

Green.

Cool.

Sure!



Three attitudes, one collection.



ERDOĞDU®
AYAKKABI MALZEMELERİ SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ.

Erdoğan Ayakkabı Malzemeleri
San. ve Tic. Ltd. Şti.
Sancaktepe San.Mah.Ferah Sok.No:9
34165 Güngören-İSTANBUL
Tel : 212 637 7 444 / 212 637 74 37
Fax : 212 637 03 41
e-mail : info@erdogdu.com
www.erdogdu.com

Casual
Fall Winter 2016/2017



Erdoğan, DAVOS ve THUNIT Türkiye tek yetkili distribütörüdür.

Sektörün
İran çıkarması



6



28

Yan sanayiciler
55. kez AYSAF'ta
buluşuyor

Üç kritik dış
ticaret noktasında
neler oluyor?



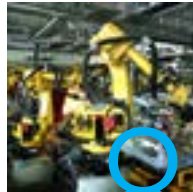
54



74

TOBB Başkanı:
'Odaklanmamız gereken
riskler değil, fırsatlardır'

Dördüncü
sanayi devrimi nasıl
yönetilmeli?



80

96



Sektörün güvenliği
TASEV Laboratuvarı'na
emanet



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

Yayın Kurulu
Tan Erdoğan • Ahmet Kayalı • Gürkan Kopuz
• Ömer Sağlam • Erkan Ertek • Ömer Kadir Arpacı
• Oğuz Aksu • Ozan Limoncular
• Sait Vakkas Salıcı

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

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Çetin Ünsalan Kırık Kalem Ajans

Reklam Müdürü
Gülin Görgülü Ünsalan Kırık Kalem Ajans

Görsel Yönetmen ve Sayfa Tasarımı
Aydın Özkan Kontrast İletişim

3 aylık süreli yayın.
Yıl 3 / Sayı 4 / Mayıs 2016

Dergi Yönetim
Sakızağacı Mah. Taşhan Cad. No: 79/7
Bakırköy - İstanbul
Tel: 0212 660 88 26 Fax : 0212 660 88 27



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

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



Eğitim, ekonomi, rekabet üçgeni

Değerli meslektaşlarım; rekabetin her geçen gün zorlaştığı bir piyasa ortamı içerisinde, günlük sorunlar ya da fırsatlar peşinde koşuyoruz. Mesleğimizi daha iyi icra etmenin kaygısı bir tarafta, daralan pastanın zorlayıcı etkileri öbür tarafta, firmalarımız büyük bir mücadele veriyor.

Şüphesiz bunlar göz ardı edilebilen ya da yok sayılabilen faktörler değil. Fakat dünyadaki gelişimi de doğru okumak, geleceğe ilişkin yapılanmamızı da bu doğrultuda oluşturmak zorundayız.

Bahsedilen gelecek ise, daha önceki dönemlerde olduğu gibi 60 – 70 yıllık dilimlerde ortaya çıkmayacak. En fazla 10 yıl içinde dönüşen bir dünya, farklılaşan bir iş yapış modeli önümüze gelecek.

Endüstri 4.0 olarak nitelendirilen bir sürecin eşliğindeyiz. Bizler gibi emek yoğun sektörleri çok daha yakından ilgilendiren bu süreç doğru çalışılmazsa, bırakın firmanın kaybedilmesini, o ülkenin, o sektörde devre dışı kalması sonucunu taşıyacaktır.

Makineleşmenin, tasarımın, robotik sistemlerin, ürün teknolojisindeki inovatif sonuçların meyvelerinin toplanacağı bu yapı, geleceğin ekonomisinde de belirleyici rekabet unsuru olacaktır. Bu çerçevede ayakta kalanlar ancak bir zihniyet değişimini de başaranlar olacaktır.

Türkiye ne yazık ki, eğitim modellemesi yaparken, bu yapının çok uzağına düştü. Zaten mevcut yönetimler de bunun farkında olarak, kavramı ülkenin gündemine taşımaya uğraşıyor. Ama üzülerek görüyoruz ki Endüstri 4.0, çoğu çevrede ve sektörde bir cep telefonu modeli imişçesine karşılık buluyor.

Geleceği belirleyecek, ekonomi ve rekabet üzerinde tartışmasız sonuçlar yaratacak bu yapının anahtar kelimesini eğitim oluşturuyor. Burada memnuniyetle görüyorum ki, ülkemizdeki sektörler içerisinde yıllardır mesleki eğitime gösterdiği önemle ayakkabı ve ayakkabı yan sanayi olumlu ayrışıyor.

TASEV yapılması bu nedenle çok önemli. Sadece doğru ustaların yetişmesi yeterli değil. Hele ki robotik sistemlerin üretim sahasında daha çok etkin olacağını düşünürsek, tasarımı bilen, katma değeri ortaya çıkaran bakış açısına sahip, bir insan kaynağı ortaya çıkarmak zorundayız.

Üretim sahasında robot teknolojisi düşüncemiz ne olursa olsun karşımıza çıkacak, Dünyanın robotlarla ameliyat yapacağı bir konjonktürde, mesleğimizin bundan etkilenmeyeceğini düşünmek güzel ama romantik bir bakış açısından başka bir şey olamaz.

O zaman sektör olarak insan yaratıcılığının bu işin içine gireceği noktaları, köşe başlarını belirlemeli ve dersimizi iyi çalışmalıyız. Bugünden doğru işleri

yaparak, eğitim, ekonomi, rekabet üçgeninde ahenği doğru sağlayarak, yarının dünyasında ayakta kalabiliriz.

10 sene sonra üretimde robotlar etkin olacaksa, bizlerin çok daha özel, özgün, tasarlanmış ve teknolojiyi konfora dönüştürmüş, bu yolla da hem pazarını koruyan, hem de kazanç sağlayan bir hale dönüşmemiz şart.

Şunun altını çok net çizmek isterim ki, endüstri 4.0 kavramının temelini, rekabetçiliğini oluştururken, yan sanayilerin konumlandığı nokta, nihai ürünün kaderini belirleyecektir. Kendisini teknolojiye, yeni koşullara ve yaratıcılığa, insan gücüyle, teknolojik yapısıyla, tasarım etkinliğiyle uyusturamamış bir yan sanayi, ana sanayinin yok olması sonucunu doğurur.

Öyleyse bugün yapmamız gereken, geleceğin üçgeninde anahtar olan eğitimi, yaratılacak insan gücünü ve bakış açısını nihai ürün olan ayakkabı, ama bundan da önemlisi, bunu oluşturan ayakkabı yan sanayi işbirliği içerisinde birlikte tasarlamaktır.

Tüm bu kaygılar içerisinde bundan sonraki süreci eğitime, tasarıma, inovatif bakış açısının geliştirilmesine ve insan kaynağına ayırmak zorundayız. İşte AYSAAD olarak ayak haritası projesinden, ana ve yan sanayi olarak TASEV bünyesindeki insan kaynağının dönüştürülmesine, tasarım, kalıpcılık, modelleme gibi başlıklarda bilgisayarlaşma sağlayan personel atılımına kadar yapılacak işleri buradan okumamız gerekiyor.

Şüphesiz bugünün kaygıları içerisinde, çok uzak zannedilen bu fotoğrafı göz ardı edebiliriz. Ama şunu bilelim ki bugünden doğru temelleri atıp, kendimizi dönüştürmez isek, geleceğin ekonomik ortamında rekabet edebilme, ayakta durabilme şansımız yok. Çünkü dünya bu dersi çalışıyor. O zaman karar verilecek değil, kolları sıvayacak noktadayız.

Zira, eğitim, ekonomi, rekabet üçgeni doğru okunamazsa, içinde firmaların, sektörlerin, hatta ülkelelerin kaybolduğu bir Bermuda Şeytan Üçgeni haline dönüşüyor. Tasarımcı Kibor Kalman'ın şu sözünü unutmayalım: "İyi tasarımıyla, büyük tasarım arasındaki fark, zekâdır." Zekâ ise ancak eğitimle geliştirilebilir bir şeydir. Bu sefer bu seçenekte hata yapma şans yok.

Saygılarımla

Tan Erdoğdu



Forex'ten uzak durun

Vücuda bir zehir girdi mi; en olmadık noktalara kadar ilerliyor.

Kaldıraçlar bakımından 1 TL ile 100 TL'lik işlem yapmaya olanak sağlayan, hatta bankalarda bu sınırın da bulunmadığı forex piyasasının yeni müdavimlerinin sanayiciler olduğu haberi ajanslara düştü.

Reklamları internette 'daha önce bir döviz bürosunda dolar alıp sattıysanız, forex'i biliyorsunuz' diye yapılan, ama gerçeğin bununla ilgisi olmadığı bir riskten söz ediyorum.

Forex piyasasından darbe yiyen küçük yatırımcının haddi hesabı yok. Fakat İSO 500'den anladığımız kadarıyla faaliyet dışı kârlara yönelen sanayici şimdi de dikkatini buraya çevirdi. Öncelikle bu işi birkaç açıdan değerlendirmek gerekiyor.

Bunlardan birincisi sanayicinin faaliyet alanıyla kâr elde etmesini olanaksız kılan girdi maliyetleri ve pazar daralması, öte yanda işini devam ettirme çabası, nakit döngüsünü arttırma hevesini ortaya koyan gerçekler bu tip ortama, gerekçe yaratıyor.

Diğer taraftan daha önceki aylarda çıkan haberlerin 'paradan para kazanmayı seven sanayici' olarak sunulmuş olması da, hem forex reklamı kokuyor; hem de sanayicinin hakkını yiyor. Sonradan görme olmayan hiçbir sanayici, işi dışında bir alana yatırım yapmak istemez.

Koşulları görmeden bu tip yaklaşımlarda bulunmak iyi niyetli bir tavır da olamaz. Elbette ot gibi bitip, her firması olanı sanayici saymak da tanımı sulandırmaktan başka bir işe yaramaz. Türkiye'de sanayinin önce düşük kur ile gırtlığına kadar borçlandıktan, sonra da yüksek kur ile yaşadıklarını görmezden gelemezsiniz.

İSO 500 raporu içindeki aşırı borçluluk oranını göz ardı edemezsiniz. Bence bundan daha kronik bir tablo KOBİ'lerin ağırlık kazandığı ikinci 500'de kendisini gösterecektir. Ülkede finans kesimi içinde üretime inanmayanların, üretenleri yanlış yerlere yönlendirmesi ise çok daha tehlikeli...

Ama sanayicinin denize düşen yılanı sarılır cinsinden kumar ekonomisinin göbeğine dalması hepsinden riskli. Bunun yerine riskleri hedge edecek (korunacak) formüller araması, alacak sigortalarına başvurması, yeni yatırım yapmayıp, atıl kapasitesini tam değerlendirme yollarını araması gibi çözümlerin peşine düşmeli.

Faaliyet dışı kârları tasvip etmek mümkün olmasa da, anlamak mümkün... Üreten kesim ile konuştuğunuzda ya işçi ve firmalarından vazgeçecekler ya da bu yolla finansman yaratmanın yollarını arayacaklar. Bu mecburiyeti görüyorsunuz.

Fakat forex piyasası diğerlerine benzemiyor. Son derece küçük marjlarla çalışan, sırat köprüsünde yürüyen, aşağı düştü düşecek noktada iflas mahkemelerine başvuran bir reel sektörün, bir iki seferden sonra kazanamayacağı bir Rus ruleti oyununa girmesi anlamını taşır.

Eskilerin bir tabiri vardır: En iyi iş, bildiğin iştir. Lütfen sanayicilikten vazgeçmeyin. İçinize dönüp küsmeyin. Çare kumar ekonomisine kurban olmak değil, bildiğin işte ısrar edip; sorunlarını cesurca anlatmaktan ve çözüm istemekten geçiyor.

Saygılarımla
Çetin Ünsalan

İSTANBUL 2. ULUSLARARASI AYAKKABI TASARIM YARIŞMASI

Türkiye

Gücü Keşfet

*Hayallerini çiz,
geleceği tasarla!*



İ D M İ B
İSTANBUL LEATHER AND LEATHER PRODUCTS
EXPORTERS' ASSOCIATION



Son Başvuru Tarihi: 20 Haziran 2016

www.ayakkabitasarimyarismasi.com

Lisans Kategorileri Birincisine

Toplamda 150.000 TL

Değerinde Yurt Dışı Eğitimi
ve 15.000 TL Para Ödülü

Profesyonel ve Akademisyen
Kategori Birincilerine

50 Vitrin Ödülü

Derimod ve Ayakkabı Dünyası Vitrinlerinde
Tasarımlarını Satışa Sunma Fırsatı ve
15.000'er TL Para Ödülü

Çocuk Kategorisi Birincisine

1.500 TL Para Ödülü

YARIŞMA KATEGORİLERİ

Lisans Öğrencileri

- Kadın Ayakkabıları
- Erkek Ayakkabıları

Profesyonel ve Akademisyenler

- Kadın Ayakkabıları
- Erkek Ayakkabıları

İlkokul, Ortaokul ve
Lise Öğrencileri

- Serbest Kategori

Sektörün İran çıkarmasında **AYSAD da öncü oldu**

Son dönemlerde ambargoların kalkması ihtimaline binaen ülkemizin deri ve deri ürünleri konusunda önemli bir pazarı konumuna gelebilecek İran İslam Cumhuriyeti'ne Türk firmaları çıkarma yaptı.



Tahran ve Tebriz şehirlerine yönelik, Türk Deri sektörünün ihracat potansiyelinin arttırılmasına katkı sağlamak için İDMİB 12 - 17 Aralık 2015 tarihleri arasında Deri ve Deri Ürünleri Sektörel Ticaret Heyeti düzenledi.

Deri, deri konfeksiyon, saraciye, ayakkabı ve ayakkabı yan sanayi üreticilerinin katılımıyla gerçekleştirilen etkinlik kapsamında Tebriz ve Tahran şehirlerinde alım gruplarıyla ikili iş görüşmeleri, pazar ziyaretleri ve resmi kuruluş temsilcileriyle görüşmeler yapıldı.

Ticaret Heyetine altısı ayakkabı, beşi ayakkabı yan sanayi, beşi deri, ikisi konfeksiyon, birer de saraciye ve suni deri üreticisi olmak üzere toplam 19 firma iştirak etti.

İDMİB organizasyonunda düzenlenen Deri ve Deri Ürünleri Sektörel Ticaret Heyeti kapsamında, katılımcı Türk Firmalar; İran Deri ve Deri Ürünleri ticaret merkezleri, dağıtım kanalları, kurum-kuruluşları ve firmaları ile önemli ve yakın temaslara kurularak İran pazarına giriş ve bu pazardaki payı arttırabilmek için önemli işbirliği fırsatları elde etti.

Tahran programının birinci günü olan 13 Aralık 2015 tarihinde SepahSalar ve Ferdosi bölgelerinde faaliyet gösteren ayakkabı, ayakkabı yan sanayi, deri ve deri konfeksiyon firmalarının üretim tesisleri ve satış ofisleri ziyaret edildi.

İran'a yapılan ziyarette, hem pazarla ilgili ön araştırmalar gerçekleştirildi hem de ikili görüşmelerle önümüzdeki süreçte ilişkin işbirliğinin yolları arandı.

İran'da ikili görüşmeler ParsianAzadi Hotel toplantı salonunda yapıldı. Potansiyel alıcılara özel davetiyeler gönderilerek

50 firmanın Tahran programının ikinci günündeki, ikili görüşme programına katılması sağlandı.

İki ülke arasındaki ticari açmazlar masaya yatırıldı

14 Aralık 2015 tarihinde Tahran Ticaret Odası Uluslararası İlişkilerden Sorumlu Başkan Yardımcısı Mohammed Reza Bakhtiari ve Asya/Okyanusya Sorumlusu Massoud Maleki ile Tahran Ticaret Odası'nda buluşuldu. Toplantıya İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak, İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi İslam Şeker, Tahran Ticaret Müşaviri Himmet Geriş ve İTKİB Uzman Yardımcısı Emre Öztürk de katıldı.

Toplantıda Bakhtiari tarafından İran ve

Türkiye arasında hedeflenen ticaret hacmin artırılmasına engel olan ambargolar, ticaret yollarının güvenlik sorunları ve bankacılık sistemindeki zorluklar üzerinde duruldu. İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Şenocak ise İran'ın serbest ticaret konusunda daha fazla çaba göstermesi gerektiğini ve ticaret ile başlayacak ilişkilerin ileride yatırımlara dönüşeceğini belirtti.

Tebriz programının ilk gününde 128 potansiyel alıcının ikili görüşme programına katılımı da sağlandı. İkili iş görüşmelerinin ikinci oturumu ise Tebriz Ayakkabıcılar Derneği'nin işbirliği ile yapıldı.

İkili görüşmelerin ardından İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi İslam Şeker, Ayakkabı

Yan Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Tan Erdoğan ve Tebriz Ayakkabıcılar Derneği Başkanı Ahmad Khadem görüşlerini ortaya koydular.

Katılımcılar deri ve deri ürünlerinin Türkiye-İran Tercihli Ticaret Anlaşması kapsamı dışında kalarak, ithalatında yüksek vergilerin devam etmesi ile gelecekte İran'da yapılabilecek ortak yatırımlar hakkında görüşlerini açıkladılar.

Tebriz programının ikinci gününde Tebriz Deri Sanayi Bölge Müdürlüğü'nde yetkililer ve üreticilerle bir görüşme yapıldı. Görüşmede bölgede bulunan Shokoh, Sharifi, Shams ve Shimi tabakhaneleri ziyaret edildi; Tebriz deri üretimini hakkında bilgi alındı.



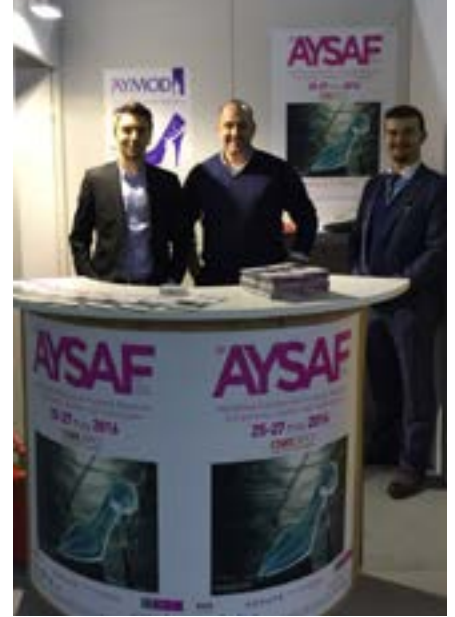
AYSAD Lineapelle'de tanıtıldı

Dünya deri sektörünün en önemli ve prestijli fuarlarından biri olan Lineapelle Deri ve Deri Mamülleri Fuarı, Şubat 2016'da Milano İtalya'da gerçekleştirildi.



AYSAD Başkanı Tan Erdoğan ve çok sayıda sektör firmasının da ziyaret ettiği fuarda, 3 gün boyunca 55. AYSAF Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı'nın tanıtımı yapıldı. CNR Holding kuruluşu Pozitif Fuarçılık tarafından açılan standta, fuar katılımcısı olmak isteyen firmalar ve ziyaretçilere bilgi verildi.

Fuar alanı ve fuara ulaşımın sağlandığı bölgelerde 55. AYSAF Fuar ilan billboardlarda yer aldı. Ayrıca fuarı tanıtıcı broşür ve kataloglar ziyaretçilere dağıtılarak sektör yetkilileri ve profesyonellerine ulaşıldı. Tanıtım çalışmaları sırasında standı ziyaret eden AYSAD Başkanı Tan Erdoğan, katılımcı ve ziyaretçilerle yüz yüze görüşerek sektör firmaları ve yöneticilerini Avrupa'nın alanında en büyük ikinci fuarı olan AYSAF Fuarı'na davet etti.



AYSAD'dan Kiev'de pazar incelemesi

Ukrayna'nın yaşadığı sıkıntılara rağmen halen göz ardı edilemeyen potansiyeli ne durumda? AYSAD Başkanı Tan Erdoğan ve AYSAD Yönetim Kurulu Üyesi Ozan Limoncular, dernek üyesi firmalardan oluşan bir heyetle 26-29 Ocak 2016 tarihleri arasında Kiev'de düzenlenen Leather&Shoes Fuarı'nı zi-

yaret ederek bu sorunun yanıtını aradı. Fuara katılan Türk firmalarının standlarını ziyaret eden Tan Erdoğan başkanlığında AYSAD heyeti, fuar organizasyonunu yapan Ukrayna Deri ve Ayakkabı Birliği ve fuar yetkilileri ile ileriye yönelik işbirliği fırsatları konusunda görüşmelerde bulundular.

Teknik Kimya

adding value to all
we touch



- Polüretan hammaddeler için sıvı renklendiriciler
- Polüretan sistemler için su ve solvent bazlı kalıp içi boyalar
- Polüretan yüzeyler için boyalar ve vernikler
- Polüretan sistemler için su ve solvent bazlı kalıp ayırıcılar
- Kalıp temizleyiciler ve kalıp alıştırıcılar

- Pigment pastes for the coloration of polyurethane systems
- Water and solvent based in mold coatings for polyurethane systems
- Paints and varnishes for polyurethane materials
- Water and solvent based release agents for polyurethane systems
- Mold cleaners and mold pre preparing products



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

TeknikKimya
Performance Chemicals

Üniversitelilerle ayakkabı söyleşisi

TASEV eski Başkanı İslam Şeker ve AYSAD Yönetim Kurulu Başkanı Tan Erdoğan, İstanbul Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Programı tarafından düzenlenen Ayakkabı Söyleşi'nde bölüm öğrencileri ile bir araya geldiler.



TASEV ve AYSAD Yönetim Kurulu Başkanı Tan Erdoğan, İstanbul Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Programı tarafından düzenlenen Ayakkabı Söyleşi'nde bölüm öğrencileri ile bir araya geldi.

TASEV'in bir önceki dönem Yönetim Kurulu Başkanı İslam Şeker'in katılımıyla gerçekleşen söyleşide, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü'nde öğrenim gören öğrencilere ayakkabı sektörünün dününden bugüne gelişimi anlatıldı. Ayrıca sektörün gelişimine ve büyümesine katkıda bulunmak amacıyla kurulan Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği'nin ve TASEV Vakfı'nın eğitim hizmetleri başta olmak yürüttüğü projeler ve çalışmalar hakkında bilgiler verdi.

Ayakkabı ve ayakkabı yan sanayinin birbirine entegre yapılar olduğunu ve bu yapıları temsil eden derneklerin sektör adına çok önemli misyonlar edindiklerini dile getiren Tan Erdoğan, sektörel dayanışmanın (TASEV) Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı ile daha da güçlendiği kaydetti. AYSAD ve TASEV'in sektöre yetişmiş nitelikli insan gücü kazandırmak amacıyla bugüne kadar son derece önemli çalışmalara imza attıklarını ve TASEV liselerinde öğrenim

Türkiye'nin ve sektörümüzün son derece dinamik bir yapısı var. Bu sektörde kriz olmaz, işsiz kalmazsınız. Yeter ki yaptığınız işe inanın ve yaratıcı olun.

gören gençlerin sektöre kazandırılması, bu yöndeki projelerin hayata geçirilmesi konusunda işbirliği içinde çalıştıklarına dikkat çeken AYSAD Başkanı Erdoğan, bu alanda öğrenim gören gençlerin inovatif düşünce yapıları ve teknolojiye yakınlıkları ile sektöre tasarım ve endüstriyel açıdan katkı sağlayacaklarına inandıkları söyledi.

Ayakkabı yan sanayinde faaliyet gösteren firmaların ürün kalitesinde dünya stan-

dartlarını yakaladığını, İtalya gibi dünya modasına yön veren ülke ve bu ülkelerin dev markalarına korkuttuklarının altını çizen Tan Erdoğan, "Siz gençler bizim için sektörün değişim ve gelişimi açısından çok önemlisiniz. Üretime daha fazla değer katmak, katma değeri yüksek ürünler üretmek sizlerin yenilikçi fikirleri ve mesleğinize gösterdiğiniz değer ölçüsünde mümkün olacak. Bu nedenle öğrenimiz sırasında ya da sonrasında mesleğinize değer katacak her konuda bizden görev

isteyin. Derneklerimizle iletişim içinde olun" şeklinde konuştu.

TASEV eski dönem Yönetim Kurulu Başkanı İslam Şeker ise konuşmasında, ayakkabı ve ayakkabı yan sanayi sektörünün ülkemizdeki ve dünyadaki gelişimi, ekonomik büyüklüğü, ithalat ve ihracat yapısı ile ilgili bilgiler verdi. Ayakkabı ve yan sanayisinin bugün 102 ülkeye ihracat yapan bir konuma geldiğini kaydeden İslam Şeker, öğrencilerin seçtik-

leri meslekle ilgili kaygı duymamalarını belirterek şunları söyledi: "Türkiye'nin ve sektörümüzün son derece dinamik bir yapısı var. Bu sektörde kriz olmaz, işsiz kalmazsınız. Yeter ki yaptığınız işe inanın ve yaratıcı olun. Tasarım, üretim teknolojisi konusunda çalışın. Yabancı dil konusunda kendinizi geliştirin."

Tan Erdoğan ve İslam Şeker, sunumlarının ardından bölüm öğrencilerinin sektör ve mesleğe yönelik sorularını yanıtladılar.



İhracatçıya yol haritası olacak 'Ekonomi ve Dış Ticaret Raporu' hazırlandı

Türkiye'nin dış ticareti ile ilgili çok boyutlu bir analiz ihtiyacından yola çıkılarak ilki 2 yıl önce hayata geçirilen, bu yıl da 3'üncüsü ile içeriği üzerinde iyileştirmeler yapılarak daha kapsamlı hale getirilen 'Ekonomi ve Dış Ticaret Raporu', TİM'in Ekonomi Danışmanı Dr. Can Fuat Gürlesel tarafından TİM Ar-Ge Ofisi katkıları ile hazırlandı. Rapor, 2015 yılının dış ticaret verileri için kaynak bir kitap olma niteliğinden öte; ihracat politikası, dış ticarete hedefler, stratejik değerlendirme ve öneriler gibi bölümleriyle de ileriye ışık tutan bir yapıda.

Rapora ilişkin değerlendirme yapan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, "2015 yılında dünya beklentilerin altında büyüdü. Dünya mal ticareti de emtia fiyatlarındaki düşüşler ile geriledi. Ancak ülkemizin imalat sanayi temelli üretici özelliği ön plana çıkarak gelişen ülkeler içinde avantaj sağlama eğiliminde. Ülkemiz, emtia fiyatlarında bu düşüşü maliyet düşüşü anlamında fırsata çevirebilir" dedi.

İhracatta katma değer artmalı

Rapora göre son 4 yılın ikisinde net ihracatın büyümeye katkısının negatif olduğunu belirten TİM Başkanı, "Net ihracata dayalı daha hızlı büyümeler için ihracatta katma değer artırılması gerekir" dedi. TİM Başkanı Büyükekşi "2015 yılında yaşanan düşüşün küresel etkisi yanında, yakın ve komşu ülkelerimizde yaşanan sorunlar da bu hususta etkili olmuştur. Ayrıca yakın coğrafyada yer alan ülkelerin ekonomileri enerji gelirlerine bağlıdır ve enerji fiyatlarının birkaç yıl daha düşük seviyelerde seyredeceği öngörülmektedir. Bu sebeple alternatif pazarlar geliştirme çalışmalarına çok daha fazla önem vermeliyiz" dedi. 2023 ihracat hedeflerine ulaşabilmek için 2015 yılı için belirlenen alt hedefe ulaşmada zorlandığını kaydeden Büyükekşi "Dünya ticaretinden aldığımız payı 2015 yılında arttırmış olmamız, hedeflerimize ulaşmamız için yeterli



değildir. Yatırım, üretim ve ihracat için çevre koşullarının iyileştirilmesi ve destek uygulamalarının daha etkin hale getirilmesi gerektiğine inanıyoruz." dedi.

Rapor ihracatçıların yol haritası

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Türkiye'nin başta ABD ve Çin olmak üzere büyük pazarlarda payını arttırması gerektiğini belirterek, TTIP gibi uluslararası çapta etkin olabilecek serbest ticaret anlaşmalarına eş zamanlı katılımın zorunluluk haline geldiğini belirterek, "Rapor ilgili kurumlar, kuruluşlar ve en önemlisi ihracatçılar için faydalı bir kaynak ve yol haritası. Detaylı bir şekilde hazırlanmış raporu kişi ve kurumla-

rın faydalanabilecekleri önemli bir kaynak olarak değerlendirdik, önceki yılı iyi analiz edip geleceği güvenle bakmak isteyen herkesin yararına olması ümidiyle" diyerek sözlerini sonlandırdı.

TİM'in 'Ekonomi ve Dış Ticaret Raporu'nda öne çıkan bazı başlıklar şu şekilde;

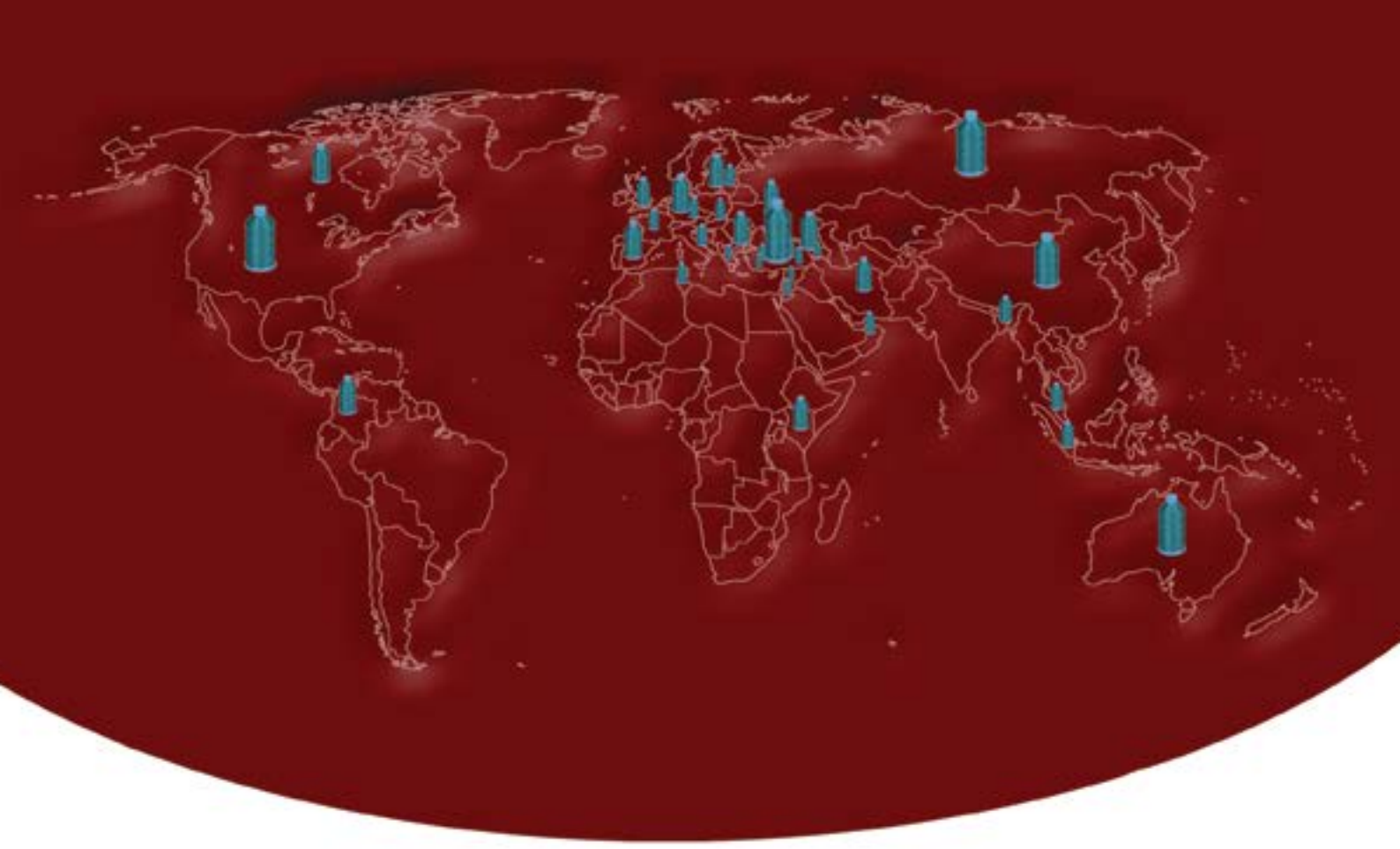
Uzun vadede geleceği şekillendirecek 5 eğilim etkili oluyor

Türkiye'nin 2023 yılına ilişkin hedeflerine yönelik gerçekleştirmeler ve öngörüler küresel eğilimlerden etkilenmektedir. Bu çerçevede mevcut yaşanan küresel makro eğilimler, uzun vadeli iddialı hedeflere ulaşılmasını güçleştirmektedir. Geleceği şekillendiren makro eğilimler 5 başlıkta toplanabilmektedir. Bunlar küresel ekonomi, doğal kaynaklar, inovasyon ve teknoloji, demografi ile tüketici davranışlarıdır. Bu başlıklar altındaki eğilimler Türkiye'nin iddialı hedeflerine ulaşmasını güçleştirmekle birlikte aynı zamanda önemli fırsatları da içermektedir.

Bu küresel eğilimler içinde Türkiye'nin 2023 hedeflerine ulaşmasında kendi koşulları ile ortaya çıkan üç engel görülmektedir. Bunlar teknoloji ve inovasyon alanındaki açık, yurtiçi üretim yetkinliklerinin rekabetçiliği kısıtlaması ile bölgesel siyasi ve ekonomik istikrarsızlıklardır.

Tüm engelleri aşabilecek bir anahtar: Sanayi 4.0

Mevcut küresel eğilimlere ilave olarak 2023 hedeflerine ulaşılmasında belirleyici olacak yeni şekillenen bir eğilim ise Sanayi Devrimi 4.0'dır. Sanayi Devrimi 4.0'ın bireyselleşmiş ihtiyaçlar doğrultusunda şekillenip, değer zincirini yeniden düzenlemesi beklenmektedir. Sanayi Devrimi 4.0 ile ilgili gelişmelerin ve trendlerin iyi izlenmesi ve anlaşılması yüksek katma değerli ihracat artışı için çok önemli olacaktır."



Mükemmel İplikler | **Üstün Dikiş Performansı**



Nike FootballX'te futbol şöleni

Nike'in futbolu gençlere sevdirmek ve futbolun doğduğu yer olan sokaklara özlemi gidermek amacıyla Beykoz Kundura Fabrikası'nda organize ettiği Nike FootballX'te şampiyon belli oldu. Turnuvanın şampiyonu FC Saplantı, 15-18 Haziran 2016 tarihleri arasında Fransa'da düzenlenecek Nike FootballX Şampiyonası'na katılma hakkı kazandı. Turnuvada gençlere başarılı futbolcular Cenk Tosun ve Tolga Zengin de destek verdi. Ünlü rapçi Ceza'nın konseriyle son bulan ve futbol şölenine dönüşen turnuvada ünlüler maçı da çekişmeli ve heyecanlı anlara sahne oldu.



Ayakkabı ve çantadan vazgeçilmiyor

İkinci el moda konusunda öne çıkan Modacruz, yüzbinlerce üyesinin alışveriş alışkanlıklarını inceledi ve ayakkabı ile çanta tutkumuzdan asla vazgeçemediğimizi rakamlarla ortaya koydu. Sitede kabandan topukluya, aksesuardan gelinliğe, abiyeden bluza yüzbinlerce ürün bulunuyor. Gardirolardan çıkıp yeni sahiplerini bulan her 10 giysiden 4'ü, yani neredeyse yarısı ayakkabı ve çanta oluyor.

En çok sneaker satılıyor, topukludan da taviz yok

Son dönemde hayli popülerleşen sneaker'lar Modacruz kadınlarının favorisi. Satılan her 5 ayakkabıdan 1'i sneaker. Onu her yaştan kadının tutkusu topuklu ayakkabılar izliyor. Asla modası geçmeyen, çekici ve zarif stilin sembolü topuklular, tüm ayakkabıların yüzde 15'ini oluşturuyor. Üçüncü favori ayakkabı seçiminiz ise babetler. Hem işte hem okulda hem de hafta sonu gezmelerinde rahatça giyilen mütevazı şıklığın anahtarı babetler satılan ayakkabıların yüzde 10'u.

Babet mevsimi Mart'ta açıldı

Genel rakamlar sneaker'ları ilk sıraya taşısa da, baharın gelmesi ile babet satışlarında büyük bir artış gözlemlenmeye başladı. Modacruz kadınlarının bahar hazırlıkları sayesinde, Mart ayında babet satışları Şubat'a göre yüzde 60 arttı.

Sırt çantası trendi satışları yüzde 80 artırdı

Özellikle son 1 yıldır genç yaşlı herkesin kalbini çalan sırt çantalarının yükselişi durdurulamıyor. Ocak-Mart döneminde, önceki üç aya kıyasla sırt çantası satışları tam yüzde 80 arttı. Yüzlerce farklı modeli ile artık en formal ortamda bile



kabul gören sırt çantaları daha uzun bir süre ilgi odağı olmaya devam edecek gibi görünüyor.

Ayakkabıda ve çantada favori rengimiz siyah

Ayakkabı ve çantada favori rengimiz ise siyah. Satılan her 10 ayakkabının ve her 10 çantanın 4'ü siyah renkte. Ayakkabılarda siyahı kahverengi ve beyaz takip ediyor. Çantalarda ise yine kahverengi çok renkli modeller izliyor.



PRESTİJ

Ayakkabı ve Lazer Makinaları

BİLGİSAYARLI OTOMATİK KESİM MAKİNESİ



Lazer Kesim ve Desen Makinaları

Kesim Makinaları

Saya Makinaları

Montaj Öncesi Hazırlık

Monte Makinaları

Montaj Hattı Makinaları

Finisaj Makinaları

Taban Makinaları

Kompresörler

İkinci El Makinalar

BİLGİSAYARLI OTOMATİK
ALT TIRPAN VE İLAÇ SÜRME



BİLGİSAYARLI KOMPLE ÇİVİLİ ARKA VE YAN
MONTE MAKİNASI



BİLGİSAYARLI ÖN MONTE MAKİNASI



FORT FORMA MAKİNASI



ÇİFT KIRMA KAMPRE MAKİNASI



KALÇARIZMA ÖKÇE PİSTARIZMA



Prestij Teks. ve Ayak.Mak.Malz.Ekip.San.ve Tic.Ltd.Şti.

Ziya Gökalp Mah. Süleyman Demirel Bulvarı Sinpaş İş Modern H Blok No : 29 İkitelli - Başakşehir - İstanbul
Tel : +90 212 6449330 (PBX) - Fax : +90 212 6449334 - www.prestijmakina.com - info@prestijmakina.com

20 YILLIK TECRÜBE İLE ANAHTAR TESLİM FABRİKA KURULUR.

Türk doğal derisi Portekizli üreticiyle buluştu



Türkiye Deri Sanayicileri Başkan Yardımcısı Güven Karaca: "Türk Doğal Derisi ile Portekiz Ayakkabı Üreticisi'ni 'O Coura da Turquia' diyerek buluşturduk."

2015 yılı başında resmi çalışma programına alınan UR-GE projesinin temeli aslında Türkiye Deri Sanayicileri Derneği'nin hem yerelde hem de Avrupa'da deri işleme sektöründeki gücünü ihraç pazarlarda kullanma kararlılığından geliyor. 2013 yılı itibariyle uluslararası fuar katılımları ile başlayan süreç, pazarda farkındalık yaratmayan yönelik bir dizi araştırma ve



aktivitenin ardından yeni stratejisini hayata geçirdi. Pazara giriş stratejisinin temelini agresif pazarlama oluşturdu. Pazara gidilecek; sadece Türk dericisi olacak ve Türk derisi sunumu gerçekleştirilecek. Deri Sektöründe İhracat Odaklı Rekabetin Geliştirilmesi Projesi böyle doğdu' diyen Karaca sözlerini şöyle sürdürdü:

"Üyelerimiz arasından başvuru yapan 17 deri üreticisi firma ile projeye start verildi. Ortak strateji, ortak vizyon, faaliyetlerin ortak satın alma işlemleri, tek elden organizasyon, bürokratik süreçler vb gibi "ortaklık", "birliktelik", "işbirliği" kavramları çerçevesinde dizayn edilen projede en temel amaç hedef





pazarlarımızda doğrudan müşterinin yanında olacak şekilde agresif pazarlamaya dayalı faaliyetler yürütülecek.

Ekonomi Bakanlığı'nın 2010/8 sayılı Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesi Tebliği kapsamında proje başvurusunun kabulü ile hedef pazarlarımıza yönelik deri ihracatını artırma hamlesi daha kapsamlı, daha sistematik ve devlet desteği ile başlamış oldu. Yolum başında ihtiyaç analizi çalışması yapıldı. Neye, ne zaman ihtiyaç var ve bu ihtiyaç nasıl karşılanacak gibi kritik noktalara ışık tutuyor. Tüm süreç yüzde 75 net devlet desteği ile işliyor ki katılımcı şirketlerin bütçelerine önemli bir katkı sağlanmış oluyor.

İlk faaliyet 29 Şubat-4 Mart 2016 tarihlerinde Portekiz'in iki ayakkabı üretim merkezinde -Sao Joao da Madeira ve Felgueiras- "Türk Dericileri-Portekiz Ayakkabıcıları Buluşması" – "O Coura da Turquia" gerçekleştirildi. Her iki şehirde kiralanan 2 yerde Türk dericiler için kurulan standlarda Türk derisi vitrine çıktı. En önemli tarafı diğer fuarlarda olduğu gibi bizim etkinliğimizde başka rakip ülkelerin olmaması. Bu durum Portekizli ayakkabıcıların odağını bizim ürünlerimizde tuttu ve çok özel bir yurtdışı pazarlama faaliyeti gerçekleşti.

Etkinlik öncesi Portekizli ayakkabı üreticileri üzerinde de programlı bir tanıtım çalışması yürütüldü. Her iki şehirde toplam 10 billboard, Porto Havaalanı'nın geliş ve gidiş katında 2 billboard, Portekiz'deki işbirliği derneğimizin yayın organı ve sosyal medya hesapları üzerinden yürüten reklam çalışmaları oldu. Diğer taraftan Portekiz'de ayakkabı üreticisi firmalar birebir ziyaret edildi. Ne tür üretim yapıyorlar, hangi derileri kullanıyorlar, tedarik koşulları ve fiyatlar gibi konularda da gerçekçi bilgiler elde edildi.

2 şehirde ve her birinde 2 gün toplam da 4 gün süren etkinliğe;

- 73 ayakkabı üreticisi firma
- 9 saraciye ve deri eşya üreticisi firma
- 68 deri taciri

- 267 kişilik ziyaretçi katılımı gerçekleşti. Ayrıca Felgueiras şehrindeki Ayakkabı Teknik Lisesi'nden de 118 öğrenci yine Türk Derisi hakkında bilgi sahibi olmak üzere ziyarete geldi.

Etkinliği ziyaret eden 73 ayakkabı üreticisinin;

- Yüzde 85'i Portekiz'deki Ulusal Ayakkabı Sanayicileri Derneği olan Apiccaps üyesi,
 - 2014 yılında 260 Milyon Avro değerinde ayakkabı ihracatı gerçekleştirmiş,
 - 310 Milyon Avro ciro değerine sahip
 - Toplam İhracatın yüzde 16,6'sını gerçekleştirmiş
- Etkinliği ziyaret eden firmalardan elde edilen bilgiler kapsamında;
- Etkinlik ilgi çekici bulunmuş
 - Sergilenen ürünlerin kaliteli olduğu belirtilmiş
 - Portekiz'de Türk derisi stoğu bulundurmanın Türk deri sanayicileri ile çalışmaya katkı sağlayabileceği belirtilmiş
 - 6-7 haftada ayakkabı siparişlerini üretilip müşterisine teslim edebilen Portekiz ayakkabı üreticileri için 3 hafta içerisinde deri tedarikinin gerçekleşmesi gerektiği belirtilmiş."



'Her şey geleceğin ayakkabıları için'

İstanbul Halkalı' da ki TASEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde yeni kurulan 'Saya-Monta Üretim Bant Atölyesi' düzenlenen törenle açıldı.



Türkiye ayakkabı sektörüne geleceğin ustalarını yetiştirmek üzere eğitim veren TASEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, saya-monta üretim bant atölyesinin açılışını yaptı. 14 Nisan 2016 tarihinde gerçekleşen açılışa İlçe Milli Eğitim Müdürü Cemal Yılmaz, TASEV Başkanı İslam Şeker, AYSAD Başkanı Tan Erdoğan, TASD Başkanı Hüseyin Çetin ve ayakkabı sektör profesyonelleri katıldı. Açılış öncesi atölyenin kurulmasına katkı sağlayan firma yetkililerine, günün anısına ve eğitime verdikleri katkıdan dolayı birer plaket verildi. Açılış töreninde bir konuşma yapan dönemin TASEV Yönetim Kurulu Başkanı İslam Şeker, bu atölyenin kurulmasında emeği geçen ve katkı sağlayan herkese teşekkürlerini dile getirdi.

Bağışta Bulunanlara Plaket

TASEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde eğitim gören geleceğin ayakkabıcılarının Saya-Monta Üretim Bant Atölyesi kurulmasına katkı sağlayan firmalar şunlar oldu: Ziy-lan Ayakkabı, AYSAD, Zıylan Taban, TASD, Urgan Ayakkabı, Onurden Kimya, Depar Deri, Yakupoğlu, Sevinçer Ayakkabıcılık, Çalışkan Ayakkabı, Davarcı Kundura, Kare Ayakkabıcılık, Penta Spor Ayakkabı, Öztürk Terlik, Birol Kundura, Ekol Tekstil Deri ve Ayakkabı, Küçükkösele Ayakkabı Malzemeleri, Sert Taban, Dedemak Makine, Fatih Ökçe, Hilal Makine, Vural Makine, Şato Ayakkabı, Depar Ayakkabı, İstikbal Ayakkabı ve Omega Makine...



SCARPE

OPSIYON TURİZM VE SEYAHAT AÇENTASI LTD. ŞTİ.

Seyahat ve Uçuşlarınızda
Güvenceyi Bizimle Yaşayın...



Tüm Uçak Biletlerinde

Kredi Kartı ile

Taksitli Ödeme Kolaylığı

ACENTALIKLARIMIZ



**YURTIÇİ - YURTDIŞI
UÇAK BİLETLERİ**



**YURTIÇİ - YURTDIŞI
OTEL REZERVASYONU**



**YURTIÇİ TATİL VE KÜLTÜR
PAKET TURLAR**

JOLLY
INTERNATIONAL TOURS

PRONTOTOUR

tatil.com

TIKIR TIKIR TATİL, ANINDA TATİL



**BİREYSEL SEYAHAT
DANİŞMANLIĞI**



YURTDIŞI PAKET TURLAR



VİZE İŞLEMLERİ

Merkez: Mehmet Nesih Özmen Mahallesi Fatih Caddesi Akçaağaç Sokak
No: 3 Dük : 7-8-9-10 Merter - Güngören / İSTANBUL Telefon : (212) 212 09 40

İkitelli İrtibat Ofisi: İkitelli OSB Aymakooop Ayakkabıcılar Sitesi C/5 Blok No: 5
(Aymakooop Tic. Mrk. Karşısı) Başakşehir/İSTANBUL

Acil Yardım Numaralarımız

0532 345 50 42 / 0538 289 11 10

www.scarpeturizm.com - info@scarpeturizm.com



Elit Makina 3D Plus ile tasarım ve stampaya boyut katıyor

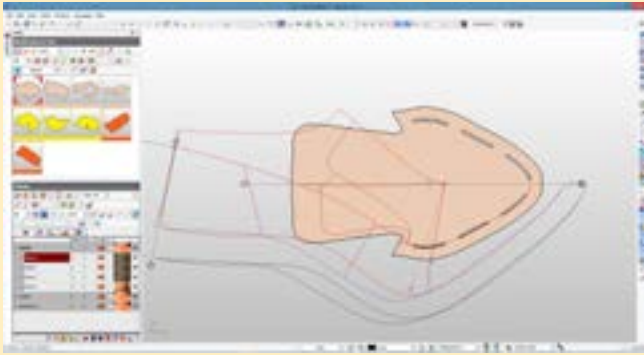
Dünyada inşaattan tekstile her alanda üretimde hızla öne çıkan 3 boyutlu uygulamalar Elit'in yeni 3D Plus açılımıyla, ayakkabı sektörünü de avantajlı kılıyor.

2D teknik sistem ile sanayicinin karşısına çıkarken, 3D ile çizim sistemleri gelişti. Görsel gerçeklik, fonksiyonellik ve kesinlik katılan ürünler, şimdi 3D Plus ile tasarımı yaparken renderlama olanağına da kavuşuluyor.

Ökçe, taban, platform ve akla gelebilecek tüm muadil ürünleri

tasarlayıp, yükledikten sonra bu sistemle net sonuç kusursuz elde ediliyor. Sanal Gerçekçilik yüzeyleri iç, dış ve profille kullanarak 3D oluşturulan parçalar üç parametre kullanılarak tanımlanır. INESCOP CAD programlarına benzer sade bir sanal ortama sahiptir.

Şablon ve kalıp üzerinde komple kontrolü sağlar. Başka CAD / CAM pr ile, tüm Windows ortamları ile yüzde 100 uyumludur. Icad3D + yazılımını sürekli geliştirir. kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılamak ve her zaman en ileri teknolojiyi sunabilmek için ücretsiz güncellemeler ile kullanıcıları destekleyen bir hizmet avantajını da verir.



Ayakkabıya 'sağlıklı' logosu geliyor

Sağlıklı ayakkabıyı zehirli olandan ayırmak için düğmeye basıldı. Tüketiciyi bilinçlendirmek için logo çalışmasına başlıyor. Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği, çalışma kapsamında yer alacak firmaların ürünlerini laboratuvarlarda inceleyip, ürünlere "sağlıklı ayakkabı" logosu koyacaklarını açıkladı.

Çalışma aşamasındaki projeye ihracatçı birliklerinden de destek alacaklarını belirten TASD Başkanı Hüseyin Çetin, logonun sadece yerli değil ithal ayakkabılarda da kullanılabileceğini kaydetti. Proje kapsamındaki firmaların ürünleri pazardan rastgele toplanıp sık sık kontrol edilecek. Amaç ürünlerde azoboyar madde ve fitalat olmaması.

Deri Tanıtım Grubu Başkanı Erdal Matraş da, bu konuda taslak projeleri olduğunu ve en kısa sürede hayata geçireceklerini açıkladı.



Universal YAPISTIRICI

**Ayakkabı
Yapıştırıcılarında
Profesyonellerin Tercihi**



Universal

www.universalyapistirici.com

Universal Yapıştırıcı ve Kimya Sanayi Ticaret Ltd. Şti.

Merkez Ofis: Ayazmadere Cad. Aliye Menç Konağı İş Merkezi No: 3/14 Gayrettepe/İstanbul

Fabrika: Tuzla Kimya Sanayicileri OSB Armatik Cad. No: 47 Tuzla/İstanbul/TÜRKİYE

Tel: +90 212 2885563 (pbx) Faks: +90 212 2885608 E-posta: siparis@universalyapistirici.com

Akform'dan iç tabanda yeni trendler

2015 yılında başlattığı atılımını iki yeni ürünle sürdüren Akform, ayakkabıların daha sağlıklı ve konforlu olmasını sağlama hedefini pekiştirdi. Karabük'teki tesisinde iç taban üretimini gerçekleştiren firmanın sunduğu iki yenilik ve özellikleri şunlar:



Orthoflex: Ayakkabı ile birlikte uzun süre deforme olmadan kullanılabilen ürün, yüksek yoğunluklu ve hava geçirmez özelliğiyle de hijyen olanağı sunuyor. Ürün, parfüm katkılı formülleriyle,

uzun bir süre ayakkabının hoş koku vermesini de sağlayan özelliğe sahip.



Smartflex Memory Foam: Hafızalı sünger olarak bilinen bu ürün, spor ve kumaş sayılı ayakkabılarda kullanıyor. Ağırlıklı olarak spor ayakkabının tercihi olarak bilen mamul, Akform'un geliştirdiği özel iç taban tasarımıyla, fantezi ve günlük ayakkabılarda da kullanılabilir hale geldi.

2 farklı yoğunlukta üretilen ve plaka olarak da satılan bu ürün, tekstil, deri ya da suni deri ile lamine edilebilme kabiliyetine de sahip. Isıya karşı hassas özelliğiyle dikkat çeken malzeme, ayakla temasından hemen sonra, boşlukları doldurarak ortopedik iç taban vazifesi de görüyor.

Elastik hücre yapısı da basış konforunu arttıran dikkat çekici bir diğer özelliğidir.



CPM Yazılım, gözünü İran'a dikti

Türkiye'de yaygın olarak kullanılan yazılım markasından hizmet alan Palamut Group, hizmet almak için başlattığı serüveni CPM Yazılım'ı satın alarak tamamladı.

Sektörde kapsamlı çözümleri ve ERP'de başarılı işlere imza atan CPM Yazılım'ı Mart 2015'te satın alarak, 500'ü aşkın müşterisine her geçen gün yenilerini ekleyerek büyümeye devam eden CPM Yazılım, 35 yıllık İran ambargosunun kalkmasıyla birlikte Amerika, Almanya ve İngiltere gibi güçlü rakiplerin yer alacağı İran pazarında yer almak için altyapı çalışmalarına başladı.

Konuyla ilgili bir açıklama yapan CPM Yazılım Yönetim Kurulu Başkanı Recep Palamut;

"Türkiye ve İran'da ilk akla gelen Türk yazılım firması olmak için çalışıyoruz" dedi. Başta KOBİ'ler olmak üzere sanayiye hız ve esneklik kazandırmayı hedeflediklerini ve bu doğrultuda hizmet verdiklerini vurgulayan Palamut, konuşmasına şöyle devam etti:

"Şirketlerin ihtiyaçlarını belirliyoruz ve ERP'yi ihtiyaçlara göre geliştiriyoruz. Amacımız tek kelime ile işletmede verimlilik artışını sağlamak. ERP yazılımlarımız ile farklı sektörlerde en doğru çözümü sunarak ilk aydan itibaren yüzde 10 ile yüzde 25 oranında karlılık sağlıyoruz."





TURGUT KARDEŞLER

GÜNGÖREN:

Sancaktepe Sanayi Mah. Sancak Sok. No: 17 Güngören-İstanbul

Tel: +90 212 637 05 61 Fax: +90 212 637 34 70

BEYAZIT:

Gedikpaşa Hamam Cad. No: 26/B Beyazıt, Fatih-İstanbul

Tel: +90 212 517 45 45 Fax: +90 212 517 21 00

İKİTELLİ:

AYMAKOOP Sanayi Sitesi A4 Blok No:4 İkitelli-İstanbul

Tel: +90 212 549 60 51 Fax: +90 212 671 40 07

www.turgutkardesler.com.tr

Fatih Ökçe'den 'bütünleşik kalite' yaklaşımı

44 yıldır sektörde hizmetini geliştirerek sürdüren Fatih Ökçe, moda konusunda firmaları aktif olmaya çağırdı. Bütünleşik kalite sistemini öneren firma adına bir açıklama yapan Fatih Ökçe Genel Müdürü Kadir Yılmaz şunları söyledi:



"İnsanların ayak konforları, çok değişik tasarımlarla hayat buluyor. Bu tasarımların dönüşülmesi, geliştirilmesi, lokal pazardaki müşterilere sunulması gerçekten üstün performans gösteren bir "Ar-Ge" ekibi ile mümkün. Modayı takip edip, Ar-Ge çalışmalarını düzenli olarak yaptığımızda müşterilerimize değer katmayı başarıyoruz. Çünkü, bu nedenle müşteri, satış noktalarını "ürün satıcısı" statüsünden, daha üst bir sevi-

yede "en yenisi ve kalitesi O'nda vardır" algısıyla konumlanıyor. Başarının sırrının araştırma - geliştirmeye, bütçeden daha çok yatırım ayırmak olduğu unutulmamalı. Kalite, aslında çoklu bir kavram. Yani süreç birbirine geçiyor.

Bizim çalışanlarımız kaliteli ise, üretim kalitesi de bundan etkileniyor. Ürünler yüksek kalitede üretilince, yan sanayi de ayakkabıyı kaliteli üretip, tüketiciye sunuyor. Tüketici de bu kaliteyi hissettiğinde "bütünleşik kalite" yaklaşımı oluşuyor" dedi.

Bayileri desteklenmenin ihmal edilmemesi gerektiğine dikkat çeken Yılmaz, geribildirimlerin hayati önem taşıdığını vurguladı. Son olarak firmalarının mevcut bayi ağına İran ve Gaziantep'i de eklediğinin haberini veren Fatih Ökçe Genel Müdürü hedeflerini de şöyle anlattı:

"Bu yılsonuna kadar yurtdışında sektörel olarak stratejik önem taşıyan ülkelerde yeni bayilik anlaşmaları yapacağız. Sonuç olarak, teknolojiye yaptığımız yatırım, ar-ge ve kalite ile birleşince, satış noktalarında "tercih edilen ürün" oluyoruz."





Akertek Ayakkabı Malzemeleri San.Tic.Ltd.Şti.

İkitelli Organize Sanayi Bölgesi Aymakooop Sanayi Sitesi C2 Blok No: 161 E Kapısı

İkitelli / Başakşehir / İstanbul / Türkiye

Tel: +90 212 549 66 91 +90 212 549 66 84 +90 212 549 66 34 Fax : +90 212 549 66 35

www.akertek.com.tr

Üründe mikrobun düşmanı Micro-Pak Erdoğan ile Türkiye’de

Ayakkabı, tekstil, saraciye, eldiven ve aksesuarları anti-mikrobiyal paketlenmesinde dünya genelinde tercih edilen Micro-Pak ürünleri, Erdoğan tarafından Türkiye pazarında hizmete sunuldu. Micro-Pak 3 ana ürün grubundan oluşuyor. Micro-Pak Sticker’ları, Micro-Pak PE Sheet’leri ve Micro-Pak Clariant ortaklığındaki Micro-Pak Clariant ContainerDesiccant.

geniş bir yelpazede kullanılan Micro-Pak Clariant Container-Desiccant ise, konteyner gönderilerinin yolculuğu boyunca koruma sağlamak üzere dizayn ediliyor.

Micro-Pak ile ilgili dikkat çeken özellikler

- Micro-Pak ürünleri DMF içermez.
- EPA, REACH, AAFA, 65. önerge gibi kurallara uyumludur BPR kayıt aşamasındadır.
- Çevreye olan duyarlılığı ile CradletoCradle Silver Sertifikası’nı alan Micro-Pak almış ve çevreye olan etkisini her geçen



Nem emerek aktive oluyor

Her 3 ürün de havadan az bir nem emerek aktive oluyor ve daha sonra bu nemi, küf sporlarının oluşmasını engelleyen bir atmosfer yaratmak için kullanıyor. Yani ürünler mikrop oluşumunu engelleyen bir kurutucu olarak görev yapıyor. Talimatlara uygun kullanılması halinde gerek müşterilerin, gerekse çalışanların güvenliğini sağlıyor. Alınan sonuçlar, açıldığı andan itibaren küf ve koku oluşumunu engellediği tarafsız testlerle belgelenen ürün grubunda Micro-Pak Sticker’lar ayakkabı kutularında, PESheet’ler, polybagleri içerisinde muhafaza ediliyor.

Tekstil, çanta, küçük deri aksesuarlardan mobilyalara kadar



gün azaltmak adına da çalışmaları sürdürmektedir.

Konuyla ilgili bir açıklama yapan firma yetkilileri piyasayı uyararak, Micro-Pak ürünlerinin taklitleri bulunduğu dikkat çektiler. Yapılan açıklamada şöyle denildi: “Taklit ürünler fiziksel olarak Micro-Pak ürünlerine benzebilir. Fakat kesinlikle aynı içeriğe sahip değildirler. Daha da kötüsü, yasaklanmış maddeler içerebilirler. Bu nedenle, Erdoğan tarafından piyasaya sürülen orijinal ürün seçimine dikkat etmelisiniz.”



EVOLUTION HISTORY OF INJECTION IN GUSBI



1950
Rubber



1960
PVC



1987
PU-Injection



NOT ONLY POURING, WE ALSO SPEAK INJECTION.



2015
PU-Injection



GUSBI S.P.A.

Via Alessandria, 35 - 27029 Vigevano (PV) - Italia - gusbitv@gusbi.com - www.gusbi.com - www.gusbi-blog.com

Yan sanayiciler 55. kez AYSAF'ta buluşuyor

Ekonomik büyüklüğü her geçen gün arttıran ayakkabı yan sanayi sektörünü 55. kez kapılarını açacak AYSAF Fuarı'nda daha etkin ihracat için bir araya geliyor.



5 5. AYSAF - Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı", 25 - 27 Mayıs 2016 tarihleri arasında CNR EXPO Yeşilköy'de düzenleniyor. Fuar, Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD), Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV) iş birliğinde ve KOSGEB desteği ile yapılıyor. Organizasyon kapsamında:

Sektöre ürün ve hizmet sağlayan firmalar yurtiçinden ve yurtdışından gelecek önemli alıcılar ile görüşerek ürün ve hizmetlerini tanıtmaya fırsatı bulacak; mevcut müşteriyle işbirliklerini geliştirirken yeni müşteriler kazanılması sağlanacaktır.

Fuar katılımcıları stantlarında sergileyecekleri yeni ürünleri ve gelişmeleri tüm ziyaretçiler ile kendilerine sunulan eşit, şeffaf bir ortamda paylaşarak en iyi şekil-

de kendilerini temsil edecekler.

Sektör oyuncuları birbirleriyle bilgi paylaşımı için uygun bir platformda buluşurken, sektörün gelişen teknolojilerini yakından takip edebilecekler. Tüm katılımcılar bu büyük buluşmanın ışığında yeni fikirler geliştirecek ve yeni eylemler planlayacaklar.

2017 İlkbahar - Yaz sezonu ayakkabı yan sanayi ürünleri ilk kez sunulacağı 55.AYSAF 'ta deri ürün trendlerinin de ilk lansmanı yapılacak.

Yerli ve yabancı profesyonel ziyaretçisi ile ayakkabı yan sanayi sektörünü bir araya getirerek, büyük bir ticari platform özelliği sergileyen AYSAF'ın 55. Buluşması ihracat fırsatı kadar, pazar araştırması, müşteri ve rakip analizi yapabilmeye de imkan sağlıyor.

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



AYSAF'TA 54. buluşmaya alternatif pazarlar damga vurdu

Ayakkabı yan sanayisinin Türkiye'deki potansiyelinin dış pazarlara tanıtılması amacıyla düzenlenen 54. Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı (AYSAF) 11-14 Kasım 2015 tarihleri arasında CNR Expo Fuar Merkezi'nde 40 bin m² kapalı alanda 420 firmanın katılımıyla sektörü bir araya getirdi.

Türkiye'nin sektörel anlamda en önemli uluslararası organizasyonlarından biri olan AYSAF Fuarı, yurtiçi ve yurtdışı alıcıların da trendleri takip ettiği birmecra olarak öne çıkıyor. Artan yurtdışı ziyaretçi potansiyeli ile dikkat çeken AYSAF'ta hedef 'daha çok ihracat.'

Organizasyonu CNR tarafından yapılan AYSAF'ın 54. buluşması, Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma ve Geliştirme Eğitim Vakfı (TASEV), Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD), Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD), Deri Tanıtım Grubu(DTG) ve Ekonomi Bakanlığı'nın desteğinde gerçekleştirildi.

Ayakkabı ve deri sektör temsilcilerinin yoğun ilgi gösterdiği AYSAF 2015'e Türkiye'nin dört bir yanından alım grupları ve aralarında Almanya, Birleşik Arap Emirlikleri, Fransa, İngiltere, Çin, İtalya ve Suudi Arabistan'ın da yer aldığı 40'in üzerinde ülkeden çok sayıda alıcı ve ziyaretçinin katıldı. İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin (İBB) yanı sıra KOSGEB tarafından da desteklenen fuarda, tabandan kalıba, aksesuardan kimyevi maddelere kadar yan sanayiye ait her çeşit ürün sergilendi.

500 milyon dolarlık katkı

AYSAF Fuarı ve sektörle ilgili değerlendirmelerde bulunan AYSAD Başkanı Tan Erdoğan, fuarın ayakkabı yan sanayi sektörünün uluslararası arenada tanınmasında ve sektörün ihracatının artırılmasında önemli rol oynadığını söyledi. Sektörün ihracatının 2023 yılında 2.5 milyar dolar ihracat hedefi olduğunu hatırlatan Er-

doğan, şöyle konuştu: "Fuarın Türkiye ayakkabı sektörü ihracatına 500 milyon dolarlık katkısı var. Bu fuarda İran, İtalya, Hindistan, Pakistan gibi pek çok ülkeden gelecek heyetleri ağırlayacağız. Fuarla gelecek heyetlerle alım, satım ve işbirliği anlaşmalarımız olacak." dedi.

İran'da 100 milyon dolarlık ihracat hedefleniyor

Sektör olarak fuarda özellikle İran pazarına göz diktiklerini aktaran Tan Erdoğan, "Tebriz Vali Yardımcı'nın eşliğinde İran'dan gelecek büyük heyeti fuarda ağırlayacağız. İran'a uygulanan ambargoların kalkması ile İran Türkiye pazarından alım yapmaya başladı. Fuarda İran pazarına olan ihracatımıza 100 milyon dolarlık katkı sağlamayı hedefliyoruz. Ayakkabı üretimleri iyi olmasına rağmen kalite konusunda eksikleri nedeni ile bize yöneltiler. Yan sanayiye önemli oranda ihtiyaçları var. İran'da bizim yerleşik yan sanayi fabrikalarımız var. Onlara deriden, suni deriye, tabandan teknolojiye kadar her türlü yan sanayi ürünümüzü satabiliriz."

Trend Area alanı ise modanın belirlenmesi adına, geleceğe yönelik en önemli açılımlardan biri olarak dikkat çekti.







Kaliteyi Arayanlar İçin...



Looking for quality

DEDEMAK MAKİNA İNŞ. İTH. İHR. SAN. VE TİC. A.Ş.

Aykosan Sanayi Sitesi Çarşı Blok. No: 166 İkitelli / Başakşehir / İstanbul
T: 0212 671 86 89 . W: www.dedemak.com.tr . M: info@dedemak.com.tr





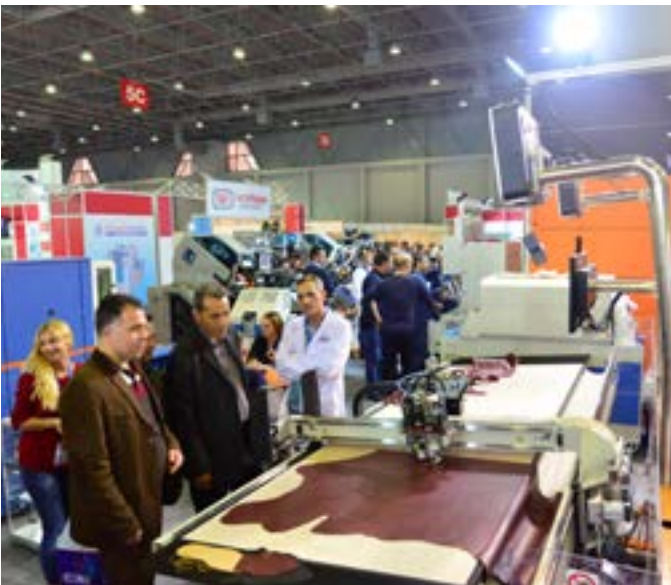
poltab

AYAKKABI TABAN SAN.TİC.LTD.ŞTİ

www.poltab.com



Gümüşsuyu Cad No:28 Topkapı Center İş Mrk No:346-359
Topkapı / İstanbul Tel : (0212)613 70 67 (3 Hat) Fax :(0212)613 70 69
Üretim 2:Maltepe Mh Gümüşsuyu Cd Emintaş Gümüşsuyu San.Sit
No:32/4 Topkapı / İstanbul Tel: (0212) 613 70 66
Mağaza: Gedikpaşa Hamam Cd Çınar Han No:56/1 Eminönü/İstanbul
Tel: (0212) 516 66 93- 516 42 79
poltabtaban@yahoo.com
info@poltab.com





derfleks

Lifli Rulo ve Levha San. A.Ş.



Kendi üretimimiz olan üst kalite LİFLİ RULO salpalarımız, özellikle saracıye sektöründe yoğun olarak kullanılmaktadır.

Products of LİFLİ RULO are specially preferred at the LEATHER GOODS Sector.



Üst kalite LİFLİ RULO salpaları ayakkabı sektöründe de taban astarı, direk şilte ve fort olarak kullanılabilir.

LİFLİ RULO products are used as INSOLE BOARD, FUSSBET and as COUNTER at the SHOE INDUSTRY



Matbaa sektöründe kullanılan, üst kalite LİFLİ RULO salpalar promosyon ve hediyeelik eşya sektöründe de tercih edilen üründür. Yumuşaklık esneklik baskı alabilme ve rahat kesilebilmesi ciltçilik içinde uygun bir malzeme özelliği vermiştir.

LİFLİ RULO product are also preferred at the PRITING INDUSTRY and at the field of Promotional product and gift articles sectors. Specially Book binders are preferring this material since it is a soft and flexible material and easy to print on it.







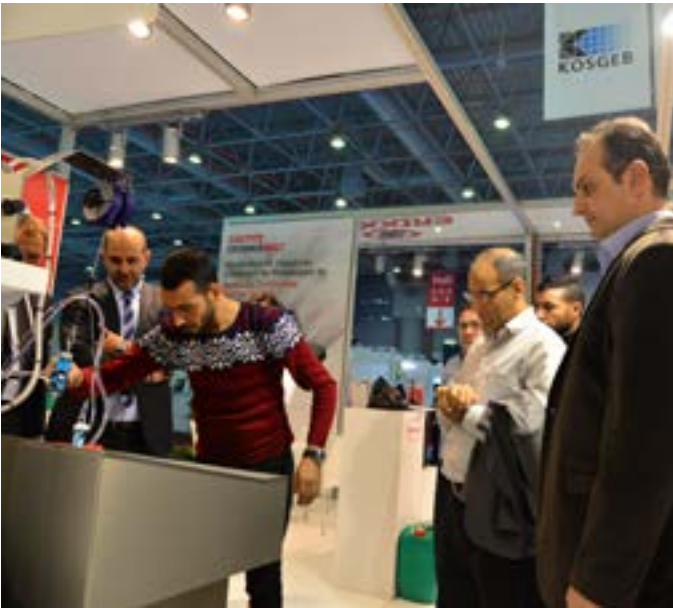
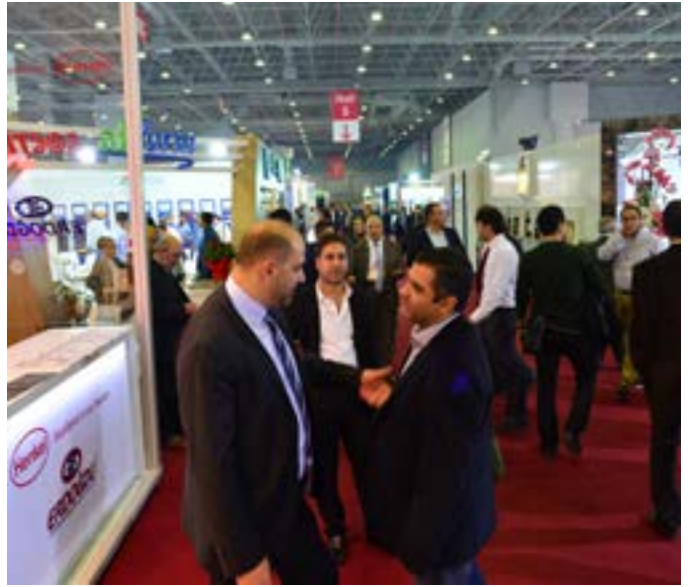
Sektörün Birleştirici Gücü



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

Aymakoop San. Sitesi
B-1 Blok No: 18
Başakşehir-İSTANBUL
T: +90 212 549 27 06 pbx
F: +90 212 549 27 66
info@svstekstil.com
www.svstekstil.com







USTASAN

USTASAN Ayakkabı Taban San. ve Tic. Ltd. Şti.

Sanayi Mah.Eşref Bitlis Cad. Kat: 3 Güngören - İstanbul / TÜRKİYE

Tel: 0212 507 73 36 Faks: 0212 507 48 48 www.ustasan.com.tr

info@ustasan.com.tr





**POLYCHLOROPRENE BASED
ADHESIVES**

**POLYURETHANE RESIN BASED
ADHESIVES**

**SURFACE TREATMENT
CHEMICALS AND PRIMERS**

**FURNITURE, UPHOLSTERY
AND AUTOMOTIVE SECTORS**

Aymakop Ayakkabıcılar Sitesi B-10 No.22 Basaksehir / ISTANBUL
P: +90212 671 5164-65 F: +90212 671 2185

www.polimeks.com.tr e-mail: info@polimeks.com.tr





FARKI YARATAN KİMYAMIZ...



MONDO KİMYA SANAYİ VE TİCARET A.Ş

Merkez

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

Fabrika

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

Şube

İbrahim Karaoğluoğlu Cad.Etem Zengin İş Merkezi No:25 Kat:5 34400 Seyrantepe-Kağıthane/İSTANBUL
Tel: +90 212 283 10 17 Fax: +90 212 282 80 38





55. AYMOD

30 ülke işadamlarını bir araya getirdi

Ayakkabı sektörünün küresel buluşması
“55.AYMOD – İstanbul Uluslararası Moda Fuarı”
30 Mart- 2 Nisan 2016 tarihleri arasında
CNR EXPO Yeşilköy’de yapıldı.



Kendi kulvarında dünyanın ikinci büyük fuarı olan ve Pozitif Fuarcılık A.Ş. / CNR Holding tarafından organize edilen AYMOD İstanbul Uluslararası Ayakkabı ve Moda Fuarı'na 60 ülkeden toplamda yaklaşık 50 bin ziyaretçi katıldı. 2016 Sonbahar-Kış Ayakkabı Modası'nın sergilendiği fuarda 30 ülkeden toplamda 450 katılımcı firma yer aldı.

60 bin metrekare alanda, 400'ün üzerinde firmanın bin 100'ü aşkın markayla yer aldığı organizasyonun 55'inci kez gerçekleşen açılışını İstanbul Valisi Vasip

Şahin yaptı. Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme Eğitim Vakfı (TA-SEV), Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD), Türkiye Umum Ayakkabıcılar Federasyonu (TUAF), İstanbul Ayakkabı Esnafı Sanatkarlar Odası (İASEO) ve KOSGEB desteğiyle düzenlenecek AYMOD, 2 Nisan'da sona erdi.

Türk ayakkabısını ve tasarımlarını 55. kez dünya vitrinine çıkarmanın haklı gururunu yaşatan AYMOD 2016, sektör mensuplarının yanı sıra spor ve sanat dünyasından da birçok ismi fuarda topladı.

tuba taban



TUBA TERMO KAÜÇUK TABAN SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

İKİTELLİ OSB ESKİ TURGUT ÖZAL CAD. ALTINTAÇ SAN.SİT. B BLOK NO.304 - T: 2126184070 - F: 2126185676

Lineapelle ile 2016 İlkbahar-Yaz modası

İtalyan Deri Endüstrisi Birliği tarafından yılda 2 kez organize edilen Lineapelle, 1981'den beri dünya profesyonellerine kapılarını açıyor. 23 Şubat'ta başlayan Lineapelle Deri ve Moda Fuarı 25 Şubat 2016 tarihinde kapılarını Eylül ayına kadar kapattı.



Ana teması ayakkabı, deri giyim, mobilya, ve aksesuar bileşenlerinde 2016 İlkbahar- Yaz modası olarak belirlenen fuar, tüm bu alanlarda muhtemel trendleri misafirlerine sundu.

40 bin metrekarelik Fieremilano Rho Fuar Merkezi'nde düzenlenen olan fuara 2015 Eylül ayı verilerine göre 40 farklı ülkeden 744'ü İtalyan olmak üzere toplamda bin 100 şirket katılmıştı. Ayrıca Fuar 2015 Eylül ayı verilerine göre iki gün içinde 20 bin kişi ağırladı. Türk deri firma-

larının İtalyan deri endüstrisinde ve ayakkabı ve deri ürünleri pazarlarından pay alması açısından dünyadaki en önemli organizasyonlardan biri olarak gösterilen Lineapelle Fuarı'na İTKİB tarafından milli katılım organizasyonu yapıldı.

2014 yılına kadar Bologna'da organize edilen fuar 2015 yılı ilk çeyreğinden beri modanın kalbi olan Milano'da organize ediliyor. Fuar tabakhaneler, moda, moda tasarımı, eğitim ve baskı gibi alanlarda kategorize ediliyor.

Afrika pazarı **sizi bekliyor**



Ayakkabı ve deri sektörü Etiyopya'da buluşuyor. Ayakkabı, ayakkabı yan sanayi ürünleri, deri ve deri ürünleri, ayakkabı makineleri için alternatif pazara giriş fırsatı Afrika'dan yükseliyor. 9. All African Leather Fair – Afrika Deri, Ayakkabı ve Yan Sanayileri Fuarı 27 – 29 Ekim 2016 tarihleri arasında Etiyopya Addis Ababa'da gerçekleşecek. Organizasyonun Türkiye Milli Katılımı'nı Merkür Fuarcılık organize ediyor.

MICAM

Ayakkabı Fuarı

Avrupa'nın ve dünyanın en önemli fuarlarından biri olan MICAM Ayakkabı Fuarı 14 Şubat 2016 tarihinde kapılarını ayakkabı ve deri sektörü profesyonellerine açtı.

İtalya'nın Milano şehrinde düzenlenen fuar 17 Şubat Çarşamba gününe kadar dünya trendlerini ve sektör bileşenlerini vitrinlerine taşıdı.

International Trade Fair Dedicated to the Fashion and Business of Footwear ve İtalyan Ayakkabı Sanayiciler Derneği tarafından organize edilen fuara bin 600 şirket ev sahipliği yaptı.

2016 yılının ilk MICAM Fuarı'na 20 bini

yurtdışından olmak üzere toplamda 40 bin katılımcının geldiği belirtiliyor. 70 bin metrekarelik Fiera Milano Fuar ve Sergi Alanı'nda yapılan fuarda, ayakkabı, tasarımlar, çanta, deri aksesuarlar ve ayakkabı mağazaları için deri aksesuarlar sergilendi.

İTKİB'in milli katılım organizasyonu düzenlediği Türkiye'den milli katılım ile 30 firma katıldı.



Uluslararası

Ayakkabı Fuarı GDS

Messe Düsseldorf tarafından yılda iki kez Düsseldorf Fuar Merkezi'nde düzenlenen Uluslararası Ayakkabı Fuarı GDS, 10-12 Şubat 2016 tarihleri arasında Almanya'nın Düsseldorf şehrinde yapıldı.

Ayakkabı, çanta, deri ve kürk ürünlerinin sergilendiği fuarda 800 marka katılımcı olarak yer aldı. Organizasyonda 2016/17 Sonbahar / Kış sezonu koleksiyonları sergilendi.



“GLOBAL EVA; En İyisi Değil, En Mükemmeli İçin...”



Global Eva Kauçuk Ürünleri Geri Dönüşüm Sanayi ve Ticaret A.Ş., 25 yıllık tecrübesi ve günlük 20 ton kapasitesi ile sektöründeki faaliyetlerini devam ettiren ve yıllardır süregelen başarısını her geçen gün daha da ileriye taşıyan bir firmadır. Başta ayakkabı sektörü olmak üzere otomotiv, denizcilik, inşaat sektörlerine Poli, Neolit Microlight, EPDM gibi eva ve kauçuk bazlı ürünler üretmektedir.

GLOBALEVA’nın başarısındaki en büyük etken kuruluşundan bu yana aldığı ve uyguladığı ilkesel kararlardır. İstanbul’da 10.000 m² kapalı alan içinde bulunan tesisinde 100’den fazla çalışan ile birlikte doğaya saygıyı, alınan işi zamanında teslim etmeyi, kalite devamlılığını, müşteri odaklı davranmayı ilke edinmiştir. Özellikle ayakkabı sektörüne sunduğu alternatif ürünler ile müşterilerine konfor ve kolaylık sağlamaktadır.

GLOBALEVA, ISO 9001 ve Dünya üzerinde geçerliliğini ispatlamış laboratuvarların kalite onayları ve sertifikaları ile hedeflediği dünya standartlarının üzerindeki üretim anlayışı, disiplinli çalışma anlayışı ile ürünlerini müşterilerinin memnuniyetine güvenle sunmaktadır.

Bu temel ilkelerden ödün vermeyen **GLOBALEVA**; satış, pazarlama ve lojistik bölümünün titiz, doğru stratejik çalışmaları sayesinde, dünyanın bir çok ülkesine ihracat yapan ve AR-GE çalışmalarıyla sektörüne yeni yaklaşımlar getiren kurumsallık yolunda ilerleyen bir kuruluştur.

En iyi olmakla dahi tatmin olmayan ve daha iyisini yapmak için yatırımlarını devam ettiren **GLOBALEVA**, siz değerli müşterimiz için mükemmeli zorlamaya devam edecektir.

Saygılarımla

Yönetim Kurulu Bşk.Yrd.

Murat BİLGİÇ



GLOBALEVA

www.globaleva.com

Yeni Ürünlerimizle Hizmetinizdeyiz

- New Memory Form
- New VIP Form
- New Fashion Group
- New Rubbers Group
- New Prestij Group
- New Exclusive Group

facebook.com/Globaleva-Eva globaleva.com globaleva.com



Üç kritik dış ticaret noktasında neler oluyor?

Türkiye'nin dış ticaretinin hızla daraldığı süreçte Çin, İran ve AB pazarının gerçeklerini, üç uzman isimle konuştuk. Sonuçta bu hatta zorluklar kadar fırsatlar da olduğu görülüyor. Peki gerçekler neler?

*Son olarak
30 milyar dolar
seviyesinin altına inen
cari açık,
dış ticaretteki sıkıntıyı
da gözler önüne
seriyor.*

Türkiye'nin daralan dünya pazarında hedeflerine ulaşırken yaşadığı sıkıntı, bir yanda problemi büyütürken, öte tarafta fırsatları da beraberinde sunuyor. AysadVizyon Dergisi olarak bu sayımızda üç önemli noktayı mercek altına aldık. İran pazarını AYSAD Başkanı Tan Erdoğan, Çin ile olan ilişkileri İpek yolu projesi temelinde yükselen China Homelife Fuarı Kurumsal İletişim Müdürü Leyla Bilen, son dönemde bel bağlanan Avrupa Birliği ile ilgili gerçekleri de AB Uzmanı Dr. Can Baydarol aktardı. Öte yandan Gümrük ve Ticaret Bakanlığı verileri de sıkıntıyı gözler önüne serdi.

Dış ticaretteki daralma ürkütüyor

Son olarak 30 milyar dolar seviyesinin altına inen cari açık, dış ticaretteki sıkıntıyı da gözler önüne seriyor. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın açıkladığı rakamlara göre, 2016 Nisan ayında geçen yılın aynı ayına göre ihracat, yüzde 9,88 azalarak 11 milyar 990 milyon dolar, ithalat, yüzde 11,62 azalarak 16 milyar 206 milyon dolar, dış ticaret hacmi, yüzde 10,89 düşüşle 28 milyar 196 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın Anadolu Ajansı kaynaklı açıklamasında şu bilgiler yer aldı:

"Son 12 aylık dönemde, ihracat bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 9,2 oranında azalış ile 140 milyar 190 milyon dolar olarak gerçekleşmiş iken, ithalat yüzde 15,0 oranındaki azalış ile 199 milyar 513 milyon dolar olmuştur.

Dış ticaret hacmi ise bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 12,7 oranında azalarak 339 milyar 703 milyon dolar, dış ticaret açığı yüzde 26,2 oranında azalarak 59 milyar 323 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracatın ithalatı karşılama oranı ise yüzde 70,3 olmuştur.

Nisan ayında Geniş Ekonomik Grupların sınıflamasına göre ihracat incelendiğinde en çok ihracat "Ham madde (Ara mallar)" (5 milyar 455 milyon dolar) grubunda yapılırken, bu grubu sırasıyla "Tüketim malları" (4 milyar 976 milyon dolar) ve "Yatırım (Sermaye) malları" (1 milyar 482 milyon dolar) grupları takip etmiştir.

Nisan ayında Geniş Ekonomik Grupların sınıflamasına göre ithalat incelendiğinde en çok ithalat "Ham madde (Ara mallar)" (10 milyar 801 milyon dolar) grubunda yapılırken, bu grubu sırasıyla "Yatırım (Sermaye) malları" (3 milyar 23 milyon dolar) ve "Tüketim malları" (2 milyar 351 milyon dolar) grupları takip etmiştir.



Nisan ayında gerçekleştirilen ihracatın taşıma şekillerine bakıldığında en çok ihracat "Deniz Yolu" (6 milyar 722 milyon dolar) ile yapılırken, bu taşıma şeklini sırasıyla "Kara Yolu" (3 milyar 951 milyon dolar) ve "Hava Yolu" ulaşımı (1 milyar 186 milyon dolar) izlemektedir.

Nisan ayında gerçekleştirilen ithalatın taşıma şekillerine bakıldığında ise, en çok ithalat "Deniz Yolu" (10 milyar 493 milyon dolar) ile yapılırken, bu taşıma şeklini sırasıyla "Kara Yolu" (2 milyar 954 milyon dolar) ve "Hava Yolu" ulaşımı (1 milyar 705 milyon dolar) izlemektedir.

Nisan ayında ihracatta tercih edilen ödeme şekillerine bakıldığında en çok ihracat "Mal Mukabili deme" (7 milyar 948 milyon dolar) ile yapılırken, bu ödeme şeklini "Vesaik Mukabili deme" (1 milyar 756 milyon dolar) ve "Peşin deme" (1 milyar 278 milyon dolar) takip etmiştir.

Nisan ayında ithalatta tercih edilen ödeme şekillerine bakıldığında en çok ithalat "Peşin deme" (6 milyar 998 milyon dolar) ile yapılırken, bu ödeme şeklini "Mal Mukabili deme" (5 milyar 987 milyon dolar) ve "Akreditif" (893 milyon dolar) takip etmektedir."



“İran için modanın başkenti İstanbul”

Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği Başkanı Tan Erdoğan, Türk ürünlerinin İran’da önemli bir imajının olduğunu belirtirken ‘Bizler için Milano, Paris ne ise, İranlı için de modanın başkenti İstanbul’dur’ dedi. Erdoğan, dizi ve filmlerin de bu imajı destekleyici rol oynadığını söyledi.

Türk işadamları ambargoların kalkmasının ardından İran atağına geçti. İran Deri ve Deri Ürünleri Sektörel Ticaret Heyeti 12 -17 Aralık 2015 tarihleri arasında Tahran ve Tebriz’deydi. Deri, deri konfeksiyon, saraciye, ayakkabı ve ayakkabı yan sanayi üreticilerinin katılımıyla gerçekleşen etkinlik kapsamında, Türk firmaları alım gruplarıyla ikili iş görüşmeleri, pazar ziyaretleri ve resmi kuruluş temsilcileriyle görüşmeler yaptı. Organizasyona iştirak anlamında en büyük katkıyı yapan (AYSAD) Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği’nin İran ile ilişkisi ise bundan ibaret değil. 2015 yılının sonbaharında İranlı heyet AYSAD’ın misafiri oldu.

5 yıldır İran pazarıyla ilgilenen sektörün penceresinden, yerinden İran tespitlerini konuştuk. Sorularımızı yanıtlayan Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği Başkanı Tan Erdoğan sıklaşan ikili ilişkiler için şunları söyledi:

“Bu ziyaretten önce İran’da ayakkabı ve ayakkabı yan sanayi fuarı yapıldı. Organizasyonda katılımcı ve ziyaret için olarak yaklaşık 100-150 firma bulundu. Nitekim 2015 Kasım ayındaki AYSAF Fuarı’na da gelen 36 bin ziyaretçinin 6 bini yabancı ve bunların da yüzde 25’i İranlı idi. Ardından İran’a gittik. Tahran ve Tebriz’de toplamda 200’e yakın firmayla görüştük. AYSAD



Türk firmaları alım gruplarıyla ikili iş görüşmeleri, pazar ziyaretleri ve resmi kuruluş temsilcileriyle görüşmeler yaptı.



olarak İran'la temasımız ve ticaretimiz son 5 yıldır devam ediyor. Ancak ticareti başka bir boyuta taşıma gayreti içindeyiz. Ticaret bankacılık sistemi içinde daha vergilerden ve ambargolardan arındırılmış bir şekilde yapmak istiyoruz.

Türk ve İran firmalarının karşılıklı istek içinde olduğu görülüyor. 5 yıl içinde İran'a ayakkabı ve ayakkabı yan sanayi olarak ihracatımızı 2 milyon dolardan, 12 milyon dolara çıkarmamız da sonuç alındığını gösteriyor. Fakat biz deri mamulleri açısından 100 milyon doları bulabileceğimizi düşünüyoruz."

Türk Malı'nın İran'daki karşılığı yüksek

İranlı tüketicinin Türk Malı üretmek gibi bir arzusunun hissedildiğini dile getiren AYSAD Başkanı Erdoğan, İran'da yayınlanan Türk dizilerinin bunda da çok olumlu etki yaptığını da söyledi. "Türkiye için modanın başkenti Paris ve Milano'dur. Ancak İran için İstanbul'dur ya da bundan sonra Dubai'dir" diyen AYSAD Başkanı din, dil, kültür birlikteliğinin önemli bir etken olduğunu vurguladı. İran'da en büyük sıkıntının fikri mülkiyet haklarının yeterince oturmaması olduğunu söyleyen Tan Erdoğan, "Birçok ülkede olduğu gibi bizim ülkemizde de var olan taklit sorunu, İran'da da dikkat çeken tespitlerden biri" dedi ve İran'da markalaşmak ve mağ-

zalaşmak isteyen müteşebbislerin bunu dikkate alması gereğine işaret etti. Bankacılık, gümrükleme ve vergileme konularında da yol alınmasının ihtiyaç olarak gözüktüğünü belirten Tan Erdoğan, İran'ın Pakistan ve Afganistan pazarları adına da önemli bir basamak olduğunu ifade etti.

İran nasıl bir pazar?

İran'ın ciddi ve potansiyeli olan bir pazar olduğunu söyleyen AYSAD Başkanı Tan Erdoğan, sektörleri açısından değerlendirmeyi de şöyle yaptı: "Heyet olarak gittiğimizde pazarda incelemeler yapmak kadar, bu ülkenin ayakkabı atölyelerini, fabrikalarını, deri işleme tesislerini de gezdik. Birkaç firmayı dikkate almaz ve genelleme yapacak olursak, Türkiye'nin 1980-1990 yılları arasındaki üretim metodolojilerini kullanıyorlar. Tesislerini ve firmalarını korumuşlar ama 25 - 30 yıl geriden gelen bir trende sahipler. Teknoloji ve destekleyici ürün ihtiyaçları var ve bu konuda İran'da Türkiye'nin yol alabileceği çok ciddi bir potansiyel göze çarpıyor. İranlı sektör temsilcileri ağırlıklı olarak ortak yatırımlar arzusundalar, fakat şu an pazarda daha çok ticaretle tanışma öne çıkıyor. Yani henüz erken..."

Ticaret başlasın; insanlar birbirlerine alışsınlar; ticari kültürlerini daha iyi anlasınlar; ondan sonra yatırım ayağı gelişir.

İran'da iş yapmak zor; ancak Türkiye'de de iş yapmak biraz daha zor. İran'da 6 -7 aylık vadeler konuşulurken, biz yurtiçinde 20 ay vadeli satışlardan yakınıyoruz. Fakat görüyoruz ki, yakın zamanda İran'da vadeler uzamaya başladı."

Alternatif pazar yaklaşımı

İş dünyasının kendi kontrolünde olmayan jeopolitik gelişmelerden etkilendiğini belirten Tan Erdoğan, işin siyasi yönünü bir kenara bırakarak reel sektörün bundan ders çıkarması gerektiğini söyledi. Bir pazar yarattıktan sonra, alternatiflere gözleri kapatmanın, bu tip jeopolitik krizler daha büyük faturalara neden olduğunu hatırlatan AYSAD Başkanı, "Pazar arayışındaki rehabeti ortadan kaldırmalıyız. Kapasiteler dolunca, yeni yatırım yapmaktan imtina edip, olanla yetinmeyi bırakmalıyız. İran bunun en güzel örneği. Yıllarca Rusya'ya mal satıp, kapasiteleri dolduran reel sektör, burnunun ucunda ki İran'ı görmezden geldi. Önemi ise, Rusya ile sıkıntı baş gösterince anladı. Bundan ders çıkarmalı ve alternatif pazar arayışını asla bırakmamalıyız" dedi.

Rakiplerin İran pazarı konusunda boş durmadığını hatırlatan Tan Erdoğan sözlerinin sonunda ise sektörel hedeflerini şu cümleyle özetledi: "Biz İran'da sektörel olarak konuşlanmak istiyoruz."

Avrupa ekonomisinin gerçek durumu ne?

Türkiye’de gerekli uzmanlığı, gerekse de birçok sektöre yaptığı danışmanlıkları nedeniyle, AB - Türkiye hattını en iyi bilen isimle, bel bağlanan Avrupa ekonomisinin gerçek durumunu konuştuk. AB Uzmanı Dr. Can Baydarol’un anlatımıyla işte gerçekler...



İhracat pazarlarını ve komşuları ile ticaret hacmini büyük ölçüde kaybeden Türkiye umudunu Avrupa Birliği’ne ve Avrupa pazarına bağladı. Farklı senaryoların konuşulduğu, kimi zaman parasal genişlemeden söz edilen ama büyümeyi yakalayamayan, kimi zaman mülteci ile gündeme gelen vize konusunda sıkıntılar yaşanan Avrupa Birliği gerçeği ne? Avrupa Birliği Uzmanı Dr. Can Baydarol ile konuştuk.

Avrupa Birliği ekonomisi gerçekten ne durumda?

“Doğru ve net ifade etmek gerekirse; çok zor durumda. Hatırlayacaksınız 1999-2001 döneminde avro alanına geçtiler; ama bu romantik bir geçiş oldu. Bunun iktisadi değil siyasi bir tercih olduğunu belirttiler. Bu paranın birliği çimento gibi tutacağını düşündüler. Ama ‘Alman ekonomisiyle Yunan ekonomisini aynı yere koyarsanız ne olur’ gibi küçük bir sorunun yanıtını ihmal ettiler. Bu küçük sorunun karşılığı Yunanistan da Almanya ile aynı faiz oranlarıyla, yani AAA almış ülke gibi uluslararası piyasadan borçlanabilir oldu. Her şey burada başladı ve sonrasında Yunanistan bir güzel borçlandı. Üzerinden 10 sene geçti; Yunanistan’ın borçlarını ödeme günü geldi. Fakat Yunanistan’da o borcu ödeyecek para yoktu. Kıyamet buradan kopmaya başladı. O dö-

nemde Merkez Bankası oluşturdular ve paranın denetimini eline aldı. Federal bir para yarattılar ama sistem konfederatif kaldı. Böyle olunca da vergi politikaları, harcamalar, üye devletlerin egemenlik alanında sıkıştı. Parayı basan denetim altında, parayı harcayan denetimsiz hale geldi. Dolayısıyla bu şuna benziyor: Ben ayda 100 bin TL para kazanıyorum. Herkes gıpta ediyor. Ama evdeki hanım ve çocuğun ayda 200 bin TL kadar harcaması var. Sonuçta ben çok iyi para kazanan batmış bir adam pozisyonunda oluyorum. AB’nin durumu aşağı yukarı budur. Yunanistan’ı atsalar bir türlü, atmasalar bir türlü...

Borçlarını silmeye kalksalar, arkadan gelecek İspanya, İtalya, Fransa gibi ülkeler var. Avro alanından kaçmaya kalksalar, olacak iş değil. Arada fiktif olarak Yunanistan’ın çok iyi gittiği, borçlarını ödediği söyleniyor. Fakat bakıldığı zaman, söylenen çok da gerçek çıkmıyor. Sonuç olarak AB koskoca bir yaranın üzerine küçücük bir yara bandı yapıştırmakla işleri idare etmeye çalışıyor.”

O zaman Yunanistan dışındaki ülkelerin sorunlarını çözdüğü görünümü gerçekçi değil mi?

“Almanya biraz bir şeyler satıyor gibi gözüküyor. O da diğer Avrupa ülkeleri-



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



Avrupa Birliği'nin yapısal sıkıntıları kadar ekonomik açmazları da problemi büyütüyor. Her şeye karşın AB, kişi başına düşen ortalama milli gelirinin yüksekliğiyle potansiyel olma özelliğini koruyor.

ne ihracat yapıyor. Bu durumda öteki ve zaten sorunlu olan ülkeler daha beter borçlanıyorlar. Bu şekilde bakıldığında Avrupa ekonomisinin çok sağlıklı olduğunu söyleme şansımız yok. Ama Türkiye'de 'Allah'tan girmemişiz' gibi sözler de sarf edildiği duyuyoruz. Bahsettiğimiz kriz kişi başı gelirin ortalama 50 bin dolar seviyesinde olduğu bir ekonomide gerçekleşiyor. Yani krizine rağmen satın alma gücü halen çok yüksek. Biz halen 10 bin doları geçip geçmeme, orta gelir tuzağının 'girdabında mıyız değil miyiz' tartışması yapıyoruz. Yani 'oh olsun' gibi kendimizi rahatlatacak lafları da etmemek lazım. Bir de global krizden bahsediyoruz ve çok daha ötesinde şu sıralarda yıkılmakta olan başka bir paradigmadan söz ediyoruz."

Yıkılan paradigma ifadesini biraz açar mısınız?

"Fiyat üzerinden yaşanan petrol savaşları malûm. Bu çekişme Avrupa krizinden başka, bir de global bir açmaza neden olmuş vaziyette. Öteki tarafta giderek küçülmeye başlayan bir Çin gerçeği söz konusu. Bu durum petrol fiyatları üzerinde daha da fazla baskı yaratıyor. Oradan da Suriye'ye geliyoruz. Esas kırılma noktası burası. 16 Mayıs 1916'da suni olarak çizilmiş olan Ortadoğu sınırlarının yıkıldığını ve yeniden dizayn edilmeye çalışıldığını görüyoruz. Bir zamanlar Büyük Ortadoğu

Projesi denildi. Sonra Arap Baharı adını aldı. Şimdi de Arap kışı ya da kasırgası yaşanıyor. Bu da tüm gelişmelerle birlikte Suriye'nin önemini iki kere arttırdı. Suriye'de petrol mü çıkıyor? Hayır. Ama Suriye'nin üzerinden petrol Akdeniz'e ulaşıyor. Dolayısıyla orası bir musluk... Musluğu kısıtığınız zaman petrol fiyatları yukarı, açtığınız zaman aşağıya seyreliyor. Bundan de en fazla muzdarip olan Rusya, oradaki musluğu ele geçirmeye çalışıyor. Oraya yerleşmeyecek ama kendisine sadık, musluğu elinde tutacak bir ittifak arayışı içinde. İki tarafta da dert bu... Ortadoğu'dan petrolü çıkarın ya da petrollerine alternatif enerji kaynaklarını esas enerji haline getirin, kaç kişi Ortadoğu'daki aşiret savaşlarıyla ilgilenir? Burada sorunu doğru saptamak lazım. Oradaki savaş çığırından çıktığı oranda, ki şu an çıkmış vaziyette, 2,5 milyon mülteci Türkiye'de, 1,5 milyon mülteci Avrupa'da ve son gelen haberlere göre de 5 milyon kişinin daha yollara düşeceği gerçeği önümüzde duruyor. Bir ülkenin nüfusunun neredeyse yarısını konuşuyoruz. Herhalde 21. yüzyılın en ciddi insani trajedisinin yaşanması söz konusu. Bu noktada da Türkiye - AB ilişkilerinin yeniden nasıl yapılandırılacağını tartışıyoruz. Türkiye'nin adını duymak istemeyen Merkel, Ekim 2015'ten itibaren defaten Türkiye'ye geldi. En az iki kere Türkiye dışında en üst seviyede müzakereler yapıldı."

Herkeste şöyle bir kanaat oluştu. ABD para musluklarını kapattı. Ama Avrupa açacak. Ekonomik yapı olarak bu kadar muhafazakâr bir toplumda böyle bir ihtimal var mıdır?

"Mülteci meselesine bağlı olarak Merkel Almanya'da inanılmaz bir sempati erezyonuyla karşı karşıya. Oy oranı yüzde 60'lardan, yüzde 40'lara düştü ki bu da siyasi açıdan kendisi için tehlike çanlarının çalıyor olması anlamına geliyor. Alman toplumunun da en nefret ettiği ikinci şey enflasyondur. Bu kadar para basmaya kalkarsanız, oluşan enflasyon hiçbir şekilde hoş karşılanmaz ve Merkel daha da fazla yıpranır. Ondan sonra da ne olacağını bilemeyiz. Doğal olarak avronun fazla basılacağı tezi bana çok gerçekçi gelmiyor. Kaldı ki bu tartışmayı yaklaşık bir yıldır yapıyoruz ve bu süre içinde de pek öyle bir şeyle karşılaşmadık. Avrupa Birliği Merkez Bankası, Federal Alman Merkez Bankası modelinin üzerine inşa edilmiştir. Kafasına estiği gibi para basmaz. Merkez Bankası'nın yeri bile Frankfurt'a alınmıştır. Dolayısıyla tamamen Almanya kontrollü bir Merkez Bankası'dır. Merkez, bu siyasi ortam içerisinde buna izin vermez. Bir yanda İngiltere'nin baskısı bir yanda Schengen krizi, aniden Türkiye'nin pozisyonunu güçlendirdi. Eskiden AB'nin genişleme stratejisinde koşula bağlama



*Son 10 yıldır
söylemlerimde
Türk ekonomisi
demekten vazgeçtim.
Türkiye'deki ekonomi
demeyi tercih
ediyorum.
Çünkü Avrupa'ya
yaptığımız ihracatın
yarısından fazlasını,
Türkiye'de yerleşik
Avrupalı firmalar
yapıyor.*

vardı. Ödül ve ceza sistemi öne çıkardı. Eski Doğubloku ülkeleriyle birlikte Türkiye'ye de aynı şeyi yapmaya çalıştılar. Ama bir şeyi atlادılar. Türkiye ile müzakereye başladıklarını sırada Türkiye asla diğer aday ülkelerle eşit statüde olmadı. Türkiye'yi kendine özgü bir yapıda bıraktılar. Diğer ülkelerle masaya oturdukları anda büyük ödül tam üye olmalarıydı. Türkiye'ye ise ucu açık müzakere getirdiler. Ahlâksızlık burada belirdi. Bunu söyledikten sonra Türkiye'de inanç erozyonu oluşmaya başladı. Türkiye'de 2005'te müzakereye başlarken kamuoyunun yüzde 75'i süreci destekliyordu. Bugün yüzde 25'lere çekildi. İnsanlar AB'ye katılmaya isteseler bile inanmıyorlar. AB'nin düştüğü en büyük tuzak Türkiye'ye 'ne koşul önereceksin ki, ne yapmayı bekliyorsun' sorusunun yanıtını belirlememek oldu. 2006 sonrasında da hükümet cephesinde AB'den uzaklaşma, Ortadoğu'nun hedefi olma, yeni Osmanlılık gibi yönelimler, öte tarafta Shangay beşlisine katılım gibi batıdan uzaklaşma tehditleri geldi."

"AB, önce AB olamadı"

Avrupa Birliği'nin yapısal olarak da bütünleşmek anlamında ciddi zafiyetler yaşadığını dile getiren Dr. Can Baydarol sözlerini şöyle sürdürdü: "AB, öncelikle AB olamadı. Ortak dış politika ve güvenlik politikası esastı. Birinci körfez savaşında ABD'nin peşine düşenler ve düşmeyenlerle birlik çatırdadı. Türkiye konusunda da ikircikli yaklaşımlar, AB'yi Türkiye noktasında da böldü. Hukuken olmasa bile Türkiye ile tam üyelik müzakereleri

fiilen askıya alınmış oldu. 35 müzakere başlığından şu ana kadar açılmış olan 14 tane. 10 yılda 14 tane müzakere başlığı açarsanız geriye kalır 21 adet. Bir de açılmak yetmiyor, kapatılması lazım. Dolayısıyla fiilen müzakerenin kesildiği bir dönem yaşadık. Bu koşullar altında Türkiye'nin nerede durduğu tartışıldı. Kendinize özgü bir duruşunuzun olması için önce gerçekçi olmanız gerekir. Dış politika, hayallerin, ideolojilerin sahası değildir. Reelpolitikadır ve gerçekler üzerine inşa edilir. Yani bütün dünya Mısır'da Si-si'ye karşı, ama hiç kimse 'ilişki kurmam' demedi. Herkes Esad'a karşı. Ama oranın fiili olarak başındaki kişiye ilişki kuruyor. Sıfır sorun diye başladık. Herkesle sorunluyuz."

Diyeelim ki AB'ye inanmıyorum ve gelişmeler de umurumda değil. Ama öyle bir pozisyona geldik ki kısa süre önce gümrük birliğini tartışmaya açarken ihracattan turizme Avrupa ile büyümeyi ön-gören bir yaklaşım içine girildi. Hem bu çelişkiyi değerlendirip, hem de gerçekten 'AB pazarında diğerlerinde ortaya çıkan kayı-bımızı karşılayacak bir potansiyel var mı' sorusunun yanıtı verebilir misiniz?

"Şu anda her şey normal gidiyor olsaydı dış ticaretimiz yarı yarıya görüntü veriyordu. Yüzde 50'sini malımızın Avrupa'ya

satıyorduk. Orada da şu ayrıntıyı unutmayalım. Son 10 yıldır söylemlerimde Türk ekonomisi demekten vazgeçtim. Türkiye'deki ekonomi demeyi tercih ediyorum. Çünkü Avrupa'ya yaptığımız ihracatın yarısından fazlasını, Türkiye'de yerleşik Avrupalı firmalar yapıyor. Mesela otomotiv ne kadar yerlilik katkım var? Bir tır düşünelim. Gidiş geliş kiloda 6 dolarlık mal taşıyor. Türkiye'den giden tır kilo başına 1,5 dolarlık mal taşıyor. Gelen tır 4,5 dolarlık mal getiriyor. Demek ki toplam 6 dolarlık ticaret içinde kilo başına Türkiye'den gidenin payı 1,5 dolar. Giren 1,5 doların yarısı da Türkiye'deki yabancıların imalatı. Demek ki Türkiye'nin katma değeri 0,75 cent. Böyle bakıldığında zaman Türkiye'nin çok ciddi bir ar-ge üretmeye, reel ekonomide gerçek anlamda iş yapmasına ihtiyaç var. Örneğin Bor konusudur. Direkt satarsanız gramı 1 kuruş. İşlediğiniz zaman 265 kuruş. Ama bu katam değeri elde etmek isityorsanız, bütün eğitim sisteminizi ar-ge sistemi üzerine yapılandırmanız lazım. Oysa biz Türkiye'de eğitim tartıştıgımızda ideoloji temelli zeminden öteye gidemiyoruz. Artık ideolojik saplantıları geçelim. Reel olarak Türkiye'nin üretmesi gereken şeyi görmek lazım. Bu da ar-ge'den, daha yüksek katma değerli imalatı yapıp dünyayı pazarlamaktan ve dış politikayı adam etmekten geçiyor. Bugün Türkiye'nin çevresinde pergelle 360 derecelik bir daire çizerseniz, mal satılabilir alanı olarak sadece 14 derecelik bir açılımı var. Bulgaristan ve Yunanistan kapılarından gidiyorsunuz. Suriye, Irak kapalı. Şu an İran ile ilgili her şey iyi gide-

cek deniliyor. Ama unutmayalım ki İran şu an için Türkiye'ye Ortadoğu pazarında en büyük rakip olacak. Yukarıda Ermenistan kapalı, Rusya tamamen bitti. Peki ben nereden açılacağım? Mesela Afrika'ya nereden gideceğim? En basit yöntemle Nahçıvan üzerinden Hazar Denizi'ni geçip Uzakdoğu'ya gitmeye çalışıyoruz. O da ne kadar istikrarlı? Dolayısıyla pazar analizi yaparken önce istikrar unsuruna bakarsınız. Şu anda da istikrarlı gidebileceğiniz tek yer, kendi krizleriyle boğuşan Avrupa."

"Gümrük Birliği'ne girmedik ki çıkalım"

"Gümrük Birliği'nden çıkalım söylemine ışık tutalım Burada da meseleye şaşı bakıyoruz. Girmedığınız yerden çıkamazsınız. Bu çok teknik bir konu. Türkiye'de herkes gümrük birliğine girdiğimizi sanıyor. O sıralar bir partinin genel başkanı 3 saat gümrük birliğinin ne kadar kötü bir şey olduğunu anlatıyordu. Ben de kendisine 'böyle devam ederseniz sizi dünyanın yeni harikası ilan edeceğim. Kapağını bile okumadığınız bir metni 3 saat tartışma yeteneği sadece size ait olabilmeli dedim. Kapağında o metnin Türkiye ile AT arasında gümrük birliğinin son dönemini tesis eden 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi kararı yazıyordu. Anlaşma değildi. Anlaşma uluslararası hukuk açısından bambaşka bir kavramdır. Sonuçları farklıdır vee Ankara Anlaşması'na bağlı olarak yapıldığı için de Türkiye gümrük birliğine girmemiştir. Bunun detaylarının nasıl düzeltilmesi gerektiğini tartışacakken, havada ideolojik saplantılara takılı kalmış, hiçbir şeye yaramayan bir tartışma olarak yaşadık. Ankara Anlaşması'ndan kaynaklanan hakları elde etmiştik, biz karşıt yükümlülüğü yerine getiriyorduk. Ama dönemin Başbakanı Tansu Çiller 'gümrük birliği hakkımızdır. Hakkımızı alacağız' dedi. Oysa biz yükümlülüğümüzü yerine getiriyorduk, hak nereden çıktı? Yani kullanılan bütün argümanlar aslında gerçekte uyumsuz malzemeler olarak Türk Halkı'na satıldı. Esas tartışma teknik olmak durumundaydı, hiç yapılmadı. Çünkü ciddi teknik detaylar vardı. Şu sırada yürüyen ve önümüzdeki yıl sonuna kadar tamamlanması hedeflenen gümrük birliğinin yeniden yapılandırılması meselesinde de durum budur. Aynı teknik tartışmayı yapmazsak, aynı kayıpları yaşamaya benzer potansiyel taşıyoruz. Bunun kamuoyu önünde ne olup, olmadığını iyi tartışmak, ideolojik saplantılardan uzak durmak, fayda / zarar analizi yapıp, ona göre de yürümek lazım. Bu genişlemeyi yapmazsan bu sefer de Transatlantik Ticaret ve

Yatırım Ortaklığı Anlaşması'nın dışında kalma riskin var. Bu da bana yıllık 20 milyar dolarlık zarar demek. Dolaylı etkilerle çok daha büyüyecek bir rakam oluşacak. Dolayısıyla burada bizim bazı tartışmaları yaparken ideolojiden arınmış olmamız gerekiyor. Fakat Türkiye'de o kadar büyük bir ideolojik karmaşıklık iklimi oluştu ki, aklını kullanıp, sağduyulu şekilde konuları teknik seviyeye çekip tartışmıyoruz."

Peki mülteci meselesinden serbest dolaşıma konuşulmayanlar neler?

"Ben AB'nin Türkiye'ye ahlâksız teklif yaptığını düşünüyorum. Ankara Anlaşması'nın yürürlüğü giriş tarihi 1 Aralık 1964. 2016 yılının ortasına gelmişiz. Demek ki 52 yıllık bir hukuk ilişkimiz var. Gelinek noktada Türkiye - AB ilişkilerini sağlam bir hukuk zemininden değil, Suriyeli mülteci üzerinden konuşuyorsak, buradan ikili ilişkilerin belli bir sıçrama noktasına gelmesini mutluluklar karşılıyorsak, entelektüel vicdanım gereği bunu bir ahlâksız teklifi olarak nitelendirmem gerekiyor. Evet Türkiye AB ilişkileri sıçrayabilir. Yeni bir şekil almak zorundadır. İlişkiyi belirleyen paradigma üç kere değişmiştir. Şimdi arka fondaki paradigma değişmektedir. Mülteci krizi ve Schengen

meselesine bakınca 'al şu kadar parayı mülteciye harca' kıvamındayız. O parayı zaten gelip mülteciye gidecek. Bunu ben harcamaya kalkarsam daha büyük bir ayıp yapmış olurum. Bunu asla kabul etmemek lazım. Deniliyor ki Türkler'e Schengen vizesi kalkacak. Zaten bunun müzakeresi iki yıl önce başlamıştı. 3,5 yıl içerisinde Türkiye'nin 70'i aşkın kritere uyum sağlaması gerekiyor ki en önemlisi olan geri kabul anlaşması gerçekleşirse, Türkler vizeden muaf Avrupa'ya gidecek. Türkiye'de pek çok insan bunun serbest dolaşım hakkı olduğunu sanıyor. Bu bir serbest dolaşım hakkı değildir. Turistik seyahat hakkıdır. Eğer ben iş yapmak istersem ya da turizm amacı taşıyorsam, Can Baydarol olarak konsoloslukta gidiyorum. Bir para ödeyip vizemi alıyorum. Benim kadar şanslı olamayan vatandaşlar vize alamadıkları için gidemiyorlar. Gerçekleşirse herkes gidebilir. Ama bu işçi olarak dolaşmak hakkını getirmez. Karşılığında benden ne bekliyorlar? Mültecilere sınırsız ikamet hakkı. Bir şeyi kefeye oturttuğunuzda neyin karşılığında neyin alınıp verildiğine bakmak lazım. Peki bir sorun daha var? Schengen kalacak mı? Bu kadar belirsizlik içinde yüzerken, nasıl bir müzakere yapılacağını da ayrıca tartışmak gerekir."





simin bıçakcıoğlu
ANA SPONSORU

İŞ'TE HIZLI RALLİDE DE!

Güvenin ve başarının yolunda hızla koşan Palamut Group yeni yol arkadaşı ile daha hızlı. Ayakkabı yan sanayi sektörünün lider firması **Palamut Group Türkiye Ralli Şampiyonası Kadın Pilotlar Birincisi Simin Bıçakcıoğlu resmi sponsoru.**

İşinde hızlanmak ve başarıya ulaşmak isteyenlere duyurulur.



444 1 662 | www.palamutgroup.com.tr



Palamut Group
İlk Adımda Güven
Trust at First Step



“Çinli ve Türk firmalar ortak olabilir”

Haziran ayında bu sene üçüncüsü gerçekleşecek organizasyonla Çin’in öncülüğünde dokuz ülkeden işadamları Türk KOBİ’leriyle bir araya geliyor. Türkiye’de banka yatırımlarına da hazırlanan Çin ise Türkiye’den partner arıyor.



Dünyanın çeşitli ülkelerinde yapılan ve bu yıl Türkiye’de üçüncüsü gerçekleşecek olan Chine Homelife Fuarı üzerinden Türkiye ve Çin ortaklığının mümkün olup olmadığını China HomeLife Fuarı Kurumsal İletişim Müdürü Leyla Bilen ile konuştuk. 2 – 4 Haziran 2016 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi’nde üçüncüsü gerçekleşecek organizasyonda bu kez Avrasya’dan gelen yatırımcılar da olacak. Bir tarafta Anadolu’dan gelen VIP heyetler, diğer tarafta 9 ülkeden işadamları bir araya gelecekler. Oturumlarda ise İpekyolu’nun tekrar nasıl canlandırılabilceğine ilişkin tartışmalar ana temayı oluşturacak.

Gelişmekte olan ülkeler arasında önemli bir konuma sahip olan Çin ve Türkiye, birbirini tamamlayabilen iki ülke olarak, yeni strateji ve işbirliği çerçevesinde ticari olarak önemli bir noktaya geldiler. Özellikle İpek Yolu Ekonomik Kuşağı’nın yeniden canlandırılması, Türkiye’nin Asya Altyapı Yatırım Bankası’nın kurucu üyesi olması, Çin ve Türkiye arasında ileriye dönük olarak yapılacak olan altyapı anlaşmalarının temelini oluşturuyor. Çin ve Türkiye arasındaki uzun dönemli ticari planlarına göre 2020 yılında ticari hacmin 100 milyar doları geçmesi hedefleniyor. Bu kapsamda Çin ve Türkiye arasındaki

Dünya ekonomisinin başı çeken ülkelerinden biri olan Çin, Türk firmalarıyla işbirliğine sıcak bakıyor. Doğru güçbirliklerinin kurulması ise ancak, ilişkilerin sağlıklı platformda tartışılmasından geçiyor.

ticari ilişkilerin en büyük platformlarından olan ChinaHomelife Fuarı 2016 yılında da katlanarak büyümeye devam ediyor.

Organizasyonla ilgili bilgi veren Leyla Bilen şu açıklamayı yaptı: “Türkiye ve tüm Avrasya Bölgesi’nden 15 binin üzerinde profesyonel ziyaretçinin yaklaşık 700 firma ile aynı platformda buluşacağı ChinaHomelife Fuarı’nda; kontrolden geçirilmiş, yüksek kalitede yüzlerce seçkin marka sergilenecektir. ChinaHomelife Fuarı, Uzakdoğu potansiyelinden faydalanmak isteyen girişimciler için önemli bir fırsat niteliğini taşıyor. ChinaHomelifeFuarı 2009’dan



bugüne kadar Brezilya, Dubai, Hindistan, Mısır, Polonya ve Ürdün'de Meorient Uluslararası Fuarcılık tarafından düzenlenen dünya çapında Homelife fuar serisinin Türkiye ayağıdır."

Türkiye ile Çin arasındaki ticari ilişkiler, ilk kez 1 milyar Amerikan doları ticaret hacminin aşıldığı 2000 yılından bu yana düzenli bir gelişme gösteriyor. İkili ticaret 2005 yılında 7,4 milyar, 2010 yılında ise 19,5 milyar Amerikan dolarına yükseldi. 2011 yılında ilk kez 24 milyar doların üzerine çıkan dış ticaret hacmi, 2012 yılında da aynı seviyeyi koruyarak 24,12 milyar dolar oldu. 2013 yılında ise dış ticaret hacmi 2012 yılında ara verdiği artış ivmesine devam ederek 28,29 milyar dolara sıçradı.

Bin Türk firmasına partner arayışı

Organizasyonda, Uzakdoğu potansiyelinden faydalanmak isteyen girişimciler için önemli bir fırsat niteliğini taşıyor. Bu kapsamda Çin ile Anadolu firmalarını Türkiye'nin ticaret merkezi İstanbul'da buluşturmayı hedefleyen ChinaHomelife, "1000" Anadolu firmasını misafir edecek. "Anadolu VIP" projesi ile Adana, Ankara,

Bursa, Denizli, Konya, Kayseri, Antalya, Eskişehir, İzmir, Gaziantep, İzmit ve Tekirdağ/Çorlu illerinden 1000 yöneticinin konaklamaları fuarın organizatör firması tarafından karşılanacak. Böylece Anadolu Kaplanları ile Çin ticaretinin önde gelen firmaları fuar kapsamında İstanbul'da bir araya gelecek; yeni anlaşmaların zemini hazırlanacak. Geçtiğimiz döneme ilişkin sonuçları sorduğumuz Leyla Bilen "2015 çıktılarımıza göre 14 milyon dolarlı bir iş hacmi söz konusu oldu. Bu yıl bunun daha üstünde bir iş hacmi bekliyoruz" dedi.

Bu sene toplantılarda gündem yoğun

Leyla Bilen, China Homelife Türkiye kapsamındaki toplantıların içeriğiyle ilgili de şu bilgileri verdi: "İpek Yolu'nun 'yeniden canlandırılması noktasında neredeyiz' gibi konular gündeme yatırılacak. Tek kuşak tek yol projesiyle Çin'in amacı Pekin'den başlayıp İstanbul'a uzanan İpek-yolu'nu ticari ve kültürel anlamda gelişmeler kaydetmekti. Türkiye'nin konumu çok önemli olduğu için Çin de önem veriyor. Çin mallarının önceki yıllarda kalite şikâyetleri varken, alınan tedbirlerle kalite artışı yüzümüzü güldürmüştü. Bu yıl kalitenin sürdürülebilirliğini sağla-

mak, ayrıca dış ticaret anlamında bunları güçlendirmek üzere toplantılar olacak. Katılımcı olmayan işadamları, ziyaretçi olarak da bu fırsattan yararlanabilecek."

Kalite konusunda nasıl bir önlem alındı?

"Türkiye diğer ülkelere oranla bu konuda çok atık davrandı. TSE kapsamında 2011'den bu yana zaten bir takım çözüm önerileri dikkate alınmıştı. Son 3 yıldır Türkiye artık standartları, kalite kontrolünü denetlemek bakımından Çin'e ofisler açtı. Artık Çin malları yerinde denetleniyor ve Türkler tarafından kalite kontrol işlemine tabi tutuluyor olacak. Hatta bu konuda diğer ülkeler de bizi örnek almaya başladılar."

Emek yoğun sektörler başta olmak üzere birçok sektöre ek gümrük vergisi de getirildi. Tespitinize göre ilişkileri nasıl etkiledi?

"Bu konuda Türkiye açısından baktığımızda sorunlu bir süreçten geçtiğimizi düşünmüyoruz. Çin de bizden çok memnun. Bu yıl üçüncüsü düzenlendiği ve belirli tedbirler de önceden alındığı için belli bir düzene oturmuş sistem işlediği için herhangi bir sorun yaşamayacağız. Hem gelen firmalar, hem diğer ülkelerden gelen firmaların gönlü çok rahat."

Çin'e satış potansiyelimiz ne?

"Teraziye koyduğumuzda fuar çerçevesinde dengeliyiz. Ülkemizdeki bir takım ekonomik sorunlardan dolayı Çin'e yatırım yapmak isteyen yatırımcılarımız var. Artık vurgun yapıp dönme devri kapandı. Çin açısından kalitesiz mal girişi önlendiyse, Türkiye açısından da vurgun yaparım devri bitti. Herkes uzun soluklu ticaret peşinde... Riskli bir dönemden geçiyoruz. Geleceğin garantisinin peşinde olan hiçbir firma vurgun peşinde koşmaz."

İstihdamda ve çalışma yaşamında **4K tehlikesi**

Çalışma eski Genel Müdürü İsmail Bayer, çalışma yaşamını ve Türkiye'yi bekleyen sıkıntıyı 4K olarak ifade etti ve önlem için uyardı: Kurlsızlık, kayıt dışı, karmaşa ve kaos.



Türkiye'de son döneme damgasını vuran esnek çalışmadan kıdem tazminatına kadar tüm tartışma konularını, yıllarını bürokrasiye ve çalışma yaşamına vermiş bir isimle, Çalışma eski Genel Müdürü İsmail Bayer ile konuştuk. Bayer "Ülkede çalışma yaşamı açısından gelişmelere baktığımızda 4K'yı tartışmamız gerekiyor. Bunlardan biri kurlırsızlık. İkincisi kayıt dışı, üçüncüsü karmaşa, dördüncüsü de bunun bir adım sonrası olan kaos" dedi.

Yıllarını çalışma yaşamına veren, işveren örgütlerinden, sendikalara kadar bir çok STK'nın danışman olarak başvurduğu ve ülkede bakandan sonra gelen mevki olan Çalışma Genel Müdürü olarak birçok uzlaşıya imza atan isim, tarafsız ve bürokrat gözüyle yeni getirilen sistemleri değerlendirdi. "Yeni düzenlemelerin, tırnak içinde 'güvenceli esneklik' diye sunulmasını şaşkınlıkla isliyorum. Bu ifadeyi kullananlar, getirilen düzenlemenin ciddi güvenli olduğunu düşünüyorlar mı? Çalışanından işverenine kadar büyük bir karmaşaya doğru koşuyoruz."

Sizin tespitlerinize ve tecrübelerinize göre gerçekten ne getiriyor?

"Düzenleme 2003 yılında da yapılmaya çalışıldı. Bakanlar düzeyinde Ankara Ga-

Çalışma eski Genel Müdürü Bayer, iş barışı açısından tehlike arz eden uygulamaların çalışanlar kadar, kayıtlı çalışan işverenleri de olumsuz etkileyeceğine dikkat çekti.

rı'nda yapılan toplantıyla geri çekilmişti. Bu konudaki düzenlemeler her seçim sonrasında ve hükümet değişikliğinde gündeme geldi. Fakat bu kez çok hızlı yol aldı. Eğer hayata geçerse, 4K ile kapsanan bu düzenleme ile olacakları anladım. Bu yasa istihdama olumlu katkı yapmayacaktır. Aksine çok olumsuz sonuçlarını yaşayacağız. İşsizliği azaltmadığı gibi, daha da arttıracaktır. Getirilen bu düzenlemeyle sendikalaşma diye bir olgu zafiyete uğrayacak. Yine bu tür bir ortamda çalışanlarla ilgili toplu iş sözleşmesi hayal bile değil. Esnek çalışma içinde olan insanların kıdem tazminatıyla ilgili bir kavramla tanışıklığı olmayacaktır. Bu insanlar bu şekilde çalışarak emekliliği herhalde göremeyeceklerdir. Bu şekilde çalışmanın sonucu iş güvencesi olmaya-

caktır. Çalışma ortamının iyileştirilmesi, işçi sağlığı ve iş güvenliği ile ilgili önlemler daha da azalacaktır.

Güvenceli esneklik diye bir ifade kullanılıyor. İşçi sağlığı ve iş güvenliği açısından işçileri çalışma ortamlarına yönelik uyumlarını sağlayacaksınız; oradaki riskleri azaltmaya yönelik eğitimden geçireceksiniz veya bu eğitim sonucu onları kontrol edeceksiniz. Bu esnek çalışmayla bunların hangisini yapacaksınız? Esnek çalışma batıda var mı? Var. Ama böyle bir esnek çalışma sistemi yok.

Özel istihdam bürolarına yıllarca söz verildi. Bunu bizzat büroların yetkilileri söylüyor. Uygulama hayata geçerse 4K tüm varlığıyla hayatımıza girecektir. Kuralsızlık, kayıt dışı, karmaşa ve kaos.

Bu yasa yürürlüğe girerse, bu yıl içerisinde kıdem tazminatını ortadan kaldırma konusunda müthiş bir adım atılmış olacak. Bu ilk planda işverenleri sevin direbilir. Ama ortaya çıkan 4K sendromu sonuçta işveren kesimini de vuracaktır. Haksız rekabetin şiddetini arttırdığı bir ortamda bulacağız iş yaşamımızı.

Özel istihdam büroları ve esnek çalışmayla ilgili düzenleme, kıdem tazminatını ortadan kaldıracak noktadır. Sanıldığının aksine kıdem tazminatına veda etmek işverenlerin de işine gelmeyecek sonuçlara neden olacak. Çünkü bununla ilgili düzenlemelerde toplumda var olan güven bunalımı artacaktır. Sosyal sigorta fonları, işsizlik fonları ne oldu? Bir kişi işsizlik sigortasında biriken paranın GAP'a aktarılmanın illiyet bağı ve anlamını açıkla-sın. Peki bu para GAP'a gidiyor da, işsizlik sigortasına nasıl bir katkı sağlıyor? Bakın bu yasal olarak yaptığımız yanlış uygulamalardan sadece bir örnek."

Kıdem tazminatı sürecini en başından bu yana bilen isimlerden birisiniz. Olayın konuşulmayan yanı ne?

"Sene 1975, 1927 sayılı kanun söz konusu. Başbakan Bülent Ecevit. Kıdem tazminatı 15 günden 30 güne çıkartılıyor. 1975'te çıkarılan yasanın altında bir de madde var. Kıdem Tazminatı Fonu çıkarılacak. Malumunuz 1475 sayılı Kanunu toptan attık, yerine 4857'yi getirdik. 2003 yılında bu değişikliği yaparken, kıdem tazminatıyla ilgili maddeyi de aynen aldık. 41 senedir bir fon tasarısı çıkacak. Ne hükümetler, ne başbakanlar, ne çalışma bakanları geçti. Şunu belirtmeliyim ki kıdem tazmi-

natıyla ilgili bu düzenlemenin tek başına bir hükümet tarafından yapılması kadar olağan bir şey yok. Ama 14 senedir yapılamamıştı. Neden? Çünkü ortada bir tasarı yok. Niyet belli de, niyete ilişkin beklentiler net değil."

Bir de istihdam piyasası açısından kabul edilsin, edilmesin bir Suriyeli gerçeği var. Sayıları 3 milyona yaklaşan 1 milyonu çalışma yaşında erkek olduğu tahmin edilen bir nüfus. Bütün bu düzenlemelerle mülteci meselesini bir arada değerlendirsek ne söylenebilir?

"Bunlar artık ne misafirlerimiz, ne de mülteciler. Bunların birçoğuna kimlik de verildi. Sınırdan da 1,5 milyon insanın gelmeyi beklediği söyleniyor. Ben size batının yaptığını söylüyorum. Gerekli hazırlıkları yapıyorlar, uzmanlarını gönderiyorlar. Mülteciler teke tek mülakata alınıyor ve Ankara'dan yaklaşık 10 günde bir 300 – 500 kişi, uçaklara binip götürülüyor. Parası olan insanlardan seçili, nitelikli ve genç işgücü olarak kendilerine çekiyorlar. İçeriye dönersek işverenlerin aklı yüzde 10 çalıştırma kıstasında karışmış durumda. Kimse bu çalışma şeklinin nasıl olacağını bilmiyor. Madalyonun diğer yüzünde işyerindeki işçiler tedirginler. Soru şu: Güvencesiz ya da ucuza çalış-

"Yeni düzenlemelerin, turnak içinde 'güvenceli esneklik' diye sunulmasını şaşkınlıkla isliyorum. Bu ifadeyi kullananlar, getirilen düzenlemenin ciddi güvenli olduğunu düşünüyorlar mı? Çalışanından işverenine kadar büyük bir karmaşaya doğru koşuyoruz."

şırlarsa biz ne olacağız? İşten çıkarılma huzursuzluğu, yüzde 10'u aşkın işsizlik ve hayatın gerçekleri. Bu insanlara karşı bir tepki geliyor ve insanlık dramı yaşanıyor. Batı göstermelik alımlar yapıp, çok daha ağır bir nüfusu Türkiye'de tutuyor. Gözüken o ki geleceğe yönelik 2016 ile birlikte yaklaşık 4 milyon Suriyeli ile vatandaş bağıyla beraber yaşamak zorundayız. İktidarıyla muhalefetiyle buna göre bir program yapılması gerekiyor. Bunu yapmazsak çok daha büyük sorunlarla karşı karşıya kalacağız. Bu çocukların iş bulamadıkları, okula gitmedikleri zaman sokakta ne yapacakları belli olmaz. İşte 4K ile Türkiye çalışma yaşamının fotoğrafı."





KOPUZLAR





KOPUZLAR DERİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Organize Deri Sanayi Bölgesi Deri OSB Mah. Güderi Cad. NO:14 (G-2 Parsel) Tuzla / İstanbul

T: 0216 394 12 24 F: 0216 394 12 29

www.kopuzlar.com

TASEV’de yeni yönetim gözünü katma değere dikti

Ayakkabı ana ve yan sanayinin eğitim, araştırma ve geliştirme üssü TASEV gerçekleştirdiği olağan genel kurulla yeni yönetimini belirledi. Tan Erdoğan’ın başkanlığa geldiği TASEV’de hedef, Endüstri 4.0 doğrultusunda çalışmaları yeniden şekillendirmek.

Türkiye ayakkabı sektörünün son yıllarda elde ettiği ivmede büyük rol oynayan, eğitim ve araştırmalarıyla sektöre nitelikli insan gücünden mesleki gelişmelerin adaptasyonuna kadar geniş bir yelpazede görev üstlenen (TASEV) Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı’nda olağan genel kurul Mayıs 2016’da gerçekleşti. Yapılan seçim sonucunda yeni yönetim belirlenirken, görev dağılımı ise şöyle oldu:

Yönetim Kurulu Asil:

Tan Erdoğan, Ozan limoncular, Ömer Kadir Arpacı, Hüseyin Çetin, Abdullah Can Kahraman, Celal Çetin, İbrahim Buğur, Mahmut Tolga Yalçın, Çağlar Biberoglu, Ahmet Kayalı ve Erkan Ertek.

Denetim Kurulu Asil:

M. Yalçın Egemen, Fikret Şerafettinoğlu ve Cem Kubilay Kaban.

Hedef nitelikli eğitim seferberliği

Seçimlerin ardından TASEV Yönetim Kurulu Başkanlığı görevine gelen Tan Erdoğan yaptığı açıklamada, ‘artık ezberleri bozmak gerekiyor’ dedi. Dünyanın yeni bir sanayi devriminin arifesinde olduğuna dikkat çeken Erdoğan, robot teknolojisinin ön plana çıkmasının en çok emek yoğun sektörleri ve gelişmekte olan ülkelerin sanayilerini etkileyeceğini vurguladı. Doğru yapılanmanın ve çalışmaların bugünden yapılmasının büyük önem taşıdığını ifade eden TASEV Başkanı Tan Erdoğan, açıklamalarını şöyle sürdürdü: “Önümüzdeki dönemin en önemli başarılarından birisini katma değer oluşturmak, diğerini de sektörü tüm bileşenleri

ile yarına hazırlamak oluşturuyor. Ana ve yan sanayisi ile ayakkabı sektörünü tasarım yapabilen, tasarladığını ürüne çevirip, sektöre ve ülkeye yüksek kazanç elde eden, özgün tasarımların yer aldığını bir hüviyete sokmalıyız. Geleneksel mesleğimizin barındırdığı ustalığı, teknoloji ile buluşturmalı, tasarladığımız ürünleri de ölçek ekonomisi içerisinde pazar ayırt etmesizin tüm dünyaya sunmalıyız. Geleceğin dünyasında belki robotik sistemler üretimde öne çıkacaktır. Bu da birim maliyetten verimliliğe kadar birçok başlıkta hazır olanlar için avantaj sağlayacaktır. Fakat unutulmamalıdır ki, seri de olsa üretim ancak özgünlükle ve kaliteli ile sonuç verir. Çünkü bu nitelik ürünü, değerinde satılabilir kılar. Bu nedenle TASEV’in önümüzdeki dönem çalışmalarında bu konuya ağırlık vereceğiz. Dünyada olduğu gibi yarın da sektörün güçbirliği içerisinde, mevcut noktasından ileri taşınmasının temelini atacağız.

Biz nitelikli eğitim seferberliği ile tasarımı, ustalığı, geliştirirken, dünyadaki teknolojik gelişmeleri de harmanlayıp, katma değerli ekonomiye giden yolu açacağız.”

TASEV, 1997 yılında Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği, Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği ve Türkiye Ayakkabıcılar Federasyonu öncülüğünde sektörün önde gelen 100 firması ve sektör mensuplarından kuruldu.

TASEV iki anonim şirketi, eğitim merkezi ve akredite kalite kontrol laboratuvarı ile ar-ge ve eğitim faaliyetleri yanında sosyal içerikli çalışmalarını da sürdürüyor.

TASEV

LABORATUVAR

AKREDİTE

Fitalat ve Azo boyar maddeler gibi zararlı ve zehirli maddelerin tespiti konusunda da TASEV Laboratuvar'dan akredite test raporu almak şimdi mümkün.

TASEV Laboratuvar hızlı, doğru, uygun ve güvenilir ürün ya da malzeme testleri ve akredite test raporları ile **sektörün hizmetinde.**

TASEV
TÜRKİYE AYAKKABI SEKTÖRÜ
ARAŞTIRMA GELİŞTİRME VE EĞİTİM VAKFI

Fatih Cad. Çamlıkaltı Mevkii No: 94
Halkalı / Küçükçekmece / İstanbul
e-posta : tasevlab@tasevlab.com
Telefon : 0 212 - 698 16 77
Belgegeçer : 0 212 - 698 19 62

www.tasevlab.com

TASEV Laboratuvarında Ayakkabı, Ayakkabı Malzemeleri ve Deri ile ilgili fiziksel deneyler (dayanıklılık ve haslık) ve kimyasal deneyler olmak üzere 4 ana grupta, 200'den fazla test yapılmaktadır.

1. Bütün Ayakkabıda Yapılan Testler
2. Ayakkabı Dış Taban ve Dış Taban Malzemeleri (Kauçuk, PU, PVC vb.) Testleri
3. Ayakkabı Malzemeleri Testleri (Saya, ayakkabı bağı, metal aksesuar, fermuar, ökçe, mostra, astar, taban desteği vb.)
Saya ve Saya Malzemeleri Testleri
Astar ve Astar Malzemeleri Testleri
Mostra ve Mostra Malzemeleri Testleri
İç Taban ve İç Taban Malzemeleri Testleri
Diğer Ayakkabı Malzemeleri Testleri
4. Ayakkabı Tekstil Malzemesi Testleri

Geleceğin ayakkabı projelerine TASEV imzası

Çalışmalar 1-3 Haziran 2016 tarihleri arasında okul bahçesinde sergilenecek.



TASEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Avrupa Birliği projesi kapsamında Milli Eğitim Bakanlığı, KOSGEB Başkanlığı ve TASEV işbirliği çerçevesinde yürütülen proje kapsamında, eğitim öğretim faaliyetlerini sadece ayakkabı ve saraciye teknolojisi alanı olarak sürdürüyor.

Okulun Ayakkabı ve Saraciye Alan öğretmenleri Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) 4006 Bilim Fuar projelerine başvurdu. Proje sonucunda TÜBİTAK'ında destek verdiği 39 ayakkabı merkezli proje meydana geldi. TASEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde yapılan projelerden bazıları şunlardır;

- Alttan ve üstten ısıtmalı ayakkabılar,
- Telefon ile kumanda edilebilen ayakkabılar,
- Telefonu şarj edebilen ayakkabılar,
- Işıklı ayakkabılar,
- Adım sayar ayakkabılar,
- Ayak içi nem ve sıcaklık ölçer ayakkabılar,
- Maden ocaklarında ve inşaatlarda çalışanlar için özel ayakkabılar,
- Alzheimer hastalığı olanlar için ayakkabılar,
- Görme engelliler için ayakkabılar,
- Çizmeden çanta, çantadan bot olabilen tasarımlar,
- Gece terliğinden, Temizlik yapan terliğe

*2002 yılından bu yana
binin üzerinde mezun
veren okul, yarına ilişkin
yaptığı eğitimler
sayesinde sektöre
güvence veriyor.*

kadar daha birçok proje üzerinde de çalışmalar sürüyor.

Çalışmalar, 1-3 Haziran 2016 tarihinde okul bahçesinde yapılacak sergide ziyaretçilere açılacak.

Konuyla ilgili bilgi veren Proje Sorumlusu, Meslek Dersi Öğretmeni Adil Tekşen şunları söyledi:

"Okulumuzda Avrupa birliği projeleri gerçekleştirerek, öğrenci ve öğretmenlerin mesleklerinde daha nitelikli olarak yetiştirmelerine, gelişen ve değişen dünyayı takip etmelerine olanak sağlanmıştır. Okulumuz öğretmenleri, öğrencileri ve sektör temsilcilerinin de dâhil olduğu İngiltere, İtalya, İspanya, Almanya gibi 22 ülkeye ziyaretler yapılarak oradaki ayak-



kabı eğitimi ve ayakkabı sektörü gözlemlenerek bilgi sahibi olunmuştur.

Okulumuz bünyesinde ayrıca; öğrencilerimizin her imkâna sahip oldukları Öğrenci Pansiyonu, Kapalı Spor Salonu, modern ve tam donanımlı Atölyeler, Enstitü binası, Konferans Salonu, Fizik-Kim-

ya-Biyoloji ve ayakkabı test laboratuvarları ile mescitler bulunmaktadır.

Okulumuz, Ayakkabı Modelistliği ve Ayakkabı Üretimi dallarında öğrenci yetiştirmektedir. 2002 yılından bu yana 1000'in üzerinde mezun vererek sektörün yetişmiş eleman ihtiyacını karşılamaya çalışıldı."



“Odaklanmamız gereken riskler değil fırsatlardır”

TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklioğlu, zorlu koşullardan geçtiğimizi belirterek, her şeye rağmen meseleye olumlu tarafından bakmak gerektiğini söyledi ve “Kötümserlik bulaşıcıdır salgın haline getirmeyelim” dedi.



Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı Rifat Hisarcıklioğlu, risklere değil fırsatlara odaklanılması ve olumlu düşünülmesi gerektiği belirterek, “Türkiye 2015’te yüzde 4, krizden sonraki 2008-2015 döneminde ortalama yüzde 3,4 büyüdü. Bu yıl yüzde 4’ün üzerinde, yüzde 5’e yakın bir ortalama yakalayacağımızı düşünüyorum” dedi.

Hisarcıklioğlu, Ekonomi Gazetecileri Derneğinin (EGD) bu yıl 12’ncisini düzenlediği Kartepi Ekonomi Zirvesi’nde, “Dünyada ve Türkiye’de Ekonomik Görünüm” başlıklı bir sunum yaptı.

Kısa bir süre önce açıklanan Türkiye’nin 2015 büyüme verilerine değinen Hisarcıklioğlu, 2016’nın kolay bir yıl olmayacağını, gelişen ülkelerdeki ekonomik sıkıntıların devam ettiğini, Türkiye’nin en uzun sınır hattını bulunduğu Suriye’de çatışmaların sürdüğünü söyledi.

Kötümserliğin bulaşıcı olduğunu ve salgın hastalık haline getirilmemesi gerektiğini dile getiren Hisarcıklioğlu, “Türkiye zor bir coğrafyada ve zor bir dönemden geçiyor. Böyle dönemlerde ülkenin meselelerini daha orta vadeli bir perspektiften bakmanın daha sağlıklı olacağını düşünüyorum. Hadiselere ‘zoom’ yap-



mak yerine genel trendlere bakmak daha faydalı. Tek tek ağaçlar yerine ormanın tümüne bakmalıyız. Bugünlerde tam da böyle bir dönemdeyiz. 2016 kolay bir yıl olmayacak. Ancak yarın neyi daha iyi yapabileceğimize, risklere değil fırsatlara odaklanmalıyız. Fırsatlara odaklanırsak başarırız” diye konuştu.

“Gerçekleri de görmezlikten gelmeyelim”

Hisarcıklioğlu, dünya ekonomisine dair pek çok rakam olduğunu, kendisinin özel sektörün başkanı olarak sık sık iş makineleri satış rakamlarını incelediğini kaydederek, bu rakamların dünyadaki altyapı yatırımlarının durumunu gösterdiğini anlattı.

İş makinelerinde başı çeken şirketin Caterpillar olduğunu anımsatan Hisarcıklioğlu, bu firmanın satışlarında son 3 yıldır gerileme yaşandığını dile getirdi.

Hisarcıklioğlu, 21’inci asırda ilk defa 2015’te gelişmiş ülkelerin büyüme hızının Çin ve Hindistan hariç gelişen ekonomilerin üzerine çıktığını ifade ederek, “Fakirin zengine yaklaşmasını engelleyen durum. Küresel gelir eşitsizliğini azaltmak için gelişmekte olan ülkelerin daha hızlı büyümesine ihtiyaç var. Hindistan ve Çin’i

Türkiye’nin üretim ve ihracat noktasında atılım yaparken, katma değerli üretimler konusunda da ders çalışması gereğine dikkat çeken TOBB Başkanı, herkesi bu amaç etrafında toplanmaya çağırdı.

çıkardığımızda gelişmiş ülkeler gelişen ülkelerin üzerinde büyümüş” ifadelerini kullandı. Hisarcıklioğlu, Çin ve Hindistan hariç gelişmekte olan ülkelerde sıkıntı olduğunu aktardı.

“Küresel kriz gelişmekte olan ülkeleri fazla etkiledi”

Hisarcıklioğlu, küresel krizin gelişen ülkeleri daha çok etkilediğinin görüldüğünü

belirterek, gelişmiş ülkelerin 2005-2007 büyüme hızının yüzde 2,7 iken son 3 yılda bu hızın yüzde 1,6 ya düştüğünü bildirdi. Hisarcıklioğlu, söz konusu dönemde gelişen ülkelerin büyüme hızının yüzde 7,9’dan yüzde 4,7’e düştüğünü ifade ederek, küresel krizin gelişmekte olan ülkeleri daha fazla etkilediğini, belirtilen dönemde büyüme farkının gelişmekte olan ülkelerde daha yüksek olduğunu söyledi.

“Sıkıntı yok anlamına da gelmesin”

Küresel ekonominin geçen yıl yüzde 3,1 büyüdüğünü ve toparlanmanın görüldüğünü dile getiren Hisarcıklioğlu, 2016’da dünya geneli büyümenin binde 3’lük bir toparlanma ile yüzde 3,4 olarak gerçekleşmesinin beklendiğini anlattı.

Hisarcıklioğlu, “2016’da gelişmiş ülkelerin büyüme oranı yüzde 1,9’dan yüzde 2,1’e, gelişen ülkelerinki ise yüzde 4’ten yüzde 4,3’e çıkacak. AB ekonomisi 1,7 büyüyecek. 2015’te yüzde 1,5 büyümüştü. Bu güzel bir gelişme. Bizim en önemli pazarımız” diye konuştu.

Küresel ticaret hacminin 2015’te yüzde 2,8 arttığını belirten Hisarcıklioğlu, 2016’da da yüzde 2,8 artmasının beklendiği bilgisini verdi.



“Yüzde 4’ün üzerinde büyüyen sektörlere odaklanılmalı”

Hisarcıklioğlu, büyümede sektörel katkılara da yoğunlaşılmasının önemine değinerek, genel olarak yüzde 4 büyümenin tartışıldığını, sektörel olarak bakıldığında daha yüksek büyüme rakamını rakalayan sektörlere odaklanılması gerektiğini vurguladı.

Geçen yıl 2014’e göre finans sektöründe yüzde 10, tarımda yüzde 7,6, turizmde yüzde 4,6, eğitimde yüzde 5,4’lük büyüme yakalandığı bilgisini veren Hisarcıklioğlu, sanayinin Türkiye ortalamasının altında yüzde 3,8 büyüdüğünü aktardı.

Hisarcıklioğlu, yüzde 4’lük büyümenin 3,7’sinin iç tüketimden geldiğini kaydederek, yatırımların katkısının yüzde 0,9, ihracatın katkısının yüzde -0,3 olduğunu, başarılı bir büyüme için bu 3 kalemin dengede olması gerektiğini vurguladı.

“İstihdamda özel sektörün katkısı çok yüksek”

Özel sektör makine teçhizat yatırımlarının 2015’te tekrardan büyüme trendine girdiğini belirten Hisarcıklioğlu, “Bu gerçekten çok önemli. Kişi başına düşen özel sektör makine teçhizat yatırımları tekrar yukarıya doğru çıkmaya başladı” dedi. Hisarcıklioğlu, geçen yıl iş gücü piyasasına 892 bin kişinin katıldığından bahse-

derek, “2015’te 688 bin kişi işe başlamış. Bunun 611 bini özel sektör. Kamu kaynaklı istihdam ise 77 bin. Bu çok güzel. Ayrıca kayıt dışılık azalıyor, özel sektör kayıt altına giriyor. İstihdam hizmetler sektöründe rekor düzeyde 658 bin artmış. En üzüldüğümüz yer sanayi, artış 16 bin. İnşaat 2 bin, tarımda 13 bin istihdam artışı var” ifadelerini kullandı.

Kamu bütçesinin çok iyi yönetildiğini dile getiren Hisarcıklioğlu, bu alanda Avrupa Birliği’nin 28 ülkesinin 22’sinden iyi konumda olduklarını, 2015’te bir önceki yıla göre bütçe gelirinin yüzde 14, bütçe giderinin ise yüzde 13 arttığını anlattı. Hisarcıklioğlu, “Burada faiz giderleri ne kadar artarsa bize vergi olarak dönüyor. Bütçe açığının milli gelire oranı yüzde 1,2. Bu bütçenin iyi yönetildiğini gösteriyor” değerlendirmesinde bulundu.

Karşılıksız çeklere dikkat

Reel sektöre ilişkin değerlendirmelerde bulunan Hisarcıklioğlu, 2015 yılında sorunlu kredilerde yüzde 31, karşılıksız çeklerde yüzde 37 artış yaşandığını söyledi.

Ödenmeyen çeklerde hapis cezasının kalktığını anımsatan Hisarcıklioğlu, hükümet, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Adalet Bakanlığı ve Hazine Müsteşarlığı ile gerekli görüşmelerin tamamlandığını,

1 Ocak 2017’de çeklerin barkodlu olacağını dile getirdi.

Hisarcıklioğlu, firmaların çekleri zamanında ödemeleri konusunda değerlendirmelerinin yapılacağını ve çeklerin üzerinde “çek endeksi”nin yer alacağını kaydederek, buna göre çekin güvenli olup olmadığının anlaşılabileceğini aktardı. Hisarcıklioğlu, “Ona göre çekin güvenli olup olmadığını göreceksiniz. Bütün çekler barkodlu olacak ve bu dünyada bir ilk. Çek sahteciliği de bitecek” diye konuştu. Kapanan şirketlerin kurulan şirketlere oranının 2015’te en düşük seviyeye gerilediğini bildiren Hisarcıklioğlu, şöyle devam etti:

“Bu oran yüzde 18’lere düştü. Yani kurulan her 100 şirket karşılığında 18 şirket kapanmış. Eskiden bu rakam 24’tü hatta 36’lara kadar çıkmıştı. Cumhuriyet tarihinde 1 milyon 164 bin şirket kurmuşuz. AŞ ve LTD olarak, şahıs değil. Şirketlerin 5 yıl hayatta kalma oranı yüzde 67,5, 10 yıl hayatta kalma oranı yüzde 42,6, 20 yıl hayatta kalma oranı yüzde 35,8. Bu oranlar İngiltere, ABD gibi Anglosakson hukukunun olduğu ülkelere göre çok yüksek. Anglosakson ülkelerdeki şirketlerin kapanma hızı bizden hızlı. Şirketleri yaşıyoruz ama büyütmede sıkıntı çekiyoruz. Şirketlerimizi nasıl büyüteceğimizi öğrenmeliyiz. Ayakta tutmayı başardık.”

Elit

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

İLERİ TEKNOLOJİNİN TEK ADRESİ



ATOM

Flashcut 2660
Bilgisayarlı Kesim Makinaları

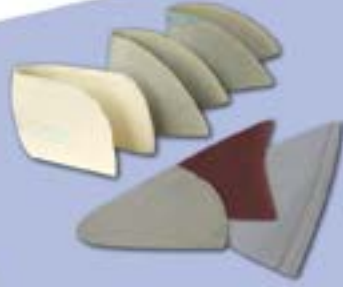


ATOM

Intelliview 3015B
Otomatik Yerleştirme

DMAC
for leathergoods

LT 180
Çanta ve Cüzdan İçin
Otomatik İlaç Sürme Makinası



TECNO
Ayakkabı ve Çanta İmalatı Malzemeleri



cerim

K078
Bilgisayarlı Ön Monta Makinası

Geleceğin tasarımcıları içindeki gücü ayakkabı ile keşfediyor

Ekonomi Bakanlığı, Türkiye İhracatçılar Meclisi, İDMİB ve Deri Tanıtım Grubu işbirliğiyle ayakkabı sektörü üç ayrı kategoride İDMİB 2. Uluslararası Ayakkabı Tasarım Yarışması'nı gerçekleştiriyor.

“Ürünlerin tasarımı estetik kaygılar kadar; fonksiyonel zenginlik, kullanılabilirlik, üretime uygunluk, maliyet, yenilik, katma değer yaratma ve ihracata yönelik rekabet gücü oluşturma ölçütleri doğrultusunda değerlendirilecektir.”

Tanıtımlarında ‘Büyüyünce sen ne giyeceksin’ sloganıyla çocuklara hitap edilirken, Türkiye’nin gururu haline gelen A Milli Futbol Takımı Kaptanı Arda’nın yer aldığı tanıtımlar da yapıldı.

Yarışmaya tüm kategorilerde organizasyona son başvuru tarihi 20 Haziran 2016.

Katma değer yaratmayı bir numaralı amaç haline getiren İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği, ayakkabı sektörünün yaratıcı gücünü artırmak ve özgün tasarımları desteklemek için düzenlediği yarışma için üç kategoride gençlere çağırısını tekrarlıyor. Genç yetenekleri, ayakkabı sektörünün tasarım gücüne katmayı hedefleyen yarışmaya katılarak, içlerindeki gücü keşfetmeye davet etti.

Gençlere Arda’lı çağrı

A Milli Futbol Takımı’nın başarılı kaptanı ve Barcelona’nın yıldız futbolcusu Arda, gençleri ‘Gücü keşfet’ sloganıyla bu yarışmaya davet ediyor. Kamuoyunda çok ciddi bir yansıma gerçekleştiren bu tanıtım, tasarım, ayakkabı ve katma değer üçgenini sağlamada da önemli bir katkı yaptı. Komite Başkanlığı’nı Cem Kubilay Kaban’ın yaptığı organizasyonda, değerlendirmeyi yapacakların arasında AYSAD Başkanı Tan Erdoğan ve AYSAD Yönetim Kurulu Üyesi Oğuz Aksu da bulunuyor.

İşte yarışma ile ilgili detaylar:

Son Başvuru Tarihi:
20 Haziran 2016

Yarışma Konusu: İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), Türk ayakkabı sektörünün yaratıcı gücünün yükselmesi, özgün tasarımlarını yaratma ve satma isteklerinin güçlendirilmesi, yetenekli gençlerimizin ve özgün tasarımların teşvik edilmesi ve yeni tasarımcıların sektöre hızla kazandırılması amacı ile düzenleniyor.

Kategori ve tema: Lisans Öğrencisi kategorisi; Akademisyen ve Profesyonel kategorisi; İlkokul, Ortaokul ve Lise Öğrencileri kategorisi olmak üzere 3 ayrı katılım grubu var.

2.Uluslararası Ayakkabı Tasarım Yarışması, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından iki farklı temada düzenleniyor. Bunlar:

Kadın Ayakkabıları: 2017 İlkbahar-Yaz sezonuna ait, ihraç edilebilecek ve sektöre katma değer sağlayacak kadın ayakkabıları

Erkek Ayakkabıları: 2017 İlkbahar-Yaz sezonuna ait, ihraç edilebilecek ve sektöre katma değer sağlayacak erkek ayakkabıları

Aranan özellikler: Ürünlerin tasarımı estetik kaygılar kadar; fonksiyonel zenginlik, kullanılabilirlik, üretime uygunluk, maliyet, yenilik, katma değer yaratma ve ihracata yönelik rekabet gücü oluşturma ölçütleri doğrultusunda değerlendirilecektir. Bu çerçevede; hazırlanacak tüm proje sunumları ve raporlarının tema ile uyumu ve kullanılacak malzemelerin şartnamedeki ana tema ile örtüşmesi titizlikle değerlendirilecektir.

Yarışmanın "Lisans Öğrencisi Kategorisi"; Güzel sanatlar, Endüstri ürünleri tasarımı, Moda Aksesuar tasarımı bölümlerinde okuyan veya ayakkabı tasarımı ile ilgilenen ve herhangi bir bölümde lisans öğrencisi olduğunu belgeleyebilecek yurtiçi veya yurtdışından kişilerin katılımına açıktır.

Yarışmanın "Akademisyen ve Profesyonel Kategorisi"; Üniversitelerin Moda, Tasarım, Aksesuar Tasarımı ile ayakkabı tasarımı ve üretimi ile ilgili bölümlerinden mezun olan (lisans üstü eğitim alan kişiler akademisyen ve profesyonel kategorisinden başvurmalıdır) ve bunu diploma veya geçici çıkış belgesi ile belgeleyebilecek, yurtiçi veya yurtdışından kişilerin katılımına açıktır.

Yarışmanın "İlkokul, Ortaokul ve Lise Öğrencileri Kategorisi"; halihazırda yurtiçinde ilkököl, Ortaokul ve Lisede okuyan ve bunu belgeleyebilecek kişilerin katılımına açıktır.

Geleceğin ayakkabılarını tasarlayan çocuklarımızdan "Neşeli Ayakkabılar" temalı, serbestçe hayal ettikleri kadın, erkek, çocuk ve her tür ayakkabıları çizmeleri beklenmektedir.

Yarışma Takvimi:

Yarışma İlan Tarihi :

30 Mart 2016

Birinci Aşama İçin Proje Teslim Tarihi :

20 Haziran 2016 (Gece 24:00'a kadar)

Seçici Kurul Toplantısı (1.Aşama) :

22 Haziran 2016

Seçici Kurul Toplantısı (2.Aşama) :

28 Haziran 2016

Ödül Töreni :

29 Eylül 2016

Ödüllü Projelerin Sergilenme Tarihleri :

30 Eylül – 7 Ekim 2016

(Dış Ticaret Kompleksi)

İSTANBUL 2. ULUSLARARASI AYAKKABI TASARIM YARIŞMASI

Türkiye
Güvenli Hayatlar

Hayallerini çiz, geleceği tasarla!

Lisans Kategorileri Birincisine
Toplamda 150.000 TL
Değerinde Kırt Dışı Eğitimi
ve 15.000 TL Para Ödülü

Profesyonel ve Akademisyen
Kategori Birincilerine
50 Vitrin Ödülü
Derimod ve Ayakkabı Dünyası Vitrinlerinde
Tasarımlarını Satışa Sunma Fırsatı ve
15.000 TL Para Ödülü

Çocuk Kategorisi Birincisine
1.500 TL Para Ödülü

YARIŞMA KATEGORİLERİ

Lisans Öğrencileri
- Kadın Ayakkabıları
- Erkek Ayakkabıları

Profesyonel ve Akademisyenler
- Kadın Ayakkabıları
- Erkek Ayakkabıları

İlkokul, Ortaokul ve Lise Öğrencileri
- Serbest Kategori

Son Başvuru Tarihi: 20 Haziran 2016
www.ayakkabitasarimyarismasi.org

Son Başvuru Tarihi
20 Haziran 2016

Türkiye

Büyüyünce Sen Ne Giyeceksin?

Hayalindeki ayakkabılarını tasarla!
Sen tasarla, onlar giysin!

Birinciye 1.500 TL
İkinciye 1.000 TL
Üçüncüye 750 TL

Son Başvuru Tarihi: 20 Haziran 2016
www.ayakkabitasarimyarismasi.org

Dördüncü sanayi devrimi nasıl yönetilmeli?

Dünyada ekonominin farklılaştığı süreçte, dördüncü sanayi devrimi için yapılması gerekenleri, tehlikeleri ve eğitim faktörünü Makine Mühendisi Erdoğan Kutlu değerlendirdi.



20-23 Ocak 2016 tarihleri arasında İsviçre Davos'ta düzenlenen 'Dünya Ekonomi Forumu'nun bu yılki konusu, dördüncü sanayi devrimi ve nasıl yönetilmesi gerektiği idi. Konuyu yıllarca bürokrasinin çeşitli kademelerinde hizmet vermiş ve Adnan Kahveci'nin Bakan Danışmanı olarak görev yapmış bir isimle, Makine Mühendisi Erdoğan Kutlu ile konuştuk.

Dördüncü sanayi devrimi nedir?

"Gelişmiş ülkelerde süper iletkenlerin üretimi ile başladı. Mikro-chip üretimi ile, süper bilgisayarların üretimi ile, iletişim uydularının üretimi ile, internet iletişim sistemlerinin geliştirilmesi ve GPS, GSM, NAUTEX türü uydu iletişimini sağlayan cihazların üretimi ile, sanayi ve hizmet tipi robotlar ile, tıbbi tip robotlar ile, pasitron emisyonlu tomografi (PET) cihazları ile, 3 (üç) boyutlu yazıcılar ile 4. Sanayi Devrimi devam etmektedir.

Bu gelişmeler üretim ve yaşam kültürlerini de değiştirmektedir.

Gelişmiş ülkeler, bilişim ve teknoloji-deki 'AR-GE' çalışmaları ile artık 5. Sanayi Devrimi'ne hazırlanıyorlar. Yapay beyinler, yönetici robotlar ve nanochipler geliyor. Ayrıca enerji uydular ile güneşten elde edilecek elektrik enerjisinin kablo-suz olarak dünyaya gönderilmesi (güne-

şin ısı enerjisinin kablo-suz olarak dünyaya gelmesi gibi) ve cisimlerin yine özel uydular kanalıyla bir noktadan diğer noktaya ışınlanabilmesi çalışmaları başarı ile devam etmektedir.

Bu çalışmaların da uygulamaya geçmesi ile üretim ve yaşam kültürleri gelişmiş ülkelerde daha da değişecek.

Gelişmiş ülkeler bu düzeye bilime ve sanata önem vererek ve bilimsel devrimler yaparak ulaşmışlardır.

1-Buhar enerjisini ve pistonlu buhar makinelerini geliştirerek 1. Sanayi Devrimi'ni;

2-Elektrik enerjisini bularak dinamoları, alternatörlerini, içten yanmalı makineleri, jeneratörleri, buhar türbinlerini, gaz türbinlerini, baraj türbinlerini geliştirerek 2. Sanayi Devrimi'ni;

3-Elektronik sistemlerin geliştirilmesi ile haberleşme ve iletişim sistemlerindeki gelişmeleri sağlayarak 3. Sanayi Devrimi'ni gerçekleştirmişlerdir.

Gelişmiş ülkeler bu gelişmeleri sağlayarak **tarım toplumundan sanayi toplumu-na** geçmişlerdir. 4. Sanayi Devrimi ile de sanayi toplumundan **bilgi toplumu** düzeyine yükselmişlerdir.

Gelişmiş ülkeler artık üretimlerini robot-

lar ile 3 (üç) boyutlu yazıcılar ile üretiyor; iletişimlerini en son teknolojiler ile geliştirilmiş cihazlar ile yapıyorlar; daha fazla üretiyorlar ve daha ucuza malediyorlar.”

Davos'ta düzenlenen forumda gündem 'bu devrim nasıl yönetilmeli' idi. Bu neden önemli bir soru işareti?

“Sanayide ve hizmet sektöründe uydu iletimli cihazlar ile yönetilebilen robotların, robotik sistemlerin ve 3 (üç) boyutlu yazıcıların üretim sahalarını ele geçirmesi sonucu meydana gelecek işsizlik nasıl yönetilecek ve üretilecek ürünlerle gelişmekte olan ülkeler nasıl rekabet edecekler?”

Çünkü robotların sendikaları yok, maaşları yok, sosyal güvenlikleri, kıdem tazminatları... vb gibi giderleri yok. Robotik sistemler ile 3 (üç) boyutlu üretimlerde hem maliyetler çok düşük, hem üretim kapasiteleri çok yüksek. Ayrıca son derece kaliteli ve defoları yok. Bu nedenle gelişmekte olan ülkeleri zor günler bekliyor.”

Peki gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye'nin ne yapması gerekiyor?

“Gelişmekte olan ülkemizin, gelişen teknolojiler karşısında zor durumda kalması için;

1-EĞİTİM SİSTEMİMİZİN ÇAĞDAŞLAŞTIRILMASI

- Ezberci yapıdan araştırmaya, geliştirmeye dayalı ve yaratıcılığı geliştirecek uygulamalı çağdaş eğitim sistemine geçilmesi;
- Gelişen teknolojilerin beraberinde getirdiği yeni meslek dallarının eğitim sistemimize ilave edilmesi (Genetik mühendisliği, robot mühendisliği, mekatronik mühendisliği, uzay / uydu mühendisliği, ışık / ışın mühendisliği, biotech mühendisliği, lazer mühendisliği ve teknisyenliği ile, finans mühendisliği ile uzmanlığı gibi...)
- Eğitim ve öğretim sistemimizde güzel sanatlar eğitimine önem verilmesi (bilim ve sanat bir kuşun iki kanadı gibidir)
- Eğitim müfredatımızın laik, çağdaş ve millî olması (Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu ve bu uğurda verilen millî mücadelelerin nasıl kazanıldığı, 1923- 1938 arası dünyaya örnek olan millî kalkınmanın nasıl sağlandığı ve yapılan çağdaş devrimlerin neler olduğu, tam bağımsız antiemperyalist çağdaş Türkiye'den bugünlere



nasıl geldiğini her vatandaş bilmelidir.)

e) Okullarda münazaraların yapılması ve okullar arası bilgi yarışmalarının düzenlenmesi

f) Öğretim elemanlarının eğitimine son derece önem verilmesi ve özel olarak yetiştirilmesi gerekmektedir.

2-TEKNOLOJİ GELİŞTİRİLMESİ

Gelişmekte olan ülkemizin gelişmiş ülkeler düzeyine yükselebilmesi ve sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçebilmesi için, bilimsel devrimler yapması gerekmektedir. Bunun başarılabilmesi için;

- Teknoloji fonunun oluşturulması (Kaynak olarak teknoloji yoğun ürünlerin ithallerinde gümrük vergilerine ilave olarak fon kesintileri yapılarak sağlanabilir.)
- Teknoloji yoğun ürünleri üretecek olan sanayicilere, düşük faizli / uzun vadeli kredi verecek ihtisas bankası konumunda TÜRKİYE TEKNOLOJİ BANKASI'nın kurulması
- Teknoloji yoğun proje yarışmalarının (PROJETÜRK) düzenlenmesi
- Proje pazarlarının kurulması (Teknoloji yoğun ürünlerin sergileneceği proje pazarlarında proje sahipleri ile yatırımcıların buluşturulması.)
- Organize teknoloji bölgelerinin kurulması (Katma değeri ileri teknoloji yoğun ürünleri üretecek sanayilerin bir arada olacağı ve bünyelerinde AR-GE enstitülerinin bulunacağı özel bölgelerin kurulması)

f) Üniversitelerimizin özerk olması ve özgürce düşünme ile konuşmanın önünün açılması. YÖK'ün konumunun yeniden belirlenmesi ve prof. olabilmenin yeterliklerinin yükseltilmesi, patent sahibi olanların tercih edilmesi

g) Türkiye Teknoloji Merkezi'nin kurulması ve bünyesinde genetic-tech, hi-tech, nano-tech ve space-tech enstitülerinin bulunması (AR-GE giderlerinin teknoloji fonundan karşılanması)

h) Kamuoyunun ve yatırımcıların bu konularda bilgilendirilmesi ve tasarruflarının bu tür yatırımlara yönlendirilmesi sağlanmalıdır.

3-KÜRESEL VİZYONUMUZUN BELİRLENMESİ

Fert başına millî geliri 10 bin USD (10 bin ABD Doları) civarında olan ve nüfusu hızla artan ülkemizin gelecekle ilgili hedeflerinin belirlenmesi ve hedefe ulaştıracak projenin hazırlanması.

Örneğin İsviçre fert başına millî geliri 80 bin USD (80 bin ABD Doları) ve dış ticaret fazlası 30 milyar USD (30 milyar ABD Doları). İsviçre bunu nasıl başardı? İncelendiğinde bu başarısını çağdaş eğitim ile demokratik yönetim yapılanmasına ve adalet sistemine borçlu olduğu görülmektedir. Gelişmiş ülke düzeyine yükselmesini de katma değeri yüksek ürünleri üreterek ve dış ticarete önem vererek başarmaktadır.

Örneğin otomobil üretiyor, saat üretiyor, altın ve pırlantalar ile tasarımlar yaparak paha biçilmez mücevherler geliştiriyor. Buhar türbinleri üretiyor, rulman üretiyor, ilaç üretiyor, tıbbi cihazlar üretiyor. Üretim ve turizm amaçlı köylerinde modern hayvancılık ürünleri üretiyor. Teknoloji yoğun ürünler üretiyor.

Ayrıca petrolü yok ama, dünya petrolünün yüzde 30'unu pazarlıyor. Altını yok ama, dünya altın pazarının yüzde 60'ını yönetiyor. Denizi yok ama, dünya deniz ticaretinde özellikle Bulk / Ore türü gemileri ile önemli bir tonaja sahip.

Hukuka olan bağlılığı ile de uluslararası bankaların bulunduğu önemli bir finans merkezi. AB ülkelerinin arasında ve üyelik teklif ediyor; kabul etmiyor. Uluslararası görüşmelerin çoğu orada yapılıyor.” Erdoğan Kutlu, ülkemizin de gelişmiş ülkeler sınıfına çıkması ve bilgi toplumu düzeyine ulaşabilmesi için eğitim sistemimizin çağdaşlaştırılması, teknoloji geliştirilmesi ve bilimsel devrimler yapması gerektiğini tekrar hatırlatıp sözlerini şöyle tamamladı: “Bunun için küresel vizyonumuzun belirlenmesi ve projelerin hazırlanması önem arz etmektedir.”

Çocuk ayakkabıları ve sağlık

Çocuk ayak sağlığının korunmasında dikkat edilmesi gereken noktalar neler?



200 yıla yakın tecrübesi ile ayak sağlığını korumak için uzmanlarla çalışan ve son teknolojinin ışığında üretim yapan Clarks çocuk ayak sağlığı konusunda yaptığı çalışmalarla da dikkat çekiyor. İngiltere pazarının önde gelen firmalarından olan Clarks'ın danışmanı Bob Hardy çocuk ayak sağlığı konusunda önemli noktalara değindi.

Yalın ayak yürümek...

Bebeklere ilk ayakkabılarını almak için en uygun zaman aslında onların gelişim süreçleri ile doğrudan alakalı. Çocuğun yalın ayak yürümeye başladığı an onu dış etkilerden korumak amacı ile ilk ayakkabı giymeye başlaması için uygun zamandır. Emeklemeye başlayan çocuklar için yürüme öncesi ayakkabıları tercih edilmelidir.

luğu, yüksek kalite malzemeler ayakkabı seçiminde konforu getiren unsurlardır. Ekstra hafif, elastik ve kavrama yeteneği yüksek olan bu özel tabanlı ayakkabılar kemik gelişimini desteklemek için özel olarak dizayn edilmiştir. İki çeşit ilk ayakkabı bulunmakta: Emekleyen ve gezinti dönemi için yürüyüş öncesi ayakkabıları ve bağımsız bir şekilde yürümeyi öğrenenler için 'İlk Adım Ayakkabıları'.

Düz tabanlılık

Ebeveynlerin çocukları için endişelendikleri bir diğer önemli konu ise düz tabanlılık. Uzmanlar 5 yaşından küçük çocuklar için konu ile ilgili olarak ebeveynlere endişelenmemelerini ve 5 yaşına kadar takipte kalmalarını söylemekteler. Bu süreçte çocukları için mutlaka onların sağlıklı ayak gelişimini destekleyecek olan ayakkabıları tercih etmelerini ve ilerleyen yaşlarda da sorun devam ediyorsa uzman bir doktora danışmalarını tavsiye etmekteler.

Büyüme boşluğu ile sağlıklı ayaklar...

Ebeveynlerin çocukları için yaptığı en büyük hatalardan biri doğru seçilmeyen ayakkabılar. Doğru numarada ve büyüme boşluğuna sahip ayakkabıların tercih edilmesi oldukça önemli. Çocuklara ayak ölçümleri sonucunda belirlenen numara-

Yedi aşamada 'İlk Ayakkabı'

Bebeklerin ilk ayakkabılar ile yedi aşamada oluşacak olan yürüme süreçlerinin sağlıklı bir şekilde başlamasına yardımcı olunmalıdır. Bir yerine yarım numara şeklinde artan ara bedenler, kalıp alternatifleri, büyüme boş-





ya sahip ayakkabıların alınması ayak sağlıklarının gelişimleri için oldukça önemli bir konu. Çok büyük ayakkabılar almak ya küçük ayakkabıları çocuklara giydirmek ileride tedavisi zor ya da mümkün olmayan sorunlar doğurabiliyor. Ebeveynlerin bir diğer dikkat etmeleri gereken konu ise ayakkabıların üretim materyalleri. Bu konuda uzmanlar, ter emici maddelerin ve derinin tercih edilmesi gerektiğini; plastik malzemelerden üretilen ayakkabıları tercih etmekten kaçınılması gerektiğini belirtiyorlar. Kuru ve serin kalmayan ayakların sağlık açısından bir tehdit oluşturacağını vurguluyorlar.

Çocuklarınızı bir ömür taşıyacak olan ayakların sağlıklı gelişimi, ayak sağlığı konusunda henüz bebekken onlara dikkat etmek ve ileride yaşayacakları problemleri en aza indirmek ebeveynler için çok önemli.

3 adımda çocuk ayak sağlığını korumak için:

1. Ayakları düzenli olarak yıkamak ve kurulamak; tırnakları düzgün kesmek.

Uzmanlar 5 yaşından küçük çocuklar için konu ile ilgili olarak ebeveynlere endişelenmemelerini ve 5 yaşına kadar takipte kalmalarını söylemekteler. Bu süreçte çocukları için mutlaka onların sağlıklı ayak gelişimini destekleyecek olan ayakkabıları tercih etmelerini ve ilerleyen yaşlarda da sorun devam ediyorsa uzman bir doktora danışmalarını tavsiye etmekteler.

2. Çorap ve külotlu çorapların doğal ipliklerden (koton veya yün) yapıldığına emin olmak.

3. Doğru numarada ayakkabı seçmek. Büyüme boşluğuna sahip ayakkabıları seçmeye özen göstermek.



Türkler'in ayakkabı yolculuğu

Orta Asya'dan günümüze kadar uzanan süreçte, Türkler ayakkabı konusunda hep bir geleneği ortaya koymuşlardır. Bugün tüm dünyaya Türk Malı ürünleri yollayan ayakkabı ana ve yan sanayicileri, aslında güçlerini tarihten gelen bağlarından almaktalar.



Orta Asya'da Türkler deriden ve yünden giyim eşyaları yapmakta ustaydılar. Çizme ve çarık en yaygın ayakkabı türüydü. Deri çizmenin yanı sıra, yaygın olarak yünden keçe çizme de yapılıyordu. Hükümdarlar kırmızı renkli çizmeler giyorlardı. Çizme ata binenler için çok elverişliydi.

Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde ordunun, yönetici sınıfların ve kentli halkın gereksinimlerini karşılamak üzere zamanla ayakkabı çeşitleri çoğaldı ve ayakkabıcılık çok gelişti. Diğer zanaatçıların olduğu gibi ayakkabıcıların da bir örgütü vardı. Üretilen ayakkabıların niteliğini lonca denetlerdi. Ayakkabı satıcıları için kullanılan kavaf sözcüğü, giderek yapımcıları da kapsadı. Kavaflar da çizmecî, yemenîci, nalıncı, terlikçi ve pabuççu gibi adlar alırlardı.

Osmanlı toplumunda ayakkabı, giyenlerin toplumsal konumuna ve mesleğine göre çeşitlilik gösterirdi. Ev içinde yüzleri atlas ve kadife gibi kumaşlardan yapılmış, üzerleri sırmayla işlenmiş hafif ayakkabı ve terlikler giyilirdi. Dışarıda giyilen deri ayakkabı ve çizmelere de süslenirdi. Top-



*Türkler’de ayakkabıcılık,
tarihten gelen ve bu
tecrübeyle süzülen bir
özellik sergiliyor.
Ayakkabı ve onu
oluşturan malzemelerdeki
geçmiş bugün sektöre ana
ve yan sanayi olarak önemli
bir tarihi miras sunuyor.*



kapı Sarayı Müzesi’nde, ince bir zevkle ve hünerle işlenmiş deri ayakkabı ve çizmeler sergilenmektedir.

Osmanlı dönemindeki ayakkabılar, yapıldıkları malzemeye, biçimlerine ve kullanıldıkları yere göre adlar alırdı. Başmak, cimcime, çapula, çizme, yarım çizme, çedik, çedik pabuç, edik, fotin, galoş, mest, kalçın, kundura, merkub, nalın, sandal, terlik, tomak, yemeni başlıca ayakkabı çeşitleriydi. Genellikle alçak ökçeli ya da ökçesiz, yumuşak deriden yapılan rahat ayakkabılar tercih edilirdi. Dışarıda giyilen ayakkabılardan bazıları mest-ayakkabı gibi iki parçadan oluşurdu. Ayağa giyilen mestin üzerine onu yağmur ve çamurdan korumak amacıyla, önceleri ayakkabı, sonraları da lastik giyildi. Şöson ya da galoş denen lastik ayakkabının içine geçirilerek giyilen mestler, özellikle namazlarını camilerde kılanlarca kullanırdı.

16.-18. yüzyıllarda İstanbul, Edirne ve Bursa’da ayakkabıcılık çok gelişmişti. 19. yüzyıl sonlarına kadar Türkiye’de ayakkabı yapımı tümüyle el işçiliğine dayanıyordu. Beykoz’daki deri fabrikasına 1884’te ayakkabı yapım bölümü eklendi. 1933’te Sümerbank’a devredilen Beykoz Deri ve Kundura Fabrikası makinelı üretim yapıldığı önemli bir yerdi. Günümüzde ayakkabı üretimi daha çok özel sektör tarafından gerçekleştirilmektedir.

Deri işleme sanatı çok gelişmişti

Türkler’de deri işleme sanatı oldukça geliştiğinden ayakkabı yapımı da oldukça gelişmişti. Yeniçerilerin giydiği yumuşak çizmelere duyulan ihtiyaç, ayakkabıcılığı da geliştirmişti. 16. ve 17. yüzyılda yapılan ayakkabıların sağlamlığı ve de zarafeti ünlüydü. Ayakkabının türü, giyen kişinin içtimai konumu ile de alâkalıydı. Askerlerin, çeşitli meslek gruplarının,

hizmetkârların giydiği çizme ve ayakkabılar farklıydı. Ev içi ayakkabılarıyla sokak ayakkabıları arasında da fark vardı. Ev içinde giyilen ayakkabılar daha çok atlas, kadife ya da başka kumaşlardan yapılır, sırmayla işlenirdi. Deri ayakkabılara da sırmayla iş yapıldığı olurdu. Kışlık ayakkabıların içi, çoğunlukla kürk kaplanırdı. Ayakkabılar yapıldıkları malzemeye ve biçimlerine göre çok çeşitli adlar almıştı. Başmak, Çapula, Çizme ve Fotin gibi.

Kökeni Ahilik örgütüne dayanan esnaf loncalarında, ayakkabıcılarında ayrı ve köklü bir örgütü vardı. İnanişâ göre bu sanatın piri Ekberi Yemen’di. Bu örgütün başına Yiğitbaşı denilen bir kişi bulunurdu. Yiğitbaşı çarşıya gelen malzemeyi esnaf arasında paylaştırır, üretilen malları denetler, kötü mal yapanı ya da uygunsuz davranışta bulunanı cezalandırırdı. Kâhya adında bir de yardımcısı bulunurdu. Ayakkabıcılık ustalık ve çıracılık ile sürdürülen bir el sanatıydı. Bu mesleği edinmek isteyen kişi küçük yaşta, bir ustanın yanına verilir. Bu kişi 8-10 yıl basit işlerle eğitilir, ustanın izniyle de kalfalığa yükselebilirdi. Kalfa olacak genç, çarşıdaki tüm ayakkabıcı esnafa kalfa ekmeği denilen bir yemek verirdi. Bu kalfalığa geçiş töreni olurdu. Ustalığa geçiş töreninde ise usta yemeği verilir. Yiğitbaşı bu törenlere başkanlık ederdi. Hiçbir çıracık veya kalfa ustasından izinsiz dükkân değıştirmek olmazdı.

Usta çıracık ilişkisi hep esas oldu

Esnaf loncaları zamanla gücünü yitirse de usta çıracık bağı bir müddet daha devam etti. Sanayileşme ile birlikte ayakkabıcılık da seri imâlata geçti. Sipariş ile ayakkabı isteği makineleşme ile birlikte tarihe



Türkler’de deri işleme sanatı oldukça geliştiğinden ayakkabı yapımı da oldukça gelişmişti. Yeniçerilerin giydiği yumuşak çizmelere duyulan ihtiyaç, ayakkabıcılığı da geliştirmişti. 16. ve 17. yüzyılda yapılan ayakkabıların sağlamlığı ve de zarafeti ünlüydü.

göçtü. Zira bu sanatı sürdürmek için çaba gösterenler bu kez de alıcı ve çirak bulmada zorlandılar.

Osmanlı’larda son yüzyıllarda kullanılan başlıca ayakkabı çeşitleri; başmak, bot, çapula, çizme ve fotindir. Ve mahiyetleri şöyledir:

Başmak:

Başmağın burnu küt, yuvarlak, arka kısmı ise serttir. Topuk göstererek giyilen bir ayakkabı çeşidi değildi. Tabanı kalın köseleden yapılırdı.

18. yüzyıl padişahlarından 3. Sultan Osman, kadın ve cârîye yılışıklıklarından hoşlanmadığı, sarayın haremünde dolaşırken cârîyelerin yoluna çıkmasından sinirlendiği rivayet edilir. Bu sebeple 3. Sultan Osman, başmaklarının tabanına gümüş kabaralar çaktırmıştı. Böylece padişahın ayak seslerini duyan kadınlar padişahı sinirlendirmemek için yolundan çekilirlerdi.

Gayri müslimler başmak giyemezdi. Başmaklar giyenin işine, mevkisine göre sarı, kırmızı veya siyah olabiliyordu.

Bot:

Fotin’in uzun konçlusudur. Botun koncu baldır ortasına veya diz kapağının bir karış altına kadardır. Bir erkek ayakkabısı olarak bilinir. Fakat Osmanlıların son yüzyıllarında bazı kadınlar çarşaf altına erkek botlarını geçirmişlerdir. Halide Edip Adıvar bunlardan biridir. Günümüzde ise belki de en çok kadınlar arasında rağbet gören bir ayakkabı çeşidi olmuş-

tur. Hem de erkek botu olarak değil, kadına göre tasarlanmış özel kadın botları olarak.

Çapula:

Karadeniz insanlarının çizmenin yanına yaz ve kış giydiği tek tip ayakkabıdır. Burnu yukarıya doğru hafifçe kalkık, üst ön kısmı tasma biçiminde kapalı, arkası yukarı kalkık, ökçesiz denilebilen, altı demir çivi kabaralı bir ayakkabıdır.

Çapula, yalın ayakla, çorap ile ve mest ile giyilir. Bilhassa yaşlılar kışın mest ile giyerler.

Çizme:

Ayağı bacak ile birlikte örten, koncu baldıra hatta diz kapağına kadar çıkan uzun konçlu bir ayakkabı çeşididir. Bazı çizmelerin koncu diz kapağını da aşabilmekte. Yeniçeriler seferlerde daima çizme giyerlerdi. 1826’dan sonra Asâkiri Mânsûre-i Muhammediye ile birlikte çizme yalnızca atlı süvariler ile topçulara zorunlu kılındı.

Bu tarihten önce, kapıkulu askerlerine her yıl “çizme behâ” adında çizme bedeli ödenirdi. O dönemlerde çizme işi oldukça yaygınlaşmıştı. Evliya Çelebi’nin kaynaklarına göre 17. yüzyılın İstanbul’unda 100 çizmecî dükkanı bulunmaktaydı.

18. yüzyıl sonlarına kadar padişah ve vezirler tarafından çizme-mestler kullanılmıştır. Yumuşak mestin koncu diz kapağı üstüne kadar uzatılarak çizme şekline konmuştur. Bunlar sokağa çıkarken ayrıca pabuç ve kundura da giyilirdi. Müslüman Türk evine sokak ayakkabısı ile giri-

lemeyeceğinden bu çizme-mestler büyük kolaylık sağlardı.

Fotin:

Erkeklerin giydiği Avrupa biçimi bir ayakkabı. Koncu incik kemikleri üstüne kadar çıkar. Önden potin bağı denilen uçları küçük ve ince demir borulu bağlarla bağlanır. Dışa doğru yana yakın bir sıra kendine has düğmelerle iliklenerek kapanan çeşidi de vardır.

Kaynak: Konayder ve Wikipedia
Fotokaynak: Selma Aşık, dünya bülteni, evosangels, tarih okyanusu, uygupesob



SMARTFLEX

MEMORY FOAM

Hush Puppies

Giro

GREYDER®

Comfort of Walking By Akform

www.akform.com.tr

info@akform.com.tr • 0212 - 671 72 02 (pbx)

Avrupa Birliği ülkelerinden herhangi birinde iş kurabilirsiniz

Avrupa Birliği ülkelerinden herhangi birinde T.C. Vatandaşları olarak kolayca iş kurup, çalışma ve oturma izni almak hakkımız var. Tüm detaylar 1963 Ankara Anlaşması'nda...

“Kadın temizlikçi; evlere gündelik temizliğe gidiyor. Parasını biriktiriyor ve İngiltere’de bu işi yapacağını gösteren “İş Planı”nı hazırlatıyor. Ankara Anlaşması’ndan faydalanıp gidiyor. Temizlik Şirketi şu an İngiltere’de faal, para kazanıyor.”

Sezer Koyun

Yönetim Danışmanları Derneği
Başkan Yardımcısı



Avrupa Birliği ile Türkiye arasında imzalanan anlaşma uyarınca Entrepreneur(Girişimcilik) Vizesi gibi bir vize alınması ile 5 yılda vatandaşlık alabilmek mümkündür.

Entrepreneur (Girişimcilik) Vizesi 6 yılda alınırken **Ankara Anlaşması** daha da kısa bir yol oluşturuyor. İngiltere artık bunu kabul edip fiilen uygulayan ilk ülke. Neden mi?

Yıl 1973. Bir girişimcimiz İngiltere’de iş

kurmak üzere, çalışma ve oturma hakkı için başvuru yapar ama red yer. Bunun üzerine Ankara Anlaşması’nın bir kopyasını ve Profesyonel İş Planını hazırlayarak mahkemeye gider. Kazanır davayı. Bu dava emsal oluşturur; malum İngiliz Hukuk sisteminde içtihat geleneği var. Emsal dava olarak daha sonraki benzer durumlarda referans teşkil eder.

Yatırımcı veya girişimci olarak her ülkeye gitmek mümkün ama Ankara Anlaşması uyarınca başvuruda bulunduğunuzda bazı ek avantajları var. En başta çok daha az

bir sermaye yeterli oluyor. 18 yaşın altındaki çocuklar ve eşiniz de İngiltere'ye yerleşme hakkına sahip oluyorlar ve hat-ta eşlerine de genel çalışma izni veriliyor.

İlk olarak, tecrübe sahibi olduğunuz alanda bir iş kurmak üzere Profesyonel İş Planı hazırlamanız. Bunu 3000 Pound gibi bir tutara Danışman Firmalara hazırlatabilirsiniz. Bu planı sunup onayı ile birlikte her şey başlıyor. İngiltere'ye gidip plan uyarınca çalışmalara başlıyorsunuz. 1 sene sonra denetleniyorsunuz. Eğer vergi mükellefi olduysanız ve işinizi plana uygun yapıyorsanız yani 6 ayın üzerinde orada faaliyet göstermişseniz ve verginizi tam olarak ödemişseniz, sürece devamınıza onay veriliyor. 3 yıl daha orada kalmanıza müsaade veriliyor. 4. Yılın sonunda ise süresiz oturum izniniz oluyor. İşiniz iyi ise peşinden Avrupa Birliği Pasaportu ve İngiliz Pasaportu geliyor.

Peki diğer ülkeler? İngiltere hariç diğer ülkeler anlaşmayı görmezden geliyorlar. Arada bir sürü "çantacı" beliriyor. Çalış-

ma ve oturma izninizi alırız diyen adamlar. Dayanak yok, garanti yok, nasıl alınacak belli değil.

Hollanda biraz daha sıcak sanki ama yine de, bu hakkınızı bilerek doğru İş Planları yazıp, hazırlayıp Avrupa Birliği Ülkeleri'nden oturma ve çalışma izni ardından da vatandaşlık almak niyetindeyseniz, reddedilmeniz durumunda dava ederek bu haklarınızı söke söke almanız mümkün.

Bir dost meclisinde paylaşılan bir örnek: Kadın temizlikçi; evlere gündelik temizliğe gidiyor. Parasını biriktiriyor ve İngiltere'de bu işi yapacağını gösteren "İş Planı"nı hazırlatıyor. Ankara Anlaşması'ndan faydalanıp gidiyor. Temizlik Şirketi şu an İngiltere'de faal, para kazanıyor. Vatandaş olmuş, çocukları ve eşi tüm eğitim ve sağlık hizmetlerinden hali hazırda diğer vatandaşlar gibi faydalanıyor. Etkileyici bir hikaye.

İş yine dönüyor dolaşıyor hukuk, yönetim ve etik konularına bağlanıyor.

"Hukuk" biliyorsan, haklarının farkındaysan yollar açık. "Yönetim" biliyorsan İş Planını kimin doğru yapacağını bilip çalışırsan ilerliyorsun o yolda. "Etik" davranıp, dürüst çalışırsan yepyeni bir dünyaya ulaşıyorsun ve orada hakkınca yaşayabiliyorsun. **İhtiyaç biraz irade, biraz para ve iş tecrübesi.**

Biz burada şikâyet ede duralım; çocukları yurtdışında okutmak hayalleri kuralım. Elbette vatanımızı seviyoruz ama her zaman dünya vatandaşı olmak yolunda ilerlemek vatana da en büyük katkı.

Bilmek ve bildiğini uygulamak güçlendirecek bizleri. Bu güç ile Türk şirketlerinin Avrupa'da yayılmasını sağlamak elbette mümkün. Büyüyen iş hacmi hepimiz için refah demek.

Tarihimizi, iş anlaşmalarımızı okuyalım. Anlaşmalarımıza baktıkça, belki de hiç bu kadar zayıf olmamışız, ne vizyon varmış geçmiş dönem hükümetlerinde diyor insan.



İnovasyon barometresi Türk firmaları adına umut verdi

Araştırma, Türk yöneticilerin yüzde 83'ünün, küresel yöneticilerin ise yüzde 77'sinin son bir yılda işbirliği içerisinde yürüttükleri inovasyon faaliyetlerinden kâr artışı sağladığını ortaya koydu.

*Araştırma sonuçları,
son bir yılda
işbirliği içerisinde
yürütülen inovasyon
faaliyetlerinin küçük
şirketlerde daha
fazla gelir ve kâr artışı
sağladığını ortaya
koyuyor.*

General Electric'in (GE) beşincisini gerçekleştirdiği ve iş dünyasında inovasyonun yerini ölçen dünyadaki en kapsamlı araştırma olan GE Küresel İnovasyon Barometresi sonuçlarına göre, gerek dünya gerekse Türk iş dünyasının üst düzey yöneticileri, önümüzdeki 10 yılda ileri üretim tekniklerinin sanayi sektöründe radikal bir dönüşüm yaratacağına inanıyor.

Türkiye'nin de dahil olduğu 23 ülkeyi kapsayan 2 bin'e yakın üst düzey yöneticinin katıldığı, inovasyonun geleceğine ışık tutan GE Küresel İnovasyon Barometresi; Dördüncü Sanayi Devrimi, yeni iş modelleri, büyük veri, inovasyonun finansal sonuçlara etkisi, aşamalı inovasyon, "demode kalma riski", şirketlerin inovasyon stratejileri, inovasyonda özel sektörün yanı sıra devletin rolü ve işgücünün geleceği konusunda ilginç sonuçlar ortaya koyuyor.

GE Küresel İnovasyon Barometresi sonuçlarını açıklayan GE Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Canan M. Özsoy, küresel rekabette farklılaşmanın inovasyonla mümkün olduğunu, inovasyon stratejisinin Türk şirketlerinin büyük bir çoğunluğunun gündemine girmesinin önümüzdeki dönemde olumlu sonuçlarının alınacağını söyledi.

Türk yöneticiler daha iyimser ve heyecanlı

Araştırma; Dördüncü Sanayi Devrimi konusunda Türkiye'nin de içerisinde bulunduğu gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkelere göre daha iyimser bir beklenti içerisinde olduklarını ortaya koyuyor.

Dördüncü Sanayi Devrimi konusunda iyimserlik oranı Endonezya ve İsrail'de yüzde 88, Nijerya'da yüzde 86'ya çıkarken, dünyanın en gelişmiş ekonomilerine sahip ülkeler olan ABD'de yüzde 63'e, Almanya'da yüzde 39'a, Japonya'da ise yüzde 33 gibi düşük sayılabilecek seviyelerde kalıyor. Araştırmaya katılan yöneticilerin ortalama yüzde 68'i Dördüncü Sanayi Devrimi'ne girme düşüncesine iyimser bakarken, Türk yöneticilerdeki iyimserlik oranı yüzde 84'e çıkıyor. Yine araştırmaya katılan yöneticilerin ortalama yüzde 61'i Dördüncü Sanayi Devrimi düşüncesinin kendilerini heyecanlandığını söylediklerini, bu oran Türk yöneticilerde yüzde 78'e ulaşıyor. GE Küresel İnovasyon Barometresi araştırmasına katılan küresel yöneticilerin yüzde 86'sı, Türk yöneticilerin ise yüzde 79'u gelecek 10 yılda ileri üretim tekniklerinin sanayi sektöründe radikal bir dönüşüm yaratacağına inanıyor.

Başarılı İnovasyon için 'Büyük Veri' kritik önem taşıyor

GE Küresel İnovasyon Barometresi, yö-

neticilerin veri ve analiz sistemlerinin değerini giderek daha iyi anladıklarını gösteriyor. Araştırmaya katılan yöneticiler; stratejik bilgiyi ve bilinçli karar alma becerisini artırmak amacıyla Büyük Veri'nin ve analiz sistemlerinin kullanılmasının inovasyonun başarılı bir şekilde yapılmasında önemli bir rol oynadığına dikkat çekiyor. Araştırmaya katılan küresel yöneticilerin yüzde 61'i, Türk yöneticilerin ise yüzde 66'sı karar alma süreçlerinde; Büyük Veri ve analiz sistemlerini kullandıklarını belirtiyor. Türk şirketlerinin yüzde 77'si, küresel şirketlerin ise yüzde 73'ü son bir yıl içerisinde Büyük Veri ve analiz becerisini artırdıklarını belirtiyor. Araştırma sonuçları, analiz becerisini artıran şirketlerin yüzde 59'unun ise bundan olumlu sonuçlar aldığını ortaya koyuyor.

İnovasyonda işbirliği finansal sonuçlara da olumlu yansıyor

GE Küresel İnovasyon Barometresi'ne göre, son bir yılda işbirliği içerisinde yürütülen inovasyon faaliyetleri şirketlerin finansal tablolarına olumlu katkı sağlıyor. Araştırmaya katılan Türk yöneticile-

rin yüzde 83'ü, küresel yöneticilerin ise yüzde 77'si son bir yılda işbirliği içerisinde yürüttükleri inovasyon faaliyetlerinin şirketlerine gelir ve kâr artışı sağladığını söylüyor. Araştırma sonuçları, son bir yılda işbirliği içerisinde yürütülen inovasyon faaliyetlerinin küçük şirketlerde daha fazla gelir ve kâr artışı sağladığını ortaya koyuyor. Diğer taraftan, yöneticilerin büyük bir çoğunluğu işbirliği içinde yürütülen inovasyon faaliyetlerinden kaynaklanacak gelir artışı ya da azalışını paylaşmaya hazır olduklarını belirtiyor. Küresel yöneticilerin yüzde 68'i, Türk yöneticilerin ise yüzde 72'si işbirliğinin kazançlarını ve risklerini paylaşmaya hazır olduklarını söylüyor.

Dijital Darwinizm Kaygısı

Yöneticiler arasında en yenilikçi şirketlerin sadece yeni ürün ve hizmetler sunmakla yetinmediğine, aynı zamanda daha önce mevcut olmayan yeni pazarlar yarattığına dair bir fikir birliği söz konusu. Küresel yöneticilerin yüzde 90'ı, Türk yöneticilerin ise yüzde 87'si en yenilikçi şirketlerin, daha önce mevcut olmayan yeni pazarlar yaratma becerisine sahip

olduğunu düşünüyor. Bununla birlikte şirketler, teknolojinin hızına ayak uyduramamaktan da çekiniyor. Araştırmaya katılan küresel yöneticilerin yüzde 81'i "Dijital Darwinizm riski" olarak da tanımlanan teknolojinin gelişim hızına ayak uyduramayarak geri kalmaktan, demode hale gelmekten çekiniyor. Bu kaygı Türk yöneticilerde ise çok daha düşük. Hatta GE Küresel İnovasyon Barometresi araştırmasının yapıldığı 23 ülke içerisinde yüzde 62 ile demode kalma kaygısının en düşük olduğu ülke Türkiye.

Ezber Bozan İnovasyon gerekli ama uygulanması zor

Yöneticiler, "Ezber bozan inovasyonu" altın standart olarak kabul etseler de gerçekleştirilmesi güç bir hedef olarak görüyorlar. Yöneticiler, "radikal ve ezber bozan" fikirler geliştirmekte güçlük çekildiğini, bunun da etkin inovasyonun önündeki en büyük engeli oluşturduğuna dikkat çekiyor. Küresel yöneticilerin yüzde 60'ı, Türk yöneticilerin ise yüzde 55'i "radikal ve ezber bozan fikirler geliştirmekte çekilen güçlüğü, etkin inovasyonun önündeki en büyük engel" olarak görüyor.

Araştırma, Türk şirketlerinin yüzde 71'inin, küresel şirketlerin ise yüzde 68'inin somut bir inovasyon stratejisine sahip olduğunu ortaya koyuyor. Ancak bir inovasyon stratejisine ve temel performans göstergelerine sahip olmak başarıyı garantilemiyor. Nitekim somut bir inovasyon stratejisine sahip olan şirket yöneticilerini yüzde 62'si radikal ve ezber bozan fikirler geliştirme konusunda sıkıntı çektiklerini söylüyor. Bu oran Türk şirketlerinde daha yüksek. Şirketinin somut bir inovasyon stratejisine sahip olduğunu belirten Türk yöneticilerin yüzde 71'i; radikal ve ezber bozan fikirler geliştirme konusunda sıkıntı çektiklerini söylüyor. Yöneticiler, etkin bir şekilde inovasyon yapmanın önündeki engelleri ise şöyle sıralıyor; "radikal ve ezber bozan fikirler geliştirme güçlüğü, yeni fikirleri destekleyecek ve kârlı hale getirecek etkin iş modelleri tanımlama güçlüğü, başarılı inovasyonları ulusal ve uluslararası pazarlara açılacak boyuta taşıyacak olanaklardan yoksun olmak ve yetenek/beceri eksikliği."

Tüm ülkeler aşamalı inovasyonu tercih ediyor

Şirketlerin çoğu ana işlerini koruyarak, aşamalı yani güvenli inovasyonu tercih





ediyor. Küresel yöneticilerin yüzde 63'ü, Türk yöneticilerin ise yüzde 66'sı temel faaliyetlerini korurken, aşamalı inovasyon gerçekleştirilmesi gerektiğini savunuyor.

Şirket içi inovasyon kültürü yaratmak için start-up anlayışı ile çalışmak önemli. Küresel yöneticilerin yüzde 81'i, Türk yöneticilerin ise yüzde 79'u "start-up" anlayışının, şirket içi inovasyon kültürü yaratmada örnek teşkil ettiğini düşünüyor.

GE Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Canan M. Özsoy, Türk şirketlerinin yüzde 71'inin somut bir inovasyon stratejisine sahip olmasının önemli bir gelişme olduğunu söyledi. 5. GE Küresel İnovasyon Barometresi'nin, Türk yöneticilerin yüzde 83'ünün son bir yılda işbirliği içerisinde yürüttükleri inovasyon faaliyetlerinden kâr artışı sağladığını ortaya koyduğuna dikkat çeken Özsoy, "Bu sonuçlar Türkiye'nin yerel inovasyonu güçlendirerek küresel inovasyon projelerinde önde gelen ülkelerden biri olma konusunda büyük bir potansiyele sahip olduğunu gösteriyor. GE Türkiye olarak yerel inovasyonu destekleme ve ülkemizin hedeflerine ulaşmasında katkı sağlama konusundaki kararlılığımızın bir sonucu olarak geçen yıl Kasım ayında GE Türkiye İnovasyon Merkezi'ni faaliyete geçirdik. Burası, Türkiye'de farklı iş alanlarına yönelik işbirliği platformu oluşturarak elle tutulur çözümler üretilmesini sağlayan bir endüstriyel kuluçka merkezi olacak ve Türkiye ekonomisinin

inovasyonla büyümesinde etkin rol oynayacak" dedi.

Dijital devrim işsizlik getirecek

GE Küresel İnovasyon Barometresi araştırmasına katılan yöneticiler, sorun çözen ve yaratıcı çalışanlar aradığını söylüyor. "İş başvurusunda bulunan adaylarda aradığınız temel özellikler nelerdir?" sorusuna Türk yöneticilerin yüzde 62'si "sorun çözme becerisi" cevabını veriyor. Yöneticilerin yüzde 49'u adayda yaratıcılık aradığını, yüzde 47'si uzun vadeli bağlılık, yüzde 46'sı analitik beceri, yüzde 43'ü büyük resmi görebilmesini, yüzde 41'i ise girişimci ruh aradığını söylüyor. Keza küresel yöneticilerin yüzde 56'sı sorun çözen, yüzde 54 yaratıcı, yüzde 44'ü ise analitik beceriye sahip çalışanlar aradığını söylüyor.

Yöneticiler, dijital devrimin işyerlerini daha güvenli hale getireceğine, çalışanlar açısından daha değerli roller yaratacağına inanıyor. Çok azı dijital devrimin istihdam üzerinde olumsuz bir etkisi olmasından çekiniyor. GE Küresel İnovasyon Barometresi araştırmasına katılan küresel yöneticilerin yüzde 54'ü, Türk yöneticilerin ise yüzde 43'ü dijital devrimin istihdam üzerinde olumlu etki yaratacağını söylüyor.

Eğitim sistemi hazır mı?

Eğitim sistemlerinin gelecekte ihtiyaç duyulacak becerilere cevap verebileceğine çok az ülke inanıyor. Türk yöneticilerin

yüzde 48'i, küresel yöneticilerin ise yüzde 59'u eğitim sisteminin gelecekte ihtiyaç duyulacak becerilere cevap verebileceğini söylüyor. Öte yandan yöneticiler, dijital devrimin çalışma ortamını değiştirmesini bekliyor. Türk yöneticilerin yüzde 53'ü nitelikli çalışanlara talebin artacağını, yüzde 51'i yeni işlerin ortaya çıkacağını belirtirken, yüzde 40'ı dijital devrimin esnek çalışma yöntemleri yaratacağını söylüyor. Türk yöneticilerin yüzde 36'sı ise ortadan kalkacak işler nedeniyle işsizlikte bir artış yaşanacağına inanıyor.

Devlet desteği çağırısı

İnovasyonun itici gücünün özel sektör olduğunu belirten yöneticiler, devletin inovasyon konusunda destekleyici bir rol üstlenmesi gerektiğini düşünüyor. Küresel yöneticilerin yüzde 67'si, Türk yöneticilerin ise yüzde 50'si inovasyonun itici gücünün özel sektör olduğunu düşünüyor. Ülkelerindeki inovasyonun itici gücünün devlet olduğunu düşünen yöneticilerin oranı ise yüzde 12 ile sınırlı kalıyor.

Japonya döndü, Almanya düşüşte

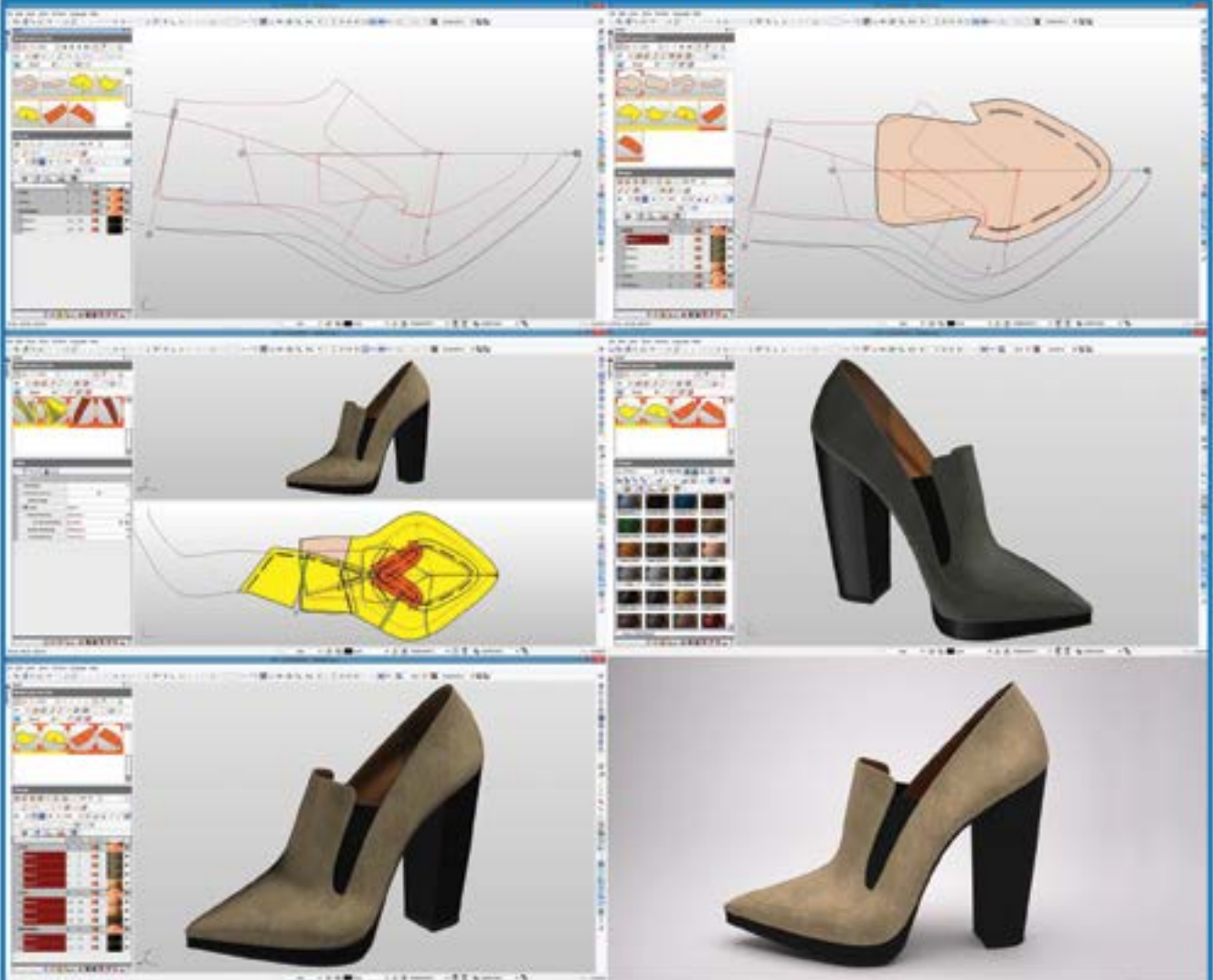
Araştırmaya katılan yöneticiler, ABD'nin açık ara inovasyon şampiyonu olduğu görüşünde. Bir önceki yıl inovasyon sıralamasında üçüncü sırada olan Japonya ise bu yıl ikinciliğe yükseldi. Geçen yıl ikinci sırada yer alan Almanya, bu yılki sıralamada ivme kaybederek Japonya'nın ardından üçüncü olabildi. İnovasyon şampiyon ülke sıralamasında, dördüncülüğü Çin alırken Türkiye 23 ülke arasında 17. sırada yer alıyor.

Elit

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

İLERİ TEKNOLOJİNİN TEK ADRESİ

İyi fikirleri yürütmek için artık daha iyi bir yol var... **3D PLUS**



gerçek 3Dplus çizim programı
Bu program, gerçek hayatta model programı ile oluşturulan 2D çizimlere göre 3D model oluşturmanızı ve görselleştirmenizi sağlar.

3Dplus
3Dplus, 3D model oluşturmanızı ve görselleştirmenizi sağlar. Bu program, gerçek hayatta model programı ile oluşturulan 2D çizimlere göre 3D model oluşturmanızı ve görselleştirmenizi sağlar.

Nasıl Çalışır
Sensör alanlar ile yeni ve farklı malzeme ve kumaş oluşturabilirsiniz. Sensör alanlar ile yeni ve farklı malzeme ve kumaş oluşturabilirsiniz.

3Dplus
3Dplus, 3D model oluşturmanızı ve görselleştirmenizi sağlar. Bu program, gerçek hayatta model programı ile oluşturulan 2D çizimlere göre 3D model oluşturmanızı ve görselleştirmenizi sağlar.

2D teknik veri
2D çizimlere göre 3D model oluşturmanızı ve görselleştirmenizi sağlar. Bu program, gerçek hayatta model programı ile oluşturulan 2D çizimlere göre 3D model oluşturmanızı ve görselleştirmenizi sağlar.

3Dplus
3Dplus, 3D model oluşturmanızı ve görselleştirmenizi sağlar. Bu program, gerçek hayatta model programı ile oluşturulan 2D çizimlere göre 3D model oluşturmanızı ve görselleştirmenizi sağlar.

3Dplus
3Dplus, 3D model oluşturmanızı ve görselleştirmenizi sağlar. Bu program, gerçek hayatta model programı ile oluşturulan 2D çizimlere göre 3D model oluşturmanızı ve görselleştirmenizi sağlar.

Dünya basınında Türkiye öyküsü

Türkiye'nin marka değerini ve sektörlerinin gücünü anlatmanın yolu, Global Connection medya atılımıyla güçlendiriliyor. Medya şirketine 20 farklı ülkeden 50'yi aşkın yabancı gazeteci Türkiye'yi uluslararası saygın medya organlarında kültüründen ekonomisine her yönüyle anlatıyor.



Türk reel sektörünün dünya pazarına çıktığında karşılaştığı en büyük problem Türkiye markası oluyor. Kimi zaman yapılan hatalar, kimi zaman ise haksız yargılar nedeniyle fiyattan pazar bulmaya kadar her alanda Türk müteşebbisine zorluk yaratıyor.

Bu açmazı ortadan kaldırmak için 2012 yılında İsviçre'de kurulan Global Connection, uluslararası bir medya kuruluşu olarak, ülkeye farklı bir hizmet sunuyor. Konuyla ilgili görüşlerini aldığımız Global Connection Genel Koordinatörü Onur Tayşu, hedef pazarlarda farklı tanıtım stratejisini şöyle anlattı: "Ana amaç içinde Türkiye'nin hikâyelerini anlatmak var. Bu zamana kadar anlatmakta çok gayret sarf ettiğimiz son derece kıymetli bir ülkemizin dünyada bulduğu karşılığın yetersiz olduğunu düşünüyorum. "Tayşu, şirketin bilhassa yurtdışında kurulduğunu ifade ederek nedenini şu sözlerle açıkladı: "Bir hikâye anlatırken, çekinilmesi gereken ilk bariyer ön yargı. Türkler, Türkiye'nin öyküsünü anlatıyor şeklinde düşünülmesin diye, İsviçre gibi uluslararası camiada tarafsız kabul edilen bir ülkeyi seçtik. "Kanada'dan Hindistan'a, Almanya'dan Türkiye'ye kadar birçok ülkeden 50'si yabancı olmak üzere çok sayıda gazeteciyle, o ülkelerin okuruna, izleyicisine ulaşıyor.

Die Welt'ten Le Figero'ya kadar çok geniş bir yelpazede kimi zaman Türkiye'deki bir sektör, kimi zaman da ülkenin bir değeri ya da turizme konu kültürü ele alınıyor. Kuruluşun iş ortakları içinde televizyonlardan gazetelere, dergilerden radyolara ve elbette internet sitelerine kadar geniş bir ağ bulunuyor. Global Connection'ın Türkiye'nin öyküsünü haberleştirdiği gazetelerden bazıları şunlar: İngiltere'de Daily Telegraph, Fransa'da Le Figaro, Le Monde, Almanya'da Die Welt ve Welt Kompakt, Rusya'da Pravda ve Kommersant, BAE'de Gulf News.

Türkiye'nin ihracatçı sektörleri öncelikli

Onur Tayşu'ya yayın çizgisi ve yapılan haberlerle ilgili kapsamı sordüğümüzda "Öncelikli olarak Türkiye'nin ihracatçı sektörlerini anlatıyoruz" dedi. Anlatımlarda ihracatçı birlikleri gibi konunun liderlerinin tercih edildiğini söyleyen Tayşu konuşmasını şöyle sürdürdü: "Naranciyeden hazır giyime, turizmden otomotive, yapı malzemelerinden gayrimenkul sektörüne kadar geniş bir yelpazede sistematik bir haber aktarımı yapıyoruz. Örneğin dünyanın moda haftalarının olduğu günlerde, bunların açılış günlerinde o ülkelerin lider gazeteleri Türkiye modasını anlattılar. Bizimkisi iyi başlanmış ve devam ettirilmesi gereken bir alan. İhra-



Onur Tayşu'ya yayın çizgisi ve yapılan haberlerle ilgili kapsamlı sorduğumuzda 'Öncelikli olarak Türkiye'nin ihracatçı sektörlerini anlatıyoruz" dedi. Tayşu, anlatımlarda ihracatçı birlikleri gibi konunun liderlerinin tercih edildiğini söyledi.



catçı sektörlerin tamamını TİM ve Ekonomi Bakanlığı'nın katkılarıyla ele alır olduk. Dışişleri Bakanlığı destekledi G20 gibi bir organizasyonun ev sahipliğinden yararlanıp, Türkiye'yi anlattık. Tekrar altını çizmek gerekiyor ki, ülkemizin ihracatçı sektörlerini yabancı gazeteciler anlatıyor. Biz reklam yapan bir yapı değiliz. Türkiye'nin uluslar arası bu mecra da tanıtımını yapanlar, reklam verenler elbette var. Ama tamamen bundan bağımsız hikâyeleri anlatan, olumlu taraflarımızı ön plana çıkaran, okur kitlesini salt ticarete ve iş dünyasına çekmeden sanatı, tarihi, kültürü, turizmi, sporu da ele alan, o konuyla ilgili olumsuz bir yanımız varsa da onu da çok muteber bir şekilde içte gören bir çizgimiz var. Bu haberlerin anonsları da birinci sayfadan okura duyuruluyor."

"Bilgisizlik yanlış bilgiyi bestiyor"

Yurtdışında Türkiye hakkında büyük bir bilgisizlik olduğuna dikkat çeken Tayşu, bu bilgisizliğin belli kitleler tarafından bilgi kirliliği yaratılarak aleyhimize doğru çalıştırıldığını söyledi. Bu kadar zengin



değerlere sahip bir Türkiye'nin algısının iyi anlatmanın yollarını aramanın zorunlu olduğunu ifade eden Global Connection Genel Koordinatörü Onur Tayşu "Bu önyargıyı, bilgisizliği fark ettirerek aşabilirsiniz. Bunun da yolu bilgiyi aktarmak ve hikâyeyi anlatmaktır" dedi. Bunu yaparken de "Türkler Türkiye'yi anlatıyor" durumuna düşmekten kaçınmak gerektiğini söyleyen Tayşu sözlerini şöyle sürdürdü: "Hikâyelerimizi yabancılara, yabancılarla beraber anlatıyoruz. Böyle bir faaliyette de itibar seviyesi ve erişim çok önemli. Bu nedenle çok önemli ülkelerin, yine çok önemli mecralarını seçerek yaptık. Örneğin Birleşik Arap Emirlikleri'nde gayrimenkul anlatılırken, Almanya'da inşaat malzemeleri öne çıkarılıyor." Bu medya



operasyonunda hazır giyimden seramiğe, turizmden sağlığa kadar geniş bir yelpazede etkinlik sağlanıyor. Bunu da kültür başta olmak üzere değerleri top yekûn sunmaktaki amaç ise, toplamda bir ülke markasının oturtulması. Tayşu'ya göre milli maçlarda 'Türkiye' diye tezahürat yapmanın işe yaradığını, ama algısı yönetilmek istenen kitlede sporla, kültürle, sanatla, sektörlerle beslediğinizde önyargılara takılmayı da engellemek mümkün oluyor.

Bu tanıtım yoluyla bugüne kadar 500 milyon insana ulaşılan projeye Türkiye'den daha önce dahil olanlardan bazıları şunlar: TİM, TÜRSAB, İHKİB, Türk Narancıye Tanıtım Grubu...

Sektörün güvenliği

TASEV Laboratuvar'a emanet

Ürün güvenliğinin bir sektörün gelişimi ve atak yapması adına kritik nokta haline geldiği koşullarda TASEV Laboratuvar hizmet ağını genişletiyor. Bakanlığın onaylı laboratuvarlar listesinde de yer alan kuruluş hedeflerini kapasite artırımı ve hizmet süresinin hızlandırılmasına odakladı.



TASEV Vakfı Yönetim Kurulu'nun aldığı kararla şirketlerinin yönetim kurullarını tekrar oluştururken Tasev Laboratuvar Hizmetleri A.Ş.'de görev gelen isimler de belli oldu. Ömer Kadir Arpacı, Ahmet Kayalı ve Mahmut Tolga Saygın yeni dönemde görev yapacak isimler... Sektörün gelişimi adına kritik bir rol üstlenen laboratuvar, hem sunduğu teknik hizmetlerle, hem de firmalara sunduğu maliyet avantajlarla, sektörü rekabetçi kılmak ve kalite çıtasını arttırmak adına önemli bir görev üstleniyor. Kâr amacı gütmeyen yapısıyla, buna uygun iş politikaları geliştiren TASEV Laboratuvarı gerek üretim öncesi, gerekse de piyasaya arz aşamasında sunduğu uygun maliyetli testlerle, sektör firmalarının niteliklerini ortaya koymasını sağlıyor.

Fitalat ve azo boyar konularında ayakka-bı ile ilgili testlerin akreditasyonunu tamamlayan kuruluş, bakanlığın da onaylı laboratuvarlar listesinde yer alıyor. Konuyla ilgili bir açıklama yapan Tasev Laboratuvar Hizmetleri A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Kadir Arpacı şunları söyledi:

"Piyasaya arz edilen ürünlerin güvenli

"Sektörün laboratuvarı olarak kâr amacı gütmeyen politikalar ışığında, hizmet kapasitesini ve hızını artırarak destek veriyoruz."

olması üreticisinin, yetkili temsilcisinin ve/veya ithalatçının sorumluluğundadır. Üretici, yetkili temsilci ve ithalatçıların bu sorumluluklarını yerine getirip getirmediğinin denetimi ise kamu kuruluşlarınca gerek ithalat aşamasında, gerekse ürünlerin piyasa arzı aşamasında ya da piyasadayken PGD tarafından gerçekleştirilir. Bu yüzden üretici firmalarımız malzeme temininde dikkatli olmak zorunda. Güvenedikleri yan sanayi firmalardan alım yaparak riski en aza indirebilirler. Ama her şeye rağmen bu firmalardan test ra-



porlarını istemeleri de üretici için kaçınılmaz bir gereklilik. Zira bir malzemenin test edilmeden kullanılması durumunda, yönetmeliklere uygun olmayan bir hal ortaya çıkarsa, telafisi imkânsız zararlara yol açar.

Bu sorumluluk bilincinde biz de sektörün laboratuvarı olarak kâr amacı gütmeyen

politikalar ışığında, hizmet kapasitesini ve hızını arttırarak destek veriyoruz. Bu amaçla nitelikli personel istihdamı, yazılım ve makine yatırımları gibi bir dizi atılımın da kararı alındı.”

Dış ticarete de iç piyasada da sunulan ürünlerin insan sağlığı, can ve mal gü-

venliği, hayvan bitki ve yaşam sağlığı, çevre ve tüketicinin korunması açısından üzerinden hassasiyetle durulan konular. Ürünün güvenli olması ve bunu belgelemesi ise hızla dünyada mal alım kriterleri arasına girdi. Yani bu özellikleri sergileyen ve bunu kanıtlayan firmalar pazarda da var olmak adına avantaj sağlıyor.



Karşılıksız çek ve iflas ertelemeye gelen risk

TÜRKONFED Başkanı Tarkan Kadooğlu

“Karşılıksız ve ve iflas ertelemede yaşanan artış, ülke ekonomisini kaosa sürükleyebilir” dedi.



Türk ekonomisinin can damarı KOBİ'lerin karşılıksız çek ve iflas erteleme süreçleriyle boğuştuğunu belirten Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED) Başkanı Tarkan Kadooğlu, bankalar, KOBİ'ler, denetleyici kurumlar ve sivil toplum kuruluşlarının acilen bir araya gelmesi çağrısı yaptı.

“Bir an önce bu alanda KOBİ'leri rahatlatacak adımlar atılmalı” diyen Kadooğlu, şu uyarıda bulundu: “Aksi takdirde KOBİ'ler özelinde başlayacak sıkıntılar, ülke ekonomisini ve iş insanlarını kaosa sürükler”

“Türkiye ekonomisinin lokomotifi olan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) ülkemizdeki ticari işletmelerin yüzde 90'ını oluştururken, istihdamın yüzde 78'ini karşılayarak sadece ekonomik kalkınmaya değil, toplumsal refah ve barışa da katkı sağlıyor” diyen TÜRKONFED Yönetim Kurulu Başkanı Tarkan Kadooğlu, önemli bir tehlikeye dikkat çekti. KOBİ'lerin son 10 yılda Türkiye ekonomisindeki ağırlığının giderek arttığına işaret eden Kadooğlu, karşılıksız çek sayısındaki artış ve iflas erteleme uygulamasının kötüye kullanılmasının ekonomide yaratacağı risklerin, bir an önce ortak akılla çözülmesi gerektiğine işaret etti.



CorelDRAW kursuna katılarak sektörde bir adım
öne çıkma zamanı!

CorelDRAW®
Graphics Suite X7



CorelDRAW öğrenerek
fark yarat!

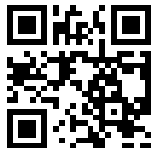
Yer : TASEV Kampüsü Halkalı
Süre : 8 hafta
Kurs Günü : Cumartesi
Kurs Saatleri : 12.00 -18.00

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

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



AYAKKABI
YAN SANAYİCİLERİ
DERNEĞİ





“4 yılda yüzde 50 artış yaşandı”

Karşılıksız çıkan çek miktarlarında son 4 yılda yüzde 50'lere varan bir artış yaşandığını ve 2015'in ikinci çeyreğinden itibaren, hem karşılıksız işlem yapılan çek sayısı hem de değerinde artışın hızlandığını söyleyen Kadooğlu, geçtiğimiz bir yılda karşılıksız çek kesilmesiyle yaşanan sıkıntılara da dikkat çekti. Kadooğlu, “Yeni çıkarılacak İcra ve İflas Kanunu'nun hazırlık süreçlerinde iş dünyasının kaygılarının dikkate alınması önem taşımaktadır” dedi.

Son dört yılda karşılıksız çekten dolayı tahsil edilemeyen para miktarının üç kat arttığını aktaran Kadooğlu, 2011 yılında 8,5 milyar TL'nin karşılıksız çekten dolayı tahsil edilemediğini, 2015 yılında bu rakamın 27,3 milyar TL'ye ulaştığının altını çizen Kadooğlu sözlerini şöyle sürdürdü: “Finans sektörü ve bankaların süreci iyi yönetmesi gerekiyor. Piyasalarda likidite

oluşumunu sağlayacak tedbirlerin alınması lazım. Karşılıksız çek kesenlere getirilecek caydırıcı yaptırımlarla bir yere kadar gelirsiniz. Finans kurumlarının, denetleyici kurumların, hükümetin ve sivil toplumun acilen bir masa etrafında bir araya gelmesi gerekiyor. Buradan sorumluluğu bulunan tüm paydaşlara sesleniyorum. Çek, protestolu senetler ve iflas erteleme konularında ‘Acil Eylem Planı’ oluşturulmalıdır.”

Protestolu senet hızı da ürkütücü

Protestolu senetlerdeki artış hızının yıllık yüzde 58 ulaştığını hatırlatan Kadooğlu, ticaret hayatında sıkıntı yaratan bir başka önemli sorunun da iflas erteleme olduğunu ifade etti. İflas ertelemenin bugün kötü niyetli olarak kullanıldığını hatırlatan Kadooğlu konuşmasını şöyle tamamladı: “İflas erteleme sayısındaki artış için son zamanlarda mahkeme dosyalarına bakmak gerekiyor. Gerçek tablo

icra ve iflas davalarında açık ve net bir şekilde görünüyor. İflas erteleme kararı alan bir firma dört yıla kadar, devlet de dâhil borçlu olduğu kurum kuruluş ya da şahıslara tek kuruş ödemiyor. Alacakların büyük çoğunluğu benzer sıkıntıları yaşayan, iyi niyetli davranan, işini dürüst ve temiz bir şekilde yapan KOBİ'ler. Alacaklıları sıkıntıya sokan diğer bir durum ise mahkemelerde sürecin uzamasıdır. Uzayan süreçten en çok zarar gören alacaklılar oluyor.”

“KOBİ'ler ülkemizdeki ticari işletmelerin yüzde 90'ını oluştururken, istihdamın yüzde 78'ini karşılayarak sadece ekonomik kalkınmaya değil, toplumsal refah ve barışa da katkı sağlıyor.”

Karşılıksız İşlenen Yapılan Çekler								BANKALARARASI TAKAS ODASI İNTERNETİ							
	Aylık		12 Aylık Ortalama		Yıllık Ortalama		Yıllık Değişim	BİSK - Ticari Bankalar	BİSK - Ticari Bankalar	MİB Çek Şehit	Tutar				
	Çek sayısı	Çek değeri (milyon TL)	Çek sayısı	Çek değeri (milyon TL)	Çek sayısı	Çek değeri (milyon TL)									
2011-06	85.537	2.480	72.8.028	24.0.980	5,2%	54,2%	52.575	19.881	514	87.714	88.880	1.076	18742.827		
2011-07	64.935	2.324	72.9.389	24.7.127	12,6%	38,8%	81.928	14.528	508	50.337	88.880	1.046	17098.757		
2011-08	66.829	2.178	75.6.178	25.6.887	15,1%	42,5%	90.709	14.239	507	51.094	88.880	1.021	17795.187		
2011-09	66.509	2.391	74.5.323	25.7.160	13,1%	40,1%	88.880	14.463	509	52.006	88.880	1.022	17673.337		
2011-10	61.144	2.281	74.9.218	26.9.980	12,2%	37,6%	81.144	14.264	507	48.880	88.880	1.044	17870.187		
2011-11	82.815	2.305	78.7.009	27.2.280	18,5%	43,0%	82.815	16.181	505	66.654	88.880	2.114	18000.178		
2011-12	78.914	2.588	77.9.189	27.2.890	15,1%	39,0%	78.914	17.094	472	56.418	88.880	2.018	18057.096		
2012-01	68.479	2.709	77.2.812	27.3.878	15,0%	38,8%	68.479	18.407	488	51.408	88.880	2.282	18000.178		
		2011-2012	50%	210%											
		ARALIK 2011-2012	30,3%	219,1%											
		2011-2012	17%	37%											



Translated in **7** languages



INTERNATIONAL TECHNOLOGY

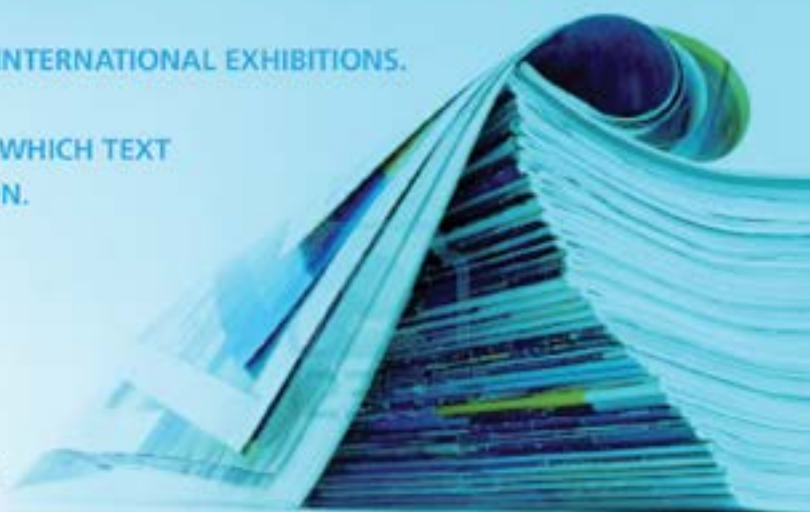
Machines, accessories and components for footwear and leather goods

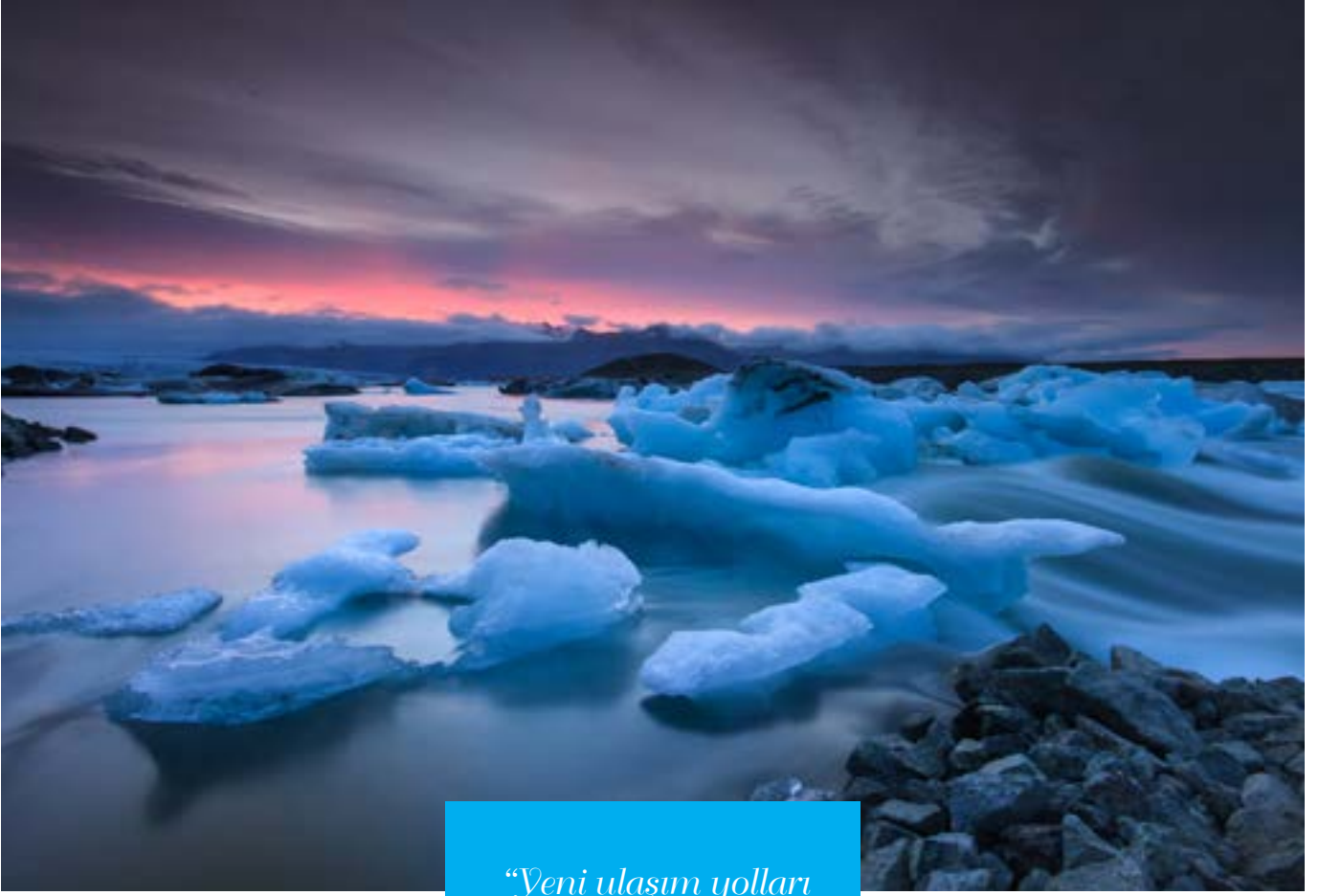
For over twenty years **International Technology** magazine makes a difference in the world of technology information, talking about footwear and leather goods, trend of market, materials and fashion.

- ATTENDANCE AT A SELECTED SHORTLIST OF INTERNATIONAL EXHIBITIONS.
- GREAT SPACE DEVOTED TO THE NEWS.
- CLEAR AND BALANCED GRAPHIC LAYOUT IN WHICH TEXT AND IMAGES ALLOW DETAILED INFORMATION.

INTERNATIONAL TECHNOLOGY

is on line on **www.shoemachinery.com**
With over 50.000 habitual visitors
we are the ideal partner for your business.





sistemleri günümüzde çok ilerledi. Geminin imdat çağrısını her yerden duyabilirsiniz, ama ilk müdahale Rusya'daki limanlardan yapılacak. Ayrıca o limanlar boyunca güvenliği sağlayacak bir teşkilatlanmayı da yapmanız lazım."

Bunun çevresel bazı sıkıntılar var. Ama gerçekçilik açısından bakarsak projeye yürür halde. Burada küresel şirketlerin de ciddi bir rekabeti olduğu görülüyor. Bu işi en başından nasıl tespit ettiniz ve hem dünya ekonomisi, hem de Türkiye'nin yapması gerekenler açısından görüşünüz ne?

"Küreselleşme ve Avrupa Birliği ile ilgili bir çalışma yapıyordum. Türkiye'ye döndükten sonra misafir öğretim üyesi olarak Avustralya'ya gittim. Orada Melbourne kentinde kaldım. Melbourne güney kutbuna çok yakın bir yer. Melbourne'da Tasmania dediğimiz, Hollanda büyüklüğünde bir adaları var. Burada güney kutbuna yönelik çalışma üsleri bu-

"Yeni ulaşım yolları geldi; ama biz farkına varmadık.

Zaten 2010 yılında Londra'dan kalkan ilk gemiler kuzey kutbu üzerinden Pekin'e vardılar.

lunuyordu. Ne yaptıklarına bakmak için gittiğimde gördüm ki Avustralya'daki ana akım güney kutbunun öne çıkması.

Avustralya güney kutbunun yüzde 40'ını almak istiyor. O konuda çalışma yapan bir bilim insanının da hayatını yazdım. Çok ilginç bulgular ortaya çıktı. Bizim için güney kutbu çok uzak bir yer, ama kuzey kutbu çok yakın. Hatta Washington'a oranla Ankara daha yakın. Ohlar ilgilenirken biz niye gözlerimizi kapatalım? Elbette bilimsel, hukuksal ve ekonomik çalışmalara bakıldığında çok daha gerideyiz.

Ama kuzey bölgesindeki değişimler bizi çok daha fazla etkileyecektir. Biraz daha detayına indiğimiz zaman şunu görüyoruz: İlk etapta kutup bölgesine muhatap ülkeler, yani ABD, Rusya, Kanada gibi ülkelerin ilgi alanında. Oysa bu alan sadece onları ilgilendirirse, insanlık için bir felaket olur. Çünkü orada 40 milyon km2 bir alan söz konusu. Bugün dünyanın en büyük coğrafi alanı sayılabilir. Bu bölgeyi sadece oraya sınırdaş olan ülkelere bırakamayız; bu felaket olur.

Sınırları olan 7 ülke kutup konseyini kurdular. Fakat bunun dışında kalan Çin, Almanya, İngiltere gibi ülkeler 'size bırakmayız' tavrını koydular. 'Konsey daimi üye olun; kararlara katılmayın' denildi. Türkiye'nin de daimi temsilci olma başvurusu var. Umarım ülkemiz sürekli üye statüsüne kavuşsun. Bununla ilgili çalışmalar yapılması lazım. Daha da kritik başlık ise devletin bir temsilcisinin olmasından çok, toplumun bilgilendirilmesi.

36 yıl Almanya'da kaldım. Tekrar gittiğimde gördüm ki en çok odaklandıkları çalışmalar bu konuyla ilgili. Şu anda Almanya'da 10 binden fazla uzman sırf,

“Dünyadaki mevcut petrolün yüzde 25’i çıkarılmamış olarak keşfedildi. Şu anki teknolojiyle bulunandan bahsediyorum.”

kutup alanında çalışıyor. Bir enstitü kurdular. 4 sene önce onlarla bağlantı kurduğumda 315 elemanları vardı. Bir ay önce gittiğimde bin 300 eleman çalıştırdıklarını gördüm. 4 sene önce bir gemileri bulunuyordu. Şimdi iki gemileri, bir de uçakları var. 80’i bilim insanı, 120 kişiyi ağırlayacak 5 yıldızlı otel şeklinde bir gemi düzenlediler. Gemiye güney kutbuna gönderiyorlar; yerinde analiz yapacak. Buzullardaki çalışmalarımız bizi 900 milyon yıl geriye götürebiliyor. Çalışmalar gösteriyor ki, eskiden oralar buzul değildi. Ekvator gibi ağaçlık, yeşillik alanlardı. Mesela kuzey kutbuna yakın bir ada var. Orada bir metre aşağıya indiğiniz zaman kömür madenleri olduğunu görüyorsunuz. Kömür madeni olabilmesi için bu bölgenin daha önce ağaçlıklarla kaplı olması lazım. Demek ki bir zamanlar böyle imiş. Dünyadaki mevcut petrolün yüzde 25’i çıkarılmamış olarak keşfedildi. Şu anki teknolojiyle bulunandan bahsediyorum.”

Buralarda işlem yapmak dünya açısından bir felaket doğurabilir. Fakat bu işin ideal boyutu. Gerçek hayatta bunu kimse umursamıyor ve tartışma da buradan çıkıyor. Ama ortak çıkarlar açısından neredeyse Kanada ile Rusya’nın müttefik olduğu bir durum, Kanada ile ABD’nin tartışma yaşadığı bir konu ortaya çıkıyor. Petrol, erimesi halinde tarım toprakları, dünya ticaretinin lojistik açıdan tamamen alt tarafın devre dışı kalması...

Dünya yeni tartışıyor?

“Petrol artık önemini yitirmeye başladı. Değerli topraklar ve madenler öne çıkı-

yor. Bilhassa uzay teknolojisinde kullanılan madenler üzerinde bir mücadele yaşanıyor. Bu konuda özellikle kuzey kutbu çalışmalarının ardından Çin’in tekelinin maden bazında kırılması söz konusu. Diğerleri daha değersiz olduğunu söylemiyorum ama nadir madenler bu bölgede var. Bu nedenle herkesin gözü onlarda. Entelektüellere sorun: Kanada ile ABD arasında bir tartışma çıkar mı? Şimdi var. Çünkü Alaska bölünürken, Kanada orada bir petrol avantajı ve kuzey doğu geçidinin kime ait olduğu tartışması yaşanıyor.”

Ruslar’ın geçtiğimiz aylarda kuzey kutbunda yer talebi oldu. Türkiye’de herkes şaşırıldı. Bu konu da bununla mı bağlantılı?

“İleri görüşlü bir yapımız olmadığı için böyle yaklaşıyoruz. Rusya’ya gelirsek, yeni deniz hukukunda şu var: Sahilden 200 mil ileri gittiğinizde orası sizin kullanma alanınızdır. Ancak deniliyor ki; eğer dağları- nız, tabi uzantınız denizin altından devam ediyorsa ve bunu kanıtlarsanız uzantınız 250 mile çıkabilir. Rusya kendisinin bu yapıda olduğunu iddia ediyor. İkinci fazda bilgi toplamayı tamamladı ve yeniden baş vurdu. Bu istek kabul edilirse bir buçuk Türkiye, Rusya’da devredilecektir. Danimarka, Norveç de bu taleplerle ortaa çıkıyorlar. Sadece bu nedenle Danimarka ve Norveç bizim Kardak adasına bener bir nedenle tartışıyorlar. Dert ada değil, 200 millik mesafeyi ada ile sınırlarına eklemek. Çünkü altında petrol var.”

Çevre çok önemli ama siz şunu söylüyorsunuz: Tasvip etmiyoruz ama olay çevre meselesi olmaktan çıktı. Bu uyarınızı biraz açar mısınız?

“Avrupa’ya baktığımız zaman emperyalist özellikli bir kıtadan bahsettiğimizi bilmemiz gerekir. Ama kendi içine dönük çevreci, insan haklarına sahip bir güler yüzü vardır. Bu fotoğraf Avrupa tarafından desteklenir de... Vitrindeki bu güzellik arkayı kamufle etmek içindir. Yani karar verici onlar değildir. Yapılan araştırmalar gösteriyor ki, en iyi ihtimalle bu alana bin tane holding girebiliyor. Bütün bu ekonomiyi gerçekten paylaşacak şirket sayısı da 30-40’ı geçmez. Rusya’da devlet eliyle holdingler yaratılıyor. Çünkü bu yarışta Ruslar’ın da olmasını istiyorlar.

Dünyadaki bu büyük holdinglerin iflas etme ihtimali olmadığı için konuyu tam anlayamıyoruz. Buradan bakınca faaliyet

alanı özel sektör gibi gözüküyor ama bu işletmeler devletlerin stratejik gördüğü kurumlardır.

Biz bazı şeyleri kendimize has yorumluyoruz ve hata yapıyoruz. İkincisi derin denizleri eklediğiniz zaman, ‘bunlar kimin sorusu’ gündeme geliyor. Çevreci iseniz insanların ortak malı dersiniz. Ancak işin detayına indiğiniz zaman şunu görüyorsunuz: Derin denizden çıkardığınız kârın yüzde5’ini BM’ye aktarırsanız, her şey serbest hale geliyor. Peki kim çıkartabilir bunu? Hangi ülkeler çıkarabilir?

Araştırmamızda bilgi, beceri ve ekonomiye sahip olanların sayısına baktık ki 30-35 ülkeyi geçmiyor. Bunların da içinde 8-10’u geçmeyen büyükler de öne çıkıyor. Bu devasa alanda sayısı bini aşmayan holdingler, devlet olarak da 10 ile sınırlayabileceğimiz ülkeler var. Yani büyük alanın paylaşılan bir grup var.

1960’tan beri dünyada gelir dağılımı açılıyor. Bunu hatırlamak lazım. 695 zengin insanın serveti, 130 ülkenin milli gelirinden fazla. Bu bir paylaşım kavgasıdır.

Bunun dışındaki ülkeler, insanlık bu paylaşımında kaybederse, bunun karşılığı olarak daha çok kaybetmek ve fakirleşmek gerçeğiyle karşılaşacak. Dolayısıyla dünyada yeni bir teşkilat kurulmalı ve paylaşımı adilleştirmeli. Çevreci arkadaşlarıma çok saygım var. Büyük bir uğraşı içerisindeler ve çok güzel de şeyler üretiyorlar. Çevre realiteye baktığınızda güç onların elinde değil. O yüzden sadece çevresel kaygılarla hareket etmek yerine, paylaşım meselesini de ön plana çıkarmak durumundayız.

Bu bölgede 10 bin yıldır yaşayan insanlar kaybediyorlar. Mesela eskimoların yüzyıllar boyunca kazandığı bilgiler, bugün geçerli olmaktan çıkıyor. Çünkü buzul artık kırılıyor. Balık tutmaya gidiyorlar; balık yok. Kutup ayısı, kutup tilkisi, balinası eksildi. Bunları kısmen de olsa bölgeyi gezen bir insan olarak söylüyorum.

Teknolojiyi kullanarak balık yakaladığınız zaman bir ağa 120 ton balık alıyorsunuz. Hindistan’ın güneyine gittim. Güneş doğarken eşimle sabah balıkçıları bekledik. 20 balık tenkesi geldi, sadece 5 kilo balık tutabilmişlerdi. İnsanların gözlerinden yaşlar geliyordu. O sahil boyunda 500 seneden beri balıkçı köyleri var. Neden kuruyor? Alaska’dan bir atımda o balığı hortumluyorlar.”

*Yeni deniz hukukunda
sahilden 200 mil ileri
gittiğinizde orası sizin
kullanma alanınızdır.
Ancak deniliyor ki;
eğer dağlarınız,
tabi uzantınız denizin
altından devam ediyorsa
ve bunu kanıtlarsanız
uzantınız 250 mile
çıkabilir.*



İtalya kıyıları deniz, güneş, sanat ve manzara sunuyor

Öyle bir tatil olsun ki içinde; deniz, güneş, eğlence, huzur ve sanat olsun diyenler için İtalya limanları ilk seçenekler arasında yer alıyor. Dünyanın gözünü kamaştıran Akdeniz'in güzelliğini İtalya otantizmiyle sunan gezi programları arasında, 13 metrelik özel teknelerle yapılan yeni tur seçenekleri yer alıyor. Bu turlar arasında yer alan 'Mavi Yolculuk'la unutulmaz 8 gün yaşanıyor.

*Akşam olduğunda
varılan her duraktaki
yerel İtalyan telli çalgısı
banjonun sesi size 'The Godfather'ı
anımsatırken, İtalyan
müziği eşliğindeki
İtalyan içecekleri
yanınızda sevdiklerinizle
birlikte iz bırakacak
bir yaşamışlık sunuyor.*



Güneşin kendini iyiden iyiye gösterdiği günlerde tatil planları yapılmaya başlandı. Yüzünü güneşe dönüp denizin kokusunu almak için Akdeniz, Akdeniz'in kalbine inip denizi koklarken sanatı ve doğayı hissetmek için de İtalya eşsiz bir seçenek. Peki, İtalya'nın Akdeniz'le

kucaklaştığı kıyıların tadına doyum olmaz güzelliğini nasıl yaşanabilir? Mavi yolculuk bu konuda cazip bir seçenek sunuyor.

5 İtalyan limanı ve İtalya'nın en güzel liman şehirleri geziliyor
İtalya'nın muhteşem batı kıyılarında ya-



vildona®

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

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



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



şanacak 8 günlük gezide 2'si ada limanı olmak kaydıyla toplamda 5 liman şehri geziliyor. Gezi turunun ilk gününde Atatürk Havalimanı'ndan havalanıp İtalya'ya varıştan sonra Agropoli Limanı'nda gidiyor. 6-8 kişilik bir grupta birlikte 13,36 metre uzunluğunda 4,43 metre genişliğinde 'Beneteau Cyclades 43.4' tipi lüks tekneye geçiliyor.

Lüks tekneye geçildikten sonra teknenin kaptanı teknede yaşam ve iş bölümü hakkında talimatlar veriyor. Kaptandan alınan talimatlar katılımcı ekibin önemli bir parçası haline getirirken turu daha da heyecanlı bir forma sokuyor. Gece olduğunda sabah çıkılacak engin deniz için hazırlıklar tamamlanıyor ve Agropoli Limanı'nda sefer başlıyor...

Tarihi sokaklar ve Aşıklar Yolu'nda yürüyüş

Sabah alınan demirle birlikte denizin kokusunu çinize çekerken doğa da tatilciyi içine çekiyor. Lüks teknenin ilk durağı Ortaçağ'da Amalfi Cumhuriyeti Limanı olan Positano. Positano'da denize inen tarihi sokakları geziyor, Collegiata Santa Maria Assunta Kilisesi'nde tarihi izledikten sonra Gran Plaj'dan Fornillo Plajı'na uzanan 'Aşıklar Yolu'nda yürüyorsunuz. Gece olduğunda Praiano veya Positano'daki köy festivalinde geleneksel sergilere katılabiliyor ya da Praiano'nun ünlü gece kulübü "Africana" da İtalyan folklor ürünü 'tarantella' müzik ve dans şovunu izleyebilirsiniz. Teknede geceledikten sonra M.Ö 79 yılında kurulan tarihi Roma şehrini geziyor oradan Sorgeto Körfezi'ne gidip profesyonel dalgıçlarla maske ve şnorkelle dalış yapıyorsunuz. Yorgun bir günü Sorgeto'nun ünlü termal sularında pişirilmiş yiyeceklerle ödüllendirirken, manzara ve ılık rüzgârla buluşmak mümkün.

Capri Adası ve Mavi Mağara'nın ürperten güzelliği

Gezi programı Ischia Limanı'na varışla



Since 1947 in the field of footwear and leather goods, ARS ARPEL GROUP bring you the latest news on collections from trade fairs and catwalks, materials and trends



ARSUTORIA
Shoes Magazine



ARPEL
Bags Magazine



arstrends.com
Web database of shoes, bags and materials



Arsutoria Trends Guide
Trend forecasting book: concept, colors palette, market analysis, materials preview



Arsutoria Sketch & Style
Original sketches and prototypes for shoes and bags



Arsutoria School offers training courses on footwear and handbags in Milan since 1947



SHOE PATTERNMAKING & PROTOTYPING
SHOE COLLECTION DESIGN

BAG PATTERNMAKING & PROTOTYPING
BAG COLLECTION DESIGN





yepyeni bir dünyaya kapılarını açıyor. Ischia Limanı'nda indikten sonra Aragonese Şatosu'nu geziyor ve tarihin sanata dönüştüğü anlar yaşıyorsunuz. Ünlü İtalyan şatosunu gezdikten sonra masallara konu olan Capri Adası'na seyreliyor ve Mavi Mağara'ya varıyorsunuz. Uzun ve masmavi bir deniz tüneli gibi hayal edilebilecek Mavi Mağara yolculuğunda güzelliğiyle ürperten türden bir deneyim yaşamak mümkün. Capri'nin ünlü sokakları, meydanları ve tarihi bahçeleri gezildikten sonra adanın yerel lezzetlerinin tadı çıkarılıyor. Gezi turu Ravello'da devam ediyor. Ravello'nun egzotik bahçeleri ve heybetiyle göz dolduran St. Andrea Katedrali görüldükten sonra Zümrüt Mağarası geziliyor. Akşam olduğunda varılan her duraktaki yerel İtalyan telli çalgısı banjonun sesi size 'The Godfather'ı anımsatırken, İtalyan müziği eşliğindeki İtalyan içecekleri yanınızda sevdiklerinizle birlikte iz bırakacak bir yaşamışlık sunuyor.



56th AYMÖD

spring/summer'17

İSTANBUL

Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı
International Footwear Fashion Fair

26-29 Eylül September 2016

CNREXPO
YEŞİLKÖY-İSTANBUL

online
bilet



f t in
cnraymod



İştirakçiler / In cooperation with



Destekleyenler / Supporters



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



Bir şirket nasıl batırılır?

Yıllarca uluslararası şirketlerde üst düzey yöneticilik yapan ve halen profesyonel hayatını sürdüren Özhan Atalay, 'Yöneticinin Başarısızlık Rehberi'ni yazdı.



yıllık ciroları 20 milyar Dolar'a dayanmış devasa firmalar. Bu tür firmaları idare etmek devlet idare etmek gibidir; tüm dinamikleri kendilerine özeldir.

Ceres Yayınları'ndan Özhan Atalay imzasıyla çıkan Yöneticinin Başarısızlık Rehberi, Türk iş dünyasına özgü saptamalarla öne çıkıyor. Atalay, dünyadaki örneklerin ülkemizde bir peri masalı gibi kaldığına dikkat çekerken "Türk yöneticilerine genel bir vizyon ve kitap okuma keyfi vermekten öte, fazla bir teknik yardım sağladıklarını düşünmüyorum. Türkiye'nin gerçekleri, firma ve kültürel özellikleri ABD'den çok farklıdır. Örneğin Karadeniz asıllı bir iş adamıyla bir ABD firmasını yönetir gibi çalışmaya başlarsanız, yakın zamanda yenilgiye uğrayacaksınız demektir" diyor.

Bu kitap, iş modeli tutmuş veya tutmamış olan firmalarda yapılan, bazen farkında olunmayan kişisel yönetim hatalarına dikkat çekmek amacıyla hazırlandı.

İster yeni iş kuruyor olun, ister bir firma sahibi ya da yönetici olun, kitapta anlatılan konular hakkında farkındalık yaşamanızın sizi iş hayatında birkaç vahim hatadan kurtarabileceği açık.

Ülkemiz şartlarına uygun yönetim kitapları sayısı oldukça sınırlı. Şirket yönetim kitabı veya şirket yönetimi denildiğinde akla hemen başarılı Amerikan şirketleri, CEO'ları geliyor. Pek çok kitap, yurtdışından tercüme edilerek yayımlanıyor. Yazılan hemen her yönetim kitapta anlatılan firmalar Fortune 500 listesine girmiş, binlerce kişinin çalıştığı,

“Türkiye’nin gerçekleri, firma ve kültürel özellikleri ABD’den çok farklıdır. Örneğin Karadeniz asıllı bir iş adamıyla bir ABD firmasını yönetir gibi çalışmaya başlarsanız, yakın zamanda yenilgiye uğrayacaksınız demektir.”



272 sayfalık kitabın önsözünde bir Çin Atasözü’ne atıfta bulunuluyor: “Başarı belki insana çok şey öğretmez, fakat başarısızlık çok şey öğretir.” İşte özet de tam bu cümlede gizli...

İşte kitabın önsözünden size sunabilecekleri:

“Başarıların sihirli bir anayasası yok, ancak başarısızlıkların var. Başarı bir bütündür. İş modeli tutmamış bir firmaya, isterseniz dünyanın en iyi yöneticisini getirin, işe yaramayacaktır. Bazı şeyleri yapmak başarılı olmamızı sağlayamaz, evet! Ancak bazı şeyleri uygulamak/uygulamamak muhtemelen başarısız olmamıza neden olacaktır. Öyle şeyler var ki, bunları yaptığınızda başarılarınıza gölge düşürebilir, para, zaman, moral kaybedersiniz. Bazen de her şeyinizi kaybedebilirsiniz.

İster yeni bir iş kuruyor olun, ister bir firma sahibi ya da yönetici olun, kitapta anlatılan konular hakkında farkındalık yaşamanızın sizi iş hayatında vahim hatalardan kurtarabileceğinden eminim.”

Kitap hakkında yazarın dilinden kısa bilgi

Kitapta, aynı konu içinde ikilemlere rastlayacaksınız; bir şeyin yanlışlığına işaret ederken, bazen de tam tersinin yapılması gerektiği şeklinde şaşırtıcı terslikler görebilirsiniz. Yer, zaman ve durum kavramına göre yapılması gerekenler bazen tam tersine dönebildiğinden, bu düalliteleri de dile getirmek istedim.

Elbette kitapta yazılı olanlar, verilmiş örnekler, yaşanmışlıklar, kişilerin tamamını yargılayıp bir kalıba sığdırmaya yönelik değiller. Her insan kendi başına çok özel-

dir, kimseye benzemez; firmalar da öyle. Her durum da kendine özeldir. Kitabın içeriğinden veya örneklerinden kimsenin üzerine alınmamasını rica ediyorum.

Yazım dili konusunda da söylemek istediğim bir şey var: Öğüt verir gibi ya da yargılayıcı yaklaşımlar ruhuma ve yapıma taban tabana zıttır. Herkesin yaşadıkları ve yaşaması gerekenler birbirinden farklıdır. Bana göre hiçbir şeyin de yüzde yüz doğrusu yoktur; bugün doğru dediğiniz şey, yıllar sonra bir bakarsınız yanlış olmuştur. Ancak Türkçe dil kullanımında bu açıdan yetersiz kaldığından, istesem istemesem de yer yer bu böyle bir üslup kullanmak zorunda kaldım. Burada ifade etmek istediğim, kitapta yazarların kesin hükümler içermesi değil, benim tecrübelerimin bu yönde gerçekleştiği.”

66 bölümden oluşan kitabın içeriğindeki başlıklardan bazıları:

İş Modeli Nedir?; Ego Tuzağına Karşı Farkındalık; Sadece Güven Üzerine Oturtulan İlişkiler; Arkadaş veya Tanıdık ile İş Yapılır mı?; Öngörülebilir, Bazen de Öngörülemez Olmak; İşyerinde Dedikodu; Yerli ve Uluslararası Firmaların Kültür Farkları; Bir Türk Aile Firmasını Kurumsallaştırmak; Kurumsallaşma ve Yeni Kuşağı Hazırlama Zamanı; Kronik Fazla Meseleler; Pazar Payınız Artık Büyüyemeyecek Kadar Büyüdüyseniz; Bir İşin Yanında Farklı Bir Tane Daha Geliştir; Bir İş Tutmadığında Çekilebilmesini Bilmek; Quiznos-Sub Sub Akmerkez’in Hikâyesi...

Özhan Atalay kimdir?

İstanbul doğumlu olan Özhan Atalay, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi’nden mezun oldu.

İş hayatına STFA İnşaat A.Ş.’de başladı. Askerlik sonrası lisan öğrenimi için İngiltere’ye gitti. Dönüşte Swissotel İstanbul’un açılışını yapan ekipte yer aldı. Beş yıl sonra Skor Yönetim Danışmanlığı’nı kurdu. IT-ERP sistemleri kurulması, mali müşavirlik, verimlilik artışı ve yeniden yapılanma konularında hizmetler verdi. İngiliz ortakları ile birlikte Omicron Financials adlı dünya çapındaki ERP Sistemi’ni Skor Financials adında, Türkiye’ye uyarlayıp satış ve desteğini gerçekleştirdi. İngiltere bazlı Jeff Cote Donnisson firmasının Türkiye ortağı olarak uluslararası vergi planlaması hizmetleri verdi.

Daha sonra tekrar profesyonel hayata atıldı; Teknoloji Holding’de (Hitay Investment Group) icra kurulu üyesi CFO olarak, Schindler Asansör A.Ş.’de Genel Müdür Yardımcısı, Premdor Masonite Kapı Sanayi A.Ş.’de Genel Müdür, Muratlı Karton A.Ş.’de Genel Müdür Yardımcısı, Vega Services Inc. ve Century 21 Türkiye’de Genel Müdür olarak çalıştı.

Birçok firmanın yeniden yapılandırılmasını gerçekleştirdi, kârlılıklarını artırdı. Verimlilik artırma, kârlı büyüme, şirket kurtarma, maliyetleri düşürme, kurumsallaşma, yön değişikliği, zarardaki firmaları kâra taşıma, organizasyon ve strateji değişiklikleri konularında başarılar elde etti.

Atalay, iş modeli tutmuş, ancak çeşitli nedenlerden dolayı bir türlü kâr edemeyen firmaların zararını azaltma, kârlı firmaların ise kârlarını artırma konularında danışmanlık, ayrıca yeni TTK ve SPK’ya göre Bağımsız Profesyonel Yönetim Kurulu Üyeliği de yapıyor.

Durgunluk döneminde durmayan kazanır

Genel olarak işlerin yavaşladığı durgunluk döneminde tüm maliyetleri azaltma çabasına giren firmalar en başta pazarlama ve reklam bütçelerini kısma eğilimindedir.

Emine TENKECI

Kontrast Reklam ve Danışmanlık
Yönetici Ortak
emine@kontrastiletisim.com



Çünkü aslında pazarlama ve pazarlamanın önemli bir unsuru olan reklam, çoğu zaman etkisi tartışılan ve kar üreten bir araç olarak değerlendirilmez.

Oysa yapılan çeşitli araştırmalar durgunluk dönemlerinde pazarlama faaliyetlerini ara vermeden sürdüren firmaların, durgunluk sonrasında diğer firmalara göre daha güçlü bir konuma geldiğini göstermiştir.

Durgunluk döneminde pazarlama faaliyetlerinden vazgeçmek orta ve uzun vadede doğru bir çözüm olmadığına göre; atılması gereken ilk adım, mevcut hedef ve stratejilerin gözden geçirilerek bu geçici döneme göre yenilenmesidir.

İşlerin çok da yolunda olmadığı durgunluk döneminden zarar görmeden ve hatta belki daha da güçlü çıkmak için ümitsizliğe kapılmadan daha çok çalışmak gerektiği kesin. Yapılacaklar listesi çok uzun ve çeşitli. Maliyeti yok denecek kadar az ancak etkisi yüksek bazı önerileri aşağıda sizler için özetledik.

Durmamayan kazanır...

• Elinizdekine odaklanın

Bütçelerin sınırlandığı durgunluk döneminde yeni müşteri elde etmenin yüksek

“İşlerin çok da yolunda olmadığı durgunluk döneminden zarar görmeden ve hatta belki daha da güçlü çıkmak için ümitsizliğe kapılmadan daha çok çalışmak gerektiği kesin.”

maliyetlerini karşılayamayacak olabilirsiniz. Böyle zamanlarda eldeki müşteriye odaklanarak sizde kalmasını sağlamaya daha çok zaman ve emek harcamak gerekir.

Müşteriler ile yakın teması sürdürmek, ihtiyaçlarını dinleyerek çözümler üretmek firmanızın müşteri ile olan ilişkisinin güçlenmesini sağlayacaktır. Yakın ilişkisi içinde olduğunuz müşterinize sunacağınız özel çözümler, satış koşulları, kampanyalar gibi bazı öneriler satın alımlarını da arttıracaktır.

• Veri tabanınızı kullanın

Yazıyı okuyan bir çok kişinin, veri tabanı mı, ama bizim bir veri tabanımız yok ki ya da çok dağınık dediğini duyar gibiyiz.

Önemli değil, bu dönemi veri tabanınızı toparlamak ve olabildiğince bu bilgilerden yararlanmak için bir fırsat olarak görmelisiniz.

Potansiyel müşterilerinizi listeleyin, iletişim bilgilerini derleyin. Potansiyel müşterilerinize nasıl ulaşacağınızın ve firmanızı ve ürünlerinizi nasıl tanıtacağınızın kararını verin. Bu dönemde ilk hedef satış yapmaktan daha çok ilişkiyi başlatmak ve varlığını hatırlatmak olmalıdır. Sunduğunuz ürün, hizmetlerin sağlayacağı faydayı doğru bir şekilde ortaya koymalı ve doğru zamanlarda ve mecralarda bunları potansiyel müşterileriniz ile paylaşmalısınız.

• Kalitenizden ödün vermeyin

Sizin sunduğunuz ve müşterilerinizin alışık olduğu ürün ve hizmet kalitenizi her ne nedenle olursa olsun kesinlikle aşağıya düşürmeyin.

Daha çok satılsın diye fiyatı aşağı çekmek için kaliteden taviz vermeyin.

O dönem için daha düşük kaliteli ve fiyatlı ürünler ile satışınız artsa dahi durgunluk geçtiğinde firmanıza yapışmış olan kalitesiz imajını ortadan kaldırmanın zaman ve para maliyeti daha yüksek olacaktır. Aynı zamanda uzun süreli ilişki kurduğunuz müşterinizin firmanıza olan yaklaşımını olumsuz etkileyecektir.

• Dijital kanalları kullanın

Henüz bir çok firmanın web sitesinin dahi

olmadığı bir sektör için biraz ütöpik gibi görünebilir bu madde. Ancak internet ortamı potansiyel müşterilerin size ulaşması açısından çok önemli. İyi bir web sitesi internette araştırma yapan potansiyel müşterinin, siz hiç bir şey yapmadan, size doğrudan ulaşması için en etkili araçlardan biridir.

Bulunduğunuz sektör itibarı ile çok geniş kitlelere ulaşmak durumunda değilsiniz. Web siteniz ile birlikte hedef kitlenize uygun olarak belirleyeceğiniz doğru içeriği doğru zamanda facebook, youtube, twitter, e-mailing, gibi sosyal ağlarda paylaşın. Bu kanallarda vereceğiniz mesajlar hedef kitleniz ile kuracağınız bağın niteliğini belirler ve adeta satış temsilcilerinizin yerini alır.

Bunun dışında normal pazar koşullarında ya da durgunluk dönemlerinde farketmez, daima akıllarda tutulması gereken 3 konuyu tekrar hatırlatmak isteriz.

- Her geçen gün talepleri artan müşteriyi mevcut standart ürünler sunarak memnun etmeniz ve bağlılığını sağlamanız mümkün değil. Bunun yerine müşteriye özel çözümler üretmelisiniz.
- Müşteriye özel çözümleri sunarken her aşamasında satış desteği sağlamalısınız.
- Katma değer sağlayan çözümler sizi diğerlerinden ayıracak ve tercih edilmenizi sağlayacaktır. Sunduğunuz çözümlerin katma değerini müşterinize iyi anlatmalısınız.



E-ticaret yasası, tüketici ve şirketlere neler getirdi?

Dünyanın önde gelen B2C pazarlama bulut çözümleri sağlayıcılarından Avusturya merkezli teknoloji şirketi Emarsys'in Ülke Müdürü Emre Güzey, geçtiğimiz yıl Mayıs ayında yürürlüğe giren yeni e-ticaret yasasının, geride kalan 1 yıllık zaman diliminde tüketicilere ve şirketlere neler getirdiğini açıkladı.



İnternet üzerinden yapılan tüm ticari iletişimi, elektronik ticarete ilişkin yapılan sözleşme ve bilgi verme yükümlülüklerini düzenleyerek belli kurallara bağlayan 6563 no'lu "Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun" ile müşteri odaklılığın zorunluluk haline geldiğini belirten Emre Güzey, yeni yasayla birlikte e-ticaret sektöründe daha emin ve doğru adımlar atıldığını ve tüketicilere ait verilerin segmente edilmesinin değer kazandığını belirtti.

Yeni yasa tüketicilere neler getirdi?

1. İstenmeyen e-posta ve SMS dönemi sona erdi

Yeni kanunla birlikte internetten alışveriş anlamında en çok şikayet edilen konuların başında gelen istenmeyen e-posta ve SMS gibi uygulamalar büyük oranda azaldı. Yazılı ya da elektronik olarak alınmış herhangi bir onay olmadan, şirketlerin tüketicilere ileti gönderme oranı düştü.

2. Kişisel bilgiler yasa ile korundu

Yeni kanun bilgi verme yükümlülüğü ve kişisel verilerin korunması alanında önemli değişimleri beraberinde getirdi.

Kişisel veriler, eğer 3. kişilere iletilecekse veya başka amaçlarla kullanılacaksa, kişisel veri sahibinin onayının alınması zorunlu hale geldi.

3. Reddetme hakkı sunuldu

Yeni yasayla tüketicilere aldıkları e-posta, SMS gibi ticari elektronik iletileri diledikleri zaman ve gerekçesiz olarak almayı reddetme hakkı sunuldu. Cezai yaptırımlar açısından ise, ticari iletinin reddedilmesi, bu iletinin içeriği, bilgi verme yükümlülüğü ve elektronik ortamda sipariş verilmesine ilişkin düzenlemelere aykırı davranan şirketlere para cezası verildi.

Yeni yasa şirketlere neler getirdi?

1. Müşterilere yönelik haksız ticari uygulamalar ortadan kalktı

Yeni kanun ve yönetmelikle, e-ticarette haksız ticari faaliyetler büyük oranda ortadan kalktı. Müşterisinden izin alan, yasa şartlarına uyan ve müşteri verisini segmente eden şirketler bir adım öne çıktı.

2. Tüketici odaklılık zorunlu oldu

Tüketici odaklılık e-ticaret şirketleri için zorunluluk haline geldi. Tüm kurumlar, tüketicilerinin gizliliğine önem veren ve

onların haklarına saygı duyan bir pozisyona geçti.

3. E-ticarete olan güven arttı

Özellikle Türkiye’de e-ticaretin büyümesinde büyük bir bariyer olan e-ticarete güven konusunda önemli adımlar atıldı. Yasal düzenlemelerle tüketicilerin tüm hakları koruma altına alındı ve tüketicilerin kurumlara olan bakış açısı değişti.

4. Bilgi verme yükümlülüğü getirildi

Yeni kanun bilgi verme yükümlülüğü alanında önemli değişimleri beraberinde getirdi.

Bilgi sunma yükümlülüğüyle, e-ticaret şirketlerinin kendileri hakkında ve izlenecek teknik adımlar gibi konulara dair bilgiler vermeleri sağlanarak, tüketicilerin güvenli ve kolay bir şekilde ticari faaliyetlerini tamamlaması hedeflendi.

5. Tüketicilere ait bilgiler önem kazandı

Yeni kanun ile tüketicilerin kişisel verilerinin toplanması, depolanması gibi adımlar şirketler özelinde önem kazandı. Şirketler, verileri anlamlı hale getirip kullanmadıkları takdirde, harcanan zamanın ve bütçenin çöp olacağını dikkate almaya başladı.



Ayakkabı sektörünün dijital çağı

Özellikle son 4 yıldır sosyal medya platformlarında online çalışmalarıyla yer alan sektörün içinden birçok firma, ayakkabının dijital çağından memnun.



Serkan BALTA
Yazılım Mühendisi

Günümüz tüketici alışkanlıklarının Facebook ve Instagram gibi sosyal medya mecralarda yeşerdiği, akıllı telefonlarından sipariş alıp, veren jenerasyonların bir üst jenerasyonları da özendirerek kapıya getirdikleri alışveriş dünyasından merhaba. Giyim, tekstil, kozmetik vs. derken ayakkabı sektörü de tabi ki bu mecrada yerini aldı. Büyük markaların sosyal medya üzerinden yaptıkları duyurular, kampanyalar, alışverişe yönlendirmeler, sponsorlu reklam platformları, daha da son kullanıcıya hitab eder oldu. Yani artık Instagram sayfanızda aşağı doğru sürüklediğiniz arkadaşlarınızın gönderileri arasında birden karşınıza buzdolabı reklamı çıkarsa şaşırmayın.

Ayakkabı üretiminden ayakkabı yan sanayisine kadar, artık kendi sosyal medya hesaplarına sahip ve tutarlı yayınlarla ; ismini çok daha geniş kitlelere duyuran bir zincir bulunmakta. Bu zincirde halkalar sadece satış odaklı değil, tanıtım ve bilinirlik üzerine kurulu içeriklere de sahipler. Tabi ki bu durum hem kolay iletişimi hem de yeni çağın gereksinimlerini yerine getirmiş olmanın verdiği rahatlığı da sağlıyor.

Sosyal medya öne çıkıyor

Sektörde üretimden, yan sanayiden, aksesuardan direkt olarak ana akım sosyal medya devlerine bağlanan tanıtım sayfaları; günlük yayınlar, ürün çekimleri ile süslenmiş imaj kolajları, etkileşimler, beğeniler, yorumlar derken dijital medya

ayakkabıcılıkta marka değerine etki eden önemli bir platform haline geldi.

Nihai kullanıcıların bu platformlarda bir ayakkabının taban özelliklerini sorması, kalıbı hakkında bilgi istemesi, topuk boyunu öğrenmek istemesi vb. gibi örnek olabilecek birçok etkileşimde bulunması aslında tüketicilerin ne denli seçici ve bilinçli olduğunu göstermektedir. Zamana ayak uydurmak adına deneyerek ve görerek alışveriş yapan tüketicilerin de aslında bu mecrayı yakından izleyerek takip ettiklerini biliyoruz.

Bilinenin aksine istatistikler son 4 yıl için online alışverişlerde erkek modasının ve özellikle ayakkabı, takı – aksesuar ürün gamlarında bayanlara oranla yüzde 7.68 daha yüksek olduğunu gösteriyor. Her ne kadar şaşırtıcı olsa da, erkek kullanıcının alışveriş alışkanlığı beğeni durumuna göre çok farklı boyutlara ulaşabiliyor. Örneğin marka bilinirliğinin yanı sıra, sağlamlık ve kaliteye bakılırken, fiyat algısı üretimin başarısına göre oluşuyor. Bayan tüketici için durum biraz daha karmaşık, malesef tahmin edilebilir bir ölçüm dünyanın hiçbir yerinde mevcut değil.

Özellikle son 4 yıldır sosyal medya platformlarında online çalışmalarıyla yer alan sektörün içinden birçok firma, ayakkabının dijital çağından memnun. Dünyanın gelişmiş birçok ülkesinde olduğu gibi, sosyal yaşamın kalitesine ait bir parça haline gelen bu özgürlüğün bizim ülkemizde de gayet başarılı bir düzeyde olması gerçekten sevindirici.

56th AYSAF

'17 autumn winter

Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı

International Exhibition for Footwear Materials, Components, Leather and Technologies

23-26
kasım
november
2016

CNREXPO
YEŞİLKÖY-İSTANBUL

cnraysaf.com



cnraysaf



CNR EXPO Yeşilköy 34149 İstanbul, TURKEY ☎ +90 212 465 74 74 📠 +90 212 465 74 76-77 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

CNRHOLDING





KÖMMERLING

Yapıştırıcıları

TECNOGI

Fort - Bombe
Malzemeleri

SOTAŞ

chemical company

Yapıştırıcıları



SALAMANDER

BONDED LEATHER

Salpa-Rejenere Deri



NASTRITEX

Saya Lastikleri



MOENUS

Çivileri



Finisaj Malzemeleri



GOM

Yapıştırıcıları

Solapur

Taban Yapıştırıcıları



TECNOGI PLAST

Takviye Malzemeleri

Monta Makinası
Yapıştırıcıları

GIARDINI

Synthetic Leathers

Suni Deri



Merkez
☎ +90 232 436 21 70
☎ +90 232 436 21 75
Egemenlik Mah.
6130 Sok. No: 12 35070
İşikkent / İZMİR - TR

İstanbul Şube
☎ +90 212 549 98 80
☎ +90 212 671 26 78
Ziya Gökalp Mah. İzbeli
OSB Aykocan Sanayi Sitesi
2. Kısım B. Ada C Blok
34300 Başakşehir / İSTANBUL - TR

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



chemical company