

2023 için stratejik adımlar

Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, 2023 Sanayi ve Teknoloji Stratejisini açıkladı. Stratejide, yüksek teknolojlili ürünlere yatırım ve bunların ithal ikamesi öncelikli hedefler.



5 PUANLIK ARTIŞ

Milli gelirden imalat sanayisinin payını 2023'e kadar 5 puan artıracak bir yol takip edeceklerini belirten Bakan Varank, "Ar-Ge, Ür-Ge, yatırım, pazarlama ve ihracat süreçlerini uçtan uca yönetecek, alıcı ve üreticiyi aynı anda teşvik edeceğiz" dedi. ■ 8'de



Öncelikli ürün dönemi başladı

Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi Programı kapsamında özel teşvik verilecek teknolojik ürünler için ilk liste açıklandı. Öncelikli olarak makine

sektörünü kapsayan listede; metal işleme makineleri, servo teknoloji ürünleri, robotik sistemler ve üç boyutlu yazıcılar da yer alıyor. ■ 8'de

Milli teknoloji hedefi TURCORN

Sanayi ve Teknoloji Stratejisi'nde milyar dolarlık yerli unicornlar için destek işaretleri verildi. Buna göre 2023'e kadar 10 'Turcorn' çıkarılacak.

İTO Başkanı Şekib Avdagiç, "Bilgiyi Ticarileştirme Merkezimizde Türkiye'ye ait unicornlar çıkarmayı ana hedef olarak belirlemiştik. Bu hedefin, devletçe de benimsenmesinden ve strateji belgesine eklenmesinden büyük memnuniyet duyduk" dedi. Avdagiç, "Bundan sonra Türkiye'nin teknolojik ürünlere ve üretime karşı bir algıda seçicilik geliştirmesi lazım" diye konuştu.



Geleceğin mucitlerine Teknofest aşısı

TEKNO-FEST İstanbul, yüzbinleri gelecek hayallerinde buluşturdu. Mucit adayları çocuklar ve gençler festival alanında geleceğin teknoloji ürünlerini bire bir inceleme imkanı buldu. Dev etkinlikte sergi alanları açan SAHA İstanbul ve Teknopark İstanbul da büyük ilgi gördü. ■ 20'de



İSTANBUL TİCARET

"Ticaret, milletin emeği ve üretimini kıymetlendirmek için eline ve zekasına emniyet edilen ve bu emniyete layık göstermesi gereken adımdır."

Ş. Avdagiç

20 EYLÜL 2019 YIL: 61 SAYI: 3076

ISSN 1300-3666

İSTANBUL TİCARET ODASI YAYINI

www.itohaber.com



Rusya'da gayrimenkul şov

Müteahhitler, Moskova'da Ruslar'a Türkiye'deki gayrimenkul projelerini sundu. Halen Türk müteahhittik firmalarının Rusya pazarında 73,7 milyar dolar değerinde 2 bine yakın projesi bulunuyor. Türk firmaları konut projelerinin yanı sıra otoyol, stadyum, enerji, havaalanı ve AVM gibi katma değeri yüksek projeleri yürütüyor. ■ 12'de

İhracatta gelir markayla katlanıyor

Geçen yıl 1,4 trilyon dolar ihracat yapan Almanya'nın ihracatta kg değeri 6,7 euro oldu. Türkiye'nin ihracatı da markalı olsaydı, mevcut hacimle ihracat geliri 1 trilyon 125 milyar dolara çıkardı. Bu hedefle yurt dışındaki Türk markalarının mağaza sayısı 5 bine yaklaştı. Ancak, KOBİ'lerin reklamla yetinmeyip, markalaşma için planlı ve uzun vadeli çalışmalar yürütmesi gerekiyor. Şeref Kılıçlı ■ 10-11

Özgün olan marka TESCİLİ KAZANIR

Türk Patent ve Marka Kurumu yetkilileri ile marka vekilleri, marka başvurularında red kararlarını tartıştı. İTO'daki seminerde yetkililer "Her işaret marka olamaz. Ayırt edici özelliğe veya ayrıntılara sahip olmalı" uyarısı yaptı. ■ 9'da

Körfez otel pazarına ilk adım

Konaklama endüstrisindeki Türk firmaları Dubai'de gövde gösterisi yaptı. 500 milyar dolarlık Körfez otel pazarından pay almak isteyen 73 Türk firması, fuarın ilgi odağı oldu.

490 milyon kişi İstanbul'a bakacak



TripAdvisor İstanbul sayfaalarının yönetimini bir yıl süreyle İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu (ICVB) yapacak. Aylık tekil ziyaretçi sayısı 490 milyon

olan TripAdvisor platformundaki hedef; İstanbul'a 'Dünyanın 1 Numaralı Destinasyonu' unvanını kazandırmak. Şeref Kılıçlı ■ 7'de

YAKIN TAKİP

Dubai'deki The Hotel Show'un Türkiye milli katılımını ilk kez bu yıl İstanbul Ticaret Odası düzenledi. Türk firmaları, ürün ve hizmetlerini sergilerken, Körfez'deki inşa halindeki otel ve restoranları yakın takibe aldı.

GELİR KATLANIR

Fuarı değerlendiren İTO Başkanı Şekib Avdagiç, "Körfez ülkelerinde 708 otel inşaat aşamasında. Dubai'de Expo 2020'ye kadar 40 bin yeni otel odası yapılacak. Bundan güzel iş fırsatı olmaz" dedi. ■ 5'te



Girişimcilikte startup farkı



BTM'nin öncülüğünde startup girişimcilik, her geçen gün Türkiye'de de geliyor. Böylelikle girişimcilik literatürümüz

yeni yeni kavramlar kazanıyor. Yeni nesil startup girişimcilik, birçok yönüyle geleneksel girişimcilikten ayrılıyor. ■ 2'de

Şanhay'dan ticaret daveti

Şanhay Uluslararası Ticaret ve Tanıtım Konseyi'nden sonra Şanhay Sanayi ve Ticaret Odası Federasyonu da İTO'yu ziyaret etti. Heyet üyeleri, Türk firmalarını Şanhay Serbest Ticaret Bölgesi'nin imkanlarından yararlanmaya, Çin'e ihracat yapmaya davet etti. ■ 6'da

Kış turizmi bölgelerinde girişimci avı



Franchise veren markalar yazlık semtlerden sonra, kış turizminin canlı olduğu illeri gözüne kestirdi. Markalar, gıdadan sağlığa kadar birçok alanda; kış turizminin yaygın olduğu bölgelerde girişimci avına çıkıyor. Ceyhan Kuburlu ■ 18'de

Startup girişimciliğini farklılaştıran 5 özellik

BTM'nin öncülüğünde startup girişimcilik, her geçen gün Türkiye'de de gelişiyor. Böylelikle girişimcilik literatürümüz yeni yeni kavramlar kazanıyor. Peki gelişen bu yeni nesil girişimciliğin geleneksel girişimcilikten farkı nedir? 5 maddede temel farklılıkları inceledik.

BİLGİYİ Ticarileştirme Merkezi (BTM), iki yılı aşkın bir süre yenilikçi iş fikrine sahip girişimcilere destek oluyor. Türkiye'de adını yeni duyuyor olsak da girişimcilik ekosistemine yeni yeni kavramlar kazandırıyor. Startup, unicorn gibi kavramlar ilk akla gelenler... Peki bunların geleneksel girişimcilikten farkı veya farklıları neler?

Geleneksel Türk ekonomisine yeni bir soluk getiren 'startup' mantığını ve startup ile çok karıştırılan geleneksel girişimciliğin farklarını 5 maddede inceledik.

1 - PROBLEME BAKIŞ AÇILARI

Geleneksel girişimler çözüm üretilmiş bir problem üzerinden ilerlerler. Bir kuaför açmak bunun en güzel örneklerinden biri. Bu tür girişimler, halihazırda çözüm üretilmiş formülü günümüze göre yeniden yapılandırarak ilerlerler. Yeni nesil girişimler ise çözüm bulunamamış ya da çözüm aranmamış problemlere çözüm bulmaya odaklıdır. Bunun yanı sıra halihazırda çözümünü bulunan bir sorunu da daha hızlı veya efektif olarak çözmekte yeni nesil girişimlere örnek. Bu problemleri çözerken genellikle teknolojiyi kullanırlar. Sürekli Ar-Ge çalışmaları yaparlar. Geleneksel girişimler birbirini taklit ederken, yeni nesil girişimler sürekli olarak insanların farklı sorunlarını çözmeyi hedefler.

2 - RİSK ANALİZİ

Her girişim her zaman bir risk taşır. Fakat geleneksel girişimler çözüm

üretilmiş problemler üzerinden ilerlediği için kurdukları iş modeli genellikle tutar ve yeni nesil girişimlere göre daha az risk taşır. Yeni nesil girişimlerin karşılaştıkları en büyük sorun, çözmeye çalıştıkları problem üzerine yapılmış örneğin olmaması ya da denenen projelerin çokta başarılı olmamasıdır. Bu durum, girişimin kuruluş ve ilerleyiş sürecinde çeşitli hatalar yapmasına sebep olabilir.

3 - KÂR AMACI GÜTME

Geleneksel girişimler kâr amacı gütmek üzerine kurulmuşlardır. Yeni nesil girişimlerden özellikle sosyal girişimcilik alanı kâr amacı gütmeyi yaratmayı amaçlayan bu girişimler, ürün satışı, çeşitli etkinlikler ve bağışlarla elde ettikleri kârı kendileri için değil farklılık yaratacakları konuya harcarlar. Genelde bu alanda kurulmuş ayrı girişimler olsa da son zamanlarda kâr amacı güden birçok büyük girişim, sosyal girişim projeleri yapıp bunlara destek veriyor. Aynı zamanda kâr amacıyla kurulan yeni nesil girişimlerde iyi bir iş modeliyle zaman içerisinde elde edilebilecek kâr baz alınarak değerlendiriliyor. Geleneksel girişimlerin aksine yeni



nesil girişimler ilk başlarda zarar da etse getirileri katlanarak artabilir.

4 - PAZAR DEĞİŞİMİ

Geleneksel girişimler kendilerini ne kadar günümüze uyarlamaya çalışsalar da iş modellerinden dolayı çok bir farklılık ortaya koyamazlar. Yeni nesil girişimler ise yenilikçi fikirlerle aşırlar. Çağın gerektirdiği hız ve değişime ayak uydurabilirler. Farklı iş modelleri ile karşımıza çıkan yeni girişimler, şu an hayatımızda

olmayan bir şeyi birkaç yıl sonra vazgeçilmez kılabilir ve pazardaki değişimi yönlendirebilirler. Değişimin kendisi olan yeni nesil girişimler aldıkları geç aşama yatırımları sayesinde yeni pazarlara kolay adapte olan ürünleriyle müşteri kitlesini geometrik olarak artırır.

5 - HİTAP ETTİĞİ ALAN

Geleneksel girişimler genelde yerel ve bölgesel girişimciliği benimsiyor. Yerel girişimcilikte iş piyasası

hedeflenirken, bölgesel girişimcilikte belirli bir bölgedeki problemlere hitap eder. Bulundukları bölgenin tüketim alışkanlıkları ve kültür yapısı, iş modelleri için önemlidir. Bu iki etkenin sundukları ürün üzerinde önemli etkisi vardır. Yeni nesil girişimler ise ülke ve dünya çapına hitap ederler. Bu tür girişimlerin ürün ve hizmet yelpazesi oldukça genişir. İş modelleri, ülkenin ve dünyanın ortak bir sorununa çözüm bulmaya odaklıdır.

SIAL CANADA 2020

Montreal / Kanada
15-17 NİSAN 2020

Türkiye Milli İştiraki
İstanbul Ticaret Odası Organizasyonu

DÜNYANIN GIDA PROFESYONELLERİ AMERİKA KITASINDA BULUŞUYOR

SIAL CANADA 2020

- 25.000 m² katılım alanı
- 50 ülkeden 1200 katılımcı
- 60 ülkeden 25.000 üzeri ziyaretçi
- SIAL Markasının ayrıcalığı ile Amerika kıtasındaki profesyonellere doğrudan ulaşım
- Katılımcı firmaların %95 memnuniyeti

ÖDEME PLANI

- Minimum stant alanı : 9 m²
Katılım bedeli : 5.000 TL/m²
1. Ödeme : Talep edilen m²x 1.000 TL
Başvuru ile birlikte
2. Ödeme : Kalan bedelin %50'si
10 Ocak 2020
3. Ödeme : Bakiye Bedel
6 Mart 2020

- Katılım sözleşmesi ile ödeme dekontunun Oda'mıza iletmesi gerekmektedir.
- İlk ödemeye ilişkin banka dekontundaki tarih ve saat dikkate alınarak bir saklama gerçekleştirilecek, stant seçim hakkı tanınacaktır.

KATILIM BEDELİNE DAHİL HİZMETLER

- Stant dekorasyonu ve aydınlatma
- Nakliye, gümrük, sigorta işlemleri
- Fuar kataloğu ve web sayfasında firma bilgilerinin yayınlanması
- Türkiye Milli İştiraki broşüründe firma bilgilerinin yer alması
- Fuar giriş kartı
- T.C Ticaret Bakanlığı teşvik işlemleri

BANKA BİLGİLERİ

- Hesap Adı : İSTANBUL TİCARET ODASI
Banka : YAPI KREDİ BANKASI
Şube : SULTANHAMAM - İSTANBUL
Kodu : 055
TL Hesap No : 60614779
IBAN : TR29 0006 7010 0000 0060 6147 79

- Ödemeler firma banka hesabından tam firma ünvanı ve "SIAL CANADA 2020" ibaresi ile gerçekleştirilmelidir.

Teşekkür eder, saygılar sunarız.



Sibel Tayanç / Çağrı Oluc

Tel : 0212 455 61 11 / 0212 455 61 05
GSM : 0533 959 30 57 / Faks: 0212 520 15 26
E-Posta : sibel.tayanca@ito.org.tr / cagri.oluc@ito.org.tr
444 0 486 | ito.org.tr | @itoturumsal

Malatya'dan Silikon Vadisi'ne bir Türk girişimi: Udemy

SİLİKON Vadisi, dünyadaki girişimcilerin hayalini kurduğu bir yer. Özellikle Silikon Vadisi'ndeki başarılı projelerin son yıllarda medyada çok fazla yer almasıyla birlikte popülaritesi artmaktadır. Başarılı girişimler, dünyayı kendilerine hayran bırakmaktadır. Vadideki başarılı girişimlerden biri olan ve hızla yükselişe geçen Udemy'nin arkasında ise Türk bir girişimci var: Eren Bali. Türkiye'den başlayıp San Francisco'ya uzanan Udemy'nin hikayesi aynı yolda yürümek isteyenlere ilham verecek nitelikte.

MALATYA'DAN DÜNYAYA

Udemy'nin hikayesi, kurucusu Eren Bali'nin üniversite sınavlarına hazırlanması ile başlıyor. Malatya'nın Durulova köyünde dünyaya gelen Bali, ilkökulu köydeki okulunda ortaokul ve liseyi de Malatya merkezde okudu. Ortaokulda matematiğe olan ilgisi onu ilerleyen yıllarda bilgisayar mühendisliğine yönlendirdi. Üniversite sınavlarına hazırlanırken yararlandığı eğitim siteleri ile kendinde eğitimde fırsat eşitliği yaratabilecek bir fikir oluşmaya başlamış. ÖDTÜ Bilgisayar Mühendisliği bölümünü kazanan Bali, ÖDTÜ Bilgisayar Topluluğu ile geliştirdiği 'MP3 Server' ile ruhindaki girişimciyi keşfetti. İlk olarak, ortaokul arkadaşları Oktay Çağlar ile bir şirket kurup, üç boyutlu görüntü teknolojisini kullanarak imarına başlanmamış binaların maketini gösteren gunlukbasin.com'u açtı. İlk denemeleri başarısız olan ortaklar vazgeçmeyerek yeni bir proje ile ikinci girişimleri üzerinde çalışmaya başladı. Projenin oluştuğu ilk dönemde ÖDTÜ Teknokent'te, Avrupa ve ABD'den gelen eğitimler girişimcilere sınıflarda ders anlatıyorlardı. Bali ve Çağlar, bu dersleri dijital ortama taşımayı önerdiler.

2009'DA KURULDU

Bu fikir ile birlikte iki ortak bir yıl sonra online eğitim platformu kurmak için çalışmalarına yeniden başladılar. Fakat geliştirdikleri proje için Türkiye'de finansal bir destek bulamadıkları için,

şanslarını Silikon Vadisi'nde denemeye karar verdiler. Görüşükleri yatırımcılar, sertifika alınamayan eğitimlerin tercih edilemeyeceğini düşündükleri için projeyi yatırıma değer görmedi. Fakat Udemy kurucuları eğitimin sürekli devam etmesi gerektiğini ve dünyanın hangi noktasında olursa olsun tüm kişilerin aynı eğitime ulaşabilmesi gerektiğini düşündükleri için projeye devam etmeye karar verdiler.

Bir süre sonra Yelp'in CEO'su Jeremy Stoppelman projeye destek olmak istedi ve Udemy'nin ilk yatırımcısı oldu. Birkaç yatırımcının daha destek vermesiyle toplamda 1 milyon dolarlık sermaye toplanarak Udemy şirketi 2009'da kuruldu.

Eğitime fırsat eşitliği getirdi

Udemy, ilk kurulduğu günden itibaren büyük bir hızla yükselişe imza attı. Bu başarının en büyük nedeni, eğitime fırsat eşitliği felsefesiyle herkesin her yerden kaliteli bir eğitime ulaşabilmesiydi. 2014'te 32 milyon dolar, 2015'te 65 milyon dolar ve 2016 Haziran'da 60 milyon dolar yatırım alan Udemy, Nisan 2017'de Insight Venture Partners'dan 12 milyon dolarlık yeni bir finansman daha almayı başardı. Öğrenci sayısı 40 milyona ve eğitimci sayısı da 50 bine ulaştı. Yoga eğitimi, bilgisayar programcılığı ve fotoğrafçılığa kadar aklı gelebilecek her alanda 60'dan fazla dilde 130 bin eğitim kaydına ve 4 binden fazla enterprise müşterisine sahip.

Dünya ekonomisine yeni tehdit: İHA saldırıları

Son dönemin belki de en önemli olayı Suudi Arabistan'ın devlete ait petrol şirketi Aramco'nun tesislerine yapılan saldırı oldu.

Günlük petrol arzına tarihteki en ağır darbelerden birini vuran saldırılar hem dünya ekonomisi hem jeopolitik gelişmelere etkisi bakımından önemli.

Saldırının ardından petrol fiyatları ilk gün yaklaşık yüzde 20 yükseldi. Brent tipi ham petrol varil başına 71 dolara çıktı. Bu, 1991'deki Körfez Savaşı'ndan bu yana yaşanan en büyük günlük yükselişti. Asya ve Avrupa borsalarında düşüşler yaşandı. Özellikle enerjide ithalata bağımlı gelişmekte olan ülkelerin para birimleri değer kaybetti. Türk Lirası da Suudi Arabistan'ın petrol tesislerine saldırının düzenlendiği gün yüzde 1 civarında değer yitirdi. Piyasaların yaşadığı şokun yanı sıra, bölgede siyasi gerilimler de arttı. Uluslararası enerji piyasası analistleri 'siyasi risklerin yeniden petrol piyasasının gündemine oturduğu' konusunda hem fikir.

Aramco şirketinin dev Abkai rafinerisi ve en önemli petrol üretim bölgelerinden biri olan Khurais



EKO
MERCEK

Hakan GÜLDAG

a.hakan.guldag@gmail.com



petrol sahasına yapılan füze ve insansız hava aracı saldırıları Suudi Arabistan'ın petrol üretiminin birden bire yarıya düşmesine neden oldu. Suudi Arabistan'da yaklaşık 11 milyon varil petrol üretiliyor. Rafineri ve petrol sahasına yapılan saldırılar 5,7 milyon varil petrolün piyasadan silinmesine yol açtı.

Suudi Arabistan aynı zamanda dünyanın en büyük petrol ihracatçısı. Saldırı öncesinde günde 7,4 milyon varil petrol ihraç ediyordu. Saldırıyla birlikte bu miktar üçte birinden fazla azaldı. Tahrip olan tesislerin hemen tamir edilip devreye sokulması mümkün değil. Bu da küresel petrol arzının yüzde 5'inin bir süreliğine de olsa

kesintiye uğraması demek.

Yaşanan ani şoka rağmen, piyasalar kendini toparlamaya başladı. Şu anda dünya petrol piyasasında bariz bir sıkışıklık yok. Petrol ihtiyacında bir aksama da söz konusu değil.

Ancak piyasalar endişeli. Singapur'daki Ennergy Aspects şirketinin analisti Virandra Chauhan, "Suudi Arabistan'ın enerji alt yapısının saldırılara bu kadar korunaksız olduğunun ortaya çıkmasının, piyasalar göz önüne almasını gereken yeni bir paradigma sunduğu" görüşünde.

Saldırı sonrasında ABD ve Suudi Arabistan doğrudan İran'ı sorumlu tuttu. Bir askeri misilleme olasılığını da gündeme getirildi. Bu durum bölgede zaten son derece hassas olan dengeleri daha da hassas hale sokuyor.

Son dönemde Basra Körfezi ve civarında petrol tankerlerine saldırılar, İran petrol gemilerinin 'esir' alınması gibi görülen 'düşük yoğunluklu' saldırı ve çatışmalar, bu saldırı ile yeni bir evreye geçti. Bölgede gerginliğin tırmanma ihtimali yükseldi. Hem riskler hem de kırılganlık düzeyi arttı.

Bundan sonra yaşanabilecekleri bilmek mümkün değil. Görünen o ki, ekonomik araçları jeopolitik

kazanımlar için daha fazla kullanan ABD, İran'a yönelik yaptırımları daha da genişletecek. Şimdilik pek ihtimal verilmemekle birlikte, İran'a yönelik bir misilleme de gündemde olacak.

Davos'ta yapılan Dünya Ekonomik Forumu'nun bu yılki toplantısında 'jeopolitik riskler' konusundaki artışa dikkat çekiliyordu. Suudi Arabistan'a yönelik saldırı, dünyada risklerin, ekonomik risklerden jeopolitik risklere doğru kaydığını bir kez daha teyit etti. Aramco tesislerine saldırı, dünya ticaretinin yavaşladığı, küresel 'durgunluk' riskinin giderek daha fazla konuşulduğu bir dönemde, yatırım kararlarını da olumsuz yönde etkileyebilecek.

Petrol arzında en yüksek kayıpların yaşandığı tarihler

	Milyon varil
1956-57 Süveyş Krizi	2
1967 Altı Gün Savaşı	2
1973-74 Arap-İsrail Savaşı	4,3
1979 İran Devrimi	5,6
1980-81 İran-İrak Savaşı	4,1
1990-91 Irak'ın Kuveyt'i işgali	4,3
2001 Irak'ın petrol ihracatını durdurması	2,1
2002-03 Venezuela petrol grevi	2,6
2003 Irak Savaşı	2,3
2019 Suudi Arabistan'a İHA saldırısı	5,7

İHA sahibi ülke sayısı 80'e yaklaştı

Teknoloji her zaman banal amaçlarla kullanılmıyor; İHA'larda olduğu gibi. Gökyüzünden fotoğraf ya da film çekmek, yangınlara

müdahale etmek gibi işlevlerin ötesinde İHA'ların askeri amaçlarla kullanımı giderek artıyor. Son verilere göre dünya üzerinde 30 ülkenin elinde

insansız hava aracı var. Bu rakam deyim yerindeyse 'ağır' İHA'ları kapsıyor. 'Hafif' İHA sahibi ülkelerin sayısı ise şimdilik 78.

İran'a yeni yaptırımlar yolda

Suudi Arabistan'da Aramco şirketinin işlettiği tesislere yapılan saldırıları Şiilerin oluşturduğu Husi milisleri üstlendi. Yemen'de Suudi Arabistan'ın desteklediği güçlere karşı isyan halindeki Husi milisler İran tarafından destekleniyor. Bu da saldırıların İran tarafından yapıldığı iddialarını hızla gündeme taşıdı.

ABD saldırılarla ilgili İran'ı suçluyor. Televizyon kanallarına konuşulan Washington'dan üst düzey yetkililer, saldırıda 20'yi aşkın İHA ve seyir füzelerinin kullanıldığını ve bunların İran'ın güneyindeki Basra Körfezi'nden fırlatıldığını öne sürdü. Bu arada, ABD Dışişleri Bakanı Mike Pompeo, 'saldırlara verilecek karşılık' için Suudi Arabistan'a gitti.

Velihaht Prens Muhammed Bin Salman ile görüşti. Görüşmenin ardından twitter'dan bir mesaj paylaşan Pompeo tweetinde şunları kaydetti: "ABD, Suudi Arabistan'ın kendisini savunma hakkını destekliyor. İran rejiminin tehditkar eylemlerine göz yumulamaz." Suudi Arabistan Savunma Bakanlığı, saldırıda kullanılan 18 insansız hava aracı ve 7 füzenin Aramco tesislerine kuzeyden çarptığını, bunun da silahların Yemen'den fırlatıldığını gösterdiğini açıkladı.

Suudi Savunma Bakanlığı sözcüsü Turki el Maliki'nin düzenlediği toplantıda saldırıda kullanıldığı belirtilen İHA ve füze parçaları da sergilendi ve bunların İran yapımı olduğu iddia edildi.

İran ise suçlamaları reddediyor. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin ile birlikte gerçekleştirdikleri 'üçlü zirve' sonrasında basın toplantısında İran Devlet Başkanı Hasan Ruhani, "Yıllardır Yemen'i hedef alan saldırılara karşılık Yemen halkı öz savunma hakkını kullandı" açıklaması yaptı. İranlı yetkililer, kendilerine yönelik herhangi bir saldırıya misilleme ile karşılık vereceklerini ilan etti. Uluslararası kuruluşların analistleri ise İran'a yönelik bir misilleme ya da saldırı ihtimalinden çok ABD tarafından bu ülkeye yönelik yeni ekonomik yaptırımların gündeme getirileceği görüşünü paylaşıyor.

Petrol arzında sıkıntı olacak mı?

Saldırının dünya ekonomisine ve piyasalara etkisi tartışılıyor. Petrol arzı bu durumdaki ne kadar etkilenecek? Bu sorunun yanıtı da Suudi Arabistan'ın hasarı ne zaman tamir edeceğine bağlı. Pek çok uzmana göre Suudi Arabistan'ın hasarı bütünüyle gidermesi ve saldırının yapıldığı Aramco tesislerinde üretime geri dönmesi aylar sürebilir.

Petrol ihraç Eden Ülkeler Örgütü (OPEC) Genel Sekreteri Mohammed

Barkindo'ya göre ise "Paniklemek için neden yok." Suudi Arabistan ve Aramco şirketi stoklarında bulunan petrolü devreye sokmayı planlıyor. ABD Başkanı Donald Trump, saldırı sonrasında, petrol arzındaki sıkıntıların giderilmesi için acil durumlar için bulunduğundaki 'stratejik petrol rezervi'ni devreye sokabileceğini açıkladı. Trump 'yeteri kadar petrol var' dedi.

Suudi Arabistan Enerji

Bakan Prens Abdülaziz bin Salman ise "Eylül ayı sonunda yeniden günde 11 milyon varil petrol üretimi kapasitesine ulaşacaklarını" açıkladı. Enerji piyasası analistleri, kısa vadede petrol fiyatlarında ciddi bir tırmanış beklemediklerini belirtiyor. Ancak analistlere göre, geleceğe ilişkin tedirginlik sürerek ve piyasa bundan sonra olabilecek benzer gelişmelere daha fazla tepki verebilecek.

TEXWORLD PARIS 2020 SPRING

Paris-Fransa
10-13 ŞUBAT 2020

Türkiye Milli İştiraki
İstanbul Ticaret Odası Organizasyonu



46. TEXWORLD FUARI SİZİ İHRACATINIZI ARTIRMAYA ÇAĞIRIYOR!

TEXWORLD PARIS 2020 SPRING

- Avrupa'nın önde gelen aksesuar, hazır giyim, kumaş ve moda fuarı
- Toplam 42.000 m² sergileme alanı
- 20 ülkeden 696 katılımcı
- 13.929 ziyaretçi

ÖDEME PLANI

Minimum stant alanı	: 9 m²
Katılım bedeli	: 5.415 TL/m²
1. Ödeme	: Talep edilen m² x 1.000 TL
Başvuru ile birlikte	
2. Ödeme	: Kalan bedelin %50'si
20 Eylül 2019	
3. Ödeme	: Bakiye Bedel
22 Kasım 2019	

- Katılım sözleşmesi ile ödeme dekontunun Oda'mıza iletmesi gerekmektedir.
- İlk ödemeye ilişkin banka dekontundaki tarih ve saat dikkate alınarak bir sıralama gerçekleştirilecek, stant seçimi hakkı tanınacaktır.

KATILIM BEDELİNE DAHİL HİZMETLER

- Stant dekorasyonu ve aydınlatma
- Nakliye, gümrük, sigorta işlemleri
- Fuar katalogu ve web sayfasında firma bilgilerinin yayınlanması
- Türkiye Milli İştiraki broşüründe firma bilgilerinin yer alması
- Fuar süresince iletişim ve ikram hizmetleri
- Fuar giriş kartı
- T.C Ticaret Bakanlığı teşvik işlemleri

BANKA BİLGİLERİ

Hesap Adı	: İSTANBUL TİCARET ODASI
Banka	: YAPI KREDİ BANKASI
Şube	: SULTANHAMAM - İSTANBUL
Kodu	: 055
TL Hesap No	: 60614779
IBAN	: TR29 0006 7010 0000 0050 6147 79

- Ödemeler firma banka hesabından tam firma ürünü ve "TEXWORLD PARIS 2020 SPRING FUARI" ibaresi ile gerçekleştirilmelidir.

Teşekkür eder, saygılar sunarız.



İSTANBUL
TİCARET
ODASI

Gülün Gürsoy / Esra Avcıoğlu

Tel : 0212 455 61 17 / 0212 455 61 10
GSM : 0533 959 30 57 / Faks: 0212 520 15 26
E-Posta : gulun.gursoy@ito.org.tr / esra.avcioglu@ito.org.tr
444 0 486 | ito.org.tr | @itokurumsal



Hukuki açıdan bilanço

Türk Ticaret Kanunu'nun 66'ncı maddesi gereği olarak "Her tacir ticari işletmenin açılışında taşınmazlarını, alacaklarını, borçlarını, nakit parasını tutanını ve diğer varlıklarını eksiksiz ve doğru bir şekilde gösteren ve varlıklar ile borçların değerlerini teker teker belirten bir envanter çıkarmakla yükümlüdür."

Tacir açılışta sonra her faaliyet döneminin sonunda da böyle bir envanter düzenler. Faaliyet dönemi veya başka bir kanuni terimle hesap yılı on iki ay geçmez. Envanter, düzenli bir işletme faaliyetinin akışına uygun düşen süre içinde çıkarılır.

Maddi duran mal varlığına dair varlıkları, ham ve yardımcı maddeler ve işletme malzemeleri düzenli olarak ikame edilip ve toplam değerleri işletme için ikinci derecede önem taşıyorsa, değişmeyen miktar ve değerle envantere alınırlar; şu şartla ki, bunların mevcutları miktar, değer ve bilşim olarak sadece küçük değişikliklere uğramış olsunlar. Ancak kural olarak üç yılda bir fiziksel sayım yapılması zorunludur.

Aynı türdeki stok mal varlığı kalemleri, diğer aynı nitelikteki veya yaklaşık aynı değerdeki taşınabilir mal varlığı unsurları ve borçlar aynı gruplar halinde toplanabilir ve ortalama değerleri ile envantere konulabilir.

Vergi Usul Kanunu'nun 186'ncı maddesinde yer alan tanımlamaya göre de "Envanter çıkarmak, bilanço günündeki mevcutları, alacakları ve borçları saymak, ölçmek, tartmak ve değerlemek suretiyle kesin bir şekilde ve müfedeatı (ayrıntılı) olarak tespit etmektir. Bu bağlamda da "Envanter defterine işe başlama tarihinde ve müteakiben her hesap döneminin sonunda çıkarılan envanterler ve bilançolar kaydedilir ve bu tarihte "bilanço günü" denir.

Envanter kasaca işletmenin aktif ve pasifini değerleriyle gösteren liste demektir. Bu bağlamda da "Tamlik ve doğruluk ilkelere amaç yönünden envanteri tanımlar. Envanter tam ve doğru değilse, işletmenin hesapları ve sonuçları doğru olmaz. İlk envanter gerçek / doğru değilse bu düzeltilmez."

Envanter işletmelerde bilançodan önce çıkarılması olmalıdır. Çünkü bilanço envanter esas alınarak düzenlenir. Türk Ticaret Kanunu'nun 67'nci maddesinde de ifade edildiği üzere "Envanter çıkarılınca, mal varlığı mevcudu, sonradı yöntemine göre ve genel kabul gören matematiksel - istatistiksel yöntemler yardımı ile eşit, miktar ve değer olarak belirlenir. Kullanılan yöntem Türkiye Muhasebe Standartları'na uygun olmalıdır. Bu şekilde düzenlenen envanterin varlığı sonuçlar, fiziksel sayım yapılmış olsaydı edilecek olan envanterin sonuçlarına eş düşmelidir.(T.T.K md.67/1)

Faaliyet döneminin kapanışında fiziki sayım veya kullanımları diğer bir usul kullanılarak mal varlığı kalemlerinin cins, miktar ve değerine göre faaliyet dönemi kapanışından önceki üç veya sonraki iki ay içinde bulunan bir gün itibarıyla düzenlenmiş özel bir envantere gösterilmeli, ayrıca bir özel envantere dayalı olarak ve Türkiye Muhasebe Standartları'na uygun bir şekilde ilerleye dönük tahmin yöntemiyle, faaliyet döneminin sonunda mevcut varlıkların o faaliyet döneminin sonu itibarıyla değerlemesi doğru yapıyorsa varlıklara ilişkin envanterin yapılmasına gerek yoktur.(T.T.K md.67/3)

Bir başka anlamıyla değişmeyen değer ilkesinde kural olarak mal varlığı unsurlarının teker teker değerlendirilmesi gerekir. Burada iki istisna söz konusudur. Bunlarda birincisi maddi duran mal varlığına dâhil varlıklar, ikincisi ise dönem mal varlığı kategorisi kapsamında işletme ihtiyaçları için düzenli bir şekilde ikame edilen ham ve yardımcı maddelerle, akaryakıt gibi işletme malzemeleridir. Her ikisi de daha önceki değişmeyen değerleriyle (sabit değer) envantere alınabilirler. Ancak ikinci kategorinin işletmede devamlı ikame edilmesi yanında toplam değerleri ile sabit değerleri arasındaki farkın küçük olması gerekir. Bu kural sürekli olarak uygulanmaz. Üç yılda bir fiziki, yani tam ve gerçek değerle varlıkların teker teker değerlendirilmesi suretiyle envanterin çıkarılması gerekir.

Tacir, ticari faaliyetinin başında ve her faaliyet döneminin sonunda, varlıklar borçlarının tutarlarını ilkinde gösteren finansal tabloyu (arasıyla açık bilançosunu ve yıllık bilanço) çıkarmak zorundadır. Açık bilançosunda, yalnu finansal tablolarının, yalnu bilançosuna ilişkin hükümleri uygulanır.

Tacir, gelir tablosunu hazırlar. Bilanço ile gelir tablosu, yalnu finansal tablolarını oluşturur. (T.T.K md.68)

İlaç sektörü 'şifa' arıyor



Lider ABD

Dünya ilaç pazarında 489 milyar dolarlık payla liderliği ABD elinde bulunduruyor. ABD'yi 132 milyar dolarla Çin, 86 milyar dolarla Japonya takip ediyor. İlaç pazarında ilk üçün ardından Almanya, Fransa, İtalya, İngiltere, Brezilya, İspanya ve Kanada yer alıyor. En fazla ilaç tüketimi, onkoloji alanında olurken, bunu diabet ve romatizmal hastalıklar takip ediyor.



SÜMEYRA YARIŞ TOPAL

DÜNYADA doğal yaşamdan uzaklaşmaya bağlı olarak artan hastalıklar, ilaç sektörünün de büyümesine zemin hazırlıyor. Geçtiğimiz yıl 1 trilyon 200 milyar dolarlık bir pazar büyüklüğüne ulaşan sektörün önümüzdeki 5 yılda 1.5 trilyon dolara ulaşacağı öngörülmüyor. Sektör Türkiye'de de kutu bazında geçtiğimiz yıl 2.3 milyar adet hacmine ulaştı. Türkiye'de her yıl ortalama yüzde 2 büyüyor sektör; ödemelerde yaşanan sorunlar, ihale süreçleri, artan maliyetlerin ardından çıkış yolu arıyor. İlaç sektörünün tarafları İstanbul Ticaret Odası'nda gerçekleşen 'İlaç ve Tıbbi Cihaz Sektörü ve Kamu Kurumları Arasındaki İletişimin Sağlanması Çalıştayı'nda bir araya gelecek tüm bu sorunlarını ele aldılar.

EN BÜYÜK SORUN ÖDEME

Çalıştaya kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ve sektörden temsilciler katıldı. İstanbul Ticaret Odası İlaç ve Tıbbi Cihaz Meslek Komitesi öncülüğünde gerçekleşen çalıştayı moderatörlüğünde, İstanbul Ticaret Odası Meclis Başkan Yardımcısı ve 8 No'lu İlaç ve Tıbbi Cihaz Meslek Komitesi Meclis Üyesi Veysi Cengiz Balıkcı gerçekleştirdi. Toplantıda sektör

temsilcileri, yaşanan en büyük sorunun ödemeler konusunda olduğunu ifade ederek, bu aksaklığın düzeltilmesi için sözleşmelerdeki belirsiz ifadelerin çıkarılması gerektiğini belirtti. Sektör sözleşmelerde, 'fatura tarihinden itibaren' diye bir belirlenme yapılması gerektiğini dile getirdi.

MİADI DOLAN ÜRÜNLER

Toplantıda firmaların en çok zorlandığı konulardan birinin de miadı dolmak üzere olan ürünler olduğu dile getirildi. Buna göre hastanelerin stoklarını eritememelerinden dolayı son kullanma tarihi yaklaşan ürünlerin, firmadan üst üste birkaç kez değişiminin istendiği ifade edildi. Bunun da sektör maliyetlerinde önemli bir artışa neden olduğu belirtildi. Bu nedenle miatlı tıbbi cihaz ve ilaçların kontrolünün çok sıkı yapılması gerektiği çözüm önerisi olarak sunuldu.

KUR FARKI

Sektörde ihalelerde yaşanan süreçler de zorlayıcı bir unsur olarak yer alıyor. Mal alım ihalelerinde Sağlık Bakanlığı'nun para birimi olarak TL kullanması, kur farkının firmalara ek yük getirmesine neden oluyor. Firmalar bu sorunun çözümünün ihalelerde yabancı para biriminin de kullanılabilmesinin önünün açılması gerektiğini belirtti.

Ticari davalarda zorunlu arabuluculuk: Peki hangi dava ticaridir?

Arbuluculuk; dava yoluna gitmeden, kişilerin başvurabileceği alternatif bir çözüm yoludur. Ülkemizde de iş uyuşmazlıklarında uygulanan arabuluculuk, oldukça başarılı sonuçlar ortaya çıkardı ve çıkarmaya da devam ediyor. Bunun yanı sıra 1 Ocak 2019 itibarıyla ticari uyuşmazlıklar bakımından arabuluculuk dava şartı olarak getirildi. Ancak bilinmelidir ki, halihazırda görülmekte olan ticari davalar, dava şartı arabuluculuk kapsamında sayılmayacak.

Neden zorunlu hale getirildi?

Ticari hayatta süreklilik önem arz ettiği için hızlı sonuçlar alınması gerekir. Arabuluculuk daha hızlı sonuçlar alınabilen bir yol olduğu için taraflar daha kısa sürede karlı sonuçlara ulaşacak. Ayrıca, arabuluculuk dava yoluna kıyasla bariyerli bir çözüm yoludur. Ticari uyuşmazlıkların arabuluculuk yolu ile çözülmesi sonucunda, taraflar ilişkileri zedelemekten kaçınarak devam ettirebilir seçeneğine sahip olacak. Arabuluculuğun bir diğer en önemli özelliği ise gizlilik sağlayabilmesidir. Ticari hayatın içinde korunması gereken ticari sırlar taraflar arasında yönetilen arabuluculuk süresi ile korunmuş olacak.

Arbuluculuğa başvurma zorunluluğu

Ticari uyuşmazlıklarda arabuluculuğa başvurma zorunlu ancak arabuluculuk süreci tamamen iradi. Dolayısıyla taraflar süreci devam ettirmek, sonuçlandırmak veya süreçten vazgeçmek konusunda serbesttir.

Arbuluculuğun kapsamı

Dava şartı arabuluculuğun kapsamını örneklerle açıklamak



gerekirse: Bütün ticari işletmeler ve şirketler ile ilgili uyuşmazlıklar, çek, bono gibi kıymetli evraktan, taşıma işlerinden, gemi ticaretinden, sigortacılıktan, bankacılıktan, ödünç işlerinden, rekabetten, fikri mülkiyetten kaynaklanan uyuşmazlıklar dava şartı arabuluculuğun kapsamı içerisindedir.

Arbuluculuğun şartları

Uyuşmazlığın konusu bir miktar paranın ödennesi olan alacak ve tazminat talebine ilişkin ticari davalar olmalı. Ayrıca uyuşmazlık konusu için özel kanunlarda tahkim veya başka bir alternatif uyuşmazlık çözüm yoluna başvurma zorunluluğu olmamalı veya taraflar arasında akdedilmiş herhangi bir tahkim sözleşmesi bulunmamalı. Bunun yanı sıra iflas hali, konkordato mülhleti verilmesi, iş takibi, ihtiyati haciz ve ihtiyati tedbir talepleri doğrudan doğruya dava şartı arabuluculuk kapsamında sayılmayacak.

Ticari dava nedir?

Herhangi bir hak kaybına uğramamak adına uyuşmazlık konusunun ticari bir dava olup olmadığı düzgün tespit edilmeli. Ticari dava kendi içinde mutlak ticari dava ve nispi ticari dava olarak ayrılır. Mutlak ticari davalarda, tarafların sınıfta ve işin ticari işletme ile ilgili olup olmadığına bakılmaz. Bu davalarda önemli olan kanun tarafından ilgili dava türünün 'ticari dava' olarak akdedilmiş olmasıdır. Türk Ticaret Kanunu kapsamında sayılan tüm davalar mutlak ticari dava olarak

kabul edilir. Bunun yanı sıra iki tarafın da ticari işletmesiyle ilgili hususlardan doğan hukuk davaları ise nispi ticari dava olarak sayılır. Bu tür davalarda davanın her iki tarafı da tacir olmalı.

ÖZEL DAVA TÜRLERİ

İtirazın iptali davası ve itirazın kaldırılması

İlamsız icra takibine itiraz eden takip borçlusu takibi durdurur ise bu durumda takip alacaklının başvuracağı ve böylece takibin devam etmesini sağlayacağı iki farklı yol var. Bunlardan birincisi 'itirazın kaldırılmasını' talep etmektir. İtirazın kaldırılması talepleri dava olmayıp, takip hukuku bakımından alacaklıya bahsedilen hukuki bir yoldur. İkincisi ise takibe karşı getirilen itiraza karşı 'itirazın iptali davası' açmaktır. Genel mahkemelerde açılacak itirazın iptali davası sonunda verilecek hükümlün niteliği kesin hükümdür. Bu nedenle itirazın iptali davalan, ticari dava niteliğine haiz ise dava şartı arabuluculuğa tabi olacak.

Sigorta davaları

Trafik sigortası hariç olmak üzere diğer sorumluluk sigortalarında zarar görenlerin dava açmadan önce dava şartı olarak arabuluculuk sürecini tüketmeleri gerekecek. Zorunlu trafik sigortasında ise trafik kanunu aynen uygulanmaya devam edecek. Buna göre, önce sigortacıya başvuru süreci tamamlanacak, fakat anlaşma olmaz ise akabinde arabulucuya başvurma dava şartı olarak varlığını koruyacak.

Tüketici davaları

Bir tarafın 'ticari veya mesleki olmayan amaçlarla yapmış olduğu sözleşmeler

tüketici işlemi / sözleşmesi' sayılır. Tüketici işlemlerinden kaynaklanan davalarda tüketici mahkemesinde görülür. Bir tarafın tüketici olduğu davalarda nispi ticari davalardan niteliğinden dolayı için doğrudan dava şartı arabuluculuk kapsamında sayılmayacak.

Sonuç

Arbuluculuk, dava yoluna gitmeden kişilerin tercih edilebileceği alternatif bir çözüm yoludur. Ancak dava şartı olarak düzenlenen 'ticari davalarda zorunlu arabuluculuk' konseptinde ise taraflar arabuluculuk yönetimine başvurmak zorundadır. Bu noktada önemli olan bahsi geçen davanın ticari dava olarak sayılıp sayılmayacağını tespit edilmelidir. Ayrıca dava şartı olarak düzenlenen ticari davalarda arabuluculuk yönteminde, taraflar ilk aşamada arabulucuya başvurmak zorunda olmak ile arabuluculuk sürecini devam ettirmek ve dava konusu uyuşmazlığı arabuluculuk süreci içerisinde çözmek konusunda serbesttir.

QR KODLA BİZE BAĞLANIN

İstanbul Ticaret Odası'nda (İTO) her gün yaklaşık 250 yeni şirketin kaydı gerçekleştiriliyor.

Bu listelere İstanbul Ticaret Gazetesi okuyucuları artık kolayca ulaşacak.

İTO'da son bir hafta içinde kurulan yeni şirketlerin listesine ulaşmak için QR kodu taramanız ya da bilgisayarımda <http://www.ito.org.tr/QR/rm1319.html> adresini ziyaret etmeniz yeterli.



İTO'yu The Hotel Show'a taşıyan üç temel sebep

Türk girişimcisi bu yıl The Hotel Show Dubai'ye getiren üç önemli sebep bulunduğunu belirten İTO Başkanı Şekib Avdagiç, Körfez ülkeleri ve BAE'nin turizm sektöründe ciddi bir yükseliş trendinde olduğunu vurguladı.

Avdagiç, "Bölgede otel ve diğer konaklama tesis sayısı ve kapasiteleri sürekli yükseliyor. Otel ekipmanlarına ihtiyaç giderek artıyor. Dubai'de Expo 2020'ye kadar kalan 40 bin yeni otel odası inşa edilecek. Sadece bu yıl açılışı yapılacak 10 adet ultra lüks otel var. 2020'ye kadar Körfez ülkelerinin turizm geliri toplamının 44 milyar dolara ulaşması bekleniyor" dedi. İTO Başkanı "Biz Dubai'ye getiren ikinci önemli sebep; Körfez ve BAE'de, bu alanda yeterli yerel üretim bulunmuyor. Bu otellerin neredeyse tüm tedariki ithalat ile karşılanacak. Bundan güzel iş fırsatı olmaz" şeklinde konuştu. Avdagiç şöyle devam etti: "Üçüncü belki de en güncel sebep ise Expo 2020'nin 20 Ekim 2020 ve 10 Nisan 2021 tarihleri arasında Dubai'de gerçekleştirilecek olması. Ortadoğu, Afrika ve Güney Asya'da düzenlenen ilk 'World Expo' olacak. Yaklaşık 13 aylık bir süre var. Expo, 173 gün sürecek ve Türkiye'nin ihracat, turizm ve yatırım imkanlarının tanıtılması açısından önemli. Beş yılda bir gelecek bir tanıtım ve iş yapma fırsatı."



73 Türk firması, Dubai'de 'otel ekipmanı' yarışında

Dubai'deki The Hotel Show'a Türkiye'den katılan Türk otel ve restoran ekipmanı firmaları, Expo 2020 Dubai için Körfez'de inşa edilen otelleri takibe aldı. Fuara katılan 370 firmanın 73'ünü Türk firmaları oluşturdu. İstanbul Ticaret Odası Başkanı Şekib Avdagiç, "Dubai'de Expo 2020'ye kadar kalan 40 bin yeni otel odası inşa edilecek. Bundan güzel iş fırsatı olmaz" dedi.

TOPLAM 190 ülkeden 25 milyon kişinin ziyaret ettiği, ilk 1851'de Londra'da düzenlenen ve Dubai'den büyük etkinliklerinden biri olan Expo 2020'ye, bir başka deyişle 'Dünya Sergisi'ne 13 ay kala hazırlıklar hızlanırken, gözler Dubai'nin konaklama endüstrisi üzerine çevrildi. Avdagiç, "Biz 73 firmamızla bu fuara, 500 milyar dolarlık Körfez otel pazarından pay almaya geldik. Fuar boyunca yapılan görüşmeler, bizi bu konuda umutlandırıyor. Fuara katılan 370 civarındaki firmanın 73'ü Türk firmaları oluşturuyor. Bu çok önemli bir başarı" dedi.



açıklamada, uluslararası konaklama endüstrisi ve turistlere yönelik ticaretin, sadece Dubai'de değil, Ortadoğu'da çok hızlı büyüdüğünü söyledi. Avdagiç, Körfez ülkeleri otel pazarının toplam değerinin planlama, tasarım, ihale ya da inşaat aşamalarındaki projeleri de katınca 501 milyar dolara ulaştığını bilgisini verdi. Avdagiç, "Körfez ülkelerinde şu an 196 otel tasarım aşamasında, 708 otel inşa ediliyor, 94 otel ise planlama aşamasında. Dubai'de ise haziran itibarıyla 700'den fazla otel ve 120 bin oda bulunuyor. Otel odası sayısının 2019 sonunda 132 bine, Expo 2020'nin başlayacağı Ekim 2020'de ise 160 bine ulaşması bekleniyor. Bu oteller asansöründen, personel üniformasına ve duvarındaki boyasına kadar Türk girişimcisi için fırsat demek" diye konuştu.

A'DAN Z'YE HER ŞEY

Avdagiç, fuarın yeni iş birlikliklerinin doğuşunun da simgesi olacağını söyledi. Avdagiç, "The Hotel Show Dubai, Ortadoğu'da uluslararası konaklama ve ağırlama endüstrisinin yeniden tanınmasında ve şekillendirilmesinde önemli bir fuar. Otel çalışanı üniformalarından, düşük elektrik voltajı sistemlerine kadar konaklama ve restoran üzerine her ne varsa A'dan Z'ye her şeyi burada görebiliyoruz. Otel müdürleri, mimarlar, tasarımcılar ve satın alma yöneticileri buraya geliyor. Bunu girişimcilerimiz için ciddi bir fırsat olarak görüyoruz" dedi. Türk yapımı dizilerin Körfez ve Ortadoğu ülkelerinde evlerde ve otellerde büyük bir ilgiyle takip edildiğini hatırlatan Avdagiç, "Şimdi hedefimiz o ki, girişimcilerimiz The Hotel Show Dubai'yi yeni bir başlangıç kabul edip, otel ve restoran ekipmanları ile de bu ülkelerde daha çok eve, otele ve restorana girsin. Körfez ve Ortadoğu'da otel ve restoran ekipmanlarının, mutfaklarımızın dünyada büyük ilgi gören Türk dizilerimiz gibi dikkat çekmesini istiyoruz" diye konuştu.

Hedef Expo 2020



The Hotel Show Dubai Otel, Restoran Ürünleri ve Ekipmanları Fuarı, Dubai World Trade Center'da, Ortadoğu Tasarım ve Konuk Ağırlama Haftası kapsamında düzenlendi. Fuardaki Türkiye milli standının açılışı İTO Başkanı Şekib Avdagiç (sol 2), Türkiye'nin Birleşik Arap Emirlikleri Büyükelçisi Can Dızdar (sol 3), Dubai Başkonsolosu İker Kılıç (sağ 2) ve bölgenin ilk kadın otel genel müdürü Sharian Al Mashary'nin (sağ 3) kurdele kesmesiyle gerçekleştirildi.

The Hotel Show Dubai'den notlar

- Fuar, Middle East Design & Hospitality Week (MEDHW) kapsamında yapıldı. Bu sayede fuara gelenler mobilya, tasarım, dekorasyon, aydınlatma ve tekstil üzerine diğer dört fuara da katılma imkanı buldu.
- Türkiye milli standındaki trend alanında, ziyaretçilere Türk kahvesi ile simit ikramı yapıldı, cam öfeme sanatından örnekler sunuldu.
- Fuar, şefin masası, housekeeping ve otel odası tasarımı gibi yarışmalara da sahne oldu.

BAE'den İstanbul'a 6 ayda 15 bin 393 turist geldi

Şekib Avdagiç, 2019'un ilk 6 ayında Arap ülkelerinden İstanbul'a gelen ziyaretçi sayılan geçen yılın aynı dönemine yüzde 17 arttığını hatırlattı. Avdagiç, Birleşik Arap Emirlikleri ile çok yoğun bir turist trafiğimiz bulunmadığını, daha çok turist gelmesi için çalıştıklarını kaydetti. Avdagiç, "İlk 6 ayda BAE'den 15 bin 393 kişi İstanbul'u ziyaret etti. Kişi başı milli gelirin 60 bin dolar olduğu göz önünde bulundurulduğunda, BAE vatandaşının ülkemizi ziyaret etmesi

turizm gelirlerimizin artınması adına önemli. Türkiye'nin 2023 turizm hedefi 50 milyon turist ve 50 milyar dolar. Bu doğrultuda, Körfez ülkelerindeki 46 milyonluk turist potansiyeli ülkemizin 2023 hedefleri için önemli. Hatırlamak gerekir ki Dubai Afrika, Asya ve Avrupa'nın kesişme noktasında, tamamının sermaye ve yatırımcı güçlerini bir araya getiriyor. Aynı hedefle yola çıkan İstanbul için de Dubai tecrübesinden istifade edeceğiz" dedi.

Gastronomi sektörü hız kesmeden büyüyor

Turizmin ülke ekonomisine sağladığı katkının yanında, doğrudan ve dolaylı şekilde etkilediği birçok iş kolunun da gelişimini sağlayan bir sektör olduğunu belirten Avdagiç, "Bunun en yoğun biçimde görüldüğü alanlardan biri de otel ve restoran ekipmanları sektörü. Özellikle de endüstriyel mutfak ve masasüti ekipmanları sektörü öne çıkıyor. Dünyada gastronomi sektörü hız kesmeden büyümeye devam

ediyor. Türkiye'ye de bu alanda pozitif etkileri oluyor. 2018'de endüstriyel mutfak sektörü, bugün 60 bin kişiye istihdam sağlarken, 13 milyar lira pazar büyüklüğüne ulaşmıştır. 173 farklı ülkeye daha endüstriyel mutfak ihraç ediyoruz. İhracatta ilk 5 ülke Almanya, İngiltere, İtalya, Fransa ve ABD. Arap ülkelerine ihracatımızın bu beş ülke seviyesine gelmesini amaçlıyoruz" dedi.

370 FİRMA STANT AÇTI

Dubai'de 17-19 Eylül tarihleri arasında düzenlenen The Hotel Show 2019 Otel, Restoran Ürünleri ve Ekipmanları Fuarı'na katılan 73 Türk firması, Körfez'de inşa halindeki otel ve restoranları yakın takibe aldı. Dubai World Trade Center'da gerçekleştirilen fuara 80'i aşkın ülkeden 30 bin ziyaretçi katıldı. Ortadoğu ve Kuzey Afrika'nın en büyüğü olan fuarda, konaklama ve restoran sektöründe 370 firma ve kuruluş stant açtı.

MİLLİ KATILIM İTO'DAN

The Hotel Show'un Türkiye milli katılımı ilk kez bu yıl İstanbul Ticaret Odası (İTO) düzenledi. Türkiye'den 73 firma 1.890 metrekaarelik alanda ürün ve hizmetlerini sergiledi. Ote yandan Ortadoğu Tasarım & Konuk Ağırlama Haftası (MEDHW) kapsamında The Hotel Show ile eş zamanlı olarak Index, Workspace, The Leisure Show, Surface Design ve FIM fuarları da gerçekleştirildi. Bu fuarlarda da Türkiye'yi 30'dan fazla firma bireysel katılımcı olarak temsil etti.

700'DEN FAZLA OTEL

İstanbul Ticaret Odası Başkanı Şekib Avdagiç, fuarda gazetecilere yaptığı



Cözüm üreten kentler İstanbul'da konuşulacak

MARMARA Belediyeler Birliği tarafından organize edilecek Marmara Uluslararası Kent Forumu / Marmara Urban Forum (MARUF), 1-3 Ekim 2019 tarihleri arasında İstanbul Kongre Merkezi'nde düzenlenecek. "Çözüm Üreten Kentler" ana temasıyla yapılacak MARUF kapsamında üç gün boyunca beş ayrı salonda 40 oturum gerçekleştirilecek. Ayrıca 200'den fazla konuşmacının yer alacağı etkinliğe 3 binden fazla katılımcı bekleniyor. Etkinlikte ana oturumların yanı sıra workshoplar, yuvarlak masa toplantıları, akademik sunumlar, söyleşiler, b2b görüşmeler, yarışmalar, fotoğraf sergileri ve konserler de organize edilecek.

Merkezi İstanbul'da bulunan, 193 belediyenin üye olduğu Marmara Belediyeler Birliği; Balıkesir, Bilecik, Bolu, Bursa, Çanakkale, Düzce, Edirne, İstanbul, Kırklareli, Kocaeli, Sakarya, Tekirdağ ve Yalova'da faaliyet gösteriyor.



Timiş'teki teşvikler bu forumda anlatılacak

ROMANYA'nın yatırımcılara sunduğu imkanlarıyla dikkat çeken vilayeti Timiş'te yatırım ve işbirliği yapmayı düşünen Rus, Çek, Yunan ve Rumen firmalarının bir araya getirileceği iş forumu düzenlenecek. Timiş Ticaret Sanayi ve Tarım Odası (TİSTO) tarafından organize edilecek Temeşvar Uluslararası İş Forumu, 24 Ekim 2019 tarihinde gerçekleştirilecek. Katılımın ücretsiz olacağı etkinlikte, bölgeye özel sunulan vergi teşvikleri, lojistik imkanlar ve firma operasyonlarına yönelik bilgilerin aktarılacağı bir seminer gerçekleştirilecek.

Etkinlik kapsamında ayrıca söz konusu dört ülkeden firma temsilcilerinin katılacağı yüz yüze görüşmeler de yapılacak.

Ayrıntılı bilgi için
office@cciat.ro
office@cciat.com.ro

Şanhay'dan serbest ticarete davet



İstanbul Ticaret Odası, Çin iş dünyası temsilcilerinin ilgi odağı olmaya devam ediyor. Şanhay Uluslararası Ticaret ve Tanıtım Konseyi'nden sonra Şanhay Sanayi ve Ticaret Odası Federasyonu da İTO'yu ziyaret etti. Heyet üyeleri, Türk firmalarını Şanhay Serbest Ticaret Bölgesi'nin imkânlarından yararlanmaya ve Çin'e ihracat yapmaya davet etti.

SEREF KILIÇLI

ŞANHAY Sanayi ve Ticaret Odası Federasyonu Başkan Yardımcısı Zhao Fuxi ve beraberindeki heyet, İstanbul Ticaret Odası'na ziyaret etti. İstanbul Ticaret Odası Yönetim Kurulu Sayman Üyesi Ahmet Özer ile görüşen heyet, yeni ipekyolu olarak görülen Bir Kuşak Bir Yol projesi ve iki Oda arasındaki işbirliğini geliştirilmesi konusunda önemli mesajlar verdi. Toplantıya, İTO Genel Sekreter Yardımcısı Özcan Tokel de katıldı.

LOJİSTİK ÜS MESAJİ

Çin'in Türkiye'nin en önemli ticaret partnerlerinden olduğunu belirten İTO Yönetim Kurulu Sayman Üyesi Ahmet Özer, "23,6 milyar dolarlık bir ticaret hacmimiz var. 2018 sonu itibarıyla, Türkiye 2,9 milyar dolar ihracat 20,7 milyar dolar ithalat yaptı. 17 milyar dolardan fazla dış ticaret açığı kısmen endişe verici olsa da inaniyoruz ki ticaret açığını sermaye tarafından dengeleyebilir, başka bir deyişle ülkemize daha fazla

Çin yatırımı çekebiliriz. Bu sebeple Bir Kuşak Bir Yol projesi Türkiye için de büyük önem arz ediyor" dedi. Türkiye'nin stratejik bir konuma sahip olduğuna da dikkat çeken Özer, "3 saatlik bir uçuşla 70'e yakın ülkeye hitap edebiliyorsunuz. Avrupa, Rusya, Ortadoğu, Avrasya, Balkanlar ticaret hinterlandımızda bulunuyor. Lojistik avantajlarımız üst düzeyde. Türkiye, Çin için lojistik merkez olabilir. Çin'in parsiyel ürünlerini Türkiye satabilir" diye konuştu. Türk iş insanlarının vize konusunda sıkıntı yaşadığını, belediye onaylı vizelerin en az iki hafta sonra geldiğini söyleyen Özer, sorunun çözümü konusunda Şanhay Sanayi ve Ticaret Odası Federasyonu'ndan da destek istedi.

ÇİNLİLER ARAYIŞTA

İTO ile işbirliğini geliştirmek istediklerini belirten Şanhay Sanayi ve Ticaret Odası Federasyonu Başkan Yardımcısı Zhao Fuxi ise "2007'de işbirliği için bir mutabakat imzalandık. Şanhay Sanayi ve Ticaret Odası da İTO

gibi köklü bir kurum. 117 yıllık geçmişimiz var. Özel sektörden üye işletme sayımız ise 1 milyon 240 bin. Kamu şirketleriyle beraber 1,5 milyon üyemiz var. Karşılıklı kazanç prensibiyle daha çok alanda işbirliği yapabiliriz. Türkiye, Bir Kuşak Bir Yol projesinde en önemli ülkeler arasında. Çin hükümetinin verdiği teşviklerle Şanhay Serbest Ticaret Bölgesi genişledi. İTO üyelerini Şanhay'a davet ediyoruz. Şanhay'daki işletmeler Türkiye'de yatırım arayışında. Dış ticaretin denetlenmesi konusunda da İTO ile beraber çalışabiliriz" dedi.

SEKTÖR ZİNCİRİ

Şanhay heyetindeki yöneticilerden Yang Rongyong, dış ticaret açığı konusunda yardımcı olmak istediklerini kaydetti. Rongyong, şöyle konuştu: "Alanımız biyoteknoloji ve ilaç sektörü. Bu konuda işbirliği yapabiliriz. Ürün ve talepte anlaşma olursa sektör zinciri oluşturabiliriz. Türkiye'de hangi sektörleri entegre edebiliriz diye çalışıyoruz."

Şanhay heyetindeki diğer yönetici Zhang Yi de gen teknoloji konusunda çalışmalarını belirterek, sunulan söyledi: "Sağlık ve turizmde işbirliği geliştirebiliriz. Türk firmalarının Şanhay Serbest Ticaret Bölgesi'nin imkânlarından faydalanmalarını arzu ederim. Türk ilaç firmaları da rahatlıkla bu bölgeye girebilir."

HİNDİSTAN İNŞAAT MALZEMELERİ SEKTÖREL TİCARET HEYETİ PROGRAMI

HİNDİSTAN - MUMBAI
25-29 KASIM 2019



NEDEN HİNDİSTAN?

- 1,3 milyar ile dünyanın en büyük ikinci nüfusu
- 2025'te Çin'den sonra en büyük ikinci ekonomisi olma beklentisi
- 300 milyonu bulan zengin ve yüksek satın alma gücüne sahip nüfus
- Dünyanın en büyük üçüncü inşaat pazarı olma beklentisi
- Akıllı şehir projeleri, 50 milyon konut inşaatı
- Kentsel dönüşüm
- Devam eden havalimanı, demiryolu, karayolu ve altyapı inşaatları

SEKTÖRLER

- İnşaat malzemeleri
- Demir çelik ürünler, alüminyumdan inşaat malzemeleri
- Mermer, mineral, taş ve toprak ürünler
- Boya ve yapı kimyasalları
- Ağaç ve ahşap inşaat malzemeleri
- Yalıtım ürünleri, prefabrik yapılar
- Isıtma soğutma sistemleri, asansör, aydınlatma vb. elektrikli teçhizatlar

BİLGİ İÇİN



İSTANBUL
TİCARET
ODASI 1823

Yasin Uygur / Hülya Torlak

Tel : 0212 455 64 19 - 455 64 25

Faks : 0212 512 10 63

E-Posta : uluslararası@ito.org.tr

http://www.ito.org.tr/wps/portal/duyurular

444 0 486 - ito.org.tr | @ito | itokurumsal



Propilen üretimi için propan alımında ÖTV sıfırlandı

SİVİLAŞTIRILMIŞ propanın, propilen üretiminde kullanılmak amacıyla alınması halinde Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) uygulanmayacak. Polipropilen Üretim Tesislerindeki Propilen Üretiminde Kullanılan Propan Teslimlerinde Uygulanacak Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) Tutarının Belirlenmesine Dair Cumhurbaşkanlığı Kararı Resmi Gazete'de yayımlandı. Buna göre, sıvılaştırılmış propanın, propilen üretiminde kullanılmak için tesliminde ÖTV tutarı sıfır olacak. Uygulama ekim ayı başından itibaren yürürlüğe girecek.

Enerjide Ukrayna fırsatı

UKRAYNA devlet enerji iletim şirketi Ukrenergo'nu Ankara'daki toplantısında konuşan Denetim Kurulu Başkanı Şevki Acuner, Ukrayna elektrik sektörünün dönüşümü sürecinde önemli faktörlerden birinin, Avrupa elektrik sisteminde entegrasyonu olduğunu söyledi. Acuner, bu kapsamda onayladıkları 3 milyar dolarlık yatırım programının fırsat yaratacağını kaydetti.

İstanbul Ticaret Odası adına imtiyaz sahibi
Yönetim Kurulu Başkanı
SEKİB AYDILGİÇ
Genel Yayın Koordinatörü
Doç. Dr. NİHAAT ALAYOĞLU
Genel Yayın Koordinatörü Yrd.
Özcan Tokel
Genel Yayın Yönetmeni
Tamer Çerçi
Basın ve Yayıncılar
Müdürü
Sükrullah Dolu
Sorumlu
Yazıveren Müdürü
Doğan Erdoğan
Yayın Sorumlusu
Fedai Yıldırım
Yayın Direktörü
Canan Bilgin
Haber Merkezi
Adem Örsün, Süreyya Yargı Topal, Şeref Kılıp, Hamit Eleoerans, Müge Biber, Dilşah Kelliyoğlu, Osman Kuveit
www.itohaber.com
İlker Başoğlu, Merve Güneş, Hamde Köse
Fotograf
Kamili Çetkin
Yayın tarihi: 20.09.2019
İSTANBUL TİCARET ODASI / www.ito.org.tr
Adres: Resadîye Cad. 34112 Eminönü / Fatih - İstanbul
İTO Çiğir Merkezi: 0212 444 04 86 / Santral: 0212 455 60 00
İSTANBUL TİCARET GAZETESİ / www.istanbul ticaret.org.tr
Tel: 0212 455 61 21 - 0212 455 61 26
Baskı: İhlas Gazetecilik A.Ş. Merkez Mahallesi 29 Ekim Caddesi İhsas Plaza
No:11 A/41 Yenibosna / Balıkesirler Tel: 0212 454 30 00



İstanbul'un 3 büyük rakibi

Projeyi tanıtan One İstanbul Yöneticisi Arda Kertmelioglu, içeriklerin küresel düzeyde doğru turist segmentine ulaşmasının önemine dikkat çekerek, platformda İstanbul'un en önemli rakiplerinin Barcelona, Roma ve Paris olduğunu söyledi. Arda Kertmelioglu, genel olarak online seyahat yorumlarının satın alma kararında yüzde 59 etkili olduğunu da belirtti.



YENİ EKONOMİ

Doç. Dr. Nurullah Gür

ABD ile ticaret hacmini artırmak

ABD ve Türkiye arasındaki toplam ticaret hacmi geçtiğimiz yıl 22-23 milyar dolar seviyesindeydi. Bu yıl da benzer bir rakamın gelmesi bekleniyor. Uzun vadeli hedef, ticaret hacmini 100 milyar dolara çıkarmak. İddialı bir hedef olsa da bunun ekonomik ilişkileri geliştirmek adına her iki ülke cephesinde belli bir heyecan yaratıldığı da gerçek. ABD Ticaret Bakanı Wilbur Ross'un 5 gün gibi uzun bir süre kaldığı Türkiye ziyareti bu heyecanın en önemli göstergesi.

ABD'nin korumacı politikalar yoluyla Çin'den ithal ettiği ürünlerin bir kısmını kendi sınırlarında üretmek hem ticaret açığını kapatmak hem de ilave istihdam oluşturmak gibi bir hedefi var. Ancak ekonomik yapı, üretim kapasitesi ve maliyetler açısından bütün boşluğu Amerikan şirketlerinin dolduramayacağı da bir gerçek. ABD, ticaret savaşlarından dolayı Çin'den arta kalan piyasalarda kısa ve orta vadede boşluk oluşmaması ve dolayısıyla ekonominin bundan zarar görmemesi adına alternatif ülkelerle ticari diplomasiyi gerçekleştiriyor. Türkiye de bu ülkelerden bir tanesi.

Önümüzdeki 20 yıllık süreçte bir anda 100 milyar dolarlık ticaret hacmini yakalamak zor olsa da bakanlıklar, şirketler ve sivil toplum kuruluşları cephelelerinde gerekli adımları atılabilirse 50-60 milyar dolarlık bir seviyeye çıkmak hayal değil.

Serbest Ticaret Anlaşması (STA) gündemde. Ancak STA imzalamak hem uzun bir süreç hem de sadece bizim ve ABD'nin elinde olan bir şey değil. Gümrük Birliği'nin elimizi bağlayan tarafları var. Bu açıdan Gümrük Birliği'nin revize edilmesinin ne derece kritik olduğu bir kez daha ortada. STA'dan ziyade ilk olarak yakın bir zamanda ABD'nin Türkiye'yi çıkarttığı Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi'nden kaynaklanan kayıpları telafi edecek çözümler üretmemiz gerekiyor.

Mevcut koşullarda otomotiv, tekstil, mobilya, beyaz eşya, mücevherat ve turizm, iki ilde arasındaki ekonomik ilişkileri daha etkin bir şekilde besleyebileceğimiz sektörler. Bu sektörleri merkeze alan hedefler belirleyip çalışmalarına buna göre yürüttüğümüz takdirde daha kalıcı sonuçlar elde edebiliriz.

Şirketlerimizin sadece ABD'deki resmi ve teknik düzenlemelere değil, Amerikan halkının tüketimlerini adapte etmeleri için çalışmalar yapmalıyız. Bu adımların farklı sektörlerde farklı şekillerde olacaktır. Örneğin, tekstil sektöründe şiddetli ticaret rahatlığı daha fazla sunan modeller üzerinden ilerleyebiliriz. Beyaz eşya ise çift kapılı buzdolapları ve derin dondurucular ön plana çıkabilir. Otomotivde ise ilk etapta yedek parça üzerinden ilerlemek daha kolay olabilir.

Amerikan piyasasında kendimizi göstermek adına halkla ilişkiler ve tanıtım çalışmaları yürütülmeli. Tanıtımlar ilk aşamada parçaları yapıda değil bütüncül bir stratejiyle yapılmalıyız. Özellikle sosyal medya reklamları ve spor müsabakalarına yönelik sponsorluklar bu amaç doğrultusunda kullanılabilir.

Diğer taraftan Walmart ve Target gibi perakendecilerin yanı sıra Amazon gibi online alışveriş platformlarına giriş yapmak adına çalışmalara vakit kaybetmeden başlamak lazım.

Hem ABD'ye olan uzaklığımızı hem de ülkenin coğrafi genişliğini düşünerek olursak, lojistik sektörümüzün kapasitesinin arttırılması da bir başka kritik husus olarak karşımıza çıkıyor. Çoklu ticaret anlaşmalarından ziyade ikili ticaret diplomasisinden daha fazla verim alınabilirliği bir dönemden geçiyoruz. Bu açıdan ABD ve Çin gibi ülkelerle ticareti geliştirmeye yönelik adımlar çok önem arz ediyor. Bir taraftan küresel ekonominin ağırlık merkezi Asya'ya kayıyor ancak bir taraftan da ABD hali hazırda en zengin pazarlardan biri ve birçok teknoloji lideri konumunda. Dengesi oldukça hassas ayardanmış bir dış politika anlayışı yürüterek dünyanın en büyük iki ekonomisinin pragmatik bir şekilde faydalanmamız gerekiyor. Bu iki devin ekonomisi arasında çarpıştığı bir ortamda bunu başarabilmek kolay olmamakla birlikte çok özelliğiyle Türkiye bunu gerçekleştirmeye aday bir ülke konumunda.

TripAdvisor'ın yıldızı İstanbul olacak

TripAdvisor, İstanbul sayfaclarının yönetimini bir yıl süreyle İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu (ICVB) yapacak. Aylık tekil ziyaretçi sayısı 490 milyon olan TripAdvisor platformundaki hedef; İstanbul'a 'Dünyanın 1 Numaralı Destinasyonu' unvanını kazandırmak.

ŞEREF KILIÇLI

DÜNYACA ünlü seyahat sitesi TripAdvisor, İstanbul sayfaclarının bir yıl süreyle yönetimini İstanbul Ticaret Odası'nın başkanlığını yürüttüğü İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu'na (ICVB) devretti. Sayfacların yönetimi, ICVB'nin önemli projelerinden One İstanbul markası üzerinden gerçekleştiriliyor. Projeye ilgili bilgilendirme toplantısı İTO'da yapıldı. Toplantıya İstanbul Vali Yardımcısı Dr. Hülya Kaya, İTO Yönetim Kurulu Üyesi ve ICVB Başkan Vekili Bahadır Yaşık, İstanbul Kültür ve Turizm İl Müdürü Dr. Coşkun Yılmaz, STK temsilcileri ve turizm işletmecileri katıldı.

HEDEF BİRİNCİ OLMAK

Toplantıda yaptığı konuşmada, projeye İstanbul'un milyonlarca TripAdvisor kullanıcısının karşısına en doğru bilgilerle çıkacağını belirten İTO Yönetim Kurulu Üyesi Bahadır Yaşık, hedefleri şöyle açıkladı: "İstanbul'unuzun tanıtımı dağınık bir şekilde değil, hak ettiği şekilde ve güvenilir içeriklerle tarafımızdan yapılacak. İstanbul'un her yıl TripAdvisor tarafından açıklanan listelerde 'Dünyanın 1 Numaralı Destinasyonu' unvanını kazanması için çalışılacak. Dijital mecraları imkanları sayesinde



'akıllı hedefleme' ile hedef ve bölge segment belirleyerek 7 farklı dilde yapacağımız reklam çalışmalarımız ile gerçek anlamda dünyanın dört bir yanına dilediği dünyadan İstanbul'un sahip olduğu cazip avantajları duyurabileceğiz. Site üzerinden gerçekleşen etkileşim ve veri kullanımı ile İstanbul'un detaylı bir ziyaretçi profili ile ilgili derinlikli ve güvenilir raporlama imkanına sahip olacağız. Seyahate çıkma planı yapan kişileri, İstanbul rezervasyonu yapmaya yönlendiren bir iletişim kanalına sahip olacağız."

200 ÜLKEDEN TURİST

İstanbul Ticaret Odası'na, Turizm

Geliştirme ve Eğitim Vakfı'na (TUGEV) ve ICVB'ye turizm katkılarını için teşekkür ettiklerini vurgulayan İstanbul Kültür ve Turizm İl Müdürü Dr. Coşkun Yılmaz ise şu bilgileri paylaştı: "Geçtiğimiz yıl İstanbul'a yaklaşık 13.5 milyon turist geldi. Bu yılın ilk yedi ayında ise rakam 8 milyon 403 bin 520 oldu. Şehrin, yılsonunda geçen yıla göre yüzde 13'lük bir artışla 15 milyon turisti ulaşmasını bekliyoruz. Bir başka veri, İstanbul'a dünyanın 200 ayrı ülkesinden turist geldi. İlk 10 sırada; Almanya, İran, Rusya, Irak, Fransa, Suudi Arabistan, İngiltere, ABD, Çin ve Kuveyt var."

49 farklı pazarda 28 dilde hizmet

İTO Yönetim Kurulu Üyesi Bahadır Yaşık, TripAdvisor hakkında şu verileri paylaştı: ● Turistlerin yüzde 37'si karar verme aşamasında TripAdvisor'a danışıyor. Bunu yüzde 10'luk oran ile arama motorları izliyor. ● TripAdvisor puanlamasında 1 yıldızlık bir artış, işletmeler için ortalama yüzde 5 ila yüzde 9 oranında ilave gelir getiriyor. ● Platform, her ay ortalama 490 milyon tekil kişi tarafından ziyaret ediliyor ve 49 farklı pazarda 28 dilde hizmet veriyor.

Mega kentte 3 öncelikli projeye destek

İSTANBUL Kalkınma Ajansı (İSTKA), 2019 Yılı Fizibilite Destegi Programı kapsamında başanlı olan projeleri ilan etmeye başladı. Ajans, İstanbul'da ilk aşamada siber güvenlik, özel ihtiyaçları olan çocuklara yönelik erken müdahale uygulamaları ile nadir ve tanısız hastalıklar alanında sağlık sistemi organizasyonunun sağlanmasına yönelik 3 öncelikli alanda projelerin fizibilite çalışmalarını destekleyecek. İSTKA açıklamasına göre, program kapsamında ilk aşamada siber güvenlik, riskli bebekler ve farklı gelişim gösteren

2010'dan beri 809 proje

İstanbul Kalkınma Ajansı, 2010'dan bu yana toplam 38 farklı program yürüttü. Ajans desteği toplam 398 milyon 692 bin lira olan 809 proje hayata geçirildi.

MERKEZ İÇİN FİZİBİLİTE

Türkiye Spastik Çocuklar Vakfı tarafından yürütülecek Ulusal Erken Müdahale Uygulamaları Geliştirme (Kalite) Merkezi Fizibilitesi ile kamu, üniversite ve STK iş birliğiyle engelliğin azaltılmasına veya artmasının önlenmesine yönelik araştırma, tedavi ve eğitim hizmetlerini

entege bir modelle sunarak aileler ve bakım hizmeti verenler için rehberlik, alan uzmanları için mesleki yetiştirme modülleri sunan bir merkez kurulması amacıyla fizibilite çalışması yürütülecek. İstanbul Valiliği ile Aile, Çalışma ve Sosyal Politikalar Bakanlığı proje ortağı olarak çalışmalara katkıda bulunacak.

SİBER ÖNLEM

Boğaziçi Üniversitesi'nin başvuru sahibi olduğu Boğaziçi Üniversitesi Siber Güvenlik Merkezi Fizibilite Projesi ile de İstanbul'da siber olaylara müdahale edilebilirliği arttıracak, siber saldırılara karşı kurum/kuruluşları koruyan siber operasyon merkezi firmalarına destek olacak, yerli ve milli siber güvenlik çözümlerinin test edilmesini ve yaygınlaştırılmasını sağlayacak bir merkez

kurulması hedefine yönelik fizibilite çalışması yürütülecek.

NADİR PLATFORM

İstanbul Tanımsız ve Nadir Hastalıklar Platformu (İSTİNA) Fizibilite Projesi kapsamında da nadir ve tanısız hastalıklar alanında sağlık sistemi organizasyonunun sağlanması için Ar-Ge yapacak araştırmacılar, yetim ilaçlar üzerinde çalışan ilaç sektörü paydaşlarını, uluslararası platformlara entegre biyobankalara faaliyetlerini ve hasta demeklerini bir araya getiren bir yapı kurulması için fizibilite çalışması yürütülecek. Acıbadem Üniversitesi tarafından sunulan fizibilite faaliyetleri Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı (TÜSEB) ile İstanbul Üniversitesi Aziz Sancar Deneyel Tipi Araştırma Enstitüsü ortaklığında yürütülecek.

Fizibilite desteğine 5 milyon lira kaynak

Fizibilite Destegi Programına kamu kurumları, yerel yönetimler, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar 24 Aralık 2019'a kadar başvurabilecek. 5 milyon lira kaynak tahsis edilen Fizibilite Destegi Programı ile girişimcilik, yenilik, yaratıcı endüstriler, çocuklar ve gençler ile dezavantajlı gruplara yönelik 5 temada geliştirilecek güdümlü projelerin fizibilite çalışmaları desteklenecek.

Sanayide 2023 için 23 adım

Türkiye'nin 2023 Sanayi ve Teknoloji Stratejisi'ne göre öncelikli olarak milli gelirde imalat sanayisinin payı 2023'e kadar 5 puan artırılabilecek. Ar-Ge'ye ve teknoloji girişimlerine destek verilecek; Türkiye'den 10 Turcom (unicom) çıkması sağlanacak.

ISTANBUL'da yüzbinlerce kişinin ziyaret ettiği TEKNOFEST'te, firmalara, girişimcilere ve gençlere geleceğe teknoloji ile hazırlanma çağrısı yapan Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, ertesi gün Türkiye'nin 2023 Sanayi ve Teknoloji Stratejisi'ni açıkladı. Bakan Varank, "11. Kalkınma Planı'nın odağında sanayi ve teknoloji var. 2023'e giden yolda somut hedefler belirledik. Yüksek katma değerli ürünlerin yerli imkan ve kabiliyetlerle üretilmesini amaçladık. Milli gelirde imalat sanayisinin payını

artırmak istiyoruz" diye konuştu.

AR-GE'YE DESTEK

Varank, "Son 10 yılda ortalama yüzde 16,5 olan milli gelirde imalat sanayisinin payını, 2023'te yüzde 21'e çıkarmayı hedefliyoruz. Ar-Ge, Ür-Ge, yatırım, pazarlama ve ihracat süreçlerini uçtan uca yönetecek, alıcı ve üreticiyi aynı anda teşvik edeceğiz. Yatırım tutarının 50 milyon liraya aşması durumunda, proje bazlı teşvik sistemini devreye sokacağız. Yatırımlara destekle, belirleyici kriterlerden biri projenin katma değeri olacak" dedi.



10 'Turcom' hedefi

Bakan Mustafa Varank, girişim seviyesinden 1 milyar dolara üzerinde değerlemeye ulaşan ve 'unicom' denilen şirketlerden dünyada yaklaşık 300 tane olduğunu söyledi. Varank,

"Ülkemizden de unicomlar çıksın, başarılarıyla adlarından söz ettirsin hatta bunlara da 'Turcom' denilsin istiyoruz. Bu kapsamda 2023'e kadar en az 10 Turcom hedefimiz var" dedi.

Sanayi ve Teknoloji Stratejisi'nde, sanayi ve teknoloji hedeflerine ulaşmak için belirlenen 23 alt politika şöyle sıralandı:

Teknolojik yetkinlikler ve sektörel yol harıtlarının belirlenmesi. Öncelikli sektörler için stratejik malzemelerin geliştirilmesi.

Ar-Ge'de ekosistem anlayışı ve mükemmeliyet merkezleri

Teknoloji standartlarının gelişimine aktif katılım, test merkezi ve sertifikasyon

Yüksek teknolojilerde küresel girişimler

Fikri mülkiyet hakları kullanımı ve altyapısı

DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Sanayinin dijital dönüşümü

Sanayinin kurumsallaşması ve ihracatı güçlendirme adımları

Rekabet öncesi işbirliği ile sanayi ve teknoloji alanları

Teknoloji odaklı sanayi hamlesi programı

Yatırım ortamının iyileştirilmesi ve yeni yatırım teşvik sistemi

Bölgesel kalkınma, istihdam ve markalaşma

Sanayinin finansmanını güçlendirecek yeni yaklaşımlar

GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik ekosisteminin etkin bir yapıya kavuşturulması

Teknoloji tedarikçisi ve girişimcilerin güçlendiren politika ve uygulamalar

BEŞERİ SERMAYE

Sürdürülebilir ilerleme için beşeri sermayenin gelişimi

Araştırma ve geliştirme yetenek kapasitesinin artırılması

Açık kaynak platformu ve Türkiye'nin yazılım kapasitesinin artırılması

ALTYAPI

Veri iletişimi ve açık veri reformu

Bulut bilişim ve veri merkezi

Siber güvenlik standartları ve altyapısı

Ulusal blokzincir altyapısı

Sanayinin iki kaldıraç: lojistik ve enerji

Öncelikli ürün dönemi başladı

Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi Programı kapsamında özel teşvik verilecek teknolojik ürünler için ilk liste açıklandı. Öncelikli olarak makine sektörünü kapsayan söz konusu listede; metal işleme makineleri, servo teknoloji ürünleri, robotik sistemler, üç boyutlu yazıcılar da yer alıyor.

ADEM ORHUN

YATIRIMLARA Proje Bazlı Devlet Yardımı Verilmesine İlişkin Karar hükümleri çerçevesinde Öncelikli Ürün Listesi'nin ilki açıklandı.

Listelerin tespitine ilişkin tebliğ 18 Eylül'de Resmi Gazete'de yayımlandı. Tebliğin ekinde de makine sektörüne ilişkin ürünler yer aldı.

UYGULAMA ESASLARI

Aynı gazetede, Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi Programı uygulama esasları tebliği de yayımlandı. Buna göre, program kapsamında destek başvurusu yapılan yatırım projelerini değerlendirmek, desteklenmesine dair karar almak ve projelerin destek sürecini izlemek ve izleme sürecinde karar almak üzere Komite oluşturulacak.

BAKANLIK DUYURACAK

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Öncelikli Ürün Listesindeki ürünleri yönelik çağrıda bulunacak. Desteklenecek yatırımlarda, çağrı duyurusunda yer alan ürünlere yönelik olma ve çağrı duyurusunda belirlenen

proje kapsamında yapılması öngörülen toplam harcamaların tutarından oluşan asgari proje tutarını karşılama şartı aranacak.

TÜBİTAK ARAŞTIRIYOR

Ürünün ve firmanın teknik açıdan üretime hazır olup olmadığının, proje planlaması çerçevesinde yapılacak yatırım faaliyetleriyle ürünün üretilmesinin teknik yönden mümkün olup olmadığının tespiti için TÜBİTAK tarafından inceleme yapılacaktır.

KOBİ DOSYALARI

Yatırımcı firmanın KOBİ olması durumunda, projenin yatırım kısmı için Stratejik Ürün Destek Programı kapsamında talep edilen bilgi ve formlar eksiksiz olacak. Bu durum KOSGEB tarafından incelenecek.

Yatırımcı firma, değerlendirme sürecinde, ürünüyle ilgili sunum yapacak. Değerlendirme aşamasında projelerin, tebliğdeki 'yüksek katma değeri olma' gibi 12 kriteri sağlayıp sağlamadığına bakılacak. Bu süreç sonunda 70 baraj puan almak üzere 100 üzerinden puan verilecek sıralama yapılacaktır.

Sektör sektör öncelikli ürünler listesi

Tebliğde yer verilen makine sektörü öncelikli ürün listesinin dışında başka listelerde de hazırlandı. Buna göre Kimya (NACE 20), Eczacılık İla Tıbbi ve Disiplinli İlgili Araç Gereçler İmalatı (NACE 21, NACE 3250), Bilgisayar, Elektronik ve Optik (NACE 26), Elektrikli Teçhizat (NACE 27), Makine (NACE 28), Ulaşım Araçları (NACE 29 ve 30) sektörlerinde yer alan veya bu sektörlerin gelişimi için kritik önemi olan diğer sektör ürünleri arasında seçilen ürünler, tebliğe ekli listeler şeklinde ilan edilecek.

Eklemleri imalat makineleri:

Metal toz püskürtme ve serme yöntemiyle çalışan eklemleri imalat makineleri (minimum 800 x 800 mm hacminde üretim kapasitesinde parça üretilebilmesi) Entegre toz püskürtme ve lazer ergitme tabanlı eklemleri imalat sistemleri En az 400 W'lık dinamik odaklama özellikli CW (continuous wave) fiber lazer rezonatör ve optik sistemi Elektron ışın tabancası ve odaklama sistemi

Aynı anda birden fazla malzemeyi kullanarak serim yapabilen sistemler 10-50 mikron boyutlarında toz ve 20-40 mikron katman kalınlıklarında toz serme sistemleri Toz serme sistemlerinde kullanılan dinamik odaklama özellikli galvo optik tarama sistemi Kompozit malzeme kullanarak eklemleri üreten yapım sistemleri Toz geri dönüşüm ve fütürleme sistemleri

Robotik ve otomasyon sistem bileşenleri:

Yeri toplama kartı Gerçek zamanlı işletim sistemi Harmonik dairesel ve benzeri reduktör Planet screw, sonsuz dişli türü göçü iletim modülü Kablo tahrikli sistemler Ortam şartlarına uyumlu hassas/güçlü/esnek/eksis tahrikli tutucular (pnömomatik, servo, hidrolik) Kuvvet, tork ve dokunsal sensörler Lidar ve infrared sensörler

Servo teknoloji ürünleri:

Servo motor Lineer servo motor Seril/paralel elastik eyleyiciler Değişken esnekliğe sahip eyleyiciler Akım tabanlı kuvvet kontrolüne yönelik eyleyiciler Doğadan esinlenen (bio-inspired) eyleyiciler Yüksek hassasiyete, yüksek verimliliğe sahip servo eyleyiciler

Üç boyutlu yazıcılar:

Hibrit imalat sistemleri Mikro dövme tabanlı eklemleri sistemler Mikro-nano boyutlarda eklemleri imalat sistemleri Elektronik devre sistemlerinin eklemleri imalatı

İleri döküm teknoloji ürünleri:

Mükavemeti yüksek yumu grafit dökme demire (Compacted Graphite Iron-CGI) yönelik döküm teknolojileri İnce döküm teknolojileri Hassas döküm teknolojileri (Yakum hassas ve benzeri teknolojiler)



Makine sektörü için armonize sisteme göre öncelikli ürünler listesi:

Demir/çelikten makaralı zincirler Deniz taşıtları için kırılmı ateşlemeli motorlar-diştan takmalı **Diğer amaçlar için motorlar-dizel, yan dizel** Doğrusal hareketli (silindirler) pnömomatik güç motorları **İçten yanmalı pistonlu motorlar** Diğer santrifüj pompalar **Vakum pompaları** Soğutma cihazlarında kullanılan kompresörler **Diğer ventilatörler-aspiratörler** Diğer amaçlar için kullanılan kompresör, ventilatör, aspiratör **Klima cihazlarının aksam-parçaları** Isı pompaları; diğer

soğutucu-dondurucu teribatları Isı değiştiriciler (eşanjörler) Hava/diğer gazların sıvılaştırmaya mahsus makineler **İçten yanmalı motorlar için yağ-yakıt filtreleri** Diğer sıvı filtre/antma cihazları **Diğer motorlar için hava filtreleri** Filtre, antma cihazlarının aksam, parçaları **Şişe, kutu ve benzeri doldurma, kapsülleme, içecekleri gazlandırma makineleri** Elektrik motorlu, kendinden hareketli forklift ve diğer yük arabaları **Kendinden hareketli diğer forklift-yük arabaları** Asansörler, skipli yük

kaldırıcıları **Sürekli hareketli bantlı tip elevatör-konveyörler** Kulesi 360 derece dönebilen yükleyiciler **Kağıt/karton kesme makineleri** Kağıt hamuru, kağıt/kartondan kalıpla esya imaline mahsus makineler **Kağıt hamuru, kağıt, karton işleyen diğer makine ve cihazlar** Fleksografik baskı yapan makineler **Dokumaya elverişli lifleri eğirmeye mahsus makineler** Dokuma makineleri (mekiksiz); kumaş genişliği < 30 cm. Dairesel örgü tezgahları-silindir çapı > 165mm **Diğer örgü, güpür, tül, dantela ve benzeri imali**

İçin makine ve cihazlar Örgü makinelerine ait platin, iğne, ilmek yapan esya **Otomatik üniteli dikiz makineleri** Metal işleme merkezleri **Sayısal kontrollü olan yatay torna tezgahları-metal işleyen** (84.56-84.61) dörtlü kırılmıdaki makinelerle ait aksam-parçalar **Her türlü, elektro-mekanik, elle kullanılan matkaplar** Elle kullanılan, elektro-mekanik testerele **Elle kullanılan, elektro-mekanik diğer aletler** Kauçuk/plastik enjeksiyon makineleri **Kauçuk/plastik için ekstrüzyon makineleri** Kauçuk/plastik esya imal makinelerinin aksam-

parçaları **Snai robotlar** Metal işleyen makineler (elektrik tel bobin halinde sarmaya mahsus olan dahil) **Kanştırma, yoğunlama, kurma, öğütme, homojenleştirme ve benzeri makineleri** Kendine özgü fonksiyonu diğer makine ve cihazlar **Kendine özgü fonksiyonu diğer makinelerin aksam, parçaları** Yağlı hidrolik/pnömomatik transmisyon valfları **Bilyeli rulmanlar** Konik makaralı rulmanlar (konik bilezik ve makara grupları dahil) **İğneli rulmanlar** Yatak kovanları (rulmanlı) **Yatak kovanları** (rulmansız olanlar) mil yatakları

Marka tescilinde özgün olan kazanıyor

Tanımlayıcı işaretler neler?

- Tescilli talep edilen mal ya da hizmetleri doğrudan tanımlayan, mal ya da hizmetin özelliklerine ve kalitesine doğrudan atıfta bulunan işaretler 'tanımlayıcı' sayılıyor.
- Tüketicinin mal veya hizmet ile işaret arasında refleks olarak bir bağlantı kurması bekleniyor.
- Bir işaretin tanımlayıcı nitelikte kabul edilebilmesi için işaretin mal ya da hizmetin en temel özelliğini belirtiyor olmasına gerek görülüyor.
- Mal veya hizmetlerin özelliklerini sadece çağrıştıran ya da animasyon işaretler, tanımlayıcı olarak değerlendirilmiyor.
- Başvuruyu oluşturan işaretin mal veya hizmetin ilgili olduğu sektörde kullanılan terim ya da kavramlardan birisi olması, ibarenin tanımlayıcı olduğu sonucunu tek başına ortaya çıkarmak için yeterli sayılmıyor.
- İşaret ile mal veya hizmet arasında doğrudan bir ilişki bulunması gerekiyor.
- Birden çok anlamı bulunan bir işaretin anlamının sadece birisinin, ilgili mal ya da hizmet için tanımlayıcı olması o işareti tanımlayıcı görmek için yeterli sayılıyor.
- Tanımlayıcı unsurların sıra dışı bir şekilde bir araya getirilerek yepyeni bir anlam kazanması halinde, işaretin tanımlayıcı niteliği ortadan kalkıyor.
- Tanımlayıcılık sadece her kelimenin ayrı ayrı anlamına göre değil, birlikte oluşturdukları bütüne göre de değerlendirme yapılıyor.

Fotoğraf: Osman Kuvvet

Türk Patent ve Marka Kurumu ile marka vekilleri, marka başvurularında red kararlarını İTO'da tartıştı. Kurum yetkilileri, başvuru kılavuzunda değişen kriterlere dikkat çekerek, şu uyarıyı yaptılar: "Her işaret marka olmaz. Ayırt edici özelliğe veya ayrıntılara sahip olmalı."

ADEM ORHUN

TİCARİ hayatın hemen her alanında ayırt edici işaret, sembol ve yazılar, marka başvurularında da büyük önem taşıyor. Birçok başvuru bu işaretlerle ilgili kriterler değerlendirildiğinde red cevabı alıyor. İstanbul Ticaret Odası, bu alandaki yeni kriterlerin anlaşılması için bir seminer düzenledi. 'Marka Vekilleri ile Marka Başvurularının İnceleme Kriterlerinin Değerlendirilmesi Semineri', Türk Patent ve Marka Kurumu yetkilileri ile firma temsilcilerini ve avukatları bir araya getirdi.

ZAMANINDA YAPILMALI

İstanbul Ticaret Odası'nın (İTO) İşletme Destek Hizmetleri Meslek Komitesi üyelerinin de katıldığı seminerin açılış konuşmasını İTO Yönetim Kurulu Üyesi İbrahim Doğan Salman yaptı. Salman, marka tescillerini zamanında yapmanın



önemini hatırlatırken, bu alanda faaliyet gösteren marka ve patent vekillerinin çalışmalarına dikkati çekti.

AYRINTI OLMALI

Seminerde Türk Patent ve Marka Kurumu yetkilileri, kurumun 'Marka İnceleme Kılavuzu'nu değerlendirdi. Tutarlılık, şeffaflık ve öngörülebilirliğin sağlanması, kalite yönetim sistemine geçiş için referans bir metin ihtiyacının olması gibi sebeplerle bu değerlendirmenin yapıldığı kaydedildi. Red cevaplarına dikkat çeken yetkililer, her işaretin marka olmayacağını vurguladılar. Yetkililer, bir ürünün, hizmetin veya firmanın şekillerinin 'konuyu anlatan genel işaret veya çizimler' olmaktan öte, ayırt edici özelliğe veya ayrıntılara sahip olması gerektiğini belirttiler.

Tek renkle tescil zor

Marka başvurusunda sadece isim, logo, slogan tescilli istenmiyor; ses veya renk tescilli de talep edilebiliyor. Bu durumda tek bir rengin tescilli çok daha zor oluyor. Özellikle renkte, 'kullanım sonrası ayırt edicilik kanaati' oluşuyorsa ve tüketici tarafından marka algılanması sebep oluyorsa tescil yolu açılıyor.



26. TİRAN ULUSLARARASI FUARI

Tiran - Arnavutluk
23-26 Kasım 2019

• Genel ticaret



BALKANLARA İHRACATIN KAPISI

26. Tiran Uluslararası Fuarı

- Yaklaşık 25.000 ziyaretçi, 25 ülke, 380 katılımcı firma
- Arnavutluk ve çevre bölgede en etkili genel ticaret fuarı,
- 26 yıl süresince Fuarın artarak süren başarı grafiği,
- Profesyonel ikili görüşmeler
- Balkanların anahtar ülkesi,
- İki ülke arasında yapılan ticaret anlaşmaları,
- Türkiye'nin Arnavutluk'a ihracatında yüksek potansiyeli,
- Arnavutluk'ta Türk firmalarının istikrarlı başarıları,

Ödeme Planı

- Minimum stant alanı: 9 m²
- Katılım bedeli : 2.650 TL/m²
- 1. Ödeme : 2.000 TL(başvuru ile birlikte)
- 2. Ödeme : Kalan bedelin %50'si
- 3. Ödeme : Bakiye bedel
- Katılım sözleşmesi ile birlikte ödeme dekontunun Oda'ya iletilmesi gerekmektedir.
- İlk ödemeye ilişkin banka dekontundaki tarih ve saat dikkate alınarak bir sıralama gerçekleştirilerek, stant seçim hakkı tanınacaktır.

Teşekkür eder, saygılar sunarız.

Katılım Bedeline Dahil Hizmetler

- Stant inşaatı, temel aydınlatma
- Ürünlerin İstanbul-Tiran nakliye, gümrükleme ve sigorta işlemleri
- Fuar katalogunda ve web sayfasında firma bilgilerinin yer alması
- Oda'ya hazırlanan broşürde firma bilgilerinin yer alması
- Fuar süresince ofis, iletişim araçları ve ikram hizmetlerinden faydalanma imkanı
- Stant büyüklüğü ile orantılı fuar giriş kartı temini
- Devlet desteğine ilişkin ilgili Birküt tarafından talep edilen dosya masrafı
- T.C. Ticaret Bakanlığı teşvik işlemleri takibi

Banka Bilgisi

Hesap Adı : İSTANBUL TİCARET ODASI
Banka : YAPI KREDİ BANKASI
Şube : SULTANHAMAM - İSTANBUL
Şube Kodu : 055
TL Hesap No : 60614779
IBAN : TR29 0006 7010 0000 0060 6147 79
• Ödemeler Firma hesabından, tam firma ünvanı ve "26. TİRAN ULUSLARARASI FUARI" ibaresi ile gerçekleştirilmelidir.



Ayırt edicilikte özgünlük etkisi

■ Günlük dilde yaygın kullanımı olmayan, başvuruya konu mal veya hizmetlerle doğrudan ya da dolaylı olarak bağlantısı bulunmayan işaretlerin orta düzeyde ayırt ediciliğe sahip işaretler olduğu kabul ediliyor. Bu tarz işaretlerin benzerlik değerlendirilmesinde,

benzerlik aynılığı yanında ayırt edilemeyecek kadar benzerliği aranırken, ayırt edici nitelikte olmayan tali unsurların da kavramsal olarak birbirlerine yakın ibareler olması gerekiyor. ■ Günlük hayatta kullanımı olmayan, özgün nitelikteki işaretler görece yüksek ayırt ediciliğe sahip işaretler olarak

değerlendiriliyor. Bu tarz işaretlerin benzerlik değerlendirilmesinde, aynılık yanında ayırt edilemeyecek kadar benzerlik aranıyor. Bu işaretlerin yanında yer alan ayırt edici nitelikte olmayan tali unsurların kavramsal olarak birbirinden uzak ifadeler olması, işaretlerin yüksek ayırt ediciliği tarafından bertaraf edilebiliyor.



İSTANBUL
TİCARET
ODASI 1882

Özlem Kılıç - Mustafa Çağlayan - Aylin Odabas
Tel : 0212 455 65 12 - 455 61 08 - 455 61 07
GSM : 0533 959 30 57
Faks : 0212 520 15 26
E-posta : ozlem.kilic@ito.org.tr - mustafa.caglayan@ito.org.tr
aylin.odabas@ito.org.tr
www.ito.org.tr

Dövizdeki dalgalanmanın nedenleri ve etkileri

Bir ekonomide dövizin o ülke parasına göre değer kazanması için iki önemli faktör bulunuyor.

1 - Global gelişmeler nedeniyle o ülke ve içerisinde bulunduğu ülke grup fonlarından para çıkışının olması

2 - İlgili ülkede risklerin artması nedeniyle paranın daha güvenli görüldüğü yere kaçması.

Global piyasalara baktığımızda durumun paralel birçok ülkenin faizleri düşük tuttuğunu gözlemliyoruz. Bu durumda sermaye sahibi getiriyi düşük bularak başka yerlere kaçma eğilimine girer. Oysa mevcut durum çok farklıdır. Kitaplarda okutulan ve sermayenin düşük getirili yerlerden yüksek getirili yerlere kaçacağı teorisi tamamen boş çözümdür. Çünkü sermaye hareketlerinde farklı ülkeler aynı koşulları yaratmazlar. Dolayısıyla faiz gibi getiriler tek başına durumu açıklayamaz. ECB negatif faiz uyguladığı halde hâlâ mevduat gidiyorsa ortada getirden çok güvenli alaka konular var demektir.

Bu nedenle de dışardan ülkemize bakıldığında bambaşka bir tablo gösterilmeye çalışılıyor. Bir ülke imajı verilmeye çalışılıyor. Bu amaçla yapılan yayınlar ülkemizi fon getirmeyi düşünenleri psikolojik olarak etkilemektedir. Bu haberlerin doğru olmadığını bilen kurumsal kuruluşların girişiminin engellenmesi için ise notlar ciddi fonların girişine engel olacak seviyelere getirilmektedir. Kısacası rating birilerinin şantaj malzemesi haline gelmiş ve ülkeler bunlarla korkutmayı denemektedir. Mevzuat açısından rating bağımlılığı olmayanların ise gelişinde sorun bulunmaması birlikte olumsuz etkilenmeleri için her yıl denemektedir.

Yukarıda da değindiğimiz gibi sermaye hareketleri tek başına getiri ile açıklanamaz. Burada ana kriter güvendir.

Döviz piyasaları çok çeşitlidir. Birbirlerinin türevi olan çok farklı piyasalar bulunmaktadır. Döviz piyasası spot döviz alım satımını sağlarken, forex daha az parayla ve daha fazla risk alarak kaldıraç kullanmak suretiyle büyük meblağlarda pozisyon almayı sağlayan bir piyasa modelidir. Vadeli piyasalar ise gelecekteki kurlar tahmin edilerek pozisyon alınan piyasalardır. Swap options gibi ürünler ise risk-faiz farklılıklarından faydalandırılmaktadır.

Bu piyasalar farklı ihtiyaçlara cevap verirken, spekülasyonların başı aşsı hep aynıdır 'para kazanmak'.

Dövizin ülke parasına göre dalgalanması için önce beklenti oluşturulur. Öyle ki piyasa ile ilgili kim var kim yoksa pesine takılmak istenir. Piyasa şu işe yani işlem hacmi düşük ise dalgalanma potansiyeli daha fazladır. Spekülasyon burada şu hesabı yapar: piyasada satış olur düşürürsem başkalarından düşük fiyatın alabilir miyim? O zaman yukarıdan satışım aşağıdan almış olacağım, yani diğer bir deyişle pahalı satıp ucuz alacağım.

Ya da şöyle bir hesap yapılabilir; Eğer alarak yükseltirsem yukarı fiyatın panikleyip gelsemler geri satabilir miyim? Burada da ucuz alıp pahalı satmış olacağım.

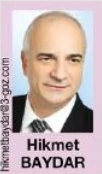
Şiş piyasalarda bu hareket çok kolaydır. Ülkemiz döviz piyasası da nispeten sig bir piyasa olduğundan ciddi dalgalanmalar yapmak çok kolaydır.

Burada en savunmasız olanlar, forex piyasalarında yüksek risk alanlardır. Çünkü piyasa tersine giderken onların pozisyon zarar limiti olduğunda sistem onları sormadan pozisyonlarını ve zararlı yerlerden kapatır. İlk kurban forex işlemi yapanlar oluyor. Doğru yönde pozisyon alanlar ise kısa sürede büyük karlar yazabiliyorlar. Ancak spekülasyon toplama ne kadar aşağı, ne kadar yukarı yönde pozisyon var ve teminatlarına göre dayanabilecekleri yer neresi iyi bilmedikleridir. Bu durumda spekülasyon nerede stop işlemlerle açık bildirenlerin paranın gücünü ve piyasalar sıkken büyük değişimler yapmak suretiyle forexte pozisyonları kapatılarak hemen kan almaktadır.

Diğer savunmasızlar daha şanslı olsalar da piyasa makul seviyelere gelene kadar bekleyebiliyorlar. Ancak onları da ciddi zararlar bekleyebilir.

Bu dalgalanmaların yapılabilmesi için iki ürün gerekiyor. Birisi döviz, diğeri yerel para yani TL. Burada spekülasyonların Türk Lirası'na kolay ulaşmaması spekülasyon hareketleri engelleyebilir. Paraya kolay ulaşan spekülasyon, faiz ne olursa olsun alırlar ve o para da faizin üzerinde getiri sağlayacak kadar spekülasyon yapar. Burada mesele Türk Lirası'na ulaşma meselesidir. Türk Lirası yoksuz döviz alamaz. Ya da döviz satarken gelen alıcının TL tedarik etmek zorundadır.

Ülkemiz döviz makro göstergeler üzerinde çok etkilidir. Fiyatlamalarda ithalatın önemli yeri bulunduğundan her yukan hareketinde doğrudan enflasyon ihmal edilmemektedir. Akabinde de yüksek enflasyon nedeniyle faizler yükselmektedir. Bu durumda spekülasyonu azaltıcı politikaların güdülmesi şarttır. Bunun için derinliği daha yüksek, piyasa yapıları olan ve TCMB'nin daha kontrollü olduğu bir döviz piyasasında dalgalanma daha düşük boyutlarda ve ekonomik nedenlerle gerçekleşebilir. Son söz; kur riski umudun değil, zaman vurur.



Hikmet BAYDAR

Marka meselesi varlık meselesi

Türkiye 2018'de yaklaşık 168 milyar dolar ihracat yaptı. Kilogram başına ihracat değeri 1.32 dolar oldu. Geçen yıl 1.4 trilyon ihracat yapan Almanya'nın ise kilogram ihracat değeri 7 ise dolar.

Türkiye'nin ortalama ihracat kilogram değeri de sayet Almanya gibi yüksek olsaydı toplam ihracatımız çoktan 1 trilyon doları aşmış olacaktı.

MARKA Mimar Ömer Şengüler'in 'Markalaşma ve Marka Olmanın Finansal Getirileri' Semineri, 17-18 Eylül tarihlerinde gerçekleştirildi. Açılış konuşmasını İstanbul Ticaret Odası Yönetim Kurulu Üyesi Servet Samsa'nın yaptığı eğitim seminerine katılım yoğun oldu.



Ömer Şengüler, "Markalaşma ve Marka Olmanın Finansal Getirileri" Semineri'ne katılanlara hitaben konuşurken, "Her ne kadar KOBİ'ler üretim kabiliyetleri, esneklikleri ve teknolojiye hızlı uyum sağlama ile avantaj sahibi olsalar da kurumsallaşma ve büyüme konularında yeterli açılımı gösteremedikleri aşikar. Sermaye olanakları sınırlı olan KOBİ'lerin mevcut pazarlarda tutunma ve gelişme, aynı zamanda da yeni pazarlara açılmaları önemli. Bu hedeflere ulaşmak içinse kurumsallaşarak markalaşmaları gerekiyor" dedi.



olarak strateji yapmalısınız. Ardından hedefe ulaşmak geliyor. Strateji ile taktik de karıştırmak lazım. Türkiye'deki sektörlerden biride strateji eksikliği. Stratejiyi uygulamak için taktik geliştirmeniz. Ancak strateji taktik olursa, mağlubiyetten önceki en büyük gürlü olur" dedi.

SATIŞTAN AYIRIN

Pazarlama ve satış birbirlerinden farklı alanlar olduğunu kaydeden Ömer Şengüler, firmaların pazarlama ve satış departmanlarını ayırma tavsiyesinde de bulunarak, sunları söyledi: "İkisini ayırın. 'Pazarlama bütçem yok' diyorsanız bir süre

Marka değerinin sunduğu katkı

Ömer Şengüler, şirketler açısından ciro artırmada ve kar marjının yüksek olmasında markanın belirgin bir rol oynadığını dikkat çekti. Marka değeri konusunda ise şu çarpıcı örneği verdi: "Coca-Cola'nın şirket değeri 27 milyar dolar. Marka değeri ise 66 milyar dolar. Yani birisi Coca-Colayı satın almak istese 93 milyar dolar ödeyecek. Türkiye'de maalesef marka değeri şirket değerinin üstünde olan bir şirket yok."



Pazarlamanın üç altın kuralı

Marka mimarı Ömer Şengüler, pazarlamanın üç altın kuralını şöyle açıkladı: "Birincisi kararlı olacaksınız. Bir adım ileri iki adım geriye gitmeyeceksiniz. Bir kriz patladığında pazarlamayı rafa kaldırmayın. İkincisi, pazarlamaya ekibinizle birlikte kaliteli zaman ayıracaksınız. Üçüncüsü, bir bina için inşaat maliyetinin yüzde kaçını temel için ayırırsanız pazarlama için de yeterli bir bütçeyi şirket bütçenizden her yıl ayıracaksınız. Pazarlama bütçesinin en önemli bölümü nicel ve nitel araştırmalar ile bu araştırmaların analizlerini yapacak danışmanlara harcanmalıdır. Konulandırmaya yapmanıza faydası olmayan, pazarlama analizi yapılmamış bir araştırma, çöp kutunuza attığınız altın kase gibidir. Pazarlamanın en önemli amacı hedef kitleyi tanımaktır."



İhracatın kaldırıcı

Ortalama ihracat kilogram değeri yüksek olan ülkelerin aynı zamanda markası çok olan ülkeler olduğunu altını çizdi Ömer Şengüler, bu konuda Türkiye ile Almanya örneğini vererek, şöyle konuştu: "2018'de yaklaşık 168 milyar dolar ihracat yaptık. Kilogram başına ihracat değerimiz ise 1.32 dolar. 2001'de bu rakam 0.69 doları. 2014'te 1.59 doları gördük, döviz kurundaki artıştan sonra 1.32 dolar seviyesine indi. Almanya'ya baktığımızda ise kilogram başına ihracat değeri 6.7 euro. Yani 7 dolar civarında. Farkı marka, inovasyon ve katma değer belirliyor. Dünyanın en değerli 100 markasından neden bir Türk şirketi yok sorusunu bu yönüyle düşünüyoruz. Ürünlerimizi değeri satmıyoruz ve ürünlerimizin çoğunluğu başkasının markasıyla fason ürettiğimiz ürünler. Türkiye'de üretim yapan 10 yıllık bir geçişe sahip yabancısı bir çorap markası örneğini de vereyim: Geçen seneki cirosu 1 milyar dolar. Kendilerine ait bir fabrika yok, 7 çalışanı var. Türkiye'deki beş fabrika dahil toplam 10 fabrikaya verdiği siparişlerin toplamı 65 milyon dolar. Tasarımlarını kendileri yapıyor, Türkiye'de teneşir 60 cents ürettiyor, dünyaya 17 dolardan satıyor. Markanın önemi işte bu."

pazarlama departmanının hazırladığı şirketin/markanın iletişim veya reklam stratejisinin uygulayan veya uygulatan departmandır. Strateji geliştirmeyi, yalnızca stratejiye uygun yaratıcı reklam yapma işini organize eder, denetler. Reklam müdürlüğü, PR, reklam medya planlama-satınalma ve dijital ajansların en deneyimlisini, en profesyonellerini seçer. Pazarlama stratejisine uygun olarak geliştirdiği yaratıcı bilgi notunu onlara sunar. Gelen yaratıcı işleri en ekonomik bütçeyle yayımlar, hayata geçirir. Pazarlama doktora, reklam eczacıya benzer. Reçeteyi eczacı değil, doktor yazar." Şengüler, reklamlardan verim alınmasında kritik noktanın mecranın doğru seçilmesi olduğunu da söyledi.

MARKA DA CANLIDIR

Markanın da bir canlı olarak görülmeye gerektiğini belirten Şengüler; "Adam olacak marka adından belli olur. Markanızın adını doğru seçmelisiniz. Markanın da aynen insandaki gibi

MARKAYA YATIRIM

Markalaşma sürecini reklamdan ibaret gibi gören yanlış bir anlayışın KOBİ'leri sardığını da söyleyen İTO Yönetim Kurulu Üyesi Servet Samsa, "Oysa markalaşma planlı bir şekilde uzun vadede inşa edilen bir yapının sonucudur. Bu süreçte reklamlardan, halkla ilişkilerden, doğrudan pazarlamadan kişisel satışa kadar birçok pazarlama iletişimi aracının stratejik bir eksende bütünsel olarak kullanılması gerekiyor. KOBİ'ler iletişim yatırımlarının çok masraflı olduğu yargısından yola çıkarak da iletişim yatırımlarında çekimser kalıyor ve yıllık bütçelerinde yok denek kadar az paylar ayırırlar. Hâlbuki az da olsa düzenli ve planlı olarak markaya yapılacak yatırımların geri dönüşü pozitif oluyor" diye konuştu.

TEMELEDE PAZARLAMA VAR

Seminerin ilk gününde markalaşmanın anatomisini anlatan Ömer Şengüler, işin temel noktasında pazarlama olduğunu belirterek, sunları söyledi: "Aslında markayı yaratan pazarlama. Pazarlama, üretim öncesinden satış sonrasında her şeyin mükemmel gitmesini sağlayan, başlangıç ve bitiş noktası olmayan, markanın ömrü boyunca süreçler bir yaşam döngüsüdür. Pazarlama ilk günün marka olma kararı olmak." Pazarlamanın mutlaka stratejiye dayanması gerektiğini belirten



PAZARLAMA, REKLAM DEĞİL

Pazarlama ile reklam arasındaki ilişkiye de değinen Ömer Şengüler,



Kötü marka yönetimi nasıl olur!

- Marka mimarı Ömer Sengüler, tersten düşünme örneğiyle kötü marka yönetimi yapan şirket sahiplerinin özelliklerini ise şöyle sıraladı:
- Veriyle değil hisleriyle hareket eder.
 - Kısa vadeli taktiliklerden yanadır, uzun nefes isteyen strateji sevmeyiz.
 - Reklam müdürünü rakip şirketten transfer etmeye bayılır.
 - Risk yönetimi yapmaz, kriz zamanı tam sayfa ilan verip 'ben masumum' der.
 - Sosyal medya yönetimini beğeni ve takipçi sayısından ibaret sanır.
 - 'Biz zaten markayız' der.
 - Marka değerini ölçtürmez ama yüksek tahmin eder.
 - Pazarlamayı reklam veya satış sanır.
 - Medya ile fiyat pazarlığı yapmayı 'medya denetimi' zanneder.
 - Reklam, PR ve etkinlikleri ölçümlemez.
 - En çok 'evetçi' yöneticilere bayılır.
 - 'Bu şirket benim' der, müşteriyi önemsemez.
 - LinkedIn'i iş arayanların takıldığı bir yer sanır.
 - Yalnızca 'bayı toplantısı' yaparak pazar iyi kıldığını sanır.
 - Danışmanları değil, her şeyi bilen arkadaşları vardır.

Dizi ve filmde markalaşma

Dizi ve film sektörünün global marka olmaya etkisini değerlendiren Ömer Sengüler şu tavsiyelerde bulundu: "Türk dizileri, Arap ülkeleri, Rusça konuşan bölgeler ve Güney Amerika ülkelerinde çok izleniyor. Hatta dünya dizi endüstrisinin dörtte biri Türk yapımı. Ancak kaç amazon Prime, Netflix, iTunes gibi global platformlarda yer almıştır? Parmakla sayılacak kadar az. Çünkü pazarlamayı değil izlemiyorlar. Halbuki güçlü pazarlama karlı satış zaten getirir."

Yerel olun ama dünyalı gibi düşünün

✓ Dünya markası olmak için en önemli unsurlardan biri paradigma. 'Kendiniz olun ama dünyalı gibi düşünün çünkü sizi dünya markası yapacak olanlar sizin dışınızdaki insanlardır' tavsiyesine uyan ilk adımı atıyor.

✓ Yabancı pazarlarda etnografik araştırmalar doğrultusunda strateji belirlemek, lojistik organizasyonun güçlü olması ve risk yönetimi marka olma etkin rol oynuyor. Rekabette ise büyük avantaj sağlıyor.

İSTANBUL Ticaret Odası'ndaki 'Markalaşmak ve Marka Olmanın Finansal Getirileri' seminerinin ikinci gününde, sektörler için markalaşma adınımları ele alındı. Ulaşım, gastronomi, giyim, mücevher, hızlı tüketim, film-dizi, bilgisayar oyunları, spor, müzik ve turizm sektörlerinde global marka oluşturmak için neler yapılabileceği analiz edildi.

KOLAYLAŞTIRICI Tüyolar

Marka mimarı Ömer Sengüler'in firmalara global marka olmak için reçete olarak adlandırdığı tavsiyelerden bazıları şöyle:

■ Kendiniz olun ama dünyalı gibi düşünün çünkü sizi dünya markası yapacak olanlar sizin dışınızdaki insanlardır.

■ Trendleri beklentileri, algıyı öğrenmek için her ülkede araştırmalar yaptırmanız, veri satın almanız yalnızca kendi çalışanlarınızın kulaktan dolma sözlerini dikkate alıyorsanız küresel marka olamazsınız.

■ Hedef koymak veya 'dünyada ilk üçe gireceğiz' şeklinde dilek sahibi olmak başka, stratejik plana sahip olmak başka, o stratejiyi uygularken taktilik geliştirmek ise bambaşka şeylerdir. Hedefi belirlerken dahi rakamları incelemeli, profesyonellerle stratejik plan yapmalı ve en sonunda da taktiksel uygulamalarını hayata geçirmelisiniz.

■ Mağaza açtığınız her ülkenin yönetim biçimini, kanunlarını, ekonomisini, insanların geleneklerini, kültürlerini çok iyi öğrenmelisiniz. Bu konuda ışık tutacak en iyi araç 'Etnografik Araştırmalar' olacak.

■ Lojistik, depolama, dağıtım merkezi; maliyeti, kaliteyi, sözünde durup durmadığını etkileyen unsurlardır.

■ Web sayfanızı, broşürünüzü, reklam filminizi, sosyal medya hesaplarınızı yabancı bir dilde geliştiren Google tercüme veya

uzun bir mütercimle çalışmamalısınız. Hatta bazı içerikleri, uzmanlarla birlikte o pazar için yeniden yazmalısınız.

■ Orijinal marka adında, 'ş, ç, ğ, ü' gibi Türkçe karakterler mevcutsa yurtdışına açılmadan önce bu

(Müşteri Deneyimi), CLM (Sadakat Yönetimi), CVM (Değer Yönetimi) sistemlerini geliştirmelisiniz. Çünkü başı C harfiyle başlayan veri toplama (Big Data) sistemleri, veriyi kullanılabilir hale getirip onu paraya, itibara çevirir.



En değerli Türk markası ulaşım

THY'nin 2.2 milyar dolar değerinde dünyanın en değerli Türk markası olduğunu, havayolu alanında önemli bir atılım yapıldığını kaydeden Ömer Sengüler, "Ancak THY'nin 'Dünyanın En Değerli 100 Markası' listesine girebilmesi için marka değerinin en az 4.2 milyar dolar seviyesinde olması lazım" dedi.

konuya zaman ve emek harcamalısınız. O ülke için özel bir telifuz geliştirmelisiniz veya yeni bir marka adı oluşturup onunla pazara girmelisiniz.

■ Satış sonrası müşteri memnuniyeti sağlamak için CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi), CEM

'Döner' dünya markası olabilir

Sadece satış odaklanmanın marka olmakta engel olduğunu, potansiyellerin de bu sebeple kullanılmadığını belirten Ömer



Sengüler, yine sektörlerden şu örneği verdi: "İtalya'nın global marka olma pizması var. Pazarlama stratejisi olmadığı için potansiyelleri olmasına rağmen Türk kahvesi veya Türk lokumu global marka olamadı. Yine mevcut potansiyelle rağmen küresel bir döner markamızın olmaması acıdır. Gıyımde dünyanın en kaliteli fakat en ucuz ürünlerini üretiyoruz. Sebep yine pazarlama stratejisinin olmaması ve markaya değil sadece satışa odaklanmak. Şunu da unutmayalım, en önemli silahın fiyatın düşüklüğü değilse marka olursun."

Turizm pazarlama stratejisinde İspanya örneği

Pazara özel strateji uygulamayı ve araştırmaların yararlanmayı öneren Ömer Sengüler, turizm sektöründen şu örneği paylaştı: "İspanya, 1.5 yıl özel bir çalışma yaptı ve 2.5 milyon Çinli turisti ülkesine çekmeyi başardı. Araştırmalarında iki sonuç çıkmış, birincisi Çinli turistler, kuvvetli banyo istiyor. İkincisi, Çin yemekleri dışında

başka bir yemek yemeye tarafatı değiller. İspanya otellerini kuvvetli banyo konusunda yönlendiriyor ve yemek sorununu çözmek için Çinli catering firmalarıyla çalışıyor. Bizim kişi başına turist gelirimiz 640 dolar, İspanya'nın 1200 dolar seviyelerinde. Turizmde gelirlerimizi yükseltmemiz yine marka olmak ile alakalı."

LIGHT+BUILDING 2020

Frankfurt-Almanya
8-13 MART 2020

Türkiye Milli İştiraki
İstanbul Ticaret Odası Organizasyonu

TÜRK TEKNOLOJİSİ VE AKILLI IŞIKLANDIRMA SİSTEMLERİ LIGHT+BUILDING FUARINDA YERİNİ ALIYOR

LIGHT+BUILDING 2020

- Dünyanın lider aydınlatma ve yapı teknolojileri fuarı
- 256.400 m²'de 55 ülkeden 2.717 katılımcı
- 117 ülkeden 220.864 ziyaretçi
- Türkiye'den 96 firma

ÖDEME PLANI

- Minimum stant alanı : 12 m²
- Katılım bedeli : 3.420 TL
- 1. Ödeme : Talep edilen m²'x 1.000 TL
- Başvuru ile birlikte
- 2. Ödeme : Kalan bedelin %50'si
- 4 Ekim 2019
- 3. Ödeme : Bakiye Bedel
- 6 Aralık 2019

- Katılım sözleşmesi ile ödeme dekontunun Oda'ya iletmesi gerekmektedir.
- İlk ödemeye ilişkin banka dekontundaki tarih ve saat dikkate alınarak bir sıralama gerçekleştirilecek, stant seçim hakkı tanınacaktır.

Teşekkür eder, saygılar sunarız.



KATILIM BEDELİNE DAHİL HİZMETLER

- Stant dekorasyonu ve aydınlatma
- Nakliye, gümrük, sigorta işlemleri
- Fuar kataloğu ve web sayfasında firma bilgilerinin yayınlanması
- Türkiye Milli İştiraki broşüründe firma bilgilerinin yer alması
- Fuar süresince iletişim ve ikram hizmetleri
- Fuar giriş kartı
- T.C Ticaret Bakanlığı teşvik işlemleri

BANKA BİLGİLERİ

- Hesap Adı : İSTANBUL TİCARET ODASI
- Banka : YAPI KREDİ BANKASI
- Şube : SULTANHAMAM - İSTANBUL
- Kodu : 055
- TL Hesap No : 60614779
- IBAN : TR29 0006 7010 0000 0060 6147 79

Ödemeler firma banka hesabından tam firma ünvanı ve "LIGHT+BUILDING 2020 FUARI" ibaresi ile gerçekleştirilmelidir.

Akif Güncül / Gülin Gürsoy / Sibel Tayanç
Tel : 0212 455 61 19 / 0212 455 61 17 / 0212 455 61 11
GSM : 0533 959 30 57 / Faks: 0212 520 15 26
E-Posta : akif.guncul@ito.org.tr / guilin.gursoy@ito.org.tr / sibel.tayanca@ito.org.tr
444 0 486 | ito.org.tr | @itokurumsal

Türk müteahhitlerden Rusya'da gayrimenkul şov

1990'lı yıllardan itibaren Rusya'nın yeniden inşasında öncü rol üstlenen Türk müteahhitleri, yeni dönemde de Ruslar'a Türkiye'deki gayrimenkul projelerini sundular. Halen Türk müteahhitlik firmalarının Rusya pazarında 73.7 milyar dolar değerinde 2 bine yakın projesi bulunuyor. Türk firmaları konut projelerinin yanı sıra ototel, stadyum, enerji, havaalanı ve AVM gibi katma değeri yüksek projeleri yürütüyor.

KÜRESEL gayrimenkul, inşaat ve yatırım dünyasını buluşturan Proestate 2019 Uluslararası Gayrimenkul ve Yatırım Forumu, 18-20 Eylül 2019 tarihleri arasında Moskova'nın başkenti Moskova'da gerçekleştirildi. Moskova'da her yıl düzenlenen ve 15 ülkeden üst düzey katılımın yanı sıra Rusya'daki 60 şehir yetkilisinin de yer aldığı fuarda İstanbul Ticaret Odası da 2018'den beri boy gösteriyor. Bölgenin en önemli emlak, gayrimenkul, inşaat ve yatırım forumu olarak nitelenecek Proestate'deki İstanbul Ticaret Odası'nın kurduğu İstanbul standı,

sektörün lider dört firmasının katılımıyla gerçekleştirildi. İstanbul standı, bu yıl da resmi temaslara ve görüşmelerin merkezi oldu.

12 YILDIR DÜZENLENİYOR

Fuara katılarak İTO standını da ziyaret eden Çevre ve Şehircilik Bakan Yardımcısı Prof. Dr. Mehmet Emin Birpınar, Rusya Federasyonu İnşaat Konut ve Kamu Destekleri Bakanı Vladimir Yakushev, Türkiye Cumhuriyeti Moskova Büyükelçisi Mehmet Samsar, İstanbul Ticaret Odası Yönetim Kurulu Üyesi Bahadır Yaşık ve Meclis üyeleri ile İstanbul standında Türk ve Rus sektör temsilcilerinin sorunlarına çözüm ararken, yeni iş

birlikliklerine imza attılar.

Prof. Dr. Mehmet Emin Birpınar, Rusya'da 12 yıldır aralıksız düzenlenen fuarın, inşaat sektörü için benzersiz iş birliği fırsatları sunduğunu altını çizdi. Bakan Yardımcısı Birpınar, ikili ticaret hacmini daha üst seviyelere çıkarmak için fuarda görüşlerin dile getirildiğini kaydetti.

2 BİNE YAKIN PROJE

Türkiye'nin önde gelen müteahhitlik firmalarının çoğunun, 1990'ların sonundan itibaren Rusya'da yerleşmeye başladığına değinen Birpınar, "Türk müteahhitleri, proje portföylerini çeşitlendirmişler, ağırlıklı olarak konut projeleri ile girilen pazarda ototel, stadyum, enerji, havaalanı ve AVM gibi katma değeri yüksek projeleri üstlenerek, müteahhitlik hizmetleri alanında Rusya'da önemli bir pazar payına sahip olmuşlar" dedi.

Müteahhitlik firmalarının Rusya'da 73.7 milyar dolar değerinde 2 bine yakın proje üstlendiğini ifade eden Birpınar, bu rakamların, Rusya'ya yönelik Türk firmalarının ilgisinin güncel gelişmelerden, ekonomik krizlerden ve durgunluklardan arı olduğunun bir göstergesi olduğunu kaydetti.

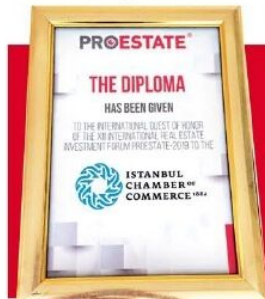


Rusya ile ticaret hedefi 100 milyar dolar

Çevre ve Şehircilik Bakan Yardımcısı Prof. Dr. Mehmet Emin Birpınar, Türkiye ile Rusya'nın ikili ticaret hacminin geçen yıl yüzde 16'lık bir artışla 25 milyar dolar aşğını ve hedeflerinin 100 milyar doları yakalamak olduğunu belirtti. Türkiye'nin

inşaat sektöründe dünyanın ikinci büyük ülkesi olduğuna dikkat çeken Birpınar, Türkiye'de yaklaşık 440 bin müteahhit bulunduğunu, inşaat ve bağlı sektörleri ile yaklaşık 2 milyon kişiye istihdam sağladığını açıkladı.

Birpınar, yurtdışı müteahhitlik hizmetleri sektörünün, Türkiye'nin yetişmiş insan gücü, teknik birikimi ve teknolojiye adaptasyonu, iş deneyimi ve disiplini, coğrafi konumu, bölge ülkeleri ile siyasi ve kültürel yakınlığı gibi avantajlarının kullanılması sayesinde 1972'den 2019 haziran ayı sonuna kadar 123 ülkede 386 milyar dolar değerinde 9 bin 762 proje üstlendiğini söyledi.

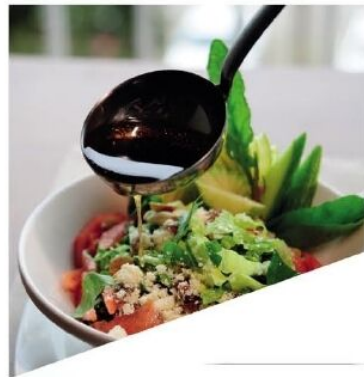


Türkiye, onur ülkesi olarak kabul edildi

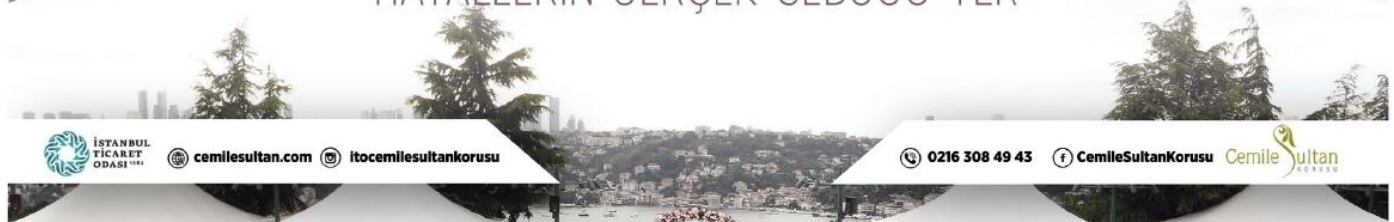
Proestate 2019 Uluslararası Gayrimenkul ve Yatırım Forumu'na 2018'den bu yana katılan İstanbul Ticaret Odası'nın fuaradaki başarısı; Türkiye'nin fuarında 'onur ülkesi' olarak kabul edilmesini sağladı ve Türkiye'ye özel ödül getirdi.



DÜĞÜN | DAVET | ORGANİZASYON | RESTORAN



İTO CEMİLE SULTAN KORUSU
HAYALLERİN GERÇEK OLDUĞU YER





Afrika kıtası, dil konusundaki çeşitliliğin en fazla olduğu coğrafyalardan biri. Kıtada yaşayan insanların büyük bir bölümü en az üç dil biliyor. Bu dillerden ilki, kıta ülkelerinin vatandaşlarının kendi ana dilleri olarak ifade edebileceğimiz yerel diller. Kıtada Yoruba dilinden, Zuluca'ya; Bambaraca'dan Sevahili diline kadar çeşitlilik gösteren birçok yerel dil mevcut.

Kıtadaki ikinci dil ise daha ziyade ticaret dili olarak ön plana çıkan diller. Bunlar arasında yaklaşık 100 milyon Afrikalı tarafından konuşulan Sevahili dili, ticaret dilinin en bilineni. 16 üyeli Güney Afrika Kalkınma Topluluğu, aldığı bir kararla Sevahili dilini Fransızca, Portekizce ve İngilizce'den sonra topluluğun dördüncü resmi dili olarak kabul etti.



Afrika'da ticaret dilleri

DİL, bir milletin en önemli kültür unsurlarından biri. Yaygın olarak kabul gören bir görüşe göre, bir ülke ıssal ya da asimile edilmek isteniyorsa, bu iş öncelikle o ülkenin ortak dili tahrip edilerek başlanmalı. Zira dili, kamu ve yerel temelinde ortadan kalkan bir ülkenin, bağımsızlığının da zamanla ortadan kalkması kaçınılmaz hale geliyor. Bu durumdan en çok muzdarip olanlar arasında ise Afrika ülkeleri başı çekiyor. Vaktiyle kıtaya ayak basan ve Afrika'nın zenginliklerini sömürerek kendi ülkelerine taşıyan Avrupalıların, kıtadan ayrılma zamanı geldiğinde ise kendi dillerini Afrika ülkelerine miras olarak bıraktıkları bilinen bir gerçek. Bu nedenle, günümüzde birçok Afrika ülkesi resmi dil olarak sömürgecilerin arkaalarında bıraktıkları İngiliz, Fransız, Portekiz ve Afrikaans dillerinden birini konuşuyor.



Dr. Muhammed TANDOĞAN

RESMİ DİLER

Afrika kıtası, dil konusundaki çeşitliliğin en fazla olduğu coğrafyalardan biri konumunda. Kıtada yaşayan insanların büyük bir bölümü en az üç dil biliyor. Bu dillerden ilki, kıta ülkelerinin vatandaşlarının kendi ana dilleri olarak ifade edebileceğimiz yerel diller. Kıtada Yoruba dilinden, Zuluca'ya; Bambaraca'dan Sevahili diline kadar çeşitlilik gösteren birçok yerel dil mevcut. Kıtada yaşayan insanların konuştuğu ikinci dil ise daha ziyade ticaret dili olarak ön plana çıkan diller. Bunlar arasında yaklaşık 100 milyon Afrikalı tarafından konuşulan Sevahili dili ticaret dilinin en bilinen örneklerinden. Ortalama bir Afrikalı vatandaşın konuştuğu üçüncü dil ise eski sömürgeci Fransa, İngiltere ve Portekiz'in kullandıkları diller. Bu kapsamda sömürgecilik dönemi onlarca yıl önce bitmiş olmasına rağmen İngilizce ve Fransızca gibi kolonyal diller, kıtadaki birçok ülkenin resmi dili olma vasfını sürdürüyor.

GEREKÇELER

Her ne kadar 'lingua franca' olarak tanımlayabileceğimiz sömürgeci diller kıta ülkelerindeki nüfuzunu sürdürüyor ya da bu ülkelerde 'sömürgecilik tepki' ya da 'öze dönüş' olarak nitelendirilebileceğimiz bir süreç söz konusu. Bu süreç, kıta ülkelerini ağır ama sağlam adımlarla sömürgeci



dillerden uzaklaşmaya itiyor. Gambiya'da, 'sömürgecilik dili' olarak nitelendirilen İngilizce yerine 2014'te Arapça'nın resmi dil ilan edilmesi bu durumun en açık örneklerinden biri. Fakat bu uzaklaşma her zaman sömürgecilik tepki niteliğinde ortaya çıkmıyor. Uzaklaşma durumu kimi zaman Ruanda örneğinde olduğu gibi 'Fransa'nın Ruanda soykırımını sırasında üzerine düşeni yerine getirmede' gibi siyasi bir nedenden kaynaklanırken, kimi zaman ise Güney Afrika'da 'Mandarince'nin yaygınlaştırılmaya başlanması' örneğinde olduğu gibi ticari amaçlardan kaynaklanabiliyor.

YEREL TERCİH

Afrikalıların kendi dillerine sahip çıkması olarak tanımlayabileceğimiz son önemli gelişme geçtiğimiz ağustosun ortalarında yaşandı. 16 üyeli Güney Afrika Kalkınma

Topluluğu, aldığı kararla Sevahili dilini Fransızca, Portekizce ve İngilizce'den sonra topluluğun dördüncü resmi dili olarak kabul ettiğini duyurdu. Daha önce kıtanın bazı bölgelerinin ticaret dili olarak ifade ettğimiz bu dil, Afrika Birliği ile Tanzanya, Kenya, Uganda, Ruanda, Burundi, Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Komorlar ve Mozambik'in resmi dili durumunda. Afrika'da yerel dillerin teveccüh görmeye başlaması, zamanla bu dillerin sömürgeci dillerin yerini alarak onları tamamen saf dışı bırakabileceğinin habercisi. Elbette bu durum, Afrika ülkeleri ve kıta insanı için sevindirici. Çünkü Afrika ülkelerinin yerel dillerine ağırlık vermesi, ticaretten diplomasiye kadar birçok alanda kendi özgün kodlarına dönüşün ve sömürgecilik olumsuz etkilerinden sıyrılın da bir işareti. Bu durumun, bilhassa ayrı yerel dili konuşabilen Afrikalı devletler

arasındaki ekonomik ve siyasi ilişkilerde olumlu yansıma ihtimali bir hayli yüksek.

Afrika'da yerel dillerin popülarite kazanmaya başlaması, akademiden iş dünyasına kadar kıta ile ilgilenen birçok kişinin de söz konusu yerel dillerden birini ya da birkaçını bilmesini zorunlu kılıyor. Geçmişte eski kolonyal devletlerin dilleri üzerinden sürdürülen ilişkiler, zamanla bu dillerin Afrika topraklarında aşınmaya başlaması ile beraber yerini yeni ve yerel bir dil ihtiyacına bırakabilir. Öte yandan, böyle bir ihtiyaç söz konusu olmasa dahi, kıtanın yerel dillerinden herhangi birine vâkıf olmak, Afrika ülkeleri ile kurulan ilişkilerde ülkemizin siyaset, iş dünyası ya da akademi mensuplarına büyük avantajlar sağlayabilir. Düşünsenize, 2020'de İstanbul'da gerçekleştirilmesi karara bağlanan 3. Türkiye-Afrika Zirvesi'nde, ülkemiz karar alıcılarının Afrikalı liderlere kendi yerel dillerinde hitap etmeleri yüzüylü aşkın bir süredir sömürülen Afrika'nın gerçek sahiplerine nasıl bir jest olurdu. Sonuç olarak denilebilir ki, Afrika ülkelerinin yerel dillerine dönüş sinyalleri verdiği bir süreçte, biz Türkler de kıtada etkili olmak istiyorsak bu sürecin takipçisi olmalı, ona elimizden -ve dilimizden- geldiğinde ayak uydurmalıyız.

Kıtada neler oluyor?

- **Afrika Birliği Komisyonu Başkanı Moussa Faki Mahamat, Güney Afrika'da yaşayan Afrika kökenli yabancılara yönelik şiddetli kınadı.**
- **Etiyopya önümüzdeki yıl gerçekleştirilecek seçimlere hazırlanırken, bir yandan da ülkenin seçim kanunlarındaki reform öngören teklifi tartışıyor.**
- **Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron, Fransa'nın güneyinde ağırladığı Gine Devlet Başkanı Alpha Conde'den görevini başışıl yollarla bırakmasını talep etti.**
- **Güney Afrika ekonomisi 2009'da ülke para biriminin değer kaybı sonrasında ilk defa resesyona ile karşı karşıya.**
- **Japonya, Çin'e meydan mı okuyor? Japonya'nın ev sahipliğinde gerçekleşen TICAD zirvesinin yankıları devam ediyor. Japonya, Afrika kıtasına 20 milyar dolarlık özel sektör yatırımı sözü verdi.**
- **Nijerya ekonomisi yılın ikinci çeyreğinde yüzde 1.94 büyümeye oranını yakaladı. Ülke ekonomisi geçen yılın aynı çeyreğin yüzde 1.50 büyümeye oranına ulaşmıştı.**
- **Nijerya ve Güney Afrika, Sahraaltı Afrika bölgesinin en büyük ekonomileri olmasına rağmen büyümeye hızı bakımından kıtanın gerisinde kalmış durumda. İki ülke geniş çaplı ekonomik reformlar bu soruna çözüm bulmaya çalışıyor.**
- **Papa Francis'in dikkat çeken Afrika ziyareti başladı. Papa'nın Moritüs, Mozambik ve Madagaskar'ı içeren Afrika ziyareti, kıtada etkisi giderek azalan Katolik Kilisesi'nin yeni bir sayfa açma çabası olarak yorumlanıyor.**
- **Siyaset, iş, sivil toplum ve akademisyenin oluşturduğu 1000'den fazla katılımcının yer aldığı Güney Afrika'daki Afrika'nın konu edinildiği Dünya Ekonomik Forumu başladı. Forumun başlıca gündemleri arasında ekonomik büyüme ve dördüncü sanayi devrimi yer alıyor.**
- **Sudan'da hükümeti kurmakla görevlendirilen Başkan Abdullah Hamdok, 20 başkan olan yeni kabinesini açıkladı.**
- **Zimbabve'de 1980-2017 yılları arasında 37 yıl iktidarda kalan eski Devlet Başkanı Robert Mugabe (95) yaşamını yitirdi.**

Afrika atasözü

Çocuklarımız iki şeyi miras bırakmak isteriz: Birincisi kökleri, ikincisi kanatlarıdır.





430 bin üyenin sesi burada yankılanıyor

İstanbul Ticaret Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanı ve İTO Meclis Başkanı Öztürk Oran, yüzde 91.50 doluluk oranına ve 1000 yeni öğrencinin ilk beş tercihinden birinin İstanbul Ticaret Üniversitesi olmasına dikkat çekti. Oran, "İş dünyasının üniversitesiyiz. 430 bin üyenin sesi burada yankılanıyor. Her sektörden iş adamı deneyimi, akademik hayatla burada buluşturuyor" dedi.

Oran, sunulan söyleti: "Sadece başkalarının ayak izlerini takip ederek, yaş almış insanların sizden önce geçtiği yollardan geçerek başarıya ulaşamazsınız. Bizler, millet olarak, değişim denizinin içinde kaybolmadan ve üretin bir ülke olarak değişimin öncüsü olmak istiyoruz. Ve eğer başarılı olacaksak, bilin ki bu ancak sizin sayenizde olacak. Türkiye, gençlerin kurduğu hayaller kadar büyük."

"Sahip olabileceğiniz en büyük zenginlik; hayatın başka alanlarında kazandığınız deneyimlerdir" cümlesiyle konuşmasını sürdüren Oran, "Kitap okurken gezilecek de mümkün, bir iş yerinde çalışırken girişimci olabilmek de mümkün. Öğrenciyken girişimci olmak da iş

adamı olmak da yönetici olmak da mümkün. Bunların hepsini yaşadım. Onun için sizlere tavsiye ediyorum. Vazifeniz sadece okula gelip gitmek olmasın. Hayata atılana kadar neler yapacağınız bu sıralarda, bu yaşlarda şekilleniyor. Bakış açınızı genişlettiğinizde hayatın sunduğu imkânları çok daha iyi görürsünüz. Ve işte o zaman geçmişe baktığınızda pişmanlıklarınız değil, kazandığınız deneyimleri, gerçekten yaşamış bir hayatı görürsünüz."

Aileye yeni katılan öğrencilere, "Aramıza, bu büyük aileye hoş geldiniz" diye selâlen Oran, konuşmasını şöyle sürdürdü: "Üniversiteye gelerek hayatınızın en önemli kararlarından birini verdiğiniz. Bu tercih size, iş dünyasının tam merkezindeki kaliteli bir eğitimin kapılarını açtı. İstanbul Ticaret Odası'nın gücü, iş dünyasının enerjisi, daima üniversitemizin arkasında ve bilhassa da öğrencilerimizin yanında. 430 bin üyemizin kapıları sizlere açık. Özellikleriniz olursa arananı eleman olursunuz. İşe yerleşmede de iş kurmada da girişimcilikte de dağarcığınızda topladığınız artılarınız sizi bir yerlere getiriyor."

19. Akademik Yıla görkemli başlangıç

İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2019-2020 Akademik Yılı'na törenle başladı. 2001'de İstanbul Ticaret Odası Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı tarafından kurulan ve 73 öğrenci ile eğitim-öğretime başlayan üniversite, 19. Akademik Yılı'na 10 bine yakın öğrenci ile 'merhaba' dedi.

SELAHATTİN NİZAM

İSTANBUL Ticaret Üniversitesi 2010-2020 eğitim öğretim yılına, düzenlenen törenle başladı. Sütlüce Yerleşkesi konferans salonunda yapılan 19. Akademik Yıl Açılış Töreni'ne, İstanbul Ticaret Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanı ve İTO Meclis Başkanı Öztürk Oran, İTO Yönetim Kurulu Başkanı Şekib Avdagiç, Rektör Prof. Dr. Yücel Oğurlu, İTO Genel Sekreteri Doç. Dr. Nihat Alayoğlu, Vali Yardımcısı Mehmet Ali Özyiğit, üniversitenin mütevelli heyet üyeleri, İTO meclis üyeleri, akademik ve idari personel ile öğrenciler ve öğrenci velileri de katıldı.

2001'de İstanbul Ticaret Odası Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı tarafından bir sosyal sorumluluk projesi olarak kurulan İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2019-2020 eğitim-öğretim yılına altı fakülteye bağlı 9'u İngilizce veya İngilizce destekli 27 bölüm, 4 enstitiye bağlı 62 yüksek lisans ve 20 doktora programı, 26 Uygulama ve Araştırma Merkezi, 10 bine yakın lisans ve lisansüstü öğrenciyle dev bir yükseköğretim kurumu olarak başladı.

MARKA OLDU

Yeni akademik yıl açılışında konuşan İstanbul Ticaret Odası Başkanı Şekib Avdagiç, sekiz yıllık rektörlük görevini yeni Rektör Prof. Dr. Yücel Oğurlu'ya devreden Prof. Dr. Nazım Ekren'e teşekkür etti. Avdagiç, "Yeni eğitim-öğretim yılının, hocalarımız ve öğrencilerimizin yanı sıra, velilerimiz ve idari kadromuza da hayırlı olmasını diliyorum. Bana göre eğitim, sadece öğretici ile öğrenci arasında gerçekleşmiyor. Bu ikili arasındaki eğitimin en verimli şekilde olmasını sağlayan iki unsur daha var: Bu da aile ve üniversitenin idari kadrosu. O yüzden, üniversitemizde edile her başarının görünmez iki kahramanı, velilerimiz ve idari kadromuz" dedi.

DOLULUK ORANI

2019-2020 öğretim yılında İstanbul Ticaret Üniversitesi'ne 1130 yeni öğrenci katıldığına dikkat çeken



Prof. Dr. Nazım Ekren'e plaket

Akademik Yıl açılış programının sonunda 2011-2019 yılları arasında iki dönem üniversitenin rektörlüğünü yürüten Prof. Dr. Nazım Ekren'e teşekkür plaketleri verildi. Plaketi, Mütevelli Heyet Başkanı Öztürk Oran, İTO Yönetim Kurulu Başkanı Şekib Avdagiç ve rektörlük görevini devralan Prof. Dr. Yücel Oğurlu birlikte takdim etti.

Avdagiç, konuşmasını şöyle sürdürdü: "Yeni öğrencilerimizi, bu doğru seçimlerinden dolayı tebrik ediyorum. İTO Başkanı olarak benim için gurur verici olan, yönetimimizle birlikte üniversitemize gelen yeni ruh ve coşkunun rakamlara da yansımış olması. ÖSYM Merkezi Yerleştirme Sonuçları'na göre bu öğretim yılında, doluluk oranımız yüzde 91.50'e ulaştı. Bu, 10 yılın en yüksek rakamı; üniversitemizdeki nitelik artışının hem göstergesi hem başlangıcı."

Bu sene İstanbul Ticaret Üniversitesi'ne yerleşen öğrencilerin 1000'e yakınının üniversiteyi ilk 5 tercih arasında yazdıklarını vurgulayan Avdagiç, konuşmasını şöyle sürdürdü: "Bunun iki sebebi olduğunu öngörüyorum. Birincisi İstanbul Ticaret Odası'nın verdiği desteklerle üniversitemizi tercih edenlere ciddi maddi menfaatlere sağlandı. İkincisi ise üniversite artık bir marka haline geldi. Öğrencilerimiz, Ticaret Üniversitesi'nin şehir üniversiteleri içinde nitelikli kadrosuyla ayrıcalıklı bir yer olduğunu fark ettiler."

VİCDANI, FİKRİ HÜR

Konuşmasının sonunda İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin, yönetimler üstü değişmez ilkesini açıklayan Avdagiç, sunuları söyledi: "Biz nitelikli eğitimimize, vıcdani hür, fikri hür nesiller yetiştirdik ve yetiştirmeye devam edeceğiz. Üniversitemiz, eğitim ve fikir özgürlüğünün alabildiğine yaşadığı bir platform. Aynı şekilde hoca-öğrenci ilişkimiz de interaktif bir eğitimin yansıması. Öğrencilerimizin hocalarından, kitaplarda öğrenecekleri bilgilerin ötesinde bir eğitim aldıklarını görüyoruz. Bunun adı üsluptur, paradigmadır, düşünme biçimidir, hayata bakış tarzıdır. Onun için üniversitemizin her sınıfı, her hocası ekol ve böyle de olmalı. Latinlerin dediği gibi 'Ağaçlar meyvelerinden tanınır.' Ben bu sözdeki gibi 'yarının yöneticileri, tüccarları ve girişimcileri arasında İstanbul Ticaret Üniversitesi mezunlarının hemen tanınacağına' inanıyorum. İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde eğitim, okul için değil, hayat için öğretilir."

Üniversiteler yereli de kucaklamalı

Rektör Prof. Dr. Yücel Oğurlu da konuşmasında, üniversitenin, evrensel alanın yanında yereli de kucaklaması ve saygı göstermesi gerektiğini ifade etti. Rektör Prof. Dr. Oğurlu, sunulan söyleti: "İlk 500'de artık üniversitelerimizin olmaması, sıralamalarda görünürlüğü düşük capta olması her bir üniversitenin odaklı çalışmasını ve ülke çapında ciddi bir planlama ve stratejiyi gerektiriyor. Üniversiteler, bilim-teknik ve akademinin gereklerine göre yeniden tasarlanırken, ideolojik bariyerler yerine, toplumun ve ülkenin ihtiyacı olan her alanda, bilgili toplama, değerlendirme, sentezleme ve analitik düşünceyle harmanlama, 'hakikati' araştırma ve topluma katkı sağlama yükümlülüklerini unutmamak. Eriştigimiz veya ürettiğimiz bilgi birikimi, toplum karşısında bir ayrıcalık veya onu küçümseme ve ezme aracı olarak kullanılmamalı. Dünyada rekabeti yakalayabilmek için patent ve inovasyon üretmek, üretilenlere ülke içinde sahip çıkılabilecek bir yapının ortaya çıkarılması; taktik kolaylığına kaçmayan ve orijinalliğe önem

veren, kompleksiz ve üretken yapıların kurulması, yükseköğrenim politikamızın temel hedefleri arasında olmalı."

Prof. Dr. Oğurlu, öğrencilere şöyle seslendi: "Öğrencilerimizi yüksek öğrenim yoluyla onları hayata, mesleki bilgilere, kafa ve el becerisine sahip, görüşlerini medeni şekilde ileri sürme, kendini ve toplumu savunmaya yeterli ve kendini ifade etmede baki ve özgüvenli sahip, üretme potansiyeline sahip, mesleğini sevak yapabilecek, sosyal sorumluluk almaktan kaçınmayan, inisiyatif geliştirebilecek, yaşadığı topluma katkı verme derdi olan bireyleri yetiştirme ortamını sağlamalı, hedeflerimiz arasında. Bütün bu sayılanları yapabilmek için öğrencilerimizin üniversite ortamının, temel eğitim veren liselerden farklı olduğunu, yeni bir ciddiyet ve disiplin ile bilgi, fikir, kimlik ve mesleki açılarından kazanımları edinecekleri bir ortam olduğunu hatırlatarak, öğretim üyelerinden azami ölçüde yararlanarak üzere derslere devam etmelerini ve işlerini ciddiye almalarını tavsiye ediyorum."

'İşim İletişim' fotoğraf sergisi

İSTANBUL Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi, her yıl öğrenci çalışmalarının derlendiği 'İşim İletişim' sergisi düzenledi. Bu yıl açılan sergide öğrencilerin fotoğrafları yer aldı. Sütütlüce Yerleşkesi'ndeki serginin açılışına Müttevelli Heyet Başkanı Özgür Oran, İTO Yönetim Kurulu Başkanı Şekib Avdagiç, Rektör Prof.

Dr. Yücel Öğürlü, İTO Genel Sekreteri Doç. Dr. Nihat Alayoglu, İstanbul Vali Yardımcısı Mehmet Ali Özyiğit, üniversitenin eski Rektörü Prof. Dr. Nazım Ekren ve İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Celalettin Aktaş da katıldı. 70 fotoğraftan oluşan sergide; 'Görsel İletişim Tasarımı 1. Sınıf, Görsel İletişim Tasarımı 3. Sınıf,

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık 1. Sınıf, Medya ve İletişim 1. Sınıf' öğrencilerinin çalışmaları

yer alıyor. Sergi, 30 Eylül'e kadar Sütütlüce Yerleşkesi 6. kat iç fuayede açık kalacak.



Üniversiteyle ilk tanışma

İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2019-2020 döneminde yerleşen öğrencilerine yönelik 'oryantasyon günleri' düzenledi. Aileye yeni katılan öğrenciler, akademik işleyiş ve üniversitenin idari birimlerini tanıma fırsatı buldular.



İSTANBUL Ticaret Üniversitesi, aileye yeni katılan öğrencilere yönelik düzenlediği oryantasyon günlerinde, okulun akademik ve idari birimlerini tanıttı. İki yerleşkede ayrı ayrı yapılan oryantasyon günleri sayesinde öğrenciler, bir yüksek öğretim kurumunun kurumsal yapısını ve işleyişini tanıma fırsatı elde ettiler. Yeni öğrencilere üniversitede kılavuz olacak öğrenci el kitabı da dağıtıldı.

İŞLEYİŞ ANLATILDI

Sütütlüce ve Küçükyalı olmak üzere her iki yerleşkede yapılan oryantasyon günlerine üst yönetim, fakülte dekanları, akademisyenler, daire başkanları ve birim müdürleri katıldı. Sütütlüce Yerleşkesi'nde öğrencilere konuşma yapan Rektör Prof. Dr. Yücel Öğürlü, derslere devam etmenin önemini vurguladı. Küçükyalı Yerleşkesi'ndeki oryantasyon programının açılış konuşmasını Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Necip Şimşek gerçekleştirdi. Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Mustafa Köksal ile Mühendislik Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Muammer Kalyon'un ardından idari birimlerin temsilcileri de faaliyetlerini ilişkin ayrıntıları öğrencilerle paylaştılar.

YOĞUN İLGİ

Oryantasyon günlerinde öğrenci topluluklarının kurduğu standlar dolup taşarken, öğrenciler, sosyal, düşünsel, kültürel ve sanatsal gelişimlerine katkı sağlayacak topluluklara üye olmak için birbiriyle yarıştı. Üniversitede farklı alanlarda faaliyet gösteren 51 öğrenci topluluğunun binlerce üyesi bulunuyor.

18 girişim melek yatırımcılarla buluşuyor

İSTANBUL Ticaret Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi (TİCARET TTO), Türkiye'ye yeni girişimciler kazandırmada önemli bir aşama kaydetti. Ticaret TTO'ya başvurup desteklenmeye uygun bulunan projeler kısa sürede olgunlaştı, ticari değer kazandı. Bu projeler arasında 18'in ticarileşme yolundaki süreçleri 4 ile 6 arası gibi kısa sayılabilecek zaman diliminde tamamlandı.

TTO bünyesindeki Ticaret Kuluçkadan projelerini olgunlaştıran girişimciler, melek yatırımcıların karşısına çıkmak son hazırlıklarını 'Etikli Sunum Teknikleri' eğitimi olarak tamamladı. Küçükyalı Yerleşkesi'ndeki Teknoloji Transfer Ofisi Merkezi'nde Teknoloji Transfer Ofisi Direktörü Ömer Cengiz Sezgin tarafından gerçekleştirilen eğitimle 18 girişimci, yatırımcıların etilemek için sunumlarında hangi temel

noktalara daha çok vurgu yapmanın gerekliliğini, sunum kaygısı ve nasıl başa çıkılacağı konularında bilgiler edindiler. Yatırımcıların karşısına çıkacak sunum öncesinde ve sonrasında yapılması gerekenler, vücut dili, ses tonu, sunum içerisinde yer alacak bilgilerin içeriği, sayfa düzeni konularına dikkat çeken Sezgin, iyi ve kötü sunum örnekleri ile eğitimi tamamladı. Eğitim sonrasında TİCARET Kuluçka bünyesinde yer alan 18 projeden Faraday Advanced, Güvenli ve Cezirizis Internet, Teknik Medya ve Bünde Network Projeleri melek yatırımcılar karşısında ilk sınavlarını verdi. Yatırımcılar üzerinde olumlu etki bırakan girişimciler, edindikleri tecrübeleri TTO Kuluçka bünyesinde faaliyet gösteren diğer girişimciler ile paylaştı. İlerleyen günlerde diğer kalan 14 proje de yatırımcı karşısına çıkacak.

ELECTRO PHAETON



Adalara alternatif ulaşım aracı: Elektrikli fayton

İSTANBUL Ticaret Üniversitesi Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Endüstriyel Tasarım Bölümü, 'Heybeli Ada Çalıştay'ı düzenledi. Çalıştay, iki konu çevresinde şekillendirildi. 2. ve 3. sınıf öğrencileri, adalara için 'elektrikli fayton' projesi üzerinde çalışırken, 1. sınıf öğrencileri de 'kuş evi' için farklı tasarımlar yaptı. İkinci ve üçüncü sınıf öğrencileri, İstanbul'un adalarında kullanılacak alternatif bir ulaşım aracı geliştirmeye odaklandı. Endüstriyel Tasarım Bölümü, adalarda gezi ve ulaşım aracı olan atlı arabalara bir alternatif ortaya koymak amacıyla elektrikli fayton üzerinde çalıştı. Öte yandan adalarda birçok yerleşik, endemik ve konaklayan kuş cinsi olduğu biliniyor. Endüstriyel Tasarım

Bölümü de kuş evi projesi ile farklı cinsten kuşların barınma, yuvalanma ve üreme alışkanlıklarına hizmet edebilecek biçimsel ve işlevsel çözümler ortaya koymayı amaçladı. Çalıştay kapsamında öğrencilere tasarım açısından yol gösterici bazı anahtar kelimeler belirlendi. Öğrencilerden sosyal sorumluluk, ergonomi, erişilebilirlik, ekoloji, kullanıcı deneyimi, çevre ve hayvan dostu kelimelerine odaklanmaları istendi. Çalıştayın ilk günü Heybeli Ada'ya gidilerek gözlem, bilgi edinme ve etüd çalışmaları yapıldı. Sonraki gün sınıf içi çalışmalar yürütüldü. Dört gün boyunca öğrenciler, fikir geliştirme, somutlaştırma, projelendirme ve sunum çalışmaları için serbest bırakıldı.

İkinci el otomotiv satış eğitimi başlıyor

İSTANBUL Ticaret Odası Motorlu Taşıt Satış ve Servisi Meslek Komitesi ve İstanbul Ticaret Üniversitesi Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi işbirliğinde gerçekleştirilen İkinci El Otomotiv Satış Danışmanlığı Eğitimine başvurular başladı. 48 saat teorik, 6 saat uygulama toplamda 54 saat olarak tasarlanan eğitim programında teorik eğitimde kazanılan bilgiler sahada uygulama eğitimi ile pekiştirilecek. Program sonunda katılımcılara

ölçme/ değerlendirme sınavı yapılarak, başarı ile tamamlayanlara üniversiteden onaylı sertifikalar verilecek. Katılımın ücretsiz olduğu eğitim, 27 Eylül'de başlayıp 12 Ekim'de sona erecek. Hafta içi salı, perşembe, cuma ve hafta sonu 09.00-13.30 saatleri arasında devam edecek eğitime katılmak isteyenler 25 Eylül'e kadar <http://hbo.ticaret.edu.tr> adresi, mozyurek@ticaret.edu.tr e-mail adresi veya 0212.2667022-23 numaralı telefondan başvuru yapabilecek.

PAPERWORLD 2020

Frankfurt-Almanya
25-28 OCAK 2020

Türkiye Milli İştiraki
İstanbul Ticaret Odası Organizasyonu



PAPERWORLD FUARIYLA HEM İHRACATINIZI ARTIRIN HEM DE İŞİNİZİ GELİŞTİRİN

PAPERWORLD 2020

- Uluslararası Kırtasiye, Büro Malzemeleri ve Yazı Gereçleri Fuarı
- 64 ülkeden 1.665 katılımcı
- 143 ülkeden 32.340 ziyaretçi

ÖDEME PLANI

- Minimum stant alanı : 9 m²
- Katılım bedeli : 2.850 TL/m²
- 1. Ödeme : Talep edilen m² x 1.000 TL
- Başvuru ile birlikte
- 2. Ödeme : Kalan bedelin %50'si
- 4 Ekim 2019
- 3. Ödeme : Bakiye Bedel
- 6 Aralık 2019
- Katılım sözleşmesi ile ödeme dekontunun Oda'ımıza iletilmesi gerekmektedir.
- İlk ödemeye ilişkin banka dekontundaki tarih ve saat dikkate alınarak bir sıralama gerçekleştirilecek, stant seçimi hakkı tanınacaktır.

KATILIM BEDELİNE DAHİL HİZMETLER

- Stant dekorasyonu ve aydınlatma.
- Nakliye, gümrük, sigorta işlemleri.
- Fuar kataloğu ve web sayfasında firma bilgilerinin yayınlanması.
- Türkiye Milli İştiraki broşüründe firma bilgilerinin yer alması.
- Fuar süresince iletişim ve ikram hizmetleri.
- Fuar giriş kartı.
- T.C Ticaret Bakanlığı teşvik işlemleri.

BANKA BİLGİLERİ

- Hesap Adı : İSTANBUL TİCARET ODASI
- Banka : YAPI KREDİ BANKASI
- Şube : SULTANHAMAM - İSTANBUL
- Kodu : 055
- TL Hesap No : 60614779
- IBAN : TR29 0006 7010 0000 0050 6147 79

• Ödemeler firma banka hesabından tam firma unvanı ve "PAPERWORLD 2020 FUARI" ibaresi ile gerçekleştirilmelidir.

Teşekkür eder, saygılar sunarız.



Zeynep Ülker / Esra Avcıoğlu

Tel : 0212 455 61 09 / 0212 455 61 10
GSM : 0533 959 30 57 / Faks: 0212 520 15 26
E-Posta : zeynep.sengul@ito.org.tr / esra.avcioglu@ito.org.tr
444 0 486 | ito.org.tr | [Facebook](https://www.facebook.com/itoturumsal) | [Instagram](https://www.instagram.com/itoturumsal)

Mühendise komando eğitimi

Ateş Berna, Electra IC olarak yeni mezun mühendisleri iki aylık deneme sürecine tabi tuttuklarını belirterek, bu eğitimi şöyle anlattı: "Sayısal tasarım alt yapısı olan gençleri bu programa başlatıyor, ne kadar başarılı olabileceklerini program esnasında daha net anlıyor. Onlara, yüksek teknoloji projelerini tanımlıyoruz. Öğrendiklerini bizzat uyguluyorlar. Bu işe 'Sayısal çip tasarımının komando eğitimi' diyoruz."

Avrupa'nın TUBITAK'ı bizi seçti

"Bir Türk şirketi olarak, global bir oyuncu sıfatıyla sayısal çip tasarımı ve tasarımı yönelik çözümler üretmenin gururunu yaşıyoruz. Almanya'daki ABD'li firmamızın, Belçika'daki IMEC'in bizi seçmesi çok önemli ve değerli. Çünkü IMEC, Avrupa'nın TUBITAK'ı olarak anılır. IMEC ile mikro çip tasarım projemiz üzerinde çalışıyoruz."

Mikroçipte milli ve yerli tasarım

Electra IC; hava, kara ve deniz savunma araçlarında kullanılan sayısal çiplerin tasarımını ve doğrulamasını gerçekleştiriyor. Savunma firmalarına sertifikalı eğitim hizmeti veren girişim; TÜBİTAK, Aselsan, Havelsan, Roketsan ve STM gibi devletlerle işbirliği yapıyor.

SOYHAN ALPASLAN

ERICSSON'dan 2014'te ayrılan iki genç mühendis; beyin gücü yerine ülkede kalma ve yerli teknoloji üretme kararı ile atttı adım, Türkiye'ye sayısal çip tasarımı ve çözümünü yerli mühendislikle üretebilmeye imkanı getirdi. Startup başlangıcını Teknopark İstanbul Kuluçka Merkezi'nde yapan Electra IC, aviyonik (hava araçları) sistemlerde, deniz ve kara araçlarında kullanılan çip tasarımı ve çözümünü yerli mühendislikle gerçekleştiren ender firmalardan biri. Bu alanda savunma sanayine 150'nin üzerinde geniş eğitim portföyü ile eğitim veren tek firma. Electra IC, savunmanın devleri ile çeşitli projeler hazırlıyor. Tüketici elektroniği, otomotiv, GPS gibi kablosuz bağlantı projeleri üzerinde çalışıyor.

GLOBAL FİRMA DENEYİMİ

İstanbul Ticaret'in sorularını Electra IC'nin kurucularından Ateş Berna cevapladı. Berna, lisans ve yüksek lisansını İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Elektronik ve Haberleşme Mühendisliği bölümünde yaptı.



Boğaziçi Üniversitesi'nde Executive MBA (işletme) programını tamamladı. Yarı iletken sektöründe Alcatel, STMicroelectronics, ST-Ericsson, Ericsson gibi global ölçekli firmalarda çalıştı.

MÜŞTERİLERİMİZ DESTEKLEDİ

İki genç mühendis firma kurmaya nasıl karar verdiniz? Electra IC'yi, Ericsson'daki çalışma arkadaşım Elektronik ve Haberleşme Mühendisi İsmail Hakkı Topçu ile birlikte kurduk. 2014'te Ericsson, bizim sayısal çip tasarımı yaptığımız mikro elektrik grubunu kapatma kararı almıştı. Yurtdışından teklifler vardı. Ancak Aselsan başta olmak üzere, o dönemde Ericsson'da birlikte çalıştığımız müşterilerimizin değerli yöneticileri, yurtdışına gitmemiz yerine

Savunma firmalarına eğitim veriyoruz

Ateş Berna, müşterilerinin 2015'de sayısal çip tasarımı ve gömülü sistemler üzerine eğitim almak istediğini söyledi. Almanya'dan geçmişte eğitim aldıkları bir firma ile işbirliği yaptıklarını belirten Berna, bu çalışmanın sonucunu ise şöyle özetledi: "O kadar başarılı olduk ki, ciromuzun çok önemli bir bölümü eğitim hizmetlerimizden gelmeye başladı. Bu başarı bize, global İngiliz firması olan Doulos'un dünyadaki 5 sertifikalı iş ortağından biri olma hakkını kazandı. Artık Doulos; Orta Doğu ve Avrupa'daki eğitim çalışmalarını da Electra IC ile birlikte yapmak istiyor. Halen bütün savunma sanayi firmalarıyla eğitim alanında da çalışıyoruz. Türkçe ve yabancı dilde verdiğimiz tüm eğitimlerimiz sertifikalı. O yandan savunma sanayinin merkezi Ankara'da Hacettepe Teknokent'te de bir ofis açtık."

güçlüyüz. Kritik, özel üretimleri yerel firmamızın yapabildiği çok önemli. Bu durum ülkemizi çok daha güçlü konuma getiriyor, yeni ürünler savunma sanayimizi geliştiriyor. Savunma sanayi ihtiyaçları çok özel ve özgüdür. Başka bir ülkenin yaptığı ürün ile bağımsız olamayız. Bu nedenle kendi üretimimizi yapmak çok önemli ve değerli. Masaya oturduğumuz zaman, güçlü olduğumuzu böylece gösterebiliriz.

MALEYZA İLE ÜRETİM

Türkiye çip üretebilecek mi? Yerli çip üretme kanallarını zorluyoruz. Malezya'dan bir firma ile ortak bir projemizi var. Birlikte çip üretimine geçeceğiz. Çip tasarımı bu işin dip noktası. Yazılım ve donanımı birlikte yapınca teknoloji olarak bağımsızız. Yazılımı çalıştıracak bir donanımı illa ki ihtiyaç duyuyoruz. O donanımı da yurtdışından almayacağımız günler için çalışıyoruz.

Yurtdışı bağlantılarınız var mı?

2016'da aviyonik tecrübemizdeki ilk projemizi TUBITAK'a sunduk. DO-254 sertifikasyon süreçlerine göre Aviyonik Elektronik Donanım geliştirilme kabiliyetine sahip olduk. Bu tecrübe ile Almanya'daki bir ABD'li firmaya DO-254 sertifikasyonu üzerine danışmanlık verme başarısına imza attık.

Çip tasarımı niş bir sektör ve işi çok iyi biliyor olmanız lazım. Teknoloji üreticisi olarak bilinen Almanya'dan bile bir firma gelip bizimle çalışıyor. 'Dünya çapında tercih edilen bir firma olma' hedefimize adım adım ilerliyoruz.

TCMB'nin isabeti Draghi'nin zaferi

TCMB Para Politikası Kurulu'nun titiz bir yaklaşımla ve hassas bir 'ölçeklendirme' ile gerçekleştirdiği 3,25 puanlık faiz indirimini, aynı gün gerçekleşen Avrupa Merkez Bankası (ECB) toplantısından çıkan kararların içeriği dikkate alındığında daha da anlam kazanıyor. Öncelikle, ECB'nin kararlarını, ekim ayı sonunda görevini IMF Güvernörü Lagarde'a devretmeye hazırlanan Başkan Draghi'nin bir 'zaferi' olarak da değerlendirebiliriz. Üstelik, Almanya'nın ve Hollanda'nın tüm muhalefetine rağmen.

Görünen o ki, ABD'nin tetiklediği küresel ticaret savaşlarının geldiği nokta, başta Avrupa Birliği ekonomileri olmak üzere, dünyanın önde gelen ekonomilerinin büyüme temposu ve küresel ticaret açısından performans kaybı, hatta resesyona

endişelerini iyice güçlendirmiş durumda. Nitekim, ECB, geçtiğimiz hazırladığı bu yıl sonu için yüzde 1,2 olarak öngördüğü yılsonu büyüme hızı tahminini yüzde 1,1'e, 2020 tahminini ise yüzde 1,4'ten yüzde 1,2'ye çekti. Enflasyon tahminlerini 2019 için 0,1 puan, 2020 için ise 0,3 puan indirdi.

ABD Başkanı Trump'ın ABD Merkez Bankası (FED) üzerinde daha da baskı oluşturacak bir noktaya adeta getirmeye adanmış, ECB mevduat faizini yüzde -0,4'ten -0,5'e çekerken, 1 Kasım'dan itibaren, gerekli olduğunu düşündüğü dönemin sonuna kadar, her ay 20 milyar Euro tahvil almaya devam edeceğini açıkladı. Bir hafta sonra gerçekleşecek olan FED Açık Piyasa Komitesi (FOMC) için faiz indirimi baskısının, hatta bilanço küçültmeyi

acilen durdurması yönündeki baskıların artacağı bir tartışma ortamı alevlenmiş durumda. Küresel merkez bankalarından faiz indirim ve para politikasını gevşetme kararları ardına gelirken, Hazine ve Maliye Bakanı Albayrak'ın altını çizerek belirttiği üzere, Eylül sonunda yıllıklandırılmış manşet enflasyonun tek haneye gerilemesi ve 2019'da Yeni Ekonomik Program'ındaki hedefin de altında kapatması ihtimali, son toplantıda PPK'nın yüzde 16,5'e indirdiği politika faizinin yıl sonuna kadar en az 2 puanlık bir indirim daha görebileceği ihtimalini güçlendiriyor. Umarız, bankalar da TCMB'nin titizlikle 'ölçeklendirilmiş' faiz indiriminin hızla reel sektör kredi maliyetlerine yansıtırlar.



Prof. Dr. Kerem ALKIN

Mavi okyanus, kırmızı okyanus

Türkiye Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın ev sahipliğinde, ABD Ticaret Bakanı Wilbur Ross'un Türkiye ziyareti pek çok açıdan kritik önemde. Öncelikle, 1940'lı yılları sonlandıran bu yana, Türkiye-ABD ilişkilerinin ağırlıklı olarak 'güvenli' perspektifinden yürüyor olması, iki ülke arasındaki ilişkilerin sağlığı açısından kritik sorunlara sebep olmaktadır. Türkiye'nin 9. Cumhurbaşkanı Erdoğan, iki ülke arasındaki ilişkilere 'ticaret' perspektifi kazandırmak için caba sarf etmiş olsa da, ilk kez Cumhurbaşkanı Erdoğan ve ABD Başkanı Trump'ın ortaya koydukları liderlik ve kararlılıkla '100 milyar dolar ticaret hacmi' hedefine dayalı somut adımlar atılıyor.

Bunun yanı sıra, Asya ülkelerinin ABD'nin farklı bölgelerine ihracat ürünlerini daha seri ulaştırabilmek adına, büyük lojistik merkezleri oluşturuldukları da gözlemlenmekte. Bu durum, bir süredir satış-pazarlama alanında önemli bir konu başlığı olan 'mavi okyanus-kırmızı okyanus' konusunu öne çıkarıyor. Ülke ekonomisinde ve/veya dünya ticaretinde birbiriyle kıyaslaya rekabet eden birlerce şirket, firma yer almakta. Söz konusu firmalar, birbirinden müşteri çalacak şekilde

bir pazarlama-satış stratejisi, sürekli fiyat kırarak pazarda kalma mücadelesi ortaya koyduklarında, okyanusta köpek balıklarının sürekli birbirlerine saldırımlarından dolayı okyanusun 'kırmızı'ya dönüşmesine benzer bir ortam oluşuyor. Oysa, bilhassa küresel ticarete iddialı olabilmek için, aynı sektördeki firma ve şirketlerin, rekabet etmelerinde, 'birlikte hareket etme' kültürü oluşturup, birbirlerine zarar verecek ölçüde 'fiyat kırma' yarışına girmek yerine, gerekirse de ihracattan elde edilen kg başına katma değeri güçlü kılmak için sinerji oluşturmaları gerekmektedir. Buna da 'mavi okyanus' stratejisi diyoruz. ABD ile yürütülen '100 milyar dolar pazar' hedefine dayalı ticaret müzakereleri, ihracatçılarımızın bu pazar için 'kırmızı okyanus' taktiklerine yerine, birlikte hareket etme kültürüne dayalı 'mavi okyanus' stratejisi ile çok daha güçlü sonuçlar elde edebileceklerine işaret ediyor.

Seminer

LOJİSTİKTE DİJİTALLEŞME SÜREÇLERİ SEMİNERİ

26 EYLÜL 2019

PERŞEMBE

09.00 - 13.00

Meclis Salonu Kat: 4

LOJİSTİKTE DİJİTALLEŞME SÜREÇLERİNİ KONUSACAĞIMIZ SEMİNERİMİZİ DAVETUSİNİZ HEMEN KATILIN!

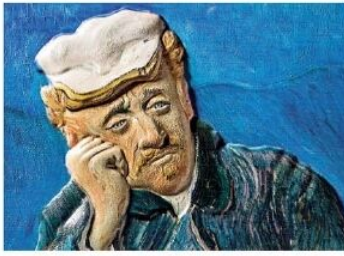
Son Başvuru Tarihi 23.09.2019

Detaylı Bilgi için Demet Toksoy | 0212 455 62 29 demet.toksoy@ito.org.tr



3-D baskı ile tabloları dokunarak görme fırsatı

3-D baskı iki boyutlu tabloları, üçüncü boyutu ekliyor. Bu sayede, tabloları dokunarak görmek mümkün olabiliyor. Bu imkandan en çok görme engelliler müzeleri gezerken yararlanabilecek. Çünkü, önünden geçtikleri eserin üç boyutlu kopyasına dokunarak, görebilecekler.



AYŞE BAŞAK

Üç boyutlu baskı teknolojisi, yaşamımıza dört koldan girdi. Bir baskı basitliğinde yapılması düşünülmeyen pek çok şeyi kolaylaştırdı, özellikle tıp alanındaki gelişmeler insanlık adına büyük umut taşıyor. Yapay organlar, damar sistemleri insan vücuduna uyumlu ve düşük maliyetli biçimde basılabildiğinde pek çok hayat kurtulabilir.

Üç boyutlu baskı sadece yaşamsal değil günlük yaşamı güzelleştiren, hayatı anlamlı kılan şeyleri de mümkün kılıyor. Görme engellilerin bir sanat müzesinde gezerken neler hissettiklerini hiç düşündünüz mü? Görme engelliler müze gezerken, objelere dokunulmasına izin verilmediği için ya kendi alfabeleriyle yazılmış kısa notlarla - ki bunlar

çoğunlukla tablonun adıyla sınırlı kalıyor- ya da sesli rehberlerin dedikleri bilgilerle yetiniyorlar. Ayrıntılarıyla yapılmış bir tıfır özümsenmek hayal gücünü canlı tutsa da bunların hiç biri tabloyu görmek, dokunmak, hissetmek gibi olmuyor.

SANATTA DEVRİM

Üç boyutlu baskı teknolojisi görme engelliler için öyle bir imkan yaratıyor ki bu bütün müzelerle önümüzdeki süreçte yeni bir hizmet ekleme zorunluluğu getirebilir ve böylece sanat eserlerine yeni bir sergileme boyutu eklenebilir. Nasıl mı? 3-D baskı iki boyutlu tabloları, üçüncü boyut ekleyerek, tablonun 3-D baskısına sahip olabilecekler. Bu şu anda da mümkün ancak baskı maliyetleri çok yüksek olduğu için büyük bir kitleye hitap edemiyor.

Sürdürülebilir ekonomik modeller değer kazanıyor

Dünya üzerindeki kaynakların kullanılması biçiminin -ekonomik ve politik modellerle uyumlu ama- bugünün değerlerine uygunsuz olduğunu keşfediyoruz. Geçmişte üretim maliyetlerinin yükseldiği nedeniyle daha uzun süre kullanılması beklediğimiz ürünler geliştirilen ve üretken bugün hem kaynak kullanımını düşürmeyi, ihtiyaç kadar üretmeyi hem de atık yönetimi ile de üzerinde yaşadığımız dünyayı daha sürdürülebilir kılma hedefliyoruz.

Bunun ilgi çekici sonuçları ortaya çıkıyor ve bunlardan en çarpıcı da plastik ile ilgili. Plastik eskiden ucuz ve -elastik tersi olarak- kolay bozulmayan bir malzeme olarak ambalaj alanında hayatımıza fethetmişti. İkinci Dünya Savaşı yıllarını anlatan filmlerde külotlu çorapların çarpmasını azaltan petrol türevi malzeme kullanan ürünlerden başlayarak plastik dayanıklılık ve ucuzluk özellikleri ile kendi yolunu açtı.

Uçurtmayı Vurmasınlar dahil Türkiye'nin bir dönemine ait filmlerde 'naylon' aşığına terimi olarak kullanılsa da şişe ve sürahilerden şemsiye ve yağmurluklara kadar birçok ürün plastik ve plastik türevi malzemelerden yapılmaya başlandı. Bunun yanı sıra, dayanıklılığın yanında ucuzluğu nedeniyle bozulduğu ya da iş göremez hale geldiğinde atılabiliyordu. Böylece insanlar modaya da daha kolay uyabiliyor ve ya da anlık ihtiyaçlarını karşılayabiliyor. Yağmur yağdığından ortaya çıkan şemsiye satışlarının üç kuruşu satış ve çoğunlukla rüzgân viyince dağılıp birkaç saat içinde çöp kutularında kendilerine yer bulan plastik şemsiyeler bu sürecin en çarpıcı örneği.

Sorun şu ki çöpe atılan bu şemsiyelerin doğada çözünmesi ve

ortadan kaybolması için onlarca yıl gerekiyor. Çevre konularına duyarlılığın artmasıyla sosyal sorumluluk projelerinin önemli başlıklarından biri haline gelen bu plastik atık konusu, şu anda dünya genelinde sıcak gündem maddesi ve bu bir süre daha sürececeği benziyor.

Türkiye'de 8-9 kuruş mal olan plastik poşetin 25 kuruşu satılması gibi projeler dünyanın çeşitli yerlerinde farklı biçimlerde uygulanıyor. Ancak Türkiye'de su faturalarına yansıtılan kullanılmış su uzaklaştırma bedeli (KSUB) örneğinde olduğu gibi maliyetleri tüketicinin üzerine yitilmesi yerine doğru eğitime, dünya genelindeki akılcı ve değer yaratmaya yönelik projelere odaklanabiliriz. Örneğin 'the Ocean Cleanup', Okyanus Temizleme Projesi 2019 yılında Hollanda'da bir genç tarafından başlatıldı. Dünyada yankı bulan okyanusları plastik çöpten arıtma projesi 2018'de hayata geçti ve gençlerin liderliğinde örnek oldu.

Alman spor malzemeleri üreticisi Adidas, Ultraboost olarak adlandırılan ayakkabıların 2018'de ürettiği serilerinde okyanuslardan toplanan plastik atıkları kullandı. Her birinde 11 plastik şişedekine denk plastik kullanan bu ayakkabıların yurtdışı satış fiyatlarının 160 ila 200 dolar olduğu düşünüldüğünde burada yaratılan ekonominin büyüklüğü de ortaya çıkıyor. 2018 sonuna geldikçe Adidas bu ayakkabılardan 1 milyon adetini üzerinde satmıştı.

Bu yaklaşım geleceğe doğru baktığımızda çok daha fazlasını vaat ediyor. Sanayi toplumunda seri üretim ve verimlilik kavramları öne çıkarken bilgi toplumunda yerini sürdürülebilirlik temasına bırakıyor.

Adidas'ın ayakkabıları ile fark ettiği bu olgu, Electrolux için de elektrikli süpürge serisi ile keşfedildiği bir gerçek olmuş. Üst segmentteki

Zeynep DERELİ



elektrikli süpürge üreticisi Electrolux firması, Eco serisinde yer alan ve geri dönüşümlü malzemeden üretilmiş elektrikli süpürgelerinde sürdürülebilirlik mesajını verdiğinde bunun satın alma kararını etkilediğini görmüş. Bu temanın çocuklu ailelerin ilgisini çekiyor olması, yeni nesillerde çevre duyarlılığının arttığını bir göstergesi. 2017 sonuna kadarki iki yıllık dönemde Eco ürün gamının yıllık yüzde 12 büyüyerek toplam yüzde 8'e ulaşması dikkat çekici bir trend göstergesi.

Rakamlara yansıyan etki, son 25-30 yıla damgasını vuran bu değişimin sonucu. Siyasi ve ekonomik gelişmeler, her şeyin daha yeşil bir hal alması ve ağaçları kesmeye karşı olmak; sürdürülebilirlik gibi konular, çevreye daha fazla önem vermeye başladığımız diğer göstergeleri. Electrolux gibi firmaların Taste the Waste konsepti altında gıda israfını engellemeyi de öncelikleri arasında alması, sürdürülebilirlik odaklı ekonomik ve diğer modellerin geleceğin liderlerinin yetkinlik alanlarından biri olacağına işaret ediyor.

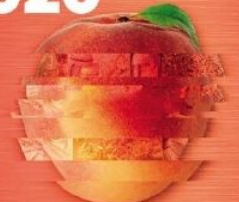
Z kuşağı, tamamiyle paylaşım ekonomisi üzerine kurguladıkları hayatları ile iş hayatında ve diğer alanlarda liderlik konularında geldiğinde şimdiki yöneticilerin sonradan öğrendiği şeylerin içine doğmuş ve hatta bu yaklaşımın oluşturulmasına sağlamış bir kuşak olarak çok daha ileri adımlar atacak ve örnekler oluşturacak. Bu çocukların şimdiden ailelerini etkilemesi, bu sürecin şu anda başlaması anlamına geliyor. Bize düşen görev ise bu yaklaşımı eğitime entegre etmek ve dünyaya örnek olmak.

SIAL CHINA 2020

Şanhay-Çin Halk Cumhuriyeti
13-15 Mayıs 2020

Türkiye Milli İştiraki
İstanbul Ticaret Odası Organizasyonu

• Gıda • İçecek



ASYA'NIN EN BÜYÜK PAZARI ŞANHAY, GIDA PROFESYONELLERİNİ BEKLİYOR

SIAL CHINA 2020

- 199.500 m² sergileme alanı
- 17 holde 67 ülkeden 4.300 katılımcı
- 117.500 profesyonel ziyaretçi
- Türkiye Milli İştiraki'nin 2012 yılından itibaren yükselen başarısı

ÖDEME PLANI

- Minimum stant alanı : 12 m²
- Katılım bedeli : 4.845 TL
- 1. Ödeme : Talep edilen m²x 2.000 TL Başvuru ile birlikte
- 2. Ödeme : Kalan bedelin %50'si 16 Aralık 2019
- 3. Ödeme : Bakiye Bedel 20 Şubat 2020
- Katılım sözleşmesi ile ödeme dekontunun Oda'ya iletilmesi gerekmektedir.
- İlk ödemeye ilişkin banka dekontundaki tarih ve saat dikkate alınarak bir sıralama gerçekleştirilecek, stant seçim hakkı tanınacaktır.

Teşekkür eder, saygılar sunarız.



İSTANBUL
TİCARET
ODASI

Gülün Gürsoy / Özlem Kılıç / Şeyma Ceren Yurttaş

Tel : 0212 455 61 17 / 0212 455 65 12 / 0212 455 65 07
GSM : 0533 959 30 57 / Faks: 0212 520 15 26

E-Posta : gulungursoy@ito.org.tr / ozlem.kilic@ito.org.tr / seyma.pecan@ito.org.tr

444 0 486 | ito.org.tr | @itokurumsal



Kanal temizliği otonom botlara emanet

The Massachusetts Institute of Technology'den (MIT) bir grup araştırmacı, bir süredir Hollanda'nın kanallarıyla meşhur şehri Amsterdam'da su üzerindeki çöpleri toplamak amacıyla sürdürsüz botlar geliştirmekle meşgul. Amsterdam Institute for Advanced Metropolitan Solutions ile ortak çalışan ekip, otonom botları 'Roboat' un yeni versiyonunu tanıttı. Araştırmacılar, botların farklı manevra kabiliyetlerinin yanı sıra dar kanallara uyum

sağlama ve buralarda rahatlıkla hareket etmelerini sağlayan farklı biçimlere girme becerisini kamuoyuyla ilk kez paylaştı.

PARÇALARA AYRILIYOR

Roboat isimli yeni otonom botlar, Amsterdam'ın çeşitli kanallarında hareket ederken birbirlerini bulabilecek ve birbirlerine bağlanabilecek şekilde tasarlanmış. Botlar, sensörlerle donatılmış, kamera ve hareket kabiliyetini sağlayacak ve artıracak çeşitli

donanımlarla desteklenmiş dikdörtgen gövdelerle sahip. Köşeli hatlara sahip botlar, sistemlerine eklenen yeni bir algoritma sayesinde dar kanallarda hareket ederken parçalara ayrılabilecek. Böylece botların manevra kabiliyetleri artacak. Yeniden geniş bir alana ulaştıklarında yeniden birleşip yola devam edebilecek. İşin en ilginç tarafı botların farklı şekillere girebilecek olması. Yani geçtikleri yerin biçimine göre eklenip, azalip, çoğalıp şekillenerek geçebilecekler.



Franchise veren markalar yazlık semtlerden sonra, kış turizminin canlı olduğu illeri gözüne kestirdi. Markalar, gıdadan sağlığa kadar birçok alanda; kış turizminin yaygın olduğu bölgelerde girişimci avına çıkıyor. Girişimci adayları arasında daha çok öğrenci ve kadınlar öne çıkıyor.

Kış turizmi bölgelerinde girişimci avı

CEYHUN KUBURLU

TÜRKİYE her ne kadar deniz, kum ve güneş turizmi ile öne çıksa da son yıllarda yapılan yatırımlar kış turizmini de etkiliyor. Özellikle bu yıl okulların daha çok ara tatile girecek olması kış turizm merkezlerini de hareketlendirdi. Özellikle bu bölgelere yapılan yatırımlar ön plana çıkmaya başladı. Gıdadan sağlığa kadar birçok farklı sektörde kış turizm merkezlerine yakın yerlerde franchise verme girişimleri başladı. Yatırımcılar bunun için doğru ortakları ararken, yılsonuna kadar Bursa, Kayseri, Erzurum, Van, Trabzon, Ankara, Bolu gibi illerde yeni şubeler açmak için de çalışmaları hızlandırdı.

Yetkililer, yılsonuna kadar bu illerde 300'e yakın yeni şube açılmasını beklediklerini anlatırken, "Bu sene iç turizm pazarı canlı olacak. Bu da markalar için çok önemli" diyor.

SPOR MARKALARI ÖNDE

Özellikle Kayseri, Erzurum, Bursa ve Bolu gibi illerde daha çok spor markalarının yeni şubeler açmaya başladıklarını anlatan sektör temsilcileri iş potansiyelini şöyle anlatıyor: "Kayak merkezine yakın yerlerde spor kıyafetlerine büyük ilgi var. Ayrıca kayak takımı satışı yapan yerlerde çok önemli. Bunun için markalar 100 bin lira ile 500 bin lira arasında değişen franchise bedelleri talep ediyorlar. Bunun içerisinde dükkan

yatırımı da dahil. Bazı markalar ise franchise giriş bedeli talep etmiyor. Bu alanda hizmet veren markaların çoğu yerli. Bu da yatırımcılar için daha düşük yatırım bedelleri demek. Yabancı markaların artıları ise biraz daha ağır olabiliyor. Ayrıca reklam katkı payı gibi birçok roalty talep edebiliyorlar."

KİMLER YATIRIM YAPIYOR?

Spor ve giyim markalarını ise yeme-içme sektörü takip ediyor. Birçok yerel lezzet kış turizminin merkezinden pay kapmaya çalışıyor. Bugün yerel şartlara uygun yatırım yapmak ise adeta bu işin püf noktası. Yatırım tutarı arttıkça risk her zaman artar ancak bu bölgeler gelecek vaat ediyor. Hem yabancı turistlerin ilgi odağı

olabilir hem de yerli turizm önümüzdeki dönemde artacak. Bunun en önemli nedeni ise tatil sayılarının artması.

TURİST İÇ PAZARDA KALDI

Kur nedeniyle de binlerce yerli turistin iç pazarda kalmayı tercih ettiğini belirten marka sahipleri, "Ayrıca okul gezilerinin sayısının da arttığını düşünenecek olursak bu iller ön plana çıkacak. Aynı zamanda yatırım için de çok büyük fırsat. Çünkü bir yatırımcının İstanbul'a yapacağı yatırım ile Erzurum'a yapacağı aynı yatırım tutar bakımından büyük farklılık gösterebiliyor. Aynı zamanda daha küçük illerde yaşamak isteyen birçok yatırımcı içi franchise veren markalar da adeta şans oluyor." diyor.

Gelişen pazarları takip ederler

Tanınmış markaların sağladığı sürekli müşteri ve iş yapma imkanının olduğunu anlatan uzmanlar, bu alanda yatırım yapacak girişimcilere şu tavsiyelerde bulundu:

- Franchise veren işletmenin eğitim hizmetleri ve uzman personel desteği sağlamak önemli.
- Kaliteli personel bulma, işe alma ve yetiştirme konularında franchise veren işletmenin tekniklerinden yararlanılması girişimci için fırsat.
- Mali, ticari ve personel konularında sağlanan destekle, teknik işlevlere ağırlık verilip başan şans artar.
- Küçük işletmelerin karşılaşılabilecek risk ve işletmecilik sorunlarının minimize edilmesi de franchise alınması için önemli bir deneyim.
- Markalar gelişen pazarları yakından takip ederler ve yatırımcıların her zaman iş yapmasını kolaylaştırırlar.



SIAL MIDDLE EAST 2019

Abu Dabi - Birleşik Arap Emirlikleri
9-11 Aralık 2019

- Tüm gıda ve içecek ürünleri
- Gıda işleme ve ambalaj ekipmanları
- Etiketleme makineleri ekipmanları



GIDA DÜNYASININ ORTADOĞU VE KÖRFEZ'DEKİ KALBI SIAL MIDDLE EAST'TE BULUŞUYORUZ

SIAL Middle East

- 50 ülkeden 1200 katılımcı
- 97 ülkeden 28.000 ziyaretçi
- 70 ülkeden 700 VIP alım heyeti
- Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Hindistan, İran, Mısır'dan alım heyetleri
- Profesyonel ikili görüşmeler

Katılım Bedeline Dahil Hizmetler

- Stant inşaat organizasyonu
- Ürünlerin nakliye, gümrükleme ve sigorta işlemleri
- Fuar kataloğunda ve web sitesinde firma bilgilerinin yer alması
- Türkiye Millî İştirak broşüründe firma bilgilerinin yer alması
- Fuar süresince iletişim ve ikram hizmetleri
- Stant büyüklüğü ile orantılı giriş kartı
- Devlet desteğine ilişkin ilgili Birlik tarafından talep edilen dosya masrafı
- M² katılım bedeli: 4.230 TL



Sibel Tayanç - Çağrı Oluc
Tel : 0212 455 61 11 - 455 61 05
GSM : 0533 959 30 57
Faks : 0212 520 15 26
E-posta: sibel.tayanc@ito.org.tr - cagri.oluc@ito.org.tr
www.ito.org.tr



Avrupa'ya kilosu 150 TL'ye goji berry satıyor

ORMAN mühendisi arkadaşının tavsiyesiyle hobi olarak başladığı, Türkiye'de halk arasında 'kurt üzümü' ya da 'mutluluk meyvesi' olarak bilinen goji berry üreten Mehmet Çekil, Avrupa'dan gelen taleplere yetişmeye çalışıyor.

Çekil, 6 yıl önce Hasan Dağı eteklerinde bin 300 rakımlı Kargın köyüne, anavatanı Tibet olan goji berry fidanları dikti. Üretimin istenilen seviyede olması ve taleplerin artmasıyla tarlasını 57 dekarlık alana çıkaran Çekil, yıllık ortalama yaş ve kuru 25 ton meyve alıyor.

İTALYA BAŞTA

Tarlada özenle toplanan meyveler, 60 derecelik fırınlarda kurutulduktan sonra paketlenerek, ihracatçı firmalar aracılığıyla İtalya başta olmak üzere Belçika,



Hollanda, İspanya, Almanya ve Fransa gibi ülkelere ihraç ediliyor. Meyvenin alternatif bir bitki olarak kendilerine çok iyi bir gelir kapısı olduğunu aktaran Çekil, şöyle devam etti: "Yetiştirdiğimiz goji berryler yoğun ilgi görüyor. İlk yıllarda ürünlerimizi dökme olarak satıyorduk, sonra paketlenme ruhsatımızı aldık. Şu an ürünlerimizi

paketleyip satabiliyoruz. Meyvelerimizi topladıktan sonra sepetlere koyuyoruz. Daha sonra 55-60 derecelik fırınlarda

2 gün bekletiyoruz. Yeterli kuruluğa ulaşan meyveleri saplarından temizliyoruz. En son aşamada da paketleniyor. Şu an elimizdeki ürün talebe yetmiyor. Özellikle kuru meyveye talep çok. İtalya, Belçika, Almanya, İngiltere ve İspanya gibi ülkelere ciddi talepler alıyoruz. Ürünlerimizi, daha çok ihracatçı firmalar aracılığıyla, yurtdışına gönderiyoruz. Yıllık bahçemizden 20-22 ton arasında yaş ve kuru olarak 5 ton meyve alıyoruz. Kuru olarak meyvenin kilosu 80 ile 150 lira arasında yaş ise 40 liradan satılıyor."

Üç kıta yedi iklimin yönetildiği saray

Topkapı Sarayı, dünyadaki diğer saraylar içerisinde insan ruhuna en çok hitabeden hatta her dil, din, ırktan insanın kendisine ait bir parça bulduğu emsalsiz saraylardandır.



Hüseyin ÖZTÜRK

Malum olduğu üzere geçtiğimiz günlerde Topkapı Sarayı Cumhurbaşkanlığı'na geçti. İstanbul'da bulunan diğer saraylarla birlikte artık tüm saraylar, Cumhurbaşkanlığı Milli Saraylar İdaresi'ne bağlandı. Böylece saraylar, kasırlar, köşkler, tek elden yönetilecek. Saraylar arasındaki tarihi bağlar ve ziyarete açılan objeler, bütünlük içerisinde yerli ve yabancı ziyaretçilerin istifadesine sunulacak.

Hatırlatma babından Topkapı Sarayı hakkında biraz bilgi aktarmaya çalışalım: Günümüzde müze olarak kullanılan Topkapı Sarayı, üç kıtada hüküm sürmüş Devleti Aliye'nin yönetim merkezi, beyni durumundaydı. Devlet geleneği Topkapı Sarayı'nda gelişmiş, vücut bulmuştur. Burası yalnızca padişahların yaşadığı, ülkeyi yönettiği mekân değil, Osmanlı medeniyetinin kültür merkezi konumundadır. Enderun başı başına bir eğitim kurumu olarak gelişmiştir. Sarayda olumsuz kütüphane ve değerli eserleri barındırmaktadır.

Yeri gelmişken oldukça ilginç bir bilgiyi daha sunalım. Topkapı Sarayı aynı zamanda bir dilsizler okulu vazifesine de görmüştür. Dilsizlerin, (Bize-bazıların) eğitildiği bir yer olmuştur. Hatta öyle yıllar yaşanmış ki, padişahlar dahi dilsizlerle beraber kurs görüp, işaret dili öğrenmişlerdir. Yine çeşitli kaynakların belirttiğine göre saraydaki ikinci dil olarak, işaret dili kullanılmıştır.

Topkapı Sarayı'ndan söz edip de Evliya Çelebi'ye müracaat etmemek olmaz. Evliya Çelebi demek, biraz da Topkapı Sarayı demektir. Çünkü Çelebi, İstanbul'da bulunduğu zamanlar, özellikle IV. Murat devrinde, Topkapı'da sık sık bulunmuş ve sarayı anlatmıştır.

'Evliya Çelebi ve Topkapı Sarayı' isimli eserden, Fatih Sultan Mehmed devrine ait izlenimleri, Çelebi'nin dilinden, günümüz Türkçesine aktarılmış haliyle okuyalım.

Fatih Sultan Mehmed bu kadar ganimet malına sahip olduğunda, "Öncelikle padişahlara gerekli olan oturacak bir yerdir" diyerek 3000 kese harcıyıp, yeni saray yaptırdığına dair şairler tarih düşmüşlerdir.

Ferhat gibi hünerli olan usta öyle bir yeni saray yapmıştır ki, Adem devrinden beri dünyanın mimarları ve mühendisleri, böyle gönül açıcı bir saray yapmamışlardır. Dünyanın seyyahları bu dünya üzerinde benzerini görmemişler.

Zira deniz kıyısında olup iki deniz arasında kurulmuş sarayın; kuzeyi Karadeniz, doğusu Akdeniz, güneyi Ayasofya Camii olan bir şehirdir. Bu anılan büyük sarayın dört tarafındaki sağlam ve dayanıklı seddi olan kale 366 burç ve 12 bin beden dişine sahip sağlam bir kaledir.

Hiçbir memleketle tam olarak benzeri yapılmamıştır. Dörtgen şekilli yeni sarayın firdolayı büyüklüğü 6 bin 500 akmıdır. Toplam 16 küçük ve büyük kapısı vardır.

Tabi yaklaşık 400 yıl Devleti Aliye'ye yönetim merkezi vazifesi görmüş olan saray bu zaman zarfında diğer padişahlar da ilaveler yaparak büyümüşlerdir.

Cumhurbaşkanlığına geçmesiyle, eski ihtişamı günlerine kavuşacağı aşikardır. Çünkü henüz ziyaretçilere açılmayan değişik binalarla, on binlerce objenin olduğu bilinmektedir.

Topkapı Sarayı sadece Osmanlı devlet yönetim merkezi değil, 8 bin 500 yıllık İstanbul'un ilk yerleşim yeri ve İstanbul'a ayak basan ilk insanların nefes alıp verdiği bir mekandır.

Sözü, İstanbul'u 1610'un Eylül ayında ziyaret eden ve İngiltere Büyükelçisi'nin evinde dört ay misafir kalarak İstanbul'da dair gözlemlerini anlatan George Sandys'nin ifadeleriyle bitirelim: "Türk toplumunda herkes bir kardeşlik içinde yaşamaktadır. Onlar kendi aralarında öyle örnek bir uygunluk, ahenk içinde yaşarlar ki, aralarında kaldığı sürede bir Müslüman'ın diğer bir Müslüman'a ne şiddet gösterdiğini ne de kötü bir söz söylediğini görmedim."



AHİLİK HAFTASI

İstanbul'da renkli görüntülere sahne olan ve 16-22 Eylül tarihleri arasında kutlanan Ahilik Haftası kapsamında, Beyazıt Meydanı'ndan, Sultanahmet Amfi Tiyatrosu'na kadar mehteran eşliğinde 'Ahi Yürüyüşü' gerçekleştirildi. Mehteran takımının ardından yürüyen esnaf ve sanatkarlar, Kapalıçarşı'da geleneksel Ahi Duası'nı gerçekleştirildi. Korte, güzergah boyunca çevredeki vatandaşlara

gül ve Ahi Duası'nın yazılı olduğu bir broşür dağıtıldı. Mehteran takımının mini bir konser verdiği amfi tiyatrodan, İstanbul Valisi Yerlikaya, kaftan giydi. Yerlikaya, 'İlin Ahisi' unvanını elektrik teknisyeni Ali Kemal Adıkan'a, 'İlin Kalfası' unvanını kuaför Veyssel Örnek'e ve 'İlin Çrağı' unvanını ise elektrikli ev alet aletleri teknisyeni Cihan Koluksa'ya takdim ederek, sed kuşanıldı. Vatandaşlara Ahi pilavı ve lokması ikram edildi.

AHİLİK KÜLTÜRÜNE GÖRE

Turist bize emanettir

Ahilik Haftası'nda, taksicilere seslenen İstanbul Valisi Ali Yerlikaya, "Turistlerin canı, malı, ırzı bizim emanetimiz. Biz turist misafirlerimizin, hakkını gözeten şoför ve taksici esnaflarımızı kalben selamlıyoruz ama bir Ahi Evran torunu olarak, tamamının da bu şekilde olmasını istiyoruz" diye konuştu.

İSTANBUL Valisi Ali Yerlikaya, 'Ahilik Haftası' açılışında, "Sayın Cumhurbaşkanımızın bir hedefi var, 2023'te İstanbul'da 70 milyon turist, 70 milyar dolar gelir bekliyoruz. Bunu, tebessüm ederek ve güler yüz göstererek yapacağız" diyerek taksicilere seslendi. Vali Yerlikaya, İstanbul Valiliği, İBB, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul Ticaret İl Müdürlüğü, İstanbul Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği, Ahilik Vakfı ve AHİSLAD'ın düzenlediği Ahilik Haftası'nda, taksicilere yönelik konuştu ve İstanbul'a gelen turistlere güler yüzü olmalarının önemini anlattı.

AHI TORUNU OLARAK

Ebedi hayata intikal eden esnaf ve sanatkarları yad eden Vali Yerlikaya, konuşmasını şöyle sürdürdü: "17 bin 395 taksici esnaf şoför kardeşlerimize sesleniyorum, bize geçen yıl 13 milyon 433 bin yabancı turist misafir geldi. Bu sene inşallah 15 milyon yabancı turist İstanbul'a geleceğine inanıyorum. Onları gidecekleri istikamete, on doğru ve kısa yol neresi ise vaktinde, istedikleri yere götüreceğiz. Turistlerin canı, malı, ırzı bizim emanetimiz. Her bir taksici kardeşimiz, 'benim taksim şu anda İstanbul'un misafirperverliğini gösteriyor. Bu benim, turizm elçisi gösterilmek için bana tanınan bir fırsat'

şeklinde düşüneceğiz ve diyeceğiz. Biz turist misafirlerimizin, hakkını gözetin şoför ve taksici esnaflarımızı kalben selamlıyoruz ama bir Ahi Evran torunu olarak, tamamının da bu şekilde olmasını istiyoruz."

MAHKEMELER ÇOĞALMASIN

146 odanın kapısına asılan 'Ahilik Duası'ndan bir bölüm okuyan Yerlikaya, alıp-satarken, kul hakkına, helal ve harama dikkat edilen bir ticaret anlayışı hakim olduğu süreçte, mahkeme kapılarının açılmayacağını vurgulayarak, günümüzde mahkemelerin çoğalması noktasında da herkesin kendi nefisini ve kalbini sorgulaması gerektiğine dikkati çekti.

Selçuklu tarzı HAT SERGİSİ

'Köprüler; İnsanlar ve Medeniyetler' sergisinde özellikle Eyyubi ve Selçuklular'da görülen 'Kufi Makili' tarzı hat eserleri sergileniyor. 'Akıl ile yeni şekiller' anlamına da gelen Kufi Makili eserleri, 28 Eylül'e kadar İstanbul Ticaret Odası Yeni Camii Hünkâr Kasrı'nda görülebilirsiniz.

E. SAHRA ÖZTÜRK

İSTANBUL Ticaret Odası Yeni Camii Hünkâr Kasrı'nda bir hat sergisi var ancak söz konusu hat sergisi bildiklerimizden çok farklı. 28 Eylül'e kadar görüleceğiniz eserler, il bakiştaki labirenti andırıyor. Suriyeli hat sanatçısı Mohammed İmad'ın imzasını taşıyan eserler, özellikle Selçuklular'da görülen Kufi Makili tarzını yansıtır. Halep Üniversitesi Nükleer Fizik Bölümü'nden mezun olan sanatçı, sanat serüvenini şöyle özetledi: "Hat çalışmamla, Üstat Hasan Çelebi ile başladım ve her türlü çeşidiyle ilgilendim. Süleymaniyede bulunan zaman çok fazla eski yazatları inceleme şansına yakalandım ve bu vesileyle her tür hat çeşidini



"İstanbul, ruhuyla benim için kendi yurdum Halep gibi" diyen Mohammed İmad, Kufi Makili eserleriyle...

görmüş, incelemiş ve çalışmış oldum. Süleymaniyeye, benim için hazinedir. Senelerce otursunuz her gün yeni bir şey öğrenirsiniz. Hat sanatı bir bilim, ilim gibi devamlı gelişen bir sanat. 50 sene de 80 sene de bu sanatı icra etsem yine de her gün yeni bir şey öğrenirsiniz. Çalışmamda kullandığım kağıtlar ise piyasada bulunan kağıtlar değil. Kahve, bütün gibi doğal ürünler ile çalıştığım kağıtlarda eskime tekniği kullanıyorum."

AKIL İLE YENİ ŞEKİLLER

28 Eylül'e kadar ziyarete açık olan Köprüler; İnsanlar ve Medeniyetler sergisindeki eserlerin Kufi Makili hat çalışmaları olduğunu belirten Mohammed İmad, sanatındaki farklılığı da şöyle

açıkladı: "15 çeşit hat bulunuyor. En çok meşhur olanları sülüs, sırasıyla nesih, talik, celi divanı, muhakkak, reyhani, kufi murabba şeklinde devam ediyor. Makili, Türkçede akıl kullanılarak demek, Kufi Makili de akıl ile yeni şekiller, tasarımlarla şekillenen kufi hat yazısı. Aslında benim yazılmalı yazabilirim daha sonra ise ruh haliyle değişir farklı bir tarzda yazılır. Ama en çok çalıştığımız tarzlar reyhani ve kufi yazılar. Kufi hattı zaten geometrik bir çalıştır. En çok mesicilerde duvarlarda, kalelerde kullanılıyor. Halep Kalesi'nde kufi yazıları çok görürsünüz. Eyyubi, Selçuklular'da kufi çok görülen yazı şekliydi."

VİTRİNDEKİ İŞ KİTAPLARI

Hazırlayan: YAHYA GÜL yahya.gul@ito.org.tr

Karz-ı hasenin kurumsallaşması

Kitap, karz-ı hasenin (faizsiz verilen borç) fıkhi boyutunu, dünya ve Türkiye'deki uygulamalarını ele alarak, yeni model önerilerini tartışmaya açıyor. Sadece İslam iktisadı alanına ilgi duyan okuyucuya değil, genel okuyucuya da seslenen



kitap, akademisyenler ve sektördeki uzmanların görüşlerini bir araya getirerek karz-ı haseni farklı bakış açılarından irdeliyor.

Süleyman Kaya, Mücahit Özdemir, Abdullah Talha Genç, Ensar Neşriyat

20'li yaşlarda sürüden ayrıl

Kitapta, insanların çoğunun; zengin olmak istemelerine rağmen, nasıl zengin olacaklarını, zenginlere imrenmekle yetinip asla zengin olmayacaklarını, zenginlerin babadan kalan bir mirasla ya da şanslarının yaver gittiği için zengin olduklarına



inandıkları belirtiliyor. Aslında zenginlerin ekonomik refaha ulaşmak için erken yaşta birer uykular kurallar ve kaçınıldıkları davranışlarının olduğu belirtilen kitapta, zenginlerin uydıkları kurallar ve kaçınıldıkları davranışlar anlatılıyor.

Niyazi Harmanbaş

Türkiye - Afrika ortaklığı

Kitapta, gerek nüfus gerekse kaynak zenginliği anlamında önemli bir potansiyeli ihtiva eden Sahraaltı Afrika'nın, Türkiye'nin son 20 yıllık süreçte en çok önem verdiği bölgelerden biri olduğu belirtiliyor. Uzun bir



araştırma sürecinin ürünü olan eser, Türkiye'nin Sahraaltı Afrika'ya yönelik gerçekleştireceği enerji faaliyetlerine kılavuzluk etmek gayesiyle hazırlanmış. Murat Erata Alelelas



Geleceğin mucitlerine Teknofest aşısı

Yüksek teknoloji ürünlerin sergilendiği TEKNOFEST İstanbul, yüzbinleri gelecek hayallerinde buluşturdu. Mucit adayı çocuklar ve gençler, Teknofest'te geleceğin teknoloji ürünlerini yakından inceleme imkanı buldu.

ADEM ORHUN

GEÇEN yıl ilk kez düzenlenen ve 550 bin ziyaretçi ağırlayan Havacılık Uzak ve Teknoloji Festivali (TEKNOFEST İstanbul), bu yıl yaklaşık 1 milyon ziyaretçiyi sınırsız hayallerde buluşturdu. Türkiye Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile Teknoloji Takımı Vakfı (T3 Vakfı) öncülüğünde yapılan festival, 'Milli teknoloji hamlesi' sloganıyla, kurumlar, şirketler ve halka teknolojiye buluşturdu.

Atatürk Havalimanı'ndaki festival alanında uçaklar büyük ilgi görürken, yaklaşık 20 kategoride Türkiye'nin en büyük ödüllü teknoloji yarışmaları düzenlendi. Onlarca ülkeden yarışmacıların katılımıyla Dünya Drone Kupası, Take Off Uluslararası Girişim Zirvesi, Hack İstanbul 2019, Solo Türk ve Türk Yıldızları'nın nefes kesen gösterileri, dikey rüzgar tüneli, planetarium, havacılık gösterileri, atölye çalışmaları, meslek liselerinin drone ve robotik yarışmaları her yaştan katılımcının, teknoloji heyecanını yaşamasını sağladı.

DEMİRAĞ İLE UÇTULAR

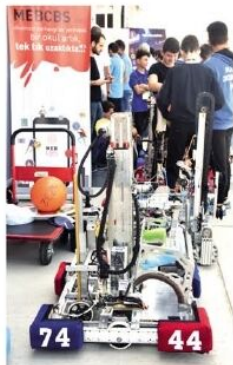
Festivalde, İstanbul Ticaret Odası'nın ortağı olduğu Teknopark İstanbul da yer aldı. Burada Nuri Demirağ'ın uçağının simülasyonu ziyaretçilerden büyük ilgi gördü. Bu eğlenceli uçuş simülasyonu tecrübesi, katılımcılar için, geçen yüzyılın ilk yarısında yerli imkanlarla uçak yapan Türkiye'nin kabiliyetini hatırlatması bakımından da önemli bir mesaj oldu.



KATMA DEĞERLİ ÜRÜNLER

Diğer yandan, SAHA İstanbul da festival alanında ziyaret noktalarından biri oldu. SAHA'nın çatısı altında, yüksek teknoloji ürünlerini sergileyen firmalar, mekanik sistemlerden uydu teknolojilerine katma değerli ürünleriyle dikkat çekti.

Dev etkinlikte onlarca salonda robotik ve drone yarışmaları yapılırken, festivali ziyaret edenlerin önemli bir kısmının ortaokul öğrencileri olması dikkat çekti. Bu durum, teknolojiyle kalkınma yolunda geleceğin beşeri kaynağını oluşturan gençlerin dikkatlerini çekme ve ufkularını açmada olumlu bir gelişme olarak değerlendirildi.



10 İL 37 PLAZADA OFİS ÇÖZÜMLERİ!

PAYLAŞIMLI
OFİS
300TL
HAZIR OFİS
1200TL



**Bir sözleşmeyle
37 plazada ofisiniz olsun!**

Hemen iletişime geç yaz fırsatlarını kaçıрма!

PAYLAŞIMLI OFİS
HAZIR OFİS
TOPLANTI ODASI

eOfis