

yeni ipek yolu

KONYA TİCARET ODASI DERGİSİ

YIL: 32 • SAYI: 381 • KASIM 2019

ŞİRKETLERİN BÜYÜME SÜRECİNDE
**KURUMSAL
İLETİŞİMİN ROLÜ**

KAMU KURUMLARI/İŞLETMELERİN
YENİDEN YAPILANMA BECERİSİ:
REORGANİZASYON

YURT DIŞI FUAR
ORGANİZASYONLARI
Kim Yapar, Nasıl Yapar?

TÜRK İHRAÇ ÜRÜNLERİNİN
KÜRESEL TİCARETTEKİ
POZİSYONUNUN ANALİZİ

**E-İHRACAT VE E-İHRACAT'TA
BAŞARILI ÜLKELERİN
UYGULAMALARI**

SEB-
ARÛS

MEVLANA'NIN
746.
VUSLAT
YILDÖNÜMÜ





**KTO KARATAY
ÜNİVERSİTESİ**



Kendi Planör ve Uçaklarıyla, Kendi Eğitim Pistinde Pilot Yetiştiren Tek Üniversite

Cern ALICE Deneyine İlk ve Tam Üyelik



Modern Kampüs Alanı

Yurtdışı Eğitim İmkanları



8 Farklı Yabancı Dil Öğrenme İmkânı



Geniş Sosyal İmkanlar, Sportif Faaliyetler



En Güncel Bilgi Teknolojileri Diriliş 1251



MESLEKİ EĞİTİMLER

SERTİFİKA PROGRAMLARI

BİLİŞİM EĞİTİMLERİ

SAĞLIK EĞİTİMLERİ

KİŞİSEL GELİŞİM EĞİTİMLERİ

KURSLAR

PROJE VE DANIŞMANLIK

**KARSEM'DE
DAİMA SİZE UYGUN
BİR EĞİTİM VARDIR!**

332 221 72 54 www.karsem.com.tr



**KTO KARATAY
ÜNİVERSİTESİ
KARSEM**
Sürekli Eğitim Merkezi







Özellikle ikinci yarısından itibaren zorlandığımız 2018 yılının ardından girdiğimiz 2019 yılını da geride bırakmamıza sayılı günler kaldı. Artık 2020 yılına hazırlanmaktayız. Piyasadaki durgunluğa ve zorluklara rağmen, ekonomide olumlu sinyaller ile 2020 yılını son bir buçuk yıla göre daha iyi geçireceğimizi düşünüyoruz.

Ekonomide dengelenme yılı kabul ettiğimiz 2019'da, Merkez Bankası'nın politika faizlerini hızlı düşürmesi, enflasyon oranının tek haneye inmesi, dış ticaret açığının kontrol altına alınması ve döviz fiyatlarının stabil hale gelmesi olumlu gelişmeler oldu. Böylelikle 2019'da küçüleceği öngörülen ekonomimiz az bir miktarda da olsa pozitif büyüme gerçekleştirecektir.

Nitekim uluslararası kuruluşlar da 2019 yılına yönelik Türkiye'nin büyüme tahminlerini yukarı yönlü revize etmeye devam etmektedir.

Son olarak OECD, Türkiye ekonomisi için ise 2019 yılına ilişkin bir önceki raporunda yer alan % 0,3'lük küçülme öngörüsünü % 0,3'lük büyümeye revize etti. OECD, Türkiye ekonomisi için 2020 yılı büyüme tahminini de % 1,6'dan % 3'e yükseltti.

Fakat dünya genelinde 2020'de de ekonomik daralmanın devam edeceğine yönelik öngörüler risk oluşturmaktadır. OECD son raporunda, 2020 yılı için tahminini 0,1 puan düşürdü. Kuruluşun 2019 ve 2020 yılları için küresel ekonomik

büyüme tahmini %2,9 düzeyinde bulunuyor. Ticaret savaşı kaynaklı risklerin yatırımları ve küresel ticareti olumsuz etkilemesi ile birlikte tüm dünyada istihdamın azalması ve gelir kaybı görülmektedir.

Dünya ekonomisindeki daralmaya rağmen Türkiye ekonomisinin 2019 ve 2020'de büyüme gerçekleştirecek olması olumlu gözükse de yüzde 0 ila 5 bandındaki bir büyüme Türkiye ekonomisinde reel bir büyümeyi göstermemektedir.

Türkiye ekonomisi yüzde 5'in üzerinde büyüme gösterebilecek bir potansiyele sahiptir. 2020 yılında ekonomimizin yüzde 5 büyüme gerçekleştirmesi için özel sektör olarak gereken gayreti göstereceğiz.

...

Konya Ticaret Odası Teknoloji ve Eğitim Kampüsümüzde (KTO – TEK) Dış Ticaret Merkezi, Mesleki Eğitim Merkezi, Model Fabrika ile KTO Fuar Şubesi ve KTO Karatay Üniversitesi Ticaret ve Sanayi Meslek Yüksekokulu bulunmaktadır. İlerleyen dönemde Enerji Verimliliği Merkezi ve Üniversitemizin AKITEK - Akıllı Teknolojiler Merkezi de kampüsümüzde faaliyetlerine başlayacaktır.

Dış Ticaret Merkezimiz dört uzman personeliyle faaliyetlerine başlamıştır. İhracatçı firmalarımızın doğru hedef pazarlara ve müşterilere ulaşarak, müşteri portföylerini genişletip ihracatlarını

artırmaya yönelik hizmetler sunan merkezimiz Konya Ticaret Odası Teknoloji ve Eğitim Kampüsünde yer almaktadır.

Mesleki Eğitim Merkezimizin eğitim faaliyetlerinin güçlendirilmesine yönelik Odamız ve MEB Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü ile protokol imzalanmıştır. Aynı zamanda İl Milli Eğitim Müdürlüğümüz ile de protokol imzalama aşamasına gelmiş durumdayız. Mesleki Eğitim Merkezimizin atölye ve laboratuvarları için makine ve ekipman alım süreci başlamıştır. Yarıyıl tatilinde (Şubat ayı itibarıyla) eğitim faaliyetlerimize başlamayı planlamaktayız.

Model Fabrika, Odamızın yürütücü olduğu, UNDP (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı) ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın desteklediği bir projedir. Türkiye'de Ankara ve Bursa'da daha önce kurulan Model Fabrikaların üçüncüsü Odamız tarafından Konya'da kurulmaktadır. Model Fabrika, Konya'da imalat yapan sanayi işletmelerinin verimliliğini artırmaya yönelik yalın üretim, endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm metodlarıyla eğitim ve danışmanlık hizmeti verecek olan bir yapıdır. Model Fabrika da Konya Ticaret Odası Teknoloji ve Eğitim Kampüsü alanında yer almakta olup ayrı bir binada hizmet verecektir. Bina yapımına başlanmış olup 2020 Mart ayında tamamlanması planlanmaktadır.

Selçuk ÖZTÜRK

Konya Ticaret Odası Başkanı
Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Başkan Yardımcısı

K

APAK

KONUSU



KONYA OTOMOTİV SANAYİ

30

İÇİNDEKİLER



BAŞKAN ÖZTÜRK MECLİSTE KTO-TEK ÇALIŞMALARINI ANLATTI

HABERLER

- 8 MESLEK KOMİTELERİ BAŞKANLARI İLE İSTİŞARE TOPLANTISI
- 9 KTO'DA "AİLE ŞİRKETLERİNDE KURUMSALLAŞMA VE LİDERLİK: ATEŞTEN GÖMLEK" BİLGİLENDİRME SEMİNERİ
- 10 KTO'DA TÜRKİYE'DEKİ EKONOMİK GELİŞMELER VE GÖRÜNÜM KONFERANSI
- 11 TİCARET BAKANI PEKCAN AHİLİK FUARI'NA KATILDI
- 12 HABER TURU
- 15 TEKNOLOJİ GELİŞTİRME BÖLGELERİ VE AR-GE MERKEZLERİ ÖDÜL TÖRENİ DÜZENLENDİ
- 16 ÖZTÜRK PAKİSTAN'DA YATIRIM KONFERANSINA KATILDI
- 18 KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ, LÖSEMİLİ ÇOCUKLARI UNUTMADI
- 20 MESLEK KOMİTESİ BAŞKANLARI İLE YAPILAN İSTİŞARE TOPLANTISI SONUÇ RAPORU

İMTİYAZ SAHİBİ

Konya Ticaret Odası Adına Yönetim Kurulu Başkanı
Selçuk ÖZTÜRK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Özhan SAY

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Mustafa AKGÖL

GÖRSEL SANAT YÖNETMENİ

M.Fatih ÖZSOY

GRAFİK-TASARIM

ÇİZGİ MEDYA

Mehmet ÇAKIR

www.cizgimedya.net • cizgimedyakonya@gmail.com

Tel: 0507 443 81 07

BASKI-CİLT

Anadolu Ofset – İbrahim GÜVENÇ
Matbaacılar Sitesi Muhabir Caddesi

6. Blok No: 13 • Karatay/KONYA

Telefon: 0332 342 01 60 (pbx) • 0332 342 03 76

www.anadolumatbaa42.com

anadolumatbaa42@hotmail.com

Sertifika No: 34796

DAĞITIM

KONYA PTT BAŞMÜDÜRLÜĞÜ

Vatan Cad. No: 3 • Selçuklu/KONYA

Tel: 0332 238 4960 • Faks: 0332 236 17 75

E-mail: konya-pazarlama@ptt.gov.tr

YAYIN TÜRÜ

Yerel, Süreli, Aylık

Ayda bir yayınlanır.

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek sureti ile kullanılabilir. Dergimizde yayınlanan yazılardaki görüşler yazarlarına aittir. Dergimizde yayınlanmak üzere gönderilen yazılar, yayınlansın veya yayınlanmasın iade edilmez.

Basım Tarihi: Aralık/2019

YAYIN KURULU

Abdullah ACIBADEM

Arif AYYILDIZ

Mustafa KARAMERCAN

Salih ÖZKAN

Teoman YILMAZ

İLETİŞİM ADRESİ

KONYA TİCARET ODASI

Vatan Caddesi No.1 Selçuklu-KONYA

www.kto.org.tr

Tel: 0332 221 52 52 • Faks: 0332 353 05 46

BASIN VE HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜ

Tel: 0332 221 52 94-221 52 67

BİLİM KURULU

Prof. Dr. Bayram SADE

Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN

Prof. Dr. Kerim ÇINAR

Prof. Dr. Haşim KARPUZ

Prof. Dr. Önder KUTLU

Prof. Dr. Abdülkadir BULUŞ

Prof. Dr. Caner ARABACI

Dr. Hasan ÖZÖNDER

Dr. Öğr. Üyesi Aziz AYVA



26

**TÜRK İHRAÇ ÜRÜNLERİNİN
KÜRESEL TİCARETEKİ
POZİSYONUNUN ANALİZİ**



38

**YURT DIŞI FUAR
ORGANİZASYONLARI
KİM YAPAR, NASIL YAPAR?**



46

**GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE
KONYA TİCARET ODASI
HİZMET BİNALARI**



34

**KAMU KURUMLARI/
İŞLETMELERİN YENİDEN
YAPILANMA BECERİSİ:
REORGANİZASYON**



42

**ŞİRKETLERİN BÜYÜME
SÜRECİNDE
KURUMSAL
İLETİŞİMİN ROLÜ**



52

**XX. YÜZYIL BAŞLARINDA
HZ. MEVLANA İÇİN
SÖYLENMİŞ ŞİİRLER**



BAŞKAN ÖZTÜRK MECLİSTE KTO-TEK ÇALIŞMALARINI ANLATTI

Konya Ticaret Odası'nın Kasım ayı Meclis toplantısı gerçekleştirildi. KTO Başkanı Selçuk Öztürk gündemdeki konuları ve Oda faaliyetlerini değerlendirdi. Meclis toplantısına konuk olan Uluslararası İmam Hatip Mezunları Birliği Başkanı Muhammed Hassan Kabir derneğin faaliyetleri hakkında bilgi verdi.

Meclis konuşmasında ekonomiyi değerlendiren Başkan Öztürk şu ifadelerle yer verdi: "Özellikle ikinci yarısından itibaren zorlandığımız 2018 yılının ardından girdiğimiz 2019 yılını da geride bırakmamıza bir ay kaldı. Artık 2020 yılına hazırlanmaktayız. Piyasadaki durgunluğa ve zorluklara rağmen, ekonomide olumlu sinyaller ile 2020 yılını son bir buçuk yıla göre daha iyi geçireceğimizi düşünüyoruz. Ekonomide dengeleme yılı kabul ettiğimiz 2019'da, Merkez Bankası'nın politika faizlerini hızlı düşürmesi, enflasyon oranının tek haneye inmesi, dış ticaret açığının kontrol altına alınması ve döviz fiyatlarının stabil



hale gelmesi olumlu gelişmeler oldu. Böylelikle 2019'da küçüleceği öngörülen ekonomimiz az bir miktarda da olsa pozitif büyüme gerçekleştirecektir. Nitekim uluslararası kuruluşlar da 2019 yılına yönelik Türkiye'nin büyüme tahminlerini yukarı yönlü revize etmeye devam etmektedir. Son olarak OECD, Türkiye ekonomisi için ise 2019 yılına ilişkin bir önceki raporunda yer alan % 0,3'lük küçülme öngörüsünü % 0,3'lük

büyümeye revize etti. OECD, Türkiye ekonomisi için 2020 yılı büyüme tahmini de % 1,6'dan % 3'e yükseltti. Fakat dünya genelinde 2020'de de ekonomik daralmanın devam edeceğine yönelik öngörüler risk oluşturmaktadır. OECD son raporunda, 2020 yılı için tahmini 0,1 puan düşürdü. Kuruluşun 2019 ve 2020 yılları için küresel ekonomik büyüme tahmini %2,9 düzeyinde bulunuyor. Ticaret savaşı kaynaklı risklerin yatırımları ve küresel ticareti olumsuz etkilemesi ile birlikte tüm dünyada istihdamın azalması ve gelir kaybı görülmektedir. Dünyanın birçok bölgesinde işsizlik, vergi düzenlemeleri, yolsuzluk, kamu hizmetlerinin yetersizliği gibi sebeplerle halk sokaklara çıkmaya başladı. Dünya ekonomisindeki daralmaya rağmen Türkiye ekonomisinin 2019 ve 2020'de büyüme gerçekleştirecek olması olumlu gözükse de yüzde 0 ila 5 bandındaki bir büyüme Türkiye ekonomisinde reel bir büyümeyi göstermemektedir" dedi.



Konya Ticaret Odası Teknoloji ve Eğitim Kampüsü (KTO – TEK) faaliyetleri hakkında bilgi veren Öztürk, “KTO – TEK bünyesinde şuan için Dış Ticaret Merkezi, Mesleki Eğitim Merkezi, Model Fabrika ile KTO Fuar Şubesi ve KTO Karatay Üniversitesi Ticaret ve Sanayi Meslek Yüksekokulu bulunmaktadır. İlerleyen dönemde Enerji Verimliliği Merkezi ve Üniversitemizin AKITEK - Akıllı Teknolojiler Merkezi de kampüsümüzde faaliyetlerine başlayacaktır. Dış Ticaret Merkezimiz 4 uzman personeliyle faaliyetlerine başlamıştır. İhracatçı firmalarımızın doğru hedef pazarlara ve müşterilere ulaşarak, müşteri portföylerini genişletip ihracatlarını artırmaya yönelik hizmetler sunan merkezimiz Konya Ticaret Odası Teknoloji ve Eğitim Kampüsünde yer almaktadır. Mesleki Eğitim Merkezimizin eğitim faaliyetlerinin güçlendirilmesine yönelik Odamız ve MEB Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü ile protokol imzalanmıştır. Aynı zamanda İl Millî Eğitim Müdürlüğümüz ile de protokol imzalama aşamasına gelmiş durumdayız. Mesleki Eğitim Merkezimizin atölye ve laboratuvarları için makine ve ekipman alım süreci başlamıştır. Yarıyıl tatilinde (Şubat ayı itibarıyla) eğitim faaliyetlerimize başlamayı planlamaktayız. Model Fabrika, Odamızın yürütücüsü olduğu, UNDP (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı) ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nın desteklediği bir projedir. Türkiye’de Ankara ve Bursa’da daha önce kurulan Model Fabrikaların üçüncüsü Odamız tarafından Konya’da kurulmaktadır. Model Fabri-

ka, Konya’da imalat yapan sanayi işletmelerinin verimliliğini artırmaya yönelik yalın üretim, endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm metotlarıyla eğitim ve danışmanlık hizmeti verecek olan bir yapıdır. Model Fabrika da Konya Ticaret Odası Teknoloji ve Eğitim Kampüsü alanında yer almakta olup ayrı bir binada hizmet verecektir. Bina yapımına başlanmış olup 2020 Mart ayında tamamlanması planlanmaktadır. Konya Ticaret Odası Teknoloji ve Eğitim Kampüsümüzde KTO Fuar Şubemiz 1 Kasım itibarıyla faaliyetlerine başlamıştır, Ticaret ve Sanayi Meslek Yüksekokulu da akademik yıl başlangıcı ile birlikte faaliyetlerine devam etmektedir” dedi. Dünyanın dört bir yanından eğitim için Türkiye’ye gelen ve başta Konya olmak üzere birçok şehrimizde eğitim gören

Uluslararası İmam Hatip Liseleri mezunları Meclis toplantısına katıldı. Uluslararası İmam Hatip Mezunları Birliği Başkanı Muhammed Hassan Kabir’in Meclis üyelerini selamladığı toplantıda Başkan Yardımcısı Müslümanların birliğini ve kardeşliğini sağlamak amacıyla böyle bir oluşuma imza attıklarını dile getirdiği konuşmasında, “Uluslararası İmam Hatip Mezunları Birliği’imizi resmi olarak 9 Kasım 2018’de kurduk. Türkiye’nin farklı şehirlerinde Uluslararası İmam Hatip Liseleri’nde okuyan ve mezun olan kardeşlerimize ev sahipliği yapmak amacıyla bu yola çıktık. Gayemiz ümmetin birliği, Müslümanların kardeşliği, İslam toplumlarının birliği, kardeşliği, iktisadi ve sosyal gelişmelerine katkı sağlamaktır” ifadelerini kullandı.





MESLEK KOMİTELERİ BAŞKANLARI İLE İSTİŞARE TOPLANTISI

Meslek Komiteleri Başkanları ile İstişare toplantısı Konya Ticaret Odası'nda gerçekleştirildi. Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk, Yönetim Kurulu Üyeleri Ahmet Keresteci ve Mehmet Çakır ile 70 komitenin başkan ve başkan yardımcılarının katılımıyla düzenlenen toplantıda komitelerin talep ve önerileri değerlendirildi.

Toplantının açılışında konuşan Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk, "Bu çatı altında görev yaparken Konya Ticaret Odası'nın 20 bin üyesinin sorumluluğunu üzerimize aldığımız bilinci ile birbirimizle kardeşlik hukuku ile bağlı olarak birlik ve beraberlik içinde üyelerimiz için çalışmaya devam edeceğiz. Bir yandan üyelerimizin ticaret hayatında yaşadığı sıkıntıları gidermeye yönelik, bir yandan da şehrimiz ekonomisine katkı sağlayacak projelerimizi yürütmeye kararlılıkla, inançla devam etmekteyiz. Daha önceki toplantılarımızda da ifade ettiğimiz gibi Türkiye'de ilk defa olarak Odamıza özgü oluşturduğumuz bir sistemle; kendi ekonomisine sahip, kendi teknolojisini ve fikrini üreten, kendi beşeri gücünü oluşturan bir kurum olma hedefinde aldığımız büyük mesafeyi daha da ileri götürmeye kararlıyız. Konya Ticaret Odası çatısı altında kurulan Üniversitemiz, Vakfımız, Fuar Merkezimiz ile kısa vadede hayata geçecek olan Mesleki Eğitim Merkezi, Dış Ticaret Merkezi ve Dijital Dönüşüm Merkezimiz ile Odamızı dünya çapında



marka oda haline getireceğiz" dedi. Ekonomideki gelişmeleri değerlendiren Öztürk, "Uzak Doğu ve Orta Doğu kaynaklı jeopolitik riskler ve çeşitli bölgelerde yaşanan siyasi krizler, gelişmiş ülkelerin dış ticarete artan korumacılık eğilimi küresel ekonomiyi zorlamaya ve Türkiye'nin de içinde bulunduğu gelişen ekonomiler üzerinde tehdit oluşturmaya

devam etmektedir. Her türlü olumsuzluğa rağmen Türkiye ekonomisi, makroekonomik göstergeleri ile dünya ekonomileri içinde ayrılsa da reel sektör olarak artan risklerimizle birlikte 2018'in ikinci yarısından itibaren birçok sektörümüzü olumsuz etkileyen zorlu bir süreç yaşadık. Kabul etmeliyiz ki kısa vadede kolay bir dönemden geçmeyeceğiz. Potansiyel büyüme hızımız olan yüzde 5 seviyesine ancak 2021'de ulaşacağımız öngörülmektedir. Bu süreçte tüm Komitelerimizde üyelerimizle daha fazla irtibatlı olmalı sorunlarını talep ve önerilerini daha hızlı değerlendirmeliyiz" dedi. Açılış konuşmasının ardından toplantıya katılan 70 meslek komitesinin başkan ve başkan yardımcılarını komiteleri ve komitelerine bağlı üyelerinin talep ve önerilerini dile getirdi.





KTO'DA “AİLE ŞİRKETLERİNDE KURUMSALLAŞMA VE LİDERLİK: ATEŞTEN GÖMLEK” BİLGİLENDİRME SEMİNERİ

“Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma ve Liderlik: Ateşten Gömlek” Bilgilendirme Semineri KTO’da yapıldı. Konya iş dünyasını bilgilendirmek amacıyla Konya Ticaret Odası’nda gerçekleştirilen seminer Dr. İlhami Fındıkcı tarafından verildi.

Seminerin açılışında konuşan Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Sayman Üyesi Fahrettin Doğru, ülkemizde de dünyada kurumsallaşamamış şirketlerin varlığını sürdüremediklerini, ikinci ve üçüncü kuşağı görmekte zorlandıklarını bu nedenle aile şirketlerinde kurumsallaşmayı çok önemstediklerini söyledi.

Konya’daki işletmelerin tamamına yakınının KOBİ ve bu KOBİ’lerin de hemen hemen hepsinin aile işletmesi niteliğinde olduğunu, ilimizde faaliyet gösteren işletmelerin için kurumsallaşmanın ne kadar önemli olduğunu farkında olduklarını belirten Doğru şunları söyledi: “Konya Ticaret Odası olarak bu amaçla pek çok panel, konferans ve seminer düzenledik, yayınlar hazırladık ve üyelerimizle paylaştık. Aile şirketlerimizin üçüncü dördüncü kuşağa nasıl aktarabileceklerine yönelik sistemi tanıtmaya ve bu sistemin kurulmasına yönelik çalışmalarını anlatmaya gayret ettik. Kurumsallaşma neden çok önemli? Araştırmalara bakıldığında bunun cevabını görebiliyoruz. Yapılan araştırmalarda Türkiye’de özellikle aile şirketlerinin ikinci kuşakta çözülüp dağılmaya başladığını ve bu şirketlerin sadece yüzde yirmisinin üçüncü kuşağa geçebildiğini görüyoruz. Dünya ve Türkiye ekonomisinin lokomotifini olan şirketler aile şirketleridir. Artık hızla değişen dünya-



da ülkemizin gelişmesi kalkınması için; çağın gerekliliklerine çabuk adapte olabilen, markalaşmış, kaliteli ve yüksek teknoloji ürünler üreten, üçüncü, dördüncü kuşaklara kadar gelmiş şirketlere daha çok ihtiyacımız olacak.”

Doğru, şirketlerin kurumsal yapılanması ile ailenin kurumsal yapılanmasının bazen karıştırıldığını belirterek, “Bu ikisinin keşiştiği noktayı iyi belirlememiz gerekiyor” şeklinde konuştu.

Daha sonra kürsüye gelen Dr. İlhami Fındıkcı “Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma ve Liderlik” konulu sunumunu yaptı. Aile şirketlerinin temel özellikleri, kurumsallaşması, yönetimi, ailelerin yazılı olmayan anayasaları, aile şirketi anayasasının hazırlık safhaları, aile şirketi anayasasında temel ilkeler ile ortaklık yapısı, anayasaların şirketlere göre değişikliklerini anlatan Dr. İlhami Fındıkcı örnek olaylarla ilgili de bilgi verdi. Uzmanlık alanı aile şirketlerinin kurumsallaşması olan Dr. İlhami Fındıkcı aile şirketlerinin mevcut şirketlerin %95’ini oluşturduğunu, fakat ikinci



kuşağa sadece %20’sinin geçebildiğini, geri kalanının niye devam ettirmediğine bakıldığında ekonomik sebepler, yatırım problemleri, fiziki ve maddi sebeplerin olabileceğini söyledi. Aslına bakıldığında geçimsizliğin büyük rol oynadığının tespit edilmiş olduğunu belirten Fındıkcı bu sorunun önlenmesi için de aile şirketinin kendi uzmanlık alanına ve bu şirketin sürdürülebilirliği hususuna zaman ayrılması gerektiğini söyledi. Bozulmanın esasen şirketin değil varlığın insanı bozması olduğunu belirterek bunların önlenmesi için de kurumsallaşma, kültür, inanç, kanun yapma ve uygulama, kişilere bağlı olmayan sistem ve yönetim şekli olarak sıraladı. Bozulmanın başlıca belirtisinin “ahlak” kavramının olduğunu anlatan Fındıkcı, “Aile şirketini sağlam tutmak için ne yapmalıyız, diye soracak olursanız birinci sırada saygıyı söyleyebiliriz. Aile şirketini tamamlayıp, bütünleyen maddeyle temsil eden değerleridir. Aile şirketinin ruhu, ahlaki ve geleneği-göreneğidir” dedi.

KTO'DA TÜRKİYE'DEKİ EKONOMİK GELİŞMELER VE GÖRÜNÜM KONFERANSI

Konya Ticaret Odası'nda "Türkiye'deki Ekonomik Gelişmeler Ve Görünüm Konferansı" düzenlendi. Konya Ticaret Odası ve Dünya Bankası Grubu Türkiye Ofisi işbirliği ile Türkiye ekonomisi ile ilgili görüş alışverişinde bulunmak üzere düzenlenen konferansa özel sektör temsilcileri katıldı.

Konferansın açış konuşmasını Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Hasan Hüseyin Karapınar yaptı. Karapınar; "Dünya Bankası Grubu'nun tüm dünyada yoksulluğu azaltma, ortak refahı artırma ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etme gibi faaliyetlerini takdirle karşılamaktayız. Türkiye'de de özellikle iş dünyamızda iş birliği içinde çalışan ve tüm şehirlerimizin ekonomilerini ve yatırımlarını takip ederek önerge geliştiren Dünya Bankası Grubu Türkiye Ofisiyle birlikte Konya ile iş birliğimizi arttıracığımız bu programın olumlu sonuçlanacağına inanıyorum" dedi. Türkiye Ekonomisi ve Konya'nın ülke ekonomisindeki yeri ve potansiyeline değinen Karapınar Dünyadaki yoksullukla mücadele, dünya insanlığının huzur ve refah içinde yaşaması, bölgesel kalkınma ve küresel ekonominin geleceği için tüm ülkelerin daha sağlıklı düşünceleri ve daha gerçekçi politikalar üretmeleri gerekmektedir" şeklinde konuştu. Daha sonra Dünya Bankası Grubu'nun ekonomik gelişmeler ve beklentilerle ilgili sunumunu yapmak üzere kürsüye gelen Dünya Bankası Grubu, Program Lideri Habib RAB aşırı yoksulluğun düşürülmesi gerektiğini söyledi. RAB konuşmalarını şöyle sürdürdü; "1944 yılında kurulan Dünya Bankası Grubu'nun merkezi Washington, D.C.'dedir. Dünya genelindeki 120'den fazla ofisimizde 10.000'den fazla çalışmamız bulunmaktadır. Hedeflerimiz, Aşırı yoksulluğun sona erdirilmesi, aşırı yoksulluk içerisinde yaşayan dünya nüfusunun oranının 2030 yılına kadar yüzde 3'e düşürülmesi ve paylaşılan refahın artırılması, her ülkede nüfusun en alt yüzde 40'lık dilimindeki kesimin gelirinin artırılmasıdır" dedi.

Ekonomik izleme ve analiz tüm ülkelerde Dünya Bankası çalışmalarının temel fonksiyonlarını oluşturduğunu anlatan Dünya Bankası Grubu, Program Lideri



Habib RAB Türkiye ile ilgili ekonomik görünüm ve politika önerileri ile ilgili şunları söyledi; "Aralık 2018' de yapılan politika önerileri şöyle; Fiyat ve döviz kuru istikrarının yeniden tesisi için sıkı para politikası, Borçlanmadaki azalma eğilimini desteklemek, finansal risk izleme ve yönetim sistemini geliştirmek için tamamlayıcı finansal sektör önlemleri, borç yükünün kontrollü bir şekilde hafifletilmesi için sağlıklı borç yeniden yapılandırma çerçevesi, talebin yeniden tesis edilmesine ve arz tarafı düzeltmelerinin absorbe edilmesine yardımcı olacak spesifik hedefli mali teşvik önlemleri, ekonomi politikaları paketinin, tüm detaylar ve güncellemeler dahil olmak üzere açık

bir şekilde duyurulması gerekir. Ekonomik görünüm, 2019'da GSYH 'da değişiklik yok; ortada vadede hafif bir toparlanma görünüyor ve riskler aşağı yönlü bir eğilim izliyor. Orta vadede büyümenin ana sürükleyici etkeninin tüketim kaynaklı olması, dış talebin ve yatırımlardaki kademeli hızlanmanın katkısının nispeten düşük olması öngörülmüyor. Enflasyonun orta vadede tek haneli rakamların üzerinde kalması bekleniyor. Sonuç olarak Türkiye kısa vadeli istikrarı sağladı. Devam eden kırılganlıklar: banka ve şirket bilançoları, dış piyasa baskıları Toparlanmanın hızı ve sürdürülebilirliği büyük ölçüde ekonomik belirsizliklerin azaltulmasına bağlı olacak. Politika önerileri ise şöyledir; Dış tamponların yeniden oluşturulması, banka ve şirketlerin borçlanmalarını azaltması ve etkin mali politika kullanımıdır. Özetlemek gerekirse güçlü bir yakınsama mevcut, ancak büyümenin mevcut sürükleyici etkenleri sürdürülebilir değildir, sektörler arasında ve sektörlerin kendi içinde kaynakların yanlış tahsisidir. Öne çıkan birkaç parlak örnek dışında, güçlü verimlilik artışı potansiyeli olan sektörler durağanlaşıyor. Ekonomik entegrasyon ve kamu hibe desteği yenilikçiliği ve verimliliği hızlandırırken, insan sermayesi kazanımları şirketlerin bunları absorbe etme kapasitelerini arttırdı. Ancak reformlar bu olumlu etkileri hızlandırabilir, daha eğitilmiş ve vasıflı işçilere olan talebi arttırabilir. Rekabetin önündeki kısıtlar ve düzenleyici yükler, sektörler arasındaki ve sektörlerin kendi içindeki dağılım verimsizlikleri daha da arttırıyor diyebiliriz"



TİCARET BAKANI RUHSAR PEKCAN AHİLİK FUARI'NA KATILDI

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Selçuklu Kongre Merkezi'nde düzenlenen Uluslararası Ahilik Fuarı ve İş Ahlakı Zirvesi'ne katıldı. Burada açılan stantları gezen Pekcan, fuarda sergilenen ürünleri inceledi, esnafla sohbet etti. Pekcan, daha sonra bir otelde düzenlenen Konya Esnaf Buluşması'nda yaptığı konuşmasında, Ahilik kültürünün dürüst, güvenilir ve insan hukukuna uymayı şart koşan bir kültür olduğuna değinen Pekcan, bu kültürün temsilcilerinin de ahilik kültürünü yaşatan günümüz esnafı olduğunu aktardı.

Pekcan, küresel ekonominin içinden geçtiği bu dönemde ahilik kültürünün yaygınlaşarak devam etmesinin önemine dikkati çekerek, "Ahilik kültürü, hilesiz iş, sağlam mal ve ölçülü kazançtır. Ahi, dükkanını para kazanmak için değil rızkını kazanmak için açar ve kazandığı malı da ihtiyacı olanlarla paylaşır." diye konuştu.

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, "Akıllı İhracat Platformu" projesiyle ilgili de bilgi vererek, şunları kaydetti:

"Bu biraz uzun bir yazılım. Programın bir kısmını 2020 yılının ilk altı ayında, bir kısmını da yıl sonunda devreye alacağız. Artık ihracatçı olmak isteyen her



bir firmamıza dijital bir kimlik vereceğiz. Bardak üreten bir üreticiyle ilgili size sistem üzerinden bütün bilgileri vereceğiz. Bardağı dünyada kimler üretiyor, kimler ithal ediyor, en çok ithalatı yapan ülkeler hangileri, buradaki rakipler kimler, o ülkedeki vergiler neler, pazar koşulları ve nakliyeye kadar birçok bütün sorulara bu sistemde 7/24 cevap veriyor olacak. Ofise gittiğinizde önce bu siteyi açacaksınız. İnşallah en kısa zamanda bunu tamamlamak üzere gayret ediyoruz."

Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk de Konya Esnaf Buluşması'nda yaptığı konuşmada "Devletimiz ve milletimizin bekası için; geleneklerimize bağlı kalmak, bizi biz yapan kültürümüze sahip çıkarak gelecek nesillere aktarmak çok büyük önem taşımaktadır. Bu

açıdan Ahilik Kültürünü yaşatan ve nice yüzyıllar yaşatılması için katkı sağlayan, buna vesile olan herkese şükranlarımı sunuyorum, Allah razı olsun diyorum. Çalışan, üreten inancılı esnaf, sanatkâr ve tüccarımız aynı zamanda bu ülkenin teminatıdır. Konyalı müteşebbisin gerektiğinde devleti ve milleti için üstlendiği sorumluluk takdire şayandır. Ahilik kültürü ve inancıyla yetişen, şehrimiz ve ülkemiz için her zaman yüreğini ortaya koyarak çalışan tüm üyelerimize bir kez daha teşekkür ediyorum. Allah hepsinden razı olsun. 2013 yılından itibaren ülke ekonomimiz üzerinde oynanan oyunları boşa çıkartmak için Konya özel sektörü olarak fedakârca çalıştık. 2018 yılının yaz aylarından itibaren yüksek faizi yüksek kur, yüksek enflasyon ortamında zorlu bir süreç yaşanmasına rağmen Konyalı müteşebbisler inanca ve azimle çalışmaktan ödün vermedi. Bugün; Türkiye ekonomisinin ortalamasının üzerinde ürettiğimiz katma değerle, ihracatımızla, istihdama katkımız ile ülke ekonomimizi sırtlamaya devam ediyoruz" dedi.

Programın ardından Selçuklu Kongre Merkezi'nde düzenlenen Uluslararası Ahilik Fuarı ve İş Ahlakı Zirvesi'ni ziyaret eden Başkan Öztürk stantları gezerek firmaların yetkilileri ile sohbet etti.





ÖZTÜRK DANIŞMANLARLA BİR ARAYA GELDİ

Konya Ticaret Odası Teknoloji ve Eğitim Kampüsümü (KTO – TEK) bünyesinde faaliyete geçecek olan Model Fabrikasının kuruluşu için çalışmalar devam ediyor. Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk, Yönetim Kurulu Sayman

Üyesi Fahrettin Doğru ve KTO – TEK Genel Müdürü Feyzullah Altay'ın katılımı ile düzenlenen tanışma toplantısında Model Fabrikada görev alacak danışmanlar ile planlanan faaliyetler istişare edildi.



İHRACAT GENEL MÜDÜRÜ ZİYARETİ

Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Özgür Volkan Ağar'ı ziyaret etti. Ziyarete ihracatçıların uluslararası ticarete yaşadıkları sorunlar ve talepleri konusunda görüş alışverişinde bulunuldu.



KONYA GÜMRÜK MÜDÜRÜ ZİYARETİ

Konya Ticaret Odası yönetimi İl Gümrük Müdürümüz Muharrem Canik'e hayırlı olsun ziyareti gerçek-

leştirdi. Ziyarete Konya'nın dış ticareti konusunda da görüş alışverişinde bulunuldu.





KTO HEYETİ ABD'DE AAPEX FUARI'NA KATILDI

Konya Ticaret Odası düzenlediği organizasyonla ABD Las Vegas'ta düzenlenen AAPEX Otomotiv Yan Sanayi Fuarı'na 16 kişilik heyetle katıldı. Organizasyon kapsamında heyet New York ve Şikago'da iş görüşmeleri gerçekleştirdiler.



ÖZTÜRK ARC SİM'İ ZİYARET ETTİ

Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk berberinde Yönetim Kurulu Üyesi Murat Çankırlı ve KTO Karatay Üniversitesi Mütevelli Heyeti Üyesi Lütfi Can Başaran'la ARC Simülator Firmasını ziyaret etti. Öztürk,

“Odamız üyesi Arc Sim firması sahibi Mevlüt Alyaz'ı ziyaret ederek Üniversitemiz Pilotaj Bölümü'nde kullanmayı planladığımız simülator cihazlarını inceledik. Yerli üretim F1 simülator cihazlarını dünyaya ihraç eden firmamızın başarısı ile gurur duyduk” dedi.



SİNGAPUR BÜYÜKELÇİLİK MÜSTEŞARI ZİYARETİ

Singapur'un Ankara Büyükelçiliği Müsteşarı Jacob Anthony Chew Konya Ticaret Odası'nı ziyaret etti. Başkan Öztürk ile bir araya gelen Chew'e Konya ekonomisi, sektörler ve firmalar hakkında bilgi verildiği görüşmede Konya ve Singapur arasında işbirliğinin artırılması konuları konuşuldu.



ROMANYA PİTESTİ BELEDİYE BAŞKANI ZİYARETİ

Romanya'nın Pitești Belediyesi Başkanı beraberindeki işadamları heyetiyle Konya Ticaret Odası'nı ziyaret etti. Başkan Öztürk heyet aracılığıyla Pitestili iş adamlarını Konya ile ticarete davet etti.

BAŞKAN ÖZTÜRK NEÜ'DE ÖĞRENCİLERLE BİR ARAYA GELDİ



Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Uluslararası Genç Ticaretçiler Öğrenci Topluluğu tarafından düzenlenen "Ticaret ve Dönüşüm" konulu konferansta üniversite öğrencileriyle bir araya geldi. Öztürk, Uygulamalı Bilimler Fakültesi'nde düzenlenen konferansta öğrencilere e-ticaret ve e-ihracat konularında girişimciliğe yönelmeleri konusunda tavsiyelerde bulundu.

"1071 MALAZGİRT: BİZANS'IN KIYAMETİ" KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ PLATOSU'NDA ÇEKİLİYOR



Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk beraberindeki KTO Karatay Üniversitesi Mtevelli Heyeti Üyesi Lütfi Can Başaran'la KTO Karatay Üniversitesi platosunda çekilmekte olan "1071 Malazgirt: Bizans'ın Kıyameti" film setini ziyaret etti. KTO Karatay Üniversitesi'nin Direniş Karatay filmi için inşa ettiği ve sonrasında çeşitli ulusal yapımlara ev sahipliği yapan platoda film yapımcısı Bilal Kalyoncu ile görüşen Öztürk film ekibine başarıyla diledi. Kalyoncu, Konya'da çekilen Malazgirt 1071 - Bizans'ın Kıyameti filminin 2020'de sinemalarda gösterime gireceğini söyledi.





TEKNOLOJİ GELİŞTİRME BÖLGELERİ VE AR-GE MERKEZLERİ ÖDÜL TÖRENİ DÜZENLENDİ

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Selçuk Öztürk, ATO Congressium'da gerçekleştirilen 7. Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ve Ar-Ge Merkezleri Ödül Töreni'ne katıldı.

Törende Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank bir konuşma yaptı. Varank konuşmasında, KOBİ'lerin finansmana daha kolay erişimi için KOSGEB'in bankalarla yaptığı protokolde

firmalar lehine değişikliğe gittiklerini belirterek, "KOSGEB, bankalarla yaptığı yeni anlaşmayla Finansman Destek Programı'nda faiz oranlarını aşağı yönlü revize ederek 175 baz puanlık bir indirim yaptı." dedi.

Bakan Varank, küresel rekabette ayakta kalabilmek için teknolojinin tüketicisi değil, üreticisi olunması gerektiğini söyledi.

Teknolojiyi üretmek için iyi işleyen bir

Ar-Ge ve yenilik ekosisteminin gerekliliğine dikkati çeken Varank, "17 sene boyunca, bilime ve teknolojiye yaptığımız altyapı yatırımları sayesinde güçlü bir ekosistem inşa ettik. 200'ü aşkın üniversite, bin 500'ün üzerinde Ar-Ge ve Tasarım Merkezi, 84 Teknoloji Geliştirme Bölgesi ve 112 bin araştırmacı bu ekosistemin temel aktörleri. Bu aktörler aynı zamanda, milli teknoloji hamlemizin de vazgeçilmez paydaşları." diye konuştu.





ÖZTÜRK PAKİSTAN'DA YATIRIM KONFERANSINA KATILDI

İslam Ticaret Sanayi ve Tarım Odası'nın Pakistan Ticaret ve Sanayi Odaları Federasyonu ile işbirliğinde Karacî'de düzenlediği Yatırım Konferansı'na TOBB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Selçuk Öztürk katılarak bir konuşma gerçekleştirdi. Konferansa Türkiye'den Oda ve Borsa Başkanları ile iş insanlarında oluşan bir heyet katıldı.

Belucistan Başbakanı Jam Kamal Khan

Konferansta onur konuğu olarak yer aldı ve katılımcılara bölgedeki yatırım imkânları hakkında bilgi verdi.

TOBB Başkan Yardımcısı Selçuk Öztürk, Pakistan Ticaret ve Sanayi Odaları Federasyonu (FPCCI) ev sahipliğinde Karacî'de EİT TSO 27. Yürütme Kurulu Toplantısı'na katıldı. Yürütme Kurulu Toplantısı'na onur konuğu olarak Sindh Valisi Imran Ismail katılarak bir konuşma gerçekleştirdi.



TÜRKİYE-KIRGIZİSTAN 9. KEK TOPLANTISI

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve KTO Başkanı Selçuk Öztürk, Cumhurbaşkanı Yardımcısı Fuat Oktay ile Kirgizistan Başbakanı Birinci Yardımcısı Kubatbek Boronov başkanlığında gerçekleştirilen Türkiye-Kirgizistan 9. Karma Ekonomik Komisyon Toplantısı'na katıldı.





PÜİS TOPLANTISI KTO'DA YAPILDI

PÜİS, Konya Ticaret Odası Konferans Salonu'nda değerlendirme toplantısı yaptı. Toplantı PÜİS Konya Şube Başkanı Ahmet Çöğenin konuşmasıyla başladı, Genç PÜİS Konya Şube Başkanı Mehmet Özkafa'nın değerlendirmeleriyle devam etti. Daha sonra PÜİS Genel Başkan Yardımcısı Erol Sözen ve Konya Büyükşehir Belediyesi Genel Sekreteri Ercan Uslu, katılımcılara selamlama konuşması yaptı. Daha sonra kürsüye gelen PÜİS Genel Başkanı İmran Okumuş, PÜİS'in bayilerin sorunlarının çözümü için yaptığı çalışmaları ve bayiler lehine elde edilen kazanımlarını anlattı.

PÜİS'in akaryakıt sektörünün çatı kuruluşu ve tek temsilcisi olduğunu dile getiren PÜİS Genel Başkanı İmran Okumuş, "2017 yılının Kasım ayında sektörümüzde çözüm bekleyen 25 sorunu ve çözüm önerilerini hazırladık. Bunları dosyalayarak tüm bakanlıklarla paylaştık. 2018 yılında bu sayı 20'ye düştü. Bugün 2019 yılı Kasım ayına geldiğimizde ise 25 tane sorunun 21 tanesinin çözüme kavuştuğunu görüyoruz. Bu ciddi bir başarıdır" şeklinde konuştu. 3 tane temel değerlerinin olduğuna dikkat çeken Başkan İmran Okumuş, bu değerlerin aynı zamanda Türkiye'nin kalkınmasında yol haritası olduğunu belirterek

konuşmasını şöyle sürdürdü: "Adalet, şeffaflık ve mali disiplin bizler için çok önemlidir. Bu üç tane değer, ülkemizin kalkınmasında yol haritası olduğunu ve bunları uygularsak artık ülkemizin önünde hiçbir dünya ülkesinin de duramayacağını biliyoruz. Ancak bu üç değeri birleştirmemiz gerekir. Bunların bazıları oluştu, fakat maalesef oluşmayanlar da bulunmaktadır. Yakıtı rafineri fiyatının altında, devletin mal ettiğinin de altında satabilenlere müsaade edenler vardır. Son gelinen noktada çok şükür, özellikle 2019 yılının ikinci yarısından sonra maliyetle yapılan ortak çalışmada bu konuda önlemler alınmıştır"

KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ ENERJİ YÖNETİMİ BÖLÜMÜNDEN ENERJİ TASARRUFU ÖNERİLERİ

Konya Ticaret Odası (KTO) Karatay Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bünyesinde bulunan Enerji Yönetimi Bölümü, Türkiye'de lisans düzeyinde açılmış ilk bölüm olarak 2014 yılından beri faaliyet gösteriyor. Alan yönetimi, sektörel ilişkiler, rekabet boyutu ve sürdürülebilirlik çerçevesinde kapsamlı bir yönetsel açığın kapatılmasına katkı sağlayacak nitelikli insani kaynağın yetiştirilmesini amaçlayan KTO Karatay Üniversitesi Enerji Yönetimi Bölümünün bölüm başkanı Dr. Öğr. Üyesi Fatma Didem Tunçez, enerjiyi etkin ve verimli kullanmak açısından dikkat edilmesi gerekenleri anlattı.

Isıyı Ne Oranda Tutmalıyız?

"Dünya Sağlık Örgütü'nün, kış aylarında uygun bir şekilde giyinilmesi durumunda önerdiği ideal ev sıcaklığı 18°C'dir. Ayrıca, alerji veya solunum



sorunu yaşayan kişiler için önerilen en düşük sıcaklık 16°C olmalı ve eğer çok hasta, çok yaşlı ya da çok genç iseniz ideal ortam sıcaklığınız 20°C olmalıdır. Odalarda termostat kullanımı sayesinde de %10'a varan yakıt tasarrufu sağlanabileceğinin altını çizen Dr. Öğr. Üyesi Tunçez, "Oda termostatının monte edildiği yer son derece önemli. Kış şartlarındaki ideal sıcaklığa ayarlanmasıyla yakıt

harcamasında tasarruflar sağlanabilir. Kat kaloriferi kullanılmakta ise sürekli daha düşük ancak aynı ısıda kullanmak, kombiyi gece kapatıp gündüz açmaktan daha ekonomik olacaktır." dedi.

Pencerelerin Değişmesi de Çözüm Olabilir

"Çift camlı ısı cam pencereler ısıyı içeride tuttuğundan tek camlı pencerelere göre daha verimlidir.



KTO 63. MESLEK KOMİTESİ TURİZM SEKTÖRÜNÜN SORUNLARINI GÖRÜŞTÜ

KTO 63. Meslek Komitesi (Seyahat Acentesi ile Araç Kiralama Faaliyetleri) sorunlarını görüşmek üzere Konya Ticaret Odası'nda toplandı.

Konya Ticaret Odası'nın ev sahipliğinde gerçekleştirilen toplantıya KTO 63. Meslek Komitesi Başkanı Aydın Şahiner, komite üyeleri, Konya Uluslararası SKAL Derneği yöneticileri, Konya

TÜRSAB Yönetim Kurulu üyeleri; THY Konya Bölge Müdürü ve Konya Ticaret Odası üyeleri katıldı.

Turizm sektöründe karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerilerine yönelik fikir alışverişinde bulunulan toplantıda turizmin gelişmesine katkı sağlayacak çalışmalara değinildi.

Katılımcılar Konya Hava Alanı'na ge-

len uçakların kötü hava şartları ve sis nedeni ile emniyetle yaklaşmalarını sağlayan ILS cihazının olmamasından dolayı kışın birçok uçuş iptal edilmek zorunda kaldığını, buna çözüm üretilmesi noktasında Konya Ticaret Odası tarafından gerekli girişimlerde bulunulmasına yönelik çalışma yapılmasını talep ettiler.

KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ, LÖSEMİLİ ÇOCUKLARI UNUTMADI

KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ VE ÇALIŞANLARI, İLİK NAKLİ BEKLEYEN HASTALAR İÇİN KAN BAĞIŞINDA BULUNDU.

Düzenli olarak KTO Karatay Üniversitesinde stant açarak kan bağıışı toplayan Kızılay Konya Şubesi, geçtiğimiz günlerde yine üniversitedeydi. KTO Karatay Üniversitesi personeli ve öğrencileri hem kan bağıışında bulundu hem de ilik nakli bekleyen lösemi hastalarına yönelik gönüllü donör oldular. KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Tesisleri'nde iki gün boyunca hizmet veren Kızılay'ın kan bağıışı standında özellikle Destek Hizmetleri Koordinatörlüğü personelinin yoğun ilgisi gözlerden kaçmadı. Kampanya boyunca yaklaşık 150 kişi kan bağıışında bulunurken, 28 personel ise gönüllü donör olarak ilik nakli için kan verdi.

“Bu Haftanın Lösemili Çocuklar Haftası Olması Vesilesiyle Löseminin Yaygınlığı ve Tedavi Edilebilirliği Konularına Dikkat Çekmek İstiyoruz”

KTO Karatay Üniversitesi Tıp Fakültesi akademisyenlerinden Doç. Dr. Füsün Sunar, lösemi hastalığındaki kritik bekleme sürecine vurgu yaparak “Her yıl



binlerce çocuk ülkemizde ve dünyada bu hastalığa yakalanıyor. Sadece lösemili çocuklarımız değil, anne ve babaları da çocukları için donör beklerken yoğun ve yorucu bir süreçten geçiyor. Ne yazık ki toplumumuzda, donör olmanın çok fazla işleme maruz kalmaya sebep olacağına dair bir ön yargı mevcut. Hâlbuki donör olmak hiç de zor değil. Bizler de içinde bulunduğumuz haftanın Lösemili Çocuklar Haftası ol-

ması vesilesiyle löseminin yaygınlığı ve tedavi edilebilirliği konularına dikkat çekmek istiyor ve başta KTO Karatay Üniversitesi ailesi olmak üzere tüm insanlarımızı kan vermeye ve lösemili çocuklara destek olmaya çağırıyoruz.” dedi.

Löseminin iyileştirilmesinde ilik naklinin önemine değinen Doç. Dr. Füsün Sunar, tüm Türkiye'yi bu konuda sorumluluk sahibi olmaya davet etti.

KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ'NDE SAĞLIK SOHBETLERİ

KTO Karatay Üniversitesi ve KTO Karatay Üniversitesi Tıp Fakültesi Medicana Hastanesi iş birliğinde düzenlenen Sağlık Sohbetleri kapsamında gerçekleştirilen seminerde, KTO Karatay Üniversitesi Tıp Fakültesi Medicana Konya Hastanesi Enfeksiyon Hastalıkları Uzmanı Dr. Öğretim Üyesi Doğaç Uğurcan üniversite çalışanlarına “Hepatit”, Endokrinoloji ve Metabolizma Hastalıkları Uzmanı Dr. Gülsüm Gönülalan ise “Obezite” hakkında kapsamlı bilgiler verdi.

“Konya’da daha çok Hepatit B ve C hastalığında kronikleşme görülüyor” Hepatit hastalığı konusunda bilgi veren KTO Karatay Üniversitesi Tıp Fakültesi akademisyenlerinden Dr. Öğretim Üyesi Doğaç Uğurcan “Bu hastalıklar maalesef bizim coğrafyamızın vazgeçilmez



bir parçasıdır. Fakat biz bu hastalıkları toplumda belli oranlarda izole edebiliyoruz. Ülkemizde sirozun en büyük nedeni Hepatit B ve C hastalığıdır. Dolayısıyla bu hastalıklar siroz hastalığına dönebiliyor. Siroz hastalığı geri dönüşü olmayan bir süreç ve karaciğer tekrar normale dönemediği için de karaciğer kanserinin

de başlangıç kabul ediliyor.” diyerek aşı yapılmasının önemine değindi.

“Konya’da obezite sıklığı ciddi artış göstermiş ve %35’in üzerine çıkmıştır”

Obezitenin günümüzde, sigaradan sonra ölümlere neden olan ikinci en önemli sağlık sorunu olduğunu vurgulayan Dr. Gönülalan, “Dünya Sağlık Örgütü, obezitenin dünyada kronik bir sağlık problemi olduğunu duyurmuştur. Obezite, hemen hemen tüm toplumlarda çok yaygın görülen bir sağlık sorunudur. Obezitenin yol açtığı sağlık sorunlarına değinen Dr. Gönülalan, obezitenin tedavi yöntemlerinin üzerinde durdu. KTO Karatay’da Sağlık Sohbetleri göz bozuklukları, unutkanlık ve stresle başa çıkma konularında uzmanlar tarafından verilecek seminerler ile devam edecek.

KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNE KTO’NUN BASIN VE HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNİ ANLATTIK

KTO Basın ve Halkla İlişkiler Müdür Yardımcısı Mustafa Akgöl, KTO Karatay Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi İletişim Tasarımı ve Yönetimi Bölümü 3. Sınıf öğrencilerine KTO’nun Basın ve Halkla İlişkiler faaliyetlerini anlattı.

Dr. Öğretim Üyesi Birol Büyükdogan’ın dersinde öğrencilerle bir araya gelen Akgöl, KTO’nun 1882 yılında kurulan Türkiye’nin en eski odaları arasında yer aldığını, üye sayısının 20 binin üzerinde olduğunu, Konya’nın başta sanayisi ve ticaretini geliştirmek üzere KTO’nun çeşitli iştiraklerinin bu-

lunduğunu söyledi.

Mustafa Akgöl, odaların 5174 sayılı kanununa tabii olduğunu ve kuruluş amacının üyelerin müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, meslekî faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, meslekî disiplin, ahlak ve dayanışmayı korumak amacıyla kurulan, tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşları olduğunu belirtti.

KTO Basın Halkla İlişkiler Müdürlüğü’nün Oda faaliyetleri ile başta olmak üzere çeşitli konulardaki görüşlerini, üyelerin meslekî alandaki faaliyetleri-



ni kolaylaştırıcı bilgileri ve değerleri içeren çalışmalarını KTO üyeleri ve tüm paydaşlara ulaştırdığını anlatan Akgöl, KTO’nun Yeni İpek Yolu Dergisi başta olmak üzere tüm yayınları üyelere ulaştırdıklarını, son yıllarda yaşanan dijitalleşme ve iletişim araçlarındaki çeşitlenme nedeni ile KTO’da online belge hizmetleri verildiğini, bu sayede üyelere hizmet süresinin kısaldığını, Oda yayınlarından Yeni İpek Yolu Dergisi’nin ANDROID VE IOS uygulamalarından DERGİLİK’te okuyucularının beğenisine sunulduğunu belirtti.



MESLEK KOMİTESİ BAŞKANLARI İLE YAPILAN İSTİŞARE TOPLANTISI SONUÇ RAPORU

İş dünyasında yaşanan sorunların tespiti, çözüm önerilerinin ortaya konması ve Meslek Komiteleri arasındaki iletişimin kuvvetlendirilmesi amacıyla, Oda yönetim kurulu üyeleri ve meslek komitelerimizin başkanları ile 12 Kasım 2019 tarihinde bir istişare toplantısı düzenlenmiştir. Odamızın meslek komiteleri başkanları tarafından dile getirilen gündeme dair konular, sektörlerde karşılaşılan sorunlar ve bu sorunlara yönelik değerlendirmeler, çözüm önerileri ve tavsiyeler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

► Ülkemizdeki İşsizlik Sorunu ve Prim Destekleri

Son aylardaki işsizlik rakamları ülkemiz için ciddi olarak ele alınması gereken konulardan biri olarak görülmektedir. Her ne kadar Konya-Karaman Bölgesi olarak ülke genelinin altında bir işsizlik oranına sahip olsak da rakamlar yüksektir.

Vergisini düzenli ödeyen işverenlerimize yönelik getirilen yüzde 5'lik indirim oranı desteğinin %10'a çıkarılması hususunda üyelerimizden talepler gelmektedir.

► E-Haciz Uygulaması

Ekim ayı itibari ile vergi, SGK ve devlete ödenmeyen diğer borçlarla ilgili e-haciz uygulaması başlatılmıştır.

E-haciz işlemleri nedeniyle ödemelerde sıkıntı yaşandığından üyelerimiz, E-haciz işlemlerinin durdurulmasını talep etmektedir.

► Maden Ocağı İşletme Ruhsatları

nın Geç Çıkması

Madencilik sektöründe çalışma ruhsatı alma ve mevcut maden alanını genişletmek için yapılan izin başvuru sonuçları çok uzun sürmektedir.

Üyelerimiz, maden sektörüne verilen çalışma ruhsatının daha erken sürede verilmesini talep etmektedir.

► KOBİ'lere Yönelik Devlet Destekli Ticari Alacak Sigortası

KOBİ'lere Yönelik Devlet Destekli Ticari Alacak Sigortası sisteminden küçük ölçekli KOBİ'ler yararlanabilmektedir. (On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı 25.000.000 TL'ye kadar olan işletmeler) Üyelerimiz, KOBİ'lere Yönelik Devlet Destekli Ticari Alacak Sigortası kapsamının genişletilmesini talep etmektedir.

► KVKK ve Verbis Kayıt Zorunluluğundaki Sıkıntılar

6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu yürürlüğe girmesine rağmen özel sektördeki birçok kurumun yeterli altyapısı olmaması nedeniyle Kişisel Verilerin Korunmasına yönelik yapılması gerekenleri gerçek anlamda uygulamaya koyamamıştır.

Üyelerimiz, Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun öncelikle resmi kurumların uygulamaya koymasını ve özel sektöre süre tanınmasını talep etmektedir.

► YEKDEM Bedelleri

Organize sanayi içerisinde tüketilen elektrik enerjisi bedeli üzerine ödenmekte olan YEKDEM bedelleri enerji maliyetinin %30-40 kadarını oluştur-

duğu için sanayiciye ciddi bir yük getirmektedir.

Üyelerimiz, OSB'ler içerisinde bulunan sanayi tesislerinin enerji bedeli üzerine gelen YEKDEM bedelinden belirli bir süre muaf tutulmalarını talep etmektedir.

► Sanayi Elektrikindeki Yüksek Tarife Sorunu

Geçtiğimiz yıl içinde elektrige ciddi oranda zam yapılmıştır. Elektrikteki yüksek fiyat nedeniyle sanayicilerimiz yurtdışındaki rakiplerine karşı fiyat avantajını yitirmektedir.

Üyelerimiz, elektrik fiyatlarında indirim talep etmektedir.

► Bireysel Emeklilikte İşveren Sorumluluğu

Çalışanların, çalışma hayatı boyunca kazançlarının bir kısmını biriktirerek emekli olduktan sonra refah seviyesinde azalma olmaması gibi nedenlerle Devlet, Bireysel Emeklilik Sistemini (BES) yürürlüğe aldı.

Üyelerimiz, BES'te işveren sorumluluğunun kaldırılarak, bu sorumluluğun çalışana verilmesini talep etmektedir.

► Yaralanmalı Trafik Kaza Raporu

Trafik kazalarından sonra ambulans talep edilmesi durumunda trafik ekiplerinin tuttuğu kaza rapor tutanağı savcılığa gitmektedir. Ancak savcılığa giden rapor üyelerimiz 15 günden önce alamadıklarını ve bu süre zarfında da araçlarının tamir işlemlerini başlatamadıklarını belirtmektedirler.

Üyelerimiz, bu sürenin kısaltılmasını ya da trafik polislerinin tuttuğu raporun normal kazalarda olduğu gibi kaza yapan araç sahiplerine ertesi gün verilmesini talep etmektedir.

► Yeşil Pasaport Talebi

Üyelerimiz, Kamu görevlilerine verilen yeşil pasaportun herhangi bir ön koşul olmadan 15 yılı dolduran sanayicilere de verilmesini talep etmektedir.

► Cari Açığımıza Öneri

Üyelerimiz, cari açığa neden olan ürünlerin Kalkınma Yatırım Bankası öncülüğünde çok ortaklı şirketler vasıtasıyla üretilmesini önermektedir.



KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ SÜREKLİ EĞİTİM MERKEZİ TÜRKİYE AKREDİTASYON KURUMU (TÜRKAK) AKREDİTASYONU VE MESLEKİ YETERLİLİK KURUMU (MYK) YETKİLENDİRMESİ İLE **SINAV ve BELGELENDİRME FAALİYETLERİNE BAŞLIYOR**

KTO Karatay Üniversitesi Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi (KARSEM) TÜRKAK tarafından AB-0294-P Akreditasyon Numarası ile akredite edilmiş ve Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından yapılan denetimler neticesinde MYK Yönetim Kurulunun 21.10.2019 tarihli ve 2019/34 sayılı kararı ile sınav ve belgelendirme yapmak üzere YB-0235 kodu ile yetkilendirilmiştir. KARSEM; ilk etapta İnşaat ve Ticaret alanlarından toplam 8 meslekte sınav ve belgelendirme faaliyetleri düzenleyecektir.

KTO Karatay Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi KARSEM Konya Ticaret Odası üyelerinden gelecek olan görüş çerçevesinde kanuni olarak yetki almış olduğu tarihten 6 ay sonra kapsam genişletme başvuru yapacaktır.

KARSEM tarafından Sınav ve Belgelendirme Yapılacak Olan Meslekler

İnşaat Alanı;

11UY0011-3 Ahşap Kalıpcı (Seviye 3) (Rev. No:03)

11UY0012-3 Betonarme Demircisi (Seviye 3) (Rev. No:03)

12UY0048-3 Duvarcı (Seviye 3) (Rev. No:01)

12UY0057-3 Isı Yalıtımcısı (Seviye 3) (Rev. No:01)

11UY0023-3 İnşaat Boyacısı (Seviye 3) (Rev. No:02)

11UY0024-3 Sıvacı (Seviye 3) (Rev. No:02)

Ticaret alanı

17UY0298-4 Motorlu Kara Taşıtları Alım Satım Danışmanı (Seviye 4) (Rev. No:00)

17UY0299-5 Motorlu Kara Taşıtları Alım Satım Sorumlusu (Seviye 5) (Rev. No:00)

Bu süreçte KARSEM 2.El Motorlu Kara Taşıtları Alım Satım Sorumlusu ve 2.El Motorlu Kara Taşıtları Alım-Satım Danışmanı mesleklerinde 1 Aralık 2019 tarihi itibarıyla, İnşaat alanında ise 1 Ocak 2020 tarihinde personel sınav ve belgelendirme hizmetine başlayacaktır.



KTO Karatay Üniversitesi Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi (KARSEM) Ulusal yeterlilik sistemi ile orta ve uzun vadede işsizliğin azalması, istihdamın gelişmesi, verimlilik ve rekabet gücünün artmasıyla ülke ekonomisinin güçlenmesine katkı sağlayacak olan Sınav ve Belgelendirme hizmetleri ile nitelikli ve belgeli işgücü istihdamının artması katkı sağlayacak aynı zamanda daha kaliteli ürün ve hizmet sunumunu yaygınlaştırarak yaşam standartlarımızın yükselmesini de destekleyecektir.

MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi Zorunluluğu Nedir?

İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Tasarısı 4 Nisan 2015 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunda kabul edilerek 6645 sayılı kanun numarası ile yasalastı. Kanun 5544 sayılı Mesleki Yeterlilik Kurumu Kanununda da önemli değişiklikler yaptı.

Bu değişikliklerin en önemlilerinden biri şüphesiz çalışma ve iş dünyasını yakından ilgilendiren belge zorunluluğu getirilen meslekler olmuştur. Kanuna göre; "Tehlikeli ve çok tehlikeli işlerden olup, Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından standardı yayımlanan ve Aile, Çalışma ve Sosyal Politikalar Bakanlığınca çıkarılacak tebliğlerde belirtilen mesleklerde, tebliğlerin yayım tarihinden itibaren on iki ay sonra Mesleki Yeterlilik Kurumu Kanununda düzenlenen esaslara göre Mesleki Yeterlilik Belgesine sahip olmayan kişiler çalıştırılmayacaktır."

Hangi Mesleklerde MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi Aranacaktır?

Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığının 25/05/2015 tarihinde yayımlanmış olduğu ilk tebliğ ile 40 meslekte, 24/03/2016 tarihinde yayımlanmış olduğu

ikinci tebliğ ile 8 meslekte, 26/09/2017 tarihinde yayımlanmış olduğu üçüncü tebliğ ile 33 meslekte, 11/11/2018 tarihinde yayımlanmış olduğu dördüncü tebliğ ile 36 meslekte, 03/10/2019 tarihinde yayımlanmış olduğu beşinci tebliğ ile de 26 olmak üzere toplam 143 meslekte belge zorunluluğu bulunmaktadır. Beşinci tebliğ ile 26 meslekte tebliğin yayım tarihinden itibaren on iki ay sonra (03/10/2020'dan itibaren) MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi olmayan kişiler çalıştırılmayacaktır.

Bakanlık Tebliğlerinde yer alan 143 meslekte başlayan belge zorunluluğunun ilk aşamada Cumhurbaşkanı Kararı ve Bakanlar Kurulu'nun belirlediği ücret tarifesi listesindeki 226 meslekte devam etmesi sonrasında ise tehlikeli ve çok tehlikeli sınıfta yer alan mesleklerin tamamında uygulanması planlanmaktadır.

MYK Mesleki Yeterlilik Belgesinin Avantajları Nelerdir?

Bireyler İçin Avantajları

Ulusal yeterlilikler temel alınarak yapılan ölçme değerlendirme sonucunda alınan belge, kişiye bir işe başvururken sahip olduğu bilgi, beceri ve yetkinlikleri sergileme olanağı vermektedir.

Ulusal yeterlilikler yaygın ve informal öğrenmenin tanınmasına imkân verdiği için bireyler kişisel gelişimlerini daha çeşitli ve esnek yollarla sağlayabilirler. Mesleki ilerleme yolları daha açık hale geldiğinden kariyer hareketliliği desteklenmektedir.

İşverenler İçin Avantajları

İşverenler mesleğin gerektirdiği nitelikli ve belgeli iş gücüne daha kolay ulaşabilmekte ve teşvik imkânlarından yararlanabilmektedir.

İşin gerektirdiği bilgi ve becerilere sahip, değişen koşullara ayak uydurabilen kişilerin istihdam edilmesi işverenin rekabet gücünü artırmakta, doğru insan kaynağı planlaması ile zaman ve para kaybı engellenmiş olmaktadır.

Nitelikli iş gücü istihdamının yaygınlaştırılması, tüketiciye sunulan ürün ve hizmetin kalitesinin artmasına katkıda bulunmaktadır.

26 MESLEĞE DAHA MESLEKİ YETERLİLİK BELGESİ ZORUNLULUĞU GETİRİLDİ

Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın 25/05/2015 tarihinde yayımlanmış olduğu ilk tebliğ ile 40 meslekte, 24/03/2016 tarihinde yayımlanmış olduğu ikinci tebliğ ile 8 meslekte, 26/09/2017 tarihinde yayımlanmış olduğu üçüncü tebliğ ile 33 meslekte, 11/11/2018 tarihinde yayımlanmış olduğu dördüncü tebliğ ile 36 meslekte, 03/10/2019 tarihinde yayımlanmış olduğu beşinci tebliğ ile de 26 olmak üzere toplam 143 meslekte belge zorunluluğu bulunmaktadır. Beşinci tebliğ ile 26 meslekte tebliğin yayım tarihinden itibaren on iki ay sonra (03/10/2020'den itibaren) MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi olmayan kişiler çalıştırılmayacaktır.

İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Tasarısı 4 Nisan 2015 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunda kabul edilerek 6645 sayılı kanun numarası ile yasalaştı. Kanun 5544 sayılı Mesleki Yeterlilik Kurumu Kanununda da önemli değişiklikler yaptı.

Bu değişikliklerin en önemlilerinden biri şüphesiz çalışma ve iş dünyasını yakından ilgilendiren belge zorunluluğu getirilen meslekler olmuştur. Kanuna göre; "Tehlikeli ve çok tehlikeli işlerden olup, Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından standardı yayımlanan ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığınca çıkarılacak tebliğlerde belirtilen mesleklerde, tebliğlerin yayım tarihinden itibaren on iki ay sonra Mesleki Yeterlilik Kurumu Kanununda düzenlenen esaslara göre Mesleki Yeterlilik Belgesine sahip olmayan kişiler çalıştırılmayacaktır."

2015 yılından itibaren uygulanan belge zorunluluğu ile iş kazalarının azaldığını ve iş piyasasının ihtiyaç duyduğu nitelikli ve belgeli işgücünün çalışma hayatına kazandırıldığını belirten Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanı Zehra Zümrüt Selçuk 143 mesleğe belge zorunluluğu getirdiklerini açıkladı.

"143 Mesleğe Belge Zorunluluğu Getirildi"

26 meslek ile birlikte bugüne kadar belge zorunluluğu getirilmiş meslek sayısının 143'e yükseltildiğini belirten Bakan Selçuk, "Aralarında Taşlama Tezga-

İşçisi, Haddecisi, İplik Operatörü, Tarihi Eser Koruma ve Restorasyon Elemanı, Deri İşlenti Operatörü, Liman Forklift Operatörü, Yüksek Gerilim Montaj ve Teçhizat Test Elamanının da olduğu mesleklerde belgesiz işçi çalıştırma iş yerlerinde, işveren veya işveren vekiline tebliğ yayım tarihinden bir yıl sonra para cezası uygulanacaktır. Bu bakımdan işverenlerimizin ve işçilerimizin bu konuda duyarlı olması gereklidir." açıklamasını yaptı.

"Sınav ve Belge Ücretleri Devlet Tarafından Ödeniyor"

Bakan Selçuk, mesleki yeterlilik belgesi sınav ve belge ücretlerinin de hükümet tarafından karşılandığını belirterek, "Bu teşvik ile birlikte çalışan ve işverenlerimize ilave mali yük getirilmeden çalışanlarının bilgi, beceri ve yetkinliklerini

ölçme, değerlendirme ve belgelendirme olanağı sağlıyoruz. Bu çerçevede 718.668'i zorunluluk kapsamındaki mesleklerde olmak üzere toplamda 792.695 adet MYK mesleki yeterlilik belgesi verdik." dedi.

"Belge Zorunluluğunda Gerekli Evraklar"

Mesleki Yeterlilik belgesi zorunluluğunda tebliğ yayım tarihinden itibaren 12 ay sonra belgesiz kişiler çalıştırılmamaktadır. Buna göre, tebliğlerde yer alan mesleklerde çalışan kişilerin MYK mesleki yeterlilik belgesi, ustalık belgesi veya mesleki ve teknik eğitim programlarından (meslek lisesi) ilgili alan ve dallardan alınmış diplomaya sahip olmaları gerekmektedir. Bu üç belge dışında yer alan belgeler belge zorunluluğu kapsamında çalışma şartını karşılamamaktadır.

BELGE ZORUNLULUĞU KAPSAMINDAKİ MESLEKLER

Sıra	Yeterlilik Adı	Sektör	Sıra	Yeterlilik Adı	Sektör
1	Ağır Vasıta Tecrübe Sürtücüsü	Otomotiv	73	Makine Montajcısı	Makine
2	Ahşap Kalıpcı	İnşaat	74	Metal Kesim Operatörü	Metal
3	Alçı Levha Uygulayıcısı	İnşaat	75	Metal Kesimci	Metal
4	Alçı Sıva Uygulayıcısı	İnşaat	76	Metal Levha İşleme Tezgâh İşçisi	Metal
5	Alüminyum Kaynakçısı	Metal	77	Metal Levha İşleme Tezgâh Operatörü	Metal
6	Armürlü Dokuma Kumaş Desen Hazırlama Elemanı	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	78	Metal Sac İşlemeci	Metal
7	Armürlü Dokuma Kumaş Desinatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	79	Metal Sac İşlemeci	Metal
8	Asansör Bakım ve Onarımcısı	Elektrik ve Elektronik	80	Mobil Vinç Operatörü (MHC, Sahil ve Gemi Vinci)	Ulaştırma, Lojistik, Haberleşme
9	Asansör Bakım ve Onarımcısı	Elektrik ve Elektronik	81	Model Makineci (Deri/Kürk Hazır Giyim)	Tekstil, Hazır Giyim, Deri
10	Asansör Montajcısı	Elektrik ve Elektronik	82	Motor Testçisi	Otomotiv
11	Asansör Montajcısı	Elektrik ve Elektronik	83	Motor Testçisi	Otomotiv
12	Ayakçı (Deri/Kürk Hazır Giyim)	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	84	Motosiklet Bakım Onarımcısı	Otomotiv
13	Baca Kontrol Personeli (Bacacı)	Enerji	85	NC/CNC Takım Tezgâhları Elek./Elek. Servis Görevlisi	Elektrik ve Elektronik
14	Baca Montaj Personeli (Bacacı)	Enerji	86	NC/CNC Takım Tezgâhları Mekanik Servis Görevlisi	Makine
15	Betonarme Demircisi	İnşaat	87	NC/CNC Takım Tezgâhları Uygulama Servis Görevlisi	Makine
16	Betoncu	İnşaat	88	NC/CNC Tezgâh İşçisi	Makine
17	Bitim İşlemleri Operatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	89	NC/CNC Tezgâh İşçisi	Makine
18	Bitim İşlemleri Operatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	90	Ön İplik Operatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri
19	Boyama Operatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	91	Ön İplik Operatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri
20	Boyama Operatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	92	Ön Terbiye Operatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri
21	Çelik Kaynakçısı	Metal	93	Ön Terbiye Operatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri
22	CNC Programcısı	Makine	94	Orman Üretim İşçisi	Ağaç İşleri, Kağıt, Kağıt Ürl.
23	CNC Programcısı	Makine	95	Orman Yetiştirme ve Bakım İşçisi	Ağaç İşleri, Kağıt, Kağıt Ürl.
24	Deri İşlenti Operatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	96	Otomasyon Sistemleri Montajcısı	Elektrik ve Elektronik
25	Direnç Kaynak Ayarçısı	Metal	97	Otomasyon Sistemleri Programcısı	Elektrik ve Elektronik
26	Doğal Gaz Altyapı Yapım Kontrol Personeli	Enerji	98	Otomotiv Boya Onarımcısı	Otomotiv
27	Doğal Gaz Çelik Boru Kaynakçısı	Metal	99	Otomotiv Boyacısı	Otomotiv
28	Doğal Gaz Isıtma ve Gaz Yakıcı Cihaz Servis Personeli	Enerji	100	Otomotiv Boyacısı	Otomotiv
29	Doğal Gaz İşletme Bakım Operatörü	Enerji	101	Otomotiv Elektrikçisi	Otomotiv
30	Doğal Gaz Polietilen Boru Kaynakçısı	Enerji	102	Otomotiv Elektromekanikçisi	Otomotiv
31	Doğal Gaz Polietilen Boru Kaynakçısı	Enerji	103	Otomotiv Gövde Onarımcısı	Otomotiv
32	Duvarcı	İnşaat	104	Otomotiv Gövde Onarımcısı	Otomotiv
33	Elektrik Dağıtım Şebekesi İşletme Bakım Görevlisi	Enerji	105	Otomotiv Kaportacısı	Otomotiv
35	Elektrik Pano Montajcısı	Elektrik ve Elektronik	106	Otomotiv Kaportacısı	Otomotiv
36	Elektrik Pano Montajcısı	Elektrik ve Elektronik	107	Otomotiv Kontrol, Test ve Ayar İşçisi	Otomotiv
37	Elektrik Pano Montajcısı	Elektrik ve Elektronik	108	Otomotiv Mekanikçisi	Otomotiv
38	Endüstriyel Boru Montajcısı	İnşaat	109	Otomotiv Montajcısı	Otomotiv
39	Frezeci	Makine	110	Otomotiv Montajcısı	Otomotiv
40	Frezeci	Makine	111	Otomotiv Ön Düzencisi	Otomotiv
41	Haddeci	Metal	112	Otomotiv Prototipçisi	Otomotiv
42	Haddeci	Metal	113	Otomotiv Prototipçisi	Otomotiv
43	Hidrolik-Pnömatikçi	Makine	114	Otomotiv Sac Şekillendirmecisi	Otomotiv
44	Hidrolik-Pnömatikçi	Makine	115	Otomotiv Sac Şekillendirmecisi	Otomotiv
45	İnşaat Boyacısı	İnşaat	116	Otomotiv Sac ve Gövde Kaynakçısı	Metal
46	İnşaat İşçisi	İnşaat	117	Otomotiv Sac ve Gövde Kaynakçısı	Metal
47	İplik Bitim İşleri Operatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	118	Panel Kalıpcı	İnşaat
48	İplik Eğirme Operatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	119	Plastik Enjeksiyon Üretim Elemanı	Kimya, Petrol, Lastik ve Plastik
49	İplik Operatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	120	Plastik Enjeksiyon Üretim Elemanı	Kimya, Petrol, Lastik ve Plastik
50	İşaretçi	Ulaştırma, Lojistik, Haberleşme	121	Plastik Kaynakçısı	Enerji
51	Isı Yalıtımcısı	İnşaat	122	Plastik Profil Üretim Operatörü (Ekstrüzyon)	Kimya, Petrol, Lastik ve Plastik
52	Isıtma ve Doğal Gaz İç Tesizat Yapım Personeli	Enerji	123	Plastik Şişirme Film Üretim Operatörü (Ekstrüzyon)	Kimya, Petrol, Lastik ve Plastik
53	İskele Kurulum Elemanı	İnşaat	124	PVC Doğrama Montajcısı	İnşaat
54	İşletme Elektrik Bakımcısı	Elektrik ve Elektronik	125	Refrakterci	Metal
55	Jakarlı Dokuma Kumaş Desen Hazırlama Elemanı	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	126	Refrakterci	Metal
56	Jakarlı Dokuma Kumaş Desinatörü	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	127	Röle Görevlisi	Enerji
57	Kartonpiyer Uygulayıcısı	İnşaat	128	Seramik Karo Kaplamacısı	İnşaat
58	Kaynak Operatörü	Metal	129	Ses Yalıtımcısı	İnşaat
59	Kesimci (Deri/Kürk Hazır Giyim)	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	130	Sıvacı	İnşaat
60	Kesimci (Saracıye)	Tekstil, Hazır Giyim, Deri	131	Su Yalıtımcısı	İnşaat
61	Köprükü Vinç Operatörü	Ulaştırma, Lojistik, Haberleşme	132	Tarihi Eser Koruma ve Restorasyon Elemanı	İnşaat
62	Liman Forklift Operatörü	Ulaştırma, Lojistik, Haberleşme	133	Tarihi Eser Koruma ve Restorasyon Elemanı	İnşaat
63	Liman Kuru Yük Operasyon Elemanı (Puantör)	Ulaştırma, Lojistik, Haberleşme	134	Taşlama Tezgâh İşçisi	Makine
64	Liman Operasyon Planlamacısı	Ulaştırma, Lojistik, Haberleşme	135	Taşlama Tezgâh İşçisi	Makine
65	Liman Pompa ve Tank Saha Operatörü	Ulaştırma, Lojistik, Haberleşme	136	Tornacı	Makine
66	Liman RTG Operatörü	Ulaştırma, Lojistik, Haberleşme	137	Tornacı	Makine
67	Liman Saha İstif Makineleri Operatörü (CRS ve ECS)	Ulaştırma, Lojistik, Haberleşme	138	Tren Makinisti	Ulaştırma, Lojistik, Haberleşme
68	Liman SSG Operatörü	Ulaştırma, Lojistik, Haberleşme	139	Tünel Kalıpcı	İnşaat
69	Makine Bakımcı	Makine	140	Yangın Yalıtımcısı	İnşaat
70	Makine Bakımcı	Makine	141	Yüksek Gerilim Kablo Aksesuarları Montajcısı	Elektrik ve Elektronik
71	Makine Bakımcı	Makine	142	Yüksek Gerilim Teçhizatı Test Elemanı	Elektrik ve Elektronik
72	Makine Montajcısı	Makine	143	Yüksek Gerilim Teçhizatı Test Elemanı	Elektrik ve Elektronik

KONYA TİCARET ODASI MESLEK KOMİTELERİ ÜYE ZİYARETLERİNE DEVAM EDİYOR

40. MESLEK KOMİTESİ (YAPI MALZEMELERİNİN İMALATI TOPTAN-PERAKENDE TİCARETİ) ÜYE ZİYARETİ



ALPEN PLASTİK - ABDULLAH ALP



ATIKPEN - ALİ TETİK



FAYSA PLASTİK - AHMET YAŞIN BİLEN



SANAT KAPI - AHMET KILIÇ

59. MESLEK KOMİTESİ (YOLCU TAŞIMACILIĞI FAALİYETLERİ) ÜYE ZİYARETİ



ALANYA ÖZKAYMAKTURİZM



KAMİL KOÇ TURİZM



KONTAŞ TURİZM



KONTUR TURİZM



METRO TURİZM



OSMAN NEVZAT ÜNSAL

KTO MECLİS VE MESLEK KOMİTESİ ÜYELERİMİZ

39. KOMİTE

Mustafa BAŞAK



KOMİTESİ: 39
KOMİTEDEKİ GÖREVİ:
Meslek Komite Yrd.
KOMİTE FAALİYET KONUSU:
Her Türlü Makine ve Ekipmanlarının Toptan
Ticaret
FİRMA İSMİ: Mustafa Başak Kaynak Elektrotları
Hırdavat Tekstil Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi

Murat ÖZSANDIKCI



KOMİTESİ: 39
KOMİTEDEKİ GÖREVİ:
Meslek Komite Üyesi
KOMİTE FAALİYET KONUSU: Her Türlü Makine
ve Ekipmanlarının Toptan Ticareti
FİRMA İSMİ: Sandıkçılar Makina Sanayi ve
Ticaret Anonim Şirketi

Metin NALVURAN



KOMİTESİ: 39
KOMİTEDEKİ GÖREVİ:
Meslek Komite Başkanı
KOMİTE FAALİYET KONUSU:
Her Türlü Makine ve Ekipmanlarının Toptan
Ticaret
FİRMA İSMİ: Alternatif Motor Sanayi ve
Ticaret Limited Şirketi

Metin SAĞLAM



KOMİTESİ: 39
KOMİTEDEKİ GÖREVİ:
Yönetim Kurulu Üyesi
KOMİTE FAALİYET KONUSU:
Her Türlü Makine ve Ekipmanlarının Toptan
Ticaret
FİRMA İSMİ: Büyük Sağlam Orman Bahçe ve
Tarım Aletleri Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi

İbrahim ÜMİT



KOMİTESİ: 39
KOMİTEDEKİ GÖREVİ: Meclis
Üyesi
KOMİTE FAALİYET KONUSU: Her Türlü Makine
ve Ekipmanlarının Toptan Ticareti
FİRMA İSMİ: İbrahim Ümit Makina Sanayi ve
Ticaret Limited Şirketi

40. KOMİTE

Ahmet SEMERCİ



KOMİTESİ: 40
KOMİTEDEKİ GÖREVİ:
Meslek Komite Başkanı
KOMİTE FAALİYET KONUSU: Yapı Malzemeleri-
nin İmalatı Toptan-Perakende Ticareti
FİRMA İSMİ: Önpen Pvc Metal İnşaat Sanayi
ve Ticaret Limited Şirketi

E. Sabri EKİNALAN



KOMİTESİ: 40
KOMİTEDEKİ GÖREVİ:
Meslek Komite Bşk. Yrd.
KOMİTE FAALİYET KONUSU:
Yapı Malzemelerinin İmalatı Toptan-Peraken-
de Ticareti
FİRMA İSMİ: Erkap Kapı Sanayi ve Ticaret
Limited Şirketi

Osman BAŞARAN



KOMİTESİ: 40
KOMİTEDEKİ GÖREVİ:
Meslek Komite Üyesi
KOMİTE FAALİYET KONUSU:
Yapı Malzemelerinin İmalatı Toptan-Peraken-
de Ticareti
FİRMA İSMİ: Başcan Plastik Otomotiv İnşaat
Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi

Ö. Nazım ÖZCAN



KOMİTESİ: 40
KOMİTEDEKİ GÖREVİ: Meclis
Üyesi
KOMİTE FAALİYET KONUSU:
Yapı Malzemelerinin İmalatı Toptan-Peraken-
de Ticareti
FİRMA İSMİ: Özpen Plastik Sanayi ve Ticaret
Limited Şirketi

Abdullah IŞIK



KOMİTESİ: 40
KOMİTEDEKİ GÖREVİ: Meclis
Üyesi
KOMİTE FAALİYET KONUSU:
Yapı Malzemelerinin İmalatı Toptan-Peraken-
de Ticareti
FİRMA İSMİ: Işık-Pen Metal Sanayi ve Ticaret
Anonim Şirketi

TÜRK İHRAÇ ÜRÜNLERİNİN KÜRESEL TİCARETTEKİ POZİSYONUNUN ANALİZİ

Türkiye İhracatçılar Meclisi İhracat 2019 yılı Raporu'nu dünyada en çok ithal edilen ilk 200 ürün tespit edilmiştir. Bu 200 ürün içerisinde değerlendirilmek üzere geliştirilen RCA (Açıklanmış Göreceli Üstünlük) formülasyonu ile Türkiye'nin bu ürünlerin hangisinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir, bir başka ifade ile Türkiye için dünyada en çok ithalatı yapılan ilk 200 ürün içinde "RCA" değeri 1 ve üstünde olan 47 ürün belirlenmiştir. Bu bölümde bu ürünlerin küresel ticaretteki pozisyonunu analizi yapılmıştır. Tablo 26'da dünya genelinde en çok ithal edilen 200 ürünün dünya ithalatındaki yeri ile Türkiye için hesaplanan RCA'ları 1 ve 1'den büyük 47 ürünün dünya toplam ithalatından aldığı payı görülmektedir. Tabloda ayrıca tespit edilen bu 200 ürünün ve bu ürünlerden Türkiye'nin uluslararası piyasalarda açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu 47 ürünün Türkiye'nin toplam ihracatındaki payları da görülmektedir. Dünyada 2017 yılında toplam 17,79 trilyon dolarlık ürün ithalatı gerçekleş-

Tablo 26 Seçili 47 ürünün toplam ithalatı ve Türkiye İhracat Payı (2017)

	Dünya Geneli Toplam İthalat Miktarı \$	Türkiye İhracat Miktarı \$	Türkiye İhracat Payı (%)
47 ürün toplamı	1.762	833	47,3%
200 ürün toplamı	18.228	10,2	0,056%
Küresel Ortalama İthalat Ürünleri Toplamı	17.798	187	1,05%

Kaynak: İTCİ (Trade Map)

şirken toplamda 5.923 kalem 6'lı GTİP kodlu ürünün ithal edildiği görülmektedir. Dünyada en çok ithalatı yapılan ilk 200 ürünün toplam ithalat değeri 10,2 trilyon dolar, bu ürünlerin toplam dünya ithalatı içindeki payı %57,5 olarak gerçekleşmiştir. Seçili 47 ürünün dünya genelindeki toplam ithalat değerinin ise yaklaşık 1,75 trilyon dolar olduğu görülmektedir. 47 ürünün ithalat değerinin toplam dünya ithalatı içindeki payı ise %9,8 olarak gerçekleşmiştir.

Dünyada en çok ithalatı yapılan ilk 200 üründe Türkiye'nin toplam ihracat değeri ise yaklaşık 66,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu 200 üründe Türkiye'nin ihracat değerinin Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı %42,5 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye için bu 200 ürün için yapılan RCA endeksi analizi sonucu öne çıkan 47 üründe ise Türkiye'nin yaptığı ihracat değerinin yaklaşık 49,3 milyar dolar olduğu görülmektedir. Bu 47 ürünün ihracat değerinin Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı ise %31,4 olarak gerçekleşmiştir. Bu da incelenen 200 ürünün ve bu 200 ürün içinde RCA değerleri ile öne çıkan 47 ürünün Türkiye'nin ihracatındaki ağırlığını ve önemini göstermesi açısından önemlidir. Bu 47 ürün, Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ve bu piyasalarda talebi yüksek olan ürünlerdir.

Tablo 27'de Türkiye için hesaplanan

Tablo 27 Seçili 47 ürünün dünya genelinde en çok ithal edilen 200 ürünün içindeki payı, dünya ve Türkiye'de oran (2017)

Ürün	Dünya İthalatı (\$ 2017)	Türkiye İhracatı (\$ 2017)	RCA
1	10,2	49,3	4,83
2	10,2	49,3	4,83
3	10,2	49,3	4,83
4	10,2	49,3	4,83
5	10,2	49,3	4,83
6	10,2	49,3	4,83
7	10,2	49,3	4,83
8	10,2	49,3	4,83
9	10,2	49,3	4,83
10	10,2	49,3	4,83
11	10,2	49,3	4,83
12	10,2	49,3	4,83
13	10,2	49,3	4,83
14	10,2	49,3	4,83
15	10,2	49,3	4,83
16	10,2	49,3	4,83
17	10,2	49,3	4,83
18	10,2	49,3	4,83
19	10,2	49,3	4,83
20	10,2	49,3	4,83

RCA'ları 1 ve 1'den büyük 47 ürünün ithalat değerinin dünya genelinde en çok ithal edilen 200 ürünün içindeki payı ile Türkiye'nin bu ürünlerin ihracatından elde ettiği gelirin bu 200 ürünün ihracatı içindeki payları görülmektedir. Tespit edilen 47 ürünün ithalat değeri 200 ürünün dünyadaki ithalat içindeki payı %17,1 iken aynı oran Türkiye'de %73,9 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 28 Seçili 47 Üründe İhracatçı Firma Sayıları (2017)

Sıra	Ürün	İhracatçı Firma Sayısı	Sıra	Ürün	İhracatçı Firma Sayısı
1	47040	2	17	47010	346
2	34020	8	18	47020	302
3	47040	8	19	34000	471
4	47020	14	20	47030	502
5	47020	18	21	47040	419
6	71010	21	22	71020	442
7	47020	25	23	47050	710
8	47020	40	24	47060	839
9	72030	47	25	47070	824
10	47020	116	26	71000	827
11	47040	123	27	47080	874
12	47020	187	28	47090	901
13	72040	201	29	34010	1.054
14	47020	209	30	47000	1.101
15	47010	222	31	47020	1.122
16	47020	270	32	47030	1.156



Tablo Karşılaştırmalı Üstünlük Modeline Göre Türkiye'nin Dünya Ticaretinde En İddialı Olduğu 47 İhraç Ürününde, O Ürünlerin Dünyada En Çok İthalatını Yapan Ülkelerin İthalatında Türkiye'nin Payına Göre Türk İhraç Ürünlerinin Konumu

Ülke	Türkiye'nin Üstünlük Modeline Göre Payı Göre Ürün Sayıları				Dünya'nın Üstünlük Modeline Göre Payı Göre Ürün Sayıları	Sıralama
	%	1-5	6-10	11-15		
Fransa	17	22	5	44	1	
Amerika	18	24	10	44	1	
ABD	4	20	9	44	1	
Büyük Britanya	13	23	9	43	4	
Kore	9	27	4	41	5	
İtalya	1	5	27	33	6	
Japonya	1	8	14	28	7	
Belçika	12	18	1	22	8	
Japonya	1	20	2	22	8	
Hollanda	12	15	2	28	10	
Filipinler	2	20	2	26	11	
Çin	2	20	2	24	12	
Australya	4	18	2	22	13	
Meksika	2	18	1	21	14	
Amerika	1	9	7	18	15	
Kore Cumhuriyeti	2	12	2	18	15	
Rusya Federasyonu	1	8	11	18	15	
Çekya	12	2	1	15	18	
İspanya	9	5	1	15	18	
Suudi Arabistan	2	3	6	12	20	
İtalya	10	1	1	12	20	
BMÜ	1	2	8	12	20	
Hong Kong Çin	1	7	2	10	22	
Hollanda	2	8	1	9	24	
Tayland	2	4	1	8	25	
Danimarka	5	1	1	7	26	
Brezilya	2	2	1	6	27	
İsviçre	1	1	2	4	27	
Norveç	1	2	1	4	27	
Singapur	1	2	1	4	27	
Ajman	2	1	1	3	29	
Çin	1	2	1	3	29	

Tablo Seçili 47 Ürünün TİM - Sektörel Sınıflaması (2017)

TİM Kodu - Sektör Adı	Türkiye RCA'sı 1 ve Üstünlük Ürün Sayısı	Türkiye RCA'sı 1 ve Üstünlük Ürünlerin GTİP Kodları
Çelik	4	720801, 720802, 720803, 720804
Demir ve Demir Dışı Metaller	2	720900, 740200
Elektronik Ekipmanlar	2	850201, 850400, 850700
Demir ve Yat	1	900100
Havaçılık ve Uzay	6	871000, 871100, 871200, 871300, 871400, 871500
Makine, Ekipman, Paçta, Tekerlek ve Aksesuarları	2	840800, 840900
İhtiva ve İhtiva Ekipmanları	1	842000
Çeşitli Makineler ve Aksesuarları	2	847900, 848000, 848100
Makine ve Aksamları	1	847300
Makine, Kargo ve Demir Ürünleri	2	847100, 847200, 847300
Mikrodenetim	2	700000, 710000
Demir ve Demir Ürünleri	18	400000, 410000, 420000, 430000, 440000, 450000, 460000, 470000, 480000, 490000, 500000, 510000, 520000, 530000, 540000, 550000, 560000, 570000, 580000, 590000, 600000
Toplam	1	240000
Genel Toplam	47	

Ticaret Bakanlığı verilerine göre 2017 yılında Türkiye 77.730 ihracatçı firma tarafından 6'lı GTİP koduna göre 4.698 ürün ihracatı gerçekleştirmiş olup toplam 156,99 milyar dolarlık gelir elde etmiştir. Yukarıda da belirtildiği üzere Türkiye dünyada en çok ithalatı yapılan ilk 200 ürünün toplam ihracatından 66,7 milyar dolar, RCA değeri 1 ve üzerinde olan 47 ürünün dünyaya ihracatından ise yaklaşık 49,3 milyar dolar gelir elde etmiştir. Tablo 28'de 47 ürüne göre ihracatçı firma sayısı (bazı firmalar birden fazla ürünün ihracatında yer almaktadır) dağılımları görülmektedir. En fazla ihracatçı firmaya

8.627 firma ile 732690 GTİP nolu "Demir/çelikten diğer eşya" ürününde görülürken, en az ithalatçı firma ise 2 firma ile 870340 GTİP nolu "Hem benzinli hem de tahrik gücü veren elektrikli motorlu diğer taşıtlar; harici güç kaynağından şarj edilenler hariç" ürününde tespit edilmiştir. Tablo 29'daki çalışmada Türkiye için hesaplanan RCA'ları 1 ve 1'den büyük 47 ürünün TİM'de mevcut durumda ihracatın sınıflandığı 26 mal sınıfına göre dağılımı görülmektedir. Adı geçen 47 ürün TİM'deki 13 sektöre dağılmıştır. En fazla ürüne 19 çeşitli ürün ile "Otomotiv Endüstrisi" sahip olurken "Gemi ve Yat", "İklimlendirme" ile "Makine ve Aksamları" sektörleri çalışmada birer ürünle yer almıştır. Söz konusu sektörlerin sıralamasında üst sıralarda yer alan Otomotiv, Çelik, Hazır giyim gibi sektörler, hâlihazırda ihracatımızda önemli ağırlığı olan sektörler olarak öne çıkmaktadır. **4.3. Türk İhraç Ürünleri için Mevcut ve Yeni Pazarlarda Potansiyel ve Fırsat Analizi** RCA değeri 1 ve üstünde olan 6'lı GTİP

kodlu 47 ürün tespit edildikten sonra bu ürünleri en çok ithal eden ilk 15 ülke belirlenmiştir. Bu ülkelerde 47 ürünün her biri için Türkiye'nin pazar payı tespit edilerek bu paylar; hiç pazar payı olmayanlar (%0), pazar payı %0-%1 arasında olanlar, pazar payı %1-%10 arasında olanlar ve pazar payı %10 ve üzerinde olanlar olmak üzere 4 ana grupta sınıflandırılmıştır. Çalışmada 47 ürün için en çok ithalat yapan ilk 15 ülke sınıflandığında 62 farklı ülkenin bu ürünlerin ithalat sıralamasına girdiği görülmektedir. Sonuç olarak Tablo 29'da belirtilen 47 ürüne ait toplam 1,75 trilyon dolarlık ithalat 62 farklı ülke tarafından gerçekleştirilmiştir. RCA'sı 1 ve üstünde olan ürünler, bu ürünleri en çok dünyada ithal eden 15 ülke ve bu 15 ülkenin her biri ile her ürünün ithalatında Türkiye'den yaptıkları ithalatın içindeki paylar tespit edildikten sonra bu 15 ülke bu paylara göre 4 alt kategoriye ayrılmıştır. Bu paylara göre ülkelerin Türkiye'den ithal ettikleri ürün sayılarının dağılımı Tablo 30'da

Tablo 32'de yer alan ürünlerin açıklamaları

GTİP Kodu	Ürün Açıklaması
8701	Küçük otomobiller motorlu taşıtlar (sırtı kapalı)
8702	Sarıya boyanmış otomobiller
7009	Sıcak suyu ısıtma, ısıtma veya soğutma için diğer
8703	Çoklu amaçlı taşıtlar için
2402	Tütün içeren sigaretler
8704	Her türlü taşıt için diğer taşıtlar (sırtı kapalı), her türlü taşıt için taşıyıcılar (sırtı kapalı)
8705	Motorlu taşıt, her türlü otomobil (sırtı kapalı) - 1000 cm ³
7010	Alta (diğer ayarlanabilir) otomobiller, yarış otomobilleri
8706	Motorlu taşıt, her türlü otomobil (1000 cm ³ - 1500 cm ³)
8707	Motorlu taşıt, diğer taşıtlar (1500 cm ³ - 2000 cm ³)
8708	Diğer taşıtlar (2000 cm ³ - 2500 cm ³)
8709	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8710	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8711	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8712	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8713	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8714	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8715	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8716	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8717	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8718	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8719	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8720	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8721	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8722	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8723	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8724	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8725	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8726	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8727	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8728	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8729	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8730	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8731	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8732	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8733	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8734	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8735	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8736	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8737	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8738	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8739	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8740	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8741	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8742	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8743	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8744	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8745	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8746	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8747	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8748	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8749	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8750	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8751	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8752	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8753	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8754	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8755	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8756	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8757	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8758	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8759	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8760	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8761	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8762	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8763	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8764	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8765	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8766	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8767	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8768	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8769	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8770	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8771	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8772	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8773	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8774	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8775	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8776	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8777	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8778	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8779	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8780	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8781	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8782	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8783	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8784	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8785	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8786	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8787	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8788	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8789	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8790	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8791	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8792	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8793	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8794	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8795	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8796	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8797	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8798	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8799	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)
8800	Motorsuz taşıtlar (sırtı kapalı)

ürünler;

Farklı adetlerde olmak üzere, toplam 47 ülkenin Türkiye'nin iddialı olduğu 45 üründe yaptıkları ithalatta Türkiye'nin payı %0'dan büyük %1'den küçüktür. Bu 47 ülke içinde ABD'nin 30 üründe, Japonya'nın 29 üründe, Kanada'nın ise 27 üründe dünyadan yaptıkları ithalatta Türkiye'nin payı %0'dan büyük %1'den küçük görünmektedir. Ayrıca toplam 16 ülkenin de 1 üründe dünyadan yaptıkları ithalatta Türkiye'nin payının %0'dan büyük %1'den küçük olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, Tablo 31'de görüleceği üzere, 3 üründe 14 ülkenin, 1 üründe 13 ülkenin, 4 üründe 12 ülkenin, 2 üründe 11 ülkenin, 4 üründe 10 ülkenin, 4 üründe 9 ülkenin, 5 üründe 8 ülkenin, 2 üründe 7 ülkenin, 6 üründe 6 ülkenin, 4 üründe 5 ülkenin, 1 üründe 4 ülkenin, 5 üründe 3 ülkenin, 2 üründe 2 ülkenin ve 1 üründe de 2 ülkenin ithalatında Türkiye'nin payının %0 ile %1 aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye'nin ihracatında iddialı olup pazar payı %1-%10 arasında olan ürünler;

Farklı adetlerde olmak üzere, toplam 30 ülkenin Türkiye'nin iddialı olduğu 47 üründe de yaptıkları ithalatta Türkiye'nin payı %1'den büyük %10'dan küçüktür. Bu 30 ülke içinde İtalya'nın 27 üründe, Almanya'nın 24 üründe, Fransa'nın ise 22 üründe dünyadan yaptıkları ithalatta Türkiye'nin payı %1'dan büyük %10'dan küçük görünmektedir. Toplam 8 ülkenin 1 üründe dünyadan yaptıkları ithalatta Türkiye'nin payının %1'den büyük %10'dan küçük olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, Tablo 31'de görüleceği üzere, 1 üründe 11 ülkenin, 4 üründe 9 ülkenin, 4 üründe 8 ülkenin, 6 üründe 7 ülkenin, 6 üründe 6 ülkenin, 7 üründe 5

ülkenin, 2 üründe 4 ülkenin, 5 üründe 3 ülkenin, 6 üründe 2 ülkenin ve 1 üründe de yine 6 ülkenin ithalatında Türkiye'nin payının %1 ile %10 aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye'nin ihracatında iddialı olup pazar payı %10 ve üzerinde olan ürünler;

Farklı adetlerde olmak üzere, toplam 21 ülkenin Türkiye'nin iddialı olduğu 24 üründe yaptıkları ithalatta Türkiye'nin payı %10'dan büyüktür. . Bu 21 ülke içinde İspanya'nın 13 üründe, Almanya'nın 10 üründe, Birleşik Krallık'ın 9 üründe, Fransa ve İtalya'nın ise 5 üründe dünyadan yaptıkları ithalatta Türkiye'den yaptıkları ithalatın payı %10'dan büyük görünmektedir. Toplam 12 ülkenin 1 üründe dünyadan yaptıkları ithalatta Türkiye'nin payının %10'dan büyük olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, Tablo 31'de görüleceği üzere, 1 üründe 9 ülkenin, 2 üründe 6 ülkenin, 3 üründe 5 ülkenin, 1 üründe 4 ülkenin, 2 üründe 3 ülkenin, 3 üründe 2 ülkenin ve 1 üründe de 12 ülkenin ithalatında Türkiye'nin payının %10'dan büyük olduğu tespit edilmiştir.

RCA'sı 1 ve üstünde olan 47 ürün için dünyada en çok ithalat yapan 62 farklı ülkenin her bir ürünün ithalatındaki Türkiye'nin payının dağılımı Tablo 31'de görülmektedir.

Tablo 30'daki veriler incelendiğinde, örnek olarak ele alınan Fransa'nın söz konusu 47 ürünün 44'ünde ülkemizden ithalat yaptığı, 3 üründe ise ithalatta ilk 15'e giremediği gözlemlenmiştir. Tablo 34'te görülebileceği üzere Fransa, bu 3 üründe de çeşitli ülkelerden ithalat yapmaktadır. 710812 GTİP nolu üründe Fransa dünyada 23. büyük ithalatçı konumunda iken Türkiye'nin Fransa'nın ithalatında neredeyse hiç payının olmadığı görülmektedir. Aynı durum 710812 GTİP nolu ürün için de geçerlidir. Fransa bu ürünün ithalatında dünyada 24. büyük ithalatçı konumunda iken Türkiye'nin Fransa'nın ithalatında hiç payının olmadığı görülmektedir. Fransa 87041 GTİP nolu üründe ise dünya ithalatında 18. sırada yer alırken Türkiye'nin Fransa'nın ithalatında %10,03 payının olduğu görülmektedir.

Türkiye rekabet üstünlüğüne sahip olduğu 47 ürünün 45'inde Fransa'nın ithalatında belli paylara sahip iken 2 ürünü ise Fransa'ya ihraç edememektedir. Bu 2 ürün için Türkiye'nin dünyaya ihraçı mevcut iken Fransa'nın ithalatında pazar payı hiç bulunmamaktadır. İhracatçılarımızın Fransa'nın dünyadan

yaptığı ithalatta bu 2 üründen pazar payı almak için çalışmaları gerekmektedir. Fransa örneğinde olduğu gibi, ABD'de de Türkiye'nin açıklanmış göreceli avantaja sahip olduğu 47 üründen 44'ünün ithalatında dünyada en çok mal ithal eden ilk 15 ülke sıralamasına girerken 44 ürünün 40'ünün ithalatında Türkiye'nin payı olduğu görülmektedir. 47 üründen 4'ünü ise Türkiye'den hiç ithal etmemektedir. Bu ürünler 870120, 870340, 870331 ve 870332 GTİP kodlu ürünlerdir. Diğer taraftan, Türkiye'nin açıklanmış göreceli avantaja sahip olduğu 47 üründen 3'ünde ise ABD dünyada en çok ithalat yapan ülkeler sıralamasında ilk 15 ülke arasında yer almamaktadır.

ABD bu 3 üründen 890120 GTİP kodlu üründen 2017 yılında hiç ithalat yapmamıştır. 870331 GTİP kodlu üründen 1,2 milyon dolar ithalat gerçekleştirirken dünyada ithalat sıralamasında 82. sırada yer almış ve Türkiye'den bu üründen hiç ithalat yapmamıştır. 870332 GTİP kodlu üründen ise 2017 yılında 802,9 milyon ABD doları ithalat gerçekleştirirken dünyada ithalat sıralamasında 30. sırada yer almış ve Türkiye'den bu üründen de hiç ithalat yapmamıştır.

Almanya da Türkiye'nin açıklanmış göreceli avantaja sahip olduğu 47 üründen 44'ünün ithalatında dünyada en çok mal alan ilk 15 ülke sıralamasına girerken bu ürünlerin ithalatında Türkiye'nin değişik oranlarda payı olduğu görülmektedir.

Türkiye'nin açıklanmış göreceli avantaja sahip olduğu 47 üründen 3'ünde ise Almanya dünyada en çok ithalat yapan ülkeler sıralamasında ilk 15 ülke arasında yer almamaktadır. Bu ürünler 720839, 870431 v 890120 GTİP kodlu ürünlerdir. Almanya bu 3 üründen 720839 GTİP kodlu üründen 119,7 milyon dolar ithalat gerçekleştirirken dünyada ithalat sıralamasında 31. sırada yer almış ve Türkiye'den bu üründen hiç ithalat yapmamıştır. 870431 GTİP kodlu üründen 83,4 milyon dolar ithalat gerçekleştirirken dünyada ithalat sıralamasında 21. sırada yer almış ve Türkiye'den bu üründen 38,6 milyon dolar ithalat yapmıştır. Almanya bu üründe ithalatının %46,4'ünü Türkiye'den yapmıştır. Son olarak, 890120 GTİP kodlu üründen 2017 yılında 153,9 milyon dolar ithalat gerçekleştirirken dünyada ithalat sıralamasında 18. sırada yer almış ve Türkiye'den bu üründen 72,5 milyon ABD doları ithalat yapmıştır. Almanya bu üründe ithalatının %46,9'unun Türkiye'den yapmıştır.



E-İHRACAT VE E-İHRACAT'TA BAŞARILI ÜLKELERİN UYGULAMALARI

E-İHRACAT

E-ihracat, ürünlerin online satış kanallarını (internet sitesi, elektronik pazaryerleri, Instagram, Facebook vb.) üzerinden yurt dışında bulunan bireysel müşterilere satılması ile gerçekleştirilen ticaret olarak tanımlanmaktadır.

E-ihracat yapılırken, sistemin dinamiklerini oluşturan bir e-ticaret platformuna gerek duyulmaktadır.

Bu platform, işletmeyle iletişime geçecek bireysel müşterileri belirler. Müşterilere yapılan satışın ardından KDV'siz satış faturası düzenlenip, bu siparişin mikro ihracat yoluyla ve Elektronik Ticaret Gümrük Beyanı (ETGB) düzenlenerek çıkışı sağlandığında e-ihracat yapılmış olur.

Sınır Ötesi E-Ticaret: E-İhracat

Dünyada rekabet edebilen ve güçlü ekonomiye sahip ülkeler arasına girebilmek için, üretmek ve üretilen mal veya hizmetleri iç pazar dışında global pazar-

larda da satabilmek oldukça önemlidir. Dijitalleşmenin bizlere sağladığı avantajlardan biri olan e-ihracat, sınırların ortadan kalkmasına ve bu sayede dünyanın bir ucundaki insanların/firmaların dünyanın diğer ucunda satış yapabilmesine imkan sağlamaktadır.

Küresel boyutta yaşanan gelişmeler doğrultusunda, ülkemizin ihracat hedeflerine ulaşması için firmalar, e-ihracatın sunduğu imkânlar konusunda bilinçlendirilip bu alana yönlendirilmelidir. İhracat hedeflerinden biri de Türkiye'de gerçekleştirilen e-ihracatın toplam ihracat içerisinde %0,3 olan payının, 2023 yılına kadar %5'e çıkarılmasıdır.

E-İhracat Nasıl Yapılır?

E-ihracatın avantajlarından etkilenen pek çok orta ve küçük ölçekteki işletme için en büyük sorun, sürecin nereden başlayacağını ve nasıl işleyeceğini bilinmemesidir. E-ihracat sürecinden önce

ve ihracat sırasında dikkat edilmesi gereken pek çok nokta bulunmaktadır. E-ihracat yapmayı hedefleyen bir firma için öncelikli iş adımları, aşağıdaki gibi düşünülebilir.

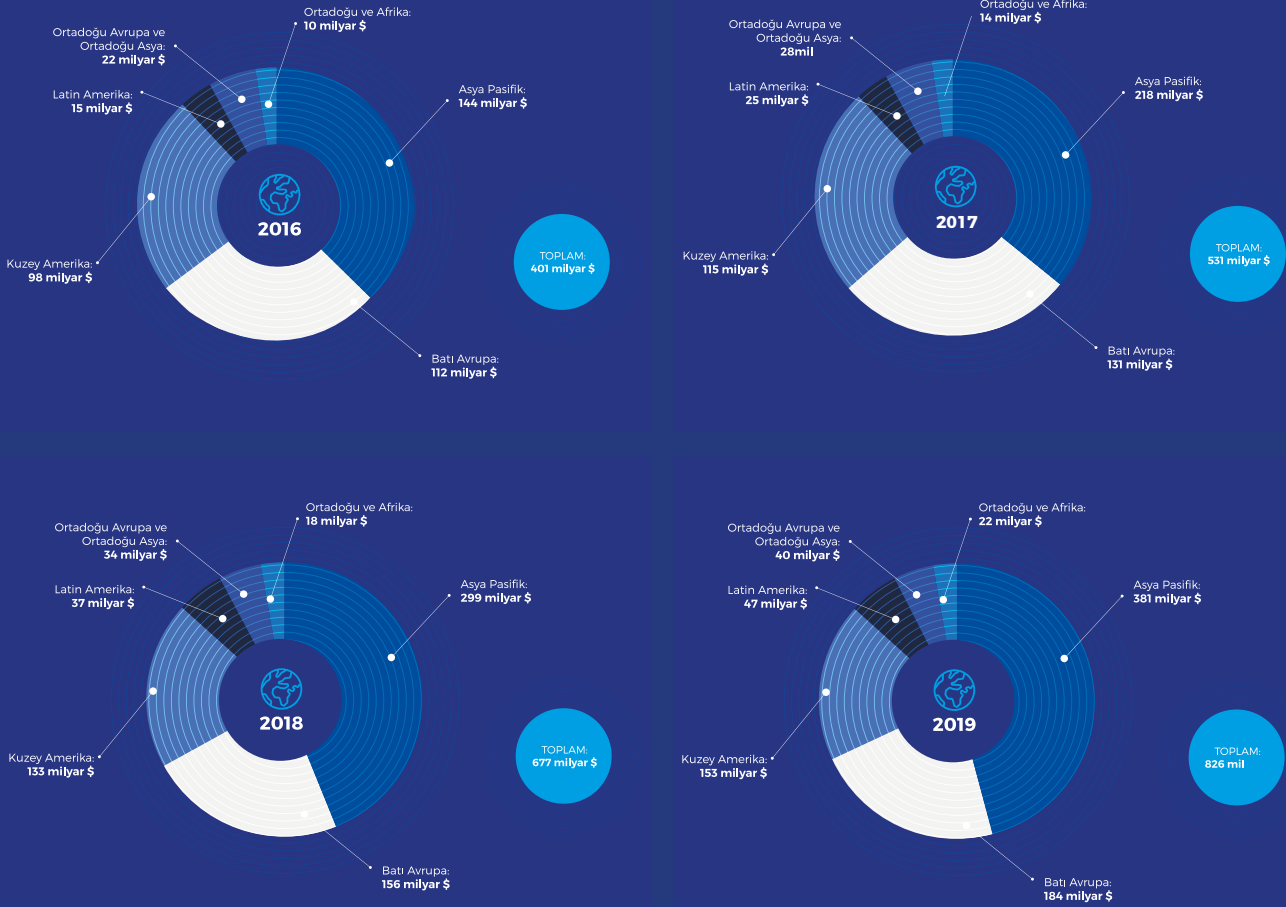
- **E-İhracat Potansiyelini Belirlemek**
Küçük ve orta ölçekli bir işletme, e-ihracat için önemli bir sermaye ve zaman ayırmadan önce mevcut operasyonlarını, ürün ve hizmetlerini dikkate alarak değerlendirmelidir.

- **E-İhracat Planı Hazırlamak**
İhracat sürecinde iyi hazırlanmış bir ihracat planına sahip olmak kilit öneme sahiptir. E-ihracat sürecinde de bu durum farklı değildir. Firmalar ihracat süreçlerini iyi planlamalı ve süreç boyunca karşılaşılabilecekleri problemlere hazırlıklı olmalıdır.

- **Ürünü Yabancı Piyasalara Göre Düzenlemek**

E-ihracat yapmayı hedefleyen bir işletme, yabancı piyasaya girmeden önce ürününün mevcut haliyle piyasaya

E-İhracat harcamalarının bölgesel bazlı yıllara göre değişimi incelendiğinde;



uygun olup olmadığını incelemelidir. Hedeflenen piyasadaki tüketicilerin tercihleri ve ülkenin yasal gerekliliklerine göre üründe değişimler yapmanın gerekli olup olmadığı iyi değerlendirilmelidir.

• E-İhracat ile İlgili Yasal Konuları Araştırmak

İhracat yapılması hedeflenen ülke veya ülkelerin yasa ve mevzuatları, ürünün üretildiği ülkeden çok daha farklı olacaktır. Bunun yanı sıra ürünün üretildiği ülkelye e-İhracat hedeflenen ülke ve ülkeler arasındaki uluslararası ilişki düzeyini, varsa özel anlaşmaları bilmek de oldukça önemlidir.

• İnternet Sitesini Yurt Dışına Açmak

E-İhracat yapmak isteyen firmalar, ürünlerine erişimin kolaylığından emin olmak için mevcut internet sitelerini yurt dışından kolaylıkla erişilebilecek hale getirmelidir. İnternet sitesinin hedeflenen piyasalarda konuşulan dillerle hizmet verebiliyor olması, firmayı müşteriler için çekici hale getirecektir.

• Ürünün Sevkiyatı

E-İhracat gerçekleştirecek firmaların, ürünlerinin sağlam ve hızlı bir şekilde hedeflenen adrese ulaştığından emin olması için doğru bir lojistik planı olmalıdır. Gönderilecek ürünün kat edeceği mesafe ve kırılganlığı hesaba katılarak paketlenmeli, paket üzerindeki etiketlerin iletileceği ülkeye uygun şekilde hazırlanması gerekmektedir.

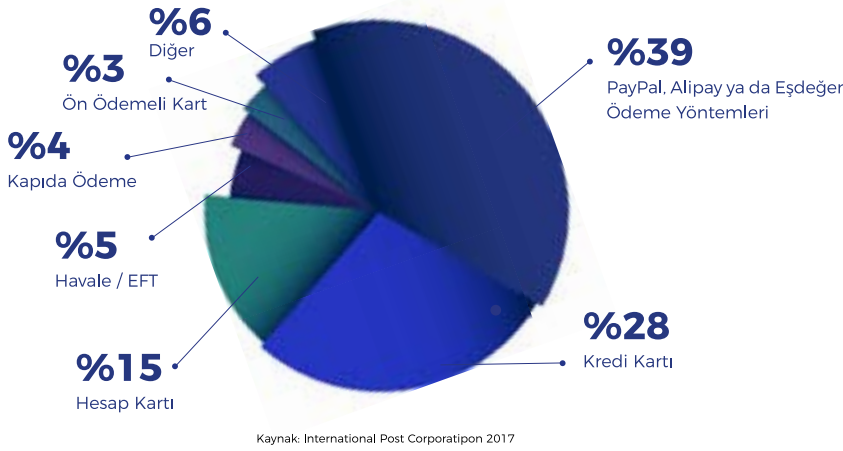
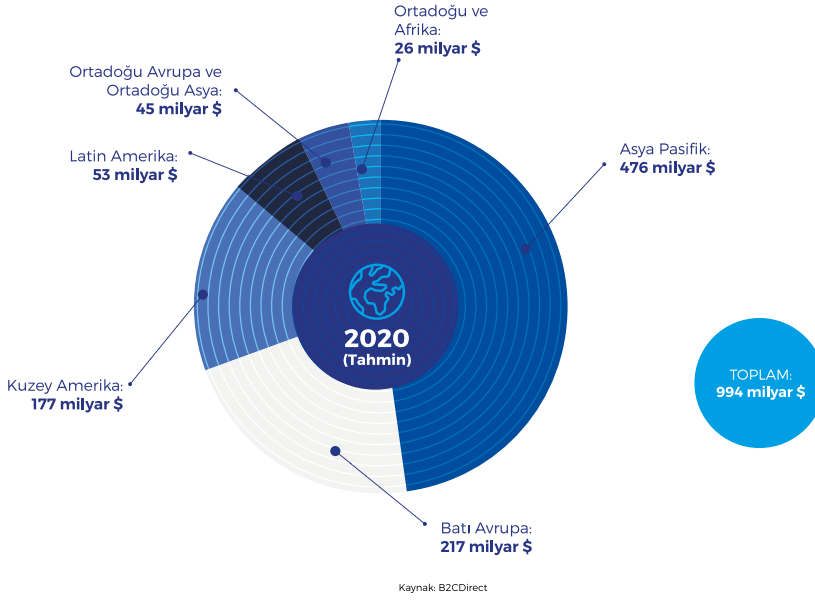
Firmalar İçin Sınır Ötesi E-Ticaret

Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler, yurt dışındaki pazarlarda büyük çapta ihracat yapan firmalarla rekabet etmekte zorlanır. Bunun sebebi küçük ve orta ölçekli işletmelerin sunabileceği arzın, büyük çapta ihracat yapan firmalara göre çok daha düşük oranda olmasıdır. Ayrıca klasik yöntemlerle kullanılan bir ihracat ağının getirdiği yasal yükümlülükler ve lojistik maliyetler, küçük ve orta ölçekli işletmeler için ciddi zorluklar oluşturabilir. Diğer yandan yabancı bir ülkedeki piyasaya giriş yapmak, ol-

dukça karmaşık ve zaman alıcı bir süreçtir.

E-İhracat ise özellikle küçük ve orta ölçekteki işletmeler için bu sorunların aşılabilmesine büyük katkı sağlamaktadır. Dünya üzerinde 4,3 milyardan fazla insanın, internet erişimi olduğu bilinmektedir. Kapsamlı ve kullanışlı bir internet sitesi ile verimli reklam politikası, küçük çapta bir işletmenin dünyanın dört bir yanındaki müşterilere ulaşmasını mümkün kılmaktadır. Bu süreçte büyük maliyetler ve zaman da gerekmez.

E-İhracat, ihracatçıların oldukça esnek davranabilmesine yardımcı olur. Doğrudan tüketiciyle iletişim kurulabileceği gibi işletmeden işletmeye ilişki kurularak ihracat gerçekleştirilebilir. Afrika, Asya ve Latin Amerika ülkelerinde pek çok işletme, büyük ölçekli ithalatçılara karşı kendi sermayelerini aşan ithal ürünlere yönelmek yerine, e-İhracat yoluyla piyasaya çeşitlilik sunacak ürünlere yönelmektedir. Doğrudan farklı bir ülke piyasasında hizmet veren bir işlet-



meyle çalışmak, o ülkenin piyasasında yer alabilmek için önemli bir avantajdır. Ayrıca e-ihracat sürecinde risk payı, konvansiyonel ihracata göre oldukça düşüktür. E-ihracat sürecinde ihracatçılar, uzun vadeli planlara ve büyük çapta lojistik faaliyetlere ihtiyaç duymadan aldıkları siparişlere göre gönderi yaparlar. Küresel veya ulusal çapta bir ekonomik dalgalanma ihracatçıyı etkilemez, hatta döviz girdisi artacağından böyle bir durumdan faydalanabilir. Örneğin kur farkı nedeniyle yaşanacak bir fiyat değişiminde, e-ihracatçı uzun vadeli anlaşmalar yapmadığından geliri otomatik olarak artar.

Konvansiyonel ihracata göre e-ihracatın ihracatçı açısından en önemli avantajlarından birisi de ödeme sürecidir. Konvansiyonel ihracatçılar; banka teminatları, uzun vadeli ödeme planları vb. ile uğraşması gerekirken, e-ihracatçılar uluslararası bir ödeme kuruluşuyla an-

laşma sağlayarak hemen ödemelerini almaya başlayabilir. Bütün bu avantajların yanı sıra, e-ihracatçılar tıpkı konvansiyonel ihracatçılar gibi vergi indirimleri, reklam süreçleri, yurt dışındaki fuarlara katılım gibi pek çok destek ve teşvikten yararlanmaya devam eder.

Kullanıcılar İçin Sınır Ötesi E-Ticaret

İstatistiklere göre dünya nüfusu 7,5 milyarını aşmış durumda. Dünya nüfusunun yaklaşık %57'si -4,4 milyar insan- internet kullanıcısı haline gelmiştir. 2016 yılında Türkiye, 46,2 milyon internet kullanıcısı ile %58 internet penetrasyonuna sahipken; 2018 yılına gelindiğinde penetrasyon oranı %72'ye yükselerek 59,3 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. Sadece 2 yıl içerisinde internet kullanıcı sayısı yaklaşık 13,1 milyon artmıştır. Bu artış, ilerleyen yıllarda oranın daha da yükseleceğinin işareti olarak yorumlanabilir. 59,3 milyon internet kullanıcısının 6

milyonunun, mobil internet kullandığı bilinmektedir.

İnternet; tüketicilerin küresel olarak çevrimiçi alışveriş yapmalarını, kendi ülkelerinde olmayan ya da çok pahalı olabilecek ürün ve hizmetleri, diğer ülkelerdeki internet sitelerinden ve çok uluslu satıcılara ev sahipliği yapan elektronik pazaryerlerinden satın almalarını sağlamaktadır. Sınır ötesi e-ticaret, her yerde çevrimiçi alışveriş yapmayı mümkün kılmaktadır.

Artan internet penetrasyonu ve akıllı telefon kullanımı ile dünyanın tüm ülkelerinde e-ticaret hacmi her yıl büyümektedir. Bu durumun oluşmasında internet ve mobil cihazların yaygınlaşmasının büyük payı bulunmaktadır.

2018 yılında dünyada 2,8 milyar insan e-ticaret harcaması yapmıştır. Yapılan bu harcamalar ile 1,8 trilyon \$'lık gelir elde edilmiştir. Ülkemizde e-ticaret, 2010'lu yıllarda hayatımızın bir parçası olmaya başlamıştır. 2018 yılına gelindiğinde e-ticaret pazar hacmi 6,108 milyar \$ seviyesine ulaşmıştır.

E-ihracat'ta Başarılı Ülkelerin Uygulamaları

Dünyanın önde gelen ülkeleri, firmaların müşterilere çok daha kolay şekilde ulaşabildiği e-ticaret ile ihracat oranlarını artırmak için satıcılara pek çok konuda destek sağlamaktadır.

İngiltere

İngiltere Ticaret Bakanlığı'nın 2014 yılında duyurduğu Online İhracat Paketi, bu alanda bir hükümet tarafından hazırlanan ilk destek paketi olma özelliği taşıyor. İngiliz hükümeti bu paket yardımıyla 2020 yılına kadar dış ticarete 1 trilyon poundluk bir hacme ulaşmaya çalışıyor. Bu amaçla İngiltere Ticaret Bakanlığı, e-ihracat alanında faaliyet göstermek isteyen firmalara dikkat edilmesi gereken noktalarla ilgili ücretsiz danışmanlık hizmeti sağlıyor. Bakanlık çatısı altında kurulan "Uluslararası Ticaret Departmanı" (DIT) aracılığıyla sağlanan danışmanlık hizmetleri, online veya ülkenin çeşitli bölgelerinde kurulan ofisler aracılığıyla sağlanıyor. Bunların dışında DIT, "e-Danışmanlık Bankası" isimli sistem aracılığıyla, e-ihracat alanında faaliyet göstermek isteyen firmaların akıllarındaki soruların cevaplarına kolayca ulaşabilmeleri için alanında uzman ve tecrübeli isimlerin görüşlerini firmalarla paylaşıyor. Ayrıca

bilgilendirme çalışmaları kapsamında, yurt dışındaki pazarların önde gelen isimlerinin e-ihracat yapan firmalarla buluşturulduğu etkinlikler ve seminerler düzenleniyor.

DIT, İngiliz firmalarının yurt dışına çıktıktan sonra karşılaştıkları sorunların çözülmesi amacıyla, dış ticarete etkin olunan ülkelerde açtığı ofislerle ihracatçıların sorunlarının çözülmesinde de devlet garantisinde destek sağlıyor. Bütün bunların yanı sıra, İngiliz firmalarının fikri mülkiyet haklarının korunması için Çin – İngiliz İş Konseyi ve Alibaba arasında imzalanan “Fikri Mülkiyetin Korunmasıyla İlgili Mutabakat Zaptı” ile İngiliz firmalarının fikri mülkiyet haklarını zedeleyen ürünlerin Alibaba aracılığıyla satışına izin verilmeyeceğinin taahhüdü alınıyor. (1)

Çin

Çin hükümeti, 1990’lardan itibaren yurt dışındaki firmaların üretimlerini Çin sınırlarına taşımaları için teşvikler sağlarken, Çin’de üretim yapan firmaların ihracata yönelmeleri için de pek çok kolaylık ve teşvik sağlıyor. Dünyanın en yüksek rakamlarda e-ticaret/e-ihracat faaliyetlerinin gerçekleştirildiği ülke olan Çin, bu faaliyetlerinin sınırlarını dünyaya yaymak istemektedir. Çin hükümeti ihracatta devlet desteklerini hiçbir zaman esirgememektedir.

Çin’in e-ihracat hacmini arttırmak için firmalara sağladığı en önemli kolaylık China Post’tur. Bir devlet kuruluşu olan bu lojistik firmasının sunduğu çok düşük gönderi ücretleri hem alıcılar hem de satıcılar için oldukça caziptir. Los Angeles’tan satın alınan bir ürünün New York’a ulaştırılma maliyeti 20 doları geçerken, China Post aynı ağırlıktaki bir paketi Pekin’den New York’a yalnızca 5 dolara ulaştırabilmektedir. (2) Ayrıca Çin hükümeti, ihracat rakamlarını arttırmak için denetim sıklığını düşürmeyi ve ihracat yapmak isteyen firmalara düşük maliyetli krediler sağlamayı taahhüt etmektedir. Yine bir devlet kuruluşu olan Union Pay sayesinde pek çok farklı firmanın ödeme sistemi, ödemelerin satıcılara aktarılmasının veya iade durumunda alıcıya geri gönderilmesinin tek bir çatı altında yapılmasını sağlıyor. Örneğin 2016 yılında ücret iadeleri 15 iş günü içerisinde gerçekleşirken, entegre servisler aracılığıyla bugün 24 saat içerisinde gerçekleştirilebilmektedir. (3)

Amerika Birleşik Devletleri

ABD, e-ihracat alanında ticaret hacmini genişletmek amacıyla çeşitli teşvik programları yürütmektedir. Son yıllarda Gümrük ve Sınır Muhafaza Departmanı aracılığıyla, e-ihracata yönelmek isteyen firmalara danışmanlık hizmeti sağlamaktadır. Bu departman çatısı altında kurulan E-Ticaret İnovasyon Laboratuvarı (EIL), Amerikan firmalarına; e-ticaret yoluyla ulaşılabilecek yabancı pazarları, dijital stratejik plan-çözümleri ve e-ticaret internet sitelerinin küreselleştirilmesiyle ilgili destek faaliyetleri sağlamaktadır.

Gümrük ve Sınır Muhafaza Departmanı’nın yayımladığı E-Ticaret Strateji Planı’nda; e-ihracat yatırımları yapmak isteyen Amerikan firmalarının dikkat etmeleri gereken konular, yabancı pazarlarla ilgili bilgiler ve genel tavsiyeler yer almaktadır. Yine ABD hükümetinin çeşitli e-ticaret platformlarıyla yaptığı anlaşmalar ile firmaların bu platformlarla iletişimi ve platformların kullanımının kolaylaştırılması hedeflenmektedir. Amerikan firmalarının Çinli rakipleri karşısındaki en büyük dezavantajını, gönderim maliyetleri oluşturmaktadır. Çin devlet kurumu China-Post’un uygun fiyatlar ve hızlı teslimat sağlamasıyla pek çok kez, ABD içerisinden alınabilecek ürünler için müşteriler, Çinli satıcılara yönelmiştir. Amerikan Devlet

Başkanı Donald Trump, birkaç yıl önce Birleşmiş Milletler denetiminde Dünya Posta Birliği kuralları gereği, ABD’nin China Post’a sağlaması gereken belli kurallar olduğunu ve ABD’li firmalar ile Çinli firmaların eşit şartlarda rekabet etmeleri için bu kuralı değiştirmek istediğini belirtti (4). Eğer ABD, China Post gönderilerine ek yükümlülükler getirilebilir ya da devlet posta hizmetleri aracılığıyla uygun fiyatlı gönderi teklifleri sunabilirse ABD’li şirketler için önemli bir avantaj sağlanmış olacaktır.

1- <https://www.gov.uk/government/news/online-exporting-package-launched-to-help-british-businesses-sell-while-they-sleep>

2- <https://www.ft.com/content/876bc3ec-aadb-11e8-8253-48106866cd8a>

3- <https://www.straitstimes.com/asia/e-commerce-in-chinaspreads-its-cross-border-wings-becoming-main-growth-engine-for>

4- <https://www.forbes.com/sites/enriquedans/2018/10/19/donald-trump-says-its-time-china-started-paying-the-going-rate-for-mail-deliveries/#5671605f3446>

Kaynak: Türkiye İhracatçıları Meclisi E-İhracat Ortak Akıl Çalıştayı Raporu





KAMU KURUMLARI/İŞLETMELERİN YENİDEN YAPILANMA BECERİSİ: REORGANİZASYON

1. GİRİŞ

Son yıllarda dünyada ve ülkemizde politik, ekonomik, teknolojik, sosyal alanlarda birçok yenilik ve değişiklik ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan değişimler neticesinde toplumun aktörleri arasında yer alan kuruluş ve işletmeler gerçekleşen gelişmelerden etkilenmiştir. Bir zincir halinde kuruluş ve işletmelerin amaçları, unvanları, görev ve sorumlulukları zaman içerisinde hızlı bir şekilde değişim geçirmiştir.

Dünya'da yaşanan süreçler neticesinde, kuruluş ve işletmelerin organizasyonlarında da değişim zorunlu hale gelmektedir. Çünkü bu değişiklikler kurum ve kuruluşların, işletmelerin organizasyon-

larını bir uyum sorunu ile karşı karşıya getirmektedir. Tüm bu gelişmelerin doğal bir sonucu olarak organizasyonlarda köklü bir reorganizasyon ihtiyacı baş göstermektedir. Harvard İş İdaresi Okulu Profesörlerinden L.E. Greiner'in yapmış olduğu çalışmalar neticesinde organizasyonların tüm yapılarının gözden geçirilmesi gerekliliği görüşü öne çıkmıştır.

Ülkemizde reorganizasyon ile ilgili kurum ve kuruluşlarda ne kadar ve ne ölçüde çalışmalar yapıldığını gösteren istatistik bir veri olmasa bile hem kamu kurumlarında ve özel sektör kuruluşlarında hem de işletmelerde önem arz eden konuların başında yeniden yapı-

lanma çalışmaları gelmektedir.

Bu çalışmada geniş bir kitleyi ilgilendiren, işletmelerin ve kuruluşların değişimler karşısında ortaya çıkan sorunlara karşı geliştirdikleri çözüm yolu olarak nitelendirilen reorganizasyon konusu derinlemesine incelenmeye çalışılacaktır.

2. REORGANİZASYON NEDİR?

Reorganizasyon kavramını tanımlamadan önce organizasyon kavramının tanımını bilmek yerinde olacaktır. Genel anlamda şirketlerin hangi birim ve pozisyon tanımlarıyla; pozisyonların ise birbirleriyle hangi hiyerarşik ilişkiler çerçevesinde konumlanacağını tanımlandığı çalışmalara verilen addır. Diğer bir tanımıyla

organizasyon; işlerin ya da faaliyetlerin aksamadan yürütülmesini sağlamak için yapılan düzenlemeler, oluşturulan kurumsal yapı, örgüt veya hazırlanan ilkeler olarak tanımlanmaktadır.

Kurumlar zaman zaman faaliyet alanlarındaki farklılaşmalar, iş süreçlerindeki iyileştirme, fırsat ve gereksinimleri, yönetim yaklaşımındaki değişiklikler vb. nedenlerle mevcut organizasyon yapılarını değiştirme ve yeniden yapılanma ihtiyacı duyarlar. Bu ihtiyaç, kurumun belli bir faaliyet alanı, fonksiyonu vb. ile sınırlı olabileceği gibi bazı durumlarda organizasyonun geneline yönelik bir gereklilik de olabilir. Buradan hareketle reorganizasyon kelime olarak yeniden yapılanma anlamına gelmektedir.

Reorganizasyon; işletme/kurum içi ve işletme/kurum dışı faktörler karşısında yetersiz kalan organizasyon yapısının yeniden düzenlenerek en etkili hale getirilmesi yönünde işletme amacına yönelik ve planlı bir şekilde yapılan çalışmaların bütünüdür. Kurumların; organizasyon yapısındaki ve departmanlara ayırmadaki değişikliklerin, finansal yapının, amaçların ve politikaların gözden geçirilerek yeniden düzenlenmesi, bu amaçlara varmak için otorite, sorumluluk ve haberleşme ilişkilerinin yeniden belirlenmesi ve tanımlanmasıdır.

3. NEDEN REORGANİZASYON?

Reorganizasyonun tam karşılığı yeniden örgütlenmedir. Siyasi, ticari, sosyal, kültürel hatta dini kurumlar bile zaman zaman kendisini gözden geçirerek yenilenmeye ihtiyaç duymaktadırlar. Yenilenme ihtiyacı bazen hukuki bir zaruretten kaynaklanırken bazen de bir örgütün kendi alanındaki gelişmelerin gerisinde kalmasından kaynaklanmaktadır. Yeniden örgütlenme yani reorganizasyona eskiden uzun aralıklardan sonra (örneğin; on yılda bir) başvurulurken,

Şekil 1. Reorganizasyonu Zorunlu Kılan Hususlar



günümüzde ise daha kısa sürelerde ihtiyaç duyulmaktadır. Reorganizasyon ile kurumda mevcut olan iş tanımlarının, yetki ve sorumlulukların, iletişim yöntemi ve kanallarının da yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Reorganizasyon çalışmasının amacı kurumun amaç ve hedeflerine etkin şekilde ve daha verimli biçimde ulaşabilmesini ve belirlediği büyüme stratejisini daha kolaylıkla icra edebilmesini sağlayacak nitelikte ve ihtiyaçlarına uygun özellikte bir organizasyon yapısına kavuşturulmasını sağlamaktır. Keza, yapının ideal şeklini alması sonucu gerçekleştirilmesi düşünülen unvan revizyonu çalışması ise kurumda farklı bölüm ve birimler açısından bir unvan standardizasyonun oluşturulmasını sağlayarak diğer insan kaynakları sistemlerini kurmaya, revize etmeye yönelik çabalara temel teşkil edecektir.

Her durumda amaç:

- Kurumun mevcut iş modeli ve uzun dönemli hedef ve stratejileri ile uyumlu,
- Süreçlere ilişkin görev, yetki ve sorumluluk paylaşımını net bir biçimde tarif eden,
- Bilgi akışı, iletişim ve iş birliğini destekleyen,
- Faaliyetlerin ihtiyaç duyduğu etkin, yerinde ve hızlı karar destek sistemlerinin oluşturulduğu,

• Mevcut ve potansiyel çalışanlara anlamlı görevler sunan bir organizasyon yapısını kurgulamak ve yaşama geçirmektir.

Reorganizasyona bazen kurumun dışında gerçekleşen sebepler (teknolojik gelişmeler, kanuni değişiklikler, ekonomik değişiklikler, kültürel sebepler vb.) neden olurken bazen de kurum içinde gerçekleşen ve müdahale edilmesine gerek duyulan durumlar yol açabilir.

3.1. İdarecinin Değişmesi:

İlk olarak, üst kademe yöneticilerin değişmesi reorganizasyonun en önemli sebebi olarak kabul edilmektedir. Yeni idarecinin kişiliği, bakış açısı, çalışma alışkanlığı, uzmanlığı ve beşerî ilişkilerdeki tutumu reorganizasyonu gerekli kılabilir. Diğer yandan yeni idarecinin otoriter, demokratik veya liberal kişilik yapısı da organizasyonda değişiklik yapılmasını gerektirebilir.

3.2. Yenilenme İhtiyacının (Eksikliklerin) Hissedilmesi:

İşletme veya kurum/kuruluşlarda eksikliklerin belirgin hale gelmesi ve bu durumun aktörler arasında rahatsız edici bir şekil alması yeniden yapılanma ihtiyacı doğurmaktadır. Bu kapsamda işletme/kurumun bünyesinde bulundurduğu eksiklikler aşağıdaki gibidir:

- Karar verme ve uygulamada hız kaybı,
- Önemli hatalar yapılması ve bunun sık sık tekrarlanması,
- Bilgi sahibi olmayan idarecilere önemli kararlar için yetki verilmesi,
- Haberleşmenin yetersiz olması,
- Aşırı kontrol alanı dolayısıyla kontrolün zayıflaması,
- Etkisiz komite çalışmaları,
- Amaçların sınırlarının kesin ve net bir şekilde belirlenmemesi,
- İdarecinin sık sık değişmesi,
- Fazla çalışma, asabi davranışlar ve genel hoşnutsuzluk,
- Uzun vadeli planlamada yetersizlik,
- Yeni fikirlerin eksikliği.

3.3. Teknolojik Gelişmeler:

Her geçen gün değişen ve gelişen teknolojinin işletme/kurumlara etkisi çok yönlü ve derindir. Günümüzde geliştirilen yeni teknolojiler, tüketici/üye taleplerinde önemli değişikliklere yol açmaktadır. Dolayısıyla işletme ya da kurumların da teknolojik gelişmelere uygun olarak, kendi bünyelerinde bazı değişiklikler yapmalıdır.

Teknolojik gelişmelere ayak uyduramayan yöneticilerin, eskimesi her fertle ilgili şahsi bir sorundur. Fakat işletme-

Tablo 1. Neden Reorganizasyon

Yeniden sağlanan amaçlara ve değişen politikalara uyum sağlamak
Değişen çevre koşullarına uyum sağlamak
Değişen teknoloji
Müşterilerin/üyelerin sayısındaki değişime cevap verme
Yeni ürün ya da hizmet sunmak
Etkinliği yükseltmek ve verimi arttırmak

nin ve kurumun tümünü etkiler. İşletme/kurum, yöneticilerin eskimesinden kaynaklanan başarısızlıkları giderebilmek için organizasyonda gerekli değişiklikleri yaparak işletmenin başarısında olumsuz etki yaratan yöneticileri aynı görevde bırakmayarak yapabilecekleri türden bir göreve getirmekte veya görevden alabilmektedir.

3.4. Personelden Kaynaklanan Sorunların Yarattığı Değişimler

Toplumda yer alan bireylerin tutumlarında meydana gelen değişimler kurum-işletme organizasyonlarında görevli personelin de tutumlarında değişmelere yol açmış ve işyerinden beklentilerini değiştirmiştir. Bunun doğal sonucu olarak kurum-işletme organizasyonlarında çalışan personelin tatmin edilmesinde maddi öğelerin yanında maddi olmayan öğeler de önem kazanmıştır. Örneğin, personelin çalıştığı işletmeye güven duyması, işletmede personele ilerleme fırsatı yaratılması, çalışma şartlarının iyileştirilmesi, demokratik bir yönetim anlayışının benimsenmesi gibi faktörler personelin maddi olmayan beklentilerinden bazılarıdır.

Bunun yanı sıra işletmede etkin bir personel değerlendirme sisteminin olmaması, uygun nitelik ve nicelikte personelin bulunmaması, bölümler arası çatışmalar ve kişilik çatışmalarının ortaya çıkması kurum-işletmenin başarısı üzerinde olumsuz birer etki yaratmaktadır. İşletmenin organizasyon yapısında ortaya çıkan bu olumsuzlukların giderilmesi için işletmeler reorganizasyona gidebilmektedir.

4. REORGANİZASYON SÜRECİ

Reorganizasyon süreci genel olarak yedi aşamadan oluşmaktadır. Ancak bazı kurum-işletmelerde daha az aşama ile reorganizasyona gidilebilmektedir. İlk üç

Şekil 2. Reorganizasyon Sürecinin Oluşturan Aşamalar:



Kaynak: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/796079>

Şekil 3. Reorganizasyon Sürecinde Mevcut Yapı Analizi



Şekil 4. Reorganizasyon Sürecinde İş Analizi



aşama işletmenin reorganizasyona gidip gitmemeye kararının verilmesinde etkili olurken son dört aşama uygulama kararı verilmesi halinde, işletmede yürütülecek reorganizasyon çalışmasının kapsamını belirlemektedir.

Reorganizasyon süreciyle ilgili önemli hususlar;

- Kurum ya da işletmede problemin nedenleri incelenmeli ve problemin önemine göre yeniden yapılanma çalışması yapılabilmeyeceğine karar verilmelidir.

- Reorganizasyonun başarısı, çalışan personelin bu değişikliği ne kadar desteklediğiyle doğru orantılıdır. Yapılacak çalışma ile ilgili bilgi eksikliği sonucu oluşan tepkilerin yanı sıra değişiklik düşüncesinin objektif gereksinimler yerine, kişisel çıkarlar üzerine kurulması, değişimin çalışma grupları içindeki yerleşmiş ilişki ve değerleri bozacağı görüşü işletme içinde reorganizasyon çalışmalarına karşı tepkilerin doğmasına neden olabilecek faktörlerden biridir.

- Kurum ya da işletmede yeniden yapılanma kararı kesinleştikten sonra çalışmanın kimler tarafından yürütüleceği konusu gündeme gelmektedir. Bu durumda bazı seçenekler karşımıza çıkmaktadır:

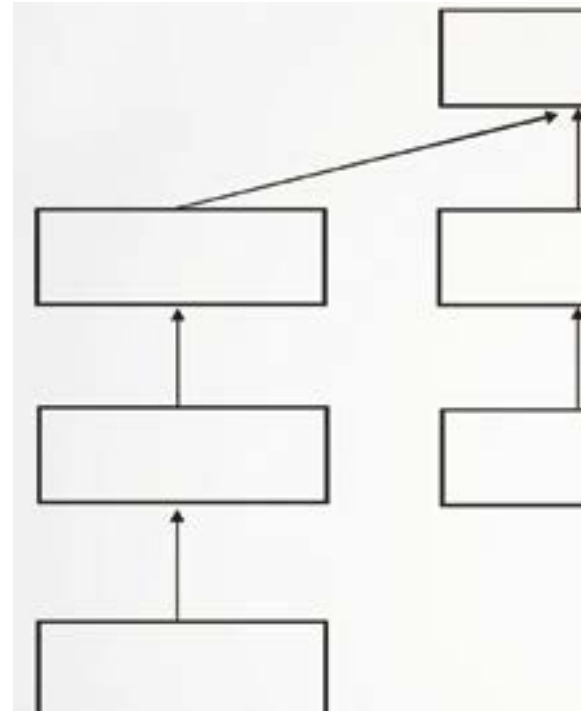
- ⇒ Kurum-işletme içi kişiler veya bir grup tarafından yapılması (Tarafsızlık sorunu-organizasyonu tanıma avantajı)
- ⇒ Kurum-işletme dışından bir danışman veya danışman grubu tarafından

yürütülmesi (mevcut sorunların tespiti sorunu-tarafsızlık avantajı)

- ⇒ İşletme içi ve işletme dışı kişilerden oluşan karma bir grup tarafından yürütülmesi (sorunlar gerçekçi bir şekilde belirlenir ve başarı sağlanır)

- Kurum ve işletmede reorganizasyon çalışmasını yürütecek olan kişi veya grup belirlendikten sonra mevcut durumun incelenmesine geçilir. Bu kapsamda:

- ⇒ İlk aşamada işletmeyi etkileyen iç ve dış çevre faktörler (ekonomik, politik, teknolojik, büyüme v.b. faktörler) ele alınarak bu faktörlerin kurum üzerinde



Şekil 5. Reorganizasyon Sürecinde Detay



yarattığı olumlu ve olumsuz etkiler incelenir.

⇒ İkinci olarak, kurumun organizasyon yapısının biçimlendirilmesini etkileyen faktörlerden biri olan kurumun amaç ve politikalarının tespiti aşamasına geçilir. Amaç tespiti için kurumun tepe yönetimi, genel müdürler, birim müdürleri ile görüşülerek genel amaçlar ve bölüm amaçları hakkında bilgi alınır.

⇒ Yapılan detaylı inceleme sonucunda kurum veya işletmede çalışanların yaptıkları işler, iş akışı, belgeler, plan ve bütçelerin nasıl hazırlandığı, denetim ve başarı değerlendirme yöntemleri gibi konularda bilgi alınarak işletmenin mevcut yapısı ortaya konmaya çalışılır.

⇒ Amacın gerçekleştirilmesi için ku-

rumun-işletmenin ihtiyaçlarına uygun, gerekli sayı ve nitelikte fonksiyonel bölümler oluşturulmalı, işletmede bulunması gereken her elemanın belirlenen bölümlerde «İşe göre adam» ilkesi uygulanarak uygun sayıda personel tespitine gidilmeli, yetki ve sorumluluklarını belirleyen görev tanımları ayrı ayrı yapılmalı, emir-komuta ilişkileri belirtilmeli, etkin bir haberleşme sistemi oluşturulmalı ve en uygun zaman ve maliyetle karar almayı sağlayacak yönetim bilgi sistemi kurulmalıdır.

⇒ İyi bir reorganizasyon çalışmasının çok kısa bir sürede uygulamaya konulması zordur. Bu nedenle hazırlanan çalışma, belirli bir program içinde kısım kısım uygulamaya konulması gerekir. Bu durumda bir taraftan çalışanların değişikliklere uyumları sağlanırken diğer taraftan da yer değiştirme, emekliye ayırma veya yeni personel alma gibi sorunların çözümü için zaman kazanılmış olur.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yeniden yapılanma projeleri kapsamında, organizasyonel olarak kurumun mevcut durumda ne aşamada olduğunu ve problemlerinin belirlenmesinin (Mevcut Durum Analizi / Yönetsel Check-up) ve vizyon / ana gaye ve misyon / vizyona nasıl-ne şekilde ulaşılacağına (Kurumsal Anayasa) netleştirilmesinin ardından bu yolda kurumu taşıyacak olan aracın yapısının oluşturulması aşaması gelmektedir.

İç ve dış çevrenin etkisi dolayısıyla organizasyon dinamik bir özelliğe sahiptir ve kurum/işletmelerde reorganizasyon kaçınılmazdır. Herhangi bir safhadaki yavaşlama veya duraklama, kurum-iş-

letmenin amaçlarına erişmesinde sorunlara sebep olabilir ve reorganizasyonda yapılacak küçük revizyonlarla günün şartlarına uyulmalıdır.

Mevcut organizasyonundan yararlanarak kurumun; uluslararası standartlarda bir işleyişe sahip olması, iletişim bozukluklarının yaşanmaması, ortak sorumluluk alanlarında yaşanan sorunların giderilmesi, belirgin bir sorumlusu olmayan işlerin minimuma indirilmesi, tüm birimlerin ana gaye doğrultusunda hareket etmesinin sağlanması, görev paylaşımının verimlilik ve etkinlik oluşturacak şekilde yeniden yapılması önemlidir.

Sonuç olarak kurum-işletme; organizasyonel anlamda çalışanlara köstek olan değil katkı sağlayan bir yapıya kavuşmakta, operasyonlarda etkin, iletişimde problemsiz, hedefe doğru giden yolda optimum yönetsel donanıma sahip ve değişime hazırlıklı duruma gelmektedir.

6. KAYNAKÇA

- <http://www.tanilkilinc.com/reorganizasyon-ve-unvan-revizyonu-calismasi>
- <https://dd.com.tr/index.php/hizmetlerimiz/yonetim-danismanligi/organizasyon-reorganizasyon/>
- <https://lean.org.tr/kurumlarin-yeniden-yapilandirilmesi-reorganizasyon/>
- <http://www.gescozumleri.com/yeniden-yapilanma-reorganizasyon-projelerinin-basarisizliginin-ana-nedeni-nedir/>
- http://yondes.com/menusag_goster.php?Id=24
- http://joiss.karabuk.edu.tr/Makaleler/884912170_5%20M.%20U%-C3%A7ar.pdf
- <https://www.iienstitu.com/blog/orgut-sel-donusum>
- <http://acikerisim.bahcesehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/84/%D6rg%FCtsel%20de%20i%20im,%20de%20i%20im%20y%F6netimi%20ve%20F6rg%FCtsel%20davran%20olar%20FCzeline%20F6rne%20bir%20uygulama.pdf?sequence=1>
- <http://dosya.kmu.edu.tr/sbe/userfiles/file/tezler/kamuyonetimi/abdullahaturan.pdf>
- <https://www.airporthaber.com/kose-yazilari/bir-reorganizasyon-daha-yapalim.html>
- <https://arastirmax.com/tr/system/files/dergiler/2057/makaleler/2/2/arastirmax-reorganizasyon.pdf>



YURT DIŞI FUAR ORGANİZASYONLARI

Kim Yapar, Nasıl Yapar?

1. GİRİŞ

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü, mal ticaretine ilişkin uluslararası fuarlara firmaların katılımları ve organizatörlerin tanıtım harcamalarını, “Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin 2017/4 sayılı Karar” kapsamında desteklemektedir. Bu çerçevede, Bakanlıkça belirlenip ilan edilen sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara firmaların bireysel katılımı; bunun yanı sıra yetkilendirilen organizatörlerce düzenlenen fuarlara **milli katılım** ve sektöründe önde gelen prestijli fuarlara katılım belirli kalemlerde ve değişen tutarlarda desteklenmektedir.

Organizatörler; ülkemizin dış ticaret hedef ve politikaları çerçevesinde gerçekleştirme talebinde buldukları yurt dışı fuar organizasyonu ile ilgili olarak, Tebliğde belirtilen süreler içinde, talebe esas teşkil eden ön çalışma ile Bakanlığa eksiksiz müracaat etmek, Türk ihracat ürünlerini ve katılımcıları yurt dışında en iyi şekilde tanıtmak ve katılımcıların

fuarlardan azami faydayı elde etmeleri amacıyla fuar öncesinde ve fuar sırasında fuarla ilgili gerekli tanıtım faaliyetleri dahil her türlü çalışmayı yapmak sorumluluğundadırlar.

Fuar destekleri incelenmeden önce, fuar organizatörlerinin hangi şekilde belirlendiği, yükümlülükleri ve organizasyon düzenlenmesindeki aşamalar incelenmelidir. Bu çalışmada; ilgili süreç incelenmiş, tebliğ kapsamında istenen gereklilikler ortaya konmuş, denetim mekanizmasından bahsedilmiş ve mevcuttaki organizatörler hakkında bilgiler sunulmuştur.

2. YURT DIŞI FUAR ORGANİZASYONLARI İÇİN YASAL MEVZUAT

Yurt dışında düzenlenen ticari nitelikli fuarlara katılım sağlamak yoluyla ihracatımızın artırılması için fuar organizasyonlarının sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesini teminen, belirlenecek organizatörlerin görev ve sorumluluklarının tespit edilmesi ve faaliyetlerinin değerlendirilmesi amacıyla Ekonomi

Bakanlığı tarafından (şimdiki adı Ticaret Bakanlığı) 7 Mayıs 2010 Cuma günü Resmi Gazete’de 27574 no’lu sayıda “Yurt Dışında Fuar Düzenlenmesine ve Değerlendirilmesine İlişkin Tebliğ” yayımlanmıştır. Bu tebliğde bahsedilen ve yurt dışında ticari nitelikli düzenlenebilecek etkinlikler 4 şekilde olmaktadır.

a) Türk İhracat Ürünleri Fuarı,
b) Sektörel Türk İhracat Ürünleri Fuarı,
c) Milli Katılım Organizasyonu,
d) Yabancı Firma Katımlı Sektörel Fuar

2.1. Konu ile İlgili Önemli Kavramlar

Belge: Bakanlık tarafından bu Tebliğ hükümleri çerçevesinde öngörülen şartları yerine getiren organizatörlere yurt dışında fuar düzenleme yetkisi tanıyan A ve B sınıfı belge.

Geçici Belge: Bakanlık tarafından bu Tebliğ hükümleri çerçevesinde düzenlenen ve düzenlendiği tarihten sonraki yılın başından itibaren 2 yıl süre ile geçerli olan belge.

Kuruluşlar: İhracatçı Birlikleri ve İş-

tanbul Ticaret Odası.

Milli Katılım: Yurt dışında düzenlenen genel veya sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara Türk firmalarının Bakanlık tarafından görevlendirilen organizatör koordinatörlüğünde gerçekleştirdiği toplu katılımlar.

Organizatör: Bakanlık tarafından adına geçici belge veya belge düzenlenmiş, yurt dışında Türk İhraç Ürünleri Fuarı, Sektörel Türk İhraç Ürünleri Fuarı, Yabancı Firma Katılımlı Sektörel Fuar ve Milli Katılım organizasyonu gerçekleştirme yetkisi verilen firma ve kuruluşlar.

Yurt Dışı Fuar Organizasyonu: Türk ihraç ürünlerinin tanıtılması ve pazarlanması amacıyla yurt dışında düzenlenen; Türk İhraç Ürünleri Fuarı, Sektörel Türk İhraç Ürünleri Fuarı, Yabancı Firma Katılımlı Sektörel Fuar ve Milli Katılım organizasyonu.

Fuar Puanı: Organizatörlerin düzenledikleri her bir yurt dışı fuar organizasyonu için katılımcı ve gözlemcilerin değerlendirmeleri sonucunda **80 üzerinden** aldıkları puan.

Organizatör Puanı: Katılımcı sayısına göre ağırlıklandırılmış ortalama fuar puanına Bakanlıkça 20 üzerinden verilen puanın ilavesi ile bir yıllık performansı 100 üzerinden gösteren puan.

2.2. Organizatör Olabilme Süreci

2.2.1. Geçici belge düzenlenmesi

Geçici belge talebinde bulunan **anonim** veya **limited şirket** statüsündeki firmalar Geçici Belge Başvuru Formunun yanı sıra, aşağıda belirtilen bilgi ve belgelerle Bakanlığa başvuruda bulunurlar:

a) Ödenmiş sermayelerinin en az bir milyon TL olduğunu tevsik eden, en son hesap yılına ait bağlı buldukları vergi dairesince tasdikli bilanço veya yeminli mali müşavir tarafından düzenlenmiş belge,

b) 500 bin ABD Doları tutarındaki nakit parayı T.C. Ziraat Bankası'ndaki "Muhtelif Borçlar-Bloke Paralar" hesabına teminat olarak yatırdığını veya bu tutardaki süresiz kat'i banka teminat mektubunun Bakanlığa ibrazı,

c) İstihdam konusu olarak yurt dışında fuar düzenleme ile ilgili ibarenin yer aldığı şirket ana sözleşmesinin yayımlandığı Ticaret Sicil Gazetesi veya örneği,

d) Yurt içinde fuar düzenlenmesi konusunda Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından verilmiş bulunan belgenin aslı veya sureti,

e) Ticaret veya Sanayi Odalarına üyeliğini tevsik eden faaliyet belgesinin aslı

veya sureti,

f) Şirkette istihdam edilen, şirket ortakları dışında en az beş personelin, dört yıllık yüksekokul mezunu olduğuna dair belgenin aslı veya Bakanlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) onaylı sureti, söz konusu personele ilişkin güncel SGK kayıt örneği,

g) Personelin en az üçünün yaygın bir yabancı dilde yeterliliğini gösterecek, Kamu Personeli Yabancı Dil Tespit Sınavından (KPDS) alınan en az C düzeyindeki belge veya buna denk kabul edilen ve uluslararası geçerliliği bulunan bir yabancı dil belgesinin aslı veya Bakanlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) onaylı sureti,

h) Başvuru sahibi firmaya ait ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi.

Bakanlık tarafından yapılan değerlendirme sonucunda, uygun görülen müracaatlar sonuçlandırılarak geçici belge düzenlenebilir.

Tebliğ'de tanımlanan kuruluşlara (İhracatçı Birlikleri ve İstanbul Ticaret Odası), bünyelerindeki fuarcılık birimlerinde en az 4 yıllık yüksekokul mezunu 5 personelin istihdam edildiğini ve personelin en az üçünün yaygın bir yabancı dilde yeterliliğini gösterecek, Kamu Personeli Yabancı Dil Tespit Sınavından (KPDS) alınan en az C düzeyindeki belge veya Bakanlık tarafından yeterli görülecek uluslararası nitelikteki bir diğer yabancı dil belgesinin aslı veya suretini tevsik etmeleri durumunda, Bakanlığın yapacağı değerlendirme sonucunda geçici belge düzenlenebilir.

2.2.2. Teminat

Organizatörlerden;

a) A sınıfı belge sahibi olanlar 150 bin ABD Doları,

b) B sınıfı belge sahibi olanlar 250 bin ABD Doları,

c) **Geçici belge müracaatında bulunanlar 500 bin ABD Doları,**

tutarındaki nakit parayı T.C. Ziraat Bankası'ndaki "**Muhtelif Borçlar-Bloke Paralar**" hesabına teminat olarak yatırmak veya bu tutardaki süresiz kat'i banka teminat mektubunu Bakanlığa teslim etmek zorundadır.

İhracatçı Birlikleri ve İstanbul Ticaret Odası için bu maddede belirtilen teminat hükümleri uygulanmaz.

2.2.3. Geçici Belge Sahiplerince Gerçekleştirilebilecek Faaliyetler

Geçici belge sahibi organizatörler tarafından **sadece Milli Katılım organizasyonu** gerçekleştirilir. Adına geçici belge

düzenlenen organizatörler, geçici belge düzenleme tarihinden itibaren, geçici belgenin geçerlilik süresi içerisinde düzenlenecek olması kaydıyla, Milli Katılım organizasyonu düzenleme talebinde bulunabilir.

! Belge sınıfı geçici belgeye düşürülen organizatörlerin belge geçerlilik süresi, içinde bulunulan yılın başından itibaren başlar.

! Organizatörler, geçici belgenin geçerlilik süresi içerisinde asgari katılımcı şartını sağlayan **en az dört Milli Katılım organizasyonu** gerçekleştirmek zorundadır.

! **Milli Katılım** organizasyonlarının **10 katılımcıdan daha az bir iştirak ile gerçekleştirilmesi halinde**, bir sonraki takvim yılında aynı fuarın Milli Katılım organizasyonu için aynı organizatöre **izin verilmez.**

! Milli Katılım organizasyonu düzenlenen fuarda **Türk katılımcı sayısının toplam katılımcı sayısına oranının %70'in üzerinde** olması halinde aynı fuara bir sonraki takvim yılı için Milli Katılım organizasyonu düzenlenmesi **izni verilmez.**

! Türk katılımcı sayısının toplam katılımcı sayısına oranının %70'in üzerinde olması durumunda, söz konusu organizatör, Bakanlıkça en az 3 en fazla 12 ay olmak üzere belirlenecek süre içerisinde Milli Katılım organizasyonu düzenleme başvurusunda bulunamaz.

! Geçici belgeye sahip organizatörlerin gerçekleştirdiği fuarların fuar puanının katılımcı sayısına göre ağırlıklandırılmış ortalamasına Bakanlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) 20 üzerinden verilecek puanın ilavesi ile elde edilen organizatör puanı 70 ve üzeri olan organizatörlere B sınıfı belge düzenlenir.

2.2.4. Belge Sahibi Organizatörlerce Asgari Yurt Dışı Fuar Organizasyonu Düzenlenmesi

Belge sahibi organizatörlerden

- **B sınıfı** belgeye sahip olanlar bir takvim yılı içerisinde **en az beş,**
- **A sınıfı** belgeye sahip olanlar **en az on** yurt dışı fuar organizasyonunu düzenlemek zorundadır.

Belge sınıfı geçici belgeye dönüştürülen organizatörlerin daha önce uygun görülmüş fuarları 3 ay süresince devam ettirilir, bu süre sonundan itibaren Milli Katılım organizasyonları dışındaki izinleri iptal edilmiş sayılır.

Geçici belge veya belge iptali durumunda, organizatörlerin iptal tarihinden

sonra düzenlemesi öngörülen fuarlara ilişkin izinleri iptal edilmiş sayılır.

2.3. Denetim ve Değerlendirme (A, B Sınıfı Kriterleri)

Geçici belge ve belge sahibi organizatörler ile bunlar tarafından gerçekleştirilen tüm yurt dışı fuar organizasyonları Bakanlığın denetimine tabidir.

Bakanlık (İhracat Genel Müdürlüğü) tarafından yapılan değerlendirmelerde; katılımcı firmalar tarafından değerlendirme formunda 50 üzerinden verilen puanların aritmetik ortalaması ve 30 üzerinden verilen gözlemci puanı toplanarak fuar puanı hesaplanır. Gözlemcinin görevini yerine getirememesi durumunda, katılımcıların 50 üzerinden verdikleri puanların aritmetik ortalaması üzerinden orantılamak suretiyle, 30 üzerinden gözlemci puanı belirlenir.

Organizatörün bir takvim yılı içinde gerçekleştirdiği tüm fuarlardan aldığı fuar puanlarının katılımcı sayısına göre ağırlıklandırılmış ortalamasına, Bakanlık (İhracat Genel Müdürlüğü) tarafından 20 üzerinden verilen yıllık değerlendirme puanının ilave edilmesi ile organizatör puanı belirlenir. Yıllık değerlendirme puanı; organizatörün düzenlediği yurt dışı fuar organizasyonlarının sayısı, bunların hedef ülkelerde düzenlenip düzenlenmediği, prestijli fuarlar olup olmadığı, m2 toplam alan bilgisi; anılan yurt dışı fuar organizasyonlarına iştirak eden katılımcı sayısı gibi hususlar ve rekabetçilik ve şeffaflık ilkeleri çerçevesinde Bakanlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) belirlenir.

• Yıl sonunda organizatör puanı 80 ve üzerinde olan organizatörlere **A sınıfı belge** düzenlenir.

• Puanı 70-79 (bu puanlar dahil) aralığında olan organizatörlere **B sınıfı belge** düzenlenir.

2.4. Müeyyideler

Bakanlık (İhracat Genel Müdürlüğü), Tebliğ'de yer alan hususlara ilişkin Uygulama Usul ve Esaslarını düzenlemeye, gerekli talimatları vermeye, özel ve zorunlu durumlar ile ortaya çıkacak ihtilafları inceleyip sonuçlandırmaya yetkilidir. Bu Tebliğ hükümlerini Ekonomi Bakanı (şimdiki adı ile Ticaret Bakanı) yürütür.

Aşağıdaki durumlarda organizatörlerin geçici belgeleri iptal edilir:

a) Geçici belgenin geçerlilik süresi içinde asgari yurt dışı fuar organizasyonu şartını (**en az dört Milli Katılım organizasyonu**) yerine getirmemesi,



b) Geçici belge süresi sonunda belge alamaması,

c) Bakanlıkça izin verilmemiş yurt dışı fuar organizasyonları için Bakanlık logosunu kullanması

! Geçici belgeleri iptal edilen organizatörler, iptal tarihinden itibaren bir yıl süreyle yeni geçici belge talebinde bulunamaz. Bir yılın sonunda, gerekli belgelerle Bakanlıkça müracaat edilerek geçici belge talebinde bulunulabilir.

! Asgari yurt dışı fuar organizasyonu şartını veya asgari puan şartını yerine getirmeyen organizatörün belgesi **bir alt belge sınıfına dönüştürülür**.

! İki defa belgesi veya geçici belgesi iptal edilen organizatörün yeni geçici belge talebi değerlendirilmeye alınmaz.

3. YURT DIŞINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN FUAR KATILIMLARININ DESTEKLENMESİ

3.1. Desteklenecek Harcamalar

Bakanlıkça görevlendirilen organizatörlerin, yurt dışı fuar organizasyonuna yönelik olarak Türk ihracat ürünlerinin, sektörlerin, katılımcıların veya yurt dışı fuar organizasyonunun tanıtımı amacıyla yurt dışında gerçekleştirdikleri **aşağıdaki harcamalar destek kapsamındadır**.

a) Defile,

b) Fuar konusu sektörler ile ilgili seminer, basın toplantısı veya duyuru,

c) Reklam panoları, afiş, katalog, broşür/kitapçık biçimindeki tanıtım etkinlikleri,

d) Elektronik ortamda tanıtım/video-wall, multivizyon gösterileri,

e) Kitle iletişim araçlarında yayınlanacak reklamlar,

f) Toplam alanı 25 m²'yi geçmemek üzere, fuar konusu sektörlerin, katılım-

cıların veya Türk ihracat ürünlerinin tanıtımı ve katılımcı firmalar tarafından ihtiyaç duyulan iletişim hizmetlerini vermeye yönelik info stant,

g) "Türkiye Markası Standı" ve "Türkiye Markası Standı" projesinin bir unsuru ve devamı olarak fuar yerleşkesi içerisinde oluşturulması planlanan gösteri/etkinlik/trend alanı,

h) "Türkiye Markası Standı" bulunmayan fuarlarda katılımcılara kiralanılan toplam fuar alanının %15'ini geçmemek üzere gösteri/etkinlik/trend alanı,

3.2. Organizatör Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Bakanlıkça görevlendirilen organizatörlerin, yurt dışı fuar organizasyonuna yönelik olarak Türk ihracat ürünlerinin, sektörlerin, katılımcıların veya yurt dışı fuar organizasyonunun tanıtımı amacıyla yurt dışında gerçekleştirdikleri **tanıtım faaliyetlerinde yapmış oldukları harcamalar %75 oranında** desteklenir. Destek tutarı yurt dışı fuarın genel nitelikli olması halinde 320.000 Türk Lirasını, sektörel nitelikli olması halinde ise 500.000 Türk Lirasını geçemez. Sektörel nitelikli fuarlarda, Bakanlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) sunulacak tanıtım projesine verilecek ön uygunluğa istinaden, yukarıda belirtilen 500.000 Türk Lirası destek tutarına ilaveten; proje kapsamında yapılacak harcamalarının %75'i 320.000 Türk Lirasını geçmemek üzere desteklenir.

Bakanlıkça yayınlanan yurt dışı fuar organizasyonları listesinde bulunan fuarlar arasında Bakanlık (İhracat Genel Müdürlüğü) tarafından belirlenen yurt dışı fuar organizasyonlarında organizatör tarafından oluşturulan "Türkiye Markası" stantlarına ilişkin **yer kirası, stant kurulumu, nakliye ve organi-**

zasyon giderlerine ilişkin harcamalar desteklenir.

3.3. Destek Üst Limitleri

Katılımcıya fuar bazında ödenecek destek tutarı;

— Yurt dışı fuarın genel nitelikli olması halinde **50.000 Türk Lirasını**;

— Sektörel nitelikli olması halinde **75.000 Türk Lirasını**;

— Bakanlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) belirlenen prestijli fuarlardan biri olması halinde 250.000 Türk Lirasını **geçemez**.

Desteye esas tutar, fuar ve/veya ülke ve/veya sektör bazında metrekare başına belirlenen yaklaşık toplam maliyetin %50'sini, Bakanlıkça belirlenen hedef ülkelerde ise %70'ini geçemez.

Katılımcı, bir takvim yılı içinde **en fazla 2 (iki) defaya mahsus** olmak üzere Bakanlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) belirlenen fuarlar için prestijli fuar katılımı desteğinden yararlanabilir.

Bu Karar kapsamında yer alan destek üst limitleri her takvim yılı başında (TÜFE + Yİ-ÜFE)/2 oranında güncellenir.

3.4. Yetkili Yurt Dışı Fuar Organizatörleri

Ticaret Bakanlığı tarafından yurt fuar organizasyonlarını gerçekleştirmek için yetkili kılınmış **21 organizatör** bulunmaktadır. Bu organizatörlerden **7'si ihracatçı birlik**, **13'ü** fuar işletmeciliği için kurulmuş **şirket** ve diğeri de **İstanbul Ticaret Odası**'dır.

4. SONUÇ

Ülkemizin ihracatını artırmaya yönelik çalışmalar arasında önemli bir yer tutan yurt dışı fuarlarının organizasyonu, sadece Bakanlıkça yetkili kılınan organizatörler tarafından yapılabilir. Hal böyle olunca yetkili firmalar, fuarları düzenleyen kuruluşlar ile önceden irtibat kurmakta, geniş metrekare alanlar kiralayabilmekte ve bu işlemleri de "**fuar organizatör destekleri**" kapsamında hareket ederek **daha uygun maliyete** indirebilmektedirler.

İstanbul Ticaret Odası (İTO); uzun yıllar önce Bakanlık tarafından yetki belgesi almış, hatta konu ile ilgili tebliğde "**Kuruluşlar**" başlığı altında, İhracatçı Birlikler ile birlikte ayrı bir statüde değerlendirilmiştir.

Bu ayrı statü sayesinde;

! 1 milyon TL'lik ödenmiş sermaye,

! 500 bin ABD Doları tutarındaki teminat mektubu,

! Ticaret Sicil Gazetesi ana sözleşmesi,

! TOBB'dan alınan yurt içi fuar düzenleme belgesi,

! ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi gibi **şartlara haiz olmadan**, sadece **personel şartı ile belge alınabilme imkânı** getirilmiştir.

Fuarcılık birimlerinde 4 yıllık yüksekokul mezunu 5 personelin istihdamı (en az üçü KPDS'den C veya üzeri düzeyde yabancı dil belgesi), ihracatçı birlikler ve İTO için yeterli görülmüştür.

TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. gibi **fuar organizasyonu düzenlemek üzere kurulan şirketlerde** ise yukarıda **İTO ve ihracatçı birliklerde istisna olarak zikredilen şartlar istenmiş bulunmaktadır**. Bu şirketler "Milli Katılım" organizasyonu

düzenleyebildiği gibi, kendileri de ayrıca fuarlar yapmaktadırlar.

5. KAYNAKLAR

• Yurt Dışında Fuar Düzenlenmesine ve Değerlendirilmesine İlişkin Tebliğ (2010/5), Resmî Gazete: 07.05.2010 tarih, Sayı :27574

• Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Karar, Karar No: 2017/4, Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu

• <https://ticaret.gov.tr/ihracat/fuarlar/fuarlar-mevzuat%C4%B1>

• **İstanbul Ticaret Odası Fuarlar Müdürlüğü**

• **Tüyap Aş Yurt Dışı Fuarlar Birimi**

Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Yıllar Bazında Destek Üst Limitleri (Türk Lirası)						
Fuar Yılı	Organizatörlerin Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi (%75 oranında)			Firmaların Yurt Dışı Fuar Katılımlarının Desteklenmesi		
	Genel Nitelikli Fuarlar	Sektörel Nitelikli Fuarlar	Sektörel Nitelikli Fuarlarda İlave Tanıtım Projesi	Genel Nitelikli Fuarlar	Sektörel Nitelikli Fuarlar	Prestijli Fuarlar
2017	320.000	500.000	320.000	50.000	75.000	250.000
2018	363.000	568.000	363.000	56.000	85.000	284.000
2019	460.000	721.000	460.000	71.000	107.000	360.000

S.N.	Fuar Organizatörleri / İHRACATÇI BİRLİKLERİ
1	Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
2	Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
3	İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
4	İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
5	İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
6	Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
7	Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

S.N.	Fuar Organizatörleri / KURUM
1	İstanbul Ticaret Odası

S.N.	Fuar Organizatörleri / ŞİRKETLER
1	Expotim uluslararası fuar org. A.Ş.
2	Globrand Uluslararası Fuarcılık ve Organizasyon A.Ş.
3	Ladin Fuar ve Kongre Organizasyon Hizmetleri A.Ş.
4	Meridyen Uluslararası Fuarcılık San. ve Tic. Ltd. Şti.
5	Merkür Uluslararası Fuarcılık Ltd. Şti.
6	Selten Uluslararası Fuar ve Aksesuarları Tic. Ltd. Şti
7	Senexpo Uluslararası Fuarcılık A.Ş.
8	So Fuar Ltd. Şti.
9	TG Ekspo Uluslararası Fuarcılık A.Ş.
10	Troy Fuar hizmetleri Tic. Ltd. Şti.
11	Türkel Fuarcılık A.Ş.
12	TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.
13	UBM Rotaforte Uluslararası Fuarcılık A.Ş.



ŞİRKETLERİN BÜYÜME SÜRECİNDE KURUMSAL İLETİŞİMİN ROLÜ

GİRİŞ

İletişim; duygu, düşünce veya bilgilerin çeşitli yöntemlerle başkalarına aktarılmasıdır. İnsanlar; duygu, düşünce ve hayallerini başkalarına iletmek için iletişim kurarlar. Yani insanların kendini ifade etmesi iletişim ile gerçekleşir. İletişim, gerek özel yaşantımızda gerekse iş hayatında önemli bir yer tutar. Amaçları ne olursa olsun şirketler yaşamlarını içte ve dışta kurulan ilişkiler içinde sürdürmektedir. İyi iletişim kuran insanlar iyi ilişkilere sahip olurken bu durum şirketler için de geçerlidir. Şirketler müşterilerine, tedarikçilerine ve rakiplerine karşı kendilerini ne kadar iyi ifade ederse iş dünyasında o kadar başarılı olurlar. Şirketler işlevleri doğrultusunda iyi ilişkiler kurmalı ve bu ilişkileri geliştirerek sürdürmeleri gerekmektedir. Ürün veya hizmet üretmek amacıyla olan şirketler

iş yaptığı çevre ile sürekli iletişim halinde olmalı ve yenilikleri takip etmelidir. Bu bilgi akışını şirketin başarısını artırmak için kullanılmalıdır.

Her saniye gelişen teknoloji ile iş dünyasında rekabet günden güne artmaya başlamıştır. Gelişen teknoloji ile birlikte hizmet ve üretim süreçlerinde eş zamanlı olarak gelişim göstermektedir. Müşteri için tercih etme yelpazesi giderek genişlemektedir. Şirketler öncelikle hayatta kalabilmek daha sonrasında büyümek için yeni stratejiler üzerinde durmalıdır. Bu stratejilerin başında gelen kurumsal iletişim, şirketlerin çağı yakalaması ve büyümeleri için büyük bir fırsattır.

1. KURUMSAL İLETİŞİM NEDİR?

Kurumsal iletişim, şirketin amaç ve hedeflerine ulaşması, şirketin işleyişini ve sürdürülebilirliğini sağlaması için şirket-

ti oluşturan iç ve dış paydaşlar arasındaki uyumu, bilgi akışını, motivasyonu, bütünleşmeyi, değerlendirmeyi, eğitimi, karar almayı ve denetimi sağlar. Diğer yandan ise dış hedef kitleyle etkili bir iletişim sürdürmeyi sağlar.

Kurumsal iletişim, şirket çalışanları ve şirketin birimlerini birbirine bağlayan temel bir sistemdir. Böylece çalışanlar ve birimler arasında uyumlu bir koordinasyon sağlanabilir. Bir şirkette iletişim ve insan ilişkileri iyileştirilmezse verimlilik ve kalite elde edilemez. İletişim yetersizliği, kişiler arasında iyi ilişkilerin gelişmesini engeller ve çalışanlarda motivasyonun düşmesine neden olur. Kurumsal iletişim, şirket içindeki iletişimi ve müşteriyle olan iletişimi bir bütün olarak ele almaktadır. Böylelikle iletişim yetersizliği kurumsal iletişimle ortadan kaldırılabılır.

2. KURUMSAL İLETİŞİM ÇEŞİTLERİ

2.1 Kurum İçi İletişim

Kurum içi iletişim, çalışanları bilgilendirme, ikna etme ve çalışan memnuniyeti ile ilgilenmektedir. Şirket içindeki tüm birimlerin faaliyetlerini koordine ederek verimli bir çalışma ortamı sağlamaktadır. Şirketin başarılı olabilmesi için sağlıklı bir iç iletişim ağına sahip olması gerekir.

Yatay İletişim: Şirket içerisinde aynı pozisyondaki kişiler arasındaki iletişimdir. Birimlerin birbirleriyle uyum içerisinde çalışmasını sağlar.

Dikey İletişim: Şirketin hiyerarşik yapısı içerisinde, tepedeki yöneticiden başlayıp, emir komuta zincirini izleyerek aşağıya doğru uzanan iletişimdir.

2.2 Kurum Dışı İletişim

Kurum dışı iletişim, şirketin dış çevresinde ilişki içerisinde olduğu paydaşlarının tümünü ele alır. Bu paydaşlar müşteriler, rakipler, tedarikçiler ve medyadır. Şirketin tanıtılması, güven kazanması ve itibarına katkıda bulunmayı ele alır. Şirketin icraatlarını paydaşlar ile paylaşarak onları bilgilendirmektedir.

3. STRATEJİK İLETİŞİM PLANI

Stratejik iletişim planı çeşitli süreçlerden oluşur; öncelikle araştırma süreciyle başlar, sonra araştırma sonucunda durum analizi yapılır, daha sonra hedef kitle ve ana mesajın verileceği süreç planlanır, iletişim stratejisi belirlenir, bütçe çıkartılır ve uygulamaya geçilir. Son süreç olarak da değerlendirme yapılır.

3.1 Kurumsal İtibar Yönetimi

Kurumsal İtibar Yönetimi; tüm insanlar, markalar ve kuruluşların sizin şirketinizi duyduklarında insanların aklında canlanan olumlu veya olumsuz düşüncelerin tümüdür. Müşterilerin güvenini kazanabilmek ve müşterileri, sürekli müşteri haline getirebilmek ancak kurumsal itibar yönetimi ile mümkündür.

Kurumsal İtibar Yönetimi bir defa uygulanan çalışma olmamalıdır, süreklilik arz etmelidir. Kurumun itibarının her zaman kontrol altında tutulması ve gerektiği aşamalarda desteklenmesi, çözümlenmesi gerekir.

Kurumsal itibar yönetimi başarıyla uygulandığında, şirketler insanların zihninde olumlu bir yer edinirler. Bu sayede herkes tarafından iyi anılmakta olan şirketler günden güne büyümekte ve başarılı olmaktadır.

3.2 Lider/Yönetici İletişimi

Bir yöneticinin iş hayatında başarılı olması ancak aktif bir iletişim kurması ile mümkün olur. İş dünyasına baktığımızda tüm paydaşları ile iletişimi kuvvetli olan, kendisinin ve şirketinin itibarını iyi yöneten yöneticilerin daha başarılı olduğu görülmektedir.

Yöneticiler kendileri için bu kadar önemli olan bir süreci yönetirken mutlaka profesyonel bir yardım almalıdır. Bu noktada da yanı başlarındaki yol arkadaşları mutlaka Kurumsal İletişim mesleğini profesyonel olarak sürdüren, iletişim konusunda uzman kişiler olmalıdır. Başarıya ulaşılması için ekibin yaptığı çalışmalar kadar yöneticinin bu çalışmaları ne kadar iyi yönettiği de önem arz etmektedir.

3.3 Kriz Yönetimi

Kriz; beklenmedik bir zamanda, aniden gelişen, hızlı hareket eden ve herhangi bir hazırlık yapılmadan karşı karşıya kalınan ve şirket için iyi değerlendirilmezse çöküş, iyi değerlendirilirse bir fırsat anlamına gelebilen bir durumdur.

Kriz yönetimi, oluşabilecek sorunların önceden tespit edilmesi, sorunların önlenmesi ya da krizin sonuçlarını en aza indirmeye yönelik adımlar bütünüdür.

Örneğin; Pepsi'nin şırınga krizi, krizin nasıl fırsata çevirildiğini gösteren başarılı bir kriz yönetimidir. 1993'te Cleveland ve Seattle'da diyet Pepsi kutularından şırınga çıktığı iddia edilir. Çoğunluğu Seattle'dan olan bu ihbarların medyada hızla yayılmasından dolayı Pepsi kutularından numuneler alındı. Bunun sonucunda herhangi bir probleme rastlanmadı. Bu bir medya kriziydi ve medya aracılığıyla rüzgarı tersine çevirmek gerekiyordu. Üretim tesislerinde videolar çekildi, kutuların tamamen sağlıklı olduğu üretim tesislerinin videolarıyla görselleştirildi. Şırınga iddiasının gerçeği yansıtmadığına emin olan Pepsi kesinlikle ürünlerini geri çağırmadı.

ABD'nin Özgürlük Günü 4 Temmuz'a yönelik kampanyalar yaptı. Promosyon ürünler dağıttı. CEO ve sağlık uzmanıyla televizyon programlarına katılım sağlandı. Sağlık uzmanı, Pepsi'nin şişeleme yönteminin en sağlıklı yöntem olduğunu vurguladı ve şırınga iddiasını ortaya atanlar hakkında hukuk yoluna başvuracağını belirtti. Tam bu sırada bir süpermarkette müşterinin, Pepsi kutusunu açıp şırınga koyduğu güvenlik kameraları sayesinde fark edildi. Kriz

yönetimi ekibi basına bir konuşma yaptı ve bu konuşma sırasında üyeler diyet Pepsi içerek yalan beyandan dolayı 3 kişinin tutuklandığını bildirdiler. Kriz dönemi satışlarında %2 azalma görülen Pepsi, uyguladığı başarılı kriz yönetimi sayesinde kriz öncesi satışlarını da geçerek krizin nasıl fırsata çevrildiğini bizlere göstermektedir.

3.4 İç İletişim

İç iletişim, şirketin çalışanlarıyla ve çalışanların da şirketle iletişim kurma yolu olarak tanımlanmaktadır.

İç iletişimin amacı, çalışanlara ne yapacağını söylemek değil; paylaşılacak ortak bir anlayış oluşturmaktır. Ortak bir anlayış olduğu takdirde, çalışanlar şirketin amaçları doğrultusunda birlikte uyum içinde çalışabilirler. Aynı zamanda çalışanlarda oluşacak olan aidiyet duygusuyla birlikte verimli bir çalışma ortamı sağlanır. Bu sayede çalışanlardan alınan yüksek verimle doğru orantılı olarak şirketin başarısı artacaktır.

3.5 Etkinlik Yönetimi

İç ve dış sosyal paydaşlarla iletişim kurmayı hedefleyen şirketler; lansman, basın toplantısı, bayi toplantısı, fuar organizasyonu gibi etkinlikleri proje olarak ele almaları gerekmektedir. Ele alınan etkinlikler ile şirket kendisini paydaşlarına doğru bir şekilde ifade etmeye çalışır. Etkinlik yönetimi, etkinlik öncesinde, etkinlik anında ve sonrasındaki süreçlerin planlı ve sorunsuz bir şekilde yönetilmesi demektir. Bu adımları başarıyla gerçekleştiren şirketler hem çalışanlarıyla hem de paydaşlarıyla etkin bir iletişim kurmanın yolunu bulmaktadır.

3.6 Kurumsal Sponsorluk

Şirketler günümüzde birçok sebebe bağlı olarak sponsorluk faaliyetleri yapabilirler. Sponsorluk faaliyetlerinin yapılmasındaki temel amaç, müşterilerle sadakati oluşturmak, insanlarda şirkete yönelik olumlu izler bırakmak ve ürün veya hizmetin satışını arttırmaktır.

Sponsorluk, günümüz şartlarında kullanılan en etkili tanıtım yollarından biridir. Büyümek ve gelişmek isteyen şirketler bütçelerine ve alanlarına uygun sponsorluk çeşidini tercih etmelidir. Sponsorlukta ana amaç, karşılıklı olarak fayda sağlamaktır. Kurumsal sponsorluk ile birlikte toplumda farklılık yaratan şirketler büyüme ve gelişme yolunda önemli adımlar atmış olacaktır.

3.7 Medya İlişkileri

Medya ilişkileri, şirketlerin basın yayın

organlarıyla iletişim içinde olduğu bir ilişkiler ağıdır. Şirketlerin doğru bilgiyi, doğru zamanda, doğru kanalla medyaya iletmesi gerekmektedir. Sektörü yakalayabilmek ve sektördeki hızlı değişiklikleri takip etmek, bilgi ve ilişkileri sürekli güncel tutmak gerekmektedir. Medya ile olan ilişkilerini iyi organize eden şirketler marka bilinirliğini artırmakta, kendisini en doğru şekilde ifade edebilmekte, rakipleri arasından sıyrılıp ilk akla gelen isim olma yolunda ilerlemektedir.

3.8 Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Şirketler varlığını sürdürmek ve hedeflerini gerçekleştirmek için hizmet/ürün sunduğu toplumla iyi ilişkiler geliştirmek zorundadır. Bu doğrultuda kurumsal sosyal sorumluluk; toplumla iyi ilişkiler içinde olmak isteyen şirketlerin, topluma karşı sorumluluklarını yerine getirme çabasıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri; eğitim, çevre, sağlık ve kültür gibi alanlarda gerçekleştirilebilmektedir. Sosyal sorumluluk faaliyetleri şirketlere kurumsal imaj ve itibar gibi önemli değerler kazandırır.

3.9 Pazarlama İletişimi

Pazarlama iletişimi, ürün veya hizmeti tanıtmak, satmak ve karı arttırmak için yaptığı tüm çalışmalarını kapsayan bir iletişim faaliyetidir.

Pazarlama iletişimi genellikle satış arttırmak, bir fikrin kabul görme oranını arttırmak, şirketin bir sorununa çözüm bulmak ya da şirketin imajını geliştirmeye yönelik olmaktadır. Pazarlama iletişimini başarılı bir şekilde uygulayan şirketler kendileri için belirledikleri büyüme hedeflerine daha kolay ulaşmaktadır.

3.10 Sürdürülebilirlik İletişimi

Sürdürülebilirlik İletişimi; anlatılmaktan çok çalışanları dinlemek üzerine kuruludur. Şirketin nasıl sürdürülebilir olacağı, çalışanları dinlemekten ve şirketteki yeniliklere onları dâhil etmekten geçer. Bu çerçevede sürdürülebilirlik politikalarının oluşturulması ve uygulanması gerekir. Alınan kararlara çalışanları dahil etmek, görüş ve fikirlerini dikkate almak çalışanların kendilerini değerli hissetmelerini sağlayarak aidiyet duygularını pekiştirmektedir. Aidiyet duygusu gelişen çalışanlar ile başarıya koşmak her zaman daha kolay olur.

4. KURUMSAL İLETİŞİMİN ŞİRKETLER AÇISINDAN ÖNEMİ

Kurumsal iletişim, günümüzde şirketle-

rin profesyonel bir yapıya kavuşmaları ve büyümeleri için önem arz etmektedir. İletişim, pek çok alanda olduğu gibi şirketlerde de büyük bir paya sahip olmalıdır. Gerek kurum içi, gerek kurum dışı ilişkilerde belirleyici özellikler barındıran iletişim faaliyetleri, şirketlerin kurumsal yapılanması açısından da hayati nitelik taşımaktadır. Bu bağlamda şirketin kültürü, kimliği, imajı ve itibarının oluşturulduğu bir alan olarak tanımlanan kurumsal iletişim, ilgiyi fazlasıyla hak etmektedir.

Şirketlerde bir işin verimli olarak sürdürülebilmesi için, üst düzey yöneticilerden çalışanlara, tedarikçilerden yatırımcılara ve hatta müşterilere kadar iletişimin doğru ve şeffaf olarak inşa edilmiş olması gerekir.

İletişim, şirketler için çok önemli bir araç olduğundan kurumsal iletişim faaliyetlerine gereken ilgi gösterilmelidir. Bu bağlamda şirketlerde kurumsal iletişim departmanı oluşturulmalıdır. Şirketlerde kurumsal iletişime gereken ilgi gösterilmediği takdirde şirket faaliyetlerinde ve şirketin stratejik hedeflerine ulaşmakta ciddi sorunlar yaşamaktadırlar.

Kurumsal iletişim doğru ve etkili kullanıldığında, şirketleri bulunduğu çevrede ön plana taşır. Bununla birlikte rekabeti önde götüren şirketler bulunduğu çevrede fark yaratırken hedef kitleler tarafından da kolaylıkla fark edilmektedirler. Kurumsal iletişim şirketle-

rin büyümesini ve devamlılığını olumlu yönde etkilemektedir.

Kurumsal İletişimin Avantajları:

- Çalışanların hem kendilerine hem de şirkete olan güvenleri artar,
- Motivasyon artar,
- Üst yönetimin saygınlığı ve otoritesi artar,
- Yöneticinin öneri ve sorun çözme yeteneği gelişir,
- Çalışanların şirkete bağlılık düzeyleri artar,
- Çalışanların yaptıkları işe verdikleri önem ve verimlilik artar,
- Çalışanlar şirketin iç müşterileri olarak; çalıştıkları şirkete dair olumlu bir görüşe sahip olacaklar,
- Çalışanlarının gözünde olumlu bir imaja sahip olan şirketler, uzun dönemde de rekabet avantajı sağlarlar,
- Çalışanların ve paydaşların gözünde şirketler daha güvenilir ve saygın, sosyal açıdan da daha duyarlı bir konuma yerleşecekler,
- Kurum içi iletişimde bütünleşme sağlanması ve çalışanların kendilerini daha doğru ifade edebilmeleri sağlamaktadır.

5. KURUMSAL İLETİŞİM UYGULAMA YÖNTEMLERİ

Kurumsal iletişimin sağlıklı bir şekilde uygulanması için profesyonel kişilerin ve etkili bir ekibin olması önceliklidir. Şirketlerde kurumsal iletişime dair bir departman oluşturulmalıdır. Kurumsal İletişim Departmanı'na ciddi bir bütçe



ayrılmalıdır. Kurumsal İletişim Departmanı'nın çalışmaları sonucunda şirketin kendisini değerlendirmesi gerekmektedir. Yapılan değerlendirmelerle birlikte gerekli adımlar atılmalı, kurumsal iletişim bir yönetim disiplini haline getirilmelidir.

Şirketlerin kurumsal iletişimi başarılı bir şekilde uygulayabilmeleri için aşağıdaki adımları izlemesi gerekmektedir;

- Kurumsal iletişim üst yönetimin yanına konumlandırılmalıdır.
- Şirket, hedeflerini doğru bir biçimde tanımlamalıdır.
- Şirket, güçlü ve zayıf yönleri tespit etmelidir.(SWOT Analizi)
- Şirketin paydaşlar tarafından ne kadar tanındığı bilinmelidir.
- Rakipler tarafından şirketin nasıl görüldüğü ve yönetiminin nasıl değerlendirildiği bilinmelidir.
- Şirketin faaliyetlerine yönelik hangi özelliklere sahip olunması gerektiği bilinmelidir.
- Kurumsal iletişim stratejisi oluşturulmalı ve bu stratejiye uygun hareket edilmelidir.
- Gerektiğinde profesyonel yardım alınmalıdır.

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmanın amacı, kurumsal iletişimin şirketlerin büyümesindeki rolünün ve etkilerinin ne olduğu araştırılarak şirket ve yöneticilerine kurumsal iletişim ile ilgili daha olumlu bir bakış açısı kazandırmaktır.

Günümüzde birçok şirkette kurumsal iletişim faaliyetleri başarılı bir şekilde uygulanmasa bile şirketler bunun gayretini içerisindedirler. Kurumsal iletişim bünyesinde barındırdıkları ve şirketlerin başarısındaki önemiyle günümüzde daha çok değer kazanmıştır. Önemli olan, şirketlerin büyüme hedefleri doğrultusunda kurumsal iletişimi, yönetim yapılarına entegre ederek etkin bir şekilde kullanmaları olmalıdır.

Kurumsal iletişimin bütün olarak içeriğine baktığımız zaman, şirketlerin elle tutulmayan varlıklarına değer kazandıran bir üst yönetim faaliyeti olarak değerlendirebiliriz. Kurumsal iletişim çalışmaları profesyonel kişiler tarafından uygulandığında şirketlerin itibarını arttırdığı görülmektedir.

Türkiye, küresel ekonomiye gittikçe entegre olma aşamasındayken, rekabet gücünü arttırmak ve sürdürülebilir çalışmalar yapmak isteyen şirketlerin ile-



tişime daha çok önem vermeleri gerekmektedir. Kurumsal iletişim yapısı gelişen teknolojinin etkisiyle şirketlerde daha kapsamlı bir faaliyet olarak yer almaktadır. Kurumsal iletişim yönetiminin, doğrudan şirketlerin üst yönetimiyle bağlantılı olduğunda daha başarılı sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Yapılan tüm çalışmalarda yönetici ile dirsek temasında olmak, kurumsal iletişim faaliyetlerinin daha etkin ve hızlı olmasını sağlamaktadır.

Şirketler büyüdükçe kurumsal iletişim bütçeleri de artacaktır. Kurumsal iletişim faaliyetleri şirketlerde etkin bir biçimde kullanıldıkça yapılan çalışma ve etkinliklerin sayısı artmaktadır. Böylelikle kurumsal iletişim için de bir bütçe ayrılmalıdır. Yapılan kurumsal iletişim faaliyetlerinin, şirketlerin dışarıya karşı olumlu bir imaj oluşturmada ve buldukları noktadan kendilerini ileriye taşımalarında büyük bir etkisi vardır.

Kurumsal iletişimin alt başlıklarına baktığımızda geniş bir ağa sahip olduğu görülmektedir. Kurumsal İletişim şirket yapısının her alanında var olduğu için, profesyonel bir yönetim ekibi ile bu süreç devam ettirilmelidir. Şirketler, Kurumsal İletişimin önemini fark ederek kurumsal yapılarında Kurumsal İletişim Departmanı buldurmalarıdır.

Kurumsal iletişim üst yönetimin görevini başarıyla gerçekleştirebilmesinin te-

mel araçlarından birisidir. Kurumsal İletişimde stratejilerin, çalışmaların ve uygulamaların birbirleri ile uyumu önemlidir.

Aynı zamanda birimlerin şirket amaçları doğrultusunda uyumlu çalışması da Kurumsal iletişimin etkin kullanımıyla gerçekleşmektedir.

Sonuç olarak; Kurumsal iletişim doğru ve etkili kullanıldığında, şirketleri bulunduğu iş çevresinde ön plana taşıyıp rekabeti önde götürmesini sağlamaktadır. Kurumsal iletişim sayesinde bulunduğu çevrede öne çıkan şirketler, hedef kitleler tarafından kolaylıkla fark edilebilmektedir. Bu durum şirketlerin büyümesini ve devamlılığını olumlu yönde etkilemektedir.

7. KAYNAKÇA

- <http://www.halklailiskiler.com>
- <https://pazarlamasyon.com/kurumsal-iletisim-nedir-nasil-uygulanmalidir/>
- <https://wmaraci.com/nedir/itibar-yonetimi>
- ENGİNKAYA, Ebru (2014). "Futbol Taraftarlarının Sponsor Markalara İlişkin Tutum, Satın Alma Niyeti ve Takımla Özdeşleşmeleri Arındaki İlişki", Marmara İ.İ.B. Dergisi, Cilt: 36, No: 2, 145-158.
- Kurumsal İletişimin Kavramsal Çerçevesi Hakkında Bir Yorum/HAKAN TUNÇEL
- http://fbemoodle.emu.edu.tr/pluginfile.php/11334/mod_resource/content/0/kurumsal_iletisim_1_.pdf

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE

KONYA TİCARET ODASI HİZMET BİNALARI



KTO'nun bilinen ilk binası
Fotoğraf: Mustafa Akgöl



KTO'nun bilinen ikinci binası
Fotoğraf: Mustafa Akgöl



Konya Ticaret Odası'nın bilinen ilk binası, Aziziye Camii'ne yakın İstanbul Caddesi'ne çıkan Küçük Bedesten'de Yorgancılar Sokak No:1'dedir.

Zemin katı dükkân, merdivenle çıkılan Nakiboğlu Vakfı'na ait iki katlı bir binadır. Oda, bu binanın ikinci katındaki iki odada hizmet vermiştir. Aynı katın diğer bölümünde Ahali Bankası ile Yardım Sevenler Derneği de bulunmaktadır. Bu bina büyük bir ihtimalle meşhur çarşı yangınından sonra yapılmış olmalıdır. "Kârgür ve Evkafa ait" tir. Başlangıçta iki odası vardır. Sonra bir de salon ilâve edilir. Salonun adı; Birlik Salonu'dur. Esnafın gelip oturabileceği, gazete okuyabileceği bir yerdir. Fakat neticede dar bir mekândır. Onun için 1927'ye gelindiğinde yer genişletmek amacıyla biriken eşyasının satılması kararlaştırılır. Buna göre satışa çıkartılan eşya şöyledir: "10 sandalye, 40 m. telefon teli, 2 ot minder, 2 süzgeç ve saç". Oda bu yüzden daha geniş ve merkezî bir yer olarak İrfaniye Medresesi'ne yani bugünkü Vakıfbank ve Vakıf İşhanı'nın bulunduğu yere talip olur. Taksitle otuz bin liraya satın alınmak da istenilir. Hem oda, hem de Ticaret Mektebi yapılacak bu yerden

sonra vazgeçilir.

1953'e kadar ilk yerinde kalan oda o yıl bir başka vakıf eser olan Kayalı Park yanındaki Karahafız Medresesi arsasına yapılan binasına taşınır. Burada 440 m²'lik arsa üzerine kendi binasını yaptırır. Kayalı Park karşısında Merkez Postane arkasındaki bu müstakil hizmet binasına 1954 yılında taşınır. Artık, üç katlı bir yere sahiptir. Üstelik gerektiğinde başka kuruluşların, toplantılar düzenleyebildiği salonu bile vardır. Otuz yılda burası yetersiz hale gelmeye başlamıştır. Üstelik Konya, tarihî merkezden, yeni oluşan

merkeze doğru kaymaktadır. Oda, bu ikinci yerinde iken, 1980 yılında günümüzdeki merkez bina inşaatına başlanır ve 1983'te bitirilir. 1200 m²'lik bir binaya oturan dört katlı ana binanın, bir de 340 kişilik konferans salonu (1985'te bitmiştir), toplam 7.000 m²'lik kapalı, 3.000 m²'lik açık sergi alanı bulunmaktadır. Tamamlandığında "Orta Doğu ve Balkanlar'ın en modern hizmet binasıdır."

Kaynak: ARABACI, Caner (2007). "1882-2007 125. Yıldönümünde Konya Ticaret Odası", KTO Yayınları, Konya.



Aralık Vergi Takvimi 2019

İlk Tarih	Son Tarih	Konu
01/11/2019	02/12/2019	6736 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 17. Taksit Ödemesi
01/11/2019	02/12/2019	7020 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 15. Taksit Ödemesi
01/11/2019	02/12/2019	7143 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 8. Taksit Ödemesi
01/11/2019	02/12/2019	2018 Yıllık Gelir Vergisi Beyannamelerinde, Toplam Gelir İçindeki Zirai Kazançları %75 ve Daha Yüksek Oranda Olanlar İçin 1. Taksit Ödemesi
01/11/2019	02/12/2019	Veraset ve İntikal Vergisi 2. Taksit Ödemesi
01/11/2019	02/12/2019	2019 Yılı Emlak Vergisi 2. Taksit Ödemesi
01/11/2019	02/12/2019	2019 Yılı Çevre Temizlik Vergisinin 2. Taksit Ödemesi
01/11/2019	02/12/2019	Ekim 2019 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/11/2019	02/12/2019	Ekim 2019 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
01/11/2019	02/12/2019	Ekim 2019 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
01/12/2019	20/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/12/2019	20/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/12/2019	26/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Beyanı ve Ödemesi
01/12/2019	10/12/2019	16-30 Kasım 2019 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/12/2019	26/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/12/2019	10/12/2019	16-30 Kasım 2019 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi
01/12/2019	26/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/12/2019	16/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/12/2019	16/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Dayanımlı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/12/2019	16/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
01/12/2019	31/12/2019	2018 Yıllık Gelir Vergisi Beyannamelerinde, Toplam Gelir İçindeki Zirai Kazançları %75 ve Daha Yüksek Oranda Olanlar İçin 2. Taksit Ödemesi
01/12/2019	16/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/12/2019	31/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
01/12/2019	16/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/12/2019	31/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
01/12/2019	16/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
01/12/2019	31/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/12/2019	16/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi
01/12/2019	31/12/2019	2020 Yılında Kullanılacak Olan Yasal Defterlere İlişkin Açılış Tasdiki
01/12/2019	20/12/2019	Kasım 2019 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

Kaynak: http://www.gib.gov.tr/yarim-ve-kaynaklar/vergi-takvimi?date_filter%5Bvalue%5D%5Bmonth%5D=4&date_filter%5Bvalue%5D%5Byear%5D=2019

PAKİSTAN

KBGSYİH (\$)
1.541 (2017, IMF
Tahmin)

GSYİH (Milyon \$)
303.993 (2017, IMF
Tahmin)

Nüfus
201.031.000
(2018, IMF Tahmin)

Yüzölçümü (km²)
881.913

Başkent
İslamabad

Büyüme Oranı (%)
5,6 (2018,
IMF Tahmin)

Pakistan Güney Asya'da yer almakta olup, doğusunda Hindistan, güneyinde Hint Okyanusu, güneybatısında İran, batı ve kuzeyinde Afganistan ile çevrilidir. Güneyinde yarı tropikal bir iklime sahip olan Pakistan'ın iç kesimlerinde ve yüksek kesimlerinde karasal iklim hakimdir. Pakistan'ın başkenti İslamabad'dır. Başlıca şehirleri: Karaçi, Faysalabad, Haydarabad, Gujranvala, Lahor ve Peşaver'dir.

Pakistan, 1947 yılında bağımsızlığına kavuşarak İngiliz Hindistan'ından (British India) ayrı bir devlet haline gelmiştir. 1972 yılına kadar Batı Pakistan ve Doğu Pakistan (bugünkü Bangladeş) olmak üzere aralarında 1.700 km mesafe olan iki bölümden oluşan bir ülke olan Pakistan, Bangladeş'in bu tarihte bağımsızlığını ilan etmesiyle bugünkü sınırlarına kavuşmuştur.

Pakistan dünyanın en kalabalık ülkeleri arasında dokuzuncu sırada yer almaktadır. Resmi hesaplamalara göre Pakistan'ın nüfusu 2016 yılında 192,8 milyona ulaşmıştır. Ülkenin nüfus artışı hızı aile planlama programlarının da katkısıyla 1980'lerin başında %3'ten 2006 yılında %2'ye düşürülmüştür. Bununla beraber ülkede son nüfus sayımı 1988 yılında yapıldığı için nüfus ile ilgili rakamların kesinliği şüphelidir.

Pakistan'da çalışabilir işgücü nüfusun %28'ini oluşturmaktadır. Nüfusun %50'si tarımda, %18'i imalat sektöründe çalışmakta ve %17'si de ticaretle uğ-

raşmaktadır. İşsizlik oranı kentlerde %9, kırsal alanlarda %6 civarındadır.

Sindh bölgesinde hidrokarbon rezervleri geniş bir alana yayılmıştır. Belucistan'da doğal gaz rezervleri bulunmaktadır. Bununla beraber bölgede merkezi hükümetin kontrolü zayıftır ve yerel aşiret liderleri çıkarılan doğal gazdan daha fazla hak talep etmektedirler. Bölgede ruhsat sahibi olan bazı yabancı sermayeli şirketler Marri ve Bugti gibi aşiretlerin engellemeleri yüzünden olağanüstü hal ilan etmek zorunda kalmıştır. Belucistan'daki gaz taşıyan boru hatlarında, ülkenin diğer kesimlerinde de yapılan enerji kesintileri yüzünden sıklıkla arızalar meydana gelmektedir. Ülkede doğalgaz dışında az miktarda petrol, düşük kalitede kömür, demir, bakır, tuz ve kireçtaşı rezervleri mevcuttur.

Nüfus

	2013	2014	2015	2016*	2017*
Nüfus (milyon kişi)	183,6	186,2	189,9	193,0	196,2
Nüfus (% değişim)	2,1	2,1*	2,1*	2,1	2,0
İşgücü (milyon kişi)	59,7	61,6*	63,3*	65,1	66,7

(*) Tahmin

Kaynak: IMF, EIU

GSYİH'nin Sektörel Dağılımı (%)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Tarım	24,8	24,9	25,1	24,6	24,7	24,0
Sanayi	21,0	21,0	20,1	19,4	19,1	18,8
Hizmetler	54,1	54,2	54,9	56,0	56,3	57,2

(*) Tahmin

Kaynak: EIU



Dış Ticarete Genel Durum (milyon USD)

YILLAR	İHRACAT	İTHALAT	HACİM	DENGE
2013	25.121	68.896	94.017	-43.775
2014	24.722	47.545	72.267	-22.823
2015	22.089	43.990	66.079	-21.901
2016	20.534	46.998	67.532	-26.464
2017	21.878	57.440	79.318	-35.562

Kaynak: TradeMap

Pakistan ile Yıllar İtibarıyla Dış Ticaretimiz (milyon USD)

YIL	İHRACAT	İTHALAT	HACİM	DENGE
2013	285,9	436,7	722,6	-150,8
2014	259,3	435,6	694,9	-176,3
2015	289,1	310,6	599,7	-21,5
2016	346,9	263,4	610,3	83,5
2017	352,2	323,1	675,3	29,1

Kaynak: TradeMap

DIŞ TİCARET

2001 yılından beri dünya ticaretindeki genişlemelere paralel olarak Pakistan'ın hem ihracatı hem de ithalatı sürekli artış göstermiştir. Bunun sonucunda 2001 yılında 9,1 milyar Dolar olan ihracatı 2017 yılında 21,9 milyar Dolara, 9,7 milyar Dolar olan ithalatı da 57,4 milyar Dolara yükselmiştir. Pakistan dış ticaret dengesi sürekli olarak açık veren ülkelerden biridir. 2017 yılında dış ticaret açığı 35,6 milyar Dolara ulaşmıştır.

TÜRKİYE İLE TİCARET

Türkiye'nin Pakistan ile dış ticareti yıllara göre farklılık göstermektedir. Ülkemiz Pakistan'la dış ticaretinde 2000 yılından itibaren açık vermeye başlamış, ancak 2016 ve sonraki yıllarda dış ticaret fazlası vermiştir.

İki ülke arasında ticaret hacmi 2011 yılında yaklaşık 1,1 milyar dolar ile en yüksek rakama ulaşmış, 2017'de ise 675,3 milyon dolara gerilemiştir. Türkiye ile Pakistan arasındaki mevcut dış ticaret hacmi her iki ülkenin potansiyelini yansıtmaktan çok uzaktır.

Türkiye'nin Pakistan'a en çok ihraç ettiği ürün şunlardır: Telefon/telgraf için elektrikli cihazlar, sentetik filamentler, inşaat demirleri, hijyenik havlular-bebek bezleri, elektrik transformatörleri, pamuklu mensucat, tekstil makineleri, fişek ve mermiler, kendine özgü fonksiyonu olan makine-cihazlar ve kauçuktan yeni dış lastiklerdir.

Türkiye'ye Pakistan'dan yapılan ithalatın çok büyük bir bölümünü pamuklu mensucat oluşturmaktadır. İthalatı yapılan belli başlı diğer ürünler: Pamuk

ipliği; Etil alkol; Poliasetaller, diğer polieterler, epoksit-alkid reçineler; Deri ve köseleden giyim eşyası; Örme eldivenler ve hazır giyim ürünleridir.

TÜRKİYE-PAKİSTAN YATIRIM İLİŞKİLERİ

Türkiye'deki Pakistan Yatırımları: 2016 yılı Haziran ayı itibarıyla Türkiye'de toplam 158 adet Pakistan sermayeli firma bulunmaktadır. Söz konusu firmalar ağırlıklı olarak otomotiv, elektronik, telekomünikasyon, makine, ticaret ve bankacılık sektörlerinde faaliyet göstermektedir. Pakistan'daki Türk Yatırımları: Pakistan'daki Türk yatırımları ağırlıklı olarak enerji, finans, altyapı projeleri ve müteahhlik sektörlerindedir. Önümüzdeki dönemde Pakistan'da özellikle enerji ve müteahhlik sektörlerinde yeni yatırımlara ihtiyaç duyulmakta ve Pakistan makamlarınca Türk yatırımcılara bu alanlara yatırım yapmaları yönünde çağrıda bulunmaktadır.

İŞBİRLİĞİ OLANAKLARI

Türk firmalarının Pakistan'da en başarılı oldukları alanlardan biri taahhüt sektörüdür. Bu ülkede firmaların bugüne kadar üstlendikleri projelerin toplam miktarı 1,7 milyar doların üzerindedir. Ancak Bayındır İnşaat tarafından üstlenilen 430 milyon dolar tutarındaki İslamabad-Peşaver Otoyolu projesi çıkan anlaşmazlıklar nedeni ile durdurulmuş, daha sonra yolun bir bölümü Pakistan tarafından tamamlanmıştır. Diğer müteahhit firmaların projeleri de çoğunlukla tamamlanma aşamasında olduğundan halihazırda, deprem sonrası Türk Hükümeti tarafın-

dan ülkede inşa ettirilen çeşitli yardım amaçlı projeler dışında, Pakistan'da yeni üstlenilen önemli bir müteahhlik projesi bulunmamaktadır. Ancak son dönemde Pakistan'da inşaat-müteahhlik alanında pazarın giderek hareketlendiği gözlenmekte, Türk firmalarından da ülkede ihaleye çıkan projelere teklif veren firmalar bulunmaktadır.

Pakistan'ın henüz en temel enerji kaynağı olarak kurulu bir doğalgaz hattı bulunmamaktadır (ancak bu konuya yönelik İran ile belli projelerin mevcut olduğu bilinmektedir). Pakistan'da bu alandaki devlet yatırımının mali sıkıntılar dolayısıyla mümkün olmadığı, bunun yanı sıra, geliştirilen özel sektör yatırım projelerinin finansmanına yönelik uluslararası banka ve devletlerin kalkınma fonları ve eximbanklar dahilinde kaynak aktarımının küresel krizin hakim olduğu bu dönemde mümkün olmadığı görülmektedir. Ancak son zamanlarda Pakistan'daki Svat Vadisi Operasyonlarının başarılı sonuçlanmasıyla piyasaların Pakistan'a karşı daha olumlu bir bakış geliştirdiği gözlenmekte, Pakistan'ın altyapı sıkıntılarından ötürü enerji projelerine yönelik çok ciddi teşviklerinin bulunduğu ve Pakistan hükümetinin bu anlamda çok istekli olduğu görülmektedir. Pakistan bürokrasisinin Türk işadamlarına bakış açısının çok olumlu olduğu bilinmekte, önümüzdeki dönemde Pakistan'da enerji alanında üç farklı açılım olabileceği görülmektedir. Rüzgar enerjisi santrallerinin tek başına Pakistan'ın enerji üretimini karşılamaya yetmeyeceği, aynı zamanda hidroelektrik santrallerinin de kurulması gerektiği düşünülmektedir.

Türkiye'nin Pakistan'a İhracatında Başlıca Ürünler (milyon USD)

GTİP	ÜRÜNLER	2015	2016	2017
	TOPLAM İHRACAT	289.155	346.896	352.356
5702	Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları	8.614	8.947	10.593
8451	Dokuma ipliklerin, mensucatın yıkanması, temizlenmesi, kurutulması, ütülenmesi vb. için makineler	5.981	7.928	10.051
5205	Pamuk ipliği (dikiş ipliği hariç) (perakende olarak satılacak hale getirilmemiş)	331	6.125	9.162
8421	Santrifüjler; sıvıların veya gazların filtre edilmesine veya arıtılmasına mahsus makina ve cihazlar	3.242	4.650	8.506
8483	Transmisyon milleri, kranklar; yatak kovanları ve mil yatakları; dişliler ve sistemleri; vidalar; dişli kutuları volan vb	4.822	4.312	7.145
8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	16.089	10.726	6.920
7616	Aluminyumdan diğer eşya	494	1.198	6.089
8409	Sadece veya esas itibarıyla 84.07 veya 84.08 pozisyonlarındaki motorların aksam ve parçaları	4.122	3.569	5.595
8708	Karayolu taşıtları için aksam, parça ve aksesuarlar	4.047	4.489	5.568
3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme, tıpa, kapak, kapsül vd.	3.734	3.546	5.447
8418	Buzdolapları, dondurucular ve diğer soğutucu ve dondurucu cihazlar ve ısı pompaları	1.265	5.629	5.439
5603	Dokunmamış mensucat (emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş olsun olmasın)	2.862	4.961	4.997
8445	Dokumaya elverişli elyafın hazırlanması, eğirme, katlama, bükme ve ipliklerin hazırlanmasına mahsus makineler	1.075	196	4.937
3809	Mensucat, kağıt, deri vb. için apre veya finisaj müstahzarları, müstahzar haşıl ve apreler, müstahzar merdanlar	3.755	4.005	4.811
8411	Turbojetler, turbopropellerler ve diğer gaz türbinleri	0	268	4.772
8463	Metalleri veya sermetleri talaş kaldırmadan işlemeye mahsus diğer makineler	11	4	4.745
5402	Sentetik filament iplikleri (dikiş ipliği hariç) (perakende olarak satılacak hale getirilmemiş)	2.683	3.895	4.663
6907	Cilasız veya sırsız seramikten döşeme veya kaplama karoları ve kaldırım taşları, mozaik küpler vb.	602	1.063	4.415
8413	Sıvılar için pompalar (ölçü tertibatı olsun olmasın) ve sıvı elevatörleri	1.926	2.013	3.873
402	Süt, krema (konsantre edilmiş, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı madde içerenler)	3.997	10.509	3.662
9619	Hijyenik havlular ve tamponlar, bebek bezleri ve benzeri hijyenik eşya	7.495	5.992	3.653
2106	Tarifenin başka yerinde yer almayan gıda müstahzarları	2.470	2.264	3.617
3906	Akrilik polimerleri (ilk şekillerde)	4.201	4.096	3.557
2513	Sünger taşı, zımpara taşı, tabii korindon, tabii süleyman taşı ve diğer tabii aşındırıcılar	1.895	2.785	3.495
4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	4.882	3.494	3.451
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	1.308	1.923	3.407
7308	Demir veya çelikten inşaat ve inşaat aksamı, inşaatla kullanılmak üzere hazırlanmış demir veya çelikten sac, çubuk, vb.	8.318	4.743	3.393
5209	Pamuklu mensucat (ağırlık itibarıyla % 85 veya daha fazla pamuk içeren ve m2 ağırlığı 200 gr. ı geçenler)	6.625	3.495	3.345
404	Peynir altı suyu ve tabii süt bileşenlerinden ibaret diğer ürünler	2.261	1.964	3.154
1806	Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları	961	2.376	3.036
7214	Demir veya alaşımsız çelikten çubuklar (dövülmüş, sıcak haddelenmiş)	250	0	2.937
3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	1.780	2.494	2.895
8438	Yiyecek ve içeceklerin sınai amaçlarla hazırlanması veya imaline mahsus makina ve cihazlar	806	294	2.777
3307	Tıraş müstahzarları, vücut deodorantları, banyo müstahzarları, tüy dökücüler, vb.	2.859	2.792	2.730
8502	Elektrik enerjisi üretim (elektrojen) grupları ve rotatif elektrik konvertörleri	1.034	1.406	2.728
8414	Hava veya vakum pompaları, hava veya diğer gaz kompresörleri, fanlar, aspiratörü davlumbazlar	569	503	2.713
8536	Gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teçhizatı (anahtarlar, röleler, sigortalar, fişler, kutular vb)	1.466	2.076	2.708
7013	Sofra, mutfak, tuvalet, yazıhane, ev tezyinatı ve benzeri işler için cam eşya	3.637	3.087	2.629
3507	Enzimler, müstahzar enzimler	1.328	2.162	2.607
3917	Plastikten hortumlar, borular ve bağlantı elemanları (manşon, nipel, dirsek, flanşlar, vb.)	2.012	2.049	2.591

Kaynak: ITC – TRADEMAP

Ancak daha da önemlisi, Pakistan'daki mevcut kömür rezervlerinin faaliyete geçirilmesi gerektiği önemle vurgulanmaktadır. Dünyanın en büyük 10 kömür rezervinden birine sahip olan Pakistan'da kömür rezervlerinin ekonomiye kazandırılması yönünde geliştirilecek projeler Türk firmalarına da açık durum-

dadır. Kamu-özel sektör işbirliği ile yapılacak yatırımların Pakistan'a tarihi bir katkı sağlayacağı ifade edilmektedir.

DiĞER POTANSİYEL İŞBİRLİĞİ OLANAKLARI

Pakistan'da başlıca sanayi kolları tekstil, gıda işleme, inşaat malzemeleri,

kimyasallar, spor malzemeleri, medikal aletler, kağıt ürünleri, petrol ve petrol ürünleridir. Pakistan Başkonsolosluğu'nun öngördüğü potansiyel yatırım alanları ve Türk ve Pakistanlı şirketler arasında ortaklık için uygun alanlar aşağıda belirtilmiştir:

Pakistan'dan İthalatımızda Başlıca Ürünler (milyon USD)

GTİP	ÜRÜNLER	2015	2016	2017
	TOPLAM İTHALAT	310.543	263.354	323.131
5209	Pamuklu mensucat (ağırlık itibarıyla % 85 veya daha fazla pamuk içeren ve m2 ağırlığı 200 gr. ı geçenler)	61.168	65.411	96.494
5205	Pamuk ipliği (dikiş ipliği hariç)	32.885	30.285	66.081
5208	Pamuklu mensucat	21.519	14.495	19.471
5206	Pamuk ipliği (dikiş ipliği hariç) (perakende satış için hazırlanmamış)	10.039	13.169	15.798
2207	Etil alkol (alkol derecesi >= %80, tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş diğer alkollü içkiler	23.974	6.188	14.197
3907	Poliasetaller, diğer polieterler, epoksi reçineler, polikarbonatlar, alkit reçineler, polialisterler, vb. (ilk şekilde)	21.602	17.004	10.515
6203	Erkekler ve erkek çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, pantolon, tulum ve şort	10.341	9.133	9.206
6204	Kadınlar ve kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, elbise, etek, pantolon etek, vb.	7.130	7.141	7.440
4203	Tabii veya terkip yoluyla elde edilen deri ve köseleden giyim eşyası ve aksesuarı	19.029	12.190	5.910
5211	Pamuklu mensucat	6.598	4.947	5.102
9018	Tıpta, cerrahide, dişçilikte ve veterinerlikte kullanılan alet ve cihazlar	4.514	4.482	5.037
1207	Diğer yağlı tohumlar ve meyveler	6.666	1.932	4.313
6110	Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya (örme)	2.740	2.859	4.092
9506	Kültür fizik, jimnastik, atletizm vb mahsus eşya ve malzeme; yüzme havuzları ve küçük oyun havuzları	3.436	3.745	3.467
6116	Eldiven (örme)	11.161	2.920	3.322
5513	Sentetik devamsız liflerden dokunmuş mensucat	4.997	2.878	2.478
4107	Sığır (buffalo dahil) ve atların dabalılanmış ve ileri derecede hazırlanmış post ve deri ve kösesi	4.032	1.941	2.396
6103	Erkekler ve erkek çocuklar için takım elbise, takım, ceket, blazer, pantolon, tulum ve şort (örme)	1.350	1.850	2.298
804	Hurma, incir, ananas, avokado ve guava armudu, mango ve mangost (taze/kurutulmuş)	235	519	1.873
9607	Kayarak işleyen fermuarlar ve bunların aksam ve parçası	7	806	1.818
5514	Sentetik devamsız liflerden dokunmuş mensucat	3.882	3.222	1.809
2529	Feldispat, lösit, nefelin ve siyenit nefelin, florspat	36	789	1.430
3920	Plastikten diğer levha, plaka, şerit, film, folye (gözeneksiz)	981	748	1.375
4013	Kauçuktan iç lastikler	595	1.044	1.353
6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri	1.206	1.302	1.270
5701	Düğümli veya sarmalı halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden düğümli veya sarmalı yer kaplamaları	5.585	2.296	1.258
1006	Pirinç	2.453	1.877	1.211
6211	Spor, kayak ve yüzme kıyafetleri; diğer giyim eşyası	708	866	1.208
6115	Külotlu çoraplar, taytlar, kısa ve uzun konçlu çoraplar, soketler (varis çorapları dahil) ve patik çoraplar (örme)	2.541	2.103	1.203
6109	Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme)	758	941	1.129
3903	Stiren polimerleri (ilk şekillerde)	1.545	1.368	1.115
4104	Sığır (buffalo dahil) ve at cinsi hayvanların dabalılanmış veya crust (arakurutmalı) post ve derileri	1.298	1.650	1.069
8546	Her türlü maddeden elektrik izolatörleri	555	446	1.068
2526	Tabii steatit (sabun taşı) ve talk	2.042	1.248	1.008
6104	Kadın ve kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, etek, pantolon, tulum ve şort (örme)	436	654	1.004
3915	Plastikten döküntü, kalıntı ve hurdalar	27	620	1.003
4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	182	754	970
5510	Suni devamsız lifden iplikler (dikiş ipliği hariç)	1.951	800	900
504	Hayvan bağırsak, mesane ve midesi (taze, soğutulmuş, dondurulmuş, tuzlanmış, salamura, kurutulmuş vb.)	158	27	822
5512	Sentetik devamsız liflerden dokunmuş mensucat	453	314	814

Kaynak: ITC – TRADEMAP

YATIRIM YAPILABİLECEK ALANLAR:

- İletişim / Telekomünikasyon
- Altyapı (Limanlar, Havalimanları, Demiryolları vb.)
- Katma değerli tekstil ve ihracat bazlı sanayi
- Hizmet sektörü (Ulaşım, belediye hizmetleri, iş/ticaret merkezleri, vb.)
- Tarıma dayalı sanayi kolları (Tarımsal Sanayi)

- Hidroelektrik/Kömüre dayalı enerji üretimi

ORTAKLIK KURULABİLECEK

ALANLAR:

- Ahşap demonte mobilya
- Tarımsal uygulamalar
- Araç yedek parçaları
- Klima, Buzdolabı, Televizyon
- PVC Boru
- Tekstil Makinaları

- Yazılım
- Ayakkabı

KAYNAKLAR:

- 1- <https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/afrika>
- 2- <http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/disliiskiler/ulkeler/ulke-detay>
- 3- <https://deik.org.tr/turkiye-asya-pasifik-is-konseyleri-turkiye-cin-is-konseyi>

746. VUSLAT YILDÖNÖMÜNDE HZ. MEVLANA'YI RAHMETLE ANIYORUZ

XX. YÜZYIL BAŞLARINDA HZ. MEVLANA İÇİN SÖYLENMIŞ ŞİİRLER

Geçtiğimiz yüzyıllarda, Mevlevi müntesibi ve muhibbi birçok divan şairi, Mevlana'ya methiyeler yazmışlardır. Hatta, Divan Edebiyatının kurulması ve gelişip yayılmasında Mevlevi şairlerinin büyük rolü olmuş; Derghalarda şair meclisleri kurulmuştur. Bilhassa XVI.yy'dan itibaren pek çok şair, divanlarında, Mevlana için de bir kaside buldurmüşlardır. Bu yüzyılda yaşamış şairlerden Rahmi, Fasih Dede, Divane Mehmed Çelebi, Şahidi Dede, Mesnevihan Mahmud Dede bunların başta gelenlerindedir. XVII.yy'da Nef'i, Neşati, Nabi, XVIII.yy'da Şeyh Galib gibi tanınmış şairlerimiz, Mevlana'nın şahsiyetini ve manevi değerini samimi bir şekilde terennüm edenler arasındadır. XIX.yy'da, Keçecizade İzzet Molla, Enderunlu Vasıf, Akif ve Pertev Paşalar, Şeyh Nazif Efendi, Yenişehirli Avni, Konyalı Şem'i, Hersekli Arif Hikmet, Şeyh Celaleddin ve daha isimleri sayılamayacak pek çok şairimiz samimi bir kalple Mevlana'yı en güzel mısralarla anmış, gazel ve kasideler yazmışlardır. Son yüzyılda Yahya Kemal'den en genç şairimize; hatta ozan ve âşıklarımıza



kadar Mevlana sevgisi devam etmiş; bu aşk tufanı ile yüzlerce şair büyülenmiş ve O'na hitaben ciltleri dolduracak şiirler söylemişlerdir.

Günümüz şairleri arasında da devam eden bu duygu, hayranlık ve gelenekle, yüzlerce şair Mevlana hakkında şiir söylemekte ve bu tarzdaki şiirlerle antolojiler oluşturulmaktadır. Bu tür eserler arasında yıllarını, hatta ömürlerini Mevlana ve Mevlevilik araştırmalarına adayan iki gönül adamı Mehmet Önder (Mevlana Şiirleri Antolojisi, Işık Yay,

İst. 1956, 108s.) ve Feyzi Halıcı'nın (Mevlana Güldestesi, trs, 211s.; Bahar Gökfiliz ile birlikte) antolojileri bir çok şiirin ilk defa yayınlanması bakımından önem taşır.

Hız. Mevlana ile ilgili sadece ülkemizde değil tüm dünyada bir çok şair kendi dilleri ile Mevlana için şiirler söylemektedir. Bu vesile ile Hız. Mevlana'yı 742. Vuslat yıldönümünde rahmetle anıyor ve Hız. Mevlana için yazılmış yerli ve yabancı şairlerin şiirlerini siz değerli okuyucularımızla paylaşıyoruz.



Mevlâna

Horasan'dan göç eyleyip,
Geldin Mevlâna. Mevlâna.
Tatlı kelimeler söyleyip,
Güldün Mevlâna. Mevlâna.

Baban ile düştün yola,
Beraberce çektin çile.
Bir zamanlar elden ele,
Yeldin Mevlâna. Mevlâna.

Daim dilde Hakkı andın,
Ney çaldın. hem Semâ döndün.
Hakk'a âşık olup yandın.
Soldun Mevlâna. Mevlâna.

İstemedin dünya süsü
Bir zaman çok çektin yası.
Kalplerdeki kiri. pası.
Sildin Mevlâna. Mevlâna.

Kesmedin Hakk'ı dilden,
Tebrizli tuttu elinden.
Ayrılmadın Hak yolundan.
Kaldın Mevlâna. Mevlâna.

Der Ferrahî deliyim vay,
Mansur haller elinde yay.
Kamıştan yapılan bir nay.
Çaldın Mevlâna. Mevlâna.

Aşık FERRAHÎ

Mevlâna'dır

Peygamber'in kokusundan,
Kutlu belde dokusundan,
Horasan'ın yokuşundan
'Gelen ermiş' Mevlâna'dır:

Söz söylenmez âriflere,
Ne gerek var târiflere,
Gönül ehli zariflere,
'Gülen ermiş' Mevlâna'dır:

İlim, hikmet doldu Konya
Kardeş oldu, bütün dünya,
İnanılmaz büyük rüya,
'Postu sermiş' Mevlâna'dır:

Kur'ân ile her hücresi,
Ay ışığı nur çehresi,
Kâinattı tüm zerresi,
'Zikre girmiş' Mevlâna'dır:

Eli toprak, eli semâ,
Neyzenleri saldı gama,
Semâzenler erdi dem'e
'Dönüyormuş' Mevlâna'dır:

Şems'le güneş, Şems'le gül'dü,
Dost uğruna ne'si öldü,
Canan, diyen bir bülbüldü,
'Aşkı dermiş' Mevlâna'dır:

Ne tozdadır: ne yıldızda
Ne gecede ne gündüzde,
Gördüğümüz güler yüzde,
'Sevgi sermiş' Mevlâna'dır:

Okudukça her şey yeni,
Libâs oldu örttü beni,
Mesnevî' de kaydet ben'i,
'Seni sarmış' Mevlâna'dır:

Deniz isen deniz biter:
Kissalarda ibret tüter:
Gerçek söyler: akla yatar:
'Dünya kurmuş' Mevlâna'dır:

Bahar gelir çiçek açar:
Gönül kuzu, oynar: kaçar:
Konya, ruha ışık saçar
'Şavkı vurmuş' Mevlâna'dır:

Ertuğrul ŞAKAR

Mevlâna'yı Ziyaret

Ziyâretim Mevlana'yı
Kabul et Allah aşkına
Bu fakir-i divaneyi
Kabul et Allah aşkına

Eşiğine yüzüm sürem
El bağlayıp divan duram
Büyük lütfun eyle kerem
Kabul et Allah aşkına!

Mevlana, Mevla'nın kulu
Doğru Hakk'a gider yolu
Deryası rahmetle dolu
Kabul et Allah aşkına!

...
Veysel/ adım, budalayım
Sizе yalvarırım daim,
Türk oğluyum: Türk'tür soyum
Kabul et Allah aşkına!

Aşık Veysel ŞATIROĞLU

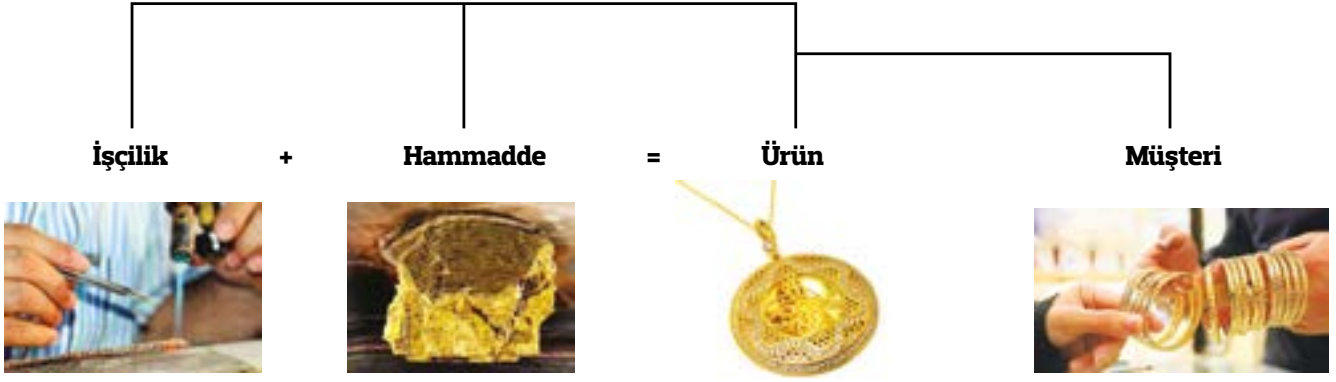


İslam Fıkhiında İstisna/ Eser Sözleşmesi

Fatmanur ÇIYDEM

KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ/ İSLAM EKONOMİSİ VE FINANS BÖLÜMÜ ÖĞRENCİSİ



İnsanlar arasındaki borç ilişkilerinde farklılık arz eden bazı özel durumlar vardır. İslami finans bu özel durumlar için Bey’/Satım Sözleşmesi, Selem, Ariyet, Hibe, İcare, Sarf İşlemleri, Karz, Vedia, Rehin, Havale ve İstisna Sözleşmesi başlıkları altında cevaplar bulmuştur. Standart dışı mallara duyulan ihtiyaçlara İstisna/Eser sözleşmesi ile karşılanmıştır.

Arapça istisna kelimesi; bir kimseden bir şeyi yapmasını istemek demektir. Bir fıkıh terimi olarak istisna akdi; sanatkârla zimmet borcu olarak belirli bir işi yapması üzerinde anlaşmaktır. İstisna, alıcının gelecekte bir tarihte teslimi yapılacak bir şeyin üretimi, montajı ya da tertibi için sipariş verdiği ve üzerinde anlaşılan fiyattan satışının yapıldığı bir anlaşmadır. Kısaca bir şey yapmak üzere sanat ehlinde biriyle anlaşma yapmak anlamına gelir. Anlaşılan zaman sürecinde, belirlenen özelliklerle malın tesliminden imalatçısı ya da yapıcısı sorumludur.

Müşteri ürün hakkında istediklerini belirttiikten sonra iki taraf arasında anlaşma sağlanır. Üretici hammaddeyi tedarik ettikten sonra veya hammadde elinde

bulunuyorsa müşterinin ürün üzerindeki isteklerine bağlı kalarak işçiliğiyle bir ürün ortaya koyar. Eser sözleşmesinde imalatçı, hem gerekli malzemeyi hem de işçiliği üstlenir. Müşteri ise anlaşma üzerindeyken belirlenen ücreti üreticiye peşin, taksitler halinde veya hak ediş dönemlerinde ödeyebilir.

Kural olarak eser sipariş edenin, ürünü reddetme hakkı yoktur. Ancak imal edilen mal, sözleşmede belirtilen özelliklere uygun değilse, ürünü kabul etmeyebilir. İstisna sözleşmesinin yapıldığı zamanda satış gerçekleştiğinden, bahsi geçen mal hazırlandıktan sonra teklifin ya da kabullenilen yenilenmesine gerek yoktur.

İstisnanın Konusu

İstisna, resmedilemeyen ancak nitelikleri tanımlanan malların üretimi için yapılan bir satış sözleşmesidir. Bu sözleşme, sadece üretilebilen ya da inşa edilebilen nesnelere için geçerlidir ancak sözleşmede belirtilmediği sürece satıcının kendisinin ürünü üretmesi zorunlu değildir. Sipariş verilen ürünü fason olarak da imal ettirebilir. İstisna konusunun (üretilebilen her şey ya da inşa edilebilen bir

şey), herhangi bir ihmâl ya da eksiklik olmayacak şekilde cins, kalite ve miktarın belirlenmesi ve bilinmesi gerekir. Satıcılar, ham maddelerin insan eliyle işlenerek üretimlerinin yapılmasında hem fikirdirler. Bu durum, hayvan, mısır, meyve vb. gibi ürünler ya da doğal şeyler için geçerli değildir. Sözleşme sırasında belirlenen özelliklerin sağlanmasıyla malların hem benzersiz hem de homojen mal olanları istisna kapsamına girer. Örneğin; düzenli bir pazarı olmayan ya da piyasada ikamesi olmayan özgün nitelikli maddeler istisna kapsamındadır.

Bir istisna sözleşmesinde, malın cinsi, boyutları, teslim yeri ve zamanı açık bir şekilde belirtilmelidir. Mal, iki tarafın da anlaşığı üzere herhangi bir üretici veya belirli bir üretici tarafından, belirli malzemelerden veya piyasadaki herhangi bir malzemeden üretilebilir. Ayrıca sözleşmede fiyat bir kez belirlendikten sonra, tek taraflı olarak arttırılmaz ya da azaltılamaz. Ancak, büyük varlıkların imalatı daha çok zaman gerektirebilir, bazen de birçok değişiklik gerektirdiği için, sözleşme taraflarının karşılıklı onayı ile fiyat yeniden düzenlenebilir, bu

durum üretilecek olan malda malzeme değişikliği yapılmasından, beklenmedik durumlardan ve girdilerdeki fiyat değişikliğinden dolayı olabilir.

İstisna akdi, İslam hukuku açısından geçerliliğini sünnet ve icmaddan alır. Hz. Peygamber (s.a) sipariş suretiyle mes-cid-i nebevi için bir minber, kendisi için de aynı zamana imza ve mühür vazifesi görecek bir yüzük yaptırmıştır. Müslüman toplumlarda bu sözleşme çeşidi standart dışı mallara olan ihtiyaçlardan dolayı geçmişten günümüze kadar kendisine bir yer bulmuştur. Müslüman toplumların yanı sıra herhangi bir yasa içermemesi, insanların ihtiyaç ve işlerini kolaylaştırmasından dolayı dünya genelinde de uygulanabilirliği olan bir sözleşmedir. Aynı zamanda istisna, kamu menfaati temelinde yasallaştırılmıştır. 818 sayılı Borçlar Kanunu'nun 355. Maddesinde geçen "istisna" ibaresi, 6098 sayılı yeni Türk Borçlar Kanunu'nun 470. Maddesinde eser olarak değiştirilmiş ve eser (istisna) sözleşmesi tanımlanmıştır. Buna göre "Eser sözleşmesi, yüklenicinin bir eser meydana getirmeyi, iş sahibinin de bunun karşılığında bir bedel ödemeyi üstlendiği sözleşmedir." Yani eser (istisna) sözleşmesi tam iki tarafa borç yükleyen bir sözleşme olup, yüklenici bir eser meydana getirmeyi, iş sahibi de bunun karşılığında ücret ödemeyi borçlanmaktadır.

İstisna sözleşmesi üç unsurdan oluşmaktadır. Bunlar; eser meydana getirme ve teslim etme, bedel ödeme ve tarafların anlaşmasıdır. Eser meydana getirme, imal haricinde onarım, değiştirme, bozma, yıkma şeklindeki faaliyetleri de kapsar. Maddi olmayan fakat sonuç sorumluluğunun üstlenildiği eserleri de kapsar. Burada şuna da değinmek gerekir ki maddi olmayan ürünler maddi bir vasıtayla eser niteliği kazanır. Yüklenicinin eser meydana getirme eyleminin karşılığı, iş sahibinin bir ücret/bedel ödemesidir. Sözleşmelerin kurulabilmesi için tarafların anlaşması unsuru bu sözleşme için de geçerlidir.

Eser sözleşmesinin fıkhi niteliği ve şartlarına değinecek olursak ilk bilmemiz gereken şey bu sözleşmenin hem üretici hem de müşteri arasında bağlayıcı olduğudur. Ayrıca sözleşmeye konu olan eserin/yapıtın cinsinin, türünün, miktarının, istenen özelliklerinin tam olarak açıklanması, sözleşmenin bedelinin belirli olması ve eğer varsa teslim vadesi veya ödeme vadesinin tespit edilmesi gerekmektedir.



Eğer üretilen eser işverenin/müşterinin şart koştuğu özelliklere uygun olmazsa, işveren bunu kabul edip etmeme konusunda seçme hakkına sahiptir.

Ayrıca eser sözleşmesi imalat neticesinde doğal halinden başka bir hale dönüştürülebilen maddelerde söz konusudur. Buğdayı hammadde olarak kullanıp un üretmeyi örnek olarak verebiliriz. Bunun yanı sıra piyasada emsali bulunmasa bile müşteriler istedikleri özel vasıflarda üretilecek yapıtlarla üreticiye gidebilirler. Ancak böyle bir durumda istenilen özelliklere sahip ürünü üreticiye iyi anlatmamız gerekir ve arada oluşabilecek herhangi belirsizliklerin önüne geçmeye çalışılmalıdır.

Tren, vapur, uçak, tır, fabrika bina ve donanımı gibi araç ve tesisler, müteahhit kişi veya firmalarca şartnamede ayrıntılar belirlenerek yaptırılmaktadır. İstisna/eser sözleşmesine şehir hastanelerini, hava limanlarını da örnek olarak verebiliriz. Bunun yanı sıra terzilik ve marangozluk gibi isteğimize bağlı ürün ortaya koyan meslek grupları da bu sözleşmeye örnek olarak verilebilir.

İstisnanın en önemli unsurunu sipariş edilen eser oluşturur. İşlemin hukuki

geçerliliği için, diğer şartlarla birlikte ısmarlanan eserin, taraflar arasında anlaşmazlığa ve haksız kazanca sebep olmayacak şekilde cinsinin, çeşidinin, miktarının, özelliklerinin, teslim yerinin ve zamanının, teslim masraflarını kimin üstleneceğinin belirlenmiş olması gerekir. Sözleşmede hüküm bulunmaması halinde alışlagelmiş örfü göre hareket edilir. Günümüzde eser sözleşmesinde herhangi bir belirlemeye gerek olmaksızın imal edilen ürünün, nakliyesi ve kurulumu, yerleşik örf kuralları sebebiyle imal edenin sorumluluğunda kalmıştır.

KAYNAKÇA

Prof. Dr. Ahmet Yaman, Prof. Dr. Halit Çalış/ İslam Hukuku
Muhammad Ayub/ İslami Finansı Anlamak
Hamdi Döndüren/ Delilleriyle Ticaret ve İktisat İlmi
Faizsiz Finans Standardı 11/ Eser (İstisna) ve Alt Eser Sözleşmesi
<https://www.heybetdeger.av.tr/yeni/1-eser-sozlesmesi-nedir/>
<http://doktrinetartismali.blogspot.com/2018/04/eser-istisna-sozlesmesinin-unsurlari-ve.html>

İstisna malı, her zaman üretilebilen mallardır.

Ücret peşin olarak ödenmek zorunda değildir.

Fiyat ve nitelik bakımından bütün birimleri birbirinden farklı olan misli-olmayan mallar için istisna yapılabilir.

Üretim başlamadığı sürece, istisna bağlayıcı değildir; taraflardan herhangi biri sözleşmeyi feshedebilir.

Üretici kendi malzemelerini kullanır ve satış fiyatı sabittir.

Mal alıcıya teslim edildikten hemen sonra malın sorumluluğu alıcıya geçmiş olur ve ondan sonra mala ne olursa olsun, alıcı malın ücretini ödemek zorundadır.

TÜRKİYE'NİN EKONOMİK GÖRÜNÜMÜ

ENFLASYON

Aylık

%2

Yıllık

%8,55

Ekim 2019 - TÜFE

BÜYÜME

Çeyrek Büyüme

%-1,5

2019 - 2. Çeyrek

İŞSİZLİK

İşsizlik Oranı

%14

Ağustos 2019

DIŞ TİCARET

İhracat Aylık (%)

+%0,3

İthalat Aylık (%)

+%1

Eylül 2019

BÜTÇE

Aylık Fazla

17,7 Milyar TL

Faiz Dışı Açık

5,6 Milyar TL

Eylül 2019

CARİ AÇIK

Aylık Fazla

+ 2,4 Milyar \$

Yıllık Fazla

+ 5,8 Milyar \$

Eylül 2019

SANAYİ ÜRETİM ENDEKSİ

Yıllık Değişim

+%3,4

Eylül 2019

KAPASİTE KULLANIMI

Aylık Değişim

+0,1 puan

Ekim 2019

TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİ

Aylık

+%2,1

Ekim 2019

KONUT SATIŞLARI

Aylık

+%15,4

Eylül 2019

FİNANSAL YATIRIM

En Yüksek Getiri DİBS

%0,90

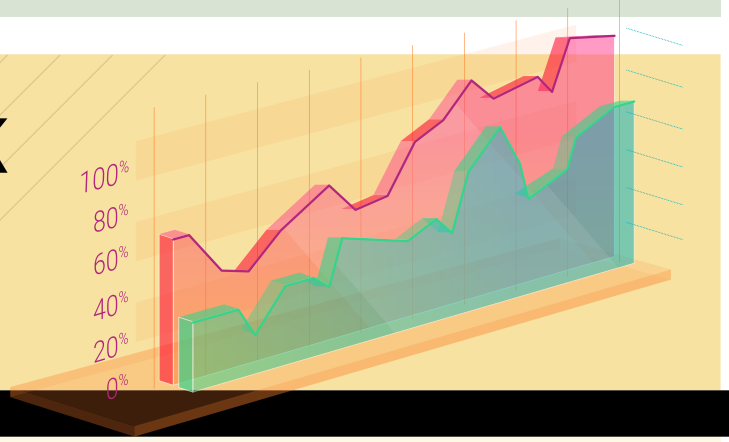
Eylül 2019

TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER

Hakan KARAGÖZ

KTO—Ekonomik Araştırmalar ve Proje Uzmanı

100%
80%
60%
40%
20%
0%



ENFLASYON

Ekim ayında TÜFE, aylık %2,00 arttı.

TÜFE'de (2003=100) 2019 yılı Ekim ayında bir önceki aya göre %2,00, bir önceki yılın Aralık ayına göre %10,59, bir önceki yılın aynı ayına göre %8,55 ve on iki aylık ortalamalara göre %16,81 artış gerçekleşti.

TR52 Konya-Karaman Bölgesinde Ekim ayında enflasyon yıllık %8,17 artış göstermiştir.

Yurt İçi ÜFE, aylık %0,17 arttı.

Yurt içi üretici fiyat endeksi (Yİ-ÜFE), 2019 yılı Ekim ayında bir önceki aya göre %0,17, bir önceki yılın Aralık ayına göre %6,71, bir önceki yılın aynı ayına göre %1,70 ve on iki aylık ortalamalara göre %22,58 artış gösterdi.



Kaynak: TÜİK

En Fazla Artan (Aylık)			En Fazla Azalan (Aylık)		
S.	Ürün Adı	Oran(%)	S.	Ürün Adı	Oran(%)
1	Kazak – Erkek	43,7	1	Yurtiçi Bir Haftalık Tur	-27,66
2	Kazak – Çocuk	40,46	2	Limon	-25,23
3	Kaban yünlü – Erkek	38,94	3	Havuç	-15,38

Kaynak: TÜİK

İmalat Sanayi					
En Fazla Artan (Aylık)			En Az Artan (Aylık)		
S	Sektör Adı	Oran	S	Sektör Adı	Oran
1	Tütün ürünleri	27,62	1	Kok ve rafine petrol ürünleri	-20,89
2	Temel eczacılık ürünleri	24,66	2	Ana metaller	-14,87
3	İçecekler	11,91	3	Kağıt ve kağıt ürünleri	-5,58

İSTİHDAM VE İŞSİZLİK

Ağustos 2019 döneminde işsizlik ise %14.

Türkiye genelinde 15 ve daha yukarı yaştakilerde işsiz sayısı 2019 yılı Ağustos döneminde geçen yılın aynı dönemine göre 980 bin kişi artarak 4 milyon 650 bin kişi oldu. İşsizlik oranı 2,9 puanlık artış ile %14,0 seviyesinde gerçekleşti. Aynı dönemde; tarım dışı işsizlik oranı 3,5 puanlık artış ile %16,7 olarak tahmin edildi. Genç nüfusta (15-24 yaş) işsizlik oranı 6,6 puanlık artış ile %27,4 olurken, 15-64 yaş grubunda bu oran 2,9 puanlık artış ile %14,3 olarak gerçekleşti.



Kaynak: TÜİK



Kaynak: Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü

DIŞ TİCARET

Eylül ayında ihracat %0,3, ithalat %1 arttı.

Türkiye İstatistik Kurumu ile Ticaret Bakanlığı işbirliğiyle oluşturulan geçici dış ticaret verilerine göre; ihracat 2019 yılı Eylül ayında, 2018 yılının aynı ayına göre %0,3 artarak 14 milyar 436 milyon dolar, ithalat %1 artarak 16 milyar 492 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Eylül ayında dış ticaret açığı %6,6 artarak 2 milyar 56 milyon dolara yükseldi.

İhracatın ithalatı karşılama oranı 2018 Eylül ayında %88,2 iken, 2019 Eylül ayında %87,5'e geriledi.

İhracatta Almanya, ithalatta Rusya ilk sırayı aldı

Almanya'ya yapılan ihracat 2019 Eylül ayında 1 milyar 275 milyon dolar olurken, bu ülkeyi sırasıyla 1 milyar 56 milyon dolar ile Birleşik Krallık, 847 milyon dolar ile İtalya ve 778 milyon dolar ile Irak takip etti. Rusya'dan yapılan ithalat, 2019 yılı Eylül ayında 1 milyar 859 milyon dolar olurken, bu ülkeyi sırasıyla 1 milyar 536 milyon dolar ile Çin, 1 milyar 484 milyon dolar ile Almanya ve 1 milyar 18 milyon dolar ile ABD izledi.



Kaynak: TÜİK

MERKEZİ YÖNETİM BÜTÇESİ

2018 yılı Eylül ayında 6 milyar TL açık veren bütçe, 2019 yılı Eylül ayında 17,7 milyar TL açık vermiştir.

2018 yılı Eylül ayında 4,3 milyar TL faiz dışı fazla verilmiş iken 2019 yılı Eylül ayında 5,6 milyar TL faiz dışı açık verilmiştir.

2019 yılı Eylül ayında bütçe gelirleri bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 3,3 oranında artarak 63,1 milyar TL olmuştur. Bütçe giderleri ise yüzde 20,5 oranında artarak 80,8 milyar TL olarak gerçekleşmişti.

TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİ

2019 Ekim ayında tüketici güveni arttı.

Tüketici güven endeksi, Ekim ayında bir önceki aya göre %2,1 oranında arttı; Eylül ayında 55,8 olan endeks, Ekim ayında 57 oldu.

Tüketici Güven endeksindeki azalış; hanenin maddi durum, genel ekonomik durum, işsiz sayısı ve tasarruf etme ihtimali beklentileri değerlendirmelerinin iyileştiğini göstermektedir.



Kaynak: TÜİK, Veriler, 2019 yılından itibaren mevsim etkilerinden arındırılmış şekilde yayınlanmaya başlanmıştır.

SANAYİ ÜRETİM ENDEKSİ

2019 Eylül ayında sanayi üretimi yıllık %3,4 arttı.

Sanayinin alt sektörleri incelendiğinde, 2019 yılı Eylül ayında (yıllık);

- Madencilik ve taşocakçılığı sektörü endeksi %5,7,
- İmalat sanayi sektörü endeksi %3,4,
- Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtım sektörü endeksi %0,4 arttı.



Kaynak: TÜİK

HAZIR BETON

KONYA



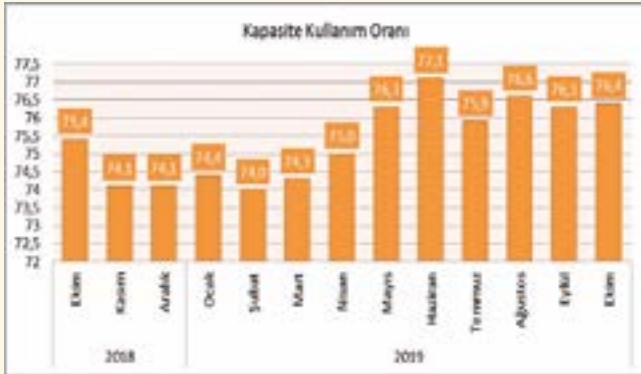
“Temel Sigortanız”

KONYA HAZIR BETON SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Horozluhan Mh. Cihan Sk. No:15 42300 Selçuklu / KONYA | Tel : +90 (332) 346 03 69 - 70 | Fax : +90 (332) 346 16 12
www.konyahazirbeton.com.tr | konyahb@vicat.com.tr

KAPASİTE KULLANIM ORANI

2019 yılı Ekim ayında imalat sanayi genelinde kapasite kullanım oranı, bir önceki aya göre 0,1 puan artarak yüzde 76,4 seviyesinde gerçekleşmiştir.



Kaynak: TCMB

DÖNEMSEL GAYRİ SAFİ YURT İÇİ HASILA

GSYH 2019 yılı ikinci çeyreğinde %1,5 azaldı.

Gayrisafi Yurt İçi Hasıla ikinci çeyrek ilk tahmini; zincirlenmiş hacim endeksi olarak (2009=100), 2019 yılının ikinci çeyreğinde bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %1,5 azaldı.

Üretim yöntemiyle Gayrisafi Yurt İçi Hasıla tahmini, 2019 yılının ikinci çeyreğinde cari fiyatlarla %15 artarak 1 trilyon 24 milyar 226 milyon TL oldu.

Gayrisafi Yurt İçi Hasıla'yı oluşturan faaliyetler incelendiğinde; 2019 yılının ikinci çeyreğinde bir önceki yılın aynı çeyreğine göre zincirlenmiş hacim endeksi olarak; tarım sektörü toplam katma değeri %3,4 arttı, sanayi sektörü %2,7 ve inşaat sektörü %12,7 azaldı. Ticaret, ulaştırma, konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetlerinin toplamından oluşan hizmetler sektörünün katma değeri %0,3 azaldı.



Kaynak: TÜİK

CARİ AÇIK

Cari işlemler fazlası, bir önceki yılın Eylül ayına göre 599 milyon ABD doları artarak 2.477 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Bunun sonucunda, on iki aylık cari işlemler fazlası 5.895 milyon ABD dolarına yükselmiştir.



FİNANSAL YATIRIM ARAÇLARI

2019 Ekim ayında finansal yatırımlar araçları arasında en yüksek aylık reel getiriye %0,90'lık oranıyla DİBS'de gerçekleşti. TÜFE ile indirildiğinde; Euro %0,18, Amerikan Doları %0,51, mevduat faizi (brüt) %1,00, külçe altın %1,47 ve BIST 100 endeksi %3,94 oranında yatırımcısına kaybettirdi.



KONUT SATIŞLARI

Türkiye'de 2019 Eylül ayında 146.903 konut satıldı.

Türkiye genelinde konut satışları 2019 Eylül ayında bir önceki yılın aynı ayına göre %15,4 oranında artarak 146.903 oldu. Türkiye genelinde ipotekli konut satışları bir önceki yılın aynı ayına göre %410,2 oranında artış göstererek 57.811 oldu. Toplam konut satışları içinde ipotekli satışların payı %39,4 olarak gerçekleşti.



BAŞLAMA	BİTİŞ	FUARIN ADI	KONUSU	BAŞLICA ÜRÜN HİZMET GRUPLARI	TÜRÜ	YER	ŞEHİR	DÜZENLEYİCİ
02.12.2019	02.12.2019	Diyarbakır Üniversite Tercih ve Karrier Fuarı	Yüksek Öğrenim Üniversite Tercih	Yurt İçi Ve Yurt Dışı Üniversiteler Eğitim Kurumları	İhtisas Fuarı	Dicle Üniversitesi Kültür ve Kongre Merkezi	Diyarbakır	Artı Fuarcılık Org.Ltd.Şti.
04.12.2019	05.12.2019	18.İstanbul Perakende Fuarı	Mağaza, Market, Alışveriş Merkezlerine Yönelik Ürün, Hizmetler ve Alışveriş Merkezleri Yatırımları	Mağaza Market Ekipmanları, Raf Sistemleri, Güvenlik-Otomasyon Sistemleri, Perakende Yazılımları, Dekorasyon, Tasarım, Vitrin Hizmetleri, Yazarkasa-Bar-kod Sistemleri ve Alışveriş Merkezleri	İhtisas Fuarı	Haliç Kongre Merkezi	İstanbul	Soyal Fuarcılık Tan. Org. Ltd. Şti.
05.12.2019	06.12.2019	5.İzmir Eğitim ve Karrier Fuarı	Eğitim, Yüksek Öğretim Üniversite	Liseler,Üniversiteler, Yurtdışı Lise ve Üniversiteleri, Dil Kursları, Eğitim Sektörüne Yönelik Ekipmanlar	İhtisas Fuarı	TMMOB Tepekule Kongre ve Sergi Merkezi	İzmir	Eket Fuarcılık Tic. Ltd. Şti.
04.12.2019	07.12.2019	Plast Eurasia İstanbul 2019 29.Uluslararası İstanbul Plastik Endüstrisi Fuarı	Plastik Makineleri, Kimyasallar, Hammaddeler, Kalıp, Isı, Kontrol Çihazları, Hidrolik-Prömatik	Enjeksiyon, Şişirme Film, Poşet Kesme, Flexo Baskı Makineleri, Extruderler, Mühendislik Plastikler, Polimerler, Granül, Enjeksiyon Kalıpları, Rezistans, Test Çihazı	Uluslararası İhtisas Fuarı	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.
04.12.2019	07.12.2019	BURSAF / 4. Ayakkabı ve Deri Ürünleri Fuarı	Ayakkabı ve deri ürünleri	Ayakkabılar, Deri Ürünleri, Çantalar, Kemerler, Çuvalar	İhtisas Fuarı	Atatürk Kongre ve Kültür Merkezi Merinos	Bursa	Network Fuarcılık Ltd.Şti.
04.12.2019	07.12.2019	İSG 2019 İş Sağlığı ve Güvenliği Fuarı	İş Sağlığı ve İş Güvenliği	Kişisel Koruyucu Donanımlar ve Ekipler, İSG Yazılımları, Ölçüm Çihazları, El Aletleri, OSGEP'ler, Eğitim Kurumları, STK'lar	İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi	İstanbul	Pozitif FuarcılıkA.Ş.
04.12.2019	07.12.2019	TDK Deri ve Kürk Moda Şov	Deri Konfeksiyon Ürünlerinin Fuarı	Deri Konfeksiyon Ürünleri	İhtisas Fuarı	Kaya Palazzo Golf Resort	Antalya	TDK Fuarcılık Org. Ltd. Şti
04.12.2019	07.12.2019	Decoyap Fethiye Villa Decor Fuarı	Dekorasyon Tadilat Yalıtım Havuz Sera Malzemeleri	Dekorasyon Parke, Mutfak, Havuz, Yalıtım, Seramik, Mobilya, Pencere, Çatı Kaplama Malzemeleri, Beyaz Eşya, Sera, Otel Ekipmanları	İhtisas Fuarı	Fethiye Fuar ve Sergi Alanı	Muğla	Demos Endüstri Fuarcılık A.Ş.
05.12.2019	07.12.2019	Travel Turkey İzmir "13.Turizm Fuar ve Konferansı"	Turizm Fuar ve Konferansı	İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, Tatil Köyleri, Havayolları Firmaları, Oteller, Seyahat Acenteleri	Uluslararası İhtisas Fuarı	Fuar İzmir - Gazemir	İzmir	1.İZFAŞ İzmir Fuarcılık Hizmet. Kültür ve Sanat İşleri. Tic.A.Ş. 2.İURSAB Fuarcılık Hizmetleri Tic. A.Ş.
29.11.2019	08.12.2019	2. Van Doğu Anadolu Tekstil ve Makineleri Fuarı	Tekstil, Konfeksiyon Makineleri ve Tedarik Fuarı	Tekstil, Hazır Giyim, Konfeksiyon, Ev Tekstil Matzeme Makine ve Ekipmanları	İhtisas Fuarı	Van Expo Fuar ve Kongre Merkezi	Van	Ajans Asya Fuarcılık Org. San. Tic. Ltd. Şti.
29.11.2019	08.12.2019	Van Markalar Buluşması ve Tanıtım Günleri Fuarı	Tekstil, Ayakkabı, Saracıye	Tekstil, Konfeksiyon, Hazır Giyim, Ayakkabı, Saracıye, Hediyelik Eşya	İhtisas Fuarı	Van Expo Fuar ve Kongre Merkezi	Van	Ajans Asya Fuarcılık Org. Ltd. Şti.
05.12.2019	08.12.2019	Fespa Eurasia	Dijital, Serigrafi, Tekstil Baskı ve Endüstriyel Reklam	Dijital, Tekstil ve Serigrafi Baskı Teknolojileri, Baskı Boyaları ve Yazılımları, Sing Teknolojisi, Açık hava Medya ve Görsel İletişim Malzemeleri	Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul	Fespa Eurasia Fuarcılık A.Ş.
05.12.2019	08.12.2019	Türkiye Kooperatifler Fuarı	Kooperatif İşletmeler ve Kooperatifçilik	Kooperatif İşletmelerin Ürün ve Hizmetleri	İhtisas Fuarı	ATO Kongre ve Sergi Sarayı	Ankara	HYF Fuarcılık A.Ş.
05.12.2019	08.12.2019	Doğu Marmara Bayilik ve Markam Olur Musun Fuarı	Bayiler, Markalar ve Yatırımlar Franchising Buluşması	Gıda, Otomotiv, Hizmet, Medya, Tedarik, Mobilya, Aksesuar, Emlak, Reklam, Bayilik, Restaurant, Otel	İhtisas Fuarı	Kocaeli BB Uluslararası Fuar Merkezi	Kocaeli	FSA Fuarcılık San. Ve Tic. Ltd.Şti.
10.12.2019	11.12.2019	Yerli Market Haftası	Yerli Üretici ve Perakendecilerin İş Geliştirmelerini Sağlamak	FMCC, Gıda ve Gıda Dışı Ürünler	İhtisas Fuarı	WOW Kongre Merkezi Yeşilköy	İstanbul	Pin Fuarcılık Ltd. Şti.
12.12.2019	13.12.2019	5. Bursa Eğitim ve Karrier Fuarı	Eğitim, Yüksek Öğretim Üniversite	Liseler,Üniversiteler, Yurtdışı Lise ve Üniversiteleri, Dil Kursları, Eğitim Sektörüne Yönelik Ekipmanlar	İhtisas Fuarı	Atatürk Kongre ve Kültür Merkezi Merinos	Bursa	Eket Fuarcılık Tic. Ltd. Şti.
11.12.2019	14.12.2019	Gapshoes 30.Uluslararası Ayakkabı, Terlik ve Yan Sanayi Yaz Fuarı	Ayakkabı, Terlik ve Yan Sanayi	Ayakkabı, Terlik ve Yan Sanayi	Uluslararası İhtisas Fuarı	OFM Ortadoğu Fuar Merkezi	Gaziantep	Akort Tanıtım Organizasyon ve Fuarcılık Ltd. Şti.
06.12.2019	15.12.2019	Osmaniye Kitap Fuarı	Kitap	Kitap ve Süreli Yayınlar	İhtisas Fuarı	Osmaniye Fuar Alanı	Osmaniye	VAV Fuarcılık Ltd. Şti
10.12.2019	15.12.2019	Eskişehir 2. Kitap Fuarı	Kitap, Süreli Yayın	Kitap, Süreli Yayın	İhtisas Fuarı	Eskişehir Ticaret Odası- Tü-yap Eskişehir Fuar Merkezi	Eskişehir	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.

KONYA EKONOMİK GÖSTERGELERİ



Perakende Güven Endeksi

Eylül 2019'a göre

Konya

5,5 puan azaldı

Türkiye

0,1 puan arttı

Geçen aya göre;

Geçtiğimiz 3 ayda işlerin gelişimi

12,0 puan kötüleşti

Mevcut stok düzeyi

14,0 puan arttı

Satış beklentisi

9,8 puan iyileşti

Ekim 2018'e göre

Konya

7,5 puan azaldı

Türkiye

3,6 puan arttı

Geçen yılın aynı dönemine göre;

- En yüksek artış: Mobilya, aydınlatma ekipmanı ve ev içi kullanım ürünleri sektörü (20,5 puan)
- En yüksek düşüş: Yiyecek, içecek ve tütün ürünleri sektörü (17,7 puan)



Hizmetler Sektörü Güven Endeksi

Eylül 2019'a göre

Konya

0,4 puan arttı

Türkiye

3,1 puan azaldı

Geçen aya göre;

Geçtiğimiz 3 ayda işlerin gelişimi

0,7 puan kötüleşti

Geçtiğimiz 3 ayda hizmet talebi

4,7 puan iyileşti

Talep beklentisi

2,7 puan kötüleşti

Ekim 2018'e göre

Konya

12,8 puan arttı

Türkiye

18,0 puan arttı

Geçen yılın aynı dönemine göre;

- En yüksek artış: Finansal hizmetler sektörü (38,0 puan)
- En yüksek düşüş: Sağlık işleri ve sosyal hizmetler sektörü (17,5 puan)



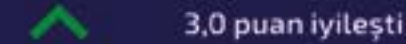
İnşaat Sektörü Güven Endeksi

Eylül 2019'a göre



Geçen aya göre;

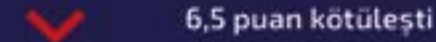
Mevcut siparişlerin durumu



Ekim 2018'e göre



İstihdam beklentisi



Geçen yılın aynı dönemine göre;

- Bina dışı yapıların inşaatı sektörü 37,5 puan arttı
- Özel inşaat faaliyetleri sektörü 2,0 puan azaldı
- Bina inşaatı sektörü 2,1 puan azaldı



İstihdam İzleme Bülteni (Temmuz 2019)

Temmuz 2018'e göre

Sigortalı ücretli çalışan sayısı



Çiftçi sayısı



Esnaf sayısı



Kamu çalışanı sayısı



Dış Ticaret Bülteni (Eylül 2019)

Ağustos 2019'a göre

İhracat



Eylül 2018'e göre

İhracat



İthalat



İthalat



- En çok ihracat Irak'a (%15,8)
- En çok ithalat Rusya'dan (%23,3)

*Endeksi olumlu etkileyen hareketler yeşil, olumsuz etkileyenler kırmızı ile gösterilmiştir.

**Konya Ticaret Odası, her ay perakende sektöründen 300, hizmetler sektöründen 300 ve inşaat sektöründen 200 firmayla yüz yüze anketler yapmaktadır. Endeksler, anketlerden elde edilen veriler analiz edilerek hesaplanmaktadır.

KASIM
2019

KONYA PERAKENDE GÜVEN ENDEKSİ

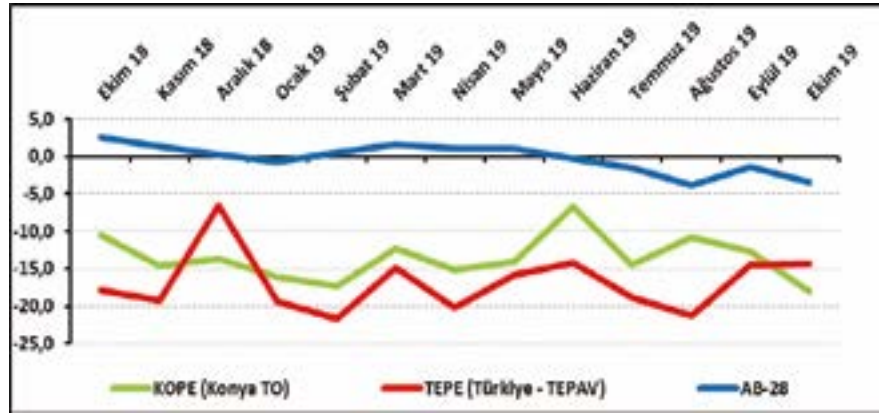
KONYA PERAKENDE GÜVENİ, TÜRKİYE GENELİNİN GERİSİNDE KALDI

Konya Perakende Güven Endeksi (KOPE) Ekim 2019'da hem geçen yıla hem de geçen aya kıyasla azalış gösterdi. Geçtiğimiz 3 ayda işlerin durumu göstergesi hem Ekim 2018'e göre hem de Eylül 2019'a göre azaldı. Gelecek 3 ayda satış beklentisi göstergesi ise Ekim 2018'e göre azalış, Eylül 2019'a göre artış gösterdi. Konya perakende sektörü, Ekim 2019'da Türkiye genelinden daha kötü performans sergiledi.

Konya'da perakende güveni geçen aya ve geçen yıla kıyasla azaldı:

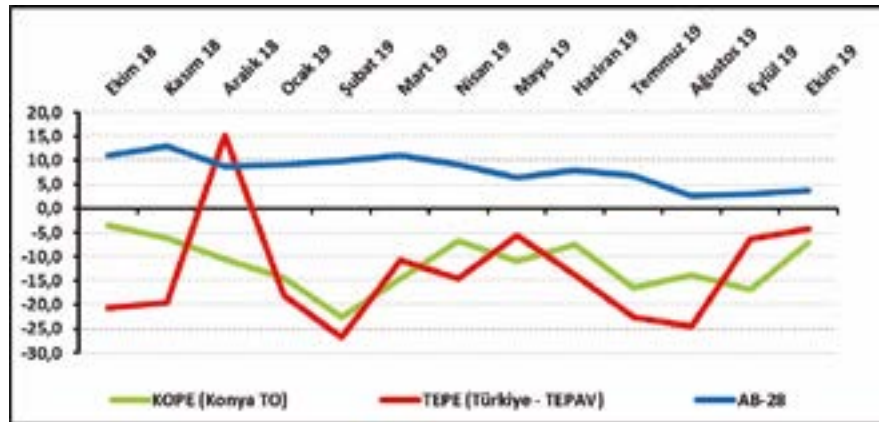
Ekim 2019'da TEPAV Perakende Güven Endeksi (TEPE) -14,3 puan değerini alırken, KOPE -18,1 puan değerini aldı. Geçen yılın aynı dönemine göre KOPE 7,5 puan azalırken, TEPE 3,6 puan arttı. KOPE geçen aya göre 5,5 puan azalış, TEPE ise 0,1 puan artış gösterdi. Konya perakendesi, Türkiye genelinden ve AB-28'den daha kötü performans gösterdi. KOPE değerinin geçen yıla kıyasla azalışında, geçtiğimiz 3 ayda işlerin durumu ve önümüzdeki 3

Şekil-1. KOPE ile TEPE karşılaştırılması* (Ekim 2018 – Ekim 2019)



*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Şekil-2. Önümüzdeki 3 ay ilişkin satış beklentisi* (Ekim 2018 – Ekim 2019)



*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Tablo-1. Konya Perakende Güven Endeksi*

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2017	-8,2	-2,9	1,0	-1,3	1,1	4,2	-0,4	3,8	6,9	2,6	6,1	4,1
2018	4,3	2,2	-0,3	-4,6	0,9	0,7	3,7	-3,2	-5,0	-10,6	-14,6	-13,7
2019	-16,1	-17,3	-12,3	-15,2	-14,1	-6,7	-14,4	-10,7	-12,6	-18,1		

Tablo-2. Önümüzdeki 3 ay ilişkin beklenti*

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2017	7,9	18,7	15,7	13,7	17,7	20,7	20,1	19,1	21,2	19,3	24,7	22,9
2018	21,3	19,2	13,4	4,0	8,3	11,7	13,8	0,2	1,4	-3,6	-6,2	-10,6
2019	-14,3	-22,6	-14,5	-6,7	-10,9	-7,5	-16,4	-13,8	-16,8	-7,0		

Tablo-3. İşlerin geçen yılın aynı dönemine göre durumu*

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2017	-44,3	-46,7	-36,7	-36,3	-24,0	-15,7	-28,3	-19,7	-26,1	-20,2	-17,7	-16,3
2018	-19,3	-12,3	-10,7	-21,4	-15,3	-24,7	-24,3	-16,3	-26,7	-37,0	-51,3	-42,7
2019	-41,0	-46,7	-37,0	-58,7	-54,0	-56,7	-60,7	-47,0	-42,7	-56,0		

ayda satış beklentisi göstergelerindeki düşüş etkili oldu.

Konyalı perakendecilerin satış beklentileri geçen aya kıyasla arttı:

Ekim 2019'da Konya'da faaliyet gösteren perakendecilerin yüzde 28,3'ü önümüzdeki 3 ayda satışlarının artmasını beklerken, satışlarının düşmesini bekleyenlerin oranı yüzde 46 düzeyinde oldu. Satışlarında bir değişiklik beklemeyenlerin oranı ise yüzde 25,7 olarak belirlendi.

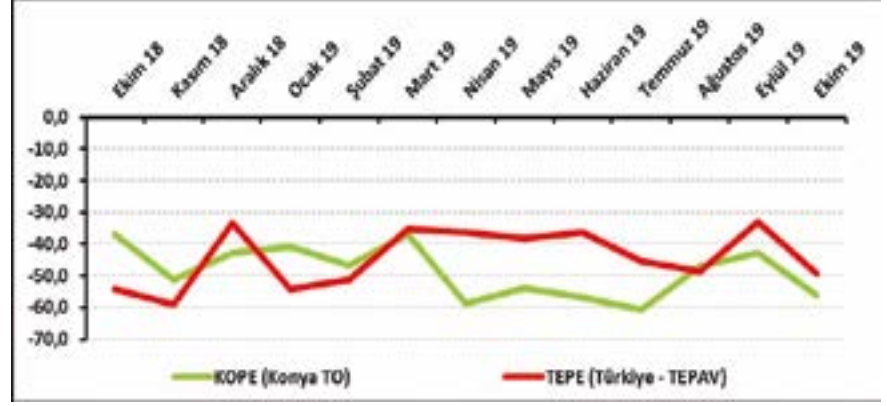
Gelecek 3 aydaki satış beklentileri Ekim 2018'e göre 3,4 puan azalırken, Eylül 2019'a göre 9,8 puan arttı. Gelecek 3 aya ilişkin satış beklentilerinde Konya, Ekim 2019'da Türkiye genelinden ve AB-28'den daha kötü performans sergiledi.

Konya'da perakendecilerin işlerdeki toparlanma algısı azaldı:

Ekim 2019'da işlerdeki toparlanma algısı geçen aya göre 13,3 puan azalarak -56,0 değerini aldı. İşlerdeki toparlanma algısı geçen yılın aynı ayına göre ise 19,0 puan azaldı.

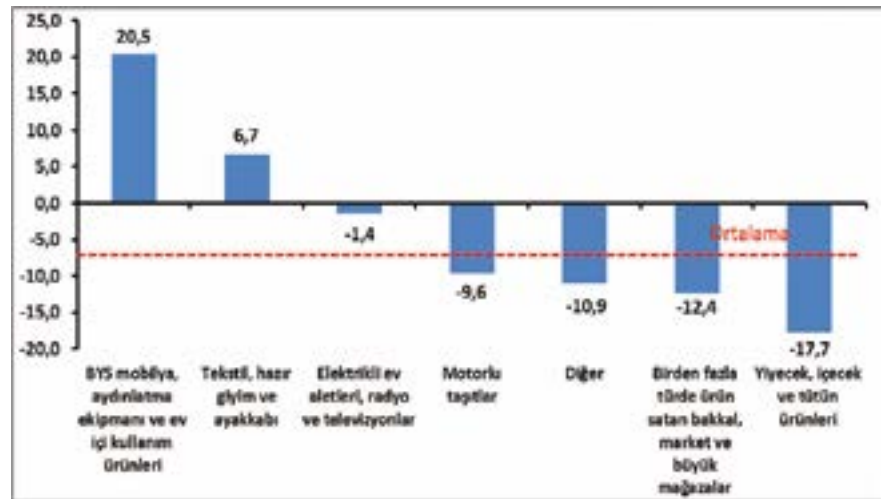
İşlerinin geçen yılın aynı dönemine göre arttığını belirtenlerin oranı Ekim 2019'da yüzde 12,7 olurken, azaldığını belirtenlerin oranı yüzde 68,7 oldu. KOPE anketine katılanların yüzde

Şekil-3. İşlerin geçen yılın aynı dönemine göre durumu* (Ekim 2018 – Ekim 2019)



*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Şekil-4. Alt sektör bazında KOPE'nin Ekim 2019'da bir önceki yıla göre değişimi* (puan)



*Mevsimsellikten arındırılmış seriler



Tablo-4. KOPE ve TEPE soru bazında detaylı sonuçlar* (puan)

Sorular	KOPE (Konya) 10/2019	KOPE (Konya) 09/2019	KOPE (Konya) 10/2019	Bir önceki aya göre değişim 10/2019	Bir önceki yılın aynı ayına göre değişim 10/2019	TEPE (Türkiye) 10/2019
Geçtiğimiz üç ayda işlerinizin gelişimi ne yönde oldu?	-48,7	-41,0	-53,0	-12,0	-4,3	-50,8
Mevcut stok düzeyiniz hakkında ne düşünüyorsunuz?	20,5	19,9	5,9	-14,0	-14,6	12,1
Tedarikçilerden siparişlerinizin önümüzdeki üç ayda ne yönde değişeceğini düşünüyorsunuz?	-11,3	-16,6	-3,3	13,3	8,0	-13,3
Satışlarınızın önümüzdeki üç ayda ne yönde değişeceğini düşünüyorsunuz?	-3,6	-16,8	-7,0	9,8	-3,4	-4,2
İstihdam ettiğiniz personel sayısının önümüzdeki üç ayda ne yönde değişeceğini düşünüyorsunuz?	-8,3	1,3	-11,0	-12,3	-2,7	0,3
Satış fiyatlarınızın önümüzdeki üç ayda ne yönde değişeceğini düşünüyorsunuz?	29,0	32,3	52,3	20,0	23,3	35,0
İşlerinizin geçen yılın aynı dönemine göre bu yıl nasıl gelişti?	-37,0	-42,7	-56,0	-13,3	-19,0	-49,3
Mağaza sayınızın gelecek yıl nasıl değişmesini bekliyorsunuz?	-2,7	1,3	4,9	3,6	7,6	3,9

18,7'si ise işlerinin geçen yılın aynı dönemine göre değişmediğini belirtti. Ekim ayında Konya'daki perakendecilerin işlerdeki toparlanma algısının Türkiye genelindeki perakendecilerden daha düşük seviyede olduğu görüldü.

Perakende güveni ekim ayında en fazla “mobilya, aydınlatma ekipmanı ve ev içi kullanım ürünleri” sektöründe arttı:

Konya'da perakende sektörüne alt sektörler itibarıyla bakıldığında, perakende güveni ekim ayında geçen yılın aynı dönemine göre “mobilya, aydınlatma ekipmanı ve ev içi kullanım ürünleri” ve “tekstil, hazır giyim ve ayakkabı” sektörlerinde arttı. “Mobilya, aydınlatma ekipmanı ve ev içi kullanım ürünleri”, “tekstil, hazır giyim ve ayakkabı” ve “elektrikli ev aletleri, radyo ve televizyonlar” sektörlerinde değişim ortalamasının üzerinde; “motorlu taşıtlar”, “diğer(akaryakıt istasyonu, eczane, parfümeri, nalbur, züccaciye, kırtasiye, vb.)”, “birden fazla türde ürün satan bakkal, market ve büyük mağazalar” ve “yiyecek, içecek ve tütün ürünleri” sektörlerindeki değişim ortalamasının altında gerçekleşti. “Yiyecek, içecek ve tütün ürünleri” sektörü ekim ayında perakende güveninde en fazla düşüşü sergileyen sektör oldu.

Konya perakendesinde istihdam beklentisi azaldı:

KOPE ve TEPE değerleri sorular bazında karşılaştırıldığında, Ekim 2019'da “önümüzdeki 3 ayda tedarikçilerden sipariş ve satış fiyatı

beklentileri” ve “gelecek yıl mağaza sayısı beklentisi” göstergesinde Konya'nın Türkiye'ye göre daha iyi; “geçtiğimiz 3 ayda işlerin durumu”, “önümüzdeki 3 ayda satış ve istihdam beklentileri” ve “geçen yıla göre işlerin durumu” göstergelerinde ise daha kötü bir performans sergilediği görüldü. Konya perakendesinde “geçtiğimiz 3 ayda işlerin durumu”, “önümüzdeki 3 ayda istihdam beklentisi” ve “geçen yıla göre işlerin durumu” göstergeleri hem Ekim 2018'e göre hem de Eylül 2019'a göre azalırken, “önümüzdeki 3 ayda tedarikçilerden sipariş ve satış fiyatı beklentileri” ve “gelecek yıl mağaza sayısı beklentisi” göstergeleri arttı. “Önümüzdeki 3 ayda satış beklentisi” göstergesi Ekim 2018' göre azalış, Eylül 2019'a göre artış gösterdi.

Perakende güveninde Türkiye, AB-28 ve Euro Bölgesi'nden daha iyi durumda:

AB-28 ülkeleri ve Türkiye'nin Perakende Güven Endeksi değerlerine bakıldığında Yunanistan'ın ekim ayında geçen yıla göre en fazla artış yaşanan ülke olduğu görüldü. Yunanistan'ı; İtalya, Arnavutluk ve Belçika takip etti. İngiltere, İrlanda ve Macaristan ise perakende güveninde geçen yıla göre en fazla düşüş yaşanan ülkeler oldu. Perakende güveni geçen yıla kıyasla AB-28'de ve Euro Bölgesi'nde azaldı. Türkiye, geçen yıla göre perakende güveni değişiminde AB-28 ve Euro Bölgesine göre daha iyi performans sergiledi.

Tablo-5. AB-28 Ülkeleri ve Türkiye'nin Perakende Güven Endeksi karşılaştırmaları* (Ekim 2018'e göre)

Ülkeler/ (Puan)	Ekim 2018'e göre Perakende Güven Endeksi'ndeki Değişim	Ekim 2019
Yunanistan	9,9	26,3
İtalya	7,5	10,1
Arnavutluk	6,3	7,3
Belçika	5,9	-11,6
Hrvatistan	5,9	12,9
Makedonya Cum.	4,3	5,5
Türkiye	3,6	-14,3
Avusturya	3,4	-9,0
Sırbistan	3,4	14,8
Fransa	2,1	-4,2
Slovenya	1,9	19,5
Bulgaristan	1,4	19,4
Euro Bölgesi-19	-0,2	-0,7
Letonya	-0,5	6,1
Malta	-1,0	-1,5
Portekiz	-1,3	1,2
Estonya	-1,3	4,6
İsveç	-1,7	13,6
Almanya	-1,9	-7,3
Litvanya	-3,3	9,4
Danimarka	-4,9	2,0
Polonya	-5,5	-1,0
Hollanda	-5,6	4,8
Karadağ	-5,6	14,5
AB-28	-6,0	-3,5
G. K. Rum Yönetimi	-6,0	-3,5
Romanya	-6,7	3,5
Finlandiya	-7,4	5,4
Slovakya	-8,1	19,1
Çek Cumhuriyeti	-9,5	10,7
İspanya	-9,6	-0,1
Macaristan	-9,8	2,3
İrlanda	-10,1	0,6
İngiltere	-31,5	-21,6

KASIM
2019

KONYA HİZMETLER SEKTÖRÜ GÜVEN ENDEKSİ

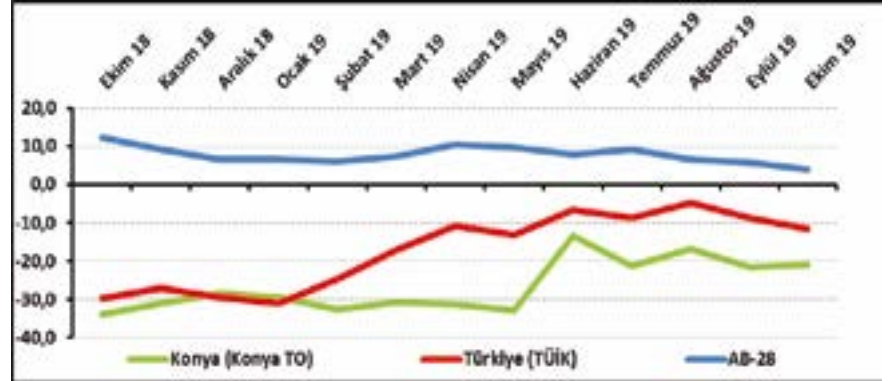
KONYA HİZMETLER SEKTÖRÜNÜN FİYAT BEKLENTİSİ DÜŞTÜ

Konya Hizmetler Sektörü Güven Endeksi, geçen aya ve geçen yılın aynı ayına göre yükseldi. Önümüzdeki 3 ayda hizmetlere olan talep beklentisi Eylül 2019 ve Ekim 2018'e göre düştü. Konya hizmetler sektörünün önümüzdeki dönemde hizmetlere olan talep beklentisi, Türkiye genelinden daha düşük bir değer aldı. Önümüzdeki 3 ayda fiyat beklentisinde ve çalışan sayısı beklentisinde geçen aya göre düşüş gözlemlendi.

Konya Hizmetler Sektörü Güven Endeksi geçen aya ve geçen yıla göre yükseldi:

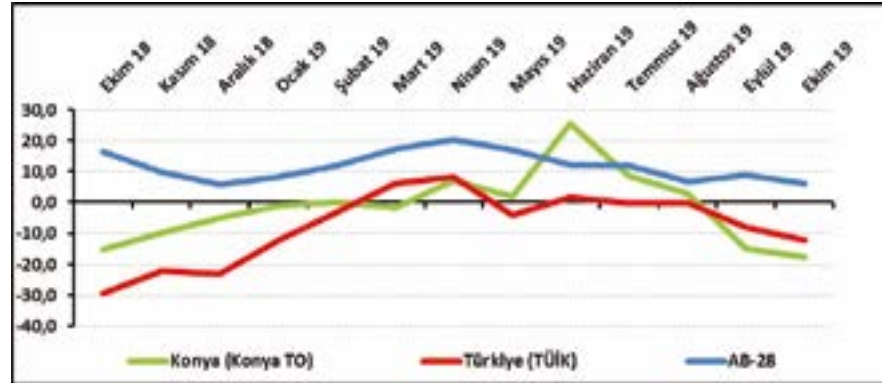
Konya Hizmetler Sektörü Güven Endeksi geçen aya göre 0,4 puan, geçen yıla göre 12,8 puan yükselerek -21 puan değerini aldı. Türkiye genelini temsil eden Hizmetler Sektörü Güven Endeksi ise Ekim 2019'da geçen aya göre 3,1 puan düşerken, geçen yıla göre 18 puan

Şekil-1. Hizmetler Sektörü Güven Endeksi karşılaştırması* (Ekim 2018 – Ekim 2019)



*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Şekil-2. Önümüzdeki 3 ayda verilen hizmetlere talep beklentisi* (%arttı - %azaldı) (Ekim 2018 – Ekim 2019)



*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Tablo-1. Konya Hizmetler Sektörü Güven Endeksi*

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2015	6,4	7,3	3,6	5,8	1,3	-6,1	1,8	-8,8	-12,0	-6,0	4,2	5,8
2016	-6,3	-3,3	-1,7	-1,7	-8,6	-4,8	-2,0	-9,4	-4,1	-11,5	-10,7	-20,7
2017	-20,0	-12,7	-8,0	0,0	-1,2	1,7	3,2	-8,5	-11,3	-8,3	-8,0	-4,0
2018	-7,9	-5,7	-10,7	-1,6	-10,3	-13,7	-6,2	-12,0	-21,6	-33,8	-31,1	-28,4
2019	-29,3	-32,7	-30,7	-31,3	-32,8	-13,3	-21,3	-16,8	-21,4	-21,0		

Tablo-2. Önümüzdeki 3 ayda verilen hizmetlere talep beklentisi* (%arttı - %azaldı)

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2015	34,7	38,0	25,7	24,7	26,3	5,0	28,7	6,3	8,7	22,7	46,3	35,3
2016	20,7	33,0	35,3	35,3	23,7	29,7	23,0	28,1	21,3	8,0	2,7	2,0
2017	7,0	19,4	27,7	36,3	19,7	22,7	29,7	6,7	-9,7	-2,3	0,3	10,3
2018	12,7	18,7	15,3	25,3	7,7	14,0	21,7	3,0	-6,3	-15,3	-9,7	-5,0
2019	-1,0	0,0	-1,7	7,0	2,0	25,3	8,7	3,0	-15,0	-17,7		

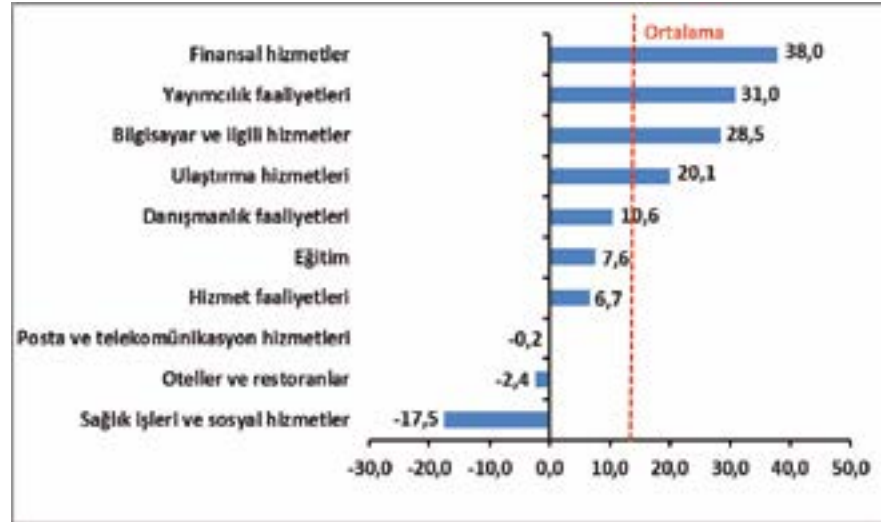
yükselerek -11,7 puan değerini aldı. Buna karşın AB-28'i temsil eden hizmetler sektörü güven endeksi Ekim 2019'da bir önceki aya göre 2 puan, geçen yılın aynı dönemine göre 8,4 puan düşerek 3,8 puan değerini aldı. Konya Hizmetler Sektörü Güven Endeksi, Ekim ayında Türkiye genelinden daha kötü performans sergiledi. Konya Hizmetler Sektörü Güven Endeksinin geçen aya göre yükselmesinde geçtiğimiz 3 ayda verilen hizmetlere olan talepteki artış etkili oldu.

Konya hizmetler sektörünün yüzde 25'i önümüzdeki dönemden umutlu:

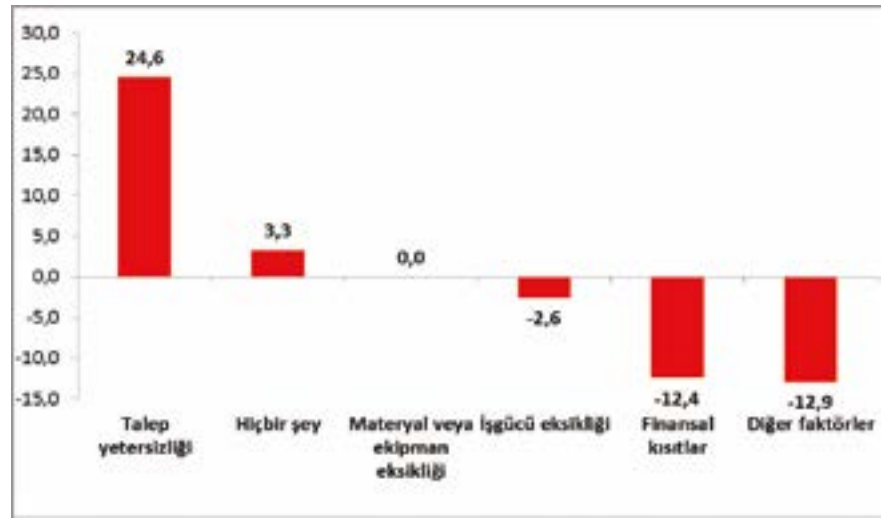
Önümüzdeki 3 ayda verilen hizmetlere olan talep beklentisinin denge değeri Ekim 2019'da bir önceki aya göre 2,7 puan, geçen yılın aynı dönemine göre 2,3 puan düşerek -17,7 puan değerini aldı. Önümüzdeki 3 ayda verilen hizmetlere olan talep beklentisi bir önceki aya göre hem Konya ve Türkiye genelinde hem AB-28'de düştü. Ekim ayında Konya, Türkiye genelinden daha kötü performans sergiledi.

Ekim 2019'da Konya'da hizmetler sektöründe faaliyet gösteren firmaların yüzde 25'i önümüzdeki 3 ayda

Şekil-3. Alt sektörler bazında endeksin Ekim 2019'da bir önceki yıla göre değişimi (puan)



Şekil-4. Faaliyetleri kısıtlayan temel etkenlerin Ekim 2019'da bir önceki yıla göre değişimi (puan)



Tablo-3. Soru bazında detaylı sonuçlar* (puan)

Sorular	Konya (Konya TO) 10/2019	Konya (Konya TO) 09/2019	Konya (Konya TO) 10/2019	Bir önceki aya göre değişim 10/2019	Bir önceki yılın aynı ayına göre değişim 10/2019	Türkiye (TÜİK) 10/2019
Geçtiğimiz üç ayda işleriniz nasıl değişti?	-47,0	-25,0	-25,7	-0,7	21,3	-10,3
Geçtiğimiz üç ayda şirketinizin verdiği hizmetlere olan talep nasıl değişti?	-39,0	-24,3	-19,7	4,7	19,3	-12,7
Gelecek üç ayda şirketinizin verdiği hizmetlere olan talebin ne yönde değişmesini bekliyorsunuz?	-15,3	-15,0	-17,7	-2,7	-2,3	-12,1
Geçtiğimiz üç ayda şirketinizin toplam çalışan sayısı nasıl değişti?	-13,3	-11,7	-11,3	0,3	2,0	-13,3
Gelecek üç ayda şirketinizin toplam çalışan sayısının ne yönde değişmesini bekliyorsunuz?	-17,7	-3,0	-4,3	-1,3	13,3	-11,9
Gelecek üç ayda şirketinizin verdiği hizmetlerin fiyatlarının ne yönde değişmesini bekliyorsunuz?	30,0	48,0	22,7	-25,3	-7,3	6,7
Geçen yılın aynı dönemine göre iş hacminizde (hizmet satışlarınızda) nasıl bir gelişme oldu?	-47,3	-55,7	-42,7	13,0	4,7	

verdikleri hizmetlere olan talepte artış beklerken, yüzde 42,7'si talepte düşme beklediklerini ifade etti.

Ekim ayının lideri finansal hizmetler sektörü oldu:

Ekim ayında Konya'da hizmetler sektörüne alt sektörler itibarıyla bakıldığında, "finansal hizmetler" sektörünün en iyi performans gösteren sektör olduğu görüldü. Bu sektörü "yayımcılık faaliyetleri", "bilgisayar ve ilgili hizmetler", "ulaştırma hizmetleri", "danışmanlık faaliyetleri", "eğitim" ve "hizmet faaliyetleri" sektörleri takip etti. Bu sektörlerde geçen yıla göre artış yaşandı. "Posta ve telekomünikasyon hizmetleri", "oteller ve restoranlar" ve "sağlık işleri ve sosyal hizmetler" sektörleri geçen yıla göre düşüş yaşanan sektörler oldu. Endeks değerine göre bir önceki yıla göre gözlenen azalmanın en yüksek olduğu sektör "sağlık işleri ve sosyal hizmetler" sektörü oldu.

Firmaların yüzde 42,3'ü talep yetersizliğinden şikâyet ediyor:

Konya'da hizmetler sektöründe faaliyetleri kısıtlayan faktörlerin geçen yıla göre değişimleri incelendiğinde talep yetersizliğinden şikâyet edenlerin oranında ve faaliyetlerini kısıtlayan hiçbir şeyin olmadığını söyleyenlerin oranında geçen yıla göre artış gözlenirken; materyal veya ekipman eksikliğinden şikâyet edenlerin oranında değişim gözlenmemiştir. İşgücü eksikliğinden, finansal kısıtlardan ve diğer faktörlerden şikâyet edenlerin oranında geçen yıla göre düşüş yaşanmıştır.

Ekim ayında hizmetler sektöründe faaliyet gösteren firmaların yüzde 42,3'ü

faaliyetlerini kısıtlayan temel etmenin talep yetersizliği olduğunu dile getirmiştir. Firmaların yüzde 29,6'sı finansal kısıtların, yüzde 2,7'si işgücü eksikliğinin, yine yüzde 2,7'si diğer faktörlerin ve yüzde 1,4'ü materyal veya ekipman eksikliğinin faaliyetlerini kısıtladığını vurgulamıştır. Faaliyetlerini kısıtlayan hiçbir şeyin olmadığını ifade edenlerin oranı ise yüzde 21,3 olmuştur.

Konya hizmetler sektörünün gelecek dönem çalışan sayısı beklentisi Türkiye genelinden daha yüksektir:

Konya ve Türkiye, Hizmetler Sektörü Güven Endeksi Anketi soruları bazında karşılaştırıldığında, ekim ayında Konya'nın geçmiş dönem çalışan sayısı, gelecek dönem çalışan sayısı ve fiyat beklentisi Türkiye'ye göre daha iyi bir performans sergilediği görüldü. Gelecek üç ayda "hizmetlere olan talep beklentisi" ve "fiyat beklentisi" göstergelerinde geçen aya göre düşüş yaşanırken, diğer tüm göstergelerde artış yaşandı.

Ekim ayında hizmetler sektöründe Türkiye, AB'ye göre daha kötü performans sergiledi:

AB-28 ülkeleri ve Türkiye'nin Hizmetler Sektörü Güven Endeksi değerlerine bakıldığında, Türkiye'nin geçen yıla göre en fazla artış yaşanan ülke olduğu görüldü. Türkiye'ye; Slovakya, Hırvatistan, Yunanistan ve Malta takip etti. Geçen yıla göre en fazla düşüş ise İngiltere'de yaşandı. İngiltere'ye, İrlanda ve Avusturya takip etti. Türkiye Hizmetler Sektörü Güven Endeksi, geçen yıla göre AB-28 ve Euro bölgesine kıyasla daha iyi performans sergiledi.

Tablo-4. AB-28 Ülkeleri ve Türkiye'nin Hizmetler Sektörü Güven Endeksi karşılaştırmaları (Ekim 2018'e göre)

Ülkeler/ (Puan)	Ekim 2018'e göre Hizmetler Sektörü Güven Endeksi'ndeki Değişim	Ekim 19
Türkiye	18,0	-11,7
Slovakya	10,4	14,7
Hırvatistan	8,1	21,0
Yunanistan	5,7	19,4
Malta	4,1	31,1
Karadağ	3,4	11,5
Bulgaristan	3,0	13,7
Portekiz	2,9	10,6
Fransa	1,5	3,8
Romanya	0,1	8,3
G. K. Rum Yönetimi	0,1	25,2
Sırbistan	0,0	12,6
Litvanya	-0,5	29,0
Makedonya	-2,4	14,2
Letonya	-2,6	2,2
Estonya	-3,2	6,6
İtalya	-4,0	2,1
Slovenya	-4,3	19,4
Finlandiya	-4,3	9,7
Euro Bölgesi-19	-4,4	9,0
Polonya	-4,4	-0,5
Danimarka	-4,8	4,4
Çek Cumhuriyet	-5,3	33,2
Arnavutluk	-5,6	14,8
Belçika	-5,6	2,6
Almanya	-5,6	15,9
Hollanda	-8,1	5,2
AB-28	-8,4	3,8
İspanya	-9,5	8,5
Macaristan	-12,7	-0,2
İsveç	-14,6	8,7
Avusturya	-15,1	15,4
İrlanda	-21,4	20,2
İngiltere	-25,9	-20,5

KASIM
2019

KONYA İNŞAAT SEKTÖRÜ GÜVEN ENDEKSİ

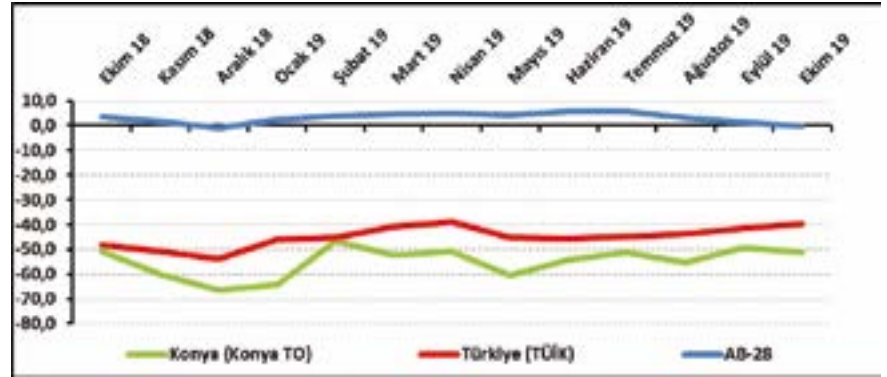
KONYA İNŞAAT SEKTÖRÜNÜN İŞLERE OLAN TALEP BEKLENTİSİ YÜKSELDİ

Konya İnşaat Sektörü Güven Endeksi geçen aya ve geçen yılın aynı dönemine göre düştü. Mevcut siparişler ise; Ekim 2018'e göre düşerken, Eylül 2019'a göre yükseldi. Konya inşaat sektörünün fiyat beklentisinde ve çalışan sayısı beklentisinde geçen aya göre düşüş gözlenirken, önümüzdeki dönem işlere olan talep beklentisinde artış gözlemlendi.

Konya İnşaat Sektörü Güven Endeksi geçen aya ve geçen yıla göre düştü:

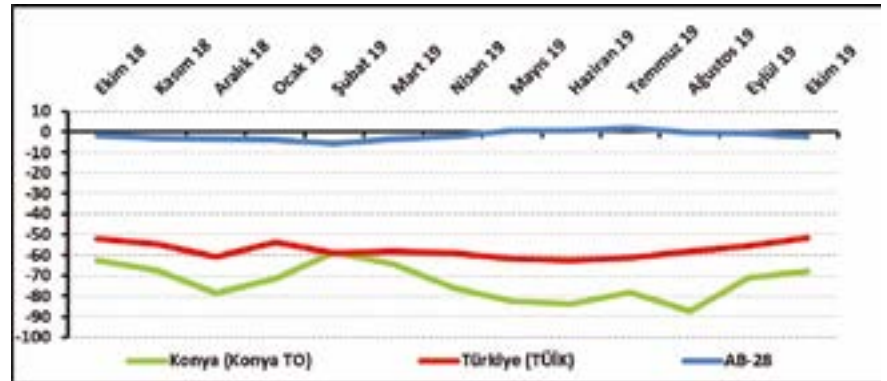
Konya İnşaat Sektörü Güven Endeksi, Ekim 2019'da geçen aya ve geçen yılın aynı dönemine göre düştü. Endeks değeri, geçen yılın aynı dönemine göre 0,5 puan, geçen aya göre 1,8 puan düştü ve -51,3 puan değerini aldı. Ekim 2019'da Türkiye genelini temsil eden inşaat sektörü güven endeksi -39,6 puan, AB-28'i temsil eden güven endeksi ise -0,2 puan değerini aldı. Ekim

Şekil-1. İnşaat Sektörü Güven Endeksi karşılaştırılması* (Ekim 2018 – Ekim 2019)



*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Şekil-2. Mevcut siparişlerin durumu* (%normalin üzeri – %normalin altı) (Ekim 2018 – Ekim 2019)



*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Tablo-1. Konya İnşaat Sektörü Güven Endeksi*

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2015	-16,3	-8,3	-14,0	-14,0	-15,8	-20,5	-26,3	-24,0	-28,0	-37,0	-24,6	-30,0
2016	-25,3	-19,5	-21,3	-22,8	-23,5	-18,5	-23,5	-23,0	-29,5	-29,0	-28,5	-24,8
2017	-26,0	-19,0	-23,0	-21,8	-18,2	-19,5	-23,8	-27,5	-28,5	-32,3	-30,8	-29,9
2018	-30,6	-27,3	-29,5	-30,1	-27,8	-31,3	-35,6	-40,0	-50,8	-50,8	-60,3	-66,4
2019	-64,3	-46,9	-52,3	-51,0	-60,5	-54,0	-51,3	-55,3	-49,5	-51,3		

Tablo-2. Mevcut siparişlerin durumu* (%normalin üzeri – %normalin altı)

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2015	-32,0	-28,0	-28,5	-26,5	-26,5	-30,0	-37,0	-29,5	-31,0	-43,5	-33,7	-35,0
2016	-37,0	-34,5	-34,5	-35,5	-35,0	-35,0	-36,0	-34,0	-38,5	-38,5	-35,0	-34,5
2017	-37,5	-34,0	-38,0	-39,0	-29,4	-30,5	-31,0	-32,5	-30,5	-36,5	-30,0	-35,5
2018	-38,2	-34,0	-40,0	-35,7	-28,5	-39,0	-35,7	-43,5	-60,0	-62,5	-67,5	-78,6
2019	-71,4	-58,5	-64,5	-76,0	-82,5	-84,0	-78,0	-87,5	-71,0	-68,0		

Tablo-3. Önümüzdeki 3 aydaki çalışan sayısı beklentisi* (%arttı – %azaldı)

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2015	-0,5	11,5	0,5	-1,5	-5,0	-11,0	-15,5	-18,5	-26,0	-30,5	-15,6	-25,0
2016	-13,5	-4,5	-8,0	-10,0	-12,0	-2,0	-11,0	-12,0	-20,5	-19,5	-22,0	-15,0
2017	-14,5	-4,0	-8,0	-4,5	-7,0	-8,5	-16,5	-22,5	-26,5	-28,0	-31,5	-24,2
2018	-23,0	-20,5	-19,0	-24,5	-27,0	-23,6	-35,5	-36,5	-41,5	-39,0	-53,0	-54,2
2019	-57,3	-35,3	-40,0	-26,0	-38,5	-24,0	-24,5	-23,0	-28,0	-34,5		

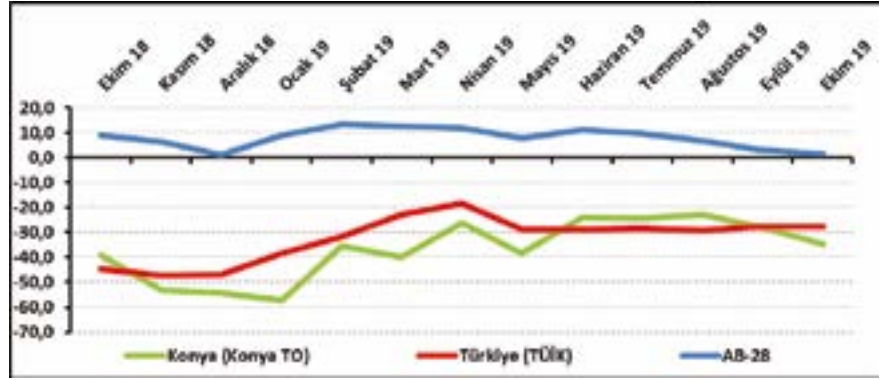
ayında inşaat sektörü güven endeksi, geçen aya göre Konya ve AB-28’de düşerken, Türkiye genelinde yükseldi. Konya İnşaat Sektörü Güven Endeksi, ekim ayında Türkiye genelinden daha kötü performans sergiledi.

Konya’da inşaat sektörünün yüzde 70’i mevcut siparişlerin normalin altında olduğunu ifade etti: Mevcut sipariş durumunun denge değeri, bir önceki aya göre yükselirken, geçen yılın aynı dönemine göre düştü. Böylelikle söz konusu değer, Ekim 2019’da -68 puan değerini almış oldu.

Ekim 2019’da Konya’da inşaat sektöründe faaliyet gösteren firmaların yüzde 2’si mevcut siparişlerinin normalin üzerinde olduğunu belirlerken, yüzde 70’i normalin altında olduğunu ifade etti. Mevcut siparişlerinin normal seviyede olduğunu belirtenlerin oranı ise yüzde 28 oldu.

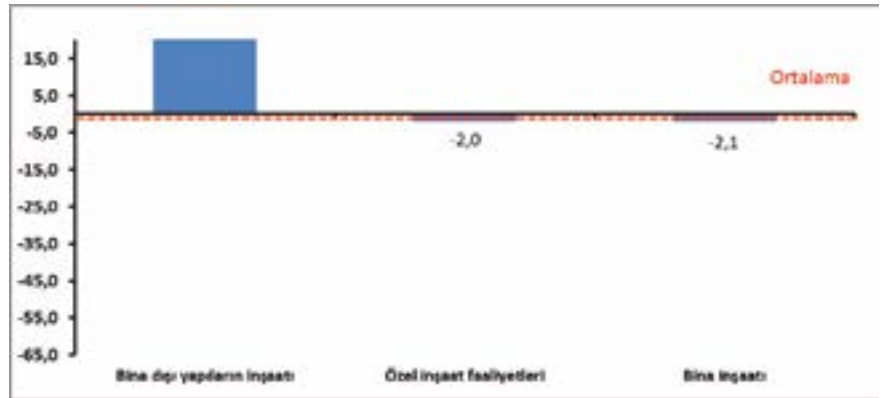
Mevcut siparişlerin durumu geçen yıla göre Konya ve AB-28’de dü-

Şekil-3. Önümüzdeki 3 aydaki çalışan sayısı beklentisi* (%arttı – %azaldı) (Ekim 2018 – Ekim 2019)



*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Şekil-4. Alt sektörler bazında endeksin Ekim 2019’da bir önceki yıla göre değişimi (puan)



şerken, Türkiye genelinde yükseldi. Konya inşaat sektöründeki mevcut siparişlerin denge değeri, ekim ayında Türkiye genelinden daha kötü performans gösterdi.

Konya'da gelecek dönemdeki istihdam beklentisi geçen yıla göre yükseldi:

Önümüzdeki 3 aydaki çalışan sayısı beklentisi Ekim 2019'da bir önceki aya göre 6,5 puan düşerken, geçen yılın aynı dönemine göre 4,5 puan yükseldi. Böylelikle istihdam beklentisinin denge değeri -34,5 puan oldu. Ekim 2019'da, Konya'da inşaat sektöründe faaliyet gösteren firmaların yüzde 5'i önümüzdeki 3 aydaki çalışan sayısında artış beklerken, çalışan sayısında düşüş bekleyenlerin oranı yüzde 39,5 oldu.

Çalışan sayısı beklentisi geçen yılın aynı dönemine göre Konya ve Türkiye genelinde yükselirken, AB-28'de düştü. Konya inşaat sektöründe önümüzdeki döneme ilişkin istihdam beklentisi, ekim ayında Türkiye genelinden daha kötü performans sergiledi.

Ekim ayında bina dışı yapıların inşaatı sektöründe artış oldu:

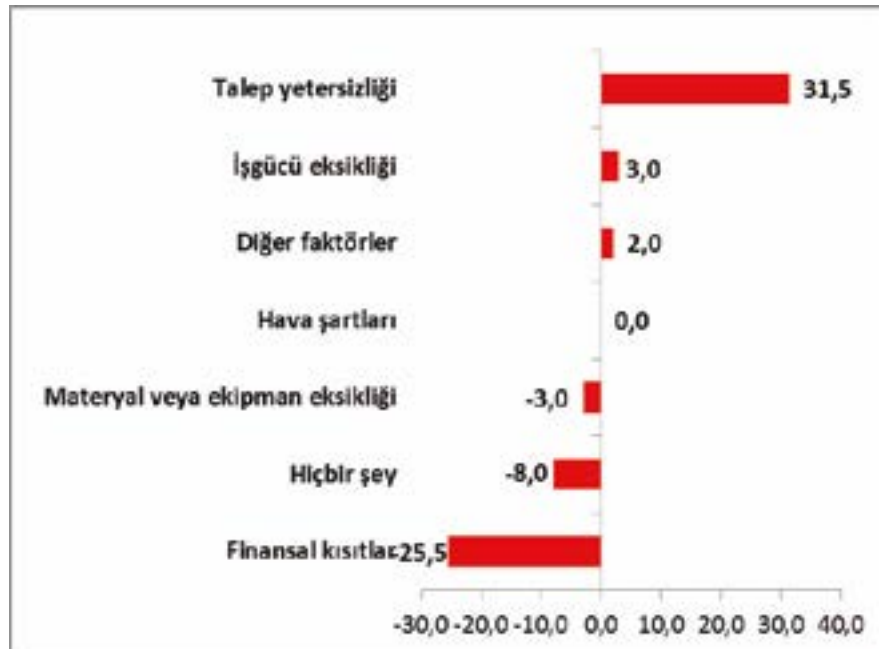
Konya İnşaat Sektörü Güven Endeksi alt sektörler itibarıyla incelendiğinde, Ekim 2019'da geçen yılın aynı dönemine göre "bina dışı yapıların inşaatı" sektöründe artış olduğu, "özel inşaat faaliyetleri" ve "bina inşaatı" sektörlerinde düşüş olduğu gözlemlenmiştir. "Özel inşaat faaliyetleri" ve "bina inşaatı" sektörlerindeki düşüş ortalama düşüşün üzerinde gerçekleşmiştir.

Firmaların yüzde 45,5'i talep yetersizliğinin faaliyetlerini kısıtladığını söylüyor:

Konya'da inşaat sektöründe faaliyetleri kısıtlayan faktörlerin geçen yıla göre değişimi incelendiğinde Ekim 2019'da talep yetersizliğinden, işgücü eksikliğinden ve diğer faktörlerden şikayet edenlerin oranında geçen yıla göre artış yaşanmıştır. Hava şartlarından şikayet edenlerin oranında değişim görülmemiştir. Materyal veya ekipman eksikliği, finansal kısıtlar gibi unsurlardan şikayet edenle-



Şekil-5. İnşaat faaliyetlerini kısıtlayan temel etkenlerin Ekim 2019'da bir önceki yıla göre değişimi (puan)



Tablo-4. Soru bazında detaylı sonuçlar* (puan)

Sorular	Konya (Konya TO) 10/2019	Konya (Konya TO) 09/2019	Konya (Konya TO) 10/2019	Bir önceki aya göre değişim 10/2019	Bir önceki yılın aynı ayına göre değişim 10/2019	Türkiye (TÜİK) 10/2019
Geçtiğimiz üç ayda inşaat (yapma) faaliyetleriniz nasıl değişti?	-72,5	-56,0	-50,5	5,5	22,0	-24,2
Mevcut siparişlerinizin (mevsim normallerine göre) ne durumda olduğunu düşünüyorsunuz?	-62,5	-71,0	-68,0	3,0	-5,5	-51,6
Gelecek üç ayda şirketinizin toplam çalışan sayısının ne yönde değişmesini bekliyorsunuz?	-39,0	-28,0	-34,5	-6,5	4,5	-27,6
Gelecek üç ayda satış fiyatlarınızın ne yönde değişmesini bekliyorsunuz?	-8,5	31,5	3,0	-28,5	11,5	-6,2
Gelecek üç ayda şirketinizin yaptığı işlere olan talebin ne yönde değişmesini bekliyorsunuz?	-38,5	-31,5	-25,0	6,5	13,5	
Geçtiğimiz üç ayda şirketinizin toplam çalışan sayısı nasıl değişti?	-25,0	-22,0	-25,0	-3,0	0,0	
Geçen yılın aynı dönemine göre iş hacminizde nasıl bir gelişme oldu?	-71,0	-74,5	-67,0	7,5	4,0	

rin oranında ve faaliyetlerini kısıtlayan hiçbir şeyin olmadığını söyleyenlerin oranında geçen yıla göre düşüş yaşanmıştır.

Faaliyetleri kısıtlayan faktörler dile getirilme sıklığına göre ele alındığında Ekim 2019'da firmaların, en çok talep yetersizliğinden şikayet ettiği görülmüştür. Bu dönemde talep yetersizliğinden şikayet eden firmaların toplam içindeki payı yüzde 45,5'tir. Dile getirilen diğer kısıtların yüzdesel dağılımları sırasıyla şöyledir: finansal kısıtlar (yüzde 40,5), diğer faktörler (yüzde 8,5), işgücü eksikliği (yüzde 4,5). Firmaların yüzde 1'i ise faaliyetlerini kısıtlayan hiçbir şey olmadığını belirtmiştir.

Konya inşaat sektörünün gelecek dönem fiyat beklentisi, Türkiye genelinden daha yüksek:

Konya ve Türkiye İnşaat Sektörü Güven Endeksi Anketi sorular bazında karşılaştırıldığında, Konya'nın "gele-

cek dönem fiyat beklentisi" göstergesinde Türkiye'ye kıyasla daha yüksek performans sergilediği görülmüştür. Konya inşaat sektörü alt göstergeler itibarıyla incelendiğinde "geçtiğimiz üç ayda çalışan sayısı" "gelecek üç ayda satış fiyatı" ve "gelecek üç ayda çalışan sayısı" göstergelerinde bir önceki aya göre düşüş olduğu gözlemlenmiştir. Diğer tüm göstergelerde ise artış yaşanmıştır.

Malta, 1 yılda inşaat sektörü güven endeksini en fazla artıran ülke oldu:

AB-28 ülkeleri ve Türkiye'nin inşaat sektörü güven endeksi değerlerine bakıldığında, Malta'nın geçen yılın aynı ayına göre en fazla artış yaşanan ülke olduğu görüldü. Malta'yı; Fransa, Makedonya, Türkiye ve Hırvatistan takip etti. Geçen yıla göre en fazla düşüş ise İrlanda'da yaşandı. Türkiye, geçen yıla göre Euro Bölgesi ve AB-28'e kıyasla daha iyi performans sergiledi.

Tablo-5. AB-28 Ülkeleri ve Türkiye'nin İnşaat Sektörü Güven Endeksi karşılaştırmaları (Ekim 2018'e göre)

Ülkeler/ (Puan)	Ekim 2018'e göre İnşaat Sektörü Güven Endeksi'ndeki Değişim	Ekim 19
Malta	17,0	21,1
Fransa	11,2	14,8
Makedonya	11,2	-2,8
Türkiye	8,7	-39,6
Hırvatistan	8,6	21,5
Bulgaristan	5,4	-4,6
G. K. Rum Yönetimi	5,4	-3,4
Slovakya	3,5	-9,0
Çek Cumhuriyeti	3,2	-1,1
Finlandiya	3,0	-5,0
Romanya	2,4	-9,3
Yunanistan	2,0	-47,4
İsveç	2,0	12,5
İtalya	1,6	-6,7
Sırbistan	0,3	6,0
Danimarka	-1,3	-4,5
Euro Bölgesi-19	-2,5	3,7
Polonya	-2,9	-11,6
Portekiz	-3,3	-12,3
Arnavutluk	-3,4	-24,2
AB-28	-3,8	-0,2
Avusturya	-6,2	-1,1
Karadağ	-6,5	-2,0
Almanya	-6,8	10,9
İspanya	-7,4	-5,4
Belçika	-8,8	-6,1
Litvanya	-8,8	-26,3
Letonya	-10,1	-20,1
Macaristan	-12,1	15,6
Slovenya	-14,1	5,7
İngiltere	-15,4	-17,6
Hollanda	-19,4	14,2
Estonya	-20,0	-7,7
İrlanda	-35,7	1,2
İrlanda	-33,3	4,7



KONYA'DA SİGORTALI ÇALIŞAN SAYISI 296 BİN OLDU:

Konya İstihdam İzleme Bülteni; SGK verilerine göre "sigortalı ücretli çalışan sayısı, işyeri, esnaf, çiftçi ve kamu çalışan sayılarına" yer vermektedir. Temmuz 2019 verilerine göre Konya'da bir yılda sigortalı ücretli çalışan sayısı 27 bin azalarak 296 bin oldu.

Konya'da, istihdam 1 yılda 27 bin azaldı:

SGK verilerine göre Temmuz 2019'da sigortalı ücretli (4/a) çalışanların sayısı Türkiye genelinde 14 milyon 664 bin, Konya'da ise 296 bin olmuştur.

Temmuz 2018'den Temmuz 2019'a sigortalı ücretli çalışan sayısı Türkiye'de 466 bin (yüzde 3,2), Konya'da 27 bin (yüzde 8,2) azalmıştır.

Temmuz 2018'den Temmuz 2019'a sigortalı ücretli çalışan sayısı değişiminde Konya, yüzde 8,2'lik azalış oranı ile sigortalı ücretli çalışan sayısı azalan 67 il arasında sigortalı ücretli sayısı en fazla azalan 16'ncı il olmuştur. Konya, temmuz ayında sigortalı ücretli çalışan sayısı en fazla olan iller arasında 7'nci sıradadır.

Konya'da kadın istihdamı 62 bin oldu:

SGK verilerine göre Temmuz 2019'da sigortalı ücretli (4/a) kadın çalışan sayısı Türkiye genelinde 4 milyon 271 bin, Konya'da ise 62 bin olmuştur. Temmuz 2018'den Temmuz 2019'a sigortalı ücretli kadın çalışan sayısı Türkiye'de 164 bin (yüzde 4) artarken, Konya'da 4 bin (yüzde 5,3) artmıştır. Toplam istihdam içerisinde kadın istihdamının payı Temmuz 2018'de yüzde 20,4 iken bu oranın Temmuz 2019'da yüzde 21,1'e yükseldiği görülmektedir.

Temmuz 2018'den Temmuz 2019'a sigortalı ücretli kadın çalışan sayısı değişiminde Konya, yüzde 5,3'lük azalış oranı ile sigortalı ücretli kadın çalışan sayısı azalan 14 il arasında kadın çalışan sayısı

Tablo 1. Sigortalı Ücretli (4/a) Çalışan Sayısı (Temmuz 2018'e göre yüzde değişim)

	Konya	Türkiye
Temmuz 2018	322.819	14.664.384
Temmuz 2019	296.274	1.198.097
Temmuz 2019 - Temmuz 2018 (Fark)	-26.545	-466.287
Temmuz 2019 - Temmuz 2018 (Değişim, %)	-8,2	-3,2
Temmuz 2019 - Temmuz 2017 (Değişim, %)	-2,7	0,0
Temmuz 2019 - Temmuz 2016 (Değişim, %)	-3,8	6,3
Temmuz 2019 - Temmuz 2015 (Değişim, %)	-2,1	6,6
Temmuz 2019 - Temmuz 2014 (Değişim, %)	5,8	11,8

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları

Tablo 2. Sigortalı Ücretli (4/a) Kadın Çalışan Sayısı (Temmuz 2018'e göre yüzde değişim)

	Konya	Türkiye	Konya'daki Kadın İstihdamının Konya'daki Toplam İstihdama Oranı (%)
Temmuz 2018	65.920	4.106.975	20,4
Temmuz 2019	62.402	4.270.744	21,1
Temmuz 2019 - Temmuz 2018 (Fark)	-3.518	163.769	
Temmuz 2019 - Temmuz 2018 (Değişim, %)	-5,3	4,0	
Temmuz 2019 - Temmuz 2017 (Değişim, %)	13,5	12,3	
Temmuz 2019 - Temmuz 2016 (Değişim, %)	7,8	12,2	
Temmuz 2019 - Temmuz 2015 (Değişim, %)	14,3	15,6	
Temmuz 2019 - Temmuz 2014 (Değişim, %)	32,7	25,9	

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları

en fazla azalan 3'üncü ildir. Konya, temmuz ayında sigortalı ücretli kadın çalışan sayısı en fazla olan iller arasında 13'üncü sıradadır.

Konya'da 1 yılda işyeri sayısı yüzde 3 azaldı:

Temmuz 2019'da işyeri sayısı Türkiye genelinde 1 milyon 837 bin olurken, Konya'da 44 bin olmuştur. Temmuz 2018'den Temmuz 2019'a işyeri sayısında, Türkiye'de 37 bin (yüzde 2), Konya'da bin (yüzde 2,8) azalış olmuştur. Son beş yılda Türkiye'deki işyeri sayısı yüzde 12,9, Konya'da yüzde 13,6 artmıştır.

Temmuz 2018'den Temmuz 2019'a iş-

yeri sayısı değişiminde Konya, yüzde 2,8'lik azalış ile işyeri sayısı azalan 67 il arasında işyeri sayısı en fazla azalan 45'inci il olmuştur. Konya, temmuz ayında işyeri sayısı en fazla olan iller arasında 7'nci sırada bulunmaktadır.

Konya'da kayıtlı esnaf sayısı 64 bin oldu:

SGK verilerine göre Temmuz 2019'da kendi hesabına çalışan kayıtlı esnaf (4/b) sayısı Türkiye genelinde 2 milyon 113 bin olurken, Konya'da 64 bin olmuştur. Temmuz 2018'den Temmuz 2019'a kayıtlı esnaf sayısında, Türkiye'de 12 bin (yüzde 0,6) artarken, Konya'da 15 (yüzde 0,02) azalış olmuştur. Son beş yılda

Türkiye'deki kayıtlı esnaf sayısı yüzde 8,5, Konya'da yüzde 12,7 artmıştır.

Temmuz 2018'den Temmuz 2019'a kendi hesabına çalışan kayıtlı esnaf sayısı değişiminde Konya, yüzde 0,02'lik azalış ile esnaf sayısı azalan 71 il arasında 70'inci olmuştur. Konya, temmuz ayında kendi hesabına çalışan kayıtlı esnaf sayısı en fazla olan iller arasında 6'ncı sırada yer almıştır.

Konya'da çiftçi sayısı 42 bin oldu:

SGK verilerine göre Temmuz 2019'da tarım kapsamında çalışan kayıtlı çiftçi (4/b) sayısı Türkiye genelinde 722 bin, Konya'da ise 42 bin olmuştur. Temmuz 2018'den Temmuz 2019'a kayıtlı çiftçi sayısı Türkiye'de 462 (yüzde 0,1) azalırken, Konya'da 31 (yüzde 0,1) artmıştır. Son beş yılda Türkiye'de kayıtlı çiftçi sayısı yüzde 22,1 oranında, Konya'da ise yüzde 16,7 oranında azalmıştır.

Konya, temmuz ayında kayıtlı çiftçi sayısı en fazla olan iller arasında 42 bin çiftçi ile ilk sırada yer almıştır. Konya'da kayıtlı çiftçiler Temmuz 2019 verilerine göre Türkiye genelindeki kayıtlı çiftçilerin yüzde 5,9'unu oluşturmaktadır.

Temmuz 2018'den Temmuz 2019'a kayıtlı çiftçi sayısı değişiminde Konya, yüzde 0,1'lik artış ile çiftçi sayısı artan 31 il arasında son sırada yer almıştır.

Konya'da kamu çalışan sayısı 78 bin oldu:

SGK verilerine göre Temmuz 2019'da kamu çalışanlarının (4/c) sayısı Türkiye genelinde 3 milyon 69 bin olurken, Konya'da 78 bin olmuştur.

Temmuz 2018'den Temmuz 2019'a kamu çalışanı sayısı Türkiye'de 58 bin (yüzde 1,9), Konya'da bin (yüzde 1,8) artmıştır. Son beş yılda Türkiye'de kamu çalışanı sayısı yüzde 7,1 oranında, Konya'da ise yüzde 9,0 oranında artmıştır.

Konya, Temmuz 2019 verilerine göre son bir kamu çalışanı sayısı artışına katkıda bulunan iller arasında 13'üncü sırada yer almıştır.

Temmuz 2018'den Temmuz 2019'a kamu çalışanı sayısı değişiminde Konya, yüzde 1,8'lik artış ile 81 il arasında 52'nci sıradadır. Türkiye genelinde kamu çalışanı sayısı en fazla olan iller arasında Konya 5'inci sıradadır. Son bir yıldaki artış oranında ise kamu çalışanı sayısı en fazla olan 15 il arasında 10'uncu sırada yer almaktadır.

Tablo 3. İşyeri Sayısı (4/a) (Temmuz 2018'e göre yüzde değişim)

	Konya	Türkiye
Temmuz 2018	45.752	1.874.315
Temmuz 2019	44.467	1.836.897
Temmuz 2019 - Temmuz 2018 (Fark)	-1.285	-37.418
Temmuz 2019 - Temmuz 2018 (Değişim, %)	-2,8	-2,0
Temmuz 2019 - Temmuz 2017 (Değişim, %)	0,6	1,1
Temmuz 2019 - Temmuz 2016 (Değişim, %)	5,6	7,3
Temmuz 2019 - Temmuz 2015 (Değişim, %)	8,7	8,3
Temmuz 2019 - Temmuz 2014 (Değişim, %)	13,6	12,9

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları

Tablo 4. Kayıtlı Esnaf (Kendi Hesabına Çalışan) (4/b) Sayısı (Temmuz 2018'e göre yüzde değişim)

	Konya	Türkiye
Temmuz 2018	63.715	2.125.843
Temmuz 2019	63.700	2.113.353
Temmuz 2019 - Temmuz 2018 (Fark)	-15	-12.490
Temmuz 2019 - Temmuz 2018 (Değişim, %)	-0,02	-0,6
Temmuz 2019 - Temmuz 2017 (Değişim, %)	-0,7	4,3
Temmuz 2019 - Temmuz 2016 (Değişim, %)	9,2	8,1
Temmuz 2019 - Temmuz 2015 (Değişim, %)	9,0	5,1
Temmuz 2019 - Temmuz 2014 (Değişim, %)	12,7	8,5

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları

Tablo 5. Kayıtlı Çiftçi (Tarım) (4/b) Sayısı (Temmuz 2018'e göre yüzde değişim)

	Konya	Türkiye
Temmuz 2018	42.233	722.771
Temmuz 2019	42.264	722.309
Temmuz 2019 - Temmuz 2018 (Fark)	31	-462
Temmuz 2019 - Temmuz 2018 (Değişim, %)	0,1	-0,1
Temmuz 2019 - Temmuz 2017 (Değişim, %)	-6,7	-0,5
Temmuz 2019 - Temmuz 2016 (Değişim, %)	1,4	-1,1
Temmuz 2019 - Temmuz 2015 (Değişim, %)	-9,0	-12,8
Temmuz 2019 - Temmuz 2014 (Değişim, %)	-16,7	-22,1

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları

Tablo 6. Kamu Çalışanı (4/c) Sayısı (Temmuz 2018'e göre yüzde değişim)

	Konya	Türkiye
Temmuz 2018	76.846	3.010.588
Temmuz 2019	78.240	3.069.057
Temmuz 2019 - Temmuz 2018 (Fark)	1.394	58.469
Temmuz 2019 - Temmuz 2018 (Değişim, %)	1,8	1,9
Temmuz 2019 - Temmuz 2017 (Değişim, %)	2,5	3,2
Temmuz 2019 - Temmuz 2016 (Değişim, %)	-1,2	-0,1
Temmuz 2019 - Temmuz 2015 (Değişim, %)	3,5	4,1
Temmuz 2019 - Temmuz 2014 (Değişim, %)	9,0	7,1

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları

Konya Ticaret Odası (KTO) tarafından Türkiye İstatistik Kurumu'ndan ve Türkiye İhracatçılar Meclisi'nden alınan verilere dayalı olarak hazırlanan "Konya Dış Ticaret Bülteni" ile Konya'nın dış ticaret durumu güncel veriler ışığında analiz edilmekte ve Konya ile Türkiye'nin dış ticareti arasında bir kıyaslama yapmak mümkün olmaktadır.

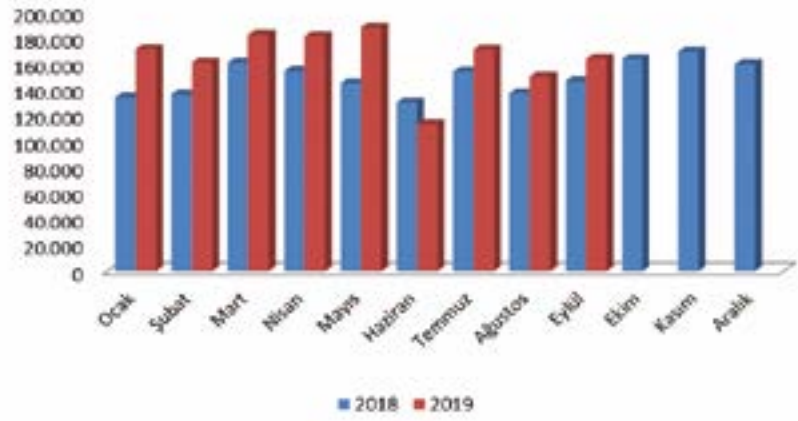
Konya'nın ihracatı geçen aya ve geçen yıla göre yükseldi:

Konya'da ihracat 2019 yılı Ağustos ayında 149,7 milyon dolar seviyesinde iken Eylül ayında bir önceki aya kıyasla yaklaşık 13,4 milyon dolar, bir önceki yılın aynı ayına kıyasla 16,9 milyon dolar artarak 163,2 milyon dolar seviyesine yükseldi. Türkiye'nin Eylül 2019 ihracatı ise 14,4 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti.

Konya'nın ithalatı geçen aya ve geçen yıla göre azaldı:

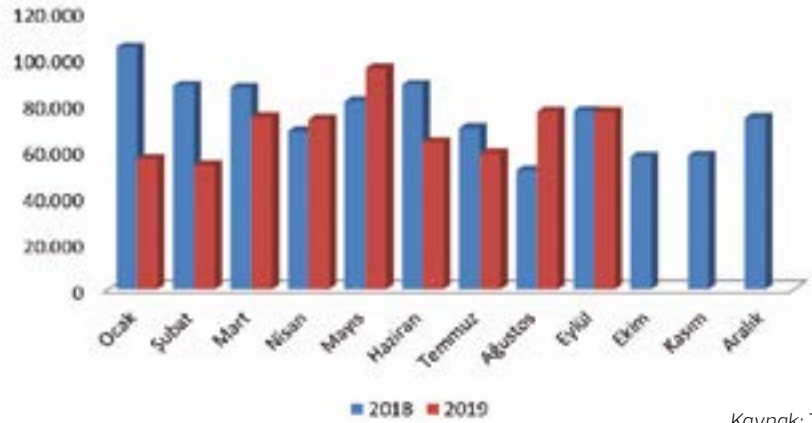
Ağustos 2019'da 76,5 milyon dolar seviyesinde olan ithalat rakamları, Eylül 2019'da bir önceki aya göre yüzde 0,1, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 0,6 azalarak 76,5 milyon dolar seviyesine geriledi. Türkiye ithalat rakamlarına

Şekil-1: Aylara Göre Konya'nın İhracatı 2018-2019 (1000\$)



Kaynak: TÜİK

Şekil-2: Aylara Göre Konya'nın İthalatı 2018-2019 (1000\$)



Kaynak: TÜİK

Tablo-1: Aylara Göre Konya'nın İhracatı (2018-2019) (1000\$)

İhracat (1000 \$)												
	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2018	133.605	136.056	160.425	153.808	144.417	129.714	153.391	136.938	146.242	163.054	168.785	159.133
2019	170.780	160.406	181.819	180.569	187.209	112.978	170.409	149.746	163.196			

Kaynak: TÜİK

Tablo-2: Aylara Göre Konya'nın İthalatı (2018-2019) (1000\$)

İhracat (1000 \$)												
	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2018	104.355	87.855	87.008	68.081	81.154	88.246	69.535	51.307	76.933	57.276	57.680	73.982
2019	56.226	53.407	74.180	73.248	95.305	63.545	58.588	76.549	76.481			

Kaynak: TÜİK

Tablo-3: Türkiye – Konya Karşılaştırmalı Dış Ticaret İstatistikleri – 2019 Eylül (milyon \$)

	İhracat (milyon \$)	İthalat (milyon \$)	Dış Ticaret Dengesi (milyon \$)	Dış Ticaret Hacmi (milyon \$)	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)	İhracat (Eylül 2018-2019) Fark (%)	İthalat (Eylül 2018-2019) Fark (%)
Türkiye	14.436	16.492	-2.056	30.928	88%	0,3%	1,0%
Konya	163	76	87	240	213%	11,6%	-0,6%

Kaynak: TÜİK

bakıldığında ise Eylül 2019'da bir önceki aya göre 1,5 milyar dolarlık bir artış olduğu ve ithalatın 16,5 milyar dolar seviyesine yükseldiği görülmektedir.

2019 Eylül ayı itibarıyla Konya'nın Türkiye'nin toplam ihracat ve ithalatından aldığı pay sırasıyla, yüzde 1,13 ve yüzde 0,46 olarak gerçekleşmiştir. Konya'nın Eylül 2019'daki 240 milyon dolarlık dış ticaret hacmi ise Türkiye'nin toplam dış ticaret hacminin yüzde 0,77'sini oluşturmaktadır. Türkiye 2019 Eylül ayı itibarıyla 2,1 milyar dolarlık dış ticaret açığı verirken, Konya 87 milyon dolarlık dış ticaret fazlası vermiştir. Eylül ayında Türkiye için ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 88 iken Konya için bu oran yüzde 213 olmuştur.

Konya'nın Eylül ayı ihracatı bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 11,6 yükselirken, Türkiye'nin ihracatı aynı dönemde yüzde 0,3 yükselmiştir. Öte yandan Konya'nın Eylül ayı ithalatı bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 0,6 azalırken, Türkiye'nin Eylül ayı it-

halatı aynı dönemde yüzde 1 artmıştır. Konya'nın dış ticaret verilerine göre, bir önceki aya oranla 2019 yılı Eylül ayı ithalatında yüzde 0,1'lik düşüş gözlenirken, ihracatında yüzde 9'luk bir artış gözlenmiştir. Türkiye'nin bir önceki aya oranla 2019 yılı Eylül ayı ithalatında yüzde 9,8'lik, ihracatında yüzde 15,5'lik bir artış gözlenmiştir.

Sektörlere göre ihracat verileri incelendiğinde, 2019 Eylül ayında Konya'nın en fazla ihracat yaptığı ilk 10 sektörde bir önceki aya kıyasla çok fazla değişiklik olmadığı gözlenmiştir. Ağustos 2019'da listede yer almayan ancak Eylül 2019'da yer alan sektörün; "elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görün-



Konya'nın Ekonomik Göstergeleri

Tablo-4: İhracatın Sektörel Dağılımı (Eylül; 2018-2019)

	Eylül - İhracat (\$)		Değişim	Konya'nın Toplam İhracatı İçindeki Pay (%) - Eylül 2019
	2019	2018		
Kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	47.010.764	39.483.508	19,1%	28,8%
Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	27.704.722	21.175.531	30,8%	17,0%
Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	12.597.608	10.321.007	22,1%	7,7%
Demir veya çelikten eşya	10.653.830	9.382.649	13,5%	6,5%
Alüminyum ve alüminyumdan eşya	7.469.263	7.997.430	-6,6%	4,6%
Süt ürünleri, yumurtalar, tabii bal, diğer yenilebilir hayvansal menşeli ürünler	6.424.050	6.740.356	-4,7%	3,9%
Plastikler ve mamulleri	5.762.605	3.714.498	55,1%	3,5%
Muhtelif kimyasal maddeler (biodizel, yangın söndürme maddeleri, dezenfektanlar, haşarat öldürücüler, vb.)	5.424.763	5.548.039	-2,2%	3,3%
Kakao ve kakao müstahzarları	5.193.821	10.668.379	-51,3%	3,2%
Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı	2.772.164	2.329.323	19,0%	1,7%
Toplam	163.195.993	146.241.828	11,6%	100,0%

Kaynak: TÜİK

tü-ses kaydetme-verme cihazları,ak-sam-parça-aksesuarı” sektörü olduğu görülmektedir. “Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları” sektörü 47 milyon dolarlık ihracatı ile Eylül ayında Konya’nın toplam ihracatının yüzde 28,8’ini oluşturmaktadır; geçen yılın aynı ayına göre sektörün ihracatı yüzde 19,1 artmıştır. Geçen yılın aynı ayına göre listedeki ürünler arasında ihracatı en çok artan ürün grubu “silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı” sektörü olmuştur. İlk 10 sektör arasında “alüminyum ve alüminyumdan eşya” sektörü ise ihracatı en çok azalan sektördür.

Konya’nın ihracatında Irak’ın payı yüzde 16 seviyesinde

Ülkeler bazında Konya’nın ihracat rakamlarına bakıldığında, Eylül 2019’da, ilk sırada 25,8 milyon dolarlık ihracat hacmi ile Irak yer almaktadır. Konya’nın Irak’a olan ihracatı geçen yılın aynı ayına göre yaklaşık 1,3 milyon dolar artarak 25,8 milyon dolara yükselmiştir. Irak, Konya’nın toplam ihracatının yüzde 16’sını oluşturmaktadır. Irak’ın ardından 11,4 milyon dolarlık ihracat hacmi ile Almanya gelmektedir. Almanya’ya yapılan ihracat, geçen yılın aynı ayına göre yaklaşık 1,8 milyon dolar artmıştır. Konya’nın en fazla ihracat yaptığı diğer ülkeler sırasıyla, ABD, İtalya, Mısır, İran, Polonya, Libya, Birleşik Krallık ve Suudi Arabistan’dır.

Konya, Eylül ayında en fazla ithalatı ise Rusya’dan yapmıştır. Konya’nın Rusya’dan yaptığı ithalat, yaklaşık 17,8 milyon dolar seviyesindedir ve yapılan toplam ithalatın yüzde 23,3’ünü oluşturmaktadır. Konya’nın Rusya’dan sonra en fazla ithalat yaptığı ülke ise Çin olmuştur. Konya’nın Çin’den yaptığı ithalat, yaklaşık 11,6 milyon dolar seviyesinde olup toplam ithalatın yüzde 15,2’sini oluşturmaktadır. Konya’nın en fazla ithalat yaptığı diğer ülkeler sırasıyla, Ukrayna, Almanya, Hindistan, Romanya, Güney Afrika, İtalya, Endonezya ve Güney Kore’dir.

Tablo-5: İhracat Partnerleri (Eylül – 2019)

	Partner	İhracat (\$)	Pay
1	Irak	25.778.645	16%
2	Almanya	11.394.664	7%
3	ABD	6.783.665	4%
4	İtalya	5.441.558	3%
5	Mısır	5.353.015	3%
6	İran	4.348.951	3%
7	Polonya	3.994.174	2%
8	Libya	3.977.143	2%
9	Birleşik Krallık	3.961.520	2%
10	Suudi Arabistan	3.665.641	2%
	Diğer	88.508.465	54%
	Toplam	163.195.993	100%

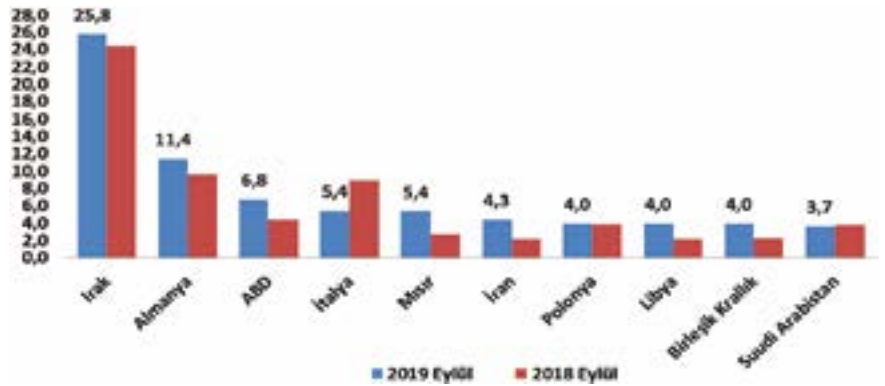
Kaynak: TÜİK

Tablo-6: İthalat Partnerleri (Eylül – 2019)

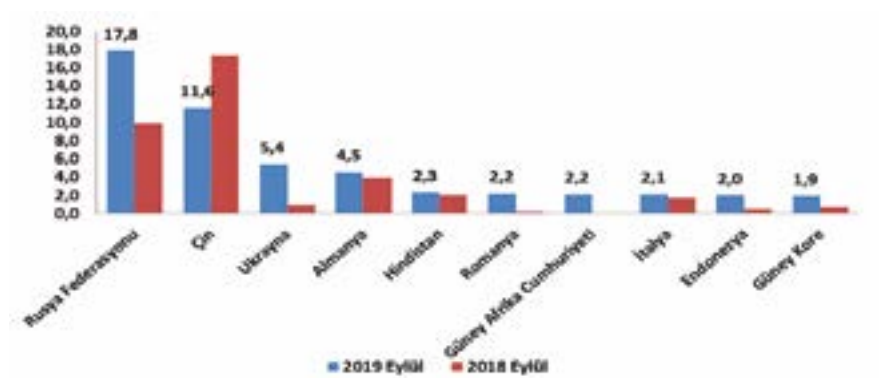
	Partner	İhracat (\$)	Pay
1	Rusya Federasyonu	17.849.917	23%
2	Çin	11.603.721	15%
3	Ukrayna	5.416.461	7%
4	Almanya	4.531.255	6%
5	Hindistan	2.329.733	3%
6	Romanya	2.232.342	3%
7	Güney Afrika Cumhuriyeti	2.155.212	3%
8	İtalya	2.112.712	3%
9	Endonezya	1.999.247	3%
10	Güney Kore	1.926.362	3%
	Diğer	24.324.244	32%
	Toplam	76.481.206	100%

Kaynak: TÜİK

Şekil-3: Ülkelere Göre Konya’nın İhracatı (milyon \$) – İlk 10 Ülke (Eylül – 2019)




Şekil-4: Ülkelere Göre Konya’nın İthalatı (milyon \$) – İlk 10 Ülke (Eylül – 2019)



**Aradığınız
imalatçı ve ihracatçı
firmaları tek bir
adreste bulmaya
hazır mısınız?**



www.listofcompany.com 

**7.000 Firmaya
10.000 Ürüne
50'den Fazla Sektöre
170 Ülkeye İhracat
Yapan Firmalara
Ulaşmanın Yolu
Tek Adreste**



  **KOP Turkey**

 **listofcompany**

 **GET IT ON
Google Play**

 **Download on the
App Store**


1882
KONYA TİCARET ODASI
KONYA CHAMBER OF COMMERCE



**KTO KARATAY
ÜNİVERSİTESİ**

TIP FAKÜLTESİ

HUKUK FAKÜLTESİ

MÜHENDİSLİK FAKÜLTESİ

Bilgisayar Mühendisliği
Elektrik Elektronik Mühendisliği
Endüstri Mühendisliği
İnşaat Mühendisliği
Makine Mühendisliği
Mekatronik Mühendisliği

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ

Enerji Yönetimi
İslam Ekonomisi ve Finans
İşletme
Uluslararası Ticaret ve Lojistik
Sigortacılık ve Sosyal Güvenlik

SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER FAKÜLTESİ

Psikoloji
Sosyal Hizmet
Sosyoloji
Tarih
İletişim Tasarımı ve Yönetimi

**GÜZEL SANATLAR VE TASARIM
FAKÜLTESİ**

Grafik Tasarım
İç Mimarlık
Mimarlık
Geleneksel Türk Sanatları

SAĞLIK BİLİMLERİ YÜKSEKOKULU

Beslenme ve Diyetetik
Çocuk Gelişimi
Ebelik
Fizyoterapi ve Rehabilitasyon
Hemşirelik
Odyoloji

YABANCI DİLLER YÜKSEKOKULU

Mütercim Tercümanlık (Arapça)
Mütercim Tercümanlık (İngilizce)

UYGULAMALI BİLİMLER YÜKSEKOKULU

Pilotaj

ADALET MESLEK YÜKSEKOKULU

Adalet

**SAĞLIK HİZMETLERİ MESLEK
YÜKSEKOKULU**

Çocuk Gelişimi
Diyaliz
Fizyoterapi
Anestezi
İlk ve Acil Yardım
Tıbbi Görüntüleme Teknikleri

**TİCARET VE SANAYİ MESLEK
YÜKSEKOKULU**

Dış Ticaret
Mekatronik

www.karatay.edu.tr

**%15
AHİLİK
BURSU**
(Ticaret Odası
Destek Bursu)

**%25'E
VARAN
TERCİH
BURSLARI**

**%100'E
VARAN
ÜNİVERSİTEYE
GİRİŞ BURSLARI**

444 12 51

Konya Ticaret Odası Üniversitesidir

