyı değerlendiren AYSAD Başkanı Ömer Kadir Arpacı "Sektör için faydalı bu toplantıda Gaziantep'te bizi ağırlayan başta GAİB Koordinatör Başkanı Fikret Kileci olmak üzere tüm yetkililere teşekkür ederiz" dedi. Heyet daha sonra Şanlıurfa'ya geçerek Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi'nde incelemelerde bulundu. Katılımcılar ayrıca Şanlıurfa'nın önemli simgelerinden Göbeklitepe'yi de ziyaret etti.



Teknik Kimya

adding value to all
we touch



Poliüretan hammaddeler için sıvı renklendiriciler	Pigment pastes for the coloration of polyurethane systems
Poliüretan sistemler için su ve solvent bazlı kalıp içi boyalar	Water and solvent based in mold coatings for polyurethane systems
Poliüretan yüzeyler için boyalar ve vernikler	Paints and varnishes for polyurethane materials
Poliüretan sistemler için su ve solvent bazlı kalıp ayırıcılar	Water and solvent based release agents for polyurethane systems
Kalıp temizleyiciler ve kalıp alıştırıcılar	Mold cleaners and mold preparing products



354. Ar-Ge Merkezi

www.teknikkim.com.tr | www.teknikkim.net
info@teknikkim.com.tr

Teknik Kimya
Performance Chemicals

İSO'da gündem ayakkabı sektörüydü



İstanbul Sanayi Odası, 22. Grup Ayakkabı ve Yan Sanayi Meslek Komitesi'nin talebi doğrultusunda, 24 Eylül 2019 Salı günü, Odakule Fazıl Zübü Meclis Salonu'nda gruba mensup üyelere yönelik, ayakkabı sektörünün sorunları ve çözüm önerilerinin tartışıldığı bir toplantı düzenledi.

Açılış konuşmasını İSO Meclis Üyesi Hüseyin Çetin'in yaptığı toplantıda dünya ve Türkiye ekonomisindeki gelişmeleri İSO Danışmanı Hakan Gölbaş paylaştı. Ayakkabı sektörü ile ilgili AYSAD Başkanı Ömer Kadir Arpacı, TASEV Başkanı Tan Erdoğan ve İSO Meclis Üyesi Mehmet Büyükekşi birer değerlendirme konuşması yaptılar. Katılımcıların sektör ile ilgili görüş ve önerileri ile toplantı sona erdi.







Yanınızdaki Güç !

www.polimeks.com.tr

Ayakkabı Sektörü iftarda buluştu



Türkiye Ayakkabı Sektörü Geleneksel İftar Yemeği 22 Mayıs 2019 tarihinde Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlendi. TASEV, AYSAD, TASD ve TUAF organizasyonu ile düzenlenen iftar yemeğinde bir konuşma yapan Meclis eski Başkanı Binali Yıldırım, gün içinde bir ayakkabı imaatanesini ziyaret ettiğini ve çok etkilendiğini söyleyerek, bir ülkenin kalkınmasının üretmekten geçtiğini ve ekonominin lokomotifinin üretmek olduğunu belirtti. Gecenin sonunda TASEV Lisesi öğrencileri, TASEV Ayakkabı Bank Projesi kapsamında Anadolu'daki ihtiyaç sahibi arkadaşlarına ürettikleri ayakkabılar için sahneye çağrılarak tebrik edildi.



DESMA

THE FINEST IN SHOE PRODUCTION ENGINEERING

DESMA amir® SİSTEMİ

OTOMASYON



**AYAKKABILAR ARTIK ROBOTLARLA ÜRETİLİYOR:
DESMA BUGÜNE KADAR DÜNYA ÇAPINDA AYAKKABI
ENDÜSTRİSİNE 1400 ROBOT SATIŞI GERÇEKLEŞTİRDİ**

70 Yılı aşkın mühendislik ve üretim tecrübemiz ile üretiminizi optimize eden altyapıyı oluşturuyoruz.

- > DÜŞÜK ÜRETİM MALİYETİ
- > ÜSTÜN KALİTE
- > YÜKSEK KAPASİTE

DESMA amir® Sistemi ile yüksek standart üretim şansı



2020-21 Sonbahar / Kış Trendleri, 62. AYSAF Fuarı'nda görücüye çıkıyor



25 bin profesyonel ziyaretçi 20 – 23 Kasım 2019 tarihleri arasında gerçekleşecek 62. AYSAF Fuarı'nda buluşuyor.

Dünya ayakkabı yan sanayi sektöründe, üretimin yanı sıra tasarım ve teknolojiye de söz sahibi olan Türk ayakkabı yan sanayi sektörünün en büyük buluşması AYSAF, 20 - 23 Kasım 2019 tarihlerinde CNR Expo İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleşiyor. Ayakkabı yan sanayi sektörüne dair tüm teknoloji ve ürünlerin görücüye çıktığı 62. AYSAF, sektörün tüm profesyonellerini tek çatı altında buluşturuyor. 25 bini aşkın profesyonel ziyaretçi beklenen buluşmada, 25 Eylül 2019 tarihinde gerçekleşen "The Re-New World" 2020-21 Sonbahar/Kış Trend Semineri'nin çıktıkları da yer alacak. Sektöre yön veren binin üzerinde markanın en yeni ürünleri ile buluşacağı 62. AYSAF (Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı), Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme Vakfı (TASEV), Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD) iş birliğinde ve KOSGEB desteği ile Pozitif Fuarcılık tarafından düzenleniyor.



'21 İlkbahar-Yaz
Spring-Summer

3-6
HAZİRAN
JUNE
2020

63. AYSAF

ULUSLARARASI AYAKKABI YAN SANAYİ FUARI
INTERNATIONAL EXHIBITION FOR FOOTWEAR MATERIALS, COMPONENTS, LEATHER AND TECHNOLOGIES

CNREXPO Yeşilköy/İstanbul

61. kez kapılarını açan AYSAF Fuarı, 500 milyon dolarlık iş hacmi yarattı



Fuarda, ayakkabı yan sanayi sektörüne yön veren 450'nin üzerinde firma, bin 558'i yabancı olmak üzere toplam 12 bin 568 sektör profesyoneliyle buluştu.

Dünya ayakkabı yan sanayi sektöründe, üretimin yanı sıra tasarım ve teknolojiye de söz sahibi olan Türk ayakkabı yan sanayi sektörünün en büyük buluşması AYSAF, 2 – 5 Mayıs 2019 tarihlerinde CNR Expo Yeşilköy'de 61. kez gerçekleşti. Kendi alanında dünyanın büyük iki fuarından biri olan AYSAF (Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı), yerli ve yabancı 400'ün üzerinde firmanın bin-den fazla markasını, binlerce uluslararası ayakkabı alıcısı ile buluşturdu. 2020 ilkbahar yaz sezonu ayakkabı yan sanayi modelleri ve en son teknolojilerin sergilendiği organizasyonda ziyaretçiler yeni ürünlerle buluşurken, katılımcı firmaların tanıtımlarını en etkili şekilde yapmaları ve iş hacimlerini artırmaları sağlandı. AYSAF, Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme Vakfı (TASEV), Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD) iş birliğinde ve KOSGEB desteği ile Pozitif Fuarçılık tarafından düzenlendi.

“Güçlü yan sanayiyle ihracat ivmelendi”

Fuarla ilgili açıklamalar yapan TASEV Başkanı Tan Erdoğan “Güçlü yan sanayisiyle Türk ayakkabı sektörü ihracatı İngiltere, Almanya, Polonya, Hollanda başta olmak üzere dünyanın dört bir yanında bulunan ülkelerde ivme kazandı. Fuarlarımıza katılan yabancı alıcılar, ülkemizi hem uygun fiyatlı hem de kaliteli üretime sahip olması yanıyla ayakkabı cenneti olarak tanımlıyor” dedi. AYSAD Başkanı Ömer Kadir Arpacı ise “Fuarın rüştünü ispatladığı artık tartışılmaz bir gerçek. Çünkü yeni pazarlara yönelik alıcı kitlesi adına çalışmalarımız devam ediyor. Ama dünya genelinde alıcıların artık ajandasına gir-

diği ve kendiliğinden ziyaret etme ihtiyacı duyduğu bir yapı oluştu” diye konuştu.

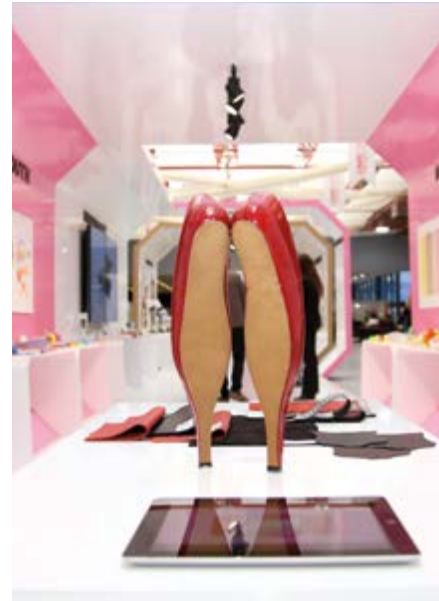
61. Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı (AYSAF), CNR EXPO İstanbul Fuar Merkezi'nde 60 bin metrekare alanda düzenlendi. Fuar gerçekleştirmeleriyle ilgili bilgiyi ise CNR Holding İcra Kurulu Başkanı Ali Bulut verdi: Bulut şöyle konuştu: “Fuarda, ayakkabı yan sanayi sektörüne yön veren 450'nin üzerinde firma, yeni ürün ve teknolojilerini 11 bin 10'u yerli, bin 558'i yabancı olmak üzere toplam 12 bin 568 sektör profesyoneliyle buluşturdu. Yılda iki kez düzenlediğimiz fuarımızın ayakkabı yan sanayine dolayısıyla da ayakkabı sektörüne büyük katkısı bulunuyor. AYSAF'a katılan firmalarımızın, fuarda 500 milyon dolar civarında iş bağlantısı gerçekleşti.”

Türk ayakkabı yan sanayi sektörünün gelişiminde önemli rol oynayan 61.Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı –AYSAF'da tabandan ökçeye, aksesuardan tekstil ve kimyevi maddelere, deri ve suni deriye kadar sektöre yönelik tüm yenilikçi ürünlerin sergilenirken, Trend Alanı'nın büyük ilgi görmesi, sektörün tasarıma ve yeniliklere olan ilgisini de ortaya koydu.

Fuara, Rusya, Ukrayna, İtalya, Almanya, İran, Pakistan, Hindistan, İspanya ve Türkiye Cumhuriyetlerden yoğun bir katılım oldu. Ortadoğu, Afrika, Doğu ve Orta Avrupa ülkeleri özellikle fuarda sergilenen trendlere ilgi gösterdi. 61. buluşmada ilk kez Hindistan'dan fuara milli katılım oldu. Hint Ayakkabı Yan Sanayi Üreticileri Derneği fuarı ziyaret ederek, iki ülke arasındaki ayakkabı ticaretinin daha da büyümesine vesile olacak iş bağlantılarının önünü açtı.



61. AYSAF Fuarı'nda
2020 ilkbahar yaz
sezonu ayakkabı
yan sanayi modelleri
ve en son teknolojileri
sergilendi.





Akefoam

www.akespor.com
info@akespor.com - 0 224 261 08 00 (pbx)



Fuarda, ayakkabı yan sanayi sektörüne yön veren 450'nin üzerinde firma, yeni ürün ve teknolojilerini 11 bin 10'u yerli, bin 558'i yabancı olmak üzere toplam 12 bin 568 sektör profesyoneliyle buluşturdu.



DERİ MAKSAN GROUP
TANNERY MACHINES / DERİ MAKİNELERİ

**MANY PAWNS
BUT ONLY ONE
KING!**

PİYON ÇOK AMA **ŞAH** BİR TANE



DERİ-MAKSAN GROUP

www.derimaksan.com

derimaksan@gmail.com • info@derimaksan.com

+90 232 376 76 92 • +90 232 457 57 41

Su Plaza 1201/1 Sok. 2/501 Yenisehir - İzmir - **TURKEY**



Lady Gaga'nın da ayakkabı tasarımcısı olan Kobi Levi 62. AYMÖD Fuarı'ndaydı



Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı AYMÖD'da gerçekleşen T-Talks seminerinde konuşmacı, ayakkabı tasarımcısı Kobi Levi idi.

Pozitif Fuarçılık tarafından Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği'nin (TASD) işbirliği ve Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme Eğitim Vakfı'nın (TASEV) destekleri ile düzenlenen AYMÖD - Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı, 2-5 Ekim 2019 tarihlerinde 62 kez kapılarını açtı. 60 bin metrekarelik alanda 500'e yakın firmanın binin üzerinde markasını sergilediği fuarı 30 binin üzerinde sektör profesyoneli ziyaret etti.

Kendi alanında Türkiye ve Avrupa'nın en büyük, dünyanın ise ikinci büyük fuarı olan AYMÖD'da 10 binlerce ayakkabı ilk kez profesyonel alıcıların beğenisine sunuldu. Fuarda, kadın-erkek ayakkabısından çocuk ayakkabılarına kadar klasik, spor ve el yapımı binlerce yeni model sergilendi. Fuara Rusya, İtalya, İsrail, Birleşik Arap Emirlikleri, Kazakistan, Polonya, Türkmenistan, Özbekistan, Ürdün, Macaristan, Çekya, Karadağ ve Lübnan'ın da olduğu ülkelerden yabancı ziyaretçi katıldı. AYMÖD Fuarı, yerli ve yabancı dünyaca ünlü tasarımcıların katıldığı T-Talks seminerlerine de ev sahipliği yaptı. Ayakkabıda sürdürülebilir ürünlerin gelecekte sağlayacağı faydalar, yeni tasarımlar, yeni trendler ve sektörün ekonomisinin tartışmaya açıldığı fuarın bu yılki sürprizi Lady Gaga'nın da ayakkabı tasarımcısı olan Kobi Levi oldu. Fuar süresince sıra dışı tasarımlarının yer aldığı "Artistik Ayakkabılar" koleksiyonunu sergileyen Kobi Levi, aynı zamanda T-Talks seminerinde



ayakkabı sanatına dair serüvenini anlattı. T-Talks seminerlerinde ayrıca Türkiye Ayakkabı ve Aksesuar Tasarımcıları Birliği Kurucusu Ahmet Baytar "Tasarım ve İlham Aldığı Akımlar", Ayakkabı Tasarımcısı Sezgi Beşli "Global Pazarda ve Türkiye'de Markalaşma", Ayakkabı Tasarımcısı Beste Cercis "Ekosistemdeki Sürdürülebilirliğin Bilinci: Muz Lifi Tabanlar", ECOALF'in Ayakkabı Direktörü Miguel Pomares "ECOALF: Çünkü Gezen B yok", Ayakkabı Tasarım Eğitmeni Pınar Ergün ise "2020 Ayakkabı

Trendleri ve Ayakkabı Sektörünün Geleceği" başlıklı birer sunum gerçekleştirdiler.

Plastik poşetlerden ayakkabı ve çantalar

Fuarda ayrıca Hollanda'dan gelen dünyaca ünlü tasarımcılar "Sürdürülebilirlik ve Döngüsel Ekonomi" konsepti ile eserlerini sergilediler. Dünyaca ünlü Hollandalı tasarımcıların sakızdan, plastikten ve bitkisel ürünlerden tasarladıkları ayakkabılar ziyaretçileri hayran bıraktı.

Tasarımcı Mimar Eylem Pala Uluğ da aynı konsept içerisinde kendisine ait yöntemlerle atık plastik poşetleri kullanarak, vintage ayakkabıları yeniden yorumladığı koleksiyonunu tanıttı. Fuarda ayrıca Konyalı ayakkabı ustası Zahit Okurlar tarafından imal edilen, Guinness Rekorlar Kitabı'nda da yerini almış 455 numaralı dünyanın en büyük ayakkabısı da ziyaretçilerin yoğun ilgisini çekti. AYMÖD'un bir sonraki buluşması 1-4 Nisan 2020 tarihlerinde gerçekleşecek.

MICAM'a Türk firmalarının imzası



15-18 Eylül 2019 tarihleri arasında İtalya Milano'da gerçekleşen MICAM Fuarı'na, Türk firmaları 45 milli, 10 bireysel katılımı damgasını vurdu. 2019-1 MICAM Fuarı'na oranla milli katılım firmalarının sayısında yüzde 18, stand alanında ise yüzde 17'lik artış gerçekleşti.

Dünya ayakkabı sektörünün en önemli ve en prestijli fuarı olan Micam Fuarı, 15 – 18 Eylül 2019 tarihleri arasında Milano'da gerçekleştirildi. İDMİB'in düzenlediği Milli Katılım Organizasyonu ile 45 firma fuarda yer alırken; toplamda 55 Türk firması fuarda yeni koleksiyonlarını sergiledi. Ayakkabı ihracatçıları, dünya ayakkabı sektörünün bulunduğu Micam'da yeni pazarlar yaratmak için üst düzey görüşmeler gerçekleştirdi. İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak ve Başkan Yardımcısı İslam Şeker ile İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Burak Uyguner'in Türk firmalarının stantlarını ziyaret ettiği fuara, T.C. Milano Başkonsolosu Özgür Uludüz ve Milano Ticaret Ataşesi Emre Öztelli de katılarak İDMİB Yönetim Kurulu Üyeleri ve Türk firmalar ile görüş alışverişinde bulundu.

Fuar esnasında ABD Ayakkabı Perakendecileri Birliği Başkanı Chuck Schuyler ve UBM Informa Ayakkabı Bölüm Başkanı Leslie Gallin ile de toplantı yapma imkanı bulan İDMİB Yönetim Kurulu, ABD'ye yönelik ihracatın artırılması amacıyla potansiyel işbirliği imkanları değerlendirildi.

Fuar ile ilgili bir değerlendirme yapan İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak; her geçen yıl fuara katılım sağlayan Türk firmalarının sayısındaki artışın memnuniyet verici olduğunu dile getirdi. Bunun yanı sıra Türk firmaları açısından fuarın olumlu geçtiğini, gelecek yıl daha fazla firma ile fuara katılım göstermeyi hedeflediklerini belirtti.



Türk Milli Katılımı 11. kez Lineapelle Fuarı'ndaydı



2-4 Ekim 2019 tarihleri arasında İtalya Milano'da yapılan Lineapelle Fuarı'nda Türk firmaları 30 milli, 25 bireysel katılımı dikkat çekti. 2019-1 Lineapelle Fuarı'na oranla milli katılım firmalarının sayısında yüzde 3, stand alanında ise yüzde 9'luk artış gerçekleşti.

Deri ve deri mamulleri sektörünün en önemli fuarlarından biri olan Lineapelle'de Türk deri mamulleri 11. kez Milli Katılım ile tüm dünyadan alıcılar ile buluştu. 2-4 Ekim 2019 tarihleri arasında gerçekleşen fuarda bu dönem 30 firma İDMİB Milli Katılım organizasyonunda yer aldı. Katılımcılar, 107 farklı ülkeden 19 bini aşkın alıcıya koleksiyonlarını sundu. Fuar süresince, İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, Başkan Yardımcısı Güven Karaca ve Milano Ticaret Ataşesi Emre Öztelli Türk katılımcıları standlarında ziyaret ederek fuara ilişkin görüş ve değerlendirmelerini dinledi. Fuar İdaresi ile de ayrıca görüşmeler gerçekleştirilerek, fuarı Türk firmalar için daha da verimli hale getirmeye yönelik görüş alışverişinde bulunuldu. Lineapelle'ya milli katılım gösteren firmalar şunlardı: Ake Spor, Akform Ayakkabı, Alpaka Deri, As Erdoğan Deri, Berk Deri, Besa Plastik Suni Deri, Cevahir Deri, Çubukçuoğlu Deri, Dabbagh Deri, Ensar Deri, GKS Ayakkabı Tabanı, Gonca Deri ve Deri Ürünleri, Gör-yakınlar Deri, İskefe Deri, Karizma Tekstil Ayakkabı Malzemeleri, Kord Endüstriyel İp ve İplik, Mayderi, Merger Ayakkabı, Özen İplik, Poltab Ayakkabı Taban, Ruba Fermuar ve Pres Döküm, Selina Kürk Deri, Sepici Deri Ürünleri, Sotaş Kimyevi Maddeler, Soydan Deri, Tek-Or Plastik, Turgut Kardeşler Deri ve Ayakkabı Sanayi, UES Makine Tekstil, Usta-San Ayakkabı Taban, Uyguner Deri.





**TURGUT
KARDEŞLER**

**AYSAF Hall 8 C01
Lineapelle Hall 11 K26
Hong Kong 3G E02**



www.turgutkardesler.com.tr
info@turgutkardesler.com.tr

**AYSAF Hall 8 C01
Lineapelle Hall 11 K26
Hong Kong 3G E02**



www.turgutkardesler.com.tr
info@turgutkardesler.com.tr



**TURGUT
KARDEŞLER**

Ayakkabı yan sanayi, fuar öncesi trendlere mercek tuttu



Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği-AYSAD ve İstanbul Moda Akademisi-İMA işbirliği ile düzenlenen Ayakkabı Yan Sanayi ve Moda Trend Semineri 25 Eylül 2019 tarihinde Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleşti. '2020-21 Sonbahar-Kış Trend Semineri'nde sektörün gelecek sezon trendleri hakkında önemli ipuçları sunulurken 20-23 Kasım 2019 tarihinde, CNR Expo'da gerçekleşecek olan AYSAF Fuarı trend alanında yer alacak ürünlerle ilgili bilgi verildi. "The Re-New World" ana başlığı altında dört alt trende yönelik moodboard ve örnek uygulamaların sunulduğu 2020-21 Sonbahar-Kış trend sunumu; ayakkabı ve aksesuar trendlerinden, renk – doku – yüzey- materyal detaylarına, kadın ve erkek ürünlerinde gelişen yeni akımlar-

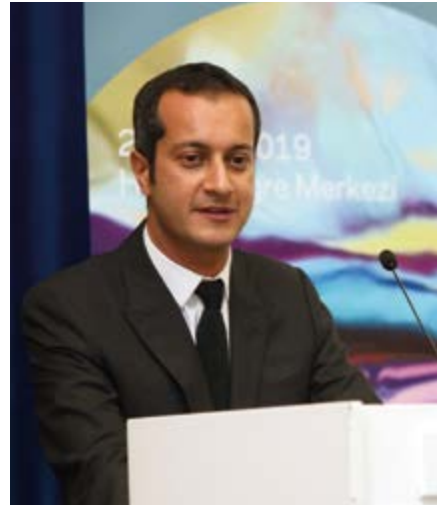
ilgiyle heyecan yarattı" dedi. Sektördeki bu yeni yaklaşımın çok önemli olduğuna değinen Turgut "Ayakkabı yan sanayiinin vizyonunu, ürünlerini geliştirmek, dünyaya adapte edebilmek adına bir şey yapmamız gerekiyordu. Trend semineri tam buydu" diye konuştu. Sunumların 4 ana başlıktan oluştuğunu ifade eden AYSAD Yönetim Kurulu Üyesi İsmail Turgut sözlerini şöyle sürdürdü: "Öncelikle değişen tüketim trendleri ele alındı. Global markalardan örnekler verildi. Bu firmaların değişen tüketim yaklaşımlarına göre ortaya koydukları takibin yöntemleri, üretimlerini nasıl şekillendirdikleri, üretimlerin teknolojiyle adaptasyonu, ürünlerin birbirleriyle olan iletişimi konusunda bilgi verildi. Örneğin

AYSAD, geleceğe yön vermek isteyen ayakkabı yan sanayi markalarını '2020-21 Sonbahar-Kış Trend Semineri'nde bir araya getirdi.

dan, satışı etkileyen styling ve konsept odaklı uygulamalara kadar tüm detayları kapsıyor.

"Hedef, sektörü güncel tutmak"

Trend semineri AYSAD Vizyon Dergisi'ne değerlendiren Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Üyesi İsmail Turgut "Aylardan bu yana hazırlanmış bir sunum, katılımcıların da gösterdiği



çok büyük bir global teknoloji markası gözlük ya da kol saati yapıyor. Ayakkabının tabanlarına eklenen bir teknolojiyle yürüyen insanın sağlığı ile ilgili bilginin kontrolü anlatıldı. Ayakkabıdan kol saatine giden verinin teknolojik senkronizasyonu ele alınıyor. Şu an itibarıyla dünyada birçok firma böylesine gelişmiş konuları tartışıyor. Türkiye'de neden olmasın? Yan sanayiinin buna adaptasyonu için, yapılması gerekenlerin anlatıldığı seminerde, yapay zekanın sektöre olan katkısı da tartışıldı. Örneğin Çinliler'de bunun kullanıldığı sistemler var. Haliyle daha akıllı teknolojinin sanayimizdeki üretim takibi ve adaptasyonu, sektörümüzün de ihtiyacı olan unsurlar. Birçok sektörde inisiyatif insana bırakılıyor. Örneğin ayakkabı tabanlarında yapay zekayla insan, bu manada faktör olmaktan çıkıyor. Tüketim alışkanlıklarında bu anlamda ortaya konulan değişimler, teknoloji adaptasyonu, çevre ve en son moda trendleri masaya yatırıldı. Amaç tek başına trendlerin aktarılması değildi. Çünkü ortada bir zorunluluğumuz var. Ayakkabı yan sanayiinin, atölyeler dahil gelişmiş olan rakiplere oranla sanayileşmesine olanak sağlanması hedefleniyor. Sadece



renk ve modayı konuşmak mümkün. Ama önemli olan bu vizyonu yakalamaktı.”

“Yeni bir vizyon yaratmalıyız”

AYSAD Yönetim Kurulu Üyesi İsmail Turgut yaptığı değerlendirmede dünyada ekonomik anlayışın değiştiğine dikkat çekerken, dünyayı gezip geliştirilmesi gereken vizyonun üretilmeye yansımaları gerektiğini vurguladı. Bu seminerle birlikte verinin yan sanayicinin ayağına gelmesinin önemli bir şans olduğunu söyleyen Turgut, İstanbul Moda Akademisi’nin seçiminin kritik olduğunu da şöyle ifade etti: “Trend, eğilim gibi başlıklar, bugünün bilgi dünyasında çok ulaşılabilir noktalar değil. Fakat bir gerçek var ki İstanbul Moda Akademisi, birçok sektör mensubundan daha fazla modayı takip ediyor. İMA seçiminin kritik bir önemi var. Dışa bağımlılığı azaltacak, trend çalışmalarını da yerli kuruluşlarla yapmamız gerekiyor.” 2021 Sonbahar / Kış sezonunun anlatıldığı toplantıda büyük bir değişimin de üreticinin önüne geldiğine dikkat çeken Turgut sözlerine şöyle devam etti:

“Önceki yıllarda yan sanayici, hatta ayakkabı ve çanta üreticisi sezonda satılan mallara bakıp, ürünlerini adapte edip, gelecek sezon bu ürünleri vitrinine koyardı. AYSAD’ın ısrarla üzerinde durduğu bu çalışma gelecek sezonun malzemelelerinin hazırlanmasına olanak sağlıyor. Yan sanayisi gelişmeyen sanayinin gelişmesi mümkün değil. Bu açıdan bu buluşma ayrıca önemli. Ayakkabı üretimini sadece destekleyen değil, ona hazır bir yan sanayi gerekiyor. Sanayi ürünlerinin gelişebilmesi için, yan sanayicinin adım atıp, kendisini eğilimlere hazırlaması lazım. Mesela burada trend renkleri, modayı konuştuk. Normalde ayakkabı ve çanta üreticisi, meseleyi yan sanayicinin önüne getirirdi. Bu seminerle birlikte, ayakkabıcı ve çantacı geldiğinde yan sanayicisini hazır bulacak. Örneğin çevre konusu dahi bununla bağlantılı. Artık dünyada tüketici çevreye duyarlı ürünler soruyor. Soru ana üreticiden geleceğine, yan sanayicinin hazır olması gerekir. İşte bu seminer böylesi bir olanak da tanıyor.”

“Bu bir vatan vazifesi”

Yerli moda kuruluşunun, yerli üreticiyle buluşup, ana üreticiye hazır malzemeler üretecek noktada kendisini hazırlamasının, yan sanayicinin gelecek sezonun ürünlerine yönelik üretimlerini yapma-

sının bir vatan vazifesi olduğuna dikkat çeken İsmail Turgut “Hep birlikte gerçekleştirilen, dünyaya hitap eden, eğilimleri okuyan, teknolojiyi hazmetmiş bir üretim anlayışına erişmeliyiz ki, ülkemizin ihracatına da katkı sağlayabilelim” dedi. Trend seminerinin AYSAF Fuarı’nın öncesinde yapılmasının önemine de değinen Turgut, 62. buluşmadan önce yapılan çalışmanın, sektör ve ülke ihracatına dinamizm katacağına dair inancını da paylaştı. Turgut değerlendirmesinin sonunda

hedefin tekrar altını şu sözlerle çizdi:

“Geleneksel anlamdaki yaklaşımda fuarlarda yine trend alanlarımız oluyordu. Ne var ki yan sanayicimizin bir bölümü, trend alanından çıkıp standına gelen üreticinin taleplerine karşılık hazırlıksız yakalanabiliyordu. O nedenle semineri iki yıldır fuarın öncesinde gerçekleştiriyoruz. Çünkü yan sanayicinin sektörü tetiklemesi hedefleniyor. Konuya vakıf yan sanayici ortaya çıktığında da, standına gelen ziyaretçi ile doğru bir ilişki kurabiliyor.





intercosmos

the re-new world
future forecast



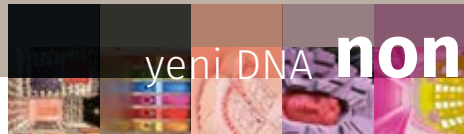
homestead



neo-intellectual

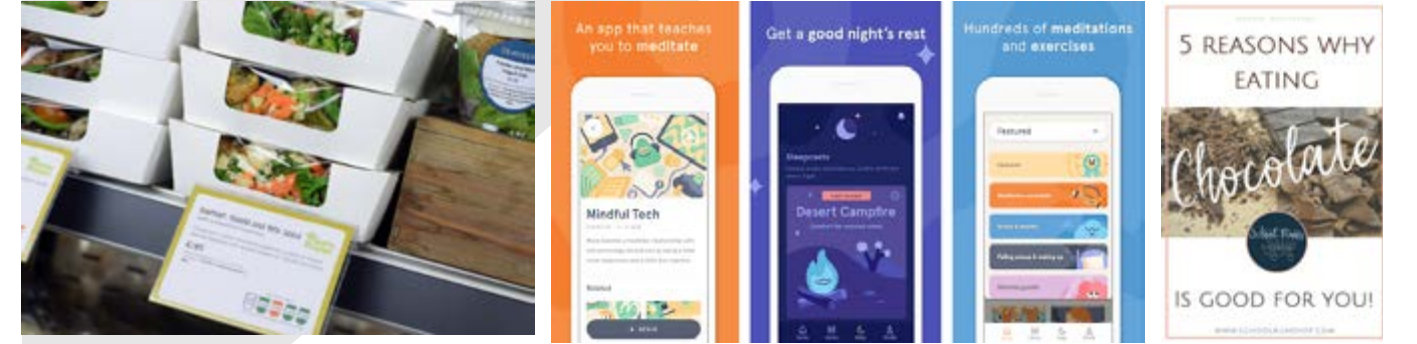
yeni nostalji

2020-2021
Sonbahar - Kış Trendleri



non-linear

NEEDS – EXPERIENCE - CHOICES



Human Connection – Searching for new experiences – New comfort & wellness
Digital Imperfection – Evolution – Creative visual perfection
Augmented Perception – Reality – Senses

YENİLENEN YENİ DÜNYA / THE RE-NEW WORLD

SÜREÇLERİ : SORGULAMA - KEŞİF - YENİ DENEYİMLER

Yeni Dünya hızla değiştikçe eğilimler de değişir, insanlar çevrelerindeki şeyleri merak eder ve sürekli yeni deneyimlere ulaşmaya çalışırlar. Bugün trendler, insanların yeni bellek deneyimlemelerine odaklanır ve alışkanlıklarını her alanda değiştirmeye başlar.

Deneyimleme süreçleri önce sorgulama ile başlar. Neyi neden yapıyoruz ve tüketiyoruz. Sonra keşif süreci başlıyor Sosyal yansımalarını görüyoruz ve yeni deneyimleri alışkanlık haline getiriyoruz.

CONSUMER BEHAVIOUR TÜKETİCİ YANSIMALARI

Yeni deyimlerin alışkanlıklara dönüşmesi, gündelik hayata göre yeni veya yenilenen ürün gruplarının ortaya çıkmasına neden oluyor. yeni olan her şey aslında tüketici ile iletişim içine giriyor ve kendi hayat döngüsünü oluşturuyor.

İnsani değerlerimiz ve ihtiyaçlarımız değişebiliyor ama hala öncelikli değişmeyen hislerimiz olabiliyor. Bu nedenle güven hissi her zaman önemini koruyor.

TRENDS



PROFILES

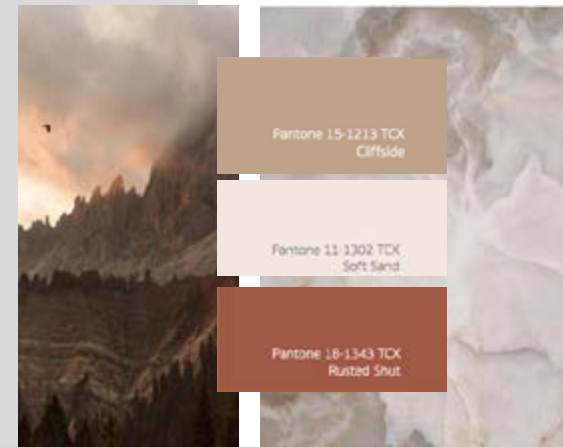
HOMESTEAD YENİ ETİK Aşırı tüketime odaklanmış, onun arkasında yatan ana eylemlere odaklanır. Kentsel çevre temel amacını belirler. Bilgi, bilim ve politik yansımalarla duyarlılığı yüksektir. Etik tüketim, çevresel kaygılar, eko sistem ve ürünler ile ilişkisini gözlemler.	INTERCOSMOS YENİ EVREN Hiper kişiselleştirilmiş yaşam tarzlarına odaklanır. Veri, kimlik ve refah ile ilgili yeni kültürel normlara odaklanır. Teknoloji, günlük ihtiyaç ve bireysel zevkler için yaşam tercihlerini belirlemede büyük rol oynar. Ahlaki ve estetik değerlerde yeni lüks, yükek kalite, esneklik ve çoklu fonksiyonel alışkanlıklar gözlemlenir.
NON-LINEAR SOCIETY YENİ DNA Gerçekleri olduğu şekilde kabul eden, içsel gücü yüksek yeni genç akım. Duyarlı ve hedef odaklı bir yaklaşım biçimine hakim. GEN Z kuşağına ait bir yaklaşım. Hem bireysel hem toplumsal duyarlılığı yüksek bir davranış biçimine hakim.	NEO-INTELLECTUAL YENİ NOSTALJİ Nostaljik yapıyı yeniden yorumlayan, geçmiş ve geleceği harmanlayan bir akım. Hibrid algıya sahip, daha olgun ve tutarlı bir yaklaşıma sahip.



A/W 2020-2021

İMA STUDIO
AYSAD

ETHICAL CONSUMPTION



HOMESTEAD



Papery leathers



Kotal Tannery

CONCEPT

#climatechange



Pantone 7547 XGC
Forest Turf

Pantone 7547 XGC
Elephant Below

Bio materials



HOMESTEAD

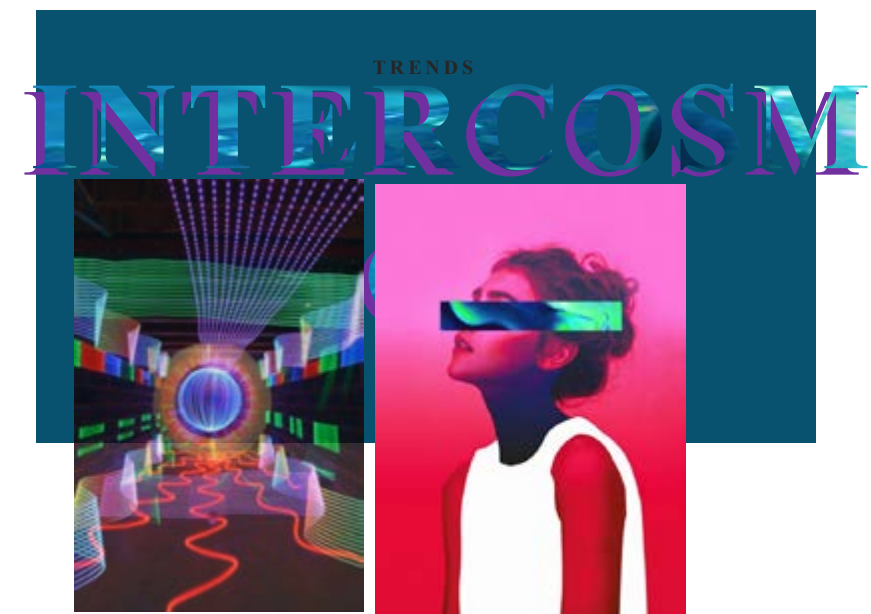
Sustainable products



#consumption
#climatechange
#oceanwaste
#textilepollution
#toxicwaste



İMA STUDIO
AYSAD



A/W 2020-2021

İMA STUDIO
AYSAD

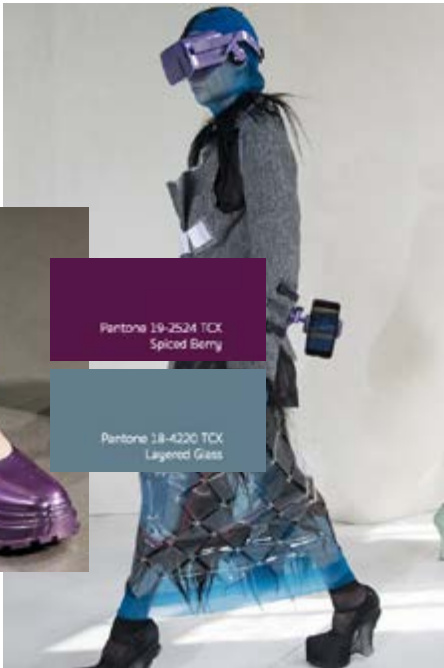
CYBER UTILITY



Pantone 19-2524 TCX
Spiced Berry

Pantone 18-4220 TCX
Layered Glass

CONCEPT



Margiela

INTERCOSMOS

INTERCOSMOS



#THREE-DIMENSIONAL



#digitalaesthetic
#universe
#hyper-realistic
#northernlights
#illusion
#spiritualism



İMA STUDIO
AYSAD

TRENDS

NONLINEAR SOCIETY

SUB-TRENDS

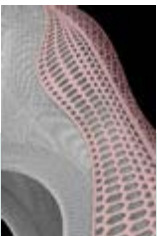


İMA STUDIO
AYSAD

A/W 2020-2021

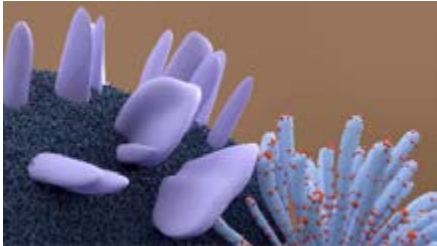
NONLINEAR SOCIETY

DETAIL



sebnemgunay

NONLINEAR SOCIETY



Wang & Söderström



IMA STUDIO
AYSAD



PLASTIC MIX



PFF-WHITE

#experteens
#young
#universe
#humonology
#empowered
#genderfluid

LIFESTYLE

#CRAFTSMANSHIP



EVORDEN

#LIMITEDEDITION



Rolls Royce -
envisioning the future

In a future where transport is commoditised - void of beauty, space and form - nostalgia will stand apart. A beacon of luxury that's distinctly modern, and yet glows with timeless glamour.

Cars will be designed more like an individual sculpture made from one seamless surface. Fluid curves sing with warmth, romance and splendour. This is a presence that proudly announces its arrival, and lights your entrance. Interior spaces are designed to be a refuge from the world - evoking a feeling of privacy, warmth and ultimate comfort.



OLD SKOOL - ANGLOMANIA

#TIMELESS
#EMBROIDERED
COTTON



Luxury craftsmanship.
Fusion of materials and intelligent
curation of technology.
Light materials.

Attention to detail, perfect execution, and exceptional service. Today's fine dining has evolved into an eclectic blend of cuisines and dining concepts.

NOSTALGIC
FUTURE

TRENDS
NEO-
INTELLECT

SUB-TRENDS

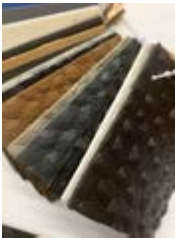
A / W 2020 - 2021



IMA STUDIO
AYSAD

NEO- INTELLECTUAL

#nostalgia
#motivation
#optimism
#inspiration



IMA STUDIO
AYSAD



Dünya standartlarının üzerinde

Sektörün lider distribütörü Erdoğan Group, 50 yıllık tecrübesi ve küresel işbirliklerinin sağladığı bilgi transferi ile tasarımcıyı, üreticiyi ve son kullanıcıyı dünya standartlarının üzerinde bir kaliteyle buluşturuyor.

Above the world standards

Through the experiences accumulated over the course of 50 years and various international collaborations, Erdoğan Group continues to be the leading distributor of footwear and leathersgoods materials by serving quality brands and products following the latest trends.

ERDOĞDU
GROUP

Akcaburgaz Mah. 3042 Sok. No: 12 Esenyurt - İstanbul / TÜRKİYE Tel : +90 212 444 9 373 Fax : +90 212 671 81 27 E-mail: bilgi@erdogdu.com

www.erdogdu.com



20-23 Kasım 2019 tarihlerinde AYSAF fuarındaki standımıza bekliyoruz. **CNR EXPO – HALL 6 / B 09**

VERBİS'e kayıt süresi yıl sonuna kadar uzatıldı



Prof. Dr. Faruk Bilir
Kişisel Verileri Koruma Kurumu Başkanı

Kişisel Verileri Koruma Kanunu kapsamında şirketlerin kayıt süresi uzatılarak reel sektöre zaman tanındı.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) ve muhtelif sektör temsilcileri tarafından Kişisel Verileri Koruma Kurumu'na yapılan talepler dikkate alındı. Bu kapsamda Veri Sorumluları Siciline kayıt sürelerinin uzatılmasına ilişkin taleplerin değerlendirilmesi neticesinde Kişisel Verileri Koruma Kurulu'nun 03.09.2019 tarihli ve 2019/265 sayılı Kararı ile reel sektöre zaman tanındı. Bu kapsamda şu açıklama kamuoyuyla paylaşıldı. "Yıllık çalışan sayısı 50'den çok veya yıllık mali bilanço toplamı 25 milyon TL'den çok olan gerçek ve tüzel kişi veri sorumluları ile yurtdışında yerleşik gerçek ve tüzel kişi veri sorumlularının Veri Sorumluları Siciline kayıt yükümlülüğünü yerine getirmeleri için belirlenen sürenin 31.12.2019 tarihine kadar uzatılmasına, bu kararın Kurum internet sayfasında duyurulması ve Resmi Gazete'de yayımlanmasına karar verilmiştir."

Kişisel Veri Nedir?

Kişisel veri, kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgiyi ifade etmektedir. Kişisel veriden söz edebilmek için, verinin bir gerçek kişiye ilişkin olması ve bu kişinin de belirli ya da belirlenebilir nitelikte olması gerekmektedir. Buna göre;

1. Gerçek kişiye ilişkin olma: Kişisel veri,

gerçek kişiye ilişkin olup, tüzel kişilere ilişkin veriler kişisel verinin tanımının dışındadır. Dolayısıyla, bir şirketin ticaret unvanı ya da adresi gibi tüzel kişiliğe ilişkin bilgiler (bir gerçek kişiyle ilişkilendirilebilecekleri durumlar haricinde) kişisel veri sayılmayacaktır.

2. Kişiyi belirli veya belirlenebilir kılması: Kişisel veri, ilgili kişinin doğrudan kimliğini gösterebileceği gibi, o kişinin kimliğini doğrudan göstermemekle birlikte, herhangi bir kayıtla ilişkilendirilmesi sonucunda kişinin belirlenmesini sağlayan tüm bilgileri de kapsar.

3. Her türlü bilgi: Bu ifade son derece geniş olup, bir gerçek kişinin; adı, soyadı, doğum tarihi ve doğum yeri gibi bireyin sadece kimliğini ortaya koyan bilgiler değil; telefon numarası, motorlu taşıt plakası, sosyal güvenlik numarası, pasaport numarası, özgeçmiş, resim, görüntü ve ses kayıtları, parmak izleri, e-posta adresi, hobiler, tercihler, etkileşimde bulunulan kişiler, grup üyelikleri, aile bilgileri, sağlık bilgileri gibi kişiyi doğrudan veya dolaylı olarak belirlenebilir kılan tüm veriler kişisel veri olarak kabul edilmektedir.

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun amacı nedir?

Uluslararası belgeler, mukayeseli hukuk uygulamaları ve ülkemiz ihtiyaçları göz önüne alınmak suretiyle hazırlanan Kanun ile kişisel verilerin çağdaş standartlarda işlenmesi ve koruma altına alınması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda, Kanunun amacı, kişisel verilerin işleme şartlarını, kişisel verilerin işlenmesinde

AKFORM
INSOLE EXPERT / İÇ TABAN UZMANI

"Akform'dan Yeni Nesil Süngerler"



Orthoflex Sünger / High Resilence Foam



Orthoflex Sünger / High Resilence Foam



Orthoflex Sünger / High Resilence Foam



Kumaş Kaplı Orthoflex



Memory Sünger



Orthoflex + Memory Sünger



60 ve 80 Dansite Kağıt Yapışkanlı



Geri Dönüşüm Sünger 180 D/Recyle Foam



Geri Dönüşüm Sünger 270 D/Recyle Foam

www.akform.com.tr

info@akform.com.tr • +90 212 - 671 72 02 (pbx)

kişilerin temel hak ve özgürlüklerinin korunmasını ve kişisel verileri işleyen gerçek ve tüzel kişilerin yükümlülükleri ile uyacakları usul ve esasları düzenlemektir. Kişinin mahremiyetinin korunması ile veri güvenliğinin sağlanması da bu kapsamda değerlendirilmektedir. Kanunla, kişisel verilerin sınırsız biçimde ve gelişigüzel toplanması, yetkisiz kişilerin erişimine açılması, ifşası veya amaç dışı ya da kötüye kullanımı sonucu kişilik haklarının ihlal edilmesinin önüne geçilmesi amaçlanmaktadır.

Kanunda hangi bilgilerin kişisel veri olarak kabul edileceğine ilişkin sınırlı sayım yoluna gidilmediğinden, kapsamının genişletilmesi mümkündür. Önemli olan verinin kişi ile ilişkilendiriliyor olması ya da onu tanımlayabilmesidir. Örneğin, takma isimler tek başına veya başka kaynaklarla birleştirildiğinde kişiyi tanımlamayı sağlayabilecek nitelikte ise bu tarz veriler de kişisel veri olarak kabul edilir. Ayrıca, sıkça kullanılan kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiyle ilişkili müşteri şikayet raporları, çalışan performans değerlendirme raporları, mülakat değerlendirme raporları gibi raporlar, ses veya görüntü kayıtları, resimler, kullanıcı işlem kayıtları gibi kayıtlar, özgeçmiş, bordro, fatura, banka dekontları, kredi kartı ekstreleri, nüfus cüzdanı fotokopileri gibi belgeler ve mektup, davet yazıları gibi yazılar/kayıtlar içinde yer alan veriler de kişisel veri olarak addedilebilir. Ancak yine de bunların kişisel veri olup olmadığı her somut olayın özelliğine göre “kişiyi tanımlayabilme” kabiliyeti dikkate alınarak değerlendirilmelidir.

KVKK Başkanı Prof. Dr. Bilir:
“Hedef veri temelli ekonomide rekabetçi olabilmek”

Konunun önemini her mecrada anlatan Kişisel Verileri Koruma Kurumu Başkanı Prof. Dr. Faruk Bilir şu mesajı veriyor: ‘Günümüzde bireylere ilişkin çeşitli veriler gelişen teknolojinin de etkisiyle her gün farklı platformlarda kolaylıkla işlenebilmekte ve aktarılabilir. Bu verilerin işlenmesi kişiler ile mal ve hizmet sunanlar bakımından bazı kolaylıklar ve avantajlar sağlasa da verilerin istismar edilme riskini de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, kişisel verileri koruyabilmek adına hukuki bir altyapının oluşturulması da zorunluluk haline gelmektedir. Kişisel verilerin korunmasının özünde kişiliğin korunması yer almaktadır. Bu açıdan bakıldığında, kişisel verilerin korunması hakkı, özel hayatın gizliliği hakkının özel bir biçimi olarak kişinin onur ve şahsiyetinin korunması ile kişiliğini serbestçe



geliştirebilmesi için bireyin temel hak ve özgürlüklerini kişisel verilerin işlenmesi sırasında korumayı amaçlamaktadır. 2010 yılında yapılan değişiklik sonucunda Anayasanın 20. maddesine eklenen fıkra ile kişisel verilerin korunması Anayasal güvence altına alınmış ve kişisel verilerin korunmasına ilişkin usul ve esasların kanunla düzenleneceği hükme bağlanmıştır. Bu kapsamda, 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu 07.04.2016 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Kanunla, kişisel verilerin işlenmesi disiplin altına alınarak sınırsız biçimde ve gelişigüzel toplanması, yetkisiz kişilerin erişimine açılması, ifşası veya amaç dışı ya da kötüye kullanımı sonucu kişilik haklarının ihlal edilmesinin önüne geçilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla, kişisel verilerin işlenmesine ilişkin denetim mekanizmaları oluşturularak, bu verilerin hukuka aykırı olarak işlenmesinin engellenmesi

hedeflenmektedir. Kanun kişisel verilerin işlenmesini sınırlamamakta, tam tersine veri temelli ekonomide daha rekabetçi bir noktada olabilmek adına kişisel verilerin işlenmesine ilişkin usul ve esasları düzenlemektedir. Diğer bir ifadeyle, Kanunda kişisel verilerin korunması hakkı ile veri temelli ekonomi arasında bir denge tesis edilmesi gözetilmektedir. Kanun, kişisel verileri işlenen gerçek kişiler ile bu verileri tamamen veya kısmen otomatik olan ya da herhangi bir veri kayıt sisteminin parçası olmak kaydıyla otomatik olmayan yollarla işleyen gerçek ve tüzel kişiler hakkında uygulanmaktadır. 100 Soruda Kişisel Verilerin Korunması Kanunu konulu çalışma, kanun ve gerekçesi çerçevesinde hazırlanmış ve bu konuda soru cevap yaklaşımıyla ilgililere faydalı olunması amaçlanmıştır.”

Kaynak: kvkk.gov.tr



AKERTEK Tekstil Ayakkabı Sanayi ve Ticaret A.Ş.
444 9 172 | info@akertek.com | www.akertek.com

“Kişisel verilere uyum süreci VERBİS’ten ibaret değil”



Avukat – Arabulucu Fırat Barış Kavlak, reel sektörün uyumunun titiz bir çalışma gerektirdiğine dikkat çekerken, meseleyi VERBİS’e kayıt sürecine indirmenin büyük bir hata olacağını söyledi.

Reel sektörün Kişisel Verileri Koruma Kanunu’na uyum süreci 2016 yılından beri yasal düzenlemenin sınırları çerçevesinde devam ediyor. Süre kısıtlaması bakımından iş dünyası VERBİS kaydına odaklandıysa da, cezalar ve yaptırımlar içeren bu uyumun gerçek hali bununla sınırlı değil. Peki ne yapacağız? Kavlak Avukatlık Bürosu Kurucu Ortağı, Avukat – Arabulucu Fırat Barış Kavlak anlattı. Kişisel verinin, gerçek kişilerin özel hayatıyla ilgili sahip olduğu özel bir hak olduğunu belirterek sözlerine başlayan Kavlak, konuşmasını şöyle sürdürdü:

“1995 yılında Avrupa Birliği’nde yürürlüğe girmiş olan bir direktifi 2016 yılında biz de kendi mevzuatımıza aldık. Anayasa’nın 20. Maddesi’nde yer alıyordu ama kanunumuz yoktu. Bu kanunla ve kurumun da kurulmasıyla birlikte süreç şirketler bazında da önem kazanmaya başladı. Şu an kurum uzman ve üyeleri

teki tüm adımlara kadar her aktivitenin bu sisteme uyum sağlaması gerekiyor. Kanun çok net ve işin hukuki tarafı olduğu kadar teknoloji tarafı da var. Verilerin korunması anlamında şirketlerin alması gereken zorunlu önlemler söz konusu. Şirketin büyüklüğüne göre zaman alan bir işlem den söz ediyoruz. Öncelikli kısım, işin ilkelerini anlamak. Sonrası daha rahat oluyor. Çalışanlarınıza vereceğiniz farkındalık eğitimleri bu konuda önem kazanıyor. Kurum da bu eğitimlerin her sene tekrarlanmasını, güncellenen bilgiler ışığında yapılmasını istiyor.”

En önemli anahtar veri toplama

Her şirketin kendi konusuyla ilgili veri toplayıp, kullandığını belirten Kavlak, uygulamadaki püf noktalarını şu sözlerle dile getirdi:

“Veriyi sınırlı toplama en önemli kriter. Herkesin veri istenmesini sorgulama hakkı var. Kanunun 11. Maddesi gerçek kişilere bu hakkı tanıyor. Şirketlerin gerçek kişinin ‘benim verim var mı’ sorusuna 30 gün içinde cevap vermesi gerekiyor. Sadece bu süre içinde bile cevap vermezseniz, şikayet halinde kurum 5 bin TL para cezası kesiyor. İş dünyasının, güncellenen bilgiler nedeniyle kurumun kvkk.gov.tr sitesini sürekli takip etmesini öneririm. Orada her türlü bilgi, anlaşılabilir dilde var. Burada reel sektörün en büyük hatası, meselenin sadece B2C olduğunu düşünmesinde ortaya çıkıyor. Birçok şirket tüketiciye dokunmadığı ya da direkt nihai tüketici ile ilişkide olma-

le birlikte çalıştaylar yaparak, şirketlerle, insanlara konuyu anlatmaya çalışıyor. Şirketlere uyum projeleri gerekiyor. Burada önemli olan farkındalığın oluşturulması. İş yapış şekillerinden ticaret-



Mumlu Saraç İpliği

Mumsuz Saraç İpliği

Bijuteri Mumlu İpliği

Yarı Mumlu Saraç İpliği

Vardola İpliği

Stor Perde İpliği

Mobilya Mumlu Dikiş İpliği



diği için kendisini bu işin dışında zannediyor. Her şeyden önce B2B tarafında çalışan işçileriniz var. İşçilerinizin verilerini de korumanız, kanuna uygun olarak işlemeniz gerekiyor. İkincisi çalıştığınız tedarikçiler var. Burada kanun sizi bağlıyor. Katıldığınız fuarlar, organizasyonlar kapsamında da yine sizleri bağlayan noktalar mevcut. Taşeron bile kullanıyorsanız, o şirketle sisteme uyum sağlamanız lazım. Mesela servis kullansanız, o şirketle ilişkinizi buna uyumlu hale getirmeniz gerekir. B2B’de bazen çok daha fazla veri bile söz konusu olabiliyor. Herkesi, küçük büyük tüm firmaları ilgilendiriyor. Kanun VERBİS dediğimiz bir sicil oluşturdu. Şirketlerimizin kişisel verilerini kaydetmemiz gereken bir sistem. Süre Eylül sonuydu. Düzenlemeyle 2019 sonuna kadar süre uzatıldı. Orada çalışan sayısı 50’nin üzeri veya cirosu 25 milyon TL’nin üzerinde olan şirketlere VERBİS için zorunluluk getirdi. Kamu kurumları için 2020 yılında yapılacak. Ama şu nokta karıştırılıyor. VERBİS’e kayıt olma zorunluluğu getiren kriterlerle, KVKK’ya uyum aynı şey değil. 50 kişinin ya da cironun altında olsanız da kanuna uyum göstermeniz lazım. VERBİS sadece bir sicil çalışması. Süreci oluşturan bir dizi maddeden sadece biri. Onu yapmasanız da diğerinden sorumlusunuz. Bu süreç çoktan başladı. Denetime gelse ve uyumsuzluğunuzu görse, kurum size ceza kesebilir.”

Yol haritası ne olmalı?

Avukat – Arabulucu Fırat Barış Kavlak’a “Esnaf da olsanız; sanayici de olsanız uyum göstermezseniz başınıza ne gelir” diye sorduktan sonra, çözüm adına yol haritasını da anlatmasını istedik. Kavlak, bir kaç tür yaptırım olduğundan söz ederek şunları söyledi: “Bunlardan biri

idari para cezası. 1 milyon TL’ye kadar ilgili süreçlerini tamamlamayan, dürüst davranmayan şirketlere cezalar kesilebiliyor. Türkiye’de en yüksek ceza 1 milyon 650 bin TL ve bundan yine üç ay sonra 1,6 milyon TL daha olmak üzere facebook’a kesildi. İhlal sayısı arttıkça ceza 5 milyon TL’ye kadar ulaşabilir. İşin bir de Türk Ceza Kanunu tarafı var. Kötü niyetli bulunursa bir yıldan dört yıla kadar hapis cezaları söz konusu. Yani kasit varsa, TCK kapsamında suç teşkil ediyor. Üçüncüsü de kurum verdiği cezayı sitesine koyuyor ve teşhir ediyor. Bu da firmaya manevi ceza anlamına geliyor. Belki de iş yaptığınız yerler verileri koruyamadığınız için sizinle çalışmayacak. Belli sektördeki büyük şirketler tedarikçilerine bunu sormaya başladı. Uyum projelerinde aslında ucu açık gözüken tüm yapıyı birbirine bağlıyoruz. Veri sorumlusu ile veri işleyen arasında bir sözleşme yapılması gerekiyor. Konu çok teknik ve soyut kavramlardan oluşuyor. Uyum süreçlerinde herkesin iş alanıyla bunu somutlaştırması sağlanıyor. Çalışacak adayla görüşürken bile isteyebileceğiniz, isteyemeyeceğiniz bilgiler var. Adayı mesela şirkete girdiği anda güvenlik kamerası işliyor. Bu konuda bile o adaya bilgi vermeniz gerekir. Yine örneğin aday referans vermiş. O üçüncü kişinin izni var mı? Onun için bile ayrı prosedür bulunuyor. Sadece İK’dan örnek verdim. Bunu her alana yayabiliriz. Reel sektör bu süreç kesinlikle hazır değil. Yolun çok başındayız. Tam uyum adına ülkece en az 5 senemiz var. Bunlar dijitalleşmenin sonuçları. Dijital anlamda dönüşümde de verileri saklarken, işlerken, kullanılırken kanuna uygun yapmalıyız. Hazır değiliz, ama hazır olmalıyız. Bir süreç gözüküyor ama kanun yürürlükte. Kurum da zaten şu an ceza kesme eğiliminde değil. Yani

süreçteki yerinizi, iyi niyetinizi görmeye çalışıyor. Ama hiçbir şey yapmamışsanız, durum farklı. Kurum direkt denetime de gelmiyor. Şikayet üzerine hareket ediyor ve daha çok işin uyum sürecine önem veriyor.”

Uyuma karar veren işletme ne yapacak?

“Şirketlerde uçtan uca uyum projesi var. Birinci faz farkındalık süreci. Şirketin çalışanlarına farkındalık eğitimi veriliyor. Kanunu basite indirip, iş süreçlere ilişkin çalışanlara süreç anlatılıyor. Eğitimde sonra bir sınav yapılıyor. Aslında bunlar bir denetim geldiğinde ispata da yarayan süreçler. Sınavdan sonra, sürecin takibi ve projenin hızlı gitmesi için şirkette bir komite kuruluyor. Bundan sonra birimlerle bire bir toplantı yapıp, ilgili bilgilendirmeyle takvimi oluşturuluyor. Sonraki ikinci faz bu işin omurgası. Şirketteki tüm birimlerle toplantı yapıp, her birimin sahibi olduğu kişisel veriler tespit edilip, şirketin envanteri çıkarılıyor. Envanter oluştuktan sonra ödevler veriliyor. Tedarikçilerle, çalışan firmalarla yapılan sözleşmelere bakılıyor. Bunlara ek protokoller yapılıyor. Bu verilerin tutulmasını sorgulayacak bir politika oluşturuluyor. Silinmesi gereken gereksiz verilerin silinmesi ile veriler minimize ediliyor. Tüm bu süreçlerde IT ya da bilgi işlem kısmı çok önemli. Üçüncü faza geçildiğinde şirketin politika ve prosedürlerin oluşturulması gündeme geliyor. İstihgal konusuyla ilgili departmanların, işleyiş biçimi kanun kapsamına uygun hale getiriliyor. Konuyu ciddiye alan bir şirkette ortalama 2 – 3 ayda işi bitirebilirsiniz. Ama bir sene ve daha fazla süren projeler de oluyor. Yine hatırlatayım: VERBİS sadece sürecin bir maddesi. KOBİ’ler için en önemli başlık VERBİS olmasa da, kanuni açıdan uyum şart. Bu konunun anahtarı da çalışanlarını eğitmek. Piyasadaki eğitimlerden ve kurumun sitesinden yararlanılabilir. Her şirket görevli bir kişiyi atсын. Bu kişi eğitimleri, kurumu takip etsin. Uzmanlaşması ve istihgal konusuyla ilgili verileri anlaması ve orada uzmanlarla uyum içinde çalışma sürecini başlatması gerekiyor. KOBİ’lerin VERBİS anlamında zorunlulukları yok. Ama uyum için zorunlular.” Avukat – Arabulucu Fırat Barış Kavlak’a röportajımızın sonunda şirkette sorunu halletsek de, tedarikçinin nasıl ikna edileceğini sorduk. Kavlak sözlerini şöyle tamamladı: “Burada çatışmalar oluyor. Ama bence hiç müşterinizle kötü olmayın. Sözleşmelerde hukukçularınızla hareket edin.”

EKOplast
PLASTİK PROFİL
SAN. VE TİC. LTD. STİ.

bi' bakmak lazım
take a look!
Надо посмотреть

AYAKKABIYI KONUŞTURAN VARDOLA...
The right Welt which meets the soul of your shoes

We will try our best
Elimizden gelenin en iyisini yapacağız
Мы сделаем все то, что в наших силах

Excellent
En Mükemmel
Самые лучшие

Exclusive
En Özeli
Особенные

Nice
En Güzeli
Самые красивые

www.ekoplastikprofil.com

ŞUBE: Aymakoop Sanayi Sitesi C Blok No: 23 İkitelli/İstanbul
FABRİKA: Esenler Mah. Muhsin Yazıcıoğlu Cad. No: 49 Pendik/İstanbul
T: 0216 583 03 68 - 69 F: 0216 597 04 05 - info@ekoplastikprofil.com - selahattin@ekoplastikprofil.com

Dijitalleşme iş dünyasında taşları yerinden oynatacak



Dünyanın en ücra köşelerine internet bağlantısının taşınıyor olması, yazarak haberleşen ve soruları yanıtlayan robotların kullanılmaya başlanması, elektrikli otomobiller, kendini onarabilen malzemeler gibi yeni gelişmeler ülke ekonomilerini yeniden şekillendiriyor.

Dünya ekonomisinin önemli aktörleri teknoloji alanında çalışmalar yürütüyor. Teknolojideki bu gelişmeler, başta sanayi üretimine ve KOBİ'lere olmak üzere toplumsal ve ekonomik etkileriyle dikkat çekiyor. İnovasyon Düşünürü ve Tasarım Mimarı Ateş Öztan, gelecek 20 yıl içerisinde iş dünyasını ve toplumsal hayatı etkileyecek olan gelişmeleri şöyle açıklıyor:

İş hayatındaki tanımlar tamamen değişecek

Tüm ekonomik ve sosyal hayatımız yeniden düzenlenecek. Bu düzene yaratıcılığa ve teknolojiye hakim olanlar yön verecek ve geleceği şekillendirecek. Bu değişimi takip eden ve ona ayak uydurabilenler yeni düzenin imkanlarından yararlanacak. Ayak uyduramayanlar hızla yok olacak veya geçiş dönemi hizmetlileri olarak kalacak.

Fabrikalar küçülecek

Seri üretim yerine daha az ve kişiye özel üretim yapılacak. Büyük fabrikaların yerini, fikirleri daha hızlı ürüne çevirecek esnek ve dinamik fabrikalar olacak. Bu durumda büyük fabrikaya gerek olmayacak. Fabrikalar ve tasarım merkezleri birbirleriyle dijital olarak bağlanarak, zor ve karmaşık işleri ortaklaşa üretecekler.

İşleri bilgisayar ya da robotlar yapacak
Şirketler katma değer yarattıkları faaliyetlerinin dışında kalan tüm işlerini ya dışarıdan hizmet olarak alacaklar ya da bilgisayar sistemleri, robotlarla yapacaklar.

Teknolojiyi takip edenler ile yenilik yapabilenler kâr edecek

Hiçbir fikir veya ürün artık onlarca yıl ilgi görüp üreticisine kazanç sağlamayacak. Dünya çapında insanların ilgisini çekecek yeni fikir üretenler ve bu fikirleri hızla ticari ürüne çevirip hayata geçirebilenler kar edecekler.

İnsan hayatı için tehlike arzeden işlerin hepsini robotlar yapacak

Robotların kullanımı arttıkça şirketler tehlikeli işlerde çalışacak personel bulmakta zorlanacaklar. Bu alanlara çözüm üreten firmalar büyüyecek, çözümler arttıkça devletler bu alanlarda insan kullanımına daha fazla sınırlama getirecekler.

Borç alacak ilişkisi dijital ortama geçecek

Her geçen gün nakit para akışı ve borç alacak ilişkisi dijital ortama geçecek. El-den para alışverişi sona erecek. Kazancını kayıt dışından yapan işletmeler sürekli küçülecek. Kurumsallaşma ve büyüme imkanları olmayacak.

Sanal gerçeklik günlük hayatımızın bir parçası olacak

İş hayatında; ürün tanıtımı, müşteri ilişkileri, müşteri-bayi toplantıları gibi fiziki olarak bir araya gelmeyi gerektiren tüm faaliyetler sanal ortamlarda yapılacak. Ürünlerini sanal ortama taşıyan ve bunları etkili ve hızla yaygınlaştıranların satışları artacak.

Risk değil fırsat

KPMG'nin 2018 Küresel Üretim Sektörünün Geleceğine Bakış raporu sonuçlarına göre, CEO'lar şirketlerini dijital geleceğe taşımak için hazır ve harekete geçmiş olsa da yüzde 70'i büyük şirketlerin bu yönde ilerlemesi için gereken sürenin ür-kütücü olduğunu düşünüyor. Araştırmadan çıkan başlıklar şöyle:

Yeni para birimi: Çeviklik

Küresel üretim sektörü CEO'ları değişim ve büyümeye yönelik fırsatlar konusunda olumlu ve CEO'ların yüzde 95'i 4. Endüstri Devrimi'ni tehdit değil, fırsat olarak görüyor.

CEO'ların üçte ikisi, şirketinin işletme modelinin radikal dönüşümüne liderlik etmeye hazır olduğunu belirtirken, her 10 CEO'dan 7'si dijital dönüşümden sonuç alma süresinin bunaltıcı olduğunu söylüyor.

CEO'ların yaklaşık üçte ikisi çevik bir şekilde hareket etmeyi iş dünyasının yeni

kuralı olarak görüyor ve "Çeviklik iş dünyasının yeni para birimi, çok yavaş kalırsak iflas ederiz" diye düşünüyor.

Çalışan sayısı artacak

Araştırma sonucu, üretimde işgücünün parlak bir geleceği olduğunu söylüyor. CEO'ların yüzde 66'sı yapay zekanın yok edeceğinden daha çok iş yaratacağı konusunda hemfikir ve aynı oranda kişi, veri bilimcilerin üretim alanında en çok talep edilen uzmanlar olacağını tahmin ediyor. Yüzde 50'si kestirimsel analitiğin trendleri kestirmekteki becerisine güven duymuyor. Yapay zeka ise CEO'lar tarafından maliyet tasarrufu yerine bir stratejik fayda olarak görülüyor.

Siber saldırı büyük risk



Endüstriyel üretim CEO'larına göre, siber saldırılar kaçınılmaz. Siber güvenlik endişesi üretim sektöründe diğer sektörlerle göre daha yüksek. Sektör CEO'larının yalnızca yüzde 50'si siber tehditlere hazır olduğunu düşünüyor.

Küreselleşme hem fırsat hem tehdit

CEO'ların yüzde 55'i, ülkeselliğe dönüşüm sektörünün büyümesi önündeki en büyük tehdit olduğuna inanıyor ve günümüzdeki jeopolitik belirsizliklerin, diğer sektörlerle kıyasla üretim sektörü üzerinde eş görülmemiş derecede endişe verici bir etkiye sahip olduğunu belirtiyor. Diğer yandan, Doğu Avrupa, Orta Amerika ve Asya Pasifik başta olmak üzere gelişmekte olan pazarları önümüzdeki iki yıl için bir büyüme kaynağı olarak görüyor.

Şirketlerin yüzde 44'ü üç yıl içinde iş modellerini değiştirecek



Teknoloji bu kadar hızlı gelişip, önüne gelen her şeyde mutlak bir değişime yol açarken CIO'ların işleri de zorlaşıyor. CIO'ların öncelikle çalıştıkları kurumun değişime hazır olduğundan ve dijital dönüşümle ilgili her şeyin öngörülmüş ve planlanmış olduğundan emin olmaları gerekiyor. Dijital dönüşümden önce CIO'ların sorumlulukları o kurumun BT altyapısını ve operasyonel sistemlerini yönetmekti. Şimdi ise, bulut teknolojilerinin iş birimlerinde nasıl kullanılabilceği, veri analizi ve üretilen verilerden faydalı sonuçların nasıl şirket iş modeline dönüştürüleceği gibi konular bu yöneticilerin en stratejik hamleleri haline geliyor. KPMG tarafından yapılan

araştırmadan çıkan verilerin yorumlanması bunlarla da sınırlı kalmıyor. Araştırmamızın teknoloji sektörünün tamamını etkileyen kilit konulara ışık tuttuğunu belirten PEAKUP CEO'su Ahmet Toprakçı'nın değerlendirmeleri şöyle: "CIO'ların yüzde 84'ü geleneksel BT dışındaki iş alanlarının sorumluluğunu taşıyor" Verilere bakıldığında üst düzey CIO'ların en az yüzde 84'ü, geleneksel BT dışındaki iş alanlarının sorumluluğunu taşıyor. Araştırmalar, başarı kriteri hakkında soru sorulduğunda, performans ölçümlerine daha fazla odaklanmanın yerine iş sonuçlarına odaklanmanın daha verimli olduğunu gösteriyor. Bu yüzden dijital iş yeri ne kadar olgun olursa, CIO'nun CEO'ya rapor verme olasılığı da o kadar yüksek oluyor.

"Bulut teknolojilerine duyulan güven artıyor"

Günümüzde bulut teknolojileri, daha yaygın kullanılıyor. Yıllar içerisinde yaygınlaşan bulut teknolojilerine bakış açısının da giderek değiştiği gözlemlenirken; veriler kuruluşların, bulut teknolojilerini kullanma konusunda son üç yılda daha fazla güven duyduğundan yana. CIO'lar bu konudaki gelişmelere yakın durmalı.

"Beş yıl içinde sektörlerin iş gücü, yapay zeka veya otomasyon ile değişecek"

2017-2019 yıllarını kapsayan ve 108 ülkede yer alan 3 bin 645 BT yöneticisinin dahil olduğu veriler, teknoloji trendlerini ve bu alanlarda karşılaşılabilecek en büyük beceri eksikliklerini ortaya koyuyor. Rapora göre, en yeni teknoloji yatırım eğilimini; IoT (Nesnelerin İnterneti), on-demand platforms, robotic proses

automation (RPA), AI (Yapay Zeka) ve machine learning (Makine Öğrenmesi) oluşturuyor. Günümüzde kurumların en az beşte biri, bu teknolojilerden birine sahip ve önümüzdeki dönemlerde de bu alanların büyümesi ve işletmelerin yatırımlarını sürdürmeleri bekleniyor. Bu da CIO'ların da önümüzdeki dönem iş listesinin başında bunların yer alacağını gösteriyor.

İş modelleri üç yıllık süre zarfında değişecek

Rapordan çıkan sonuçlara göre, kuruluşların yüzde 44'ü üç yıl içinde iş modellerini değiştirecek. Bu yıl diğer yıllara göre en büyük yatırımların teknolojiye yapıldığı yıl oldu. Görülüyor ki; genellikle şirketlerinin iş gücünün yaklaşık yüzde 10'unun

beş yıl içinde yapay zeka (AI) tarafından değiştirileceğine inanılıyor. Bu da demek oluyor ki; yapay zeka ve siber güvenlik, çalışanların daha fazla beyin gücü gerektiren işleri yapmasını sağlayacak. Yapay zeka uygulamalarını ağırlıklı olarak müşteri deneyimini arttırmak ya da sahtekarlıkla mücadele etmek için kullanan CIO'ların yüzde 95'i ayrıca siber güvenlik tehditlerinin artmasını beklese de sadece yüzde 35'inin bu alanda yatırım yaptıkları paylaşıyor. Ankete katılanların hem fikir olduğu en yaygın problem, bu teknolojilerin, özellikle de yapay zekanın gerektirdiği yeni yeteneklere sahip insan kaynağının bulunmaması. Bunun yanı sıra 'İş zekası ve Analitik' hala listedeki en üst noktayı koruyor ve en iyi performans gösteren BT liderleri, bu alanı stratejik

olarak değerlendiriyor. Çünkü veriler, dijital ürün ve hizmetlerin yaratılması, sunulması konusunda en önemli yönlendiricidir. Kullanıcı etkileşimleri bağlamında da bilgi akışı, tüm taraflar için daha iyi katılım ve değer yaratmaya yol açıyor.

Yeni eğilimler ve insan kaynağında oluşan 9 yetenek eksikliği

Araştırmada öne çıkan bir başka önemli değerlendirme de yeni eğilim becerileri ve insan kaynağında oluşan yetenek eksiklikleri. Bu eğilim ve eksiklikler sırasıyla şu şekilde: Güvenlik ve Dayanıklılık, Teknik Altyapı Mimarisi, Proje Yönetimi, Yazılım, İş Analitiği, Kurumsal Altyapı Mimarisi, Siber Güvenlik, Yapay Zeka, Büyük Veri-Analitik. CIO'lar ekiplerini oluştururken bu yeteneklere dikkat etmelidir.



Gelişen teknoloji, iş dünyasını şekillendirmeye devam ediyor. KPMG tarafından yapılan "Geleceğe Hazır Dijital Liderler Olmak" adlı araştırma, gelecekte yaşanması öngörülen değişimlerin neler olacağına dair ipuçları veriyor. Türkiye'nin 860. Ar-Ge merkezine sahip PEAKUP'ın CEO'su Ahmet Toprakçı KPMG'nin global sitesinde yayınlanan bu önemli araştırmayı değerlendirdi. Toprakçı'ya göre; görev tanımları tamamen değişen CIO'lara çok büyük işler düşüyor. CIO'lar gelecekte şirket stratejisini yöneten en önemli birimler haline gelecek. Ve şirketlerin neredeyse yarısı iş modellerinde değişikliğe gidecek.

“Yönetimde 4.0’a geçmekten başka çare yok”



TÜSAYDER – Satınalma Yöneticileri ve Profesyonelleri Derneği Genel Sekreteri Dr. Sevgi Yılmaz, dijitalleşen dünyada yönetim yaklaşımlarının da buna uymak zorunda olduğunu belirtti ve “İflasların en büyük nedeni alınan yanlış kararlar” dedi.

ABD’nin Princeton Üniversitesi mezunu Satınalma Yöneticileri ve Profesyonelleri Derneği Genel Sekreteri ve Yönetim Bilimleri Uzmanı Dr. Sevgi Yılmaz, ‘Yönetim 4.0’ kavramını geliştirerek, şirketlerin ekonomik krizle mücadele ve sağlam stratejik kararlarla uzun yıllar ayakta kalması yöntemlerini bilimsel olarak açıkladı. “4.0 kavramı literatüre Endüstri 4.0 aracılığıyla girmiştir. 4.0 dendiğinde ise aklımıza direkt olarak dijitalleşme gelmektedir. Bu nedenle bahsedeceğimiz dijital yönetim kuramı da direkt olarak dikkatleri çekecektir” diyen Yılmaz sözlerini şöyle sürdürdü: “Ortalama her 10 yılda bir irili ufaklı kriz yaşayan ülkemizde kalıcı şirketlerin/ markaların olması için yukarıda bahsettiğimiz Yönetim 4.0 yani dijital yönetim kuramı şirketlerin geleceği için hayati önem teşkil etmektedir. Son dönem yaşanan iflasların yüzde 60’lık kısmının alınan yanlış stratejik kararlar neticesinde olduğu ortaya çıkmıştır. O sebeple bugün hiçbir şirket yanlış kararlar alıp pardon deme lüksüne sahip değildir. Daha önce yaptığımız araştırmalarda

Satınalma 4.0 ile satınalmanın dijitalleşme yolculuğundan bahsetmiştik. Yeni geliştirdiğimiz kuramda şirketlerdeki tüm kavramları işin içine soktuk. Bugün operasyonel maliyetleri ciddi boyutta azaltmak şirketler için hayati anlam ifade ediyor. Stratejik kararların sağlıklı ve doğru verilerle alınmasını sağlamak, pek çok şirketi batma noktasına getiren yanlış kararların alınmasını (yaptığımız istatistiki verilere dayanarak) yüzde 40 oranında düşürecektir. Bu da şirketler için inanılmaz bir kazanç anlamına gelmektedir. Yönetim 4.0 teorisi, dört ana esastan ve buna ait yedi alt esastan oluşmaktadır. Ana Esaslar; Operasyonel, Stratejik, Uygulama ve Sürdürülebilirlik esaslarına dayanmaktadır. Bugün Operasyonel Dijitalleşme kısmında hemen hemen her kesimin bir fikri mevcut. Bu da şirketlerin ana konularının dijitalleşmesi anlamına gelmektedir. Burada kastedilen şirketin ana kolları olan Satınalma-Lojistik, Satış-Pazarlama, İnsan Kaynakları, Finans ve Üretimin dijitalleşmesidir. Hepsi kendi içerisinde kendi esaslarına sahiptir ve Yönetim 4.0’ın ana esası olan stratejik kuramın altyapısını oluşturmaktadır.”

“Sağlam stratejilere sahip olan şirketler ayakta kalacak”

“Ciddi manada operasyonel maliyeti düşürerek çok sağlam veri analizleri elde etmemizi sağlamaktadır. Yönetim 4.0’ın en önemli ana esası Stratejik Dijitalleşmedir. Bunun manası geçmiş dönem verilerinin gelecek dönem verileri ile entegre olmasıyla şirketin stratejik yol haritasının belirlenmesidir.

sinde olduğu ortaya çıkmıştır. O sebeple bugün hiçbir şirket yanlış kararlar alıp pardon deme lüksüne sahip değildir. Daha önce yaptığımız araştırmalarda

Elit

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

EN YENİ VE TREND SEÇİMLERİN ADRESİ

GIARDINI dünyanın her yerinden çeşitli pazarlar ve şirketler için mikrofiber ve poliüretan sentetik deri üretir. **GIARDINI**, moda ürünlerinde (nefes alabilir ve emici astarlar, dijital baskılı mikrofiberler) spor ve teknik ürünler (yüksek teknoloji mikro fiberler) konusunda uzmanlaşmıştır. Gelişmiş üretim teknikleriyle beraber, müşterilerimizin beğeni ve ihtiyaçlarını karşılayabilme becerisi, **GIARDINI**’yi ideal partner haline getirmektedir.

LTA srl, ayakkabıların her türlü ihtiyacına ve her türlü ayakkabı yapımına uygun olarak tasarlanmış, dokunmamış kumaş ve köpüklerden yapılmış bir dizi teknik ürün sunmaktadır. İş güvenliği ayakkabıları, erkek ve kadınlar için şık ayakkabılar, spor ayakkabısı, dağ botu veya kar botları, ev terlikleri için: teknolojik olarak yapılan ve yılların deneyimine dayanan ve sürekli bir çözüm için test edilmiş kaliteli malzemelerden oluşan eksiksiz bir ürün yelpazesine sahiptir. Spor ayakkabılar için hazır sayalar, her kategoriden ayakkabı için işlevsel taban astarları **LTA srl**’nin sunduğu ürünler içerisinde mevcuttur.

Her türlü ayakkabı imalatçısının fort, bombe, takviye malzeme ihtiyacını karşılayabilecek geniş ürün yelpazesine sahiptir. Ayakkabınıza esneklik, rahatlık, dayanıklılık sağlarken tasarımınızla mükemmel uyumluluk gösterir.

Sanayi Mah. Erkaya Sok. No: 7 Güngören - İstanbul Tel: 0212 556 32 39 Fax: 0212 556 32 14
www.elitmakina.com - info@elitmakina.com

Eğer bir şirket operasyonel dijitalleşme serüvenini tam olarak tamamladıysa bu bölümde hata yapma olasılığı çok düşüktür. Dolayısıyla sağlam verilere sahip olan bir yöneticinin hayati kararlar alması gereken durumlarda hata yapma olasılığı da çok azdır. Geçmişte ve gelecekte sağlam stratejilere sahip olan şirketler yüz yıllar boyunca ayakta kalacaklardır. Şirket stratejilerinde en önemli konulardan biri benchmarking'tir. Yerelde ve globalde rakiplerini takip eden şirketler piyasa gelişiminden uzakta kalmaz müşterisine karşı vermesi gereken refleksleri zamanında vererek rakiplerine fark atarlar. Bunun manası piyasada devamlılıktır. Tek bir veri ile rakibin önüne geçme olasılığınız artacaktır."

"Veri güvenliğini ihmal etmeyin"

"Yönetim 4.0'ın en önemli kısmı uygulamadır. Uygulama esasları kendi içinde çeşitli dallara ayrılır. Ama en önemli uygulama esasları sadece üst yönetime ait kodlamalardır. Bunun manası sistem içinde belli verilere ve raporlara sadece üst yönetimin ulaşmasıdır. Stratejik hamleleri yaparken veri güvenliği hayati önem arz etmektedir. Bu sebeple kodlama her şirketin kültürüne ve ulaşmak istediği stratejik hedeflere göre dizayn edilmelidir.

Yönetim 4.0' da bahsettiğimiz 4. ve son ana esasımız sürdürülebilirliktir. Bunun anlamı alınan kararların uygulama esaslarına göre sürdürülebilirliğinin sağlanması ve yine belli kodlama şekilleri ile işlem yapılması şirket içinde çift kontrol şekli ile sistemin sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır."



3GEN

TABAN VE AYAKKABI YAN SANAYİ
VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ.



Faylon Kauçuk



Faylon TPR



Faylon TPU



Eva



Faylon



Faylon Air Tube



Terlik

 Beylikdüzü OSB 2. Cd. No:5
Beylikdüzü - İSTANBUL

 +90 212 876 00 27

 bilgi@3gen.com.tr

 www.3gen.com.tr

“Dijital dönüşüm seçenek değil yapılması gereken bir zorunluluktur”



ENOSAD – Endüstriyel Otomasyon Sanayicileri Derneği Başkan Yardımcısı Dr. Hüseyin Halıcı “KOBİ’ler için özel bir yaklaşıma ihtiyacımız var” dedi.

“Bilişim ve iletişim teknolojilerini de kullanarak üretimde tamamen insandan bağımsız akıllı üretim şeklini Endüstri 4.0 olarak değerlendirebiliriz. Diğer bir deyiş ile Endüstri 4.0 akıllı sistemleri, yapay zeka uygulamalarıyla destekleyerek bir otonomi sistemi olarak görebiliriz. Endüstri 4.0 iş ve yaşam şekillerine birçok yenilik getirecek, ancak geçiş döneminde bazı zorluklar da yaşanacak. Geçiş döneminde karşılaşılabilecek zorlukların en başında doğru uygulamanın yapılması geliyor. Çünkü konu sadece Türkiye’de değil dünyada da yeni olduğu için doğru çözümü bulmak ve uygulamak kolay değil. Endüstri 4.0 temelinde Mekanik & Robot, Elektrik & Otomasyon, Bilişim & İletişim bileşenlerinden oluşuyor. Bu bileşenlerden birinin eksik olması ve/veya birbiri ile tam uyumlu olarak çalışmaması durumunda doğru çözümün olmadığı bilinmeli. Söz konusu bileşenleri dikkate aldığımızda, Endüstri 4.0 akıllı sistemlerini yapay zeka uygulamalarıyla destekleyerek bir otonomi sistemi olarak görebiliriz.

Dijitalleşme ve Endüstri 4.0’a geçiş önemli.

Dijital dönüşüm bir seçenek değil yapılması gereken bir zorunluluk. Dolayısıyla sanayimizin, Dijitalleşme ve Endüstri

4.0’a geçişi kesinlikle öncelikli hedefi olmalı.

Aksi halde sanayimiz Endüstri 4.0 ile üretim şekline dönen ülkeler ile rekabet edemez duruma gelerek bir daha hiçbir şekilde bu firmalar seviyesine ulaşamayabilir. Türkiye gibi emek yoğun ülkelerde üretimde Endüstri 4.0’a geçiş sürecinde elbette mutlaka dikkat edilmesi gereken noktalar var. Öncelikle kamu, özel sektör, milli eğitim (üniversiteler) ve STK’ların bir araya gelerek çözüm oluşturmaları gerekiyor. Çünkü Dijitalleşme ve Endüstri 4.0 temelinde insan var.

KOBİ, dönüşümde en önemli başlık

Türkiye’de ekonomiyi oluşturan firmaların büyük çoğunluğunun KOBİ statüsünde olmasından dolayı KOBİ’ler için özel bir yaklaşıma ihtiyacımız var. Kritik önem taşıyan KOBİ’ler için Dijitalleşme ve Endüstri 4.0’a geçişlerini kolaylaştırıcı düzenleme, teşvik ve stratejiler oluşturarak ilerlemek zorundayız. Çünkü Dijital Dönüşüm ve Endüstri 4.0’ın doğru uygulanması ve uygulanırken kaynak yaratılması noktasında KOBİ’lerimizin kesinlikle yardıma ihtiyaçları var. Bu destek devlet tarafından sağlanmalı. Üniversite-sanayi arasındaki iş birliği daha fazla artırılmalı Endüstri 4.0’a geçiş sürecinde üniversite-sanayi iş birliği Türkiye’de etkin olarak yapıldığını söylemek tam olarak mümkün değil. Elbette bazı üniversitelerimiz iyi niyetli bir çaba ile çeşitli işbirlikleri yapmakla beraber, pratiğe yansıyan örnekler maalesef çok az. Yıllarca dile getirilen üniversite-sanayi iş birliğinin ise kesinlikle oluşturulması gerekiyor. Çünkü henüz üniversite-sanayi işbirliği

kurulabilmiş değil, bu sadece konuşuluyor. Üniversiteler, sanayinin gerçekten bir parçası olmalı. Pratik uygulamalar da en az bilimsel makaleler kadar öğretim üyelerinin kariyerlerine etki sağlamalı. Pratik eğitim üniversitede oluşmalı. Örneğin Almanya’da şirketler ile birlikte ürün geliştiren üniversiteler, biz de meslek liselerinde olduğu şekilde belli sayıda öğrencisini yıl boyunca şirketlere gönderiyor. Bu yapıyı harmanlayan üniversitelerde hayata uygulanabilen bazı alt bölümlerin oluşması gerekiyor. Bilgisayar altyapısını endüstriye uygulamak için bilgisayar mühendisliği ile elektronik mühendisliği arasında başka tanımların ortaya çıkacağına eminiz. Endüstri 4.0 ve otomasyon konusu için nitelikli eleman mutlaka bulunmalı. Meslek lisesi, yüksek okul ve üniversite düzeyinde pratiğe dayalı eğitim teşvik edilmeli.”



E-ihracatta etkinliğin yolu da dijitalleşmeden geçiyor



MEZO Dijital Yönetim Kurulu Başkanı ve Dijital İletişim Uzmanı Dr. Nabat Garakhanova, 381 milyar Dolar ile e-ihracat'ta lider konumda olan Asya Pasifik pazarından dijitalleşme oranı sadece yüzde 4 olan KOBİ'lerin de dijitalleşmeye ağırlık vererek pay alabileceğinin altını çiziyor. 7,5 milyarı geçen dünya nüfusunun yüzde 57'si, yani 4,4 milyar insan internet kullanıcısı. Günde 6,5 saatten fazlasını internette geçiriyoruz. Durum böyle olunca ticaret artık internet ile uluslararası ölçekte daha kolay ve hızlı bir şekilde ilerliyor. Ücretsiz kargo, güvenli ödeme, farklı ürün temini, ücretsiz iade gibi etkenler kullanıcıları internet üzerinden alışverişe sevk ediyor. Bu nedenle günümüzde 2.8 milyar insan e-ticaret harcaması yapıyor. MEZO Dijital Yönetim Kurulu Başkanı ve Dijital İletişim Uzmanı Dr. Nabat Garakhanova, ülkemizde 2010'dan itibaren e-ticaretin başladığını ve bugün e-ticaret pazar hacminin 6,2 milyar Dolar seviyesine ulaştığını belirtirken, bunun sadece yüzde 10'unun e-ihracat ol-

den sorumlular. İhracatın hızlanması için büyük bir güç olarak karşımızda duran KOBİ'lerin ihracat potansiyelini kullanabilmiş değiliz. İç pazarda yaşanan daralmaya karşılık şu anda her sektör temsilcisinin ihracata ağırlık verdiği bir dönemden geçiyoruz ve ülkemizin 2023 yılında 226 milyar Dolarlık ihracata karşılık 10 milyar Dolarlık e-ihracat hedefi bulunmaktadır. Dijitalleşen dünyada tek bir platform üzerinden dünyanın her yerine satış yapıldığı bir dönemde e-ihracata ağırlık vermek gerekmektedir" açıklamalarında bulunan Garakhanova, e-ihracat'ta hazır giyimi sırasıyla, elektronik ve sağlık&güzellik kategorilerinin takip ettiğini ifade ediyor. Dijitalde hedef ülkelere doğru pazarlama stratejileriyle ihracatın artırılabilirliğini söyleyen Dr. Nabat Garakhanova, dünyadaki 2019 yılında 1,5 milyarlık Dolarlık e-ihracat harcamalarında Asya-Pasifik bölgesinin 321 milyar Dolar pay aldığını ve bölgenin her yıl yüzde 60'ın üzerinde bir büyüme performansı gösterdiğini ve KOBİ'lerin özellikle bu bölgeye ağırlık vermesi gerektiğini ifade ediyor.

KOBİ'lerde dijitalleşme oranı yüzde 4

Dünyada ülkelerin dijitalleşme uygulamalarına ağırlık verdiğini ifade eden Dr. Nabat Garakhanova, "Örneğin; İngiliz hükümeti dijital yardım paketiyle 2020 yılına kadar dış ticarete 1 trilyon POUNDluk bir hacme ulaşmaya çalışıyor. 'e-Danışmanlık Bankası' isimli sistem aracılığıyla, e-ihracat alanında faaliyet göstermek isteyen firmalara yol gösteriyor. Yine dünyanın en büyük e-ihracatını gerçek-

leştiren Çin, bu hacmi yüksek tutabilmek için China Post isimli bir lojistik firma kurdu. Böylece lojistik faaliyetleri dörtte bir oranında düştü." diyor. Çin'in e-ticaret payının toplam ticareti içinde yüzde 21 iken Türkiye'nin yüzde 3 civarında olmasının dijitalleşme oranının ne kadar düşük olduğunu gösterirken, KOBİ'lerde dijitalleşme oranı ise sadece yüzde 4'tür. Türkiye'nin diğer ülkelere göre dijitalleşme konusunda 3,5 yıl geride kaldığını belirten Garakhanova, doğru dijital stratejiler kurgulanarak 2023 yılına kadar KOBİ'lerde dijitalleşme oranının yüzde 20'lere çıkarılabileceğini, bunun için Birlik, Oda, STK gibi kurumların dijital destek noktaları kurmaları gerektiğini söylüyor. E-ihracat yapmak isteyen KOBİ'lerin en çok yaptığı hataları ise Garakhanova, şu şekilde sıralıyor:

-Yanlış dilde web sitesi ve sosyal medya

-Yanlış dilde reklam vermek

-Yanlış para birimiyle ödeme seçeneği ve kargo

-Ürün-ülke eşleştirmesini yanlış yapmak

-Gümrük vergisini yanlış hesaplamak

-Ülke analizlerinin doğru yapılmaması



İK'nın gündeminde dijitalleşen değerlendirme araçları var



Dijitalleşmenin, işe alım ve terfi süreçlerinde kullanılan değerlendirme araçlarına olumlu yönde birçok etkisi var. Adaylara ilişkin birçok farklı veriyi, oldukça kısa sürede elde etmenizi ve objektif bir değerlendirme yapmanızı sağlayarak ölçüm güvenilirliğini artırıyor. Diğer taraftan, yeni nesil işgücü içerisinde yetenekleri bulmak, kuruma kazandırmak ve kalıcı olmalarını sağlamak, klasik İK araçlarıyla çok zor görünüyor. Dijitalleşen değerlendirme araçları özellikle Y kuşağı adayların stresli, uzun süreli ve sıkıcı buldukları değerlendirme sürecini, eğlenceli içerikler, kısa süreli mobil uygulamalar ile konforlu bir hale dönüştürüyor.

Dijitalleşen değerlendirme sadece online değerlendirmeyi ifade etmez

Şirketlerin doğru yetenekleri bulabilmeleri için işe alım ve terfi süreçlerinde değerlendirme araçlarından faydalanmaları artık kaçınılmaz hale geldi. Son dönemlerin en popüler kavramlarından biri olan dijitalleşme ise değerlendirme araçlarında radikal sayılabilecek değişiklikler meydana getirdi. Artık değerlendirme süreçlerinde tercih edilen birçok araç dijital olarak karşımıza çıkıyor. Türkiye'nin önde gelen ölçme ve değerlendirme firmalarından Assessment Systems, dijitalleşme ile dönüşen yeni değerlendirme anlayışını ve son trendleri açıklıyor.

Eskiden yüz yüze yapılan mülakatların, online platformlara taşınması ya da kâğıt kalem usulü yapılan değerlendirme araçlarının artık online yapılıyor olması birçok kişi için değerlendirmenin dijitalleşmesini anlatıyor. Ancak bu kadarla sınırlı değil. Ölçüm güvenilirliğini artırmak ve aday deneyimini iyileştirmek için bundan çok daha fazlasına ihtiyaç var. Assessment Systems CEO'su Levent Sevinç, değerlendirmenin yaşadığı dönüşümü 5 maddede anlatıyor:

1- Analitik Yaklaşımlar

Analitik yaklaşımlardan, insan kaynağına ilişkin büyük verinin analiz edilmesi ve bu analizin önemli kararlarda kullanılması anlıyoruz. Bu sayede, insan kaynaklarının önemli gündem maddelerinden olan işten ayrılma, işe en uygun adayları bulma, performansı yüksek çalışanları tahmin etmeye dönük modeller geliştirmek mümkün.

2- Duygu Analizi

Metinleri analiz ederek bilgi edinmeyi sağlayan bu içerik analiz yöntemi ile kısa sürede çalışanların ya da adayların yazdıkları metinlerden hareketle duygularına ya da kişilik özelliklerine ilişkin sonuçlar elde edilebiliyor.

3- Yapay Zeka

Dijitalleşmenin dönüştürdüğü birçok alanda olduğu gibi değerlendirme alanında da başrolü yapay zeka üstleniyor. Yapay zekanın değerlendirmede en çok kullanıldığı alanlardan biri mülakat. Chatbotlar ile yapılan mülakatların yine yapay zeka üzerinden değerlendirilmesi İK profesyonelleri için oldukça zaman kazandırıcı bir değişim. Yapay zekanın mülakatlara bir diğer katkısı ise doğru

Her Adımda Biz Varız

1973 yılından bu yana, Dünya'nın 50 ülkesinde en önemli ayakkabı üreticileri bize güveniyor.

Böylece tüm Dünya'da insanların sağlıklı adımlar atmasını sağlıyoruz.



derfleks.com.tr



KOPUZLAR
LİFLİ RULO
DERFLEKS

sorular ile objektif bir değerlendirme yapıyor olması. Mülakatlar yanında yapay zeka ile çalışan vaka çalışmaları ile herhangi bir değerlendiriciye ihtiyaç olmadan yetkinlikler ölçümlenebiliyor.

4- Gerçek Zamanlı Performans

Yılda bir kez yapılan performans değerlendirmeyi zamana yayan gerçek zamanlı performans bir mobil aplikasyon üzerinden çalışıyor. Bu sistemde puan yok. Çalışanın odağını "Ben kaç aldım?" sorusundan "Dışarıdan nasıl algılanıyorum? Nasıl Gelişebilirim?" sorularına çekmeye çalışan bu sistemde çalışan davranışları ve iş sonuçları ile ilgili devamlı geribildirim alıyor. Davranışını devam ettirmesi ya da üzerinde düşünmesini teşvik eden

bu geribildirimleri sadece yönetici değil, iş sonucu ile ilgili fikir beyan edebilecek tüm çalışanlar yapabiliyor. Ayrıca çalışan da yaptığı bir işi paylaşarak geribildirim isteyebiliyor.

5- Oyunlaştırma

Günümüzde özellikle genç adaylar uzun süreli değerlendirme araçları yerine kısa sürede tamamlanan ve keyifli bir içerik sunan değerlendirme yöntemlerini tercih ediyor. Oyun Bazlı Değerlendirme, yeteneklerin firma ile ilgili algısını olumlu yönde etkiliyor. Bir bilgisayar oyunu kurgusu ile hazırlanan bu araçlar mobil olarak uygulanabiliyor. Davranış olurken gözlemlemesi ve arka planındaki karmaşık davranış modellemesi ile birçok özel-

liğe ilişkin kapsamlı sonuç sunuyor. Hem muhakeme hem de kişilik ile ilgili bilgi verebilen Oyun Bazlı Değerlendirme, en çok işe alım sürecinin ilk adımında kullanılıyor.

Assessment Systems CEO'su Levent Sevinç, şirketlerin bu dijitalleşme trendlerine uygun olarak insan kaynaklarındaki değerlendirme yaklaşımlarını baştan kurgulamaları gerektiğinin önemini vurguluyor. Değerlendirmedeki bu dönüşümün yeteneği bulma, çekme ve kurumda kalmasını sağlamada katkı sağlayacak adımlar olduğunu belirtiyor ve İnsan Kaynakları birimini yönetim ekibi için önemli bir stratejik partner haline getirdiğinin altını çiziyor.

VİZYON

Dijital bir dünya için tedarik zincirleri



KPMG Türkiye Üretim Sektör Lideri ve İş Geliştirme ve Pazarlamadan Sorumlu Şirket Ortağı Hakan Öekli "Değişen müşteri taleplerine yanıt vermek için her işletmenin etkin bir dijital yol haritasına ihtiyacı var. Aslında, böyle bir strateji inşasının tedarik zinciri teknolojisinde yatırım getirisini dört misli artırdığı biliniyor" diyerek meseleyi özetliyor. Dijital yol haritası önerirken de şu önerilerde bulunuyor: "KPMG olarak, aşağıdakilerin dijital yol haritanızı oluştururken atılması gereken pratik adımlar olduğuna inanıyoruz. Müşterilerinizi performans beklentilerine göre sıralayın. Bu sadece harika

ürünler yapmakla sınırlı değil. Harika bir toplam deneyim sunmayı da içeriyor. Her müşteri segmentinin performans beklentilerini hangi noktada karşılayamadığınızı tespit edin.

Performansı etkileme ihtimali olan kırılma noktalarını ve kötü kararları tanımlayın.

Bu noktaları iyileştirebilecek dijital süreçlere ve teknoloji seçeneklerine bakın. Ekibinizin mevcut dijital yetkinliğini gözden geçirin. İşletmenizin tüm alanlarını dijital yol haritasıyla uyumlu hale getirin."



Türkiye’de aile şirketleri gerçeği



“Şirketlerin yüzde 95’i aile şirketi. Ama bunların ortalama ömrü 25 yıl. İkinci nesle ancak yüzde 30’u, üçüncü nesle yüzde 12’si, dördüncü nesle ise sadece yüzde 3’ü kalabiliyor.”

TAİDER Aile İşletmeleri Derneği’nin her yıl düzenlediği Ulusal Aile İşletmeleri Zirvesi’nin yedincisi 1-2 Kasım 2019 tarihlerinde İstanbul’da gerçekleşti. “Değişim Rüzgarını Yönetmek” temasıyla gerçekleşen TAİDER 7. Ulusal Aile İşletmeleri Zirvesi’nin açılışında konuşan TAİDER (Aile İşletmeleri Derneği) Yönetim Kurulu Başkanı Candan Çilingi-

roğlu çarpıcı bilgiler aktardı:

“Aile şirketlerinde en büyük sorun nesilden nesle devirde yaşanıyor. Yurdumuzdaki şirketlerin yüzde 95’i aile şirketi. Ama bunların ortalama ömrü 25 yıl. İkinci nesle ancak yüzde 30’u, üçüncü nesle %12’si, dördüncü nesle ise sadece yüzde 3’ü kalabiliyor. Aile şirketlerinin nesilden nesle güçlü ve sürdürülebilir büyümeyi yakalayabilmesi için ‘aile, iş ve ortaklık’ dinamiklerinden oluşan 3 boyutun dikkatle ele alınması gerekiyor. Bu 3 boyut üzerinde çalışmalar için emek, kaynak ve zaman ayırmaları şart. Kurumsallaşma, özellikle nesil geçişlerinde sürdürülebilirlik için vazgeçilmez bir unsur oluyor. Aile şirketlerinin hızla değişen dünya dinamiklerine nasıl uyum sağlayabileceği, ekonomik dalgalanmalardan ve iş dünyasındaki sert rüzgarlara karşı nasıl yol alabileceği ve takım olabilmenin önemi gibi aile şirketlerini günümüzde ilgilendiren son derece önemli konular.”

TKYD ise 34 yıl ortalamayı gösteriyor

Fokus Akademi kaynaklı veriler ise sorunlar kadar çözüm yollarını da ortaya koyuyor. Bu bilgiler ışığında meseleye mercek tuttuğunuzda, Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği (TKYD) verilerine göre ise aile şirketlerinin ortalama ömrü 34 yıl. Yapı olarak Türkiye’ye en çok benzeyen ülkelerden biri olan İtalya’da ise bu rakam 104 yılı buluyor. Deloitte tarafından Türkiye’deki aile şirketlerinin sürdürülebilir başarıyı yakalayabilmek adına uyguladıkları yöntemlerin ve süreçleri eksikliklerin saptanmasını hedefleyen ‘Aile Şirketleri İçin Sürdürülebilir

Başarının Anahtarı’ araştırması, ailede şirketlerinin yapıları ve aile bireylerinin birbirlerine olan bağlılığının, hızlı karar alabilmeyi ve esnekliğini sağlarken; aynı aile ilişkilerinin şirketlerin hayatının sonlanmasına sebep olacak çatışma ve krizleri de doğurduğunu gösteriyor.

Aile çatışma faaliyeti etkiliyor

Aile içi anlaşmazlıklar şirket faaliyetlerini de olumsuz etkiliyor. Bu tür çatışmalar, şirketin karar alma süreçlerinin yavaşlamasına, doğru kararların hızlı alınamamasına, kişisel egoların ön plana çıkmasıyla şirketin menfaatine olan kararların alınamamasına ve kurum stratejisine odaklanılamamasına neden oluyor. Aile şirketleri ile ilgili yaşanan bir diğer sorun ‘nepotizm’. Şirketlerde aile üyelerinin şirket içinde kayırılması, aile üyesi olmayan çalışanları olumsuz etkiliyor. Sürdürülebilir başarı yolunda emin adımlar atmış aile şirketlerinde etkili iletişim, şirkette aktif rol alan aile üyelerinin görev ve sorumluluklarının ayrıştırılması, birbirlerinin alanına müdahale edilmemesine dikkat ediliyor. Aile şirketlerinin sürdürülebilirliğinde en önemli risklerden biri de yönetimin koşullar arası geçişi. Doğru planlanmayan bir yönetim devri, şirketin sürdürülebilirliği için hayati bir risk oluşturuyor. Bu anlamda yetki devrinin, şirketi ileriye, taşıyacak bir biçimde gerçekleşmesi, zamana yayılarak yapılacak bir halefiyet planlanması, şirket ile aile ilişkilerini düzenleyen yazılı hale gelmiş kuralların varlığını önemli kılıyor. Şirketlerin stratejilerini başarılı olarak uygulamalarının önündeki en önemli engel, yeni stratejik atılımları yönlendirebilecek, yönetebilecek liderlik kadrosunu zamanında geliştirmeleri olarak ortaya çıkıyor.



Aile anayasası şart

Aile şirketlerinin temel amaçlarından birisinin, şirketlerin devamlılıklarını sağlayarak, sonraki kuşaklara devretmek olduğu düşünüldüğünde, sürdürülebilirlik anlamında kurumsal yönetim ilkelerini benimsemek oldukça büyük bir önem taşıyor. Kurumsallaşma ‘sistem haline gelmek’ olarak düşünüldüğünde, aile şirketlerinde sadece şirketin sistem haline gelmesi değil aslında aile ilişkilerinin sistem haline gelmesi gerekiyor. Özetle: sadece şirketin/yönetimin değil; ailenin de kurumsallaşması gerekiyor. Bunun için de öncelikle kurumsal yönetimin benimsenmesi şart. Kurumsal yönetimin; şeffaflık, hesap verebilirlik, sorumluluk ve adil yönetim olmak üzere dört temel ilkesi bulunuyor. Özellikle aile bireylerinin sayısı arttıkça, yönetimde oluşan küçüklü-büyük sorunların, şirketi krize hatta bazen yok olmaya doğru sürükleyen bir unsur

haline gelebildiğine değinmiştik. Aile ile ilgili yönetim kurallarının oluşmaması bu sonucu doğuran en önemli nedenlerden biri olarak görülüyor bu noktada da ‘aile anayasası’ kavramı önem kazanıyor. PWC Türkiye tarafından yayınlanan araştırmada bu kavram için şöyle deniliyor: “İşleyişin kuralı haline gelmesini sağlayan, ortakları aynı zeminde buluşturan kuvvetli bir araçtır. Dolayısıyla kurumsallaşmanın en önemli adımlarından birisidir. Bir anayasa oluşturma isteğinin arkasındaki en önemli amaç, kurumun işleyişinin, günlük davranışların gelişigüzelliğine değil, belirli kurallara emanet edilmesidir. Kişiler taraflı olabilirler ama kurumlar taraflı olamazlar. Dolayısıyla aile şirketi anayasası oluşturulurken aynen ülke anayasalarında olduğu gibi o sosyal yapının hakim olan değerleri, alışkanlıkları, ilkelerinden hareket edilir.”



Aynı üretimi yapıp; enerji maliyetlerini azaltmak mümkün



Kendi kendini ödeyen sistemlerle, doğru bir hat analiziyle, bugünkü faturanızı ortalama 10 ay daha ödeyip, enerji maliyetlerinizi yüzde 40'lara varan oranda azaltabilirsiniz. Formülü, MÜSİAD Enerji Sektör Kurulu Başkan Yardımcısı ve VAT Enerji Genel Müdürü Altuğ Karataş ile konuştuk.

Türkiye’de üretim yapanların en büyük problemlerinin başında enerji maliyetleri geliyor. Son bir yıl içerisinde başta doğalgaz ve elektriğe gelen zamlar nedeniyle, bu alanda girdi maliyetleri artan imalatçının önündeki formül, kalıcı bir çözümü ve verimliliği de beraberinde getiriyor. Konu bu yıl ilk kez gerçekleşen Enerjisini Üreten Fabrikalar Zirvesi ve Sergisi kapsamında gündeme geldi. Enerjisini Üreten Fabrikalar Zirvesi’nin birincisi 22-24 Ekim 2019 tarihleri arasında İstanbul Yeşilköy’de gerçekleşti. Fabrikalarda enerji verimliliğinin konuşulduğu ve uygulama örneklerinin sergilendiği 1.Enerjisini Üreten Fabrikalar Zirvesi’ni 3 bin 809 kişi ziyaret etti. Bu yıl ilki gerçekleştirilen Enerjisini Üreten Fabrikalar Zirvesi’ne 22 firma katıldı.

Çok sayıda yeni iş bağlantısına sahne olan Zirve, hem katılımcılar hem de ziyaretçiler açısından son derece verimli olduğu değerlendirildi.

Teori değil, gerçek uygulamalar konuşuldu

Alanında uzman 53 konuşmacının katıldığı toplamda 10 panel programında; fabrikaların enerji uygulamaları ve sektörel deneyimler konuşulurken, dinleyiciler merak ettikleri konuları konuşmacılara sorma imkanı buldu. En hızlı geri dönüşü olan ve en çok kazandıran yatırım olan enerji yatırımları, panellerde farklı açılardan değerlendirildi.

Fabrikaların yatırım planları panellerde şekillendi

Fabrikaların birinci gündem maddesi olan elektrik faturalarını düşürmek için farklı uygulamalar ve bu alandaki mevzuatlar, uygulama örnekleri eşliğinde ziyaretçilere sunuldu. Kendi enerjisini üretmek isteyen fabrikaların temsilcilerinin yoğun katılımıyla gerçekleşen panellerin ardından, enerji verimliliği sağlayacak çok sayıda yeni projeye adım atıldı. Türk sanayisinin gelişimi için en önemli konulardan biri olan enerjinin doğru kullanımı adına atılan bu adımlar, tüm paydaşlar tarafından memnuniyetle karşılanırken, enerji alanında bir yol haritası çizildi.

39 ilden ziyaretçi geldi

Enerjisini Üreten Fabrikalar Zirvesi ve Sergisi’ne 39 ilden ziyaretçiler geldi. Üst düzey karar vericiler, ağırlıklı olarak 3 günü de Zirve’de geçirdi. Gelen ziyaretçilerin yoğunluğu, ilk 10 şehir olarak sırasıyla şu şekilde oluştu; İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir, Tekirdağ, Anka-

ra, Sakarya, Yalova, Eskişehir ve Manisa.

“Daha az enerjiyle aynı üretimi yapmak mümkün”

Bu kapsamda biz de konuyu MÜSİAD Enerji Sektör Kurulu Başkan Yardımcısı ve VAT Enerji Genel Müdürü Altuğ Karataş ile konuştuk. 19 yıldır sektörde lduğunu ve binin üzerinde fabrika gezdiğini söyleyerek sözlerine başlayan Karataş “Ne yazık ki bunların sadece yüzde 2-3 oranında fabrikanın nispeten enerjiyi verimli kullandığını söyleyebilirim” dedi. Karataş sözlerini şöyle sürdürdü: “Daha az enerji ve verimli enerjiyle en iyi ürünü imal edecek yolları bulmamız gerekiyor. Bir fabrikanın bırakın tasarrufu, enerjisini üretmesi dahi mümkün. Bu modelin Avrupa ya da ABD’de örneklerini görüyoruz. Sistem şimdi Türkiye’ye de geliyor. Artık endüstriyel tesislerin kendi içlerindeki enerji ihtiyaçlarını da profesyoneller üretecek. Her fabrikada mutlaka kullanılan elektrik ve türevleri var. Mesela basınçlı hava, soğutmalı hava da elektrikle üretiliyor. Isı harcanıyor. Doğalgaz kullanılıyor. Buhar, sıcak su üretiliyor. Bunları endüstriyel tesisler kendileri üretiyorlar. Çünkü üretimde ihtiyaçları var. Hazır olarak enerjiyi dışarıdan alıp, form değiştirerek kullanıyoruz. İşte tam da burada takılmamız gerekiyor. İddiamız şu ki, bu enerjiyi kullanılırken aslında verimli kullanılmıyor. Her tesiste yüzde 10’dan başlamak üzere, rastladığım için söylüyorum bazı tesislerde yüzde 40’a varan tasarruf potansiyelleri var. Sıcak, soğuk ya da elektrikli işlemi kendi içinde verimli bir şekilde yaparsanız bu yüzdelere elde etme şansı var.”

Nasıl tasarruf sağlanacak?

Altuğ Karataş’tan bu iddiasını örnekleyerek anlatmasını istedik. Basınçlı hava örneği ile konuyu paylaşan Altuğ Karataş şunları anlattı: “Endüstrinin yüzde 98’inde basınçlı hava kullanılır. Mesela 100 kW elektrik harcayan bir basınçlı hava kompresörü var. Ama siz bu basınçlı havanın ne kadar verimli üretildiğini bilmiyorsanız, çok ciddi israf yapabilirsiniz. Türkiye’de 1 m3 basınçlı havanın ortalama üretiminde harcadığınız enerji 8 kW ve üzerindedir. Yani elektrik birim fiyatının neredeyse sekiz katı. Oysa 1 m3 havayı 5,5 – 6 kW’a da üretebiliyorsunuz. Bunu yapabildiğiniz zaman aradaki fark neredeyse yüzde 25’e çıkıyor. İkincisi bunu 8 kW’a yüksek bir maliyetle ürettiniz. Sonra tesisinizin içine gönderdiğinizde kaçaklar başlıyor. O kaçaklar da harcadığınız maliyetin neredeyse yüzde 30-40’ına teka-bül edebiliyor. Bu kaçaklar ölçülebiliyor;





yerleri tespit edilebiliyor. Aslında sonuçta 10 kW'lara çıkan bir enerjiyi 6kW'lara düşürdüğünüz anda yüzde 40 tasarruf başlıyor. Bu sorunun önüne geçmek için etüdler gerekiyor. Enerjiyi sürekli izlemek için dijitalizasyon tarafı önümüze geliyor. İzlemediğiniz sorunu göremezsiniz."

İsrafı kendi çözümüyle ödeyip yok eden model geliyor

"Şimdi israfından kendi çözümünü ödeyen model bize de geliyor. Yurtdışında uygulamaları var. Bugüne kadar 5 – 6 uygulama ben de yaptım. Yatırım yapılabilir. Yatırım için gereken bedeli de biz karşılayabiliriz. Fabrikanızda bir enerji kaybı varsa, o kayıp aslında sizin için finansman kaynağı olabilir. Tasarrufundan elde ettikleriniz bunu ödemeye başlasın. İş sahipleri performansa dayalı sözleşme yapıyor. Ayda 10 bin TL kazandı. Ne harcadı? Örneğin 120 bin TL. Zaten halen ödediğiniz fatura kadar ödeyerek bulduğumuz finansman yöntemiyle ay ay tasarruf ettiği kadarıyla bunu ödüyor, sonrasında da kazanmaya devam ediyorsunuz."

Zorunluluk geliyor

"Bu işin kazanç yönü. Ama bunun ötesinde Bakanlık geçtiğimiz günlerde bir yönetmelik yayımladı. Bakanlık TEP diye bir kavram oluşturdu. Ton eşdeğer petrol... 1 TEP 10 milyon kilokalori. Bir yılda 1000 TEP'in üzerinde enerji harcayan tesislerin hepsine enerji etüdü yapma zorunluluğu getirdi. Bunun denetim yönetmeliği de hazır ve uymayanlara ceza

uygulanacak. Yine 1000 TEP'in üzerindeki firmalara ISO 50001 Enerji Yönetim Kalite Sistemi'nin alınmasını zorunlu kılıyor. Kemerleri sıkarak yapılacak bir tasarruftan bahsetmiyorum. Aynı işi yapacaksınız ama daha az enerji faturasına ulaşacaksınız Yatırım maliyeti ne olacak? Ortaya çıkan maliyeti de halen ödediğiniz enerji faturanızı ödeyerek yapacaksınız. Yani faturanız aynı kalarak, yatırımınıza ödeyecek. Bu konuda teşvikler hibeler var. O yüzden bizler finansman modelini kurgulayacağız. Son dönemde elektrik faturaları yüzde 30 – 40 arttı. Diyorum ki bunu aynı oranda azaltma olanağı var ve bunun için de cebinizden ekstrasından para çıkmayacak. Türkiye'de 7 – 8 ayda kendini ödeyen projelerden söz ediyorum. Hatta bazen öyle uygulamalar oluyor ki, anında kazandırmaya başlıyor."

Enerji Bakanlığı'ndan enerji verimliliği teşvikleri

Yıllık asgari 500 TEP enerji tüketimi olan mevcut imalat sanayi tesislerinde gerçekleştirilecek, mevcut duruma göre en az yüzde 20 oranında enerji tasarrufu sağlayacak şekilde tasarlanan ve sağlanacak enerji tasarrufu ile yatırım geri dönüş süresi azami 5 yıl olan enerji verimliliğine yönelik yatırımlar, yapılacağı bölgeye bakılmaksızın 5. Bölgede yapılacak olan yatırımlara sağlanan teşviklerden yararlandırılıyor. Altuğ Karataş, bu destekler hakkında da şu bilgileri aktardı:

"Enerji verimli ekipman ve sistem kullanımı, onarım, yalıtım, modifikasyon, re-

habilitasyon ve proses düzenleme gibi yollarla; gereksiz enerji kullanımının, atık enerjinin, enerji kayıp ve kaçaklarının önlenmesi veya en aza indirilmesi ile birlikte atık enerjinin geri kazanılması gibi konularda çözümleri de kapsayan ve Enerji Verimliliği Destekleri Hakkında Tebliğ usul ve esaslarına uygun olarak hazırlanan projeler, Verimlilik Artırıcı Proje (VAP) olarak değerlendirilmektedir.

KDV hariç toplam yatırım bedeli en fazla 5 milyon Türk Lirası olan projelere, proje bedelinin en fazla yüzde 30'u hibe olacak şekilde destek verilmektedir.

Elektrik üretim faaliyeti gösteren lisans sahibi tüzel kişiler dışındaki yıllık toplam enerji tüketimleri 500 TEP (ton eşdeğeri petrol) ve üzeri olan ticaret ve sanayi odası, ticaret odası veya sanayi odasına bağlı olarak faaliyet gösteren ve her türlü mal üretimi yapan endüstriyel işletmeler VAP desteklerinden yararlanmak için başvuruda bulunabilirler.

VAP ile işletmeler yaptıkları tasarrufla hem kendi hem de ülke ekonomisine katkı sağlamaktadırlar. Bu tür projeler 2009 yılından beri Bakanlığımız tarafından desteklenmektedir. Günümüze kadar toplam 210 projeye 23,1 milyon TL destek ödemesi yapılmıştır. Bu projelerin toplam yatırım tutarı 96,5 milyon TL olarak gerçekleşirken yıllık 84 milyon TL parasal tasarruf sağlanmıştır.

VAP destek başvuruları her yıl Ocak ayında Bakanlığımız (Enerji Verimliliği ve Çevre Dairesi Başkanlığı) tarafından kabul edilmektedir. Bakanlık, internet sayfası

FoamFleks



HAYATIN HER YERİNDE

...



KOPUZLAR
EVAKAUÇUK

www.kopuzlar.com

KOPUZLAR EVA KAUKUK ÜRÜNLERİ GERİ DÖNÜŞÜM SAN. VE TİC. A.Ş.
İSTANBUL ORGANİZE DERİ SANAYİ BÖLGESİ GÜDERİ CAD. NO:14 TUZLA - İSTANBUL
TEL : 0216 394 12 24 - FAKS : 0216 394 12 29 - E-MAIL : kopuzlar@kopuzlar.com

üzerinden ilan etmek suretiyle, başvuru almayabileceği gibi başvuru dönemini erteleyebilir, uzatabilir veya birden fazla dönemde başvuru alabilir.

Gönüllü anlaşma destekleri

Gönüllü Anlaşma, bir endüstriyel işletmenin geçmiş beş yıllık referans enerji yoğunluğuna göre anlaşma yapıldıktan sonraki üç yılda enerji yoğunluğunu ortalama olarak en az yüzde 10 oranında azaltmayı taahhüt ederek Bakanlık ile yaptığı anlaşmayı ifade etmektedir. Gönüllü anlaşma destekleri kapsamında taahhüdünü yerine getiren bir işletmenin anlaşmanın yapıldığı yıla ait enerji giderinin yüzde 30'u 1 milyon TL'yi geçmemek kaydıyla destek mahiyetinde nakdi olarak karşılanır.

Elektrik üretim faaliyeti gösteren lisans sahibi tüzel kişiler dışındaki yıllık toplam enerji tüketimleri 500 TEP ve üzeri olan ticaret ve sanayi odası, ticaret odası veya sanayi odasına bağlı olarak faaliyet

gösteren ve her türlü mal üretimi yapan işletmeler Gönüllü Anlaşma desteklerinden yararlanmak için başvuruda bulunabilirler.

Gönüllü Anlaşma destekleri 2009 yılında başlamış olup, taahhüt ettiği enerji yoğunluğunu düşüren 7 endüstriyel işletmeye 700 bin TL destek ödemesi yapılmıştır. Endüstriyel işletmeler 5,2 milyon TL yatırım yapmış olup yatırım karşılığı yıllık 4,1 milyon TL parasal tasarruf sağlamıştır.

Gönüllü Anlaşma başvuruları her yıl Ekim ayında Bakanlığımız (Enerji Verimliliği ve Çevre Dairesi Başkanlığı) tarafından kabul edilmektedir.

5. Bölge Teşvikleri

Bakanlığımızın vereceği proje onayına istinaden yıllık asgari 500 TEP enerji tüketimi olan mevcut imalat sanayi tesislerinde gerçekleştirilecek, mevcut duruma göre en az yüzde 20 oranında enerji tasarrufu sağlayacak şekilde tasarlanan ve sağlanacak enerji tasarrufu ile yatırım

geri dönüş süresi azami 5 yıl olan enerji verimliliğine yönelik yatırımlar, yapılacağı bölgeye bakılmaksızın 5. Bölgede yapılacak olan yatırımlara sağlanan teşviklerden yararlandırılmaktadır.

Faydalanılacak teşvikler, katma değer vergisi istisnası, gümrük vergisi muafiyeti, vergi indirimi, sigorta primi işveren hissesi desteği, faiz desteği ve yatırım yeri tahsisidir.

Enerji verimliliği yatırım projelerinin 5. Bölge teşvikleri kapsamında değerlendirilmesini isteyen işletmeler başvurularını Sanayi ve Teknoloji Bakanlığına yaparlar. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, projenin enerji verimliliği açısından uygunluğunu değerlendirmek üzere Bakanlığımıza (Enerji Verimliliği ve Çevre Dairesi Başkanlığı) gönderir.

KOSGEB Enerji verimliliği destekleri

Uzman firmaların verdiği detaylı enerji etüdü hizmetini yüzde 50 ve üzeri bedelini KOSGEB karşılıyor. Destekler 75 bin TL'ye kadar ulaşıyor.





USTASAN



Sanayi Mah. Şehit Orgeneral Eşref Bitlis Cad. No.29 Kat.2
34165, Güngören, İstanbul/Türkiye
T.0090 212 507 73 36 F.0090 212 507 48 48
www.ustasan.com.tr info@ustasan.com.tr

İşletmeleri bekleyen görünmez tehlike: Olası bir afete hazır mısınız?



2013 yılından bu yana İDEMA tarafından yürütülen Sağlam Kobi Projesi'nin sonuçları açıklandı. Araştırmanın sonuçları afet algısı ile ilgili büyük bir sorunu ortaya koyarken, olası bir riski de gözler önüne serdi.

Sağlam KOBİ Projesi, Van Depremi'nin yarattığı sonuçlardan ders alınması ile beraber, Türkiye genelinde KOBİ'lerin afet farkındalıklarını, hazırlık ve dirençlerini, müdahale yetkinliklerini güçlendirmek amacıyla 2013 yılından beri yürütülmektedir. Projeyi yürüten İDEMA, 2001 yılından beri Türkiye'de ve dünya'nın çeşitli noktalarında sosyo-ekonomik

kalkınma alanında projeler geliştiren, uygulayan ve yeni fikirleri hayata geçiren, sosyal girişimci üç ortak tarafından kurulmuş özel bir girişim. İDEMA, ortakların yanı sıra ulusal ve uluslararası düzeyde önemli projeler yönetmiş, alanında uzman, geniş bir danışman ekibi ile çözümlerini geliştirmektedir.

İDEMA'nın ana amacı sosyal, ekonomik, çevresel ve kültürel kalkınmaya katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası, Uluslararası Yatırım Kuruluşları, ulusal ve uluslararası sivil toplum kuruluşları, yerli ve yabancı ticaret odaları ve çeşitli kamu kurumları ile ortaklıklar gerçekleştirilerek projeler geliştirilmektedir. İşte bu kapsamda yapılan çalışmalardan biri olan Sağlam Kobi Projesi, Türkiye ekonomisi ve firmaları açısından da uyarıcı niteliğinde sonuçları ortaya koydu. Yapılan araştırmanın sonuçlarını İDEMA Kıdemli Proje Yöneticisi ve Sağlam KOBİ Projesi'nin Yöneticisi Rüya Kaya değerlendirdi:

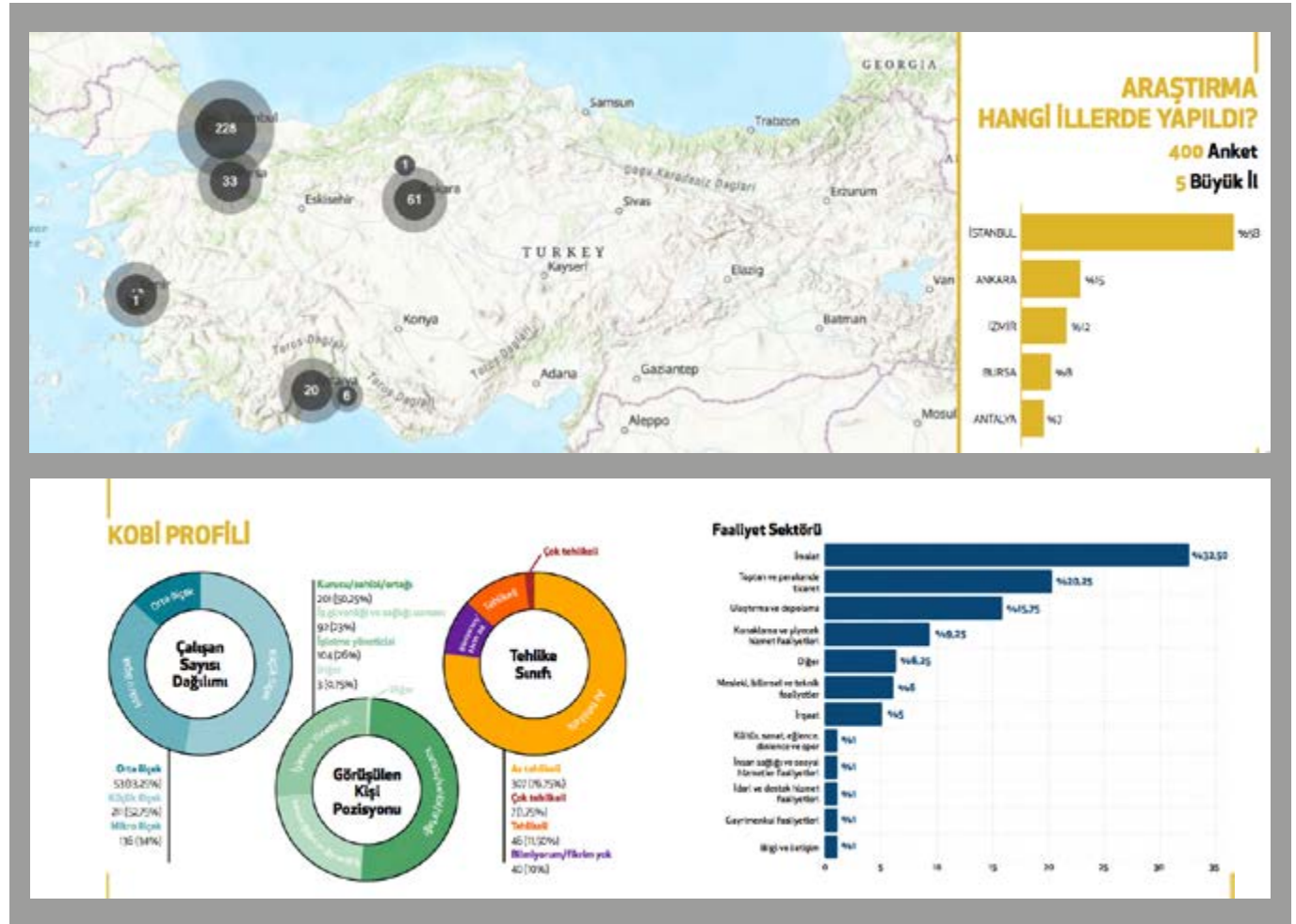
5 kritik kentte 400 KOBİ ne anlatıyor?

"Araştırma Türkiye'nin beş büyük ili olan İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa ve Antalya'da, 1-99 arası çalışan nüfusuna sahip 400 tane KOBİ ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma, KOBİ'lerin afet farkındalıklarını, hangi risk ve afet çeşitleriyle ne sıklıkta karşılaştıklarını, afetler hazırlık durumlarını ve afet risk azaltmaya yönelik çalışmalarını tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırma, afet risk azaltma ve yönetimi alanında gerçekleştirilecek akademik çalışmalara, geliştirilecek projelere ve iş fikirlerine somut katkılarda bulunmak; afet farkındalığını artırmada sorun tespitini doğru yapabilmek ve yenilikçi çözümlere



ışık tutan bulgulara ulaşabilmek amacıyla dizayn edilmiş ve yapılmıştır. Araştırma sonuçları söz konusu illerdeki KOBİ'lerin afet farkındalığının ve dolayısıyla hazırlık düzeyinin çok düşük olduğunu ortaya koymaktadır. Afet türünden bağımsız olarak, KOBİ yetkililerinin işletmelerinin afet kaynaklı bir risk taşımadığını düşündükleri, bu sebepten dolayı afet hazırlığına kaynak aktarmanın gündemlerinde olmadığı tespit edilmiştir. Örneğin, İstanbul ili 1. derecede deprem fay hattı üzerinde olmasına rağmen, bu şehirdeki KOBİ'lerin yüzde 83'ü depremi bir risk olarak algılamamakta ve hazırlıklarda bulunmamaktadır. Bununla beraber, 24 ve 26 Eylül 2019'da İstanbul tarihlerinde gerçekleşen büyüklüğü yıkıcı sonuçlara sebep olmayan ama etkisi büyük depremler, biz unutsak dahi depremlerin hayatımızın bir parçası olduğu gerçeğini tekrardan vurguladı.

Bir diğer çarpıcı sonuç ise KOBİ'lerin afet hazırlık seviyeleri hakkındaki düşünceleri ve bu yolda attıkları adımlar ile alakalıdır. Araştırmaya katılan KOBİ'lerin sadece yüzde 49'u afetlere karşı hazır olduklarını



HERHANGİ BİR AFET YAŞADINIZ MI?

Türkiye'deki KOBİ'lerin **%97'si** herhangi bir afet yaşamamış.

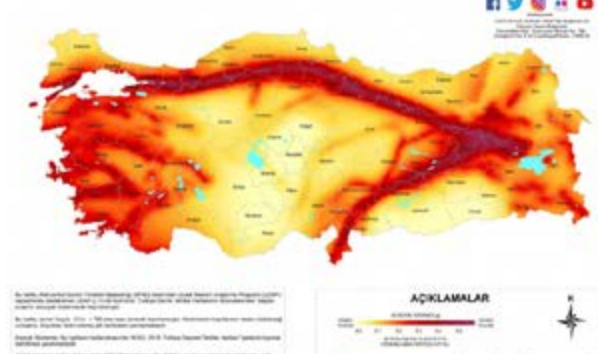


"İş yerim sel ve su taşkını riski taşıyor."



%7 Katılıyorum
%16 Ne Katılıyorum
Ne katılmıyorum
%77 Katılmıyorum

TÜRKİYE DEPREM TEHLİKE HARİTASI



"İş yerim deprem fay hattı üzerindedir."



%9 Katılıyorum
%16 Ne Katılıyorum
Ne katılmıyorum
%74 Katılmıyorum

YANGINLAR 2014-2019									
Yıl	Yangın Sayısı						Yapısal Olmayan Yangınlar		
	Kamusal	Sanayi	Özel	Toplam	Öl	Çap	Ölüm	Yaralanma	Genel Tipleri
2014	5.261	123	7.089	22.689	14.942	2.008	4.839	98	7.906
2015	5.888	157	8.157	14.192	16.886	4.586	3.792	284	18.892
2016	5.181	153	8.887	14.191	16.886	6.703	5.431	340	8.895
2017	5.762	181	9.224	15.167	16.833	3.338	4.881	197	8.743
2018	4.871	164	7.377	12.412	13.974	2.329	1.892	122	6.442
2018 Ocak-Haziran	2.585	79	3.857	6.521	7.716	741	2.825	24	2.789
2019 Ocak-Haziran	2.675	85	3.695	6.455	7.788	1.090	1.090	34	3.393

Kaynak: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Veri Daire Şubat 2019

"İş yerim yangın riski taşıyor."



%11 Katılıyorum
%13 Ne Katılıyorum
Ne katılmıyorum
%76 Katılmıyorum

bildirirken, yine bu grubun içinden sadece yarısı Acil Eylem Planına sahip olduklarını belirtmiştir. İşletme çalışanlarının afet dayanıklılığı ve hazırlığı konusunda eğitilmesi hususuna, KOBİ'ler gereken düzeyde önem vermemektedir. Bunu tabii, işletme sahiplerinin, kamu ve özel sektör ile işbirliği yapma konusunda da yeterli ilgiye sahip olmadıkları bulgusuna varılmıştır. Araştırma sonuçlarının gösterdiği gibi etkili bir afet hazırlık planına sahip olmanın yolu, tüm paydaşlar arasındaki proaktif işbirliğinden geçmektedir."

Büyük depremin olası maddi kaybı 90 – 120 milyar dolar arasında

"Araştırma sonuçlarının da gösterdiği üzere, afete dayanıklılık ve hazırlıklılık, acil çözümlere ve etkili iş birliklerine ihtiyaç duyan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Aksi takdirde, afet risk oranının yüksek olduğu ülkemizin ileride karşılaşacağı Marmara Depremi ve Van Depremi gibi afetlere karşı çok daha yüksek bedeller ödemesi oldukça muhtemeldir. 14 milyondan fazla kişinin yaşadığı ve Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın yüzde 40'ını oluşturan

İstanbul'da, SwissRE'nin 2018 raporuna göre, büyük bir deprem 90 ila 120 milyar dolar arasında bir ekonomik kayba sebep olacak. Aynı rapora göre, Türkiye'de hükümet acil durum müdahalesi ve yeniden yapılandırma için 30 milyar dolara yakın harcama yapma durumunda kalabilir. Bu bağlamda, KOBİ'lerin afet farkındalıklarını artırmak, kamu ve özel sektör işbirliği ile etkili çözüm stratejileri geliştirmenin ve bunların yaygınlaştırılması için orta ve uzun vadeli kampanyalar ve eğitimler gerçekleştirmek, ülke ekonomisinin olası

afetler sırasında ve sonrasında maruz kalacağı hasarın asgari düzeye indirilmesine ve ekonomik verimliliğin sürekli hale getirilmesine büyük katkılar sağlayacaktır."

Ücretsiz çözümler sunuluyor

"KOBİ'lerin afetlere hazırlık süreçlerine ve yaşanabilecek olası afetlerin ardından iş hayatına hızla dönmelerine destek sağlamayı amaçlayan proje kapsamında, bugüne kadar 30 bin'den fazla kişiye ulaşılmıştır. 2013 yılından bu yana 25 ilde,

65 eğitim ve eğitmen eğitimi düzenlenen Sağlam KOBİ projesi, Türkiye genelinde yaklaşık 3 bin KOBİ faydalanmıştır. Proje, birebir eğitim ve eğitmen eğitimi faaliyetleri yanı sıra, çevrimiçi ücretsiz araç setleri ile de KOBİ'lerin afetlere hazırlık süreçlerini desteklemektedir. Ücretsiz araç setlerine www.saglamkobi.com üzerinden ulaşılabilir. Proje kapsamında KOBİ'lerin afetlere hazırlık süreçlerine teknoloji destekli çözümler üretmek için hackathon etkinlikleri düzenlenmektedir.

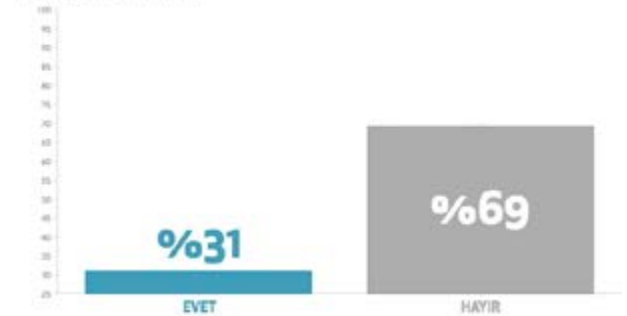
Yerel ölçekteki bilgi ve tecrübelerini küresele taşıyan proje, bölgesel ihtiyaçları baz alan içerikler geliştirmekte ve eğitim faaliyetleri düzenlemektedir. Proje son olarak, 2018 yılının Ekim-Kasım aylarında, SIA Insight işbirliği ile ilgili raporun konusu olan KOBİ'lerde Afet Direnci Araştırmasını gerçekleştirmiştir. Araştırma, Marmara Depremi'nin 20. yılında, afet hazırlığı ve direnci konusundaki eksiklik ve ihtiyaçlarımızın ortaya konması hususunda büyük önem arz etmektedir."

İŞ YERLERİNDE ACİL DURUMLAR HAKKINDA YÖNETMELİK

Acil durum eylem planı bulunan KOBİ'ler toplamın **%31**'ini oluşturuyor.

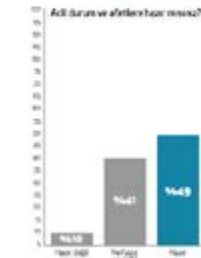
18 Haziran 2013 (SAL)	Resmî Gazete	Sayı : 28581
YÖNETMELİK		
Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığından:		
İŞ YERLERİNDE ACİL DURUMLAR HAKKINDA YÖNETMELİK		

Acil durum eylem planına var mı?



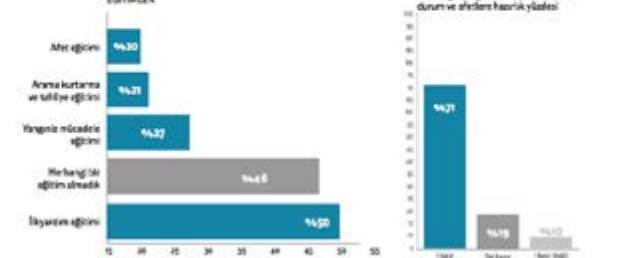
ACİL DURUM EYLEM PLANI

- KOBİ'lerin sadece **%49**'u acil durum ve afetlere hazırlıklı
- Bunlardan **yarısının** acil durum eylem planı bulunuyor!



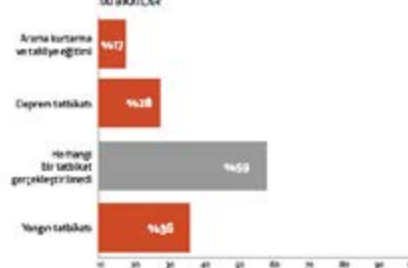
EĞİTİM

Acil durum ve afetlere hazır olmak için, KOBİ'lerin **%46'sı** herhangi bir eğitim almamış.



TATBİKAT

Acil durum ve afetlere hazır olmak için, KOBİ'lerin **%59'u** herhangi bir tatbikat yapmamış.



ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma sonuçları, Türkiye'deki KOBİ'lerin risk algısına düzeyinin çok düşük olduğunu gösteriyor. KOBİ'ler bulundukları coğrafyalardaki risklerin farkında değil. Türkiye'deki KOBİ'lerin risk algısı afet türlerine göre değişiklik göstermiyor. Türkiye'deki KOBİ'lerin **%49'u** acil durum ve afetlere hazır olduklarını düşünüyor; ancak bu düşüncelerin arkasında rasyonel bir nedersellik yok. İşletmeler acil durumlara karşı hazır olduğunu düşünmesine rağmen eğitim ve tatbikat gibi hazırlıkları hayata geçirme konusunda çok geride kalmaktadır.

Ortadoğu ve Körfez Pazarı ihracatçılar için büyük fırsatlara gebe



“Türkiye hem tarihi geçmişi hem de kültürel paylaşımlarını da kullanarak, her çeşit mal ve hizmete talepte bulunan Orta Doğu ve Körfez pazarından önemli bir pay alabilir.”

Türkiye’nin ihracatta pazar çeşitlendirmesi ihtiyacı gün geçtikçe önem kazanırken, Ortadoğu ve Körfez Pazarı, özellikle ayakkabı sektörünün kritik hedeflerinden birini oluşturuyor. Bu noktaya ihracat yapmanın yollarını Aysad Vizyon için değerlendiren İstanbul Gümrük Müşavirleri Derneği Genel Sekreteri Mustafa Sezen, pazara yönelik ihracat adına tespit ve önerilerini şöyle aktardı:

“Bahreyn, Birleşik Arap Emirlikleri, Filistin, Irak, İran, Katar, Kuveyt, Lübnan, Suriye, Suudi Arabistan, Umman, Yemen, Ürdün ve İsrail’den oluşan Orta Doğu ve Körfez Ülkeleri ihracatçılar için önemli fırsatlar sunmakta. İstanbul Ticaret Odası’nın yapmış olduğu araştırmaya göre; kişi başı milli geliri ortalama 10 bin dolar olan Körfez ülkelerini, dünya orta-

açılmasından sonra hızlı bir kalkınma sürecine girdiler. TÜİK verilerine göre 2018 yılında 168 milyar 23 milyon dolar ihracat, 223 milyar 39 milyon dolar ithalat yapan Türkiye’nin; 250 milyonun üzerinde nüfusu olan Orta Doğu ve Körfez ülkelerinde ki 29 milyar 457 milyon dolar olan ihracatını arttırması için daha fazla çaba sarf etmeli.”

Orta Doğu ve Körfez ticareti nasıl büyür?

“Aslına bakarsanız üretimini yaptığımız birçok ürün için pazar açık. Özellikle paketlenmiş gıda, inşaat malzemeleri, demir-çelik, dekorasyon, tekstil, ayakkabı, elektronik cihazlar, teknolojik ürünler talebin yoğunluklu olduğu ürünler. Üstelik orta boy ve küçük işletmeler de ciddi ihracatlar yapabilir. Gelir seviyesi yüksek olan bu alıcılar için öncelik kaliteli ürün ve hızlı teslimat. Hatta e-ticaretle bile küçük işletmeler önemli ekonomik girdiler sağlayabilirler. Körfez ülkelerinin altyapılarının geliştirilmesinde Türk işadamları aktif çalışabilir. Avrasya bölgesine ve Hint Okyanusu havzasına ihracat yapmak isteyenler için Körfez ülkeleri önemli bir sıçrama noktası.”

Karşılaşılan Sorunlar

- Bilgi Açığı/Enformasyon Problemi: Bu konu ile ilgili olarak Ticaret Bakanlığı’nın Ticaret Müşavirlikleri’nden destek alabilirsiniz. <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/orta-dogu-ve-korfez>
- Ulaşım ve Nakliye: Özellikle o bölgelere



hizmet vermede uzmanlaşmış firmaları tercih etmelisiniz.

• Tanıtım Eksikliği: KOSGEB ve Ticaret Odalarını’nın desteklerini takip edip, o bölgelere özel tanıtım yapmalısınız. Dijital platformlardaki tanıtımlara ağırlık vermelisiniz.

• İhracatta Konsolosluk Onayı Şartı: Bazı Orta Doğu ve Körfez Ülkeleri Türkiye’den ihracatta Menşe Şahadetname’sinin valilik ve kendi konsoloslukları tarafından onaylanmasını istemekteler. Bu onay karşılığı da ücret talep etmekteler. Ticaret Bakanlığı’na ihracatçılar yaşadıkları bu sorunları ne kadar sıklıkla dile getirirlerse, Bakanlık’ta ikili ilişkilerle sorunları çözmekte daha kolay adım atabilir.



TASEV'den öğrencilerle Ayakkabı Bank projesi



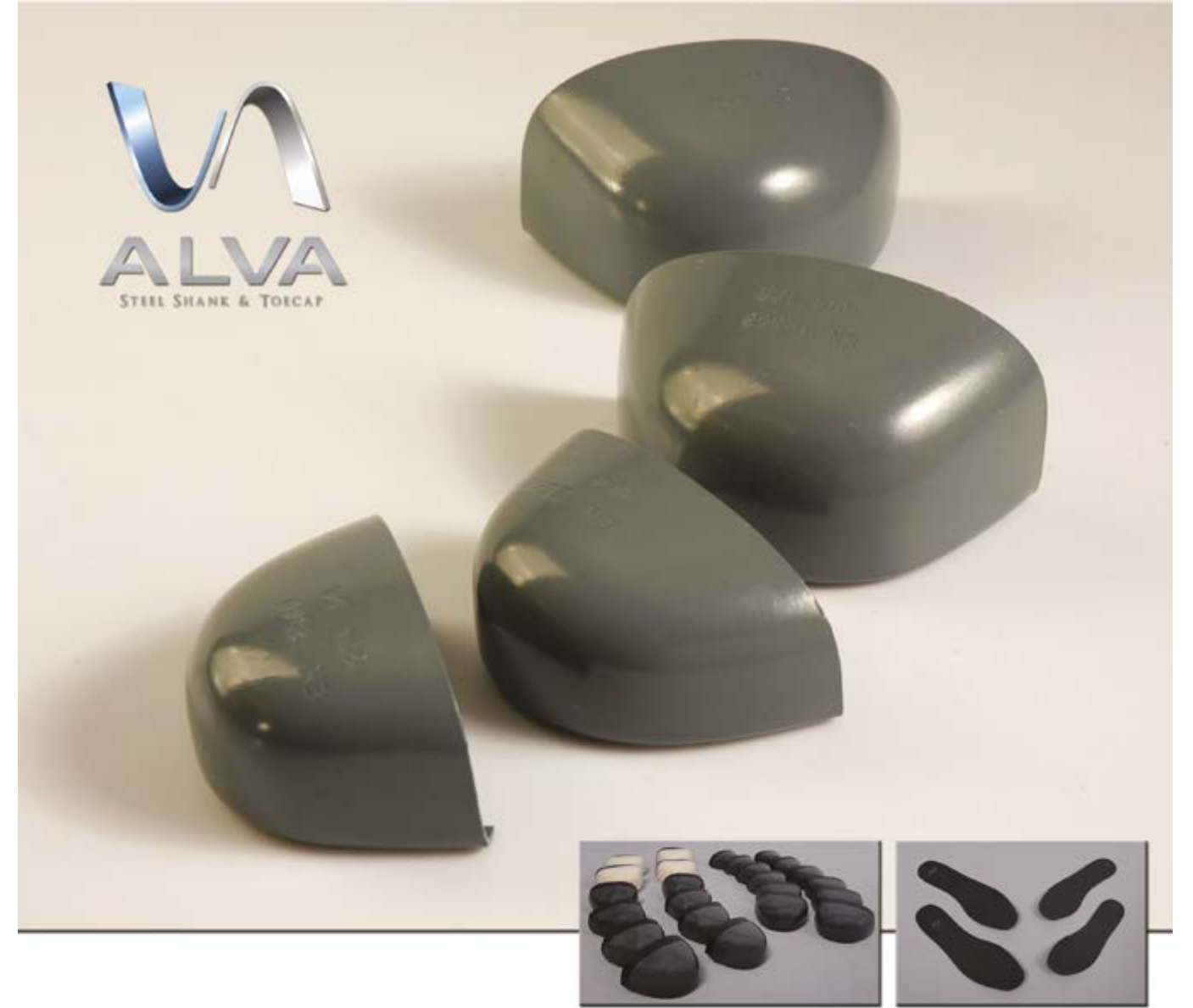
Sektörünün gelişimi için ayakkabı, ayakkabı yan sanayi ve esnafın biraraya gelerek oluşturduğu üst çatı kuruluşu TASEV, sosyal sorumluluk projelerini öğrencileriyle yaptığı üretimlerle taçlandırdı. Gölcük Depremi'nden başlayarak yurt sathında afete maruz kalan çocuklara binlerce çift ayakkabı ulaştıran Vakıf, son olarak Ayakkabı Bank Projesi'ni devreye koydu.

TASEV, Ayakkabı Bank Projesi kapsamında sektörün gerçekleştirdiği bağışlar vakıfta toplanıyor ve ihtiyaç tespit edilen okullara gönderiliyor. Geçmişte yan sanayi firmalarından bağış olarak alınan deri, taban ve malzemelerin biraraya getirilmesi ile yine sektörde imalat yapan bir firma ile işbirliğine giderek ayakkabı üretimi yapıldı. Aynı yaklaşım bu kez Tasev Meslek Lisesi'nde hayata geçirildi. İhtiyaç duyulan malzemeyi temin eden TASEV Vakfı, lisede yine sektörün bağışlarıyla kurulan atölyede üretim yaptırıyor. Üretimi bizzat öğrenciler gerçekleştirirken, gençler arkadaşları için zanaatlerini sergiliyorlar. TASEV Vakfı da üretilen ayakkabıları yine ihtiyaç sahiplerine ulaştırıyor.

Shoeman'ın Avrupa yolculuğu sürüyor



TASEV Vakfı'nın SHOEMAN - Yaratıcı ve Etkin Ayakkabı Sanayii İçin Yöneticilik Projesi'nin 5. Uluslararası Proje Yönetimi Toplantısı, 26-27 Eylül 2019 tarihinde, İspanya Alicante'de bulunan Ayakkabı Teknoloji Merkezi 'Inescop'ta gerçekleştirildi. TASEV Vakfı Başkanı Tan Erdoğan ve TASEV Proje Koordinatörü Atilla Başlar'ın katıldığı proje yönetim toplantısında projenin gelişimi hakkında fikir alışverişinde bulunuldu. Proje gelişiminin izlendiği bu toplantıyı Zlin Çekya'da 2019 Aralık ayında gerçekleştirilecek toplantı takip edecek.



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 - alva@alva.com.tr

Eko Plastik Profil'den 'Çin'e gitmeyin' mesajı



Üretimini İstanbul Pendik'te sürdüren Eko Plastik Profil, Aymakop'taki yeni yerini açtı. Bu satış noktasıyla talebi daha seri karşılamayı hedefleyen firma, yeni ürünleriyle de oldukça iddialı. Eko Plastik Profil firmasının sahibi Selahattin Sungur, yaptığı açıklamada 'Çin'e gitmeyin' mesajı vererek, isteğe bağlı 40 bin adet üretim yapabilme kapasiteleriyle yazılı vardola ürünleri için yerli üretim tercihi çağrısı yaptı. Sungur açıklamasında "Ayakkabı konuşturan vardola çıktı. PVC üzerine folyo ve simli kaplı, üzeri serigraf baskılı ürünleri piyasanın hizmetine sunduk. TPU, termoplastik ve PVC türleri var. Çin'e gitmenize gerek yok. Yerli üretim olarak ihtiyacı karşılıyoruz. Böylece ekonomiye de katkı sağlayacağız" dedi.

Palamut Group, Şanlıurfa'da 300 farklı okulda 'Eğitim için her şey' dedi



Palamut Group, Rabve Vakfı ile birlikte hayata geçirdiği "Eğitim için Her Şey" projesi kapsamında Şanlıurfa'da bugüne kadar 300'ün üzerinde farklı okula ziyaret gerçekleştirdi. Pilot bölge olarak seçilen Şanlıurfa'da Siverek, Hilvan ve Suruç'taki okulları her sene ziyaret eden Palamut Group, her yıl binlerce öğrenciye kışlık mont ve bot ulaştırmaya devam ediyor. Ayrıca okullardan gelen su kuyusu talebi, tadilat, eğitim malzemesi gibi eksiklerin tamamlanmasında da yardımlarına devam ediyor. Palamut Group ve

Rabve Vakfı, ülkenin dört bir yanındaki çocukların eğitimine katkıda bulunmak amacıyla oluşturduğu sosyal sorumluluk projesi ile 5 yıl içerisinde hedeflediği 300'ün üzerinde farklı okul ve 70 bin öğrenciye, ilk 3 yıl içerisinde ulaştı. Türkiye genelinde 188 öğrenciye de burs imkanı sundu.

Eğitimde fırsat eşitliğinin dengelenmesinde, reel sektöre de görevler düştüğüne dikkat çeken Recep Palamut "Şanlıurfa'da ziyaret gerçekleştirdiğimiz 300'ün

üzerinde farklı okulun yüzlerce pırıl pırıl öğrencisinin eğitimine katkıda bulunmak paha biçilmez bir mutluluk. Geçtiğimiz yıl 30 bin öğrenciye giyecek ve ayakkabı yardımı bulunduk ve yardımlarımız bu yıl da hız kesmeden devam ediyor. Dezavantajlı bölgelere desteklerimiz artarak devam ederken aynı zamanda yardımlarımızın sürdürülebilir bir modelde olmasına özen gösteriyoruz. İleride onların meslek sahibi olmalarında bir payımız olması hem kendileri hem de ülkemiz adına büyük bir gururdur" dedi.

TASEV

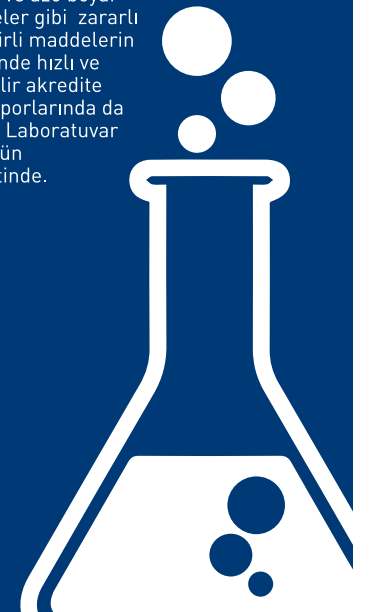
TÜRKİYE AYAKKABI SEKTÖRÜ ARAŞTIRMA GELİŞTİRME VE EĞİTİM VAKFI

LABORATUVAR

HIZLI,
DOĞRU,
UYGUN VE GÜVENİLİR
ÜRÜN YA DA
MALZEME
TESTLERİ
AKREDİTE
TEST
RAPORLARI

TASEV Laboratuvar ayakkabı, ayakkabı malzemeleri ve deri ile ilgili fiziksel (dayanıklılık ve haslık gibi) ve kimyasal deney başlıkları altında 200'den fazla test ile sektörün kalite ve güvenilirliğine damgasını vuruyor.

Fitalat ve azo boyar maddeler gibi zararlı ve zehirli maddelerin tespitinde hızlı ve güvenilir akredite test raporlarında da TASEV Laboratuvar sektörün hizmetinde.



www.tasevlab.com
0212 698 16 77

TASEV Konya'da ayakkabı sektörüne mercek tuttu



Konya, 22 Ekim günü ayakkabı sektörünün çatı kuruluşu olan TASEV'i ağırladı. Üst düzey yapılan TASEV ziyaretinde ayakkabı sektörüne yönelik sorunlar ve çözümleri üzerine görüşmeler gerçekleştirildi. 'Eğitimde ortak dil ve kültür' teması ile düzenlenen panelde ise, Konya Sanayi Odası yetkilileri, Konya Ticaret Odası yetkilileri, STK yetkilileri, sektör temsilcileri, eğitimciler ve öğrencilerle bilgi alışverişinde bulunuldu. Toplantıya şu isimler katıldı: TASEV Başkanı Tan Erdoğan, TASEV Başkan Yardımcısı Abdulsabur Endican, Yönetim Kurulu Üyeleri Ahmet Kayalı, Hüseyin Ata, Ahmet Aydan, Konya Sanayi Odası Yönetim Kurulu Üyesi Selman Eryılmaz, Aykent Ayakkabıcılar Sanayi Sitesi Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Batı, Aykent Ayakkabıcılar Sanayi Sitesi Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Akça, TASEV Ayakkabı ve Saraciye Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Müdürü Selim Şahin, Konya Teknik Üniversitesi Teknik Bilimler Ayakkabı Tasarımı Meslek Yüksekokulu'ndan Cem Karakız, Konya Ayakkabıcılar Odası Eğitim Uzmanı Ahmet Sami Özçatal, Karatay Aykent Mesleki Teknik Anadolu Lisesi Müdürü İsa Sak, Selçuk Üniversitesi Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Dekan Yardımcısı Selda Güzel, Selçuk Üniversitesi Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Dekanı Nurgül Kılınç, Konya Ticaret Odası Meclis Üyesi Ali Deresoy, Konya Ayakkabıcılar Odası Başkanı Nevzat Kara, Konya Sanayi Odası Yönetim Kurulu Üyesi Kemal Özarpa ve Konya Ayakkabıcılar Odası Başkan Yardımcısı Bilal Aydoğdu.



TASEV

TÜRKİYE AYAKKABI SEKTÖRÜ ARAŞTIRMA GELİŞTİRME VE EĞİTİM VAKFI

AKADEMİ

MESLEKİ
BİLGİ VE
BECERİ GELİŞTİREN
PROFESYONEL VE
TEKNİK MODÜLER
EĞİTİMLER
MESLEK
EDİNDİRME
KURSLARI

TASEV AKADEMİ, ayakkabı sektöründe çalışanların mesleki bilgi ve becerilerini profesyonel ve teknik modüler eğitimlerle desteklerken sektör dışındakilere yeni meslek edinmelerini sağlayacak kurslar düzenleyerek sektörün gücüne güç katıyor.

Sektörde çalışmak ve mesleğini geliştirmek isteyen herkese açık olan eğitim programları hakkında detaylı bilgi ve katılım için hemen iletişime geçin.

- Bilgisayarlı Tasarım
- Ayakkabı Tasarımı
- Model İstampa Kursu
- Kesim-Saya
- Monta ve Finisaj

www.tasevakademi.org
0212 470 51 53

Derimaksan'dan AYSAF için özel üretim makine



Derimaksan Makine ürettiği boya makinesi çeşitlerine bir yenisini daha ekledi. Türkiye'de ilk kez üretilen makineyi, firma ilk defa AYSAF Fuarı'nda sektörle buluşturacak. Makinenin teknik

özellikleri ise şu şekilde: 3400 mm eninde olan makinenin toplamda 32 adet tabancası bulunuyor. Açık ve koyu renkler için kullanılan 2 adet boya kanalı ise geri dönüş sistemiyle çalışıyor. Sulu çalış-

ma özelliğinde olan ekolojik makinenin misina yıkama sistemi mevcut ve düşük basınçla çalışabiliyor. Türkiye'de ilk defa kurutma kabinlerinde kullanılan aspiratörler hız kontrollü çalışma prensibine sahip.

Kendi fabrikasına taşındı

Yeni ürünleri ile çıkışını hızlandıran 1988 yılından beri İzmir'de üretimini sürdüren Derimaksan Group, üretim hacminin genişlemesi sebebiyle ve artan talebe daha hızlı yanıt verebilmek için, İzmir-Torbalı'daki kendi fabrika binasına tamamen yerleşti.

Kasım ayı itibarıyla Torbalı-Yazıbaşı mahallesindeki binasında deri işleme makineleri olan Boya, Deri Ölçme, Gergi, Otomatik Kurutma Makinelerini ve Ahşap Dolapları ve ayrıca yün tesisi makineleri olan Yün Yıkama Makinesi, Yün Kurutma Makinesi, Santrifüj makinelerini de üretmeye devam edecek.

Özbekistan'da deri fabrikası kurulumuna büyük talep



Özbekistan-Taşkent'te 16-18 Ekim tarihleri arasında gerçekleşen UzCharm, Deri, Ayakkabı ve Makine Fuarı'nda Derimaksan Makine stant açarak Türkiye'yi temsil etti. Özbekistan Deri Bakanı Fakhriddin Boboev de standı ziyaret edip çalışmalar hakkında bilgi aldı. Özbekistan'a uzun yıllardır hizmet eden Derimaksan Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Gülmez'e göre fuarda en çok talep, anahtar teslim deri fabrikası kurulumuna oldu. Özbekistan'da devlet tarafından deri sektörüne verilen teşvikler, Özbek yatırımcıların ilgisini oldukça çekiyor. Gülmez yaptığı açıklamada "En büyük farkımız, anahtar teslim deri fabrikası kurulumu hizmeti veriyoruz. Bu özelliğimizle de ayrıca ilgi görmekten memnunuz" dedi.

TASEV

TÜRKİYE AYAKKABI SEKTÖRÜ ARAŞTIRMA GELİŞTİRME VE EĞİTİM VAKFI

MESLEK LİSESİ

YENİ NESİL AYAKKABICILAR YETİŞTİRİR

TASEV Lisesi, vizyon sahibi, bireysel farkındalığı yüksek, ayakkabıcılık mesleğinde teorik ve pratik her türlü eğitimi almış yeni nesil ayakkabıcılar yetiştirir.

Bünyesinde bulunan yurt, Türkiye'nin her bölgesinden gelen öğrencilere eğitim verme olanağı sağlarken sektörün önde gelen firmaları, TASEV Lisesi mezunlarına iş fırsatları sunmak için yarışıyorlar.







TASEV Lisesi hakkında detaylı bilgi ve kayıt koşulları için web sitemizi ziyaret ediniz.

www.tasevayakkabi.meb.k12.tr
0212 471 56 22

Kopuzlar Eva Grubu yatırımlarını sürdürüyor



2018'in başlarında kurulan Kopuzlar Eva Grubu 2019'da da yatırımlarını sürdürdü. Bu yıl Secondfleks ve Neofleks markaları ile Second Foam Eva ve Neolit üretim tesisleri kuran firma, üretim kapasitesini artırmak amacıyla ilave makine yatırımları yaptı. Bu sayede EVA, EPDM, XPE, HPE, Kauçuk, Second Foam ve Neolit olmak üzere sekiz ayrı ürün grubu üretme noktasına geldi. Atık yönetimi konusuna da özen gösteren Kopuzlar Eva Grubu, üretimde kullandığı hammaddelerin büyük bir bölümünü de geri dönüşüm hammaddelerden tedarik ediyor. Bu amaçla 2019'un 2.çeyreğinde kendi

bünyesinde geri dönüşüm tesisi kurarak, diğer fabrikası Lifli Rulo ile birlikte Kopuzlar Eva olarak Çevre Bakanlığı'nın sıfır atık projesi kapsamında her gün 200 ton atığı sanayiye geri kazandırıyor. Kopuzlar Eva Yönetim Kurulu Üyesi Barış Kopuz, şirketin kuruluşundan bugüne kadar geçen süreci ve yaklaşımları hakkında şunları söyledi: "Sanayicilik ailemizin kanında var. Yatırım yapmayı ve ekonomiyeye katkı sağlamayı seviyoruz. Bizim için amaç yalnızca ekonomik değer değil, ekonomik değerle birlikte başarmak ve başarıyı geleceğe taşıyabilmektir. Bu bize aile büyüklerimizin öğrettiği en bü-

yük değerdir. Hedefimiz kendi konumuzda dünyanın sayılı şirketleri arasında bir Türk firması olarak yerimizi almaktır. İşe ilk başladığımızda ürünlerimizin ağırlıklı olarak ayakkabı sanayiinde kullanılabacağını düşünmüştüm. Diğer fabrikamız Lifli Rulo ayakkabı sektörüne Derfleks markası ile taban astarı ve muhtelif saraciye ürünleri konusunda yıllardır üretim yapıyor. Ayakkabı sektörünü yakından takip ettiğimiz için bu ürünlerin tamamlayıcı bir grup olarak fayda sağlayacağına inanmıştım. Ancak bugün geldiğimiz noktada ayakkabı ve saraciye sektörü ile birlikte inşaattan otomotiv ve endüstriye kadar birçok ana sektöre tedarik sağlıyoruz. Elbette her sektörün kendine özel ürün talepleri oluyor. Bu taleplere cevap verebilmek için kurulurken yaptığımız yatırım bedeli kadar yatırım yaptık. Bu yatırımları 1 yıl gibi çok kısa bir süre içinde gerçekleştirmek gerçekten kolay değil. Ben inanıyorum ki firmamız, beklenilenden daha kısa bir süre içinde, bu yatırımların maddi ve manevi karşılığını alacaktır. İşletmelerde yatırım asla bitmez. Önemli olan doğru zamanda ve ihtiyaçlara yönelik doğru yatırımları yapabilmek yetisine sahip olmak. Proseslerimizi daha fazla katma değer yaratacak şekilde iyileştirme ve sektörel bazda yenilikler sağlayacak sistemleri geliştirme gücü veriyor. Her işimizi olması gerektiği gibi değil, daha iyi nasıl yapabileceğimizi tartışarak planlıyoruz."



Erdoğdu Group, AYSAF'a NASA teknolojisini getiriyor



Erdoğdu Group, sektörün önemli buluşma noktası olan Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı AYSAF'da bu yıl da yerini alıyor. Sektöründe dünyanın en büyük ikinci fuarı olan AYSAF'a NASA teknolojisiyle katılım sağlıyor. Erdoğdu Group Genel Müdürü Tan Erdoğdu yaptığı açıklamada şunları söyledi: "Özellikle, ayakkabı üretiminde konfor ve yastıklama (cushioning) teknolojilerine

yönelik trendleri değerlendirerek yaptığımız çalışmalar çerçevesinde, Visco Lateks ürünümüzün Türk ayakkabısına ihraç pazarlarda artı değer katacağını gözlemledik. Visco elastik malzeme; havacılık mühendisi Charles Yost'un, Apollo komuta modülündeki astronotların iniş yada uçuş esnasında maruz kaldıkları basıncı azaltıcı etki sağlayan ve 4 yıl süren çalışmaları sonucunda hafıza özelliği ile geliştirdiği benzersiz bir üründür.

Charles Yost'un NASA için yaptığı deneylerin sonucu olarak 1966 yılında bulduğu bu teknoloji, önce uzay araçlarının içinde kullanılmıştır. Daha sonra uçaklarda ve uçak koltuklarında kullanılan Visco elastik malzemeler, günümüzde yatak ve ayakkabı tabanı üreten firmaların tercihi durumundadır.

Visco Lateks; vücut sıcaklığını ve ağırlığını algılayarak, şekil alır. Aşırı yorgunluk ve ağırlık hissinin de en aza indirir. Ayakkabı sektöründe de kullanım alanı bulan Visco Lateks; özel gözenekli yapısı ile ayak şeklini alarak sağlıklı kan dolaşımına zemin hazırlar. Hem konfor hem de ayak sağlığı için tercih edilen bir üründür. Kurulduğumuz günden bu yana sektörün nabzının tutulduğu fuarlara büyük önem verdik ve katıldığımız fuarlar başarımıza büyük ölçüde etki etti. Ayakkabı ve saraciye malzemeleri distribütörü olarak; dünyanın önde gelen markalarıyla işbirliği içerisinde; pek çok nitelikli ürünü 'İyi bir ayakkabı için her şey' mottosuyla üretici ile buluşturmaya devam ediyoruz."

Sektörün Birleştirici Gücü



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

İkitelli Org. Sanayi Bölgesi Mah.
İMSAN San. Sit. B Blok No:10
Küçükçekmece İstanbul TURKEY
T +90 212 549 27 06
F +90 212 549 27 66
info@svstekstil.com
www.svstekstil.com



Akform perakende sektörüne yönelik yeni koleksiyonu ile pazarda



Üretimin her türünde gelişen teknolojinin ortaya çıkardığı teknik detaylar sayesinde ülkemiz tüketicisi de kaliteli ayakkabılarla tanışma fırsatını buldu. Tüketicinin bilinçlenmesi ile de artık iç tabanlar sadece ayakkabı içerisinde hazır bulunan bir malzeme olmaktan öteye geçti. Haricen de satın alınabilen, tüketicinin kendi tercihlerine göre şekillendirebileceği aksesuarlar halini aldı. Akform da gelişen teknolojiyi takip ederek, ortaya çıkan talep doğrultusunda perakende satışlarda da kullanılabilecek ürünlerle piyasaya canlılık katmaya hazırlanıyor.

Jel teknolojisi, Memory Foam (akıllı sünger) teknolojisi, Lateks teknolojisi ve farklı birçok teknoloji ve tekniğin bir araya gelmesiyle oluşan iç taban koleksiyonlarını mağazalarda satışa sunuyor. Bunun mağazalarda ayakkabı satışını arttıracak bir etki de yaratacağına dikkat çekiliyor. Ürün gamı içerisinde jel tabanlar, ayak ortopedisine uygun içe basma, dışa basma, düz taban gibi ayak problemlerine yönelik iç tabanlar ve tüketicilerin perakende satın alabileceği çok çeşitli memory foam tabanlar da bulunuyor.



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



Polimeks ihracat atağını fuarlarla sürdürüyor



İç ve dış pazardaki talebi kapasite artışıyla yanıtlayan Polimeks Yapıştırıcıları, fuarlarla perçinlediği 2019 yılındaki ihracat atağını, gelecek sene de sürdürceğini açıkladı. Polimeks Yapıştırıcıları Dış Ticaret Müdürü Oğuz Kaan Çetinkaya 2019 fuar takvimi içerisinde katıldıkları yurtdışı fuarlardan bazılarını şu şekilde sıraladı:

- Ukrayna Kiev'deki 23-26 Temmuz tarihlerindeki 38. International Specialized Exhibition of Shoes, Leather and Fur

- Rusya Moskova'daki 10-13 Eylül'deki International B2B Exhibition of Footwear, Bags, Leather and Components MossShoes

- Özbekistan Taşkent'teki 16-18 Ekim tarih-

lerindeki Uzcharm Expo 2019 Fair Tashkent Çetinkaya, 2020 yılında da Polonya, Milano Lineapella, Kiev, Özbekistan, Hindistan ve Fas'ta düzenlenecek olan yurtdışı fuarlara katılacaklarını ifade etti.

Firma ağırlıklı olarak ayakkabı, deri ve saraciye sektörü olmak üzere mobilya, döşeme, yatak üretimi, otomotiv, inşaat ve sıhhi tesisat gibi alanlarda geniş ürün yelpazesi ile hizmet veriyor. Konuyla ilgili açıklama yapan Polimeks Yapıştırıcıları Dış Ticaret Müdürü Oğuz Kaan Çetinkaya şunları söyledi:

"İhracat ağımıza, başta Rusya olmak üzere, komşu ülkelerle birlikte Ortadoğu, Avrupa ve Afrika'yı da ekleyerek, uluslara-

rası marka olma yolunda emin adımlara ilerlemekteyiz.

Ürünlerimiz, işinde son derece deneyimli çalışanlarımız, ileri teknoloji ürünü makine parkurumuz ve mühendislerimiz ile birlikte, 2001 yılında Tuzla Kimya Organize Sanayi Bölgesinde kurulmuş olan üretim tesisimizde, çevreye duyarlı bir şekilde üretiliyor. Satış sonrasında da, ürünlerimiz ile ilgili geri dönüşlere titizlikle yaklaşırken, oluşabilecek sorunların çözümünde daima müşterilerimizin yanında yer alıyoruz. Hedefimiz, poliüretan yapıştırıcılar, doğal ve sentetik kauçuk esaslı yapıştırıcılar, su bazlı yapıştırıcılar ve primerler gibi başlıca üretimlerimizde global bir marka olabilmek."

gücünü ortaya çıkar!

İhracatta
GTIP Numarası

6406

İstanbul
Sanayi Odası (İSO)

22 No'lu
Ayakkabı ve
Yan Sanayi
Meslek Komitesi

İstanbul
Ticaret Odası (İTO)

51 No'lu
Ayakkabı ve
Yan Sanayi
Meslek Komitesi

Doğru
NACE
Kodları

Değer yaratarak
sektörü geleceğe
taşıyan AYSAD,
şimdi sektörün gücünü
ortaya çıkartmak
ve doğru temsilini
sağlamak amacı ile
sektörü doğru yerde,
aynı kodları kullanmaya
davet ediyor.

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



Ömür biter, eğitim bitmez



Aysad Vizyon Dergisi'nin bu sayısında sohbet köşesine konuk olan Boğaziçi Üniversitesi Yaşam Boyu Eğitim Merkezi'nden Atilla Başlar, sürdürülebilir öğrenmeyi ve hayat boyu eğitim öğretisini kaleme aldı.

Evimize telefon bağlandığında çok heyecanlanmıştım. 6-7 yaşlarındaydım. 1970lerin sonlarına doğruydum. Komşularımız, akrabalarını aramak için bizim eve gelirdi bazen. Bazen de babam, Almanya'daki kuzenlerini aramak için 'Santral'i arar, telefon numarasını verirdi. Bizi sıraya alan Santral, gecenin bir yarısı telefonu çaldırırdı. İrkilerek uyanıp telefon kapanmasın diye koşturup aceleyle telefonu açardık. Bazen de yetişemezdik. Günümüzde ise, cep telefonundan aradığın kişiye ulaşmak o kadar olağan ki

arayıp da açmayınca nasıl da kızıyoruz! Telefonumuzun şarjı bittiğinde hele, elimiz ayağımız bağlanıyor sanki! Ne kadar çabuk teknolojiye ayak uydurmuşuz! Peki, teknoloji acaba mesleklerimizi nasıl değiştirdi? 1900lerde, firmaların ihtiyaç duyduğu becerilerle şimdiki beceriler arasında nasıl farklar var? Teleks yazmasını bilen birini şirketler arıyor mu artık? Veya daktiloda 10 parmak yazan sekreterler? Onlar nerede? Elektrik bobinaj ustalarının yerini şimdi kimler aldı? Robot teknisyenleri acaba 20-30 yıl sonra işlerini kaybedecek mi? Yoksa robotlar dünyamızı ele mi geçirecek? Bu türde bir sürü soru sormak mümkün. Meslekleri teker teker incelemeye kalkarsak sayfalarca soru üretebiliriz.

21. Yüzyılın dünyasında hangi becerilere ihtiyaç var?
20 yıldır, 40 yıldır ustalık yapan ayakkabı

sayacısı ya da formen, veya tornacı, bugün hangi becerileri kazanmak zorunda ki mesleğine devam edebilsin? Bu konuda Dünya'da yapılmış birçok çalışma var. Gelişmiş ülkelerin hazırladığı 7-8 değişik yeterlilik çerçevesi var. Peki, bunlardan hangisi en kapsamlısı ve hangisi bizim ülkemize en uygunu? Acaba bizim hayat-boyu öğrenmeyi de içeren mesleki eğitim sistemimiz, kendi milli beceri setimizi biliyor mu? Bilip de insanımıza aktarabiliyor mu? Bu konuda yetkili olan kurumların yaptığı çalışmalar ne durumda? Şunu açıkça söylemek gerekirse, geçen ay yaptığımız bir akademik çalışmada gördük ki Milli Eğitim Bakanlığı'mız beceri setlerinden en kapsamlı çerçevelerden biri olan, ABD'de uygulanan P21 Beceri Setini örnek almış ama anlamlı bir milli beceri setimizi henüz belirleyebilmiş değil ne yazık ki.

Peki, nedir bu P21- 21.yüzyıl becerileri?
Genellikle problem çözme, eleştirel düşünme, sistematik ya da analitik düşünme, yaratıcılık, işbirliği ve iletişim becerileri ana başlıklar. Cihazların "akıllandığı" 21. yüzyılda, öne çıkan bir beceri de programlama becerisi. Yazılım programlaması yaparken, algoritma kurmak, öncelikle problemi anlamak, problemi tanımlamalıktan sonra problemi analiz etmek ve çözüm yollarına ulaşmak, için zihinsel süreçlerin işletilmesi gerek.

Günümüz ustaları, tecrübeli profesyonelleri programlama yapabiliyor mu? Ya da programlama becerisine sahip kişi ya da kurumları işlerinin içine katabiliyorlar mı? Sanayide birçok firmanın "Makineler arası iletişim" konusunda çok gerilerde olduğu ortada. Bu açığı kapatmak ise "Sürükle-bırak" pratikliğine sahip günümüz yazılım dillerinde ve sensorlar sayesinde birbirleriyle haberleşmeye hızlıca geçebilen makinelere sahip olmak ise çok

kolay aslında.

Bu çerçevelere baktığımızda aslında bizim kültürümüzün derinlerinde yer alan bir mesleki eğitim sistemi ile bu becerilerin kazandırılmasına çalışılmakta. Bloom'un Taksonomisi (1956) uygulanaarak becerilerin en üst seviyede kişilerde yerleşmesi amaçlanmakta. Günümüzde revize edilen bu taksonomik yapı, tarihimizdeki Ahi teşkilatının çırak-kalfa-usta yetiştirmek için bizzat kullandığı yöntemlerin genel çerçevesini çizmekte. Ahi teşkilatının bu sistemini örnek alıp, kendi kültür ve ihtiyaçlarına göre revize edip uygulayan bir ülke var Avrupa'da. Ve bu ülke Dünya ihracat şampiyonu: Bildiniz, Almanya'nın ta kendisi. 1977'de Türkiye'den Almanya'ya, mesleki eğitim sistemini öğrenip, ülkemizdekini revize etmek amacıyla yapılan teknik geziye katılmış olan dönemin İSTESOB Başkanı rahmetli Suat Yalın'dan öğrenmiştim bu gerçeği. Almanlar mesleki eğitim sistemini gösterdikçe bizim teknik heyet hayran kalmış, Alman muhatapları da aynen şunu söylemiş: "Siz niye bu kadar şaşırdınız ki? Biz mesleki eğitim sistemimizi, sizin Ahi Teşkilatı'ndan kopya çektik!"

Howard Gardner'a ait Çoklu Zeka Kuramı'nı üst düzeyde kullanan Ahi teşkilatı hem ahlaki, hem mesleki, hem toplam kalite yönetimini, hem insan kaynakları yönetimini, hem inovasyonu hem de günümüzde uygulanmaya çalışılan Girişim Sermayesi'ni öyle harmanlamıştır ki Osmanlı'nın dayandığı ekonomik sistem 600 sene hüküm sürmesine imkan sağlamıştır. Bir çırağın 40 sene çırak olarak kalabilirdi (beceremiyorsa çırağın kalfa bile yapılmadığı bir sistemden bahsediyoruz.) bir mesleki eğitim sisteminden günümüzde geldiğimiz noktayı düşünürsek, ekonomik kalkınmamızın neden yerlerde süründüğünü, orta gelir tuzağından neden bir türlü çıkamadığımızı, imalat sanayimizin neden güdük kaldığını kolaylıkla anlayabilirsiniz. Liyakate dayalı olmayan bir sistem geri kalmaya mahkumdur çünkü. Ekonomimizin ihtiyaç duyduğu becerilerin gençlerimize kazandırılmamasından Türkiye'de bir şeylerin iyi gitmediğini görebiliyoruz. Şu noktada problem çözme yetkinliklerinin geliştirme noktasında maalesef çok iyi değiliz, Ayrıca yabancı dil problemi de var, ancak eleştirel düşünme, sorgulama, "Farklı ne olabilirdi?" ve "Başka açıdan nasıl bakabilirim" sorusunu sormak aslında gençlerimizin mesleki gelişimleri açısından kritik soru. Gençler bu noktada çok çabuk aksiyon alamıyorlar. Ve bu noktada hala iyi değiliz. 20 yıl önce de iyi değildik.



Dünya'nın iş yapma biçimi değişti

Zaman, hız, teknoloji alanında baktığımızda yüz yüze yapılan işlerin oranı azaldı, ama tam anlamıyla yok olmayacak. Eski-den ekip çalışmasını çok önemli görürdük ama eskisi gibi üstünde durduğumuz takım çalışma modelleri geliştirilmiyor artık. Daha küçük çalışma ekiplerine doğru gidiliyor. Ama en sonunda ne değişecek? İnsana ihtiyaç duyduğunuz işlerin sayısı bugüne göre azalacak. Bu neyi doğurur? Kimsenin sormadığı soruları sormak gerek. "Sadece kendim için değil, topluma yarar sağlayacak ne yapabilirim? Ben bu ürünü nasıl üretirim? Ve en önemlisi artık nasıl sosyal fayda üretebilirim?" sorusuna odaklanmak gerek. Dünya ve Türkiye'deki en önemli değişiklik bu.

Sonuç olarak, "Dijital her şey değildir." Çünkü 21. Yy yetkinlikleri içerisinde hala dijital iletişimin haricinde yüzlü iletişim de bulunmakta. Tecrübeli işgücü mensuplarının avantajı, gençlerden dijital teknolojiyi öğrenebilmeleri, gençlere de kendi tecrübelerini aktarmaları konusunda yatmakta. Bunu ne kadar iyi becerebilirsek, 21. Yüzyılda iş dünyasının talep ettiği becerileri o kadar hızlıca öğrenebiliriz. Dolayısıyla, gençlerimizin masa başında geçirdikleri süreyi biraz azaltmaları, sosyalleşmeleri, tecrübeli insanlarla görüşmeleri, iş başında yaparak öğrenmeleri gerekmekte.

Ey gençler! Tecrübeli büyüklerinizi tanımanızı, insanları merak etmenizi öneriyorum. Çünkü insanların dijital olarak üretilen şeyle bir ihtiyacı gidermesi veya ihtiyacı yaratması gerekiyor. Ne kadar çok gerçek dünyayla karşılaşırsanız, risk alma, sorun çözme konusunda o kadar kendinizi geliştirirsiniz.

Atıla Başlar-MBA
Boğaziçi Üniversitesi
Yaşamboyu Eğitim Merkezi



21. yüzyılda beceri setleri

- P21- 21. Yüzyıl Becerileri için Ortaklık (Partnership for 21st Century Skills)
- NCREL-Kuzey Orta Bölgesel Eğitim Laboratuvarı (The North Central Regional Educational Laboratory)
- ATC21S- 21. Yy Beceri Öğretimi ve Değerlendirmesi- ("enGauge", Assessment and Teaching of 21st century skills)
- ISTE- Uluslararası Eğitimde Teknoloji Toplumu (International Society for Technology in Education)
- OECD- (Organisation for Economic Co-operation and Development)
- Avrupa Referans Çerçevesi (European Reference Framework)
- ASSL-Amerikan Okul Kütüphaneleri Derneği (American Association of School Librarians)

P21 (Partnership for 21st century skills)'e göre 21. yy beceriler çerçevesi

Temel Ders Alanları ve 21. Yüzyılın Temaları

İngilizce, okuma veya dil sanatları, dünya dilleri, sanat dalları, matematik, ekonomi, bilim, coğrafya, tarih ve vatandaşlık bilgisi

Disiplinler Arası Temalar: Küresel Farkındalık, Finans, Ekonomi, İşletme ve Girişimcilik Konularında Okur-Yazarlık, Yurttaşlık Konusunda Okur- Yazarlık, Sağlık Konusunda Okur-Yazarlık, Çevre Konusunda Okur- Yazarlık

Yaşam ve Kariyer Becerileri;

Esneklik ve Adapte Olabilme, İnisiyatif Alma ve Kendi Kendini Yönlendirme, Sosyal ve Kültürler Arası Beceriler, Verimlilik ve Hesap Verme Sorumluluğu, Liderlik ve Sorumluluk

Öğrenme ve Yenilik Konularındaki Beceriler;

Yaratıcılık ve Yenilik, Eleştirel Düşünme ve Problem Çözme, İletişim ve İşbirliği

Bilgi, Medya ve Teknoloji Becerileri; Bilgi Konusunda Okur-Yazarlık, Medya Konusunda Okur-Yazarlık, BİT (Bilgi, İletişim, Teknoloji) Konusunda Okur-Yazarlık

Edizioni AF
THE LEADER MEDIA IN THE LEATHER INDUSTRY

MAGAZINES

A-R-S-U-T-O-R-I-A **FOTOSHOE**

af.mag **A-R-P-E-L**

Bambino **Safety** **A-R-S tannery**

A-R-S-U-T-O-R-I-A
trends guide

ONLINE DATABASE - shoes, bags and materials



at
ARSTREND.COM

www.edizioniaf.com

2020'de Türkiye için toparlanma öngörüsü



Ticari Alacak Sigortası broker şirketi AU Grup'un ülke riskleri raporu "G-Grade", ülkelerde algılanan politik risk seviyesini ölçen 1-10 arasında bir notu temsil ediyor. 1, algılanan en düşük siyasi risk seviyesine tekabül ederken, 10 en yüksek risk seviyesi olarak kabul ediliyor. Ülke riskleri raporu ve tüm makro-ekonomik grafikler, IMF istatistik departmanı bilgileri (Dünya Ekonomik Görünüm Veri tabanı) ve dünyadaki en büyük ticari alacak sigortası şirketleri Euler Hermes, Atradius, Coface ve Credendo'nun ülke risk değerlendirmelerini temel alan yoğunlaştırılmış bir bakış niteliğindedir.

Türkiye'nin notu 6.8

Türkiye'nin 6.8 olan notu yaşadığımız ekonomik zorluklara ve seçim ekonomisine rağmen değiştirilmedi. 2018 yılında 9 bin 346 USD olan GSMH, 2019 da 8 bin 507 USD ve 2020'de 9 bin 633 USD olacak. İşsizlik oranı ise 2018 yılında yüzde 11 iken 2019'da yüzde 12,7 olarak tahmin ediliyor ve 2020'de düşüş kaydederek yüzde 11,4 seviyelerinde olacağı öngörülüyor.

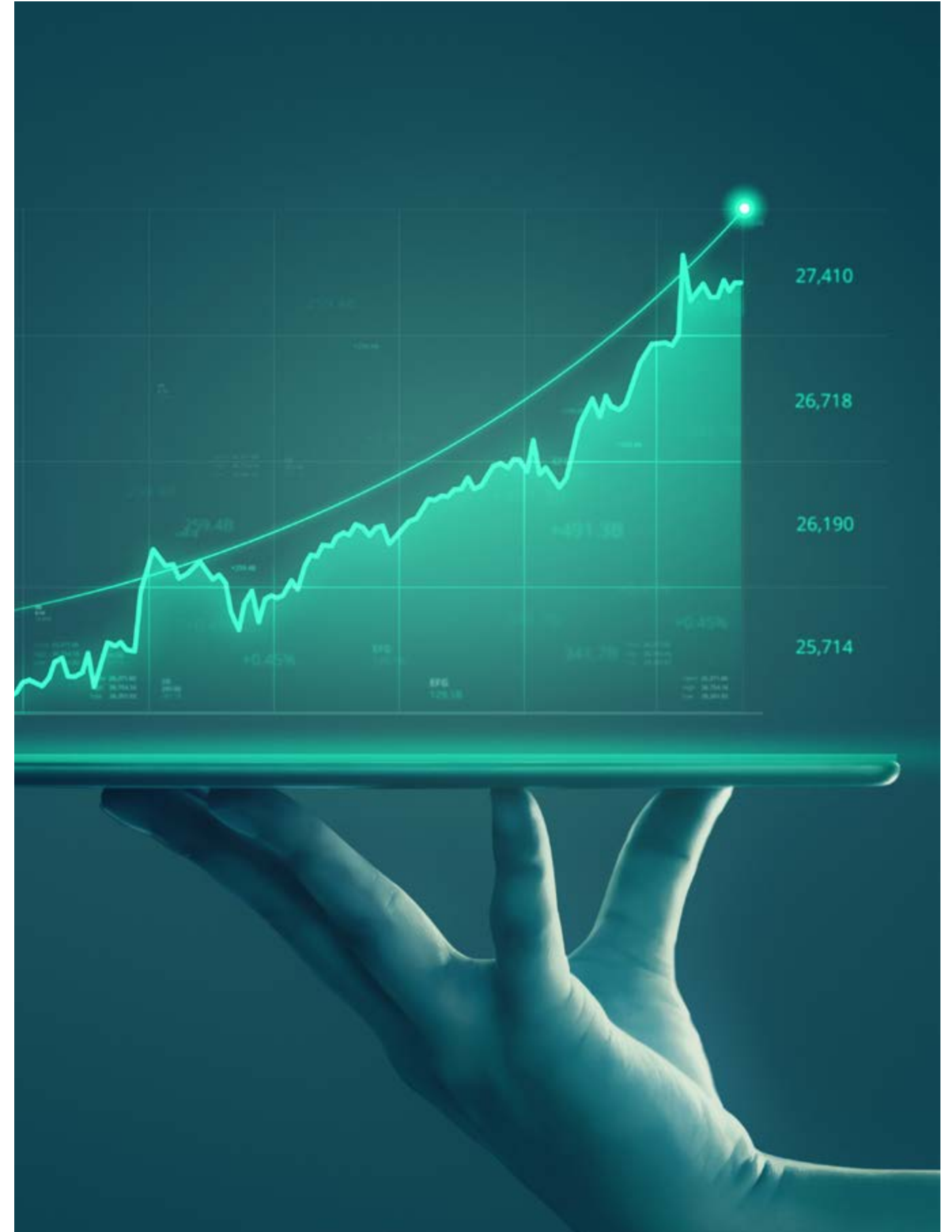
Ticaret savaşları ve ABD yaptırımları olmasına rağmen Çin'in 4.3 olan notunu aynı şekilde koruyan AU Grup, Çin'de GSMH'nin 2019'da 10 bin 153 USD, 2020'de 11 bin 14 USD olarak yükselirken, işsizlik oranının aynı kalacağını ve devlet borçluluğunun GSMH'ya oranının da artacağını öngörüyor.

Risk notu 1.8 olan İngiltere'de ise Brexit'e rağmen cari dengenin 2019 ve 2020'de değişmeyeceği, işsizlik oranında sadece binde 2'lik bir artış beklendiği ancak enflasyon artışının olabileceğine dikkat çekiliyor.

Toplam 144 ülkeyi değerlendiren raporla ilgili olarak AU Grup'un Türkiye üyesi TCI Sigorta Brokerliği Genel Müdürü Umut Fırat şunları belirtti. " Ülke değerlendirme raporu özellikle ihracatçı firmalarımız için büyük önem taşıyor. Birçok görüşü birleştirerek oluşturulduğu için tarafsız ve ortak bakış açısını yansıtıyor. İhracat yaptığımız ülkelerdeki gelişmeleri yakından takip edebilmek için bir kaynak niteliğinde olduğunu söyleyebiliriz. Türkiye verilerine baktığımızda son yılların en zor yılının 2019 olduğunu görüyoruz ancak 2020'de temel alınan tüm değerlendirme şirketleri Türkiye'nin hızlıca toparlanacağını öngörüyor. 2020'de 2018 yılının verilerine geri döneceğimizi ve ekonominin rayına oturacağını söyleyebiliriz."

Fransız AU Grup ülke riskleri raporu "G-Grade"i güncelledi. Türkiye'nin notu değişmedi ve ekonomiye ilişkin grafikler ve açıklamalar 2019'un son dönemin en zor yılı olduğuna ve 2020'deki hızlı toparlanmaya işaret ediyor.

Bunun yanı sıra ticaret savaşları ile gündemde olan Çin'in de notu değişmedi. Türkiye'nin ihracat pazarlarına tek tek ışık tutan çalışmaya göre, Jamaika, Madagaskar ve Mali'nin notu yükselirken, Kamerun ve Haiti'nin notu düşürüldü.



KOBİ'lerin güvencesi alacak sigortası



Türkiye’de küçük ve orta boy işletmelerin en büyük sorunlarının başında gelen ticari alacaklarda yaşanan sorunlar, alacak sigortası yöntemiyle aşılabiliyor. Devlet destekli uygulaması da olan bu sistemden yeterince haberdar mıyız?

Ticari alacak sigortası, firmaların yapmış olduğu, herhangi bir teminata bağlanmamış vadeli satışlardan doğan borcun ödenmeme riskini teminat altına alan sigorta ürünüdür. Kredi limiti tahsis edilmiş bir alıcının iflas, konkordato, tasfiye, vb. hukuki durumlar ile temerrüde düşmesi teminat altındadır.

KOBİ'ler için Ticari Alacak Sigortası Sistemi özellikleri

En az iki yıl geçmiş olan, vergi ve SGK borcu olmayan, Merkez’in risk değerlendirme kriterlerini sağlayan; Mikro ve Küçük ölçekli şirketler için ticari alacak sigortası sunulur.

Azami 360 güne kadar vade uygulanabilir. Sigortalı’nın cirosu üzerinden fiyatlandırma yöntemi ile prim hesaplanır. Alıcı firmalar için otomatik skor değerlendirmesi yapılır ve kredi limiti tahsis edilir. İzleme ve gözlem ile kredi limiti tahsis edilen alıcılar içerisinde finansal durumu bozulanlar ile ilgili sigortalıya bilgi verilir. Hasar durumlarında, sigortalının Merkez’e başvurması ile hukuki işlemler başlatılır ve sigortalıya tahsilat hizmeti sunulur. Tahsilat hizmeti ile çözümlenemeyen hasar dosyaları için tazminat ödemesi yapılır.

Ticari Alacak Sigortası’nın faydaları

Müşterilerini analiz edip, finansal durumlarını izleyerek şirketin risk yönetimine katkı sağlar. İşletmeyi öngörülme-yen tahsilat problemlerine karşı koruyarak, finansal yapısını güçlendirir. Bilançonun aktif kalitesini yükselterek

bankalar ve finansal kuruluşlar nezdinde kredibilitesini artırır. Şirket yönetiminin alacak sorunlarını bir kenara bırakarak asıl faaliyet alanına odaklanmasına yardımcı olur.

Yeni müşteriler bularak satışları artırıma-ya ve şirketin büyümesine katkı sağlar. Sorunlu alacaklarla ilgili hukuki takip işlemlerini sigorta şirketinin avukatları işletme adına yürütür.

KOBİ'lere Yönelik Devlet Destekli Ticari Alacak Sigortası Sistemi nedir?

Bakanlar Kurulu’nun 04/06/2018 tarihli ve 2018/11892 sayılı “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Yönelik Ticari Alacak Sigortası Sunulmasını İçeren Devlet Destekli Sistemin İşleyişine Dair Kararı” ile oluşturulan Devlet destekli bir sistemdir. 18/11/2005 tarihli ve 25997 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkındaki Yönetmelikte” tanımlanan işletmelerden, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından belirlenen koşulları sağlayan KOBİ’ler bu sistemden yararlanabilmektedir. Bu sistem ile herhangi bir teminata bağlanmamış vadeli satışlardan doğan borcun ödenmeme riski teminat altına alınmaktadır. Mevcut uygulamada ciro kriterinden dolayı alacaklarını teminat altına alamayan KOBİ’lere bu sistem ile ciddi bir imkân sunulmaktadır.

Kimler faydalanabilir?

Sistemin başlangıcında, ilgili Yönetmelikteki tanımlamalara göre Mikro ve Küçük işletme sınıfına giren işletmeler yararlanabilecektir. Orta büyüklükteki işletmelerin bu sistemden yararlanabilmesi için çalışmalar devam etmekte olup, ileriki dönemde bu sınıftaki işletmeler de KOBİ'lere Yönelik Devlet Destekli Ticari Alacak Sigortası Sistemi’nden yararlanmaya başlayacaktır. mikro ve küçük büyüklükteki işletmelerin tanımı, nitelikleri ve sınıflandırılması hakkında yönetmelikte yer alan yıllık net satış hasılatı rakamı dikkate alınacaktır.

Hangi satışlar teminat altına alınabilir?

- Tüzel kişilere (şahıs şirketi, adi ortaklık vb. dâhil, basit usule tabi vergi mükellefleri hariç) yapılan satışlar

- Peşin, kredi kartlı, bankanın teminatı (teminat mektubu, DBS, teyitli akreditif vb.) altında olmayan satışlar ile yurtiçinde kamu kurum ve kuruluşları,bele-



diyeler,odalar ve borsalar,meslek birlikleri,dernekler, vakıflar, kamu iktisadi kuruluşları haricinde kalan satışlar

- Vadeli faturaların açık hesap, çek ve/veya senet karşılığı satışlar

Avantajları neler?

- Anında ya da aynı gün içinde gerçekleştiren kredi limiti tahsis ile kesintisiz ticaret imkânı sunar.

- Sigorta dönemi boyunca limit iptali/kesintisi olmadan tahsis edilmiş kredi limiti ile istikrarlı ve büyümeye odaklı şekilde ticari faaliyetinizi sürdürmenize destek olur.

- Düşük soruşturma ve tahsilat masrafları ile daha hesaplı bir hizmet almanızı sağlar.

- Kolay, hızlı ve pratik başvuru ve bildirim ekranlarıyla zamandan tasarruf etmenize yardımcı olur.

- Yeni müşteriler bularak satışlarınızı arttırmanıza ve şirketinizin büyümesine katkı sağlar.

- Bilançonuzun aktif kalitesini yükselterek bankalar ve finansal kuruluşlar nezdinde kredibilitenizi artırır.

- Müşterilerinizi analiz edip, finansal du-

rumlarını izleyerek şirketinizin risk yönetimine katkıda bulunur.

Teminat kapsamına hangi faturalar girer?

Police tanzim tarihi itibarıyla kesilmiş olan faturalar teminat kapsamı altına alınabilmektedir. Bu tarihten önce kesilmiş olan faturalarla ilgili herhangi bir teminat söz konusu olmayacaktır. Tahsilat da sigortalayan tarafından yapılır.

Prim hesaplanması nasıl yapılır?

Prim hesaplanmasında Alacak Sigortası talebinde bulunan işletmenin son mali yılda vadeli satışından elde ettiği ciro su esas alınır.

VADELİ SATIŞLARDAN ELDE EDİLEN CİRO	120 güne kadar vadeli satışlar için ORAN (%)	180 güne kadar vadeli satışlar için ORAN (%)	360 güne kadar vadeli satışlar için ORAN (%)	Azami tazminat tutarı NET PRİMİN KATI
0 - 3.000.000	0,50	0,80	1,40	30
3.000.001 - 5.000.000	0,45	0,70	1,23	30
5.000.001 - 10.000.000	0,42	0,60	1,05	30
10.000.001 - 15.000.000	0,40	0,50	0,88	30
15.000.001 - 20.000.000	0,35	0,45	0,79	30
20.000.001 - 25.000.000	0,32	0,40	0,70	30

Hasar ödemesi ne zaman gerçekleşir?

Hasar başvurularınız, bekleme süresini (120 gün) takiben 30 gün içinde, yaptığınız hasar başvuruları sonuçlanacak ve tazminat ödemeleri gerçekleştirilecektir.

Diğer Alıcılar neyi kapsar, hasar ödemesinde ne dikkate alınır?

Police kapsamında teminata konu olan, Sigortalı'nın biten mali yılda açık hesap satışlarından elde ettiği yurtiçi satış cirosunun en az %50'sini oluşturan ve ciro büyüklüğüne göre büyükten küçüğe doğru sıralanan alıcılar dışında kalan tüm alıcıları ifade eder. Söz konusu alıcılara

sağlanan toplam kredi limiti, bir alıcıya sağlanan en yüksek kredi limiti kadardır. Bu kapsamda, olay başına sağlanan kredi limiti ise bir alıcıya sağlanan en düşük kredi limiti kadardır.

Police primi dışında sigorta yaptıracak firmanın ödemesi gereken bir maliyet var mıdır?

Police primine ek olarak soruşturma masrafları bulunmaktadır. Teklif aşamasında, sigortalı olabilir cironun asgari %50 sini oluşturan alıcılarla ilgili olarak limit başvurusunda bulunulması gerekmektedir. Bu aşamada başvuruda bul-

nulan her bir alıcı için KDV dahil 10 TL'lik bir ücret yansıtılmaktadır. Sigorta sözleşmesinin yapılması durumunda da her bir alıcı başına ek olarak KDV dahil 10 TL'lik yıllık ücret alınmaktadır.

Hukuki masraflar nasıl uygulanacaktır?

Hasar dosyaları için uygulanacak hukuki masraflarda, Türkiye Barolar Birliği'nin ilgili yıldaki Avukatlık Asgari Ücret Tarifesi geçerli olacaktır.

Kaynak: Alacak Sigortası

63rd aymod

Sonbahar Autumn / Kış Winter '21

ufi
Approved
Event

ULUSLARARASI
AYAKKABI
MODA FUARI
INTERNATIONAL
FOOTWEAR
FASHION FAIR



01-04
NİSAN
APRIL
2020

CNREXPO
İstanbul Fuar Merkezi

Destekleyenler
Supporters

Turkey
Discover
the potential



TASEV
Türkiye Acente ve Sigorta
Evi Vakfı

TASD
Türkiye Acente ve Sigorta
Düzenleme ve Denetim
Kurumu

KOSGEB

pozitif
FUARCILIK
ufi
Member
ICCA
Member
İSTANBUL
Fuar Merkezi

CNREXPO YEŞİLKÖY 34149 İSTANBUL - TURKEY ☎ +90 212 465 7474 📠 +90 212 465 7476 - 77 | www.cnrexpo.com

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR. / THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE AUDIT OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO.5174

CNR HOLDING

IAEE
International
Association
of Export
Associations

Ticari alacak sigortasının önemi



“Küresel ticarete ilişkin riskler artmaya devam ediyor. Çin-ABD arasındaki ticaret savaşları, jeopolitik gerginlikler, Brexit’le ilgili belirsizlikler küresel ticaret hacminde artış beklentilerinin sürekli olarak aşağı yönlü güncellenmesine neden oluyor. Dünya Ticaret Örgütü, son yaptığı tahminde küresel mal ticareti büyümesinin 2019 yılında yüzde 1,2, 2020 yılında ise yüzde 2,7 olacağını belirtti. Kurum, Nisan ayında 2019 yılı için yüzde 2,6, 2020 için yüzde 3 oranlarında büyüme tahmin ediyordu. Ticaret hacmindeki daralma, beraberinde birçok firma için cirolarda gerilemeyi getiriyor. Cirolardaki gerileme, artan maliyetler ile birlikte kar marjlarının iyice daralmasına neden olabiliyor. Belirsizliklerin arttığı dönemlerde firmaların önemli bir kısmı ödemelerini geciktirebiliyor. Bu du-

Devlet destekli ticaret alacak sigortası olduğu kadar özel sektörde ve dünya çapında sistemi uygulayanlar da var. Bu şirketlerden biri de Coface... Peki ticari alacak sigortası neden önemli? Bunun yanıtını Coface Sigorta Türkiye ve Ortadoğu Ekonomisti Seltem İygün’den aldık.

rum, tahsilatların yapılamamasına ya da geç yapılmasına neden oluyor. Bundan dolayı firmaların nakit akışları bozuluyor ve alacaklı bile olsa, ödemelerini tahsil edemediği için birçok firma iflas riskiyle karşı karşıya kalıyor. Böyle dönemlerde, firmalar açısından

alacak tahsilatı garantisi hayati önem taşıyor. Ticari alacak sigortası da burada devreye giriyor. Ticari alacak sigortası iki çeşit riske karşı güven sağlıyor: Ticari risk (iflas ve geç ödeme) ve politik risk (ihraçat ticari alacak sigortası için geçerli olmak üzere savaş, ambargo, fon transferi olmaması riski vb.). Firmalar, fatura karşılığı yaptıkları mal ve hizmet satışlarından doğan bir yıllık tüm vadeli alacaklarını sigortalatabiliyorlar. Sigorta yapılmadan önce, alıcılar üzerinde risk değerlendirilmesi yapılıyor ve tahsil edilen limitler baz alınarak poliçe şartları belirleniyor. Eğer alacak tahsili yapılamazsa sigorta şirketi sigortalı firmaya alacağını ödüyor ve borçlu olan alıcıdan bizzat tahsil ediyor. Sigorta şirketinin tahsil etmesi durumunda, alacağın tamamı ödeniyor. Tahsil edilememe durumunda ise yüzde 90’ı ödeniyor. İleriki aşamalarda eğer tahsil ediliyorsa kalan yüzde 10 da firmaya ödeniyor. Karşılığında nakdi teminat olmayan tüm vadeli satışların sigortaya dahil edilmesi gerekiyor. Bu aşamada sigorta firması, alıcılar üzerinde talep edilen limitleri tam ya da kısmi olarak kabul edebiliyor ya da reddedebiliyor. Sigorta firmasına ödenecek prim, hedef sigortalanan ciro üzerinden belirleniyor. Bu ise cironun büyüklüğü, azami vade süresi, geçmiş son üç yılın şüpheli ticari alacak tutarları ve sektörün risk parametrelerine göre belirleniyor. İhracat poliçelerinde ise bunlara ülke riskleri de dahil ediliyor. Prim taksitli olarak da ödenebiliyor. Hem yurt içi hem ihracatta teminat verilebiliyor.

Bu şekilde ticari alacak sigortası poliçesi, ödemelerin gecikmesi ve faturaların

ödenmeme riskine odaklanarak firmaları, ticari hayatlarında karşılaşılabilecekleri nakit akışı sorunlarından korumuş oluyor. Dolayısıyla, ticari alacak sigortası poliçesi KOBİ’lerden çok uluslu şirketlere kadar tüm ölçekteki şirketler tarafından tercih edilen bir ürün olmaya devam ediyor. Öte yandan, ticari alacak sigortası poliçesi, yaşayan bir poliçe olduğundan, sigorta yaptıran firmaya risklerin izlenmesi, tahsilat süreçlerinin hızlanması, alacaklar garanti altına alındığından dolayı daha fazla satış yapma olanağı da sağlamış ve firmaya ticaret hayatında partnerlik yapmış da oluyor. Yerel kuralların ve uygulamaların bilinmesi, piyasaların yakından takip edilmesi gibi unsurlar da firmaların gereksiz maliyetlerden ve zaman kayıplarından kurtulmalarını sağlıyor.”



“KOBİ’ler dışa açılmakta cesaretlendirilmeli”



Türkiye’de ve dünyada KOBİ yaklaşımlarını konuştuğumuz Dünya Gazetesi Yazarı Ahmet Coşkunaydın “Tek atımlık barutu olan firma, riske girmekte zorlanıyor” dedi.

40’ta biri süt alabiliyorsak, aynı sıkıntının işletmelerimizde de olduğunu gözlüyoruz” dedi.

“Projelere dahil edilmiş KOBİler yaratmalıyız”

Dünyada fikir birliğine varılmış standart bir KOBİ tarifinin omadığına dikkat çeken Ahmet Coşkunaydın, bunun mukayeseyi de zorlaştırdığını belirterek sözlerini şöyle sürdürdü: “Bizdeki firmayla Amerikalı

bir işletmeyi karşılaştırmak sorunlar yaratıyor. 1900’lü yılların ortalarından itibaren dünyada şirketler oluşuyor ve süreç içinde KOBİ’lerin de ekonomik sistemden çıkacağı tahmin ediliyor. Ama 1970’lerden sonra olmazsa olmaz olduğu kanısına varılıyor. Başta ABD, Japonya, Almanya, Hindistan, Güney Kore’de ciddi destekler verilerek öne çıkarılıyorlar. Türkiye’de de hacim olarak cılız da olsalar, ekonominin tamamında çok büyük işlevleri var. Mesela holdingler küçük bir kasabaya gitmiyor ama kobiler her yerdeler. İstihdamdan usta yetiştirilmesine, hatta iç göçü önlemeye kadar bir çok katkı sağlıyorlar. Türkiye ne yazık ki bu yapıdan yeterince faydalanamıyor. Çoğu başının çaresine bakmak durumunda. Dalgalı bir denizde gemisini kurtarmaya çalışan kaptan gibiler. Özellikle 1980’lerden beri keskinleşen küreselleşme, Türk KOBİ’lerine önemli bir tokat atmış vaziyette.” KOSGEB’in yeni dünyayı anlatarak, işletmeleri bilinçlendirmeye çalıştığına dikkat çeken Coşkunaydın, burada da ortak dil sorununun ortaya çıktığını belirtti. KOBİ, denildiğinde sanayinin en küçük dalında üretim yapan küçük işletmelerin algılandığını ifade eden Dünya Gazetesi Yazarı, sözlerini şöyle sürdürdü: “Oysa tarımdan balıkçılığa her alanda olması lazım ki toplumsal işlevini yerine getirebilsin. Süleyman Demirel’in çok ilginç bir sözü vardı: ‘Benim simitçim de girişimcidir’ derdi. Bu doğru bir yaklaşım. Sorun net ve gerçekçi bir tarif yapmamış olmamızdan kaynaklanıyor. Mesela bir büfe de KOBİ’nin altyapısını oluşturuyor. Ama ne zaman KOBİ haline geliyor net değil. Bu işletmelerin sorunlarının, bir filiz gibi ele alınıp, çok ciddi şe-

kilde programlarla ekonomiye kazandırılması lazım. Hedefin belirlenmesi ve ona kilitlenilmesi önemli. Bizde birçok konu konuşuluyor, planlar yapılıyor ama sonra bunu gerçekleştirmek adına ısrar olmuyor. Eksiklikler ortaya konuluyor ama bunların giderilmesine yönelik alınan kararların hayata geçirilmesinde ihmaller oluşuyor. ABD’de mesela NASA’nın tüm tedariki ABD’li KOBİ’lerde. Çünkü oradaki firma, Ar-Ge yapabilir vaziyette. Elemanı, altyapısı var. Devlet desteği olsa da olmasa da yetişmiş eleman alabiliyor. Sistemde zincir dönüyor. Türkiye’de işletmelerin gücü bu sisteme girmeye yetmiyor. Projelerde KOBİ’leri dahil edecek planlamalarda eksikliğimiz var.”

Avantajları ve dezavantajları

Türkiye’de de küçük ve orta boy işletmelere ‘yetiştirilmesi gereken bir fidan’ yaklaşımı gerektiğini belirten Ahmet Coşkunaydın avantaj ve dezavantajlarını şöyle sıraladı: “Çok çabuk karar alabiliyorlar. Üretim ve hareket yetenekleri, büyük yapılara göre hantal değil. Ürettikleri mal piyasadan çekildiğinde, hemen yerine yenisini koyabiliyorlar. Desteklediğinizde üniversite kapılarının önündeki sıranın dahi çaresi. Ara elemanı önemser, insanları ihtisasa yönlendirirseniz, KOBİ’ler ile üreten bireyler haline getirirsiniz. Yani cebine diploma koyup işsiz yapmaktansa, üretime katarsınız. Öte yandan çok büyük bir maddi yetersizlikleri var. Gerçek ma-

nada bir vergi desteğinden söz edemiyoruz. Kalkınmanın temeli olmasına rağmen, bırakın Ar-Ge yapabilmeyi, burada insan istihdam edecek güçleri dahi yok. Geçtiğimiz günlerde teknik eğitim konulu bir toplantıya katıldım. Teknik liseden mezun olanlar, üniversiteden mezun olanlarla daha iyi koşullarda işe başlıyor. Bu çıkış yolumuz ve buna ağırlık verilmesi gerekiyor. İstanbul’da 100 üniversite 60 tane meslek lisesi var. Oysa abartıyorum 560 meslek lisesi, 5 üniversite olması lazım. Teknik liselerde yetiştireceğimiz elemanlar, NASA’nın elemanları gibi gelecekte doğru eğitimle ve destekle o noktaya ulaşabilirler.” Üretim kabiliyetiyle ilgili sorun görmediğini belirten Dünya Gazetesi Yazarı eskilere dair bir anısı üzerinden konuyu paylaştı: “Serde askerlik var. Ben Kuleli Askeri Lisesi mezunuyum. Kara Harp Okulu’ndan üniversiteye geçtim. O zamanki komutanlarımızın ifadesiyle, Karadenizli ustaların yaptığı tabancayı Avrupa’daki üründen ayırt etmek mümkün değildi. Batılıyla yüzde 100 aynı yapıyorlardı. Dikkatinizi çekerim fabrikadan değil, Karadenizli ustalardan söz ediyorum. Mesela keşke o zaman birileri alıp bu insanları toparlasaydı da dünyaya mesela ‘taka’ diye satsaydık. Ama bu bile kaçırılmış bir fırsat olarak önümüzde duruyor. Japonlar 2. Dünya Savaşı’nda yerle bir oldu. Bir konsolos arkadaşım şunu anlatırdı. Japon kalkınması bizden biraz farklı. 1800’li yılların sonunda 20 bin öğ-

rencinin ABD’ye gönderilmesi ve geri çağırılıp öğrendiklerinin tatbikiyle başladığı bir süreç var. Dolayısıyla Japonlar 50’lerin başlarında KOBİ’leri oluşturup destek vererek Japon mucizesini yarattılar. Mesela Japonya’da iş değiştirme oranları çok düşük. İnsanların çoğu ilk girdiği firmadan emekli oluyor. Orada öğrendiğini ömür boyu geliştirme imkanına sahip. Bizde bir alanda çalışıyor; 3 yıl sonra ya kendi gidiyor ya firma gönderiyor, yenisinden sıfırdan başlıyor. Öğrendiklerini kuruma aktarma şansı olmuyor. İçselleştirmekten, hedefe kitlenmeye kadar birçok getirisi yok oluyor. Kalitesiz diye dalga geçilen Japon Mali’nden göz dolduran ürünler üreten bir ülke haline geldiler. Çinliler de aynı işi yapacaklar. Keza Güney Kore’de, Almanya’da hep aynı sistemin uygulandığını görürsünüz. Temelde bir hedef koymanız gerekiyor. Domates yetiştirecekseniz en iyisini yapmalısınız. ‘Ben ektim bu çıktı’ olmaz. Bakımından toplamasına kadar hepsinde bilimi kullanacaksınız ve en önemlisi üretimde milli bir ruh oluşturacaksınız. KOBİ olduğunuzu düşünün. Orta düzey bir firmasıınız ve tek atımlık barutunuz var. Durum şu anda bu. Bu korkuyu giderecek önlemlerin düşünülmesi gerekiyor. Dışa açılmakta cesaretlendirilmesi lazım. Maddi destek yeterli değil. Uzman verebilirsiniz. Adamın yaptığı işle ilgili bir uzmanın firmaya verilmesi bile mümkün olabilir. Sözün özü bakış açımızı değiştirmeliyiz.”



EUR.1 Dolaşım Belgesi



AB ülkeleri, EFTA ülkeleri ve hedef pazarlar arasında yer alan Mısır'ın da içinde bulunduğu ihracat pazarları için düzenlenen bu belge hakkında yeterli bilgiye sahip misiniz?

EUR.1 Dolaşım belgesi, AB ülkeleri (tarım ürünleri ve Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu ürün listesinde yer alan ürünler için), EFTA ülkeleri (İsviçre, Norveç, İzlanda, Lihteynştayn), İsrail, Makedonya, Bosna Hersek, Filistin, Tunus, Fas, Suriye, Mısır, Arnavutluk, Gürcistan,

Sırbistan, Karadağ, Şili, Morityus Cumhuriyeti ve Moldova Cumhuriyeti'ne düzenlenebilir. Burada sadece Suriye ile ilgili bir farklılık söz konusu. TOBB'dan alınan 04.10.2012/20964 sayılı yazıya istinaden, mevcut durum değişene kadar Suriye'ye EUR.1 Dolaşım Belgesi düzenlenmemektedir. Bu kapsamda sadece Menşe Şahadetnamesi düzenlenebiliyor.

EUR.1 Dolaşım Sertifikası ile Gümrük Birliği kapsamında serbest dolaşımda bulunan eşyanın Türkiye ve Topluluğun aynı menşe kuralları ve gümrük vergilerinin geri ödenmesi ile bunların muafiyet tanınmasını yasaklayan hükümlerini içeren serbest ticaret anlaşması çerçevesinde PAMK, PAAMK veya BBMK sistemine taraf ülkelere birine düzenlenebilir. EUR.1 Dolaşım Belgesi, EUR.MED Dolaşım belgesi, fatura beyanı veya EUR.MED fatura beyanı düzenlenebilmesi için serbest dolaşımda bulunan eşyanın menşe statüsünü kanıtlaması gerekir. Eşyanın menşe statüsü tedarikçi beyanı ile kanıtlanır. EUR.1 Dolaşım Belgesi, Türkiye veya Gümrük Birliği tarafından ikili serbest ticaret anlaşması yapılan ülkelere, AB ülkelerine yapılan işlenmemiş tarım ürünleri (konserve, turşu, kapari, kurutulmuş domates ve salça gibi) ayrıca bu belge AKÇT (demir, çelik) ürünleri için kullanılmaktadır.

EUR.1 Dolaşım Belgesi'nin onayı için istenen belgeler

- Taahhütname
- İhracat firmasının Türkçe ticari faturası. Fatura Hazine ve Maliye Bakanlığı onaylı veya Noter tasdikli olmak zorundadır.
- Türk menşeli olmayan mallar için malın

menşeyini gösterir Gümrük Giriş Beyannamesi fotokopisi (AB üyesi ülke menşeli mallar için geçerli olup PAMK kuralları geçerlidir) EUR.1 dolaşım sertifikası Menşe statüsünde bir belge olduğu için akreditif şartı olsa dahi yanında Menşe Şahadetnamesi ile birlikte onaylanamaz.

İkinci nüsha (Duplicate) EUR.1 Dolaşım Belgesi

EUR.1 Dolaşım belgesinin çalınması, kayıp veya zayi edilmesi halinde düzenlenir.

- Duplicate dilekçesi
- İlk düzenlenen ve Odamızca onaylanan EUR.1 Dolaşım Belgesinin bir kopyası
- Gümrük Çıkış Beyannamesi fotokopisi
- İhracat faturası eklenerek başvuru yapılır.

İkinci nüsha olarak düzenlenen dolaşım belgesinin gözlemler bölümünde ikinci nüshadır anlamına gelen 'Duplicate' kaşesi basılır. İlk düzenlenen EUR.1 Dolaşım Belgesinin tarih ve Seri no.su yazılır. İkinci nüsha Dolaşım Belgesi'nin 11 nolu sütununda yer alan gümrük vizesi bölümüne ilk dolaşım belgesinin vize tarihi ve seri numarası yazılır, yeni tarih ve numara verilmez. Bu nedenle ilk dolaşım

belgesinin düzenlendiği tarihten itibaren hüküm ifade eder. Duplicate kaydını taşıyan EUR.1 dolaşım Belgesinin ihracatçı gümrük idaresinin vize tarihinden itibaren 4 ay içinde ithalatçı gümrük idaresine ibrazı zorunludur.

Sonradan verilen EUR.1 Dolaşım Belgesi

Eşyanın ihracı sırasında unutulma, yanlışlık, ihmal veya özel şartlar nedeniyle EUR.1 Dolaşım belgesi düzenlenmediği hallerde, eşyanın ihracından sonra EUR.1 Dolaşım belgesi düzenlenebilir. Bunun için:

- Taahhütname
- EUR.1 düzenlemek için gerekli yukarıda daha önce bahsi geçen tüm evrakların tevsiki zorunludur.

EUR.1 Dolaşım Belgesi'nin düzenlenmesinde dikkat edilmesi gerekenler

EUR.1 Dolaşım Sertifikası veya fatura beyanı kapsamındaki ürünlerin Türkiye veya Topluluk menşeli olduğu ve ilgili menşe ispat Yönetmeliğinin diğer koşullarını yerine getirdiği hususlarını desteklemek amacıyla Oda, ihracat ve ithal Gümrük İdaresi tarafından ibrazı talep edilebilecek

belgeler şunlardır:

- a) İhracatçı veya tedarikçi tarafından, söz konusu eşyanın elde edilmesi için gerçekleştirilen işlemleri belgeleyici nitelikte, örneğin hesaplarında veya iç muhasebesinde yer alan doğrudan deliller;
- b) Türkiye veya toplulukta düzenlenmiş veya hazırlanmış, imalatla kullanılan maddelerin menşe statüsünü tevsik eden, iç mevzuat uyarınca kullanılan belgeler;
- c) Türkiye veya toplulukta düzenlenmiş veya hazırlanmış, maddeler üzerinde bu ülkelerde yapılan işçilik veya işlemi tevsik eden, iç mevzuat uyarınca kullanılan belgeler;
- d) Kullanılan maddelerin menşe statüsünü tevsik etmek üzere, Türkiye veya toplulukta bu Yönetmelik hükümleri uyarınca düzenlenmiş veya hazırlanmış EUR.1 Dolaşım Sertifikaları veya fatura beyanları.

Püf noktaları...

- EUR.1 Dolaşım Belgesi ile yapılan ihracat işlemlerinde, eşyanın varış ülkesi ile ticaret yapılan ülkenin farklı olması durumunda: belgenin alıcıya ilişkin kutusuna sevkiyatın yapılacağı ülke ve ilgili



firma unvanı ile detay bilgilerin yanı sıra “in the name of.....” ibaresinin yazılması koşuluyla, ihracat beyannamesinde bildirilen alıcı firma da belirtilebilir. Ayrıca, ithalatçı firma tarafından “in the name of.....” ibaresinin alıcı ile ilgili bilgilerin kaydedildiği kutu yerine ihracatçı ile ilgili bilgilerin yer aldığı kutuya yazılması da mümkündür.

- EUR.1 Dolaşım Belgesinin ihracatçı ülke gümrük idaresince vize edildiği tarihten itibaren 4 ay içerisinde ithalatçı gümrük idaresine ibraz edilmesi gerekmektedir.

“Sonradan verilmiştir” ve “duplicate” kaydını taşıyan belgeler içinde aynı süre söz konusudur.

- Bir PAMK Ülkesinden Türkiye'ye EUR.1 Dolaşım Belgesi ile ithal edilen girdiler Türkiye'de kümülasyon çerçevesinde işlenip bir Akdeniz ülkesine Tercihli Rejimden yararlanmak üzere ihraç edilemez.

- İhraç edilmesi için Türkiye'ye ithal edilen bu girdilerin 3. ülke menşeli girdiler gibi yeterli işçilik ve işleme tabi tutulması gerekir.

- Çünkü bir PAMK ülkesinden EUR.1 ile it-

hal edilen eşya bir Akdeniz ülkesine ihraç edilecek ürünün üretiminde kullanılmak istenirse 3. ülke menşeli olarak kabul edilir.

Ör: Almanya'dan EUR.1 ile ithal edilen bir ürünün Mısır'a gönderilmek istenirse, Almanya menşeli mal 3. Ülke menşeli kabul edilir ve ona göre vergilendirilir. Tercihsiz ticaret kapsamında ihracat her zaman mümkündür.

Kaynak: İZTO

ÜLKE	RESMİ GAZETE TARİH/SAYI	YÜRÜRLÜK TARİHİ	YÜRÜRLÜK DURUMU
KOSOVA CUMHURİYETİ	11.09.2019-30885	01 EYLÜL 2019	YÜRÜRLÜKTE
MORİTYUS CUMHURİYETİ	09.06.2013-28672	09 HAZİRAN 2013	YÜRÜRLÜKTE
ÜRDÜN	10.01.2011-27811	01 MART 2011	KALDIRILDI (03.12.2018)
ŞİLİ	15.03.2011-27875	01 MART 2011	YÜRÜRLÜKTE
SİRBİSTAN	09.03.2010-27516	09 MART 2010	YÜRÜRLÜKTE
KARADAĞ	14.01.2010-27462	01 ŞUBAT 2010	YÜRÜRLÜKTE
EFTA ÜLKELERİ (İSVİÇRE-NORVEÇ-İZLANDA, LIEHTENSTEIN)	17.10.2007-26673	01 EYLÜL 2007	YÜRÜRLÜKTE
İSRAİL	05.03.2006-26099	01 MART 2006	YÜRÜRLÜKTE
MAKEDONYA	18.09.2000-24174	01 EYLÜL 2000	YÜRÜRLÜKTE
BOSNA-HERSEK	15.09.2003-25230	01 TEMMUZ 2003	YÜRÜRLÜKTE
FAS	28.12.2004-25684	01 TEMMUZ 2005	YÜRÜRLÜKTE
FİLİSTİN	13.07.2005-25874	01 HAZİRAN 2005	YÜRÜRLÜKTE
TUNUS	20.07.2005-25881	01 TEMMUZ 2005	YÜRÜRLÜKTE
SURİYE	06.11.2006-26338	01 OCAK 2007	ASKIDA
MISIR	30.01.2007-26419	01 MART 2007	YÜRÜRLÜKTE
GÜRCİSTAN	01.11.2008-27041	01 KASIM 2008	YÜRÜRLÜKTE
ARNAVUTLUK	12.03.2008-26814	01 MAYIS 2008	YÜRÜRLÜKTE

* EŞYANIN TERCİHLİ MENŞEİNİN TESPİTİ HAKKINDA YÖNETMELİK 20.07.2005-25881 SAYILI RESMİ GAZETE

** TÜRKİYE CUMHURİYETİ VE AVRUPA KÖMÜR VE ÇELİK TOPLULUĞU ARASINDA AVRUPA KÖMÜR VE ÇELİK TOPLULUĞUNU KURAN ANTLAŞMANIN YETKİ ALANINA GİREN ÜRÜNLERİN TİCARETİ İLE İLGİLİ ANLAŞMA 01.08.1996-22725 SAYILI RESMİ GAZETE

TASEV

TÜRKİYE AYAKKABI SEKTÖRÜ ARAŞTIRMA GELİŞTİRME VE EĞİTİM VAKFI

AYAKKABI SANAYİİNİN STAN- DART- LARINI YÜK- SELTİR

Türkiye Ayakkabı Sanayiinin eğitilmiş insan kaynağı ihtiyacını karşılamak üzere modern eğitim kurumlarını sektöre kazandırma misyonu ile 20 yıl önce kurulan Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme Vakfı (TASEV) bugün; Türk Ayakkabı Sanayiinin küresel pazarlarda sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmesi için öncülük ediyor.

Yeni nesil ayakkabıcılar yetiştiren **TASEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi**, halihazırda sektörde çalışmakta olanların mesleki gelişimleri için modüler eğitim programları sunan **TASEV Akademi**, ürün ve malzeme testleri yaparak akredite raporlarıyla sektöre hizmet veren **TASEV Laboratuvar** gibi kuruluşları ve İÜ TBMYO Ayakkabı Tasarım ve Üretim Program işbirliği ile TASEV sektör standartlarını yükseltmeye devam ediyor.



TASEV MESLEK LİSESİ
www.tasevayakkabi.meb.k12.tr
0212 471 56 22



TASEV AKADEMİ
www.tasevakademi.org
0212 470 51 53



TASEV LABORATUVAR
www.tasevlab.com
0212 698 16 77

www.tasev.org
0212 470 51 53

“Üretimi orta vadede Anadolu’ya taşımalıyız”



TASEV Başkanı Tan Erdoğan, endüstrinin rekabet ve istihdam nedeniyle üretimini Anadolu’ya yayması gereğine dikkat çekti ve Şanlıurfa’da yapılan örnek modelin doğru değerlendirilmesi gerektiğini söyledi.

Türkiye’de ayakkabı sektörünün çatı örgütü olan TASEV – Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme Eğitim Vakfı Başkanı Tan Erdoğan, sektörde yaşanan gelişmeleri değerlendirmek ve sektörle ilgili yeni gelişmeler hakkında bilgi vermek üzere basın mensupları ile bir araya geldi.

TASEV Yönetim Kurulu Başkanı Tan Erdoğan, sohbet toplantısında Türkiye’de ayakkabı sektöründe faaliyet gösteren 12 bine yakın işletmenin 300 bin kişiye istihdam sağladığına dikkat çekerek, rekabetin koşullarının doğru değerlendirilmesi halinde, önemli bir fırsat olduğunu dile getirdi. Erdoğan sözlerine şöyle devam etti: “Ağır-lığı küçük ve orta boy işletmelerden oluşan bu yapının içinde üretim kapasitesi günde 5 bin ile 10 bin çift olan işletme az sayıda bulunuyor. Sanayinin yüzde 50’lik kısmı hala İstanbul’da konuşlanmış vaziyette. Ama İstanbul’dan sonra Konya, Ga-

ziantep, İzmir, Manisa, Şanlıurfa, Antakya ve Adana gibi önemli üretim merkezleri var. Orta vadede endüstrinin üretim bacağına Anadolu’ya göç etmesi lazım. Bununla ilgili örnek bir çalışma Şanlıurfa’da yapıldı. Yan sanayi firmaları tesis kurmak için burada harekete geçti. Küresel sahada ve iç pazardaki rekabette önümüzdeki dönemlerde bu bölgede üretim yapmak önemli bir katkı sağlayacaktır. Ayakkabı emek yoğun özelliğiyle dikkat çeken bir sektör. İstihdam faktörünü de dikkate aldığınızda bu tip bir eğilim, Türk ayakkabı sektörünü rekabette avantajlı kılacaktır.”

“Türkiye’yi üretim merkezi yapabiliriz”
Dünyaca ünlü ayakkabı markalarının Türkiye’de üretim yaptırmak istediğine dikkat çeken TASEV Başkanı konuşmasını şöyle sürdürdü: “Hali hazırda üretim yaptıran birçok marka var. Bunun yanında üretim kapasiteleri arttığı zaman önemli spor markalarının da Türkiye’de üretim yaptıracağını düşünüyorum. Örneğin uzun yıllar önce Adidas’a üretim yapan bir ülkeydik. Bunun gibi küresel oyuncuların ülkemizde üretim yaptırmaması için hiçbir neden yok. Türkiye olarak son dönemde özellikle tanınmış markaların ilgi odağındayız. Hem başlı başına bir pazar olmamız hem de Uzakdoğu ithalatının vergiler nedeniyle maliyetli hale gelmesi Türkiye’nin cazibesini arttırabilir. Belki çok niş ürünleri değil ama standart ürünlerini Türkiye’de konuşlandırabilirler.”

Perakendedeki küresel oyuncuları Türkiye’yi mercek altına almasıyla yatırımların artacağına ve ölçeklerin büyüyeceğine inandıklarını da belirten Erdoğan, “Sektör bunun farkında. Son yıllarda dünya markalarının Türkiye’de üretim yaptırmaya başlamasıyla birçok üretici hem yeni yatırımlarını arttırma, hem de birleşerek yatırım yapma fırsatını kolluyor. Bu kırılma noktasını aşarsak sektör olarak yeni ve büyük yatırımlarla Avrupa’daki pazardan daha büyük pay alırsanız” diye konuştu. 2023 hedeflerine de değinen Erdoğan, “İlk önce 1.5 milyar dolar ihracat hedefi belirledik. Bu rakamı daha sonra 2 milyar

dolara çıkardık. 2023’e az bir zaman kaldı. 2 milyar doları yakalamak kolay gözüküyor. Ama emin adımlarla ilerliyoruz” dedi.

“Ölçek ekonomisini konuşmalıyız”
Erdoğan, hali hazırda bu dev markalara üretim yapacak büyük kapasitelere sahip firma sayısının az olduğuna da dikkat çekerek, konuyla ilgili şu bilgileri verdi: “Öncelikle ölçeğini doğru kurgulamış firmalara ihtiyacımız var. Ayakkabı sektörünün ölçek ekonomisine geçmek için bir atılım yapması gerekiyor. Küçük işletmeler, yerlerini orta ve büyük boy işletmelere devredecek. Birleşmelerin gündeme geleceğini düşünüyorum. Ölçeği büyütmezsek katma değer yaratmakta ve pazardan hakkımız olan payı almakta sıkıntı yaşarız.” Erdoğan, bu firmaların Türkiye’yi radarına almasının bir sebebi- nin de Çin’deki büyük sermaye göçünün olduğunu belirtti. “Çin’den özellikle son yıllarda büyük sermayeli şirketler çıkıyor. Ayakkabı sektörünün konuyu yakından takip etmesi gerekiyor” diyen Erdoğan konuşmasına şu sözlerle devam etti: “Biz her zaman için çok hızlı ve dinamik üretimle ön plandayız. Avrupa’dan müşteri sipariş verdiğinde en hızlı üretenlerdeniz ve bu önemli bir avantaj. Dünya ayakkabı ihracatının yüzde 15’inin yapıldığı, değer olarak 30-35 milyar dolar arasında olan Avrupa gibi çok önemli bir pazarı doğru değerlendirmeliyiz.” Meselenin ithalat boyutuna da değinen TASEV Başkanı, 2018 yılı rakamlarını hatırlattı ve “2018 yılı ithalat rakamı 623 milyon dolar. Ayakkabı sektörü olarak yüzde 43 dış ticaret fazlası veriyoruz. İthalat rakamlarımızın büyük bir kısmını spor ayakkabı oluşturuyor. Türkiye’nin ithal ettiği ürün, küresel ticaret içinde yaklaşık 17 dolarlık değere sahip. Daha önce kalitesiz ürünlerin ithalatıyla 1 milyar dolarlık bir ithalat gerçeğiyle karşı karşıyaydık. Şimdi ithalatta da öncelik kaliteli ürün oldu” dedi.

“Öğrencilerimiz dünyaca ünlü firmalarda çalışıyor”

Türkiye’de ayakkabı sektörünün kurduğu meslek lisesinin bundan 20 yıl önce ortaya konulan bir vizyon sonucu gerçekleştiğini kaydeden Erdoğan, bugün ülke çapında bu anlayışa gelinmesinin memnuniyet verici olduğunu belirtip şöyle konuştu: “Son yıllarda MEB politikası gereği meslek liselerine yönelim arttı. Çünkü tüm meslek kolları nitelikli iş gücü konusunda alarm veriyor. Ayakkabı sektörü 1997 yılında TASEV’i kurdu. Bugün beliren ihtiyacı, 20 yıl önce bir vizyon ortaya koyarak görmek sektörün de nitelikli yapısını bizlere anlatıyor. O zamanın kurucuları sektöre nitelikli eleman yetiştirmek üzere Vakfı oluşturmuş ve liselerini kurmuşlar. Bugün lisemizde 24 derslikte yüzlerce öğrenci yetiştiriyoruz. Daha değerlisi mezunların hepsinin iş bulabilme kabiliyeti var. Ayrıca meslek yüksek okulu ve lisans programının hayata geçirilmiş olması önemli. Şimdi de akademiye konuşuyoruz. Geline nokta okulumuzdan mezun olan birçok öğrencinin yurtdışında iyi markalarda görev yapması da, eğitimin kıymetini bize anlatıyor.”

“Uzun ödeme vadeleri kısalmalı”

Sektörün üretimden istihdama, ihracattan cazibe merkezi olmaya kadar birçok avantajı olmasına karşılık, vade problemi henüz halledememiş olmasının sıkıntılarının temelini oluşturduğunu söyleyen Erdoğan “Hem ayakkabı üreticilerine, hem yan sanayici firmalara ödemeler 15 ay vade ile yapıyor. Oysa ekonomideki ömrü 6 ay ile ölçülen bir emtiadan bahsediyoruz” dedi. Takvim yılını aşan bir vade olamayacağını vurgulayan TASEV Başkanı, patlamaya aday bir balon riskine daha önce dikkat çektiklerini hatırlattı ve şunları söyledi: “Sektör, taşıyamayacağı bir yükü üstüne almıştı. 15-16 ay vade, aslında 3 sezonu üst üste koymuş ve riski

sırtında taşımış firmaları ortaya çıkardı. Günün sonunda yaşadığımız sıkıntıların bununla ilgili olduğunu bilmek gerekir. Umarım yaşanan sıkıntı, geleceği ipotek altında alan bu yapının ortadan kalkmasına vesile olur.” Ayakkabı sektörünün katma değer üretimindeki en büyük engelin finansal maliyet olduğunu kaydeden Erdoğan, “Günün yarısını ödeme başlığıyla işgal eden yapı, firmaların enerjisini aşındırıyor. Endüstri kollarının aşması gereken en önemli unsur artık ödeme araçlarının düzene girmesi. Dijitalleşme çağında bu başlığı da masaya yatırmalıyız” dedi. Vade sorununa dikkat çektikten sonra maddiyonun diğer tarafına da değinen TASEV Başkanı, konkordatolar üzerinden sektörün yanlış değerlendirildiğini de ifade etti. Erdoğan, perakende sektörünün yaşadığı dalgalanmanın ayakkabı sektörünün genelinde önemli bir etkiye sahip olmadığını altını çizerek şunları söyledi: “Ayakkabı sektöründe pazar çeşitliliği var. Sektör sadece AVM’lerde ürün satmıyor. Sadece buradaki firmaların popülaritesi yüksek olması dikkat çekiyor. Elbette yerel markalarımızın yaşadığı bu sorun üzücü. Ama sektörün toplam hacmi içinde yüzde 6’lık bir payı ve ortaya çıkan sorunu da, genele yaymak haksızlık olur. Yıllık 600 milyon çift kapasiteye sahip olan tesislerinde 450 milyon çift üretim yapan, 300 bin kişiye istihdam sağlayan büyük bir yapıyı, kapanan mağazalar üzerinden okumanın haksızlık olacağını düşünüyorum. Konkordato ‘finansal yönetimde hata yaptım. Durup buna bir bakmak istiyorum’ demektir. Bu firmaların yakın zamanda işlerini düzleteceklerine inanıyorum. Öte yandan bu yanlışlarıyla sektöre zarar verildiği de bir gerçek. Ama olanı konuşmak yerine, olması gerekeni masaya yatırmalıyız. Ayakkabı sektörü bu yaşananlardan dersler çıkarmalıdır.”



Kurumsal şirketlerin gözü Endonezya’da



SKYhub Outbound Grup Müdürü Orhan Durmuş, Endonezya’nın güzel adası Bali’nin neden bu denli çekici olduğunu, seyahat severlerin ve kurumsal şirketlerin neden tercih etmeleri gerektiği konusunda madde madde adanın çekici özelliklerini anlattı.

“Bali’nin bir ada olması sizi yanıltmasın. Burada seyahat severlerin yaşayabileceği sayısız deneyim var ve inanın ki bir hafta da bitecek cinsten değil” diyen SKYhub’ın Outbound Grup Müdürü Orhan Durmuş, Bali’nin özellikleri paylaştı.

Kurumsal şirketler yıl boyunca dünyanın değişik coğrafyalarına motivasyon gezileri düzenliyor. Kimileri bayilerini, kimisi yöneticilerini, bazıları ise eğitim amaçlı dünyanın farklı ülkelerinde, sıra dışı tecrübeler yaşatmanın peşinde. Tüm bu çabalar, çalışanlarına-bayilerine bir motivasyon yaşatmanın yanı sıra bir arada olarak ilişki geliştirme amaçlı planlanan etkinlikler. M.I.C.E etkinlikleri olarak ifade edilen bu gezilerde, yıllardır Tayland, Dubai, Ukrayna, Moldova ve Beyaz Rusya’ya yapılan standart geziler ön plandaydı. Son yıllarda ise kurumsal şirketler, fiyatlarının ekonomik olması, farklı bir kültürle buluşma ve yaşanabilecek sıra dışı birçok etkinliği olması nedeniyle Endonezya’ya ilgi göstermeye başladılar.

1 – Piring Tarlaları

Bali’nin Ubud bölgesinde yer alan Piring Tarlaları, Bali deyince ilk akla gelen yerlerden biri. Adanın ana besin kaynağının piring olduğu düşünülünce, Bali’de çok fazla piring tarlası olduğunu söyleyebilmek mümkün. Tabi onca piring tarlası arasından en ünlüleri ise merdiven şeklinde bir vadi görünümünde olan ve UNESCO Dünya Kültür Miras Listesi’nde yer alan Tegallang ve Jatiluwih Piring Terasları. Turistik açıdan çok fazla ilgi gören noktalar olduğundan bir hayli kalabalık olduğunu hatırlatmakta fayda var. Dolayısıyla piring tarlalarını görmek için sabah saatlerini en ideal zaman dilimi. Burada dünyanın belki de hiçbir yerinde yaşamadığınız sıra dışı bir deneyim yaşayabilirsiniz.

2 – Orman Manzaralı Sonsuzluk Havuzlu Oteller

Instagram sağ olsun, o enfes orman manzaralı sonsuzluk havuzlarını Bali-Ubud bölgesine gitmeden de görebildik. Bu havuzların çoğu resort otellerin bünyesinde bulunuyor. Bali’nin pek çok bölgesinde bu otel ve havuzlardan bulmak mümkün ancak en güzelleri yine Ubud bölgesinde yer alıyor.

3 – Lempuyang Tapınağı

Instagram sayesinde ünlü olan bir başka nokta da Lempuyang Tapınağı. Bali’nin en kutsal yerlerinden biri olan tapınağa girilemiyor. Ancak görkemli kapısında fotoğraf çekirmek, son dönemlerde Bali’de yapılan en çılgın turistik aktivitelerden



biri haline gelmiş durumda. SKYhub'ın Bali ofisinin paylaştığı bilgiye göre, aslında eskiden tapınak turistik ziyaretlere açılmış ancak turistlerin böylesine kutsal bir yerde uygunsuz davranışlar sergilemelerinden dolayı, turistlerin tapınağa girmesini yasaklamak durumunda kalmışlar. Fotoğraf çektiirmek adına uzun kuyruklar beklememek için sabahın erken saatlerinde gitmenizde fayda var.

4 – Nusa Penida Adası

Bali'ye yakın küçük bir ada olan Nusa Penida Adası, gerçekten cennetin yeryüzünde şekil bulmuş hali gibi. El değmemiş doğası ve plajları ile gerçekten de efsane güzellikte bir yer. Bali'de daha az turistik ama muhteşem güzellikte bir yer arıyorsanız Nusa Penida Adası'nı mutlaka rotanıza dahil etmenizi öneriyoruz. Nusa Peruda, dalış yapmak ve büyük deniz

canlılarını gözlemlemek için de ideal yerler arasında bulunuyor.

5 – Pura Ulun Danu Beratan Tapınağı

Bali'nin en güzel manzaralarına ev sahipliği yapan Ulun Danu, Bratan Gölü kenarında bulunuyor. Pura Bratan ismiyle de anılan tapınak, yüzyıllar önce Balililerin dağlardan gelen kaynak sularının daha alçak bölgelere ulaşabilmesi için kurduk-



ları ve bugün hala kullanılan sistemin kontrolünü sağladıkları su tapınaklarından biri.

6 – Bali Şelaleleri

SKYhub'ın Bali ofisinin tavsiyesine göre Bali şelalelerinin serin sularında yüzmek, Bali'de yapılacak aktivitelerin başında geliyor. Sayısız şelaleye ev sahipliği yapan Bali'de en popüler şelaleler ise Aling Aling, Git Git, Sekumpul, Tukad, Cepung, Banyumala, Tegenungan. Ama sayılı zaman diliminde tüm bu şelaleleri görmek gibi bir durum söz konusu olmayabilir. Bu saydıklarımızdan 1-2 tanesini görmeniz yeterli olacaktır.

7 – Bali Salıncakları

Eğlenceli ama azıcık korkutucu bir aktivite olduğunu belirtmekle beraber, Bali salıncakları kesinlikle Bali'nin olmazsa olmazlarından biri artık. Instagram'da sürekli gördüğümüz bu salıncaklar, uzun iplerden oluşan ilkel türde salıncaklardan meydana geliyorlar. Hangi manzaraya karşı sallanacağınız tamamen size kalmış. Salıncaklarda tam teşekküllü bir güvenlik önemi yok, yalnızca sizi tutan bir koşum takımı var. En ünlü iki salıncak ise Tegallang Pirinç Tarlası'ndaki ve Wanagari Road Selfie Parki'ndakiler.

8 – Maymun Ormanı

Maymun Ormanı (Monkey Forest), Bali'nin Ubud bölgesinin ortasında, içinde 3 tapınağın bulunduğu ve 1000 maymunun

yaşadığı kutsal bir yer olarak ön plana çıkıyor. Herkes buraya maymunları görmek için gidiyor ancak tapınakların da kesinlikle görülmeye değer olduğunu söyleyebiliriz. Maymunlara çok yüz verir ve onları beslemeye kalkarsanız bir süre sonra size rahat vermeyeceklerdir. Bunun yanı sıra maymunlarla göz göze gelmemeye de özen gösterilmeli, zira bunu agresif bir davranış olarak algılayıp saldıracaklardır. Aksesuarlara da dikkat, çalabiliyorlar.

Yani maymunların tatlılığına pek kanmak gerekiyor anlayacağınız.

9 – Bali Masajı

Bali seyahatiniz sona ermeden önce tüm yorgunluğunuzu atmanın en güzel yollarından biri de masaj yaptırmak. Şu an masajı dünyaca ünlü bir bölgedesiniz. Bali'de en kalitesiz diyebileceğimiz yerde bile 5-7 Dolar aralığında harika bir Bali masajı yaptırabilirsiniz.



Şirketler yıldız çalışanlarını neden kaybeder?



1998 yılında profesyonel çalışma hayatına muhabir olarak başlayan, 2013 yılına kadar yazı işleri koordinatörü, genel yayın yönetmeni, reklam satış müdürü, proje ve iş geliştirme görevlerini üstlenerek basında görev alan, 2013 yılında basında kazandığı deneyimi ve vizyonu kurumsalda PR tarafına taşıyarak kurumsal iletişim yöneticiliği ve insan kaynakları yönetimi alanlarında çalışan, yirmi yıllık tecrübesi olan yazar Canan Duman'ın "Şirketler yıldız çalışanlarını neden kaybeder?" adlı kitabı, Kanon Kitap etiketiyle yayımlandı. Şirketlerin insan kaynakları seçimlerini, organizasyon içinde çalışanın doğru şekilde konumlandırılması ve bu kaynağın iyi analiz edilerek doğru şekilde yönetilmesi gerektiğini çıkarsayan yazar, kitabın-

yasının önemli yenilikçi kavramlarından olan "Yıldız Çalışanlar" üzerinde duran Duman, çalışanların doğru pozisyonlarda, yetenek ve ilgilerine göre istihdam edilmesinin yeterli olmadığını, modern araştırmaların ve kitle psikolojisi konusundaki gelişmelerin ışığında değerlendiriyor. Duman, her çalışanın kendisini vazgeçilmez sayması ile çalışanın kurum için gerçekten vazgeçilmezi olması arasındaki farkları da örneklediği çalışmasında, organizasyonların değer yaratma, mevcut değerleri geliştirme ve koordine etme vasfına da yenilikçi bir yaklaşımla değiniyor.

Yeni kuşaklarla kökten değişim

İş yapma biçiminin hem dijital dönüşümle hem de işbaşına gelen Y ve Z kuşaklarının alışkanlıklarıyla kökten bir başkalaşım yaşadığını vurgulayan yazar, kuşakların çatışmasından nasıl sinerji yaratılabileceğine kafa yorarken, mevcut sistemin açmazlarını da insan kaynaklarının sevk ve idaresi özelinde büyük bir olgunluk ve tecrübe ile değerlendiriyor. Canan Duman, yirmi yıllık tecrübesi, birçok farklı sektörden gelen birikimi ve tanık olduğu hadiseler arasından seçtiği örnek vakalarla, yıldız çalışanların şirketlerden ayrılma kararını nasıl verdiklerine, bu kararı hazırlayan sürecin nasıl geliştiğine ilk elden tanıklıklarla ışık tutuyor. Birbirine zıt bakış açılarının, temel çıkar çatışmalarının ve kişilerin egosundan hareketle ortaya çıkan bireysel sorunların,

da en nitelikli ve tecrübeli çalışanların, sistemden nasıl kolayca kaçabileceklerini örneklerle anlatmaya çalışıyor. İş dün-

nasıl birden bir çığa dönüştüğünü, yıkıcı etkinin nasıl ansızın ortaya çıkmış izlenimi yarattığını vurgulayan yazar, kitabın genelinde hem durum tespitleri yapıyor hem de pratik çözüm önerileri sunuyor. "Şirketler Yıldız Çalışanlarını Neden Kaybeder?" kitabı işverenden çalışana her kademedeki profesyonelin, iş hayatına atılmaya hazırlanan genç kuşak adayların, iş hayatında değer yaratmak ve bu değeri doğru yollarla kollamak için neler yapması ve neler yapmaması gerektiğini geniş bir perspektiften anlatan bir tecrübe aktarımı, bir başucu kılavuzu olarak tanımlanabilir. İş dünyasının değişim hızını kavramak ve buna adapte olmak için zaman çok dar. Canan Duman, önemli bir alanda farkındalık yaratmak için adeta bir kısa yol sunuyor. Yayın, Türkiye'nin en büyük sanal kampüsü olan 'Kampüs Etkinlikleri'nin önerdiği iş kitapları arasında yer almıştır.



SOTAS
THE CHEMICAL COMMUNICATION

TECNOGI
The art of footwear

ACI

DERBY

SALAMANDER

KÖMMERLING
KÖMMERLING CHEMISCHE FABRIK GMBH

MOENUS

NASTROTEX
CUFRA SPA

DUYAR
Shoe Materials

YARIM YÜZYILI GEÇEN TECRÜBEMİZLE
MÜŞTERİLERİMİZİN **HER ALANDA**
KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARA,
EKONOMİK, VERİMLİ VE **YENİLİKÇİ**
ÇÖZÜMLER SUNABİLMEK İÇİN
LİDER TEKNOLOJİ ORTAKLARIYLA
GÜÇLÜ **İTTİFAKLAR KURUYORUZ.**

DUYAR
Shoe Materials

+ 90 232 700 0800 WWW.DUYAR.COM.TR