

yeni ipek yolu

KONYA TİCARET ODASI DERGİSİ

YIL: 26 / SAYI: 303 MAYIS 2013



YENİ DÖNEMDE HEDEF 2023

TÜRKİYE'DE VE KONYA'DA MADENCİLİK SEKTÖRÜ

FUAR ORGANİZASYONLARININ YEREL EKONOMİYE KATKISI

AB/ABD TİCARET
VE YATIRIM
ANLAŞMASI VE
TÜRKİYE'YE ETKİLERİ

» KONMAK FUARI MARKA OLDU

» İŞLER GERÇEKTE NASIL/KENAN MORTAN

» MOBİL TİCARET



Pamir Aydınlatma – T5 Elegant Line Serisi

Pamir Aydınlatma, estetik, kaliteli, farklı ve dekoratif bir aydınlatma çözümü sağlayan T5 Elegant Line serisini sunuyor.

İdeal Bir Aydınlatma Armatürü

- Enerji tasarrufu ve verimliliği sağlıyor,
- Ortamla bütünlük sağlıyor,
- İnce,
- Geriden bakıldığında ışığıyla gözü almıyor ve ortamı homojen bir şekilde aydınlatıyor,
- Kaliteli balast ampul ve elektrik malzemesi donanımına sahip,
- Uzun ömürlü
- Sağlam bir yapıya sahip.

İdeal Bir Aydınlatma Armatürü

- Bronz ve gümüş renk seçeneği, ince (37 mm) ve zarif tasarıma sahip saten eloksal kaplamalı alüminyum gövde,
- %99,9 saflıkta ayna yüzeyi parlaklığında, yüksek yansıtma performansına sahip, ışığın verimli bir şekilde dağılımını sağlayan zarif tasarımlı, eloksal kaplamalı alüminyum reflektör,
- UV korumalı, akrilik, prizmatik difüzör,
- ENEC standartlarına uygun, uzun ömürlü, sabit ışık akısına sahip, enerji kaybı düşük (EEI=A2),
- Yüksek performanslı T5 ince ampul,
- Ürün asma boyu ayarlanabilir, 1 mm çelik tel ve elektrik kablosu ile birlikte şeffaf kablodan askı takımı.

Uygulama Alanları

Ofisler, toplantı odaları, konferans salonları, mağazalar, işyerleri, hastaneler, ve koridorlarda kullanıma uygun.

Pamir Elektrik San. ve Tic. Ltd. Şti

Merkez: Fethi Mh. Şeyhülislam Recepî Cd. No:262 Karatay Konya
T: 0332 355 86 16 • F: 0332 355 86 12 • E: pamir@pamir.com.tr

Şube: Bankalar; Şair Ziya Paşa Cd. No 32/A Karaköy İstanbul
T: 0212 245 05 60 • F: 0212 245 05 63 • E: pamir@pamir.com.tr

Şube: Perpa Ticaret Merkezi B Blok Kat:5 No:177 Okmeydanı İstanbul
T: 0212 211 11 17 • F: 0212 211 11 18 • E: pamir@pamir.com.tr

GELECEĞİN TRENİ

ESTETİK

KONFOR

MODA

www.rendimobilya.com



Yazır Mah. Saray Bosna Sk. Gesa İş Merkezi
(REAL AVM ARKASI) No:13/A Selçuklu/KONYA
Tel: 0332 265 45 13 - 03

RENDİ

AKTERİN® HOME



Bayisi olduğumuz firmalar.

YAŞAM KALİTESİNE
ÖNEM VEREN
İŞ ADAMLARININ
TERCİHİ

101 Visco
YüzBir

VİSKO 101 Dansite

160x200cm

2.500TL / 10 Taksit



VISCO ANTI MIC

%30
BÜYÜK PENELOPE
İNDİRİMİ



ÇİFT KİŞİLİK
UZAY
TEKNOLOJİSİ
"VİSKO" YATAK
699 ₺



VISCO ANTI MIC

VİSKO LOVE

Tel/Fax: 0332 234 31 11

Kılıçarslan Mahallesi Rauf Denktaş Caddesi
Hilal Sitesi Altı No: 31/A-C Selçuklu/KONYA

ALEZ

YORGAN

YATAK

YASTIK

BAZA

www.aktekinhome.com



BAŞLARKEN

Değerli Üyelerimiz

Odamızda gerçekleştirdiğimiz meslek komitesi seçimlerinin ardından belirlenen yeni meclis üyelerimizle; yönetim kurulu, meclis başkanlık divanı, TOBB delegeliği ve komisyonlarımızın seçimi ile bir seçim sürecini tamamladık. Yoğun katılımı gerçekleştiren seçimlerimizde göstermiş olduğunuz ilgiye teşekkür ediyorum.

Seçimlerimizde yönetim kurulumuza, meclis başkanlık divanımıza, komisyonlarımıza ve TOBB delegeliğine seçilen arkadaşlarımızı da kutluyor yeni dönemde başarılar diliyorum. Geçmiş iki yıllık başkanlığım döneminde görev yapan tüm meclis üyesi arkadaşlarımıza da gerçekleştirdiğimiz hizmetlerde verdikleri destekten dolayı teşekkür ediyorum. Odamızın 130 yıllık tarihinde, tüm kademelerde görev alanlara da hizmetlerinden dolayı ayrıca teşekkür ediyorum.

Yeni dönemde **"İki günü eşit olan zarardadır"** hadisi şerifindeki uyanı dikkate alarak her gün daha çok çalışma gayretinde olacağız. İnançımızdan, ahlakımız-

dan, gelenek ve göreneklerimizden taviz vermeden, Ahiliğin **"doğru ok menzil alır"** düsturuyula her zaman doğru olacağız ve şehrimiz için, ülkemiz için çok çalışacağız. Geride kalan iki yılda olduğu gibi tüm üyelerimizi kucaklayan anlayışımız yeni dönemde de devam edecektir. Bugüne kadar kapımızı tüm üyelerimize nasıl açık tuttuysak, bundan sonra da açık olacaktır.

Bugün Konya; kabuğunu kırarak dünyaya açılan bir şehir olmuştur. Ülkemizin büyük hedefleri doğrultusunda şehrimizin de hedefleri büyüktür. Türkiye nasıl değişip geliyorsa şehrimiz de aynı hızla gelişmektedir.

Konya Ticaret Odası olarak hedefimiz şehrimizi 2023'e hazırlamaktır. Bu hedefle; 15 milyar dolar ihracat yapan, kişi başı gelirden Türkiye ortalamasını yakalayan, işsizliği yüzde 5'e indiren bir Konya vizyonu belirledik.

Belirlediğimiz vizyonumuzla; Konya'yı Türkiye'nin merkez şehirlerinden biri yaparak, ticarete rekabet gücü yüksek, sa-

nayisi gelişmiş, yaşam kalitesi yüksek bir kent haline getirmeyi hedefliyoruz. Vizyonumuz çerçevesinde; Programlı olarak yürüteceğimiz projelerimizle; Konya'nın ihracatını artırmak, sanayimizin nitelikli ara eleman sorununa çözüm olmak, üyelerimizin ticaret hayatında yaşadığı sıkıntıları gidermek, Konya'nın son iki yılda Ankara'da oluşturduğu güçlü lobiyle şehrimizi Türkiye'nin merkez şehirlerinden biri yapmak için çalışacağız.

Geçen dönemde alt yapısını oluşturduğumuz, Mesleki Eğitim Merkezi, İhracatı Geliştirme Merkezi, Fuar Merkezi projelerimizi bu dönemde tamamlayacağız. 2016 yılında bitecek yeni dönem sonunda gerçekleştirdiğimiz projelerimizle Konya'yı 2023 vizyonuna daha da yaklaştırmış olacağız.

Bu duygular içerisinde seçimlerimizin şehrimiz adına hayırlı olmasını diliyorum yeni dönemde Hazreti Allah'ın yardımını üzerimizden eksik etmemesini niyaz ediyorum.

Selçuk ÖZTÜRK
KTO Yönetim Kurulu Başkanı



KONYA TİCARET ODASI
ipek yolu
dergisi

SAYI: 303 • MAYIS 2013

İMTİYAZ SAHİBİ

Konya Ticaret Odası Adına
Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk ÖZTÜRK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Özhan SAY

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Mustafa AKGÖL

HALKLA İLİŞKİLER

İbrahim ÇAKIR

YAYIN KURULU

Fehmi ADAM, Murat KOYUNÇU, Ahmet Cemal
ÇOŞKUN, Mustafa GÖKDOĞAN, Süleyman SALUR

BİLİM KURULU

Prof. Dr. Haşım KARPUZ, Prof. Dr. Saim SAKAOĞLU
Prof. Dr. Orhan ÇEKER, Prof. Dr. Sami KARAHAN
Prof. Dr. Adem ÖGÜT, Prof. Dr. Çağatay UNÜSAN
Prof. Dr. Şahin AKINCI, Prof. Dr. Ali OKATAN
Doç. Dr. Caner ARABACI, Doç. Dr. İbrahim DÜLGER
Yrd. Doç. Dr. Nazım KOÇU, Yrd. Doç. Dr. Bahtiyar
EROĞLU, Yrd. Doç. Dr. Osman KUNDURACI
Yrd. Doç. Dr. Yaşar ERDEMİR, Yrd. Doç. Dr. Bilge
AFŞAR, Dr. Hasan ÖZÖNDER

GÖRSEL YÖNETMEN

M. Fatih ÖZSOY

GRAFİK TASARIM

Medya F Group

REKLAM

Medya F Group

YAPIM

MEDYA F GROUP

Bevazat Mah. Sultan Cem Cad. A Plaza
A-Blok No:35 Kat:4/403 | KONYA/TÜRKİYE
TEL: +90 332 320 25 62 - 63

FAX: +90 332 320 25 64

www.medyafigroup.org • www.vizyonkonya.com

BASKI-CİLT

Damlı Ofset A.Ş.

Büsan Organize San. Kosgeb Cad.

10631 Sk. No: 4 Karatay/KONYA

Tel: (0332) 345 00 10

www.damlaofset.com.tr

Sertifika No: 14972 / MAYIS / 2013

DAĞITIM

EKİN Kur'ye Aracılık Hizmetleri

0 332 236 36 12

ekinlojistik@hotmail.com

MAYIS 2013

YAYIN TÜRÜ

Yerel, Süreli, Aylık

Ayda bir yayınlanır. Dergimizdeki yazılar kaynak gösterilerek alınabilir. Dergimizde yayınlanan yazılardaki görüşler yazarlarına aittir. Dergimize yayınlanmak üzere gönderilen yazılar yayınlanırsa veya yayınlanmasın iade edilmez.

BAŞIN VE HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜ

Vatan Caddesi No: 1 42040 Selçuklu/KONYA

Tel: +90 332 221 52 94 - 95

Fax: 0 332 221 52 95

www.kto.org.tr

basin@kto.org.tr - basjay@kto.org.tr

İÇİNDEKİLER

MAYIS 2013



YENİ DÖNEMDE HEDEF 2023

08



KONYA İLİ İHRACAT ANALİZİ
PROJESİ BAŞLADI

15



KTO ÜYELERİ AFRIKA PAZARI
HAKKINDA BİLGİLENDİRİLDİ

18



KONMAK FUARI MARKA OLDU

21



26

KONYA'DA BEŞ SEKTÖRDE YATIRIM



30

FUAR ORGANİZASYONLARININ
YEREL EKONOMİYE KATKISI



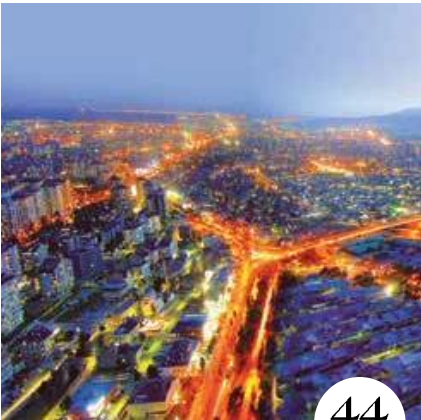
34

AB/ABD TİCARET VE YATIRIM
ANLAŞMASI VE TÜRKİYE'YE ETKİLERİ



38

TÜRKİYE'DE VE KONYA'DA
MADENCİLİK SEKTÖRÜ



44

MARKA ŞEHİRLER VE KONYA
ŞEHİR PAZARLAMA PROJESİ



54

NAMİBYA

**Yeni Dönemde
Hedef 2023**

08

Konya Trenle
Denize Bağlanacak

16

**KTO Üyeleri
Afrika Pazarı Hakkında
Bilgilendirildi**

18

Kredi Kefaletlerinde Eş
Rızası Şartı Kaldırıldı

20

**Konmak Fuarı
Marka Oldu**

21

Kagık Konyalı Kadın
Girişimciler Ürünlerini
Bursa'da Sergiledi

25

Dosya
Konya'da Beş
Sektörde Yatırım

26

Rapor
Fuar Organizasyonlarının
Yerel Ekonomiye Katkısı

30

Araştırma
AB/ABD Ticaret ve
Yatırım Anlaşması ve
Türkiye'ye Etkileri

34

Analiz
Türkiye'de ve Konya'da
Madencilik Sektörü

38

Gündem
İşler Gerçekte Nasıl

43



44

Bilgi
Marka Şehirler ve Konya
Şehir Pazarlama Projesi

50

Dış Ticaret
Mobil Ticaret

52

Kosgeb
Enerji Verimliliği Desteği

53

**Türkiye'ye Vize
Uygulamayan Ülkeler**

54

Ülke Panorama
Namibya

57

**Dünyadan İşbirliği
Teklifleri**

58

**Temel Ekonomik
Göstergeler**

60

İslam'da Ticari Hayat
Faiz Yasağı (2)

62

Fuar Rehberi



Yeni İpekYolu Dergisi İlaveleridir.

Konya denilince...



ÖDÜLLÜ LEZZET

Akla ilk etliekmek gelir.
Etliekmek Cemo'da Yenir.

www.cemoetliekmek.com



Cemo **Nalçacı** 0332 235 40 16
Cemo **Meram** 0332 323 80 73
Cemo **Selçuklu** 0332 249 66 66

Cemo®



Tasarımın ışıkla dansı...



FABRIKA : Motorlu San. Çarşısı Kesmetaş Sk. No:10
Tel: 0.332 233 48 70 - Fax: 0.332 236 69 98 Selçuklu/KONYA
FAB.SATIŞ : Aydınlık Yolu Üzeri Sanayi Köprülü Kavşağı Karşısı No:10/D
Tel: 0.332 233 48 70 (Pbx) Selçuklu/KONYA
ŞUBE : Beyşehir Çevre Yolu Cd. Reyhan St. Altı No:62/B
Tel: 0.332 247 46 60 (Dedeman Otel İlerisi) Selçuklu/KONYA

www.aktekinavize.com

247 46 60

info@aktekinavize.com

1980'DEN BERİ

AKTEKİN
avize



YENİ DÖNEMDE HEDEF 2023

**KTO MECLİSİ TARAFINDAN YENİDEN
BAŞKANLIĞA SEÇİLEN SELÇUK ÖZTÜRK
2023'Ü HEDEF GÖSTERDİ**

KONYA TİCARET ODASI'NDA SEÇİM MARATONU 11 MAYIS 2013 CUMARTESİ GÜNÜ, KTO ULUSLARARASI FUAR MERKEZİ'NDE GERÇEKLEŞTİRİLEN KTO MESLEK KOMİTELERİ SEÇİMLERİYLE BAŞLADI. SEÇİMLERE ÜYELER YOĞUN KATILIM GÖSTERDİ. 9.058 ÜYENİN KATILIMIYLA 70 KOMİTEDE YAPILAN SEÇİMLERDE SARI LİSTE 65 KOMİTEDE GİRDİĞİ YARIŞI 62 KOMİTEDE ÖNDE BİTİRDİ. YEŞİL LİSTE 3, MAVİ LİSTE 3, BEYAZ LİSTE İSE 2 KOMİTEYİ KAZANMA BAŞARISI GÖSTERDİ.





Seçim sonuçlarını değerlendiren KTO Başkanı Selçuk Öztürk yoğun katılımı gerçekleştirdikleri seçimde üyelerin iradesinin yansıdığını söyledi. Başkan Öztürk, "Geçtiğimiz cumartesi günü yapılan seçimlerimizde yoğun katılım göstererek oy kullanan tüm üyelerimize teşekkür ediyorum. Odamıza yakışır bir şekilde demokratik ortamda yapılan seçimlerimizde aday olan tüm listelerdeki üyelerimize de ayrıca teşekkür ediyorum. Seçim süreci boyunca Peygamber Efendimizin metodolojisi haricinde hiçbir yöntemi uygulamayacağımızı açıkça ifade etmiştik. Aynı kibleye döndüğümüz, sevincinde acısında beraber olduğumuz ve olmaya devam edeceğimiz arkadaşlarımızla, inancımıza yakışmayacak şekilde davranılmaması tavsiyesinde bulunduk. Bugün artık gün helalleşme günüdür. Liste ayrımı olmaksızın oy veren vermeyen tüm arkadaşlarımıza Konya Ticaret Odası üyesi olarak yakışan da budur. Seçimlerimizin huzurlu bir ortamda yapılması, seçim

enasında ve sonuçların açıklanması sırasında herhangi bir üzücü hadisenin yaşanmaması bize ayrıca mutluluk vermiştir. Komitelerindeki yarışı kazanarak başarılı olan tüm arkadaşlarımıza yeni dönemde başarılar diliyorum. Odamız birlik ve beraberlik içerisinde şehrimizin 2023 hedeflerini gerçekleştirmesi için girdiği yolda yeni dönemde de kararlılıkla yürüyecektir. Seçim sonuçlarımız bize hizmet konusunda cesaret vermiştir. Bugüne kadar gerçekleştirdiğimiz çalışmalarımızın üyelerimiz tarafından memnuniyetle karşılandığını teyit etmiştir. Oda olarak büyük hedeflerimize bulunmaktadır. Ülkemizin ve şehrimizin büyük hedeflerine üyelerimizle birlikte ulaşacağız. Konya'nın Türkiye'nin ekonomi merkezlerinden biri olması için çalışacağımız bu dönemde de tüm üyelerimizi kapsayan anlayışımız devam edecektir. Konya'nın en eski ve köklü kurumu olan Konya Ticaret Odası birlik ve beraberlik içerisinde girdiği seçim sürecinin ardından tüm kurumlarla

birlik ve beraberlik içerisinde çalışmalarını yürütecektir. Bu vesile ile seçim dönemi boyunca ilgisini eksik etmeyen tüm kişi ve kurumlara teşekkür ediyor, Konya'mıza hayırlı olmasını diliyorum."

11 MAYIS'TA YAPILAN MESLEK KOMİTESİ VE MECLİS ÜYELİĞİ SEÇİMLERİNİN ARDINDAN YÖNETİM KURULU BAŞKAN VE ÜYELERİ İLE MECLİS BAŞKANLIK DİVANI'NI SEÇİMLERİ DE TAMAMLANDI. KTO BAŞKANI SELÇUK ÖZTÜRK, GÜVEN TAZELEYEREK MECLİS ÜYELERİ TARAFINDAN YENİDEN YÖNETİM KURULU BAŞKANLIĞINA SEÇİLDİ. KTO MECLİSİ EN YAŞLI ÜYE ABDULLAH KABAK'IN BAŞKANLIĞINDA YAPTIĞI İLK TOPLANTISINDA AHMET ARICI'YI MECLİS BAŞKANI SEÇTİ.





Meclis Başkanlığı görevine seçilen Ahmet Arıcı yaptığı teşekkür konuşmasında, "Odamız örnek bir şekilde birlik ve beraberlik içerisinde seçimlerini gerçekleştirdi. Yeni dönemde birlikte şehrimize hizmet edeceğiz" dedi.

KTO Yönetim Kurulu Başkanlığı'na yeniden seçilen Selçuk Öztürk, Meclis Üyeleri'ne hitaben yaptığı ilk konuşmasında, birlik ve beraberlik içerisinde Konya'nın 2023 vizyonunu gerçekleştirmek için çalışmaya devam edeceklerinin mesajını verdi.

KTO Başkanı Selçuk Öztürk, "Şahsıma ve yönetim kurulu üyelerine verdiğiniz destekten dolayı teşekkür ediyorum. Bize bu mutluluğu yaşatan Hazreti Allah'a hamdediyorum. Odamızın 130 yıllık tarihinde, her kademesinde görev alanlara hizmetlerinden dolayı ayrıca teşekkür ediyorum. Meclis üyelerimiz; hizmet makamı olan bu yerlerde bir bayrak yarışı inancıyla görevlerini hakkıyla yerine getireceğine inancım tamdır. Konya Ticaret Odası meclisinden ve Konya halkından alacağımız güçle; birlik ve beraberlik içerisinde Konya'ya ve ülkemize hizmet üretmeye devam edeceğiz. Bugün Konya; ka-buğunu kararak dünyaya açılan bir şehir olmuştur. Ülkemizin büyük hedefleri doğrultusunda şehrimizin de hedefleri büyüktür. Türkiye nasıl değişip geliyorsa şehrimiz de aynı hızla değişip gelişmeye devam edecektir. Konya Ticaret Odası olarak hedefimiz şehrimizi 2023'e hazırlamaktır. Bu hedefle; 15 milyar dolar ihracat yapan, kişi başı gelirden Türkiye ortalamasını yakalayan, işsizliği yüzde 5'e indiren



bir Konya vizyonu belirledik. Vizyonumuz çerçevesinde; programlı olarak yürüteceğimiz projelerimizle; Konya'nın ihracatını artırmak, sanayimizin nitelikli ara eleman sorununa çözüm olmak, üyelerimizin ticaret hayatında yaşadığı sıkıntıları gidermek, Konya'nın son iki yılda Ankara'da oluşturduğu güçlü lobiyle şehrimizi Türkiye'nin merkez şehirlerinden biri yapmak için çalışacağız. Geçen dönemde alt yapısını oluşturduğumuz, Mesleki Eğitim Merkezi, İhracatı Geliştirme Merkezi, Fuar Merkezi projelerimizi bu dönemde tamamlayacağız. Gerçekleştireceğimiz projelerimizle Konya'yı 2023 vizyonuna daha da yaklaştırmış olacağız" dedi.

KTO Eğitim ve Sağlık Vakfı tarafından kurulan KTO Karatay Üniversitesi'nin istenmeyen olaylarla anılmasından üzüntü duyduklarını ifade eden Başkan Öztürk, "Üniversitemizin problemlerle anılmasına izin vermeyeceğimizi meclisimiz huzurunda ifade etmek istiyorum. KTO Karatay Üniversitesi'nin Konya'nın 2023 hedeflerine katkı sağlayan bir kurum olması için gereğini hep beraber yerine getireceğiz" şeklinde konuştu.

YÖNETİM KURULU

Başkan: Selçuk Öztürk

Üyeler: Mustafa Büyükeğen, Fahrettin Doğru, Metin Sağlam, Hasan Hüseyin Karapınar, Cihan-gir Mihoğlu, Hasan Yılmaz, Murat Çankırlı, Ramazan Erkuş, Ali Deresoy, Mehmet Emin Gürbüz.

MECLİS BAŞKANLIK DİVANI

Başkanı: Ahmet Arıcı

Başkan Yardımcıları: İbrahim Ümit, Servet Kahveci

Meclis Katipleri: Fahri Eken, İhsan Koçak, Mehmet Çiğdem



DİSİPLİN KURULU ÜYELERİ

Hüseyin Çiftçi, Bahadır Dilek, Ali Odabaşı, Ali Nadir Özdemir, Aydoğan Devenci, İbrahim Bayrak

TOBB Delegeleri

Aslan Korkmaz, Mehmet Ali Çelik, Mehmet Fahri Beserek, Mustafa Şeker, Ahmet Sezgin, Lütfi Can Başaran, İbrahim Özkara, Bünyamin Yakup Sarıtaş, Ramazan Biberici, Arif Dinçer, Erhan Sözen, Muammer Alpaslan Şahin, Mehmet Ali Çiftçi, Zerrin Özel, Abdullah Işık, Seviban Kuşylmaz, Hatice Mendi, İsmail Sahar, Murat Doğan, Serdar Erölmez, Ali Kaya, Mustafa Deresal, Mehmet Murat Çelik

AVRUPA BİRLİĞİ KOMİSYONU

Mehmet Oğul, Mehmet Akif Tekdere, Kazım Büyükerkek, Hasan Alper Çalık, Yılmaz Kaya

BASIN YAYIN EĞİTİM ve KÜLTÜR KOMİSYONU

Fehmi Adam, Murat Koyuncu, Ahmet Cemal Coşkun, Mustafa Gökdoğan, Süleyman Salur

FUARLAR ve DIŞ İLİŞKİLER KOMİSYONU

Veli Şen, Abdullah Kıcı, Ahmet Özer, Ahmet Toprakkale, Mehmet Göktaş

HESAPLARI İNCELEME KOMİSYONU

Mehmet Başman, Ömer Faruk Okka, Veli Gülşen, Vehbi Çağlar, Mustafa Öztaş

İHRACATI GELİŞTİRME KOMİSYONU

Ahmet Tatlısumak, Deviş Kürkçü, Mehmet Çolak, Mecit Tekelioğlu, Kazım Küçükçöğen

MEVZUAT, ARAŞTIRMA ve DİLEKLERİ İNCELEME KOMİSYONU

Hasan Hüseyin Motuk, Seyit Saruhan, Emre Tekin, Eyüp Baykent Başbahçıvan, Adem Şahin

TEKNOLOJİ ARGE ve İNOVASYON

Tuncay Özkan, Fahri Eken, Ahmet Arslan, Faruk Soydemir, Mitat Gümüş



KTO 2013-2016 DÖNEMİ MECLİS ÜYELERİ

KOMİTE NO	ADI SOYADI
1	REFİK SEÇGİN
	HASAN HÜSEYİN MOTUK
2	MUSTAFA ŞEKER
	AHMET ŞANLI
3	BEKİR ODABAŞI
	NAİM GÖKBAŞ
4	ŞÜKRÜ DOĞAN
	MURAT DOĞAN
5	HACI ABDULLAH KABAK
	ADNAN ESER
6	ALİ ÖLMEZ
	KAZIM KÜÇÜKÇÖĞEN
7	KEMAL KAVRUK
	İSA ÇAKAL
8	AHMET TATLISUMAK
	ALİ İHSAN ERSÖZ
9	ALİ KAYA
	HALİL İBRAHİM SAYLIK
	MUSTAFA DERESAL
10	HASAN HÜSEYİN KARAPINAR
	MEHMET ÇİĞDEM
11	AHMET ARICI
	SÜLEYMAN SALUR
12	ALİ DERESÖY
	AHMET ÖZKAGNICI
13	ALİ İHTİYAR
	MUSTAFA BULMAZ
14	MUSTAFA ÇALIŞ
	ÖMER ÖZYİĞİT
15	MEHMET BAŞMAN
	MEHMET GÖREY
16	AHMET SEZGİN
	MUSTAFA BOZDAM
17	HASAN YILMAZ
	ÖMER ÖZDENGÜLSÜN
18	MEHMET ALİ ÇELİK
	İSMAİL SAHAR
19	İBRAHİM ELDENİZ
	MEHMET TALİP ÜNAL
20	ALİ CENAP ZEYBEKOĞLU
	VAHDİ KARACAOĞLU
21	AHMET KARPUZOĞLU
	MEHMET GÖKTAŞ
22	ALİ İHSAN KAYA
	MUSTAFA GÖKDOĞAN
23	SERVET KAHVECİ
	ALİ ERMAN
24	TUNCAY ÖZKAN
	AHMET CEMAL COŞKUN

KOMİTE NO	ADI SOYADI
25	RAMAZAN TEZEL
	SERDAR ERÖLMEZ
26	LÜTFİ CAN BAŞARAN
	MEHMET MURAT ÇELİK
27	MEHMET OĞUL
	MUAMMER ALPASLAN ŞAHİN
28	MUSTAFA KORUYUCU
	BÜNYAMİN YAKUP SARITAŞ
29	ABDULLAH İNCE
	RAMAZAN BİBERCİ
30	RAMAZAN ERKUŞ
	DERVİŞ KÜRKCÜ
31	SERHAT YAYA
	FAHRETTİN DOĞRU
32	VELİ ŞEN
	ABDULLAH KICIR
33	İHSAN KOÇAK
	ARIF DİNÇER
34	AHMET ÖZER
	BÜLENT DUMAN
35	FAHRİ EKEN
	ADEM DEĞERLİ
36	SEYİT SARUHAN
	MEHMET AKİF TEKDERE
37	METİN SAĞLAM
	İBRAHİM ÜMİT
38	ABDULLAH İŞİK
	AHMET SEMERCİ
39	AHMET ARSLAN
	MEHMET EMİN GÜRBÜZ
40	MUSTAFA BÜYÜKEĞEN
	MEHMET ALİ ARLI
41	ÖMER FARUK OKKA
	RAMAZAN ÖZKAYA
42	HATİCE MENDİ
	FETHULLAH HAMİDİ
43	VELİ GÜLŞEN
	MUHSİN GÖRGÜLÜGİL
44	VEHİBİ ÇAĞLAR
	MUSTAFA ÖZTAŞ
45	ABDULLAH VURAL
	MEHMET FATİH BÜYÜKBAŞ
46	FATİH SÜLEYMAN ÖNSES
	ASLAN KORKMAZ
47	MURAT ÇANKIRLI
	SELÇUK ÖZTÜRK
48	İHSAN SÜRÜ
	MUSTAFA KULU
49	MEHMET POLAT

KOMİTE NO	ADI SOYADI
49	MESUT İNCE
	MUSTAFA DOLULAR
50	HİLMİ SEVİM
	ALİ ÇINAR
51	CİHANGİR MIHOĞLU
	EMRE TEKİN
52	FARUK SOYDEMİR
	MEHMET FAHRİ BESEREK
53	MİTAT GÜMÜŞ
	AHMET TOPRAKKALE
54	MEHMET ÇENESİZ
	MURAT KOYUNCU
55	HALİL İBRAHİM ERDAL
	İBRAHİM ÖZKARA
	MEHMET ÇOLAK
56	ERHAN SÖZEN
	EYÜP BAYKENT BAŞBAHÇI- VAN
	ABDİL DEVECİ
57	FERİT ÇİFTÇİ
	MUHAMMET ÖZBEY
58	ADNAN ÖZKAYMAK
	ERDOĞAN ÖZKAYMAK
59	MECİT TEKELİOĞLU
	ZERRİN ÖZEL
60	İLHAN ŞAR
	ALİBEY YÜKSEL
61	OSMAN ÖZTÜRK
	ÖZGÜR ESEN
62	SEVİBAN KUŞYILMAZ
	KAZIM BÜYÜKERKEK
63	OSMAN NEVZAT ÜNSAL
	METE HORZUM
64	MUSTAFA KARAMERCAN
	ALİ BURHAN BİLDİK
65	EROL ÖZKAYMAK
	ABDULLAH İBRAHİM ÖKSÜZ
66	EROL ÇİRİK
	HASAN ALPER ÇALIK
67	CAFER MUTLU
	MEHMET ALİ ÇİFTÇİ
68	TEOMAN YILMAZ
	FEHMİ ADAM
69	MEHMET SOYLU
	SEYİT KARACA
70	YILMAZ KAYA
	ADEM ŞAHİN

KTO MESLEK KOMİTELERİNDEKİ SEÇİMLERDE ALINAN OY ORANLARI

MES. GRB.	KOMİTE ADI	SEÇİM LİSTESİNDE OY KULLANACAK ÜYE SAYISI	SEÇİMDE KULLANILAN OY SAYISI	GEÇERSİZ OY	SARI LİSTE	BEYAZ LİSTE	YEŞİL LİSTE	MAVİ LİSTE
1	Bitkisel üretim ile hayvansal-bitkisel gübrelerin ve kimyasalların toptan-perakende ticareti	203	134		80	54		
2	Tarımsal ve hayvansal ürünlerin yetiştirilmesi ve işlenmesi, toptan-perakende ticareti	154	38		38			
3	Tahıl, hububat ve bakliyat ürünlerinin yetiştirilmesi, toptan-perakende ticareti	220	177	5	96	76		
4	Un ve unlu mamüller ile fırın ürünlerinin imalatı, toptan-perakende ticareti	206	121	4			117	
5	Her türlü hayvan yetiştiriciliği ile toptan-perakende ticareti ve veterinerlik hizmetleri	211	73		73			
6	Et ve tavuk ürünleri imalatı, toptan-perakende ticareti	194	150	1	89	60		
7	Bitkisel ve hayvansal yağ, süt ürünleri ile dondurulmuş ürünlerin toptan ticareti	150	93		67	26		
8	Gıda ve içeceklerin toptan ticareti	178	136	3	69	64		
9	Alışveriş merkezleri, süpermarket, bakkaliye, pazar yerlerinde ve internet, tv yoluyla yapılan perakende ticaret	614	328	8	165	155		
10	Baharat ve Meyve yetiştiriciliği, işlenmesi ile içeceklerin imalatı, toptan-perakende ticareti	155	106		75	31		
11	Süt, süt ürünleri, çikolata, şekerleme, hazır yemek ve diğer gıda ürünlerinin imalatı	177	97	2	95			
12	Deri, deri ürünleri ile plastik ve kauçuktan ayakkabı, bot, terlik v.b. İmalatı, toptan-perakende ticareti	153	89		70	19		
13	Deriden ayakkabı imalatı ile spor malzemeleri, müzik aletleri, oyun ve oyuncakların imalatı, toptan-perakende ticareti	159	109	3	77	29		
14	Ev tekstil ürünleri ve tekstil makineleri imalatı, perakende ticareti	142	109	4	85	20		
15	Tekstil ürünlerinin imalatı, tuhafiyeye, kumaş, iplik ve diğer tekstil ürünlerinin imalatı ve toptan ticareti	147	83	2	81			
16	Giyim eşyası imalatı ve toptan ticareti ile kuru temizleme hizmetleri	155	119	1	71	47		
17	Giyim eşyası ve tekstil ürünleri perakende ticareti	196	109	2	88	19		
18	Mobilya imalatı ve mobilya ile halı toptan-perakende ticareti	277	208	5	129	74		
19	İletişim ekipmanları ile elektrikli ev aletlerinin imalatı, toptan-perakende ticareti	181	125	3	69	53		
20	Altın, mücevherat ve saat imalatı toptan-perakende ticareti	196	82	2	80			
21	Fotoğrafçılık hizmetleri, züccaciye, attariye, hediyelik eşya imalatı, toptan-perakende ticareti	154	128	1	79	48		
22	Büro ekipmanları imalatı, kitap, kırtasiye ürünleri toptan-perakende ticareti	179	130		86		44	
23	Kağıt ambalaj ve koli imalatı ile kağıt basım ürünlerinin imalatı, toptan-perakende ticareti ile basım ve yayın hizmetleri	159	77	3	74			
24	Reklamcılık, teknik test, analiz, araştırma ve mesleki-bilimsel faaliyetler	158	88	3	65	20		
25	Elektronik ve iletişim teçhizatı imalatı, toptan-perakende ticareti ile radyo yayıncılığı faaliyetleri	164	118		67	51		
26	Elektrik ve aydınlatma malzemeleri ile ölçme araçları cihazları imalatı toptan-perakende ticareti	155	124	1	71	52		
27	Bilgi, iletişim, medya, müşavirlik ve danışmanlık hizmetleri	145	69		56	13		
28	Dış ticaret şirketleri	253	129		102	27		
29	Madencilik ve taş ocaklığı faaliyetleri, inşaat malzemeleri ve cam ürünleri imalatı	219	121	4	117			
30	Ana Metal Sanayi	226	105	1	104			
31	Makine ve teçhizat hariç fabrikasyon metal ürünleri imalatı	381	192	6	186			

MES. GRB.	KOMİTE ADI	SEÇİM LİSTESİNDE OY KULLANACAK ÜYE SAYISI	SEÇİMDE KULLANILAN OY SAYISI	GEÇERSİZ OY	SARI LİSTE	BEYAZ LİSTE	YEŞİL LİSTE	MAVİ LİSTE
32	Metal cevherleri ve demir, çelik, yassı metal ürünlerin toptan ticareti	219	100	1	99			
33	Hırdavat malzemelerinin toptan-perakende ticareti	158	100	5	59	36		
34	Tanım Makinaları İmalatı	195	128		95	33		
35	Takım tezgahları ve hizmete yönelik makine imalatı	253	175		129	46		
36	Asansör ve genel makine imalatı	180	122	1	87	34		
37	Her türlü makine toptan ticareti ve kiralanması faaliyetleri	157	133	5	71	57		
38	Plastik kapı, pencere vb. ile kauçuktan lastik ürünler imalatı toptan-perakende ticareti	153	106	3	72	31		
39	Genel amaçlı diğer plastik ve kauçuk ürünlerin imalatı ve toptan ticareti	161	76		76			
40	Kimyasallar ve kimyasal ürünlerin imalatı, toptan-perakende ticareti	159	62				62	
41	İkamet Amaçlı Binaların İnşaatı	826	457	4	265	188		
42	İkamet amaçlı olmayan binalar ile diğer yapıların inşaatı	174	72	3	69			
43	Yapı Kooperatifleri	355	181	2	99	80		
44	Özel Amaçlı İnşaat Faaliyetleri	195	136	2	87	47		
45	Boya ve malzemeleri imalatı, toptan-perakende ticareti	152	81		81			
46	İnşaat malzemeleri toptan-perakende ticareti	189	119	1	70	48		
47	Sihhi tesisat, ısıtma-soğutma, havalandırma faaliyetleri	161	91	5	86			
48	Ağaç ürünleri imalatı, toptan-perakende ticareti	154	64	4				60
49	Mimarlık ve şehir bölge planlama	172	72	4	68			
50	İnşaat mühendisliği ve yapı denetim faaliyetleri	266	113	5	108			
51	Elektrik enerjisi üretimi-iletimi ve mühendislik hizmetleri	153	71	2	69			
52	Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı	248	195	6	108	81		
53	Motorlu taşıt parçaları imalatı	220	147		127	20		
54	Oto galericiler, oto acentaları ve motorsiklet satıcıları	166	137	5	70	62		
55	Motorlu taşıt parçaları ve aksesuarların toptan-perakende ticareti	444	306	6	186	114		
56	Petrol ve petrol ürünleri ile gaz, imalat, toptan-perakende ticareti	398	234	2	137	95		
57	Kömür madenciliği, odun-kömür ve tüpgaz toptan-perakende ticareti	161	80		80			
58	Yolcu taşımacılığı faaliyetleri	168	70	4				66
59	Kara yolu ile şehirler arası yük taşımacılığı (gaz ve petrol ürünleri hariç)	345	241	3	137			101
60	Uluslararası Karayolu ile diğer yük taşımacılığı ve hava, demir, deniz yolu ile yük taşımacılığı faaliyetleri	163	113		81	18		14
61	Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler ile kargo-kurye hizmetleri	148	78	1	57	20		
62	Konaklama ve gayrimenkul faaliyetleri	213	153	1	98	54		
63	Seyahat acentesi faaliyetleri ve motorlu kara taşıtlarının kiralanması hizmetleri	147	100		42			58
64	Yiyecek ve içecek hizmetleri	274	135	2	64	69		
65	Bankacılık ve finans hizmetleri	217	148	2	70			76
66	Sigortacılık Faaliyetleri	262	216	3	116		97	
67	İdari destek faaliyet ve hizmetleri	157	107	3	57	47		
68	Eğitim, kültürel ve sportif faaliyetler	201	124	2	74	48		
69	Her türlü sağlık hizmetleri	212	100	1		99		
70	Medikal ürünlerin imalatı, toptan-perakende ticareti	214	148	2	95	51		
TOPLAM		15051	9058	154	5893	2316	320	375

KONYA İLİ İHRACAT ANALİZİ PROJESİ BAŞLADI

KONYA TİCARET ODASI, İHRACATÇI FİRMALARIN SORUNLARINI ÇALIŞTAY'DA MASAYA YATIRACAK. "KONYA İLİ İHRACAT ANALİZİ" PROJESİ KAPSAMINDA DÜZENLENEN ÇALIŞTAY'DA KONYA'DAKİ İHRACATÇI FİRMALARIN ÖNCELİKLİ SORUNLARI ORTAYA ÇIKARILARAK ÇÖZÜM YOLLARI TARTIŞILACAK. KTO BAŞKANI SELÇUK ÖZTÜRK, MAYIS AYINDA DÜZENLENECEK ÇALIŞTAY SONUCUNDA OLUŞTURULACAK YOL HARİTASI İLE İHRACAT GELİŞTİRME MERKEZİ'NİN FAALİYETLERİNİN BELİRLENECEĞİNİ SÖYLEDİ.

Konya Ticaret Odası tarafından İhracat Geliştirme Merkezi'nin ilk aşaması olan "Konya İli İhracat Analizi" projesi başlatıldı. Kalkınma Bakanlığı ve Ekonomi Bakanlığı işbirliğiyle yürütülen projede Mayıs ayında Çalıştay düzenlenecek. Çalıştay'da 250 ihracatçı firma ile mevcut durum ve sorunları ortaya çıkarmak için yapılan anket çalışmasının sonuçları değerlendirilecek. İhracat yapan her sektörden seçilecek toplam 100 firma ile "İhracatta Çözüm Yolları Çalıştayı" yapılacak. Konya Ticaret Odası öncülüğünde, Bakanlık yetkililerinin katılımıyla gerçekleştirilecek Çalıştay'da 100 adet ihracatçı firma 10'arlı gruplar halinde 10 adet masaya dağıtılacak. Her masanın, KTO tarafından belirlenecek bir adet Moderatörü olacak. Çalıştayda sorun analizi yapılacak ve sorunlar için yerel ve ulusal çözüm yolları belirlenecek. Daha sonra bütün bu sorunları çözüme kavuşması için bir yol haritası ve eylem planı oluşturulacak. Yerel ve ulusal düzeyde yapılacak işbirlikleri ve girişimlerle oluşturulan eylem planı adım adım uygulanacaktır. Bu projeden sonra İhracat Geliştirme Merkezi'nin kurulum çalışmalarına başlanacak.

100 ihracatçı firma ile Mayıs ayında yapılacak Çalıştay'ı değerlendiren KTO Başkanı Selçuk Öztürk, "Oda olarak 2023'te 15 milyar dolar hedefini gerçekleştirmek ve ihracatçı firmalarımıza destek olmak amacıyla son iki yılda faaliyetlerimizi bu konuda yoğunlaştırdık. 2011 yılında şehrimizin ihracatla ilgili gerçek verilerini toparlayıp ihracatın yetersizliğini görerek 2012 yılından itibaren programlı bir çalışma yürüttük. Bu çalışma ile başta Konya'nın ihracatta yaşadığı en büyük sorun olan lojistik ve ulaşım konusunda merkezi hükümeti harekete geçirmeye çalışırken diğer taraftan firmalarımızın yaşadığı pazar sıkıntısı, tanıtım sıkıntısı ve finans sorunlarına çözüm olacak faaliyetler gerçekleştirdik. 2013 yılında kurmayı planladığımız İhracat Geliştirme Merkezi'nin ilk aşaması olan "Konya İli İhracat Analizi" projesi kapsamında ihracatçı firmalarımızın sorunları ve çözüm önerilerini değerlendireceğiz. Kalkınma Bakanlığı ve Ekonomi Bakanlığı işbirliği ile düzenleyeceğimiz çalıştay sonuçlarına göre her iki bakanlığımızın da harekete geçireceğiz. Oluşturulan yol haritası ile İhracat Geliştirme Merkezi'nin faaliyetleri belirlenecek" dedi.



KONYA TRENLE DENİZE BAĞLANACAK

TÜRKİYE CUMHURİYETİ DEVLET DEMİRYOLLARI (TCDD) GENEL MÜDÜRÜ SÜLEYMAN KARAMAN, BÜTÜN HEDEFLERİNİN HIZLI TREN SAYESİNDE KONYA'YI DENİZE BAĞLAMAK OLDUĞUNU SÖYLEDİ.



Hızlı Trenle Konya'ya gelerek basın toplantısı düzenleyen TCDD Genel Müdürü Süleyman Karaman'ı Konya Garı'nda Vali Aydın Nezih Doğan, Büyükşehir Belediye Başkanı Tahir Akyürek, Meram Belediye Başkanı Serdar Kalaycı ve Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk karşıladı. Karaman, karşılamada ilk olarak Büyükşehir Belediyesi Mehter Takımı'nı izledi. Protokol üyeleri daha sonra TCDD Misafirhanesi'ne geçerek basın toplantısı düzenledi.

"KONYA KENDİSİNİ GEÇMİŞE GÖRE DAHA GÜÇLÜ HİSSEDİYOR"

Toplantıda konuşan Konya Valisi Aydın Nezih Doğan, Konya'nın kendisini geçmişe göre daha güçlü hissettiğini belirtti. Konya'nın artık hızlı trenle önce Ankara'ya sonra Eskişehir'e bağlandığını ifade eden Vali Doğan, "Böylece Konya kendisi için biçtiği 2023 vizyonunu daha yakından görme, daha iyi anlama fırsatı yakalamış oldu. Karayolları Genel Müdürlüğü Türkiye'nin dört bir yanını duble yollarla donattı. Şimdi Devlet Demiryolları Genel Müdürlüğü bir yarış halinde duble demir yolları yaparak bizim 2023 vizyonumuzu desteklemeye devam ediyor. Bizim Konya olarak iki temel hedefimiz var. Bunlardan bir tanesi ürettiğimiz mal ve hizmetleri dış pazara açacak demir yollarına ihtiyacımız var. Bu anlamda demiryolları genel müdürlüğü Ankara-Karaman üzerinden Mersin Limanı'na bağlayan demir yolu

projesinin ihalesini gerçekleştirmiş oldu. Bizim ikinci önemli beklentimiz de, Konya'nın dünyaya sunduğu değerleri tanıtılabileceğimiz ulaşım imkanlarıyla bu açıdan Ankara-Konya hızlı tren seferleri bize nefes aldırması. Şimdi Eskişehir ile daha güçlüyüz. Yalnız bu yıl içerisinde özellikle 29 Ekim 2013 tarihinde açılacak İstanbul-Ankara ve İstanbul-Konya trenleriyle artık biz tam anlamıyla dünyayla da bağlanmış olacağız" dedi. Turizm konusunda da beklentilerin karşılanmış olacağını kaydeden Vali Doğan, "Konya'da bir lojistik merkez yapılıyor. Bin 350 dönümlük bir alan üzerinde önderliğini Devlet Demiryolları Genel Müdürlüğü'nün yaptığı proje yürütülüyor. Bu konuyla ilgili hükümetimiz hızlı kamulaştırma kararı da vermişti. Devlet Demiryolları Genel Müdürlüğü bu karar çerçevesinde kamulaştırma çalışmalarını yürütüyor ama aynı zamanda oradaki devlet demiryollarının lojistik ihtiyacı için lazım gelen projeye de çalışmalarını tamamlamak üzere ve inşallah önümüzdeki günlerde de inşai faaliyetleri de başlayacak" diye konuştu. Büyükşehir Belediye Başkanı Tahir Akyürek de, "Demir yolları gece gündüz çalıştı ve Konya'ya önce Ankara'ya sonra Eskişehir'e hızlı trenle bağladılar. Arkasından İstanbul-Konya başlayacak. Konya-Karaman derken Konya'muz demir yolu yolculuğunda bir kavşak noktası haline gelecek. Başta sayın Başbakanımıza ve emeği geçen herkese teşekkür ederim" dedi.

"BÜTÜN HEDEFİMİZ KONYA'YI DENİZE BAĞLAMAK"

TCDD Genel Müdürü Süleyman Karaman ise, Konya-Eskişehir hattının demir yolları için çok önemli olduğuna değinerek, bu hattın yerli sanayinin, yerli müteahhidin ve yerli mühendislin ürünü olduğunu anlattı. Karaman, "Onun için bizim açımızdan dünyaya açılmanın da bir sonucu olarak görüyoruz. Diğer hatlarda yabancılar çalıştı ama burayı hep yerli yaptık. Bu hattın ikinci bir özelliği de, İstanbul'a, Bursa'ya açılışı. İki tarafı birden yapıyoruz. Belki İstanbul önce açılacak ama daha sonra Bursa açılacak. Diğer taraftan Ankara üzerinden Sivas açılacak. Bu sene yeni yatırım kararı alındı. Konya-Karaman-Adana-Mersin-Osmaniye ve Gaziantep bu bölümlerde birçok yerin ihalesini yaptık. Sadece Konya-Karaman değil, Gaziantep-Osmaniye ve o aradan Adana-Mersin arasında da bitirdik, ihalesini yapıyoruz. İnşallah çok kısa bir zamanda buradan yüksek hızlı trenle İstanbul'a, aşağıya yani güneye de hızlı trenle gidecek. İstanbul'a giderken 300 kilometrelik trenlerle gideceksiniz. Ancak Adana-Mersin'e giderken bu hız 200 olacak. Çünkü oradan yük de taşıyacağız. Konya'nın yükünü limana indirmek için hem yolcu treni, hem de hızlı yük treni çalışacak şekilde bu yolu yapıyoruz. Bütün hedefimiz şu; bu güzel ilimizi trenle güneye yani denize bağlamaya çalışmak. Ekonomisine katkıda bulunabilirsek biz de mutlu oluruz" ifadelerini kullandı.

IRAK'A İHRACATI ARTIRMAK İÇİN SEMİNER DÜZENLENDİ

KONYA TİCARET ODASI'NDA KONYA'NIN IRAK'A OLAN İHRACATINI ARTIRILMASI AMACIYLA SEMİNER DÜZENLENDİ. ERBİL TİCARET ATAŞESİ SEYYAR ERBİL VE BAĞDAT TİCARET MÜŞAVİRİ HARUN KOÇAK'IN IRAK PAZARI HAKKINDA BİLGİ VERDİĞİ SEMİNERDE KONUŞAN KTO BAŞKANI SELÇUK ÖZTÜRK; "TÜRKİYE'NİN IRAK'A OLAN İHRACATI İÇİNDE KONYA'NIN DÜŞÜK OLAN PAYINI ARTIRMAK İSTİYORUZ" DEDİ.



Konya Ticaret Odası'nda Irak'taki İş ve Yatırım Fırsatları Bilgilendirme Semineri düzenlendi. Ekonomi Bakanlığı'nın desteğiyle düzenlenen seminerde Erbil Ticaret Ataşesi Seyyar Erbil ve Bağdat Ticaret Müşaviri Harun Koçak Irak pazarı hakkında KTO üyelerine bilgi verdi.

Seminerin açılışında konuşan KTO Başkanı Selçuk Öztürk, "Irak Türkiye için önemli pazar. Ülkemizin en fazla ihracat yaptığı ikinci ülke olan Irak'a 10,8 milyar dolar ihracat yapmaktayız. İki yıl içerisinde Irak'ın ihracatımızda ilk sıraya geçeceğine inanıyoruz. Konyalı firmalarımızın Irak'a olan ihracatını artırmak için bu semineri düzenledik. Seminerimize katılan ticaret ataşelerimiz üyelerimize Irak'la işbirliğini artırma noktasında önemli bilgiler verecek. Konya olarak 2012 yılında yaptığımız 1,3 milyar dolar ihracatın yüzde 20'sini Irak'a gerçekleştirdik. Irak Konya'nın ihracatında ilk sırada yer almaktadır. Buna rağmen Türkiye'nin Irak'a toplam ihracatının sadece yüzde 2,3'ü Konya'dan yapıldı. Bu oranı yetersiz görmekteyiz. Aşlında şehrimizin en büyük sorunu da budur. Türkiye ortalamasının üzerinde ihracat artışı var. İşsizlikte Türkiye ortalamasının altındayız. İstihdam oluşturmada yükselişimiz sürmekte. Fakat kişi başı ihracata baktığımızda Türkiye ortalamasının çok altındayız. Bu soruna çözüm bulmak için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Konya sanayisi Irak'ın ithal ettiği birçok ürünü üretmektedir. Konya olarak Irak pazarını yeterince değerlendirmek istiyoruz. İkili ilişkilerimizi daha sağlıklı hale getirmek için bu seminerin faydalı olacağını düşünüyoruz" şeklinde konuştu. Erbil Ticaret Ataşesi Seyyar Erbil de "Konya Tica-



ret Odası vasıtasıyla Konya sanayisini tanıma fırsatımız oldu. Böylesine büyük bir üretim potansiyeli olan şehrin firmalarının daha fazla Irak'ta yer almaları için her türlü işbirliğine hazırız" şeklinde konuştu. Bağdat Ticaret Müşaviri Harun Koçak da "Dünyanın her ülkesinden insanlar bölgeye yatırım için gelmektedir. Bizler Türk işadamlarına tüm desteğimizi vermekteyiz. Konyalı firmaları da Irak'la daha fazla işbirliği içerisinde görmek istiyoruz" dedi.



KTO ÜYELERİ AFRİKA PAZARI HAKKINDA BİLGİLENDİRİLDİ

KONYA TİCARET ODASI'NDA KONYA'NIN AFRİKA İLE TİCARETİNİN ARTIRILMASI AMACIYLA "AFRİKA TANITIM GÜNLERİ" SEMİNERİ DÜZENLENDİ. DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU (DEİK) İŞBİRLİĞİYLE DÜZENLENEN SEMİNERDE DEİK DOĞU AFRİKA UZMANI ERSİN EREN KATILIMCILARA AFRİKA PAZARI HAKKINDA BİLGİ VERDİ.



Seminerde konuşan DEİK Doğu Afrika Uzmanı Ersin Eren, "Son dönemde birçok Afrika ülkesi hızla büyümektedir. Afrika ile 2005 yılından sonra başlayan ilişkilerimiz hızla ilerlemektedir fakat henüz yeterli seviyede değildir. Türkiye'nin tüm Afrika ile 18 milyar dolar ticaret hacminin 13 milyar dolarını ihracatımız oluşturmaktadır. Kısa vadede hedefimiz 50 milyar dolar ticaret hacmini yakalamaktır. Seminer vesilesiyle Konya sanayisini tanıma fırsatımız oldu. Bölgesine büyük bir üretim potansiyeli olan şehrin firmalarının daha fazla Afrika'da yer almaları için her türlü işbirliğine hazırız. Afrika'da özellikle tarımda makineleşme konusunda büyük bir açık bulunmaktadır. Konya güçlü olduğu tarım makineleri sektörüyle Afrika'ya açılabilir. Ekonomi Bakanlığının Afrika'yla ticaret yapmak isteyen firmalara teşvikleri bulunmaktadır. Firmalarımız Eximbank'ında kredi imkanlarından faydalanabilirler. Konya Ticaret Odası'nın Eximbank şubesini açarak verdiği hizmet ihracatçı firmalara büyük fayda sağlayacaktır" dedi. Seminerin ardından DEİK Doğu Afrika Uzmanı Ersin Eren ve beraberindeki Afrika İş Konseyi koordinatörleri KTO Başkanı Selçuk Öztürk'ü ziyaret etti. Seminerin son derece faydalı olduğunu belirten Öztürk katılımlarından dolayı DEİK heyetine teşekkür etti.

Başkan Öztürk "Ülke olarak küresel bir güç olma yolunda hedeflerimiz bulunmaktadır. Gelişmiş ülkeler kriz içerisindeyken krizden etkilenmeyen gelişen ekonomiler fırsatlar sunmaktadır. Bunlardan biri de Afrika pazarıdır. Afrika açılımı ile hükümetimizde Türk firmalarının Afrika ile ticaretini artırmalarını desteklemektedir. Başbakanımızın kalabalık bir işadamı heyetiyle birlikte 2013'ün ilk ziyaretini Afrika'ya yapması bunun bir göstergesidir. Son üç yılda 20'den fazla elçilik açtığımız Afrika'da 17 ülke ile iş konseyimiz bulunmaktadır. Ülke olarak Afrika pazarında büyük bir pay almakta kararlıyız. Göreve geldiğimiz günden itibaren ihracatımızın arttığını fakat yeterli olmadığını söylüyoruz ve bu yönde çalışmalarımızı gerçekleştiriyoruz. Bu kapsamda şehrimizin güçlü olduğu sektörleri dünya pazarlarına açıyoruz. Avrupa'da Asya'da Güney Amerika'da organizasyonlar düzenliyoruz. Afrika'da şehrimiz için önemli bir pazardır. Biz dünyanın dört bir yanına açılan Konyalı işadamlarımızın daha fazla Afrika'da olmalarını, daha fazla ticaret yapmalarını istiyoruz. Afrika pazarı ile ilgili firmalarımızın en önemli sorunu bilgi eksikliğidir. Düzenlediğimiz seminerle Afrika ile işbirliği yapılacak sektörler hakkında firmalarımız bilgi sahibi olması açısından son derece faydalı olmuştur" şeklinde konuştu.



KONYA ELEKTRİK SEKTÖRÜ İTALYA AYDINLATMA FUARI'NDA

KONYA ELEKTRİK SEKTÖRÜ İTALYA'DA FUARDA BULUŞTU. KONYA TİCARET ODASI'NIN ORGANİZASYONUyla 29 KİŞİLİK KONYA HEYETİ MİLANO ULUSLARARASI AYDINLATMA FUARI EUROLUCE 2013'E KATILDI.



Konya Ticaret Odası'nın organizasyonuyla Konya Ticaret Odası Elektrikçiler, İnşaat ve Mobilya meslek komitelerinden ve Konya Elektrikçiler Odası üyelerinden oluşan 29 kişilik heyet, alanında dünyanın en büyük fuarlarından biri olarak bilinen İtalya'nın Milano kentinde 9-14 Nisan tarihinde gerçekleştirilen Uluslararası Aydınlatma Fuarı EuroLuce 2013'e katıldı. 38 bin metrekare

alanında 50'den fazla ülkeden 2500 firmanın katılımıyla düzenlenen aydınlatma fuarına katılan Konya heyeti dünyadan 350 bin ziyaretçinin katıldığı fuarda aydınlatma sektöründe faaliyet gösteren üretici, ihracatçı, ithalatçı ve dağıtımçı firma yetkililerinin yanı sıra dekorasyon, iç tasarım, mimari ve mühendislik firmaları ile görüşme imkânı buldu. Konya Ticaret Odası heyeti

fuara gezisi kapsamında Milano Konsolosluğu Ticaret Ataşesi Semine Uygun'la bir araya geldi. Kendisi de Konyalı olan Semine Uygun, Konyalı firmaların İtalya firmaları ile işbirliği yapabileceği konularda bilgi verdi.

Fuar ziyaretini değerlendiren Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk, Konya elektrik sektörünün fuar organizasyonu kapsamında bir araya geldiğini ifade ederek "Şehrimizdeki sektörlerin gelişimi açısından tüm kurumlarımızla birlik içerisinde çalışmalarda bulunmaya büyük önem vermekteyiz. Bu açıdan Konya'daki elektrik sektörü ile ilgili kurumlarımızın bir araya gelerek fuar organizasyonuna katılmaları önem taşımaktadır. Son iki yılda elektrik sektörümüz dünyanın en büyük aydınlatma fuarlarına katılmaktadır. Organizasyonu düzenleyen elektrikçiler meslek komitemize teşekkür ediyorum." dedi.

Fuara katılan sektör temsilcilerinden Konya Elektrikçiler Odası Başkanı Adil Yüknü ise "2012'de Almanya ve 2013'te İtalya olmak üzere dünyanın en büyük fuarlarına katılarak sektörümüz için görüşmeler gerçekleştirdik. Elektrik sektörümüzün gelişimi açısından, sektör temsilcilerimizi bir araya getiren fuar organizasyonları faydalı olmaktadır. Organizasyonu düzenleyen Konya Ticaret Odası'na teşekkür ediyorum" dedi.



KREDİ KEFALETLERİNDE EŞ RIZASI ŞARTI KALDIRILDI

KTO BAŞKANI SELÇUK ÖZTÜRK TİCARİ KREDİLERDE EŞ RIZASI ARANMASINI KALDIRAN TASARININ, RESMİ GAZETEDE YAYINLANARAK YÜRÜRLÜĞE GIRMESİNİN İŞ DÜNYASINCA OLUMLU KARŞILANDIĞINI SÖYLEDİ. ÖZTÜRK TİCARET HAYATINDA SIKINTILARA YOL AÇAN KONULARDA İŞ DÜNYASININ GÖRÜŞLERİNİN DİKKATE ALINMASININ MOTİVASYONLARINI ARTIRDIKLARINI İFADE ETTİ.



Ticari ilişkileri sıkıntıya sokan kredi kefaletlerinde "eş rızası" şartı kaldırıldı. KTO Başkanı Selçuk Öztürk kefaletlerde eş rızasına ilişkin hükmün görüşleri doğrultusunda değiştirilmesinin iş dünyasınca olumlu karşılandığını söyledi.

Başkan Öztürk, "Kefaletlerde eş rızasına ilişkin hüküm yapılan düzenlemeyle çözümlenmiş oldu. Bu değişiklikte Ticaret siciline kayıtlı ticari işletmenin sahibi veya ticaret şirketinin ortak ya da yönetici tarafından işletme veya şirketlerle ilgili olarak verilecek kefaletler, mesleki faaliyetleri ile ilgili olarak esnaf ve sanatkarlar siciline kayıtlı esnaf veya sanatkarlar tarafından verilecek kefaletler; 5570 sayılı "Kamu Sermayeli Bankalar Tarafından Yürütülen Faiz Destekli Kredi Kullanılmasına Dair Kanun" kapsamında kullanılacak kredilerde verilecek kefaletler ile tarım kredi, tarım satış ve esnaf sanatkarlar kredi ve kefalet kooperatifleri ile kamu kurum ve kuruluşlarının kooperatif ortaklarına

kullanılacak kredilerde verilecek kefaletler için eşin rızası aranmaz" ifadeleri getirildi" dedi. Öztürk, "Yeni Borçlar Kanunu'nda yer alan ticari kredi almak için eşlerden kefalet rıza verilmesi maddesinin, ticaret hayatını zora sokacak maddelerden biri olduğu gerekçesiyle, kanun yürürlüğe girdikten sonra maddenin yeniden gözden geçirilmesi gerektiğini ifade etmişti. Bu konuda görüşümüzü Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ile TOBB'a ilettik. Girişimlerimiz neticesinde kefaletlerde eş rızası ile ilgili hükmün değiştirilmesi ticari ilişkiler açısından yerinde bir karar olmuştur. Hükümetimiz, işadamlarının sesine kulak vererek iş dünyasını rahatlatan bir düzenlemeye gitmiştir. İş ve ticaret hayatını ilgilendiren konularda görüşlerimizin dikkate alınması motivasyonumuzu artırmaktadır. Oda olarak üyelerimizin ticaret hayatlarında sıkıntı yaşadıklarını tespit ettiğimiz konularda girişimlerde bulunmaya devam edeceğiz" diye konuştu.

MÜHENDİS ADAYLARINDAN GİRİŞİMCİLİK SAATI

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ MÜHENDİSLİK - MİMARLIK FAKÜLTESİ TARAFINDAN DÜZENLENEN "GİRİŞİMCİLİK SAATI" PROGRAMINDA KONYA TİCARET ODASI (KTO) YÖNETİM KURULU BAŞKANI SELÇUK ÖZTÜRK, ÖĞRENCİLERLE BİR ARAYA GELDİ.

SÜ Alaaddin Keykubat Kampüsü Halil Cin Konferans Salonu'nda düzenlenen programda açılışında konuşan KTO Başkanı Selçuk Öztürk deneyimlerini öğrencilerle paylaştı. Öztürk mühendislik eğitiminde önemli olanın kendini geliştirmek olduğunu belirterek, "Hepiniz çok zor sınavlardan geçerek, bu üniversiteye geldiniz. Çok özel ve değerlisiniz. Okuduğunuz bölümün kolay olmadığını biliyorsunuz. Dünyanın en güzel mesleklerinden birisi olduğunu düşündüğüm bu meslekte başarılı olmamanız için hiçbir neden yok. Mühendislik problem çözme sanatıdır. Hayatta problemi en iyi ve en hızlı çözebildiğiniz

sürece başarılı olursunuz. Şu bir gerçek ki, sadece okul hayatı bizleri mesleki anlamda yeteri kadar donanımlı kılmıyor. Teorik bilginin yanı sıra pratik bilgilere de sahip olmamız gerekiyor. Bu alanda ise, sosyal yönümüz ön plana çıkıyor. Bilgiyi zamanla elde ediyorsunuz ancak yöneticilik farklı bir şey. Problemleri hızlı ve doğru çözebiliyorsanız iyi bir yöneticisiniz demektir. Dünyadaki gelişmeleri takip ederek kendinize yeni ufuklar açın. Artık ülkeler, şehirler, firmalar batta kişiler birbirleri ile yarışır hale geldi. Siz de bu yarışta başarılı olmak için dünyaya ayak uydurmalısınız" şeklinde konuştu.



KONMAK FUARI MARKA OLDU



KTO ULUSLARARASI FUAR MERKEZİ'NDE AÇILAN KONYA METAL İŞLEME MAKİNELERİ FUARI 22 ÜLKEDEN 360 FİRMANIN KATILIMIYLA GERÇEKLEŞTİRİLDİ. FUARDA, 750 MARKANIN YAKLAŞIK BİN 600 ÜRÜNÜ SERGİLENDİ.



Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk fuarın açılışında yaptığı konuşmada tarım fiarı gibi Konmak'ın da marka bir fuar olmasından dolayı mutluluk duyduklarını belirtti. Ülkedeki gelişmişlik düzeyini gösteren sektörlerin başında makine sektörünün geldiğini aktaran Başkan Öztürk, ülke olarak 2023 yılında makine sektöründe 100 milyar dolar ihracat hedeflediklerine dikkati çekerek, "Sektörde faaliyet gösteren firmalar için iki konu çok önemli; bunlar Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarıdır. Bizler bu faaliyetlere ağırlık vermeli ve ürünlerimizi çeşitlendirmeliyiz" diye konuştu.

Konya Valisi Aydın Nezih Doğan, açılışta yaptığı konuşmada, fuarların düzenlendiği şehir ve bölgenin marka değerini önemli ölçüde etkileyen organizasyonlar olduğunu söyledi. Doğan, şunları kaydetti: "Bu yönden bakınca her il kendisini inşa sürecinde. Bu süreçte Konya da rolünü oynuyor. Sanayi Odası ve Mevlana Kalkınma Ajansı bir Ar-Ge merkezi projesi üzerinde çalıştı. Bu çalışmanın ihalesi yapıldı ve önümüzdeki günlerde faaliyetlerine başlayacak. 4 üniversitesi bulunan ve 5'inci kuruluş aşamasında olan Konya için ciddi bir Ar-Ge merkezi kuruluyor." TÜYAP Konya Fuarçılık A.Ş. Genel Müdürü

İlhan Ersözülü ise 10 yıldır sürdürdükleri KONMAK, KONELEX VE İSKON Fuarları'nın bu yıl da dopdolu olduğunu dile getirdi. Ersözülü, sözlerini şöyle sürdürdü: "Sektörün fuardan beklentileri çok yüksek. Önemli sanayi şehirlerinden Konya, sektöre önemli katkıda bulunacak. 22 ülkeden 360 firma ve temsilcisinin katıldığı fuarda 750 marka ile bin 600 ürün görücüye çıkıyor. Fuarda Türkiye'nin en önemli üretici ve ithalatçı firmaları yer alıyor. Üretimin her safhasında ihtiyaç duyulan ürünler bu fuarda yerini aldı ve bir endüstri zirvesi oluşturdu. Fuarın sektöre önemli katkılarının olacağını düşünüyorum."

Açılışın ardından protokol üyeleri stantları gezerek ilgililerden bilgi aldı.



MAKİNA MÜHENDİSLERİ ODASI KONYA ŞUBESİ'NDEN ZİYARET

MAKİNA MÜHENDİSLERİ ODASI KONYA ŞUBE BAŞKANI DOÇ. DR. METE KALYONCU VE YÖNETİM KURULU ÜYELERİ, KONYA TİCARET ODASI BAŞKANI SELÇUK ÖZTÜRK'Ü ZİYARET ETTİ. ZİYARETTE, TİCARET ODASI SEÇİMLERİ, ŞEHRİN GELİŞİMİ İÇİN MESLEK ODALARININ YAPMASI GEREKEN ÇALIŞMALAR, SİCİL TOPLUM KURULUŞLARININ ÖNEMİ GİBİ KONULARDA FİKİR ALIŞVERİŞİNDE BULUNULDU.

Ziyarete konuşan Konya MMO Başkanı Doç. Dr. Mete Kalyoncu, oda faaliyet alanları ve çalışmalar hakkında Selçuk Öztürk'ü bilgilendirdi. Kalyoncu, "Sadece ticari anlamda değil, sosyal ve eğitim alanında da şehrimizin gelişip kalkınmasında Konya Ticaret Odası'nın çalışmaları oldukça önemlidir. Konya'mızın en köklü kurumlarından olan Ticaret Odamızda yapılacak olan seçimlerin sonuçları şehrimizin gelişmesi ve kalkınmasına katkı sağlayacak, oluşacak yeni Yönetim Kurulu başarılı çalışmalara imza atacaktır. Aynı zamanda Makina Mühendisleri Odamızın üyesi olan meslektaşımız Selçuk Öztürk 'ün önümüzdeki seçimler sonunda başkanlık görevine devam edeceği, geçmişte olduğu gibi gelecek dönemde de şehrimizin geleceğiyle ilgili önemli işler yapacağına olan inancımız tamdır. Ülke, toplum ve meslektaş çabaları doğrultusunda gerek Makina Mühendisleri Odamız gerekse Ticaret Odamızın gerçekleştirmiş olduğu birçok teknik ve sosyal faaliyette yapılan işbirliği bu dönemde de devam edecektir. Bu çerçevede üyemiz ve dostumuz Selçuk Öztürk 'ü şimdiye kadar yaptığı çalışmalardan dolayı kutluyor, çalışmalarında gönülünden desteklediğimizi ifade etmek istiyorum" dedi. Ziyareten duyduğu memnuniyeti dile getiren Öztürk ise şunları söyledi: "Üyesi olmakla gurur duyduğum Makina Mühendisleri Odasının kıymetli başkanı Doç. Dr. Mete Kalyoncu ve Yönetim Kurulunun bu ziyareti ve şahsına vermiş olduğu destekten dolayı teşekkür ediyorum. Bir şehrin gelişmişliği sanayideki üretimin artması, iş gücü ve istihdamın gelişmesi, esnafın ve vatandaşlarımızın gelir seviyesinin yükseltilmesiyle sağlanacaktır. Bu gelişmeyi sağlayacak en önemli kurumlarda şüphesiz sivil toplum kuruluşlarıdır. Gerek vatandaşlarımızın refahı gerekse de şehrimizin kalkınması için üzerimi-



ze düşen sorumluluğun farkında olarak, Yönetim Kurulumuz birçok çalışma yapmıştır. Önümüzdeki dönemde de yeni Yönetim Kurulumuz insan sevgisini içerisinde barındıran, hoşgörülü, idealist, çalışmaktan yılmayan, istekli ve dinamik bir ekiple birlik, beraberlik ve istişareye önem vererek çalışmalarına devam edecektir. Üyelerimizin teveccühü ile başkan adayı olduğum Konya Ticaret Odası'nın faaliyetleri diğer kuruluşlarla yapılacak işbirlikleriyle birlikte artarak devam edecektir."

ÖZDEMİR'DEN ZİYARET

GENÇLERİ EVLENDİRME VE MEHİR VAKFI BAŞKANI MUSTAFA ÖZDEMİR KONYA TİCARET ODASI BAŞKANI SELÇUK ÖZTÜRK'Ü ZİYARET ETTİ. KONYA TİCARET ODASI'NIN MEHİR VAKFI'NIN FAALİYETLERİNE VERDİĞİ DESTEKTEN DOLAYI TEŞEKKÜR EDEN ÖZDEMİR, KONYA TİCARET ODASI İLE GELECEK YILARDA DA İŞBİRLİĞİ İÇERİSİNDE ÇALIŞMALARINA DEVAM ETMEK İSTEDİKLERİNİ SÖYLEDİ.

Gençleri Evlendirme ve Mehir Vakfı Başkanı Mustafa Özdemir Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk'ü ziyaret etti. Özdemir, "Konya için tüm kurumlarımız birlikte hizmet etme noktasında önemli çalışmalar yürütmektedir. Mehir Vakfımız gücünü halktan ve şehrimizin sivil toplum kuruluşlarından almaktadır. Şehrimizin bir değer olarak kurduğumuz vakfımız bugün dünyanın dört köşesinde projelere imza atmaya hazırlanmaktadır. Çalışmalarımızda her zaman Konya Ticaret Odası'nın büyük desteğini gördük. Bu desteğin gerçekleştireceğimiz projelerde devam edeceğine inanıyoruz. Bu vesile ile Sayın Başkanımıza teşekkür ediyorum. Ziyaretimiz vesilesi ile Konya Ticaret Odası Başkanımız ile önümüzdeki yıllarda da işbirliği içerisinde çalışmalarımıza devam etme isteğinde olduğumuz kendisine iletiyoruz" dedi.

Ziyareten duyduğu memnuniyeti dile getiren Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk de "Genel Merkezi Konya'da olmasıyla bizim için ayrı bir önemi olan Mehir Vakfı'nın dünyaya örnek olan hizmetleri ilk olarak Konya'dan başlatmaları gurur vesilesidir. Şehrimizde başlayıp dünyaya yayılan bir anlayışla öncülük ettikleri hayır hizmetlerine hepimiz gereken desteği vermemiz gerekir. Vakfımızın tüm dünyada yardıma muhtaç insanları kapsayacak şekilde daha büyük hizmetleri gerçekleştireceğine inanıyoruz. Bugüne kadar gerçekleştirdikleri hizmetlerden dolayı teşekkür ediyorum. Oda olarak kendilerine her türlü desteği vermeye devam edeceğiz" dedi. Karşılıklı sohbet havasında geçen ziyaretin sonunda Özdemir, Başkan Öztürk'e İslam Hukuku Araştırma Dergisi yayını hediye etti.



KOBİD'DEN ZİYARET

KONYA BİLİŞİM DERNEĞİ (KOBİD) BAŞKANI AHMET ÖZTÜRK VE YÖNETİM KURULU ÜYELERİ KONYA TİCARET ODASI YÖNETİM KURULU BAŞKANI SELÇUK ÖZTÜRK'Ü ZİYARET ETTİ. KOBİD BAŞKANI AHMET ÖZTÜRK YENİ DÖNEMDE DE SELÇUK ÖZTÜRK BAŞKANLIĞINDA KONYA TİCARET ODASI İLE İŞBİRLİĞİ İÇERİSİNDE ÇALIŞACAKLARINA İNANDIKLARINI SÖYLEDİ.

KOBİD Başkanı Ahmet Öztürk "Bilişim sektörünün öneminin giderek arttığı günümüz dünyasında sektörümüzün gelişimi için birlikte hareket etmek ve tüm kurumlarla işbirliği içerisinde çalışmak büyük önem taşımaktadır. Bu güne kadar Konya Ticaret Odası faaliyetlerimize büyük destek verdi. Sayın Başkanımız KOBİD onursal üyeliği görevini üstlenerek bu konudaki verdiği desteği göstermiştir. Dernek olarak yeni dönemde de Konya Ticaret Odası ile işbirliği içerisinde çalışmalarımıza devam edeceğimize inancımız tamdır" diye konuştu. Ziyaretten duyduğu memnuniyeti dile getiren Başkan Öztürk, "Bilişim sektörünün bir ülke için ne kadar önemli bir sektör olduğunu ele alırsak, bu alanda güçlü bir mesleki örgütlenme büyük önem taşımaktadır. Konya Bilişim Derneği de şehrimiz bilişim sektöründe önemli faaliyetler gerçekleştirmektedir. Oda olarak sivil toplum kuruluşlarının işbirliği içerisinde gerçekleştirdiği faaliyetlere destek verdik. Konya Bilişim Derneğimiz ile işbirliği içerisinde çalışmalarımıza devam edeceğiz" dedi.



TİMAV'DAN ZİYARET

TÜRKİYE İMAM HATİPLİLER VAKFI GENEL BAŞKANI ABDULLAH ECEVİT ÖKSÜZ BERABERİNDEKİ YÖNETİM KURULU ÜYELERİ İLE BİRLİKTE KONYA TİCARET ODASI BAŞKANI SELÇUK ÖZTÜRK'E İADE-İ ZİYARETTE BULUNDU.

Ziyaretten duyduğu memnuniyeti dile getiren Başkan Öztürk, TİMAV'ın genel merkezinin Konya'da olmasının ayrı bir önem taşıdığını belirterek, "Sivil toplum kuruluşlarının Türkiye'nin ve şehrimizin siyasal, sosyal ve ekonomik gelişiminde olumlu etkileri bulunmaktadır. Şehrimizdeki sivil toplum kuruluşlarımızın faaliyetleri tüm ülkemizde örnek bir başarıyla devam etmektedir. Faaliyetlerini takdirle izlediğimiz TİMAV da başarılı çalışmalarına devam etmektedir. Konya Ticaret Odası olarak vakıf faaliyetlerinde her türlü işbirliğine hazırız" dedi. TİMAV Genel Başkanı Abdullah Ecevit Öksüz de, Vakıf faaliyetlerine verdiği destekten dolayı Başkan Öztürk'e teşekkür ederek "İmam-Hatiplerde yetişen gençler ülkenin kalkınmasında ve gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. TİMAV olarak İmam-Hatiplerin eski önemine tekrar kavuşması için yoğun bir çalışma gerçekleştirdik. İstikrarla gelişen ve büyüyen ekonomimizde iş dünyasının içerisinde kültürel değerlere sahip, inanç değerlerini sadık, yüksek ahlaki değerleri benimsemiş insan kaynağına da ihtiyaç var. Bu bağlamda hem mesleki hem ahlaki açıdan donanımlı gençler yetiştirmeliyiz. TİMAV olarak böyle bir neslin yetiştirilmesi için iş dünyasının temsilcileri ile ortak projeler üretmeyi önemli buluyoruz. Bu çalışmalarımızda desteğini veren tüm kurumlarımıza teşekkür ediyoruz. Konya Ticaret Odası işbirliği içerisinde çalışmalarımıza devam etmek istegindeyiz. Bugün gerçekleştirdiğimiz iade-i ziyaret vesilesi ile yaklaşan Oda seçimlerinde KTO Başkanımız Selçuk Öztürk'e başarılar diliyoruz" dedi.



GENÇ MEHİR'DEN ZİYARET

GENÇ MEHİR DERNEĞİ BAŞKANI CENGİZ ÇİVİ VE BERABERİNDEKİ DERNEK YÖNETİMİYLE KONYA TİCARET ODASI BAŞKANI SELÇUK ÖZTÜRK'Ü ZİYARET ETTİ.

Ziyareten duyduğu memnuniyeti dile getiren Başkan Öztürk, Türkiye'nin gelecek hedeflerine gençlerle ulaşacağını söyleyerek "Mehir Vakfımızın öncülüğünde kurulan Genç Mehir Derneği'nin Konya için büyük hizmetler gerçekleştireceklerine inanıyoruz. Oda olarak gençlerin sivil toplum kuruluşlarında bir araya gelerek şehrimizde verecekleri hizmetlerde her zaman destekçi olduk. Sivil toplum kuruluşlarının gençlik yapılanmaları, gençlerin şehir ve ülke geleceği

adına söz sahibi olmalarında büyük katkı sağlamaktadır. Ülke olarak gelecek hedeflerimize bugünün gençleriyle birlikte ulaşacağız" dedi. Genç Mehir Başkanı Cengiz Çivi de derneğin amaçları ve hedefleri hakkında bilgi verdi. Gençlerin, topluma faydalı ve üretken olarak yetişmesini sağlamak amacıyla çeşitli çalışmalarda bulunacaklarını söyleyen Çivi "Gençlerin kendilerine güvenmelerini sağlayarak mevcut potansiyellerini ortaya çıkarmak istiyoruz

Gençlerin girişimci bir yapıya kavuşarak ulusal ekonomiye katkı sağlamaları için gerekli faaliyetlerde bulunmalarını sağlayacağız. Derneğimiz şehrimizdeki, tüm sivil toplum kuruluşları ile işbirliği içerisinde çalışmalarını yürütmektedir. Derneğimizin kuruluşundan beri verdiği destekten dolayı Sayın Başkanımıza teşekkür ediyoruz. 11 Mayıs'ta yapılacak seçimlerde dernek olarak kendilerini gönülden desteklediğimizi belirtmek istiyorum" dedi.



BAŞKAN ÖZTÜRK NTV VE TV8'DE CANLI YAYINA KATILDI

KTO Başkanı Selçuk Öztürk NTV'de katıldığı canlı yayında Ahmet Ergen'in sorularını cevaplandırdı. Son bir yılda iş ve ticaret hayatını ilgilendiren kanunlardaki değişiklikleri değerlendiren Başkan Öztürk, hazırlık aşamasında olan istihdam paketi ile ilgili iş dünyasının beklentilerini aktardı.

ÖZTÜRK, ERKAN TAN'LA BAŞKENTTEN PROGRAMINDA EKONOMİYİ DEĞERLENDİRDİ

TV8 televizyonunda Erkan Tan'ın sunduğu Erkan Tan'la başkentten programına konuk olan KTO Başkanı Selçuk Öztürk ülke gündemindeki ekonomik konuları değerlendirdi. Türkiye'nin 2023 vizyonu hakkında Erkan Tan'ın sorularını cevaplayan Öztürk, "2023 hedeflerinin ulaşılmasında en önemli nokta hangi bölgede neyi ön plana çıkaracağımızı bilmektir" dedi. Sanayinin en önemli sorunlarından biri olarak nitelikli eleman açığını gördüklerini ifade eden Öztürk, Türkiye'de "işsizlik yok, mesleksizlik var" diyerek nitelikli eleman sorununun giderilmesi için yapılması gerekenleri anlattı. Programda, 22 olarak gerçekleşen 2012 büyüme rakamlarını değerlendiren Başkan Öztürk, "Büyüme durdurmak, cari açığı kapatmanın yolu olmamalı" dedi.



KAGİK KONYALI KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÜRÜNLERİNİ BURSA'DA SERGİLEDİ

KONYA İL KADIN GİRİŞİMCİLER KURULU, BURSA İL KADIN GİRİŞİMCİLER KURULU TARAFINDAN DÜZENLENEN 1. ULUSAL KADIN GİRİŞİMCİLİK ZİRVESİ'NE KATILDI.

Bursa Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi'nde 27-28 Nisan 2013 tarihleri arasında yapılan zirveye 60'ilden 567 kadın girişimci katıldı. Kadın Girişimciler Fuarı'nın da yer aldığı etkinlikte, ülke genelindeki kadın girişimciler 145 stantta üretimlerini sergiledi. Kadın Girişimcilik Zirvesi'ne Konya KAGİK kadın Girişimciler kurulu İcra Komitesinden Aysun Nurulloğlu, Şeyma Ayhan katıldı. Konya heyeti, kendilerine ayrılan stantta Konya'nın yöresel ürünlerini de tanıtmaya imkanı bulurken, diğer illerin stantlarını gezip, incelediler. İki gün süren Kadın Girişimcilik Zirvesi'nde ayrıca panel ve ikili iş görüşmeleri de gerçekleşti. Prof. Dr. Bilgin Tak'ın moderatörlüğünde başlayan oturumlarda konuşmacılar Yatırım Finansman Menkul Değerler Genel Müdürü Şeniz Yarcan, Ring Reklamcılık Yönetim Kurulu Başkanı Aydan Baktır, Gürallar Artcraft Yönetim Kurulu Başkan Vekili Esin Güral Argat, Bersay İletişim Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Ann Saydam, BRN Yatak Yönetim Kurulu Başkanı Bema İlter ve Doğrudan Pazarlama İletişim Derneği kurucusu Sanem Oktar girişimciliğin püf noktalarını anlatırken, kendi başarı öykülerini de katılımcılarla paylaştı. İki gün süren zirvenin son gününde ise "Paralel Oturumlar" gerçekleşti. Eği-

timci yazar Polat Koyuncu, "İnsan Tanıma Sanatı" başlıklı seminer verirken, yaşam koçu Sibel Bilir ise "Zihin Arka Plan Okuma Becerisi" konusunda katılımcılara bilgi verdi. Oturumların ardından 60'ilden zirveye katılan kadın girişimciler ikili iş görüşmelerini gerçekleştirdiler.

1.Ulusal Kadın Girişimcilik Zirvesi'nin oldukça başarılı geçtiğini belirten Konya KAGİK İcra Komitesinden Aysun Nurulloğlu "Bursa'da iki gün

süren zirvede Türkiye'nin bir çok ilinde yer alan Kadın Girişimcilerimizi yakından tanıma fırsatı bulduk. Birbirimize yaptığımız iş kolları hakkında bilgiler verdik. Ve Konya'mızdaki Kimya Hatun Kooperatifinin ürünleri sergileyen bir stant açtık. Satanda ilgi büyüktü. KAGİK adına yapılan Kimya Hatun Kooperatif'i'nin yaptığı keçe ürünleri, takılar, biblolar, sergilendi ve uluslararası pazar bulmak için kartvizit ve broşürler dağıtıldı.



DiĞER FAALİYET ALANLARINA İLİŞKİN DE NACE KODLARI VERİLEBİLECEK

KTO YETKİLİLERİ BAŞLATILAN YENİ UYGULAMAYLA ÜYELERİN TALEP ETMESİ HALİNDE ARTIK MESLEK GRUPLARINA YÖNELİK OLMAK ÜZERE VERİLEN NACE KODU İLE BİRLİKTE FAALİYET GÖSTERİLEN DiĞER FAALİYET ALANLARINA İLİŞKİN DE NACE (FAALİYET) KODLARI VERİLEBİLECEĞİNİ BİLDİRDİ.

KTO Yetkililerini konuya ilişkin açıklaması şöyle; "Bilindiği üzere Odamız üyesi firmalara kayıtlı oldukları meslek gruplarına yönelik olmak üzere bir nace(faaliyet) kodu verilebilmektedir.

Başlatılan yeni uygulamayla üyelerimiz tarafından talep edilmesi halinde artık meslek gruplarına yönelik olmak üzere verilen nace kodu ile birlikte faaliyet gösterilen diğer faaliyet alanlarına ilişkin de nace (faaliyet) kodları verilebilecektir.

Meslek gruplarına yönelik olarak verilen nace kodu ile birlikte faaliyet gösterilen diğer faaliyet alanlarına ilişkin nace (faaliyet) kodu verilmesini isteyen üyelerimizin bunu vergi dairesi kayıtlarını gösterir şekilde belgelendirmeleri gerekmektedir.

Vergi dairelerinden yapılacak olan belgelendirme işlemi için üyelerimiz, mükellefi buldukları vergi dairelerine başvurarak ana faaliyet kodunun yanına tali faaliyet kodlarının da eklenmesini talep edebilirler.

Diğer faaliyet alanlarını gösteren ve vergi dairelerinden alınan bu belge ile başvuran üyelerimize verilecek diğer nace kodları yine talep edilmesi halinde Odamız tarafından verilen faaliyet belgelerinde yer alabilecektir. Başlatılan bu yeni uygulama kesinlikle Odamız üyesi firmaların meslek gruplarına esas teşkil eden nace kodu değişikliğine yönelik bir uygulama değildir. Tüm üyelerimizin bilgilerine sunulur."



KONYA'DA BEŞ SEKTÖRDE YATIRIM



1

**MADENCİLİK
SEKTÖRÜNE
YÖNELİK
YATIRIMLAR**



2

**ENERJİ
SEKTÖRÜNE
YÖNELİK
YATIRIMLAR**



3

**TARIM
SEKTÖRÜNE
YÖNELİK
YATIRIMLAR**



4

**İMALAT SANAYİ
SEKTÖRÜNE
YÖNELİK
YATIRIMLAR**



5

**HİZMETLER
SEKTÖRÜNE
YÖNELİK
YATIRIMLAR**

Feyzullah ALTAY (KTO, ETÜD Araştırma/Uzman)

BİR YÖRENİN YATIRIMCILAR İÇİN ÇEKİM MERKEZİ OLMASI ÜLKE VE BÖLGENİN GELİŞMİŞLİĞİ YANINDA, KENDİ ÖZEL KONUM VE KOŞULLARINA DA BAĞLIDIR. YERLEŞİM YERLERİNİN GELİŞMİŞLİK DÜZEYİ, KENDİ İÇ DİNAMİZMLERİ VE/VEYA KAMUNUN DESTEĞİ İLE ŞEKİLLENMEKTEDİR. BİR YÖRENİN, GELİŞME DİNAMİKLERİNİ OLUŞTURAN UNSURLAR, GENEL OLARAK DOĞAL ALTYAPI, MADDİ ALTYAPI, KURUMSAL ALTYAPI VE BEŞERİ ALTYAPIDAN OLUŞMAKTADIR. SÖZ KONUSU ALTYAPILAR BİRBİRLERİNİ TAMAMLAYARAK GELİŞTİĞİ ÖLÇÜDE SOSYO-EKONOMİK GELİŞMİŞLİK DÜZEYİ DE ARTMAKTADIR.

Finansal kaynakların karlı ve verimli alanlara yönlendirilmesinde ve yörenin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyini artırıcı yatırım projelerinin değerlendirilmesinde uygun yatırım alanlarının belirlenmesi oldukça önemlidir. Uygun yatırım konuları önerilerinin temel analizi de kuruluş yeri faktörleri analizine dayanmaktadır. Kuruluş yeri faktörleri, belirlenen üretim konusunun belli bir coğrafi konuma yerleştirilmesi durumunda, söz konusu üretim konusunun yatırım ve işletme maliyetleri, satış hasılatı ve sermaye yapısı üzerinde etkili olan tüm konumsal özellikleri kapsamaktadır. Bir yatırım projesinde kuruluş yeri, işletmenin amaçlarına ulaşması için gerekli koşulları yerine getirebilecek özellikleri taşımaktadır.

Bu amaca yönelik olarak, kuruluş yerinin belirlenme sürecinde verimlilik, ekonomiklik ve karlılık şeklinde üç temel ekonomik unsur dikkate alınmalıdır. Konya ili, kuzey ve güney illeri ile doğu ve batı illeri arasında ulaşımı sağlayan önemli bir üretim ve ticaret merkezi olup, tarıma elverişli arazileri ile zengin tarımsal ve hayvansal üretimin yanında imalat sanayiinin de geliştiği ve uygun coğrafi konumu ile daha da gelişmeye açık olan bir ildir. Sosyo-ekonomik göstergelere baktığımızda, Konya, Türkiye ortalamalarının üzerinde ve Türkiye'nin diğer illerine göre daha üst sralarda yer almaktadır. Konya, Yeni Teşvik Sistemi'ne göre de sosyo-ekonomik gelişmişlik açısından 2. derecede gelişmiş iller arasında sayılmaktadır.

Konya için uygun yatırım konuları önerilirken, Konya ilinin coğrafi konumu, sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi, doğal kaynak potansiyeli, tarımsal üretim potansiyeli, sanayi üretimi ve ticari faaliyetlerin yoğunluğu, iç talep, dış talep ve ilin gelişme dinamikleri gibi faktörler dikkate alınmıştır. Büyükşehir ve birkaç ilçe dışında ağırlıklı olarak tarımsal faaliyetlerin egemen olduğu Konya'da tarımsal potansiyelle dayalı olarak önerilen yatırım konuları ilin tamamında sorunsuz olarak uygulanabileceği düşünülen yatırım konularıdır. Madencilik ve enerji sektöründe önerilen yatırım konuları, ilin doğal kaynakları ve potansiyelleri dikkate alınarak önerilen yatırım konularıdır. İmalat sanayi ve hizmetler sektöründe önerilen yatırım konuları ise, ilin

üretim ve alt yapısı, iç ve dış talebi, ticaret hacmi, dış ticarete sektörel yoğunlaşma analizlerinde öne çıkan sektörlerden hareketle ihracat ve ithalatın bileşimi, ithal ikameci ürünlerin üretimi, ilin gelişme dinamikleri ve nitelikli nitelsiz iş gücü potansiyeli, sosyo ekonomik durumu gibi faktörler dikkate alınarak önerilen yatırım konularıdır. Konya'nın coğrafi, sosyal, ekonomik durumu, alt başlıklar halinde, gerek yerinde yapılan inceleme, araştırma ve görüşmelerle gerekse ilgili kaynaklardan toplanan veriler ve yapılan araştırmalarla derinlemesine incelenmiş olup, elde edilen veri, bulgu ve yapılan analizler ve değerlendirmeler çerçevesinde, Konya'ya yönelik olarak yatırım konuları belirlenmiştir. Beş sektör için uygun yatırım konuları yazının devamında verilmektedir.

1. MADENCİLİK SEKTÖRÜNE YÖNELİK YATIRIMLAR

Konya, maden rezervleri açısından oldukça zengin bir ildir. İlde halen işletilen ve gerek il gerekse ülke ekonomisine katkı sağlayan pek çok maden söz konusudur. İlde madencilik sektöründe yatırım yapılabilecek yatırım konuları aşağıdaki gibidir:

- *Madencilik-İstihraç ve İşleme: Mermer istihracı ve işleme,*
- *Madencilik-İstihraç ve İşleme: Linyit istihracı,*
- *Madencilik-İstihraç ve İşleme: Kum-çakal istihracı ve işlenmesi,*
- *Madencilik-İstihraç ve İşleme: Bentonit istihracı,*
- *Madencilik-İstihraç ve İşleme: Kil istihracı,*
- *Madencilik-İstihraç ve İşleme: Kaolen istihracı.*



2. ENERJİ SEKTÖRÜNE YÖNELİK YATIRIMLAR

Konya'nın elektrik enerjisi ihtiyacı mevcut durumda hidrolik ve termik santrallerde yapılan üretimlerle karşılanmaktadır. Yenilenebilir enerji kaynaklarından rüzgar ve güneş enerjisi Konya için potansiyel enerji kaynaklarıdır. Enerji alanında aşağıdaki yatırım konuları önerilmektedir:

- *Enerji-Enerji: Rüzgar Enerjisi Santrali (RES). Konya için RES kurulabilecek potansiyel toplam kurulu güç 1,860 MW ve toplam alan 372 km2 olarak belirlenmiş olup, RES yatırımları için fizibilite etütlerine gerek vardır.*
- *Enerji-Enerji: Güneş Enerjisi Santrali (GES). Türkiye'de güneş enerjisi yatırımları 2013 yılı sonuna kadar toplam 600 MW ile sınırlandırılmış olup, bunun 92 MW'lık bölümü Konya'ya tahsis edilmiştir.*



3. TARIM SEKTÖRÜNE YÖNELİK YATIRIMLAR

Konya'da ana tarımsal faaliyet kolu bitkisel üretimdir. Bitkisel üretim doğal koşullara ve arazinin topografik yapısına göre biçimlenmiş olup, yaygın olarak tahıl üretimi yapılmaktadır. Sulamaya açılan alanların artması ile birlikte endüstriyel bitkiler ve sebze- meyve üretiminde gelişmeler sağlanmıştır.

Tarımsal faaliyetler içinde hayvancılık özel bir ağırlığa sahiptir. Geniş bir alana yayılan il toprakları hayvancılık için uygun bir ortam oluşturmaktadır. Yağışların yetersizliğine bağlı olarak bitkisel üretim yapan çiftçiler ikinci bir faaliyet kolu olarak hayvancılığa yönelmişlerdir. Konya, hayvan varlığı bakımından Türkiye içinde önemli bir paya sahiptir. Konya'da tarımsal üretimin nitelik ve niceliksel yapısı dikkate alınarak, tarım sektöründe önerilen yatırım konuları aşağıdaki gibidir:

- *Tarım-Bitkisel Üretim: Serada bitkisel ürünler yetiştiriciliği,*
- *Tarım-Bitkisel Üretim: Yem bitkileri yetiştiriciliği,*
- *Tarım-Hayvancılık: Süt inekçiliği,*
- *Tarım-Hayvancılık: Büyükbaş besiciliği,*
- *Tarım-Hayvancılık: Küçükbaş besiciliği.*



4. İMALAT SANAYİ SEKTÖRÜNE YÖNELİK YATIRIMLAR

Konya, kuzey ve güney illeri ile doğu ve batı illeri arasında ulaşımı sağlayan önemli bir üretim ve ticaret merkezi olup, tarıma elverişli arazileri ile zengin tarımsal ve hayvansal üretimin yanında imalat sanayiinin de geliştiği bir ildir. İmalat sanayiinin gelişmesine paralel olarak sınırlı ürün çeşitliliği artmış, iç ve dış ticarete konu olan ürün yelpazesi genişlemiştir. Konya'da ticarete konu olan mallar açısından, tarımsal ve hayvansal ürünler önemini devam ettirmekte olup, tarımsal makineler, otomotiv yan sanayii, lastik-plastik ürünleri, tarıma dayalı işlenmiş ürünler, demir-çelik ürünleri, imalat makineleri, dokumacı, tuz, alüminyum, mermer ticaret konusu olan sanayi ürünlerindedir. Üretim ve ticaret, il

merkezinde yoğunlaşmış olmakla birlikte, Akşehir, Ereğli, Seydişehir gibi büyük ilçelerde de üretimin ve ticaret gelişmiş durumdadır.

Konya'da imalat sanayinin gelişmesi, dış ticaretin de gelişmesini beraberinde getirmiştir. Konya imalat sanayi ihracatı üzerine yapılan sektörel yoğunlaşma analizine göre; ihracatın, makine ve teçhizat, motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork, gıda ve içecek, ana metal, metalik olmayan diğer ürünler, metal eşya sanayi (makine ve teçhizatı hariç) ile plastik ve kauçuk ürünleri alt sektörlerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Konya ekonomisinde bu sektörler, üretim, tüketim, istihdam, yaratılan katma değer, geri ve ileri bağlantılı sektörlerde yaratılan etkiler vb. ekonomik değerler açısından büyük önem arz etmektedir.

Konya'da imalat sanayii ve imalat sanayi alt yapısının gelişmişlik düzeyleri ve özellikle dış ticaret analizleri ve gelişme dinamikleri dikkate alınarak imalat sanayii için önerilen yatırım konuları aşağıdaki gibidir:

- *Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı: Süt ve süt ürünleri,*
- *Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı: Kırmızı et ve et ürünleri,*
- *Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı: Beyaz et ve et ürünleri,*
- *Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı: Çikolata ve kakaolu ürünler, muhtelif şekerlemeler,*
- *Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı: Sebze-meyve kurutma, işleme ve paketlenme tesisi,*
- *Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı: Sebze ve meyve suları,*
- *Derinin Tabaklanması ve İşlenmesi: Ayakkabı üretimi,*
- *Derinin Tabaklanması ve İşlenmesi: Bavul, el çantası vb. üretimi,*
- *Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı: Oluklu mukavva, mukavva kutu üretimi,*
- *Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı: Oluksuz kağıt veya kartondan katlanabilir kutu, koli vb. üretimi,*
- *Kimyasal Madde ve Ürünlerin İmalatı: Muhtelif yapıştırıcılar, gaz beton, kimyasal dübel, poliüretan mastik,*
- *Kimyasal Madde ve Ürünlerin İmalatı: CMC-Karboksümetil selüloz,*
- *Kimyasal Madde ve Ürünlerin İmalatı: Sıvı deterjan, toz deterjan,*
- *Kimyasal Madde ve Ürünlerin İmalatı: Azotlu mineral veya kimyasal gübreler,*
- *Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı: Plastik yağmurlama ve sulama ekipmanları,*
- *Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı: PVC doğrama,*
- *Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı: Plastikten damacana, şişe vb. diğer ambalaj ürünleri,*
- *Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı: Plastiklerden kutu, kasa, sandık vb. eşyalar,*
- *Tıbbi Aletler; Hassas ve Optik Aletler ile Saat İmalatı: Rot balans makineleri ve test cihazları imalatı,*
- *Tıbbi Aletler; Hassas ve Optik Aletler ile Saat İmalatı: Diyalizör,*
- *Tıbbi Aletler; Hassas ve Optik Aletler ile Saat İmalatı: Plastik oksijen maskesi, plastik nazal oksijen kanülü, nebülizatör seti,*
- *Makine ve Teçhizatı Hariç; Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı: Panel radyatör,*
- *Makine ve Teçhizatı Hariç; Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı: Motorlu kara taşıtları, demiryolları ve zırhlı savunma araçları için demir veya çelikten dövme aksam ve parçalar,*



- Makine ve Teçhizatı Hariç; Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı: Alüminyum iletken imalatı,
- Makine ve Teçhizatı Hariç; Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı: Alüminyum korkuluk sistemleri,
- Makine ve Teçhizatı Hariç; Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı: Metalden prefabrik yapı elemanları,
- Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Teçhizat İmalatı: Güneş enerjisi sistemleri (kollektörleri),
- Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Teçhizat İmalatı: Muhtelif tarım alet ve makineleri,
- Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Teçhizat İmalatı: Su arıtma ve mineralize cihazı,
- Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Teçhizat İmalatı: Değirmen ve un makineleri,
- Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Teçhizat İmalatı: Çikolata ve şekerleme makineleri, kalıpları,
- Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Teçhizat İmalatı: Plastik, alüminyum, metal kalıp imalatı,
- Başka Yerde Sınıflandırılmamış Elektrikli Makine ve Cihazların İmalatı: Oto far ve sinyalizasyon elemanları,
- Başka Yerde Sınıflandırılmamış Elektrikli Makine ve Cihazların İmalatı: Fişli kablo, izolasyonlu elektrik kablosu,
- Metalik Olmayan Diğer Mineral Ürünlerin İmalatı: Hazır beton,



- Metalik Olmayan Diğer Mineral Ürünlerin İmalatı: Briket ve asmolon üretimi,
- Metalik Olmayan Diğer Mineral Ürünlerin İmalatı: Bims blok ve beton parke,
- Metalik Olmayan Diğer Mineral Ürünlerin İmalatı: Prefabrik yapı elemanları,
- Metalik Olmayan Diğer Mineral Ürünlerin İmalatı: Isı yalıtımlı cam çift cam, temperli cam,
- Motorlu Kara Taşıtı, Römork ve Yarı Römork İmalatı: Motorlu kara taşıtlarının motorlarıyla ilgili parça ve aksesuarlar,
- Motorlu Kara Taşıtı, Römork ve Yarı Römork İmalatı: Dorse, römork, damper, karoser sacı,
- Motorlu Kara Taşıtı, Römork ve Yarı Römork İmalatı: Ticari araç klimaları ve soğutucu sistemleri, makine soğutma sistemleri,
- Motorlu Kara Taşıtı, Römork ve Yarı Römork İmalatı: Jant, römork dönerleri, römork liftleri,
- Motorlu Kara Taşıtı, Römork ve Yarı Römork İmalatı: Diferansiyel, motor, şanzuman ve fren yedek parçaları,
- Motorlu Kara Taşıtı, Römork ve Yarı Römork İmalatı: Traktör parçaları ve aksesuarları.

5. HİZMETLER SEKTÖRÜNE YÖNELİK YATIRIMLAR

Konya'nın mevcut üretim yapısı, alt yapı olanakları, ticari faaliyetleri, lojistik sektöründe gelişmeler, turizm potansiyeli, eğitim sektöründe sağlanan önemli gelişmeler ve sağlık alanında gelişen illerden biri olması gibi faktörler dikkate alınarak hizmetler alanında önerilen yatırım konuları aşağıdaki gibidir:

- Hizmetler-Ticaret-Depolama: Soğuk hava depoları,
- Hizmetler-Ticaret-Depolama: Bakliyat paketleme, depolama,
- Hizmetler-Ticaret-Depolama: Tohum depolama, sınıflama ve ambalajlama,
- Hizmetler-Ticaret-Depolama: Tahıl ambarlama hizmetleri,



- Hizmetler-Ticaret-Depolama: Ambalajlama ve etiketleme hizmetleri,
- Hizmetler-Ticaret-Depolama: Yumurta tasnif ve paketleme,
- Hizmetler-Turizm: Öğrenci yurtları,
- Hizmetler-Turizm: Beş yıldızlı otel,
- Hizmetler-Turizm: Dört yıldızlı otel,
- Hizmetler-Sağlık: Cerrahi hastane hizmetleri,
- Hizmetler-Diğerleri: Tıbbi atık sterilizasyonu,
- Hizmetler-Diğerleri: Plastik geri kazanımı.



Konya'nın sahip olduğu doğal kaynakları, ulaşım avantajları, tarımdan imalat sanayiine geniş bir üretim yelpazesine dayalı olarak iç ve dış ticaretteki deneyimi, görece üstünlükleri ve gelişmiş sosyo-ekonomik düzeyi, insan kaynakları, yeni yatırımlara uygun altyapısı ile önümüzdeki dönemlerde de yeni yatırımlar ve yatırımcılar için cazibe merkezi konumunu sürdüreceği tahmin edilmektedir. Söz konusu yatırım önerilerinin gerçekleştirme oranı ise şüphesiz ki, potansiyel yatırımcıların Konya ili ve yöresinde yatırım yapmaya motive edilmesine bağlıdır.

Kaynakça:
KTO, "Konya İli Uygun Yatırım Alanları Araştırması", 2012-Konya





Bu gurur Türkiye'nin.

Konet, 22 milyon euro yatırım yaparak Türkiye'nin son teknolojilere sahip en büyük et ve et ürünleri entegre tesislerinden biri olmak için büyük bir adım attı.

Besiden kesime, üretimden ambalajlamaya kadar her alanda yenilenecek devleşmeye başladı.

Yaklaşık 200 bin metrekare büyüklüğünde 5 bin büyükbaş kapasiteli besi çiftliği projesini hayata geçirdi.

Konya'dan tüm Türkiye'ye ve dünyaya sunulacak 6 farklı marka ve 164 farklı ürün oluşturdu.

Sektörün standartlarını yükselten anlayışıyla Konet, Türkiye'nin layık olduğu kırmızı eti üretmekten gurur duyar.

FUAR ORGANİZASYONLARININ YEREL EKONOMİYE KATKISI



Feyzullah ALTAY (KTO, ETÜD Araştırma/Uzman)

FUAR, "STANDLAR KURULMASI YOLUYLA, TİCARETE KONU OLAN MAL VE HİZMETLERİN, BUNLAR İLE İLGİLİ TEKNOLOJİK GELİŞME, BİLGİ VE YENİLİKLERİN TANITIMINI VE AKTARIMINI AMAÇLAYAN, ZİYARETÇİ VE KATILIMCI ARASINDA BİLGİ ALIŞVERİŞİ, İŞBİRLİĞİ, PAZAR BÜYÜTMENE VE GELECEĞE YÖNELİK TİCARİ İLİŞKİLERİN KURULMASI VE GELİŞTİRİLMESİ İÇİN BU ESASLARDA BELİRLENEN NİTELİKLERE UYGUN ALANLARDA DÜZENLENEN, KONUSUNU OLUŞTURDUĞU ALANIN, SEKTÖRÜN VE TOPLUMUN MENFAATLERİNİ GÖZETEN, DÜZENLEYİCİSİ, ADI, TÜRÜ, YERİ, KONUSU, TARİHİ VE SÜRESİ ÖNCEDEN BELİRLENEN ETKİNLİKLERDİR". DİĞER BİR DEYİŞLE FUAR, "ALICI İLE SATICININ BELİRLİ BİR İŞ YAPMAK İÇİN BİR ARAYA GELDİĞİ GEÇİCİ BİR PAZARDIR".

Günümüzde düzenlenen ticari fuarların, özellikle de üreticilerin ve araçların katıldığı iş fuarlarının önemi yadsınamaz. Teknolojinin ve ulaşımın gelişmesiyle ticari nitelik taşıyıcı fuarlar bölgeler ve uluslararası gelişmelere yeni boyutlar kazandırmış, dünyada ticaretin gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır. Fuar organizasyonlarının işletmelere yaptıkları katkıların yanı sıra, ülke ve illerin ekonomilerine yaptıkları katkılar da görülmeye başlandı-

ça, özellikle sanayileşmekte olan iller "ihtisas fuarları" düzenleme konusunda büyük bir yarış içine girmişlerdir. Fuarların dünya çapında ticaretin gelişimine yaptığı katkıya ek olarak yapıldıkları bölge veya illerin ekonomilerine de katkı sağladıklarını söylemek mümkündür. Bu bağlamda Türkiye'de düzenlenen fuar organizasyonlarında önemli bir payı olan Konya ili fuarcılığında her yıl kendini geliştirmektedir. Konya ilinin sosyal ve kültürel çekiciliği, gelişmişlik

düzeyi gibi etkenler değerlendirildiğinde fuar organizasyonları düzenlenmesi için uygun bir il olduğunu söylemek mümkündür. Düzenlenen fuar organizasyonlarının, ilin gelişmişlik düzeyine katkı sağlayacağı aynı zamanda katılımcıların yapmış olduğu harcamalarla yerel ekonomiyi de geliştireceği düşünülmektedir. Fuarlık konusunda 1960'lı yıllardan itibaren ciddi adımlar atılmış ve fuar sayılarında artış görülmüştür. 1964-1973 yılları arasında Samsun,

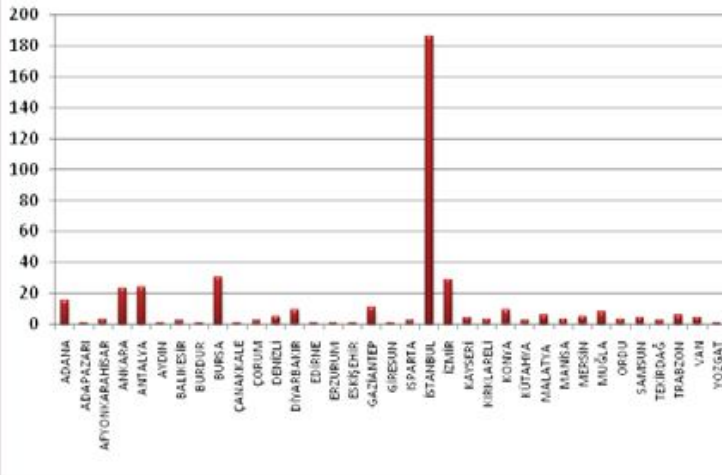


Bursa, Balıkesir, Kayseri, Trabzon, Erzurum, Tatvan, Konya, Kocaeli ve Gaziantep'te fuarlar kurulmuştur. Fuarçılık sektörü Türkiye'de özellikle 1990'larda gelişme kaydetmiş ve fuar düzenleyen organizatör firmaların sayılarında artış olmuştur. Fuarlar, rekabet ortamında, başarılı firmaların yeteneklerini gösterebilecek önemli bir pazarlama aracı olmasının yanında, katılımcı ve ziyaretçilerin birbirini tanımasını anlamında da önemli etkinliklerdir. Ayrıca fuarlar firma ve ürünleri hakkında da ziyaretçilere fikirler verir. Pazarlama aktivitesi olmaları ve ticareti geliştirme

gibi faydalarına ek olarak fuarlar, düzenledikleri bölgelerin veya illerin ekonomilerine katkı sağlanmaları adına önemli etkinliklerdir. Türkiye'de fuarçılıkla ilgili çalışmaların sonuçlarının rakamsal açıdan ölçen mekanizmalar henüz oluşturulmadığı için fuarçılığın ülke ekonomisine ne kadar katkı sağladığını bilmek de mümkün olmamaktadır. Ancak, fuar organizasyonlarının özel standlar için yaptırılan projeler, fuar hostesleri, temizlik işleri, promosyonlar, broşür, katalog, dijital afiş çalışmaları, ulaşım ve konaklama hizmetleri, yemek ve gezi programlarına kadar birçok sektörü etkileme

gücü göz önüne alındığında yerel ve bölgesel anlamda büyük ölçüde katkı sağlamaktadır. Katılımcı gelirleri yerel ekonomik genişlemenin bir kaynağıdır. Buna bağlı olarak katılımcıların ve ziyaretçilerin fuar süresince gezip göreceği yerlerde yaptıkları harcamalar, konaklayacakları, yiyecek içecek ihtiyaçlarını karşılayacakları işletmelerde yaptıkları harcamalar da yerel işletmelere katkı sağlama bağlamında önemlidir. Ayrıca fuar süresince yerel işletmelerin, katılımcıların ve ziyaretçilerin isteklerini, beklentilerini karşılayacak ve memnuniyetlerini artıracak şekilde yapılandırılması ildeki ve bölgedeki alt ve üst yapının iyileştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu anlamda fuar organizasyonlarının yerel ekonomiyi canlandırma ve kalkandırma anlamında çok önemli etkileri olmaktadır.

İLLERE GÖRE DÜZENLENEN FUAR SAYISI



Türkiye'de fuar organizasyonlarının büyük bir kısmı İstanbul, Bursa, İzmir, Ankara, Konya ve Antalya illerinde düzenlenmektedir. Yılda ortalama 10 adet fuar organizasyonunun gerçekleştirildiği Konya iline ait Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği 2012 fuar takvimi istatistikleri ile ilgili bilgiler aşağıdadır:

Konya İli Fuar İstatistikleri					
	2008	2009	2010	2011	2012
Düzenlenen Fuar Sayısı	18	18	11	16	10
Toplam Ziyaretçi Sayısı	-	351.243	381.665	463.030	478.200

TOBB Fuar verileri



Tabloyu incelediğimizde, Konya'da yıllan itibarıyla fuar sayısının azaldığı ancak fuarlara gelen ziyaretçi sayısının arttığı görülmektedir. Bu da, artık daha nitelikli, piyasanın ihtiyaçlarına tam olarak cevap verebilecek fuar organizasyonlarına ağırlık verildiğini göstermektedir.

Konya'da düzenlenen fuarlara gelen ziyaretçilerin yaklaşık %20'sinin geliş amacı fuarlara katılmaktır. 2012 itibarıyla 478 bin fuar ziyaretçilerinin yaklaşık 95 bini sadece fuar amacıyla Konya'yı ziyaret etmiştir. Fuarlara katılanların büyük çoğunluğunun ziyaretleri kısa sürelidir. (1-3 gece konaklama yaklaşık %80). Yerel yönetimler ve turizm işletmelerinin kolektif çalışmalarıyla düzenlenecek turistik faaliyetler konaklama sürelerini artırarak yerel ekonominin daha da gelişmesini sağlayabilir.

Ziyaretçilerin büyük çoğunluğu tavsiyeler sonucu fuarlara katılmaktadır. Bu tarz organizasyonlarda memnuniyetin sağlanması temel amaçlardan biri olmalıdır. Çünkü memnun olan kişilerin tekrar gelme ve çevresine olumlu düşüncelerini yayma olasılığı daha yüksektir. Özel araçlarıyla fuarlara katılanların sayısı da yadsınmayacak kadar fazladır. Fuarların düzenlendiği yerlerde yapılacak çevre düzenlemeleri kendi araçlarıyla gelenlerin yaşadıkları park sorunlarını ortadan kaldıracaktır. Ziyaretçiler seyahatlerini parça parça değil de bir bütün olarak değerlendirdikleri için doğrudan fuarlarla ilgili olmasa da yaşayacakları en küçük bir sorunu destinasyona mal edebilirler. Bu yüzden, fuarların düzenlendiği yerlerde ulaşım, tanıtım ve yön levhaları gibi hizmetlere daha fazla önem verilmelidir.





Konya Bayrak

- ✓ Plaj Bayrađı
- ✓ Gnder Bayrađı
- ✓ Kırlangıç Bayrak
- ✓ Masa Bayrađı
- ✓ Makam Bayrađı

T. 0332 238 42 81

Musallabağları Mah. Ruhıbağadı Sok. No:54 Selçuklu/KONYA

F. 0332 233 09 54

www.konyabayrak.com

www.konyadijital.com





AB / ABD TİCARET VE YATIRIM ANLAŞMASI VE TÜRKİYE'YE ETKİLERİ

NAZLI ÜSTÜN (KTO, ETÜD Araştırma/Md. Yrd.)

KÜRESEL EKONOMİNİN YÜZDE 47'SİNE KARŞILIK GELEN AB VE ABD, ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEMDE TİCARETİN, HİZMETLERİN VE KAMU ALIMLARININ SERBESTLEŞTİRİLMESİNİ VE YATIRIMLARIN KORUNMASINI İÇEREN YILDA YAKLAŞIK 1 TRİLYON DOLARLIK MAL VE HİZMET TİCARETİNİ İLGİLENDİREN KAPSAMLI BİR TİCARET ANLAŞMASINI MÜZAKERE ETMEYE BAŞLAYACAKTIR. SERBEST TİCARET GÖRÜŞMELERİNİN HAZİRAN 2013'DE BAŞLAMASI VE 2 YIL İÇİNDE İMZALANMASI HEDEFLENMEKTEDİR.

Peki, AB ve ABD arasında serbest ticaret anlaşması (STA) imzalanırsa, bu Türkiye'yi nasıl etkileyecektir? ABD ile AB arasında STA imzalanırsa Gümrük Birliği gereği Türkiye de buna uymak zorundadır, yani ABD ürünleri Türkiye'ye gümrüksüz girecek, Türkiye'nin ABD'ye ihraç ettiği ürünlerden ise gümrük vergisi alınmaya devam edecektir. Bu da ABD-Türkiye arasında zaten ABD lehine olan ticareti tamamen Türkiye aleyhine çevirmiş olacaktır.

1. TRANSATLANTİK TİCARET VE YATIRIM ANLAŞMASI'NIN TARAFLAR AÇISINDAN AVANTAJLARI

Transatlantik Ticaret ve Yatırım Anlaşması (TTIP - Transatlantic Trade and Investment Partnership),

müzakerelerinin 2013 yılının Haziran ayında başlaması ve iki yıl içinde sonuçlandırılması hedeflenmektedir. Müzakerelerin ne zaman biteceğini şimdiden tahmin etmek zor gözükmemektedir. Ancak anlaşma imzalandığı zaman dünyanın en büyük serbest ticaret ve yatırım bölgesi oluşacaktır. Bunun ekonomik, siyasi, stratejik sonuçlarını iyi analiz etmek gerekmektedir.

Tarafaların Transatlantik işbirliğini daha ileri seviyeye götürmek konusunda anlayış birliği içinde olmaları küresel ticarete ilişkin beklentileri ile doğrudan bağlantılıdır. Son 10 yılda dünyada güçler dengesinin Asya'ya kaymakta olduğu bir gerçektir. Serbest Ticaret Anlaşması ile sağlanacak ABD-AB entegrasyonu Batı'nın buna verdiği cevap olacaktır. ABD, global güç

olarak, bir yandan dış politikasını Asya-Pasifik eksenine oturturken, diğer yandan da Batı dünyasının birliğini sağlayarak yükselmekte olan Çin'i dengelemeyi amaçlamaktadır. Batı ülkeleri bu şekilde dünya ekonomisinde ağırlıklarını sürdürebilecekler. (Bu durum bir nevi "Ekonomik NATO" olarak adlandırılmaktadır.) Anlaşma Avrupa ve ABD'ye küresel ticaretin kurallarının belirlenmesinde, Çin ve Hindistan'dan önce davranma kabiliyeti kazandıracaktır.

Bu STA aynı zamanda 2008'den beri ABD ve AB ekonomilerini sarsan ekonomik krizi aşmada önemli bir araç olacaktır. ABD-AB bölgesi dünya nüfusunun yüzde 10'una sahiptir. Dünya ekonomik üretiminin yüzde 50'si ve dünya ticaretinin yüzde 30'u bu bölgeden yapılmaktadır.

TABLO1. ABD - AB Ticaret İlişkileri

ÜLKE	NÜFUS (Milyon)	GSYİH (Milyon Dolar)	MAL İHRACATI (Dolar)	DÜNYA MAL TİCARETİ SIRASI	HİZMET İHRACATI	DÜNYA HİZMET TİCARETİ SIRASI	TARIM DIŞI GÜMRÜK TARİFE ORANI
ABD	311	15.094	1.480.432	2	580.864	2	%3,3
AB	503	17.584	2.132.888	1	784.286	1	%4

Kaynak: DTÖ, Ülke İstatistikleri

ABD ve AB arasında bugün çok güçlü ekonomik ilişkiler bulunmaktadır. Aralarındaki ticaret hacmi yıllık 613 milyar dolar civarındadır. Serbest ticaret ve yatırım anlaşması ile bu ilişkiler daha da derinleşecektir.

Diğer yandan özellikle pazara giriş bakımından belirleyici bir öneme sahip olan; ilaçların onaylanmasına, ürünlerin standartlarının belirlenmesine, çevre ve istihdam standartlarının düzenlenmesine ilişkin süreçlerde uygulanan kuralların uyumlaştırılması; her iki blok bakımından önemli bir pazar açılımı avantajı sağlayabilecektir.

Esasen, en büyük iki ticaret blokunu oluşturan ABD ve AB, ekonomilerinin gelişmişlik seviyelerinin dikte ettiği geleneksel yaklaşımların ötesinde farklı içerikte bir ticaret anlaşması hedeflemektedirler. Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere mal ticaretinde gümrük tarifeleri düşüktür. Olası anlaşmanın gümrük tarifelerini indirmek yerine, hizmet ticaretinin kolaylaştırılması, tarife dışı engellerin azaltılması, elektronik ticareti, fikri mülkiyet hakları ve iletişim teknolojilerine ilişkin ileri düzenlemelerin yapılması, bitki ve insan sağlığı alanlarında küresel düzenlemelere örnek teşkil edecek yeni kuralların yaratılması gündemdedir.

AB Komisyonu'nun hesaplamalarına göre, 71,2 trilyon dolar olan dünya gayri safi yurtiçi hasılasına anlaşma sayesinde 926,6 milyar dolar eklenecektir. Kuzey Atlantik'in iki yakası arasında ticaretin serbestleştirilmesi 2027 yılına kadar AB'nin GSYH'sini yüzde 0,5, ABD'nin GSYH'sini ise yüzde 0,4 artıracaktır. Bu çerçevede Anlaşmanın AB'ye yılda 119 milyar Euro, ABD'ye 95 milyar Euro ekonomik katkı yapacağı tahmin edilmektedir. Serbest ticaret ve yatırım anlaşması Atlantik Okyanusu'nun iki yakasında ekonomik büyüme sağlama ve istihdamı artırmada önemli rol oynayacaktır. Üye ülkelerin büyüme oranlarına %1'lik bir katkı sağlama beklenen bu anlaşmanın 2 milyon kişiye de istihdam sağlayacağından söz edilmektedir. AB-ABD Serbest Ticaret Anlaşmasının imzalanması halinde Anlaşmanın dışında kalan Rusya'nın kaybının 44,9 milyar dolar olacağı, Çin ekonomisinin 35,2 milyar dolar, Hindistan ekonomisinin ise 35,3 milyar dolar zarar göreceği hesaplanmaktadır.

2. ANLAŞMANIN TÜRKİYE AÇISINDAN ÖNEMİ

Görüşmelerine Haziranda başlanacak ve gümrükleri sıfırlayacak bir ABD-AB serbest ticaret

anlaşmasının, imzalamış olduğumuz Gümrük Birliği sebebiyle Türkiye'nin rızası dışında yükümlülükler getirmesi mümkündür. Bu Türkiye'nin AB gümrük alanında olmakla beraber AB üyesi olmayan bir ülke olmasından kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede AB'nin imzaladığı STA'ların Gümrük Birliği anlaşması çerçevesinde Türkiye'ye etkisine bakmakta fayda vardır.



2.1. AB'nin Yaptığı Serbest Ticaret Anlaşmalarının Türkiye'ye Etkisi

Günümüzde Serbest Ticaret Anlaşmaları AB'nin ticaret politikasının gündeminde önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Bu çerçevede son olarak AB Güney Kore ile bir STA imzalamıştır. Ayrıca Hindistan, ASEAN ülkeleri, Ukrayna, Peru, Kolombiya, Orta Amerika Ülkeleri ve Kanada ile de görüşmeler devam etmektedir. Bununla birlikte AB'nin dış ticaret politikasında gözlemlenen bu "çok taraflı ticaret anlaşmaları"ndan "ikili ticaret anlaşmaları"na doğru olan eğilim Türkiye için olumsuzluklar yaratmaya başlamıştır.



AB ile tesis etmiş olduğu Gümrük Birliği dolayısıyla özel bir ilişki içinde olan Türkiye, bu yeni politikadan doğrudan etkilenmektedir ve bu etki ekonomik açıdan önemli boyutlara ulaşacak potansiyeli taşımaktadır. Çünkü Gümrük Birliği'nin gereği olarak Türkiye, AB'nin, Birlik dışı üçüncü ülkelerle yaptığı ve yapacağı anlaşmalara uymak zorundadır. Ayrıca Türkiye, kendisinin katılımı olmaksızın oluşturulan mevzuat ve politikaları kendi düzenlemelerine yansıtma yükümlülüğünü üstlenmiştir. Bu çerçevede Türkiye AB'nin tercihli ticaret anlaşması yaptığı ülke ya da ülkelerle benzer anlaşmaları yapmak durumundadır. Ancak AB ile STA imzalayan ülkelerin pek çoğu Türkiye ile STA imzalamamakta ve bu nedenle gümrük vergileri dengesiz ve haksız rekabet yaratan bir şekilde aleyhimize işlemektedir.



Bu sorunlardan en fazla etkilenen kesim ise başta ihracatçılarımız olmak üzere özel sektörümüzdür. Çünkü Türkiye o ülkelerden ithal ettiği ürünlerde tek taraflı indirilmiş gümrük oranlarını kullanırken, o ülkelere ihraç ettiğimiz mallarımızdan yüksek vergi alınmaktadır. Üstelik anlaşmanın verdiği serbest dolaşım nedeniyle AB ile anlaşma yapan ülkelerin bu pazarlara sattıkları mallar, AB üzerinden ülkemize ATR-A belgesiyle geldiğinden gümrük vergileri AB'de tahsil edilmekte ve Türkiye'ye tahsil edecek gümrük vergisi kalmamaktadır. Sonuçta AB'nin imzaladığı ama Türkiye'nin imzalamadığı her STA Türkiye'nin Pazar kabiliyetini daraltmaktadır.

Diğer yandan, Gümrük Birliği sonrasında ithalatın çok net bir biçimde AB'ye kaydığı görülmektedir. Bu çerçevede iki taraf arasındaki Gümrük Birliği ilişkisinde ithalat-ihracat bileşiminin, Türkiye açısından sürdürülebilir bir dengeye oturtulması kaçınılmazdır. Ayrıca Türk sanayisi Gümrük Birliği kapsamında uyum maliyetini tamamen kendisi üstlenmek zorunda kalmış ve çok konuşulan ancak türlü gerçekleşmeyen mali ve teknik yardımları alamamıştır. Sonuç itibarıyla bundan yaklaşık 50 yıl önce imzaladığımız Ortaklık Anlaşması ve onun bir parçası olan Gümrük Birliği, süreç içindeki koşulların değişmesi nedeniyle bazı sorunlar yaratmaktadır. Bu nedenle Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin menfaatlerine cevap verecek şekilde revize edilip, yeni biçimiyle uygulanması bir ihtiyaç haline gelmiştir. Türkiye'nin üçüncü ülkelerle olan ticaretinde doğan zararların engellenebilmesi için AB Komisyonu bazı anlaşmalara bir "Türkiye maddesi" ekleyerek üçüncü ülkenin Türkiye ile de müzakerelere başlamasını öngörmüştür. Ancak bu durum Türkiye için tatmin edici değildir. Çünkü Türkiye'nin üçüncü ülkeyle müzakereleri sonlandırması yıllar sürebilir ve bu arada da Türk sanayisinin kayıpları hızla artabilir.

2.2. Türkiye'nin Yaptığı Serbest Ticaret Anlaşmaları

Bugüne kadar Türkiye Gümrük Birliği kapsamında AB'nin tercihli gümrük rejimine uyumun sağlanması amacıyla 19 ülke ile STA imzalamıştır. Mevcut durumda, Türkiye'nin 21 ülke ile STA müzakereleri devam etmektedir.



Türkiye, Gümrük Birliği üyelerinden biri olarak üçüncü ülkelere ithalat ve ihracatta AB'nin tercihli ticaret anlayışını uygulamaktadır. Ayrıca Avrupa'nın STA ortakları ile menfaate dayalı anlaşmalar parafte etmektedir.

EFTA'nın yanında İsrail, Makedonya, Hırvatistan, Bosna ve Hersek, Filistin, Tunus, Fas, Suriye, Mısır, Arnavutluk, Gürcistan, Karadağ, Sırbistan, Şili, Ürdün, Lübnan, Moritüs ve Güney Kore ile STA'sı olan Türkiye, bu ülkelere ticaretini önemli ölçüde artırmıştır. Siyasi gerilimlerden dolayı Suriye ile akdedilen anlaşma 2011 yılında askıya alınırken; Lübnan, Moritüs ve Güney Kore ile yapılan STA'lar, iç onayların tamamlanmasının ardından yürürlüğe girecektir. Ekonomi Bakanlığı verilerine göre, Türkiye'nin STA yaptığı ülkeler ile dış ticaretinin artış oranı, genel dış ticaretinin artış oranını aşmaktadır. 2000-2011 döneminde genel dış ticarete artış oranı yüzde 357 olurken, STA ülkeleri ile dış ticaretinin artış oranı yüzde 413'ü bulmuştur. STA yapılan ülkelerle ticaretimiz 2000 yılında 4.9 milyar dolar iken, 2011 yılında bu rakam 25.8 milyar dolara dayanmıştır. Serbest Ticaret Anlaşmaları ülke dışı mütteahhitlik yatırımlarını da tetiklemiştir. Anlaşmalar

ile bu alanda maliyetler inmiş ve proje adedi artmıştır. Taahhüt firmaları, Ortadoğu ve Afrika yatırımlarını katlamıştır. Halihazırda STA müzakereleri devam eden (Ukrayna, Kolombiya, Ekvator, Malezya, Kosova, Moldova, Kongo Demokratik Cumhuriyeti, Gana, Kamerun, Seyşeller, Körfez İşbirliği Konseyi, Libya, MERCOSUR ve Faroe Adaları) ve STA müzakerelerine başlanması yönünde girişimde bulunulan (Kanada, Japonya, Hindistan, Endonezya, Vietnam, diğer ASEAN ülkeleri, Peru, Orta Amerika Topluluğu, diğer Afrika Karayip Pasifik Ülkeleri, Cezayir, Meksika ve Güney Afrika Cumhuriyeti) 21 ülke ve 5 ülke grubu bulunmaktadır. Bu ülkeler arasında AB ile STA'sı olup da halen Türkiye ile anlaşmayan ülkelerin başında Meksika, Güney Afrika Cumhuriyeti ve Cezayir gelmektedir.





2.3. Türkiye-ABD Ekonomik İlişkileri ve AB - ABD Serbest Ticaret Anlaşması'nın Türkiye'ye Etkisi

Dünyanın en büyük ekonomisi olan ABD, hali hazırda Türkiye'nin en önemli ticari ortaklarından birisidir. 2012 yılı itibarıyla, ülkemiz istatistiklerine göre, 14.130 milyon dolar ile ABD; Rusya, Almanya ve Çin'den sonra Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı 4. ülke olup, 5.605 milyon dolar ile en çok ihracat yapılan 9. ülke konumundadır. Türkiye ve ABD arasındaki ticaret

hacmi 2011 ve 2012 yıllarında 20 milyon dolara ulaşmıştır. Bununla birlikte, aşağıdaki tabloda görüleceği üzere, Türkiye ile ABD dış ticaretinde Türkiye aleyhine bir denge söz konusudur. 2012 yılında ihracatta 2011 yılına göre yüzde 7,6 oranında artış yaşanırken, ithalatta ise yüzde 3,4 oranında gerileme görülmüştür. İhracatın daha hızlı büyümesi sayesinde ticaret dengesi Türkiye lehine bir trend gösterse de ithalat hala 14 milyar dolar ile ihracatın 2 katından fazladır. Yani Türkiye ABD'den 3 alıp, 1 satmaktadır.

ABD pazarının büyüklüğü ve ihracatçılarımız bakımından çekiciliği nedeniyle, meslek kuruluşları ve birlikler de çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Bu çerçevede başta ABD ile Türkiye arasında bir serbest ticaret anlaşması (STA) imzalanması olmak üzere tekstil kotalarının kaldırılması/artırılması ve ülkemize tanıyan tercihli ticaret imkânlarının geliştirilmesi yönündeki talepler sıklıkla dile getirilmektedir. Bununla birlikte, Türkiye'nin AB'ye sattığı ürünlerin üçüncü ülkelere gümrük vergisi ödemediği girememelerine karşın, AB'nin serbest ticaret anlaşması yaptığı üçüncü ülkelerin ürünlerinin Türkiye'ye vergi ödemediği girebilmesi bizim açımızdan önemli bir dezavantajdır. AB'nin bir yandan Singapur, Güney Kore, Japonya gibi Asya devletleriyle, diğer yandan Kanada, Meksika, Peru, Kolombiya ve 6 Orta Amerika ülkesiyle, serbest ticaret anlaşması imzalaması ya da imzalama yolunda olması Türkiye'nin bu alanın bir parçası olmasını zorunlu kılmaktadır. AB'nin ABD ile serbest ticaret alanı oluşturması ve Türkiye'nin bu alanın dışında kalması durumunda, ABD mallarının Türkiye'ye gümrüksüz girebilmesi, buna mukabil Türk mallarının ABD'ye girerken gümrüğe tabi olması gibi ters bir durumun ortaya çıkması söz konusu olacaktır. ABD - AB Anlaşmasının müzakere sürecinde Türkiye'nin devre dışı bırakılması ile Türkiye'nin en az 20 milyar dolar kayba uğrayacağı, milli gelirinde yüzde 2,5'a varan kayıp yaşayacağı hesaplanmaktadır.



TABLO 2. TÜRKİYE-ABD DIŞ TİCARET VERİLERİ (2000-2012)

YIL	İTHALAT (Bin \$)	DEĞİŞİM %	İHRACAT (Bin \$)	DEĞİŞİM %	HACİM (Bin \$)	DENGE (Bin \$)
2000	3.911.022	27,00	3.135.163	28,70	7.046.185	-775.860
2001	3.261.298	-16,60	3.125.771	-0,30	6.387.069	-135.527
2002	3.099.099	-5,00	3.356.126	7,40	6.455.225	257.026
2003	3.495.770	12,80	3.751.552	11,80	7.247.322	255.781
2004	4.745.195	35,70	4.860.041	29,50	9.605.235	114.846
2005	5.375.548	13,30	4.910.715	1,00	10.286.263	-464.832
2006	6.260.873	16,50	5.060.854	3,10	11.321.727	-1.200.019
2007	8.166.068	30,40	4.170.688	-17,60	12.336.756	-3.995.380
2008	11.975.929	46,70	4.299.941	3,10	16.275.870	7.675.988
2009	8.575.737	-28,40	3.222.821	-25,00	11.798.558	-5.352.916
2010	12.318.745	43,60	3.762.919	16,80	16.081.665	-8.555.826
2011	16.033.972	30,20	4.596.878	22,20	20.630.850	-11.437.093
2012	14.131.311	-11,87	5.611.753	22,08	19.743.064	-8.519.558

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı

Kaynakça
Deniz Ülke ARIBOĞAN, "Atlantik'in İki Yakası ve Türkiye", Akşam, 9 Nisan 2013
Erdoğan SÜZER, "Ekonomide de Açılıma İhtiyaç Var", Bugün, 27 Mart 2013
Hacer BOYACIOĞLU, "Dünya Birleşiyor Türkiye Dışarıda", Radikal, 18 Mart 2013
İlker TURAN, "Amerika-AB Serbest Ticaret Anlaşması ve Türkiye", Dünya, 1 Nisan 2013
İsmail KEMAL, "ABD-AB Serbest Ticaret Bölgesi", AB Haber, 12 Nisan 2013
Merve Begüm AKINCIOĞLU, "ABD-AB Serbest Ticaret Anlaşması'na Destek Büyüyor", TEPAV, 26 Mart 2013
Oya KARAKAŞ, "Türkiye ile ABD Arasında Olası Bir Serbest Ticaret Anlaşmasının, Dünya Ticaret Örgütü ve Avrupa Birliği Çerçevesindeki Yükümlülüklerimiz Açısından İncelenmesi", Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi, Sayı: VII
Sevtap ARGÜLOĞLU, "Türkiye-ABD Arasındaki Ekonomik ve Ticari İlişkiler - Fırsatlar", T.C. Şikago Ticaret Ataşeliği, Mart 2012
"Bu Kez Serbest Ticaret Anlaşmasının Dışında Kalmayalım", Tekstil İşveren Dergisi, Sayı: 392, Mart 2013
T.C. Ekonomi Bakanlığı verileri

TÜRKİYE'DE VE KONYA'DA MADENCİLİK SEKTÖRÜ

MEHMET ÖZÇELİK (KTO, ETÜD Araştırma Servisi)

TÜRKİYE VE KONYA EKSENİNDE MADENCİLİK SEKTÖRÜ

MADENCİLİK EN BASİT ANLAMIYLA; YERKABUĞUNDA BULUNAN MADENLERİN BULUNMASI, ÇIKARILMASI VE İŞLENMEYE HAZIR HALE GETİRİLMESİDİR. MADENCİLİK, İNSANLIĞIN TARIMDAN SONRAKİ EN BÜYÜK VE EN ESKİ UĞRAŞIDIR. MADENCİLİK FAALİYETLERİ, İNSAN YAŞAMI İÇİN TARIM, ENDÜSTRİ VE TAŞIMACILIK GİBİ DİĞER FAALİYET KOLLARIYLA AYNI ÖNEMİ TAŞIMAKTADIR VE DİĞER TÜM ENDÜSTRİ KOLLARININ TEMELLERİNDENDİR.



MADENCİLİK SEKTÖRÜ

Madencilik, ekonominin en önemli sektörlerinden biridir ve ulusların sosyo-ekonomik kalkınmaları için gerekli olan enerji ve sanayinin temel hammaddelerini sağlayan tüm faaliyetleri kapsamaktadır. Dünya maden rezervlerinde önemli payları olduğu gibi dünya maden üretiminde de rol oynayan ülkelerin başında ABD, Çin, Güney Afrika, Kanada, Avustralya ve Rusya gelmektedir. Bunun yanı sıra maden grubuna girmeyen petrol üretiminde Suudi Arabistan, Kuveyt, İran, Rusya ve Türk Cumhuriyetleri önemli rezervlere sahiptir. Sektör birçok endüstrinin ilk tedarikçisi konumunda olması sebebiyle küresel ekonominin temel taşlarından biridir. Örneğin dünya ekonomisinin lokomotif konumundaki ABD'de maden ve madencilğe dayalı sanayilerin toplam üretimi 27,6 milyar dolar olup ABD ekonomisine sağladığı toplam katma değer 2,28 trilyon dolara kadar ulaşmaktadır.



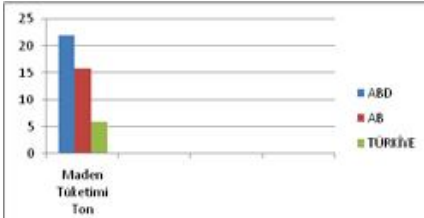
Üretim

Günümüzde, dünyada yıllık 1,5 trilyon USD değerinde 10 milyar tonun üzerinde maden üretilmektedir. Bu rakamın %75'i enerji ham maddeleri, %10'u metalik madenler ve %15'i endüstriyel hammadde üretimine aittir. Bu kapsamda verilen değerlerden madencilik endüstrisinin dünya ekonomisi için ne kadar önemli olduğu görülmektedir. Dünya ekonomisinin lokomotifini olan ABD'de maden ve madencilige dayalı sanayilerin oransal olarak bütün ekonomi içindeki payı 2008 yılı itibarıyla %16 seviyesindedir. 2010 Yılında yapılan bir araştırmaya göre gelişmiş ülkelerde; madencilik sektöründe çalışan sayısı 1,5 milyon kişi olurken, gelişmekte olan ülkelerde bu rakam 2,2 milyon kişi seviyelerinde seyretmektedir.

Tüketim

Geçtiğimiz yüzyılda, dünya gayrisafı yurt içi hasılası artmış ve küresel kaynak tüketim miktarı da buna paralel olarak büyümüştür. Dünya ham petrol tüketimi 20,43 milyon tondan 4 milyar tonun üzerine yükselmiştir, çelik tüketimi 2780 milyon tondan 847 milyon tona yükselerek 30 kat artış göstermiştir. Alüminyum tüketimi 6.800 tondan 24,54 milyon tona yükselerek yaklaşık 3.600 kat, bakır tüketimi ise 495 bin tondan 14 milyon tona yükselerek 28 kat artmıştır. Yaşam standardı kalitesiyle kişi başına düşen maden tüketimi miktarı arasında doğrusal bir ilişki bulunmakta olup, tüketim miktarının refah düzeyiyle birlikte arttığı görülmektedir. *Aşağıdaki tabloda, bir grup metal madeni için kg bazında kişi başına tüketim miktarları verilmiştir:*

Kişi Başına Maden Tüketimi (Ton)



Tüketim miktarlarının yüksek olmasına ve günlük yaşamımızda kullandığımız birçok eşyanın ham maddesinin madencilikten temin edilmesine rağmen, zaman zaman sektörün önemini fark edilemediği düşündürücüdür. Aşağıdaki örnekler, madencilikğin önemini vurgulamaları açısından önemlidir:

- Ortalama bir konut için yaklaşık 400 ton,
- 1 km otoyol için 30.000 ton,
- Orta büyüklükte bir okul/hastane için yaklaşık 30.000 ton,
- 25-30 bin kişi kapasiteli bir stadyum için 300.000 ton agrega gereklidir.

Bir otomobil üretimi için gerekli olan maden miktarları:



TÜRKİYE'DE MADENCİLİK SEKTÖRÜ

Ülkemizin karmaşık jeolojik ve tektonik yapısı çok çeşitli maden yataklarının bulunmasına olanak sağlamıştır. Dünyada ticareti yapılan 90 çeşit maden ve mineral bulunmaktadır. Ülkemiz madencilik sektöründe 60 farklı maden ve mineralin üretimi yapılmaktadır. MTA verilerine göre, dünyada 132 ülke arasında toplam maden üretim değeri itibarıyla 28'inci sırada yer alan ülkemiz, maden çeşitliliği açısından ise 10'uncu sırada bulunuyor. Madenlerimiz, endüstriyel hammaddeler, metalik madenler ve enerji hammaddeleri olarak gruplandırılıyor. Başta endüstriyel ham maddeler olmak üzere, bazı metalik madenler, linyit ve jeotermal kaynaklar gibi enerji hammaddeleri açısından ülkemiz zengindir.

Dünya endüstriyel hammadde rezervlerinin %2,5'i; kömür rezervlerinin %1'i, jeotermal potansiyelinin %0,8'i ve metalik maden rezervlerinin %0,4'ü, ülkemizde bulunmaktadır. Ülkemizin zengin olduğu madenler arasında ise, ilk sırayı dünya rezervlerinin %72'sinin oluşturan bor mineralleri almaktadır. Ancak, birkaç maden dışında dünya ölçeğindeki rezervlerimiz kısıtlıdır. Dünyada üretimi ve ticareti yapılan 90 çeşit maden ve mineralden 13'ünün ekonomik ölçekteki varlığı, ülkemizde henüz saptanmamıştır. Ülkemiz 50 çeşit madende kısmen yeterli kaynaklara sahipken, 27 maden ve mineralin günümüzde bilinen rezervleri ve kaliteleri, ekonomik madencilik için yetersizdir. Ülkemizin, maden kaynaklarının çeşitliliği bakımından kendi kendine kısmen yeterli olan ülkeler arasında yer aldığı söylenebilir.



Türkiye'de bulunan zengin mineral kaynaklar arasında; bor tuzları, barit, jips, lületaşı, mermer, diatomit, perlit, manyezit, stronsiyum tuzları, sepiyolit, florit, kireçtaşı, pomza, sodyum sülfat, zeolit, profilin, kuvars-kuvarsit, linyit, feldspat, kayatuzu, olivin, doomit, silikumu, altın, bentonit, trona, asbest, kalsit ve zımpara taşı bulunmaktadır. Türkiye'de yetersiz mineral kaynaklar arasında ise bakır, manganez, grafit, boya toprakları, kurşun, alüminyum, maden kömürü, zirkon, çinko, arsenik, talk, titan, demir, kükürt, mika, nikel, fosfat, kil mineralleri sayılabilmektedir. Sanayileşme ve ulusal kalkınma açısından ihmal edilmeyecek bir öneme sahip olan madencilik sektörünün ekonomiye katkısının en önemli göstergesi bu sektörün gayrisafı yurtiçi hasıla içindeki payıdır. Madencilikğin ülkemiz GSYH'deki payı 2009 yılı itibarıyla %1,5 civarında olup, bu oran gelişmiş ülkelerdeki oran olan %4 ile kıyaslandığında, üretimimizi artırmamız gerektiği açıktır.

Aşağıdaki tabloda yıllar itibarıyla GSYH içerisindeki madencilik sektörü payı bilgilerine yer verilmiştir:

YILLAR	TÜRKİYE GENELİ		MADENCİLİK SEKTÖRÜ			
	Cari fiyatlarla Toplam GSYH (Milyon TL)	Cari fiyatlarla Toplam GSYH (Milyon \$)	GSYH içindeki Madencilik Sektörü (Milyon TL)	GSYH içindeki Madencilik Sektörü (Milyon \$)	TL Bazında Artış Oranı (%)	Sektör Payı (%)
	2008	950.534	741.792	13.458	10.172	27,7
2009	952.558	616.703	14.235	9.216	5,8	1,5
2010	1.098.799	735.828	15.785	10.511	16,0	1,4
2011	1.298.062	772.298	19.249	11.480	21,9	1,5
2012*	1.057.347	586.294	15.618	8.660	14,7	1,5

*2012 Yılına ait 9. dönem (ilk dokuz ay) verileridir. Kaynak: TÜİK

Türkiye Madencilik Sektörü İhracatı

2008 yılında 2,1 milyar dolar olan maden ihracatımız, 2009 yılında küresel ekonomik krizin etkisiyle 1,6 milyar dolara gerilemiştir. Küresel piyasalardaki olumsuz havanın etkisiyle, Türkiye'nin maden ihracatında önemli yer tutan bakır, çinko, alüminyum, kurşun ve nikel gibi metalik madenlerin değeri, yarıya yakın düşerek 3-4 yıl önceki fiyatlara gerilemiştir. Maden ihracatının gerçekleştirildiği ülkeler arasında 902 milyon dolarla Çin başta yer alırken, bunu 340,5 milyon dolarla ABD, 219,6 milyon dolarla Rusya; 151,4 milyon dolarla İtalya izlemektedir. İspanya, İngiltere, Bulgaristan, Hollanda ve Hindistan maden ihraç ettiğimiz diğer önemli ülkelerdir.

Aşağıdaki tabloda ham petrol ve doğal gaz hariç madencilik sektörünün 2008-2013 yılları ihracat rakamları verileri yer almaktadır.

Veriler ele alınırken;

Maden kömürü, linyit ve turb

Ham petrol ve doğalgaz

Uranyum ve toryum cevherleri

Metal Cevherleri

Taş ocakçılığı ve diğer madencilik faaliyetleri ele alınmıştır.

YIL	Türkiye Toplam Maden İhracatı-(1000 Dolar)
2008	2 155 150
2009	1 682 915
2010	2 687 124
2011	2 805 449
2012	3 160 979
2013	*318 610
* Ocak Ayı	

Türkiye Madencilik Sektörü İthalatı

Türkiye, kullandığı doğalgazın % 98'ini, petrolün %90'ını, kömürün %20'sini, altının %95'ini, demirin %50'sini, alüminyumun %80'ini ve bakırın %80'ini ithal etmektedir. 2000 - 2008 yılları itibarıyla maden ithalat değerleri 2002 yılından itibaren sürekli artış göstermiş olup, İthalatta en büyük artış, demir-çelik sektörünün ana hammadde girdisi olan demir cevheri ve koklaşabilir taş kömüründe olmuştur. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü üzere 2009 yılı toplam ithalatı 140,9 milyar dolar; toplam maden ithalatı ise (ham petrol ve doğal gaz hariç) 4,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılında maden ithalatının toplam ithalat içindeki payı % 3 olmuştur.

YIL	Türkiye Toplam Maden İthalatı-(1000 Dolar)
2008	2 492 047
2009	2 326 884
2010	2 439 332
2011	2 939 078
2012	2 776 283
2013	* 151 154
* Ocak Ayı	



KONYA'DA MADENCİLİK SEKTÖRÜ

Konya ili, maden kaynakları açısından Orta Anadolu Bölgesi'nin önemli illerinden birisidir. Türkiye'nin en büyük alüminyum (boksit) ve manyezit yataklarının yanı sıra kömür, kil, çimento hammaddeleri, kurşun, çinko, barit madenleri ile önemli oranda yeraltı suyu rezervleri bulunmaktadır. Son yıllarda Karapınar'da bulunan linyit yatakları (rezervuar arama ve hesaplama çalışmaları devam etmektedir) Konya için önemli potansiyel enerji kaynağıdır. Konya ilinde büyük rezervlere sahip pek çok madenin varlığı bilinmesine rağmen il ekonomisine katkısı bakımından boksit, manyezit, barit ve linyit en önemli madenlerdir. Boksit alüminyumun hammaddesi olup, Türkiye'nin en zengin boksit rezervleri ve tek alüminyum fabrikası, Seydişehir ilçesinde bulunmaktadır. Seydişehir Alüminyum Tesisleri özelleştirilmiş



olup, tesiste modernizasyon, yenileme ve kapasite artırıcı yatırımlara gerek duyulmaktadır. İlde alüminyum kaynağı olarak işletilen 8 adet boksit yatağı yer almaktadır. En önemli boksit rezervleri Seydişehir-Morçukur ve Doğankuzu sahaları olup, toplam %50-69 Al₂O₃ tenörlü 38 milyon ton boksit rezervi bulunmaktadır. Seydişehir yöresindeki boksit madenleri rezerv ve üretim standartları açısından, alüminyum tesislerini boksit ithaline gerek kalmadan uzun süre besleyecek miktardadır.

Konya-Doğanhisar'da 900 bin ton rezervli seramik (bağlama) kil yatağı işletilmektedir. Sağlık'ta 6.9 milyon ton rezervli kaolen ve bentonit sahası, Ilgın'da 2 milyon ton mümkün rezervli kil sahası bulunmaktadır.

Konya'da Kurulu bulunan krom-manyezit fabrikası, Çayırbağ, Meram manyezitlerini kullanmaktadır. Bölgenin 9 milyon ton görünür, 40 milyon ton muhtemel mümkün manyezit rezervi bulunmaktadır. Bölgede Akşehir-Beyşehir ilçelerinde bir kısmı işletilen 3 milyon ton görünür, 30 milyon ton mümkün rezervli barit yatakları bulunmaktadır. Geçmiş yıllarda işletilen Sarayönü, Sızma ve Ladik cıva sahaları da bu bölgede bulunmaktadır. Ayrıca, Akşehir ve Beyşehir bölgesinde zengin mermer yatakları bulunmaktadır. Beyşehir ilçesindeki mermer yatakları önemli bir potansiyel arz etmektedir.

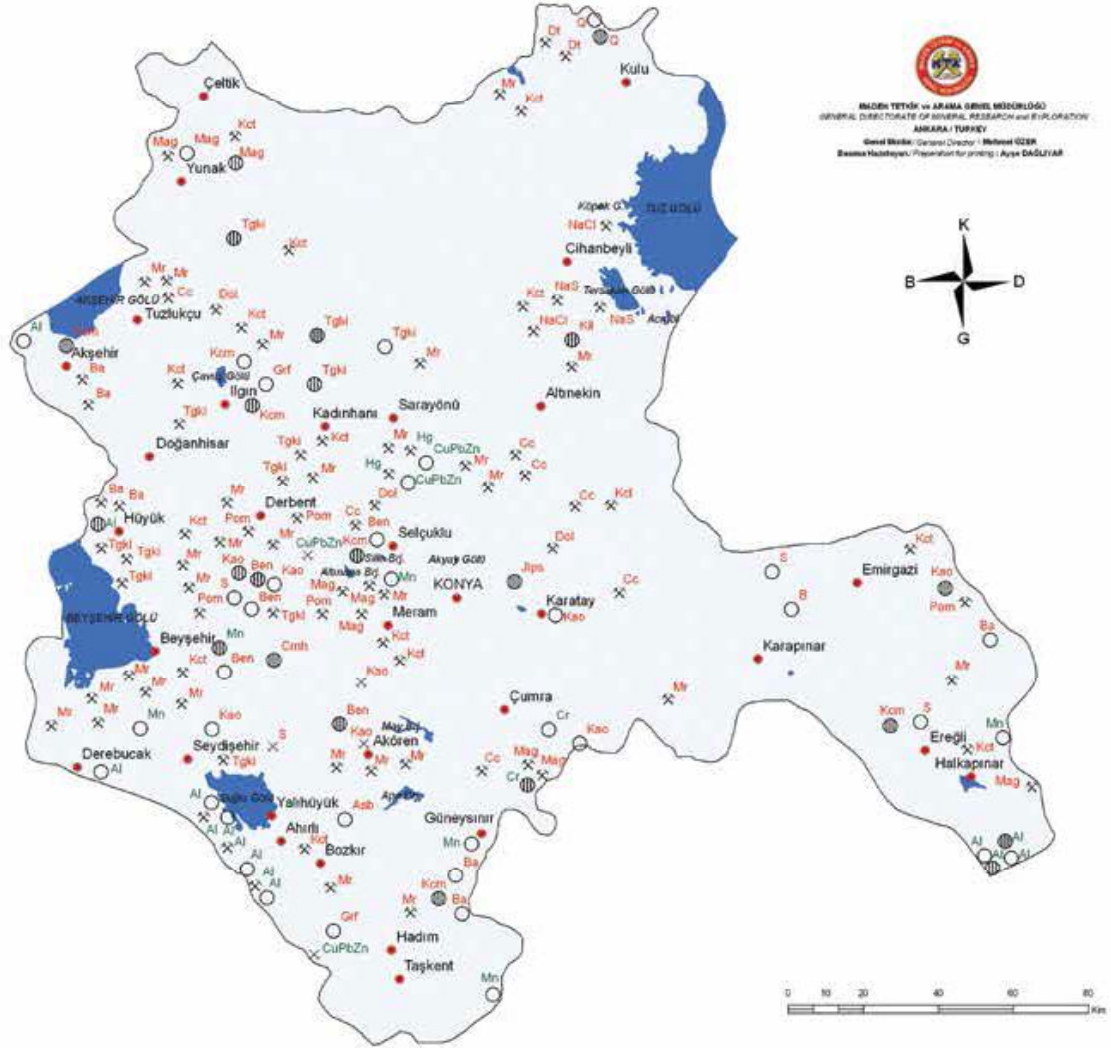
Aşağıdaki tabloda 2008 ve 2013 yılları arasında Konya'dan yapılan madencilik sektöründeki ihracat ve ithalat miktarları gösterilmiştir.(milyon dolar olarak hesaplanmıştır)

YIL	Konya Maden İhracatı (ABD Doları)
2008	7 326 541
2009	4 831 972
2010	19 456 426
2011	20 134 245
2012	8 959 314
2013	* 548 878
* Ocak Ayı	

YIL	Konya Maden İthalatı (ABD Doları)
2008	14 904 666
2009	24 889 825
2010	3 470 254
2011	4 878 909
2012	2 857 861
2013	* 1 313 762
* Ocak Ayı	

MADEN CİNSİ	BULUNDUĞU YER	TENÖR	REZERV (Ton)	DİĞER BİLGİLER
Alüminyum (Boksit)	Seydişehir - Morçukur	%50 Al ₂ O ₃ - %6,40 SiO ₂ %16,25 Fe ₂ O ₃ - %2,55 TiO ₂	6,335,720 Ton cevher üretilmiştir. Yatağın metal içeriği 1,776,682 tondur.	-
Alüminyum (Boksit)	Seydişehir - Kurna	%53,53 Al ₂ O ₃ - %11,9 SiO ₂	67,500 Ton cevher üretilmiştir. Yatağın metal içeriği 12,657 tondur.	-
Alüminyum (Boksit)	Seydişehir - Kovacak	-	-	İşletiliyor
Alüminyum (Boksit)	Seydişehir - Ağacıyolu	%66 Al ₂ O ₃ - %6-11 SiO ₂	300,321 Ton cevher üretilmiştir. Yatağın metal içeriği 91,045 tondur.	İşletiliyor
Alüminyum (Boksit)	Seydişehir - Doğanlıkuzu	%65-69 Al ₂ O ₃ - %9-8 SiO ₂	12,599,762 Ton cevher üretilmiştir. Yatağın metal içeriği 3,863,128 tondur.	-
Alüminyum (Boksit)	Seydişehir - Çatmakaya	-	820,700 Ton cevher üretilmiştir. Yatağın metal içeriği 254,414 tondur.	-
Asbest (Asb)	Bozkır-Dutlu	%15-25 asbest	4,464 Ton Görünür+Muhtemel	-
Bakır-Kurşun-Çinko	Hadım - Kızılgemiş	%25-30 Zn - %0,1 Pb - %0,1-0,3 Cd	200,000 Ton Görünür+Muhtemel	-
Bakır-Kurşun-Çinko	Bozkır - Küçükkuşu sahası	%25-30 Zn - %3 Pb - %0,1-0,3 Cd	48,000 Ton Muhtemel	Yatak geçmişte işletilmiştir
Barit	Akşehir Sahası	%90 Ba So ₄	3,000,000 ton Görünür 20,000,000 ton Mümkün	-
Barit	Beyşehir Sahası	%95,50 Ba So ₄	84,960 ton Görünür 13,064,000 Muhtemel	-
Barit	Doğanhisar - Fınlık	%96 Ba So ₄	100,000 ton Görünür+Muhtemel	-
Barit	Karaman - Habipler	%92,40 Ba So ₄	6,000 ton Görünür	-
Barit	Karaman - Alanözü	%89,10 Ba So ₄	4,000 ton Görünür	-
Bentonit	Merkez - Sağlık	-	6,900,000 ton Mümkün	Yer ve duvar karosuna uygun
Bentonit	Seydişehir - Çavuşköy	-	740,000 ton Mümkün	Ağartma toprağına uygun
Bentonit	Sille	-	24,000 ton Mümkün	Yer karosu hammaddesi
Bentonit	Beyşehir - Doğanbey	-	3,098,000 ton Mümkün	Ağartma toprağı hammaddesi
Bentonit	Akören - Çamaklar	-	1,825,383 ton Görünür	Ağartma toprağına uygun
Cıva	Sille-Sızma	%0,15-0,28 Hg	900,330 ton Görünür+Muhtemel+Mümkün	Yatak geçmişte işletilmiştir.
Cıva	Sarayönü-Kurşunlu, Ladik	%0,15-0,2 Hg	21,478 ton Mümkün	-
Cıva	Sarayönü-Ardıçlı	%0,2 Hg	8,965 ton Mümkün	-
Cıva	Ladik-Topraklı-Böğürme	% 0,179 Hg	40,000 ton Mümkün	Yatak geçmişte işletilmiştir.
Jips	Cihanbeyli-Yeniceoba	%99 CaSo ₄ 2H ₂ O	Bilinmiyor.	-
Kaolen	Beyşehir-Damlapınar, Tocek Yaylası	%20-26 Al ₂ O ₃ , %1,6-4 Fe ₂ O ₃	2,136,188 ton Görünür	-
Kil	İlgin-Gavurdağ, Sivritepe	%30,26 Al ₂ O ₃ , %2,64 Fe ₂ O ₃	2,280,000 ton Mümkün	-
Kireçtaşı	İlgin Şeker Fabrikasına ait yatak	%98,2 CaCO ₃	23,625,000 ton Muhtemel	-
Kireçtaşı	Halkapınar-Kızılkaya	%96,21-99,00 CaCO ₃	8,306,000 ton Muhtemel	-
Krom	Çumra (Sudurköy, Küçükkören)	%35 Cr ₂ O ₃	2,000 ton Görünür-1,000 ton Muhtemel	-
Krom	Beyşehir-Kayabaşı	%35-36 Cr ₂ O ₃	20,000 ton Görünür+Muhtemel	-
Kum-Çakıl	Merkez-Kayacık Köyü	İnşaat ve stabilize malzeme	Bilinmiyor.	-
Kum-Çakıl	Sille-Sille Dere	İnşaat ve yol malzemesi.	Küçük rezervli bir yatak.	-
Kum-Çakıl	Akşehir-Maruf Köyü	Orta	Büyük potansiyel vardır.	-
Kum-Çakıl	İlgin-Cemedek	İnşaat ve stabilize malzeme.	Büyük potansiyel vardır.	-
Kum-Çakıl	Ereğli-Hortu Köyü	İyi	Potansiyel vardır.	-
Manyezit	Merkez (Çayırbağ-Kazanardıç)	%46-47 MgO	842,000 ton Görünür 3,803,639 ton Muhtemel	-
Manyezit	Merkez (Çayırbağ-Kazanardıç)	-	18,000 ton Mümkün	-
Manyezit	Çayırbağ Keklikpınarı Yatağı	-	842,804 ton Görünür - 462,547 ton Muhtemel - 738,369 ton Mümkün	-
Manyezit	Çayırbağ (Beştaşın Dere, Belikneşe)	%46 MgO	199,243 ton Görünür 2,092 ton Görünür+Muhtemel	-
Manyezit	Meram Kırankaya Yatağı	%46,97 MgO	3,078,767 ton Görünür - 4,930,511 ton Muhtemel - 13,664,119 ton Mümkün	-
Manyezit	Yunak Meşelik ve Karataş Yatakları	%45-47 MgO	158,591 ton Görünür - 159,352 ton Muhtemel	-
Manyezit	Meram Helvacıbaşı Yatağı	%45,80 MgO	3,273,714 ton Görünür - 7,590,236 ton Muhtemel - 7,872,621 ton Mümkün	İşletilmektedir.
Manyezit	Meram (Rüşütbey)	%45,80 MgO	998,750 ton Görünür - 1,719,888 ton Muhtemel - 7,494,871 ton Mümkün	İşletilmektedir.
Manyezit	Ereğli-Delimahmutlu	%44,3 MgO	60,600 ton Görünür+Muhtemel 249,660 ton Potansiyel	-
Mermer	Akşehir- Akşehir siyahı	-	36,000,000 m3	Gri, siyah renkte olan mermerler beyaz kalsit damarları ve kahve-rengi stiyolitler içerirler. Sertliği 4, Yoğunluğu 2,72g/cm3, porozitesi %0,4
Talk	Ereğli (Ayrancı-Melikli, Üçarman)	% 53-57 SiO ₂ %25-25,40 MgO %7 Fe ₂ O ₃	Zuhur	-
Tuğla-Kiremit	Sarayönü, Beyşehir, Kadınham	-	50,000,000 ton Jeolojik	-

KONYA İLİ MADEN HARİTASI



AÇIKLAMALAR / EXPLANATIONS

○ ZUHUR / EXPOSURE

⊖ YATAK / ORE DEPOSIT

× İŞLETME / MINE

× ESKİ İŞLETME / OLD MINE

● Yerleşim merkezi
Urban centerMETALLİK MADENLER
METALLIC MINERALSENDÜSTRİYEL HAMMADDELER
INDUSTRIAL RAW MATERIALS

Al

Boksit

Bauxite

Asb

Asbest

Asbestos

B

Bor

Boron

Ba

Barit

Barite

Ben

Bentonit

Bentonite

Cc

Kaleç

Calcite

Cmh

Çimento Hammaddeleri

Cement Raw Materials

Cr

Krom

Chromite

CuPbZn

Bakır-Kurşun-Çinko

Copper-Lead-Zinc

Dol

Dolomit

Dolomite

Dt

Doğaltaş (Andezit, Bazalt, vb.)

Natural Stone (Andesite, Basalt, etc.)

Grf

Grafit

Graphite

Hg

Cıva

Mercury

Jps

Jips

Gypsum

Kao

Kaolin

Kaolinite

Kcm

Kum-Çakıl

Sand-Gravel

Kct

Kireçtaşı

Limestone

Kl

Kil

Clay

Mag

Magnezit

Magnesite

Mn

Mangan

Manganese

Mr

Mermer

Marble

NaCl

Tuz

Salt

NaS

Sodyum Sülfat

Sodium Sulphate

Pom

Cıva

Pumice

Q

Kuvar

Quartz

S

Kükürt

Sulphur

Tgk

Tuğla-Kiremit

Brick-Tile Building Stone

Kenan Mortan KTO'nun yaptırdığı Perakende Güven Endeksi'ni (KOPE) İŞ'TE KOBİ'de yazdı.



PROF. DR. KENAN MORTAN / MAYIS 2013

İŞLER GERÇEKTE NASIL?

TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİNE BAKILIRSA, OLAY HIÇ DE İÇ AÇICI DEĞİL. 100 BAZ PUANIN NERDEYSE 30 PUAN GERİSİNDEYİZ. ŞUNU DÜŞÜNDÜM: İYİ DE, İŞLERİN GİDİŞİNİ BU ENDEKSE BAKARAK YORUMLAYABİLİR MİYİZ?



Konya Ticaret Odası, 1 yıldır önemli bir iş yapıp, Konya Perakende Güven Endeksi (KOPE) çıkarıyor. Bu Endeks başka bir şey söylüyor ve endeksin yükseliğine işaret ediyor. Kıtlama noktası, bu Ocak ayı oldu, ondan sonra yükseliş Şubat - Mart'ta devam etti. Nisan sonucunu alamadım, ama eğilimden yükselişin devam ettiğini kestiriyorum. Konya Ticaret Odası'nın yaptığı iş neden önemli? Bir kere perakende satış yapan nezdinde ülkede tek. Perakende sektöründe yer alan 9 sektör üstünden 300 pera-

kendeci ile yüz yüze görüşülüyor. Üstelik bunu KTO bir başına yapmıyor, yanına TOBB'un akıllı olan TEPAV'ın rehberliğiyle yürütüyor. Demek ki, bu değerlendirme hem tek, hem de tartışmasız bir özellik taşıyor.

Alınan sonuçlar bize şunu söylüyor: Endeks, Konya'da işlerin AB'nin 27 ülkesinden daha iyi...

Diyeceksiniz ki, Konya ölçü olur mu? Cevabım "Tabii ki olur!" olacak. Çünkü Konya, tipik bir KOBİ memleketi ve onlar Türkiye'nin canlı bir nabızı. Konya'da durum buysa, Türkiye'nin benzer tüm illeri Kayseri, Denizli, Antep için aynı şeyleri söylemek mümkün. Hatta İstanbul/Izmir/Antalya gibi beldeler de aynı şartlarda satış yapıyor ve eminim onlar da benzer "Olumlu" satış sonuçlarını yaşıyorlar.

Konya'nın KOBİ'si "satış beklentileri"nin arttığını söylüyor. Perakendecinin yaklaşık yarısı, hadi tam oranını vereyim %47'si, "Önümüzdeki 3 ay için işlerinde iyileşme bekliyor." Perakendeci "İşler toparlanıyor algısını" veriyor. Üstelik işlerin arttığını beyan edenler mobilya, aydınlatma elemanı ekipmanı ve ev içi kullanım ürününü satanlar. Bunu, en son alım karar verdiğimiz motorlu taşıtlar sektörü izliyoruz. Zaten bunu teyit eden başka bir rakam elimizin altında. Kasım'dan Kasım'a, Konya'da sigortalı işçi sayısı %12 artmış. İstihdam, işler gevşediğinde artmayacağına göre, beyanlar büyük resmin "iyiye doğru" olduğunu söylüyor. Konya'da esnaf ve kayıtlı çiftçi sayısının azalmasının, işlerin gidişi ile ilgisi olmadığını belirtiyim.

Sonuçta, ortada bir "satış nabızı" var ve bu bize Türkiye'de insanın artarak tükettiğini söylüyor. Keynesgil anlamda bir negatif tasarruf hali, yani "saklanan para" da yok. Şimdi iş geliyor, tüketicinin işleri neden "kötü" yorumladığına...

Unutmayalım, 30 yıllık yapışkan bir enflasyon dönemi yaşadık. İnsanlar enflasyonun zahiri para bolluğu ile efsunlamıştı. Aldığını ve var olduğunu zannediyordu. Şimdi kıt paradada "aile bütçesi" hesabının önemli olduğu bir döneme geçildi. Haliyle, ayağını yorganına göre uzatmak zorunlu. Bu yüzden kendisine "İşler sana



göre nasıl?" dediğinde "kötü" demesi doğal. İlginçtir, Nazi döneminin para bolluğundan çıkan savaş sonrası Almanya'sı 1955'e dek benzer yorumlarda bulunmuş.

Önemli olan, KOBİ olarak önümüzü görmemiz. KOBİ'ler için 1 yıllık kredi faizinin 30 Nisan'da %4'e düşürüldüğü bir ortamda "işimiz kötü" ise bir de "kendi işimizi nasıl çeviriyoruz, yanlışımız nerede" diye bakalım derim.

Bütün bunları derken, aman olaya hep aylık baktığımızı lütfen unutmayın! İktisat ve Toplum Dergisi'nin 30. sayısında aklı güven veren bir iktisatçı olan Prof. Dr. Erdiç Yeldan'ın "Bu gidiş istikrarsız ve sürdürülemez nitelikli bir büyümedir. Yeni bir krize en yakın ekonomi uluslararası finans sermayesinin en gözde konumunda olan ekonomidir." sözünün anlamını da gözden kaçırmayalım derim. Mevcut dengemiz, hem hassas, hem de kırılğan...

Ama bunlar, Mayıs ayında daha fazla mal üretmek ve satmak için bir engel değil ki...

Konya Ticaret Odası'nı, KOPE Endeksi ile bize klabenin yönünü gösterdiği için de kutluyorum!

Hayırlı işler!



Marka Şehirler ve Konya Şehir Pazarlama Projesi



Rifat ERGAN
Konya Platformu
Yönetim Kurulu Üyesi

Konya Platformu tarafından 2012 yılı başında çalışmalarına başlanan şehrimizin markalaşması ve etkin bir şekilde pazarlanması konusundaki "Marka Şehir Konya" adlı proje Mevka tarafından da teknik destek programı ile desteklendi. Projenin koordinatörlüğünü Rifat Ergan yaptı.

Rifat Ergan şehrimizin ilk tanıtım fotoğrafçısı ve 1993 yılından beri profesyonel çalışmalarını sürdürüyor. 2005 yılından beri ise Konya Life dergisini yayımlayan Plato Ajansın sahibi. 6 ay süren araştırmalar ve şehrin ileri gelenleri ile yapılan seri görüşmelerden sonra Konya'ya özel sürdürülebilir bir proje ortaya konmuş durumda.

Bu çalışmanın sonuçlarının halen şehrin ileri gelenleri ile paylaşılmasına da devam ediliyor. Konya Platformu adına proje koordinatörü Rifat Ergan detayları bizimle paylaştı.

"Marka Şehir Konya" projesi ile şehrimizin markalaşması süreci için bir öneri geliştirmeyi amaçladık. Şehirde ön görüşmeler ve bilgilendirme çalışmaları yaparak farkındalık sağlamayı ve katılımı güçlendirmeyi hedeflerken kararlara zemin oluşturacak bilgi birikimi ve Konya'ya özel bir iş modelini ortaya koymaya çalıştık. Yani bu proje uygulanırsa; Şehri yönetenler için kalkınma ve şehirde yaşayanların refahını artırma yolunda ekstra bir güç vermesi gerekiyor. Bu çalışmalar ile şehrin organize ve bilinçli bir şekilde dışa açılması sağlanırken dışarıdan nitelikli insan kaynağı, yatırımcı ve turist çekmeyi hedefliyor.

90'lı yıllarda şehir pazarlama denince şehri satmak olarak algılanır ve olumsuz bütün şimşekleri çekerdi. Bu gün pazarlamayı öğrendik artık. Pazarlama yapılmadan mal veya hizmet satışı yapılamaz oldu. Pazarlamayı profesyonelce ele alıyoruz ve bunu bütün şirketler ve kamu kurumları uygulamak zorunda kalıyor. Pazarlamanın satıştan farkını anlamaya başladık. Çünkü gelişmiş ülkelerin sihirli değneği burada. Üretilen mal ve hizmetlerin katma değerinin artırılması için bu güçlü kullanmak şart.

Ekonomik gelişim yeni dinamikler doğuruyor ve giderek artan bir rekabet var her alanda. Ülkelerin kendini tanıtmaya büyük



paralar ayırmasının da sonuna gelindi denilebilir. Artık şehirler ülkelerin önüne çıkmaya başlıyor çıkmalı da. Ülkemizde ise şehirlerin gelişmesi için kamu kaynaklarının şehre çekilmesi yetmiyor. Şehirlerin gelişmesinde özel sektörün dinamizmi ve katkısı büyüdü. Tabii özel sektörü harekete geçirmek nitelikli insan gücü çekmek için şehir pazarlaması yapmanın kaçınılmaz bir ihtiyaç haline aldığı ortaya çıkıyor.

Fakat bu konulardaki kafa karışıklığı büyük ölçüde devam ediyor. Proje için çalışmalara başladığımızda gördük ki eksiklerimizi tamamlayalım öyle marka olalım diyenlerin yanında biz zaten markayız diyen de vardı bu tarz çalışmaların zaaf olarak algılanır yapmayalım diyen de. En çok bizi şaşırtan ise Türkiye’de şehir pazarlaması konusunda sürdürülebilir bir tane bile örnek yoktu.

Bu bir akademik danışmanlık projesi değildi ve biz “iş modeli geliştirme, marka yönetimi ve pazarlama” projesi olarak ele aldık. Ayrıca başarılı bir kriz yönetimi kurmak da gerekiyor diye düşündük. Sayın valimiz Aydın Nezih Doğan ile de yaptığımız ilk görüşmelerde de ortaya çıktı ki şehrimizin dinamiklerine özel ve sürdürülebilir profesyonel bir yapı önerisi getirmek ve stratejik hedefleri belli bir plan ortaya koymak gerekiyordu ve en

az 10- 15 yıllık hedefler konulmalıydı. Bunun için gözümüzü bu alanda başarılı yapılar ortaya çıkarmış olan Avrupa ülkelerinden örnek alabileceğimiz şehirlere çevirdik.

Şehir pazarlama konusunda çok etkin sonuçlar almış 5 Avrupa şehri inceledik. Bunun için kısıtlı bir bütçe ile hareket ederken çalışmamızı kolaylaştıran şey bir Avrupa Birliği kurumu olan Eurocities’in bu alandaki çalışmalarını paylaşması oldu. Yüzlerce sayfa dökümana ulaşıldı. Örnek alabileceğimiz yapıları incelerken bunlar arasından şehrimize uyarlayabileceğimiz bir model bulmaya çalıştık. Fakat ülkemizdeki resmi mevzuatı da bilmemiz gerekiyordu. Yeni yerel yönetimler kanunu ile bu projenin önü açılıyor.

En etkili sonuçlara İngiltere’nin Manchester şehri “Marketing Manchester” adlı bir şirket ile ulaşıyordu. Fakat bu başarıyı ortaya çıkaran kar amacı gütmeyen kamu yararına şirket yapısı bizde yok. Şehri çok farklı özellikleri olan bir ürünü pazarlar gibi düşünerek esnek ve profesyonel bir yapı içinde dinamik çalışmalar yapmışlar. Şirkette yaklaşık 100 kişi çalışıyor. Yani işin varabileceği nokta için güzel bir örnekti.



Projemizi yazarken şehrin ileri gelenleri ile yaptığımız istişarelerde şehir pazarlaması konusunun sadece tanıtım faaliyetleri olarak algılandığını görünce projemizin stratejik önceliğinin hedeflerin ve beklenen sonuçlarının anlatılması olarak belirledik. Neden buna ihtiyaç olduğunu anlatmalıyız diye düşündük.

Aşağıda bu projenin özelliğini ve gerekliliğini maddeler halinde burada da anlatmaya çalıştık.

1. Şehirde yapılan bütün yatırım ve faaliyetlere katma değer ekleyebilecek bir projedir.
2. İlk algılandığı şekli ile sadece reklam ve halkla ilişkiler çalışması değil toplam kalite yönetimi temelli entegre projeler yönetimidir.
3. Hazırladığımız bu çalışmada sürdürülebilir bir yöntem geliştirilmiş ve uygulama için sadece etkin bir liderliğe ihtiyaç duymaktadır.
4. Bir şehrin markalaşması üzerine Türkiye'de bu güne kadar ortaya konmuş en derli toplu uygulama planıdır.
5. Şehirlerarası rekabet giderek artarken süslü bir reklam kampanyasından fazla şehrimizin refah seviyesini yükseltecek yeni bir silah kazandıracak bir projedir.
6. Bu konuda başarılı yapılar kurarak etkin çalışmalar yapan Avrupa şehirleri incelenmiş bizim için uygun olabilecek özellikleri şehrimize uyarlanmıştır.
7. Şehrimizin fiziki ve sosyal yapısı incelenerek markalaşma için stratejik hedefler ve marka yönetim süreçleri ortaya konmuştur.
8. Projenin en önemli ayağı olan paydaş yapısı ve entegrasyonu için bir plan sunulmuştur.
9. Şehrin dinamiklerini aynı pota içinde ortak hedeflere yönlendirilebilmesi için çok gerekli bir projedir.
10. Şehrimizi farklılaştıran tarihi özelliklerini ve yeni yapılan yatırımlarını etkin bir şekilde hayata dahil ederken şehrin refah seviyesini artıracak dış kaynak çekebilecek ve şehirde sinerji ortaya çıkarabilecek bir projedir.
11. Proje sonuç odaklı bir süreç yönetimidir. Etkili bir yapı ile süreçler uzun yıllar yönetilecektir. Her aşaması günün şartlarına göre yeniden değerlendirilerek zamana ayak uydurabilecek popülaritesi yüksek bir projedir.
12. Konya bu alanda da ilk olmakla büyük değer kazanacaktır.

Ortaya çıkan 200 sayfalık rapordan buraya bir özet yapmak için bazı kelimeler üzerinden anlatmaya çalışacağım.

Sinerji

Evet sinerji kelimesi bir şehrin markalaşma çalışmalarını çok iyi özetleyebilir. Sinerjiyi anlatmak zordur ama kısaca ortak bir hareket ile başlanan işlerin sonucu her zaman tek tek yapılandan daha büyüktür diye özetlemek mümkün galiba. Yada daha basitçe birlikten kuvvet doğar sonucuna inanarak çalışmaktır.

Yani aslolan sinerji yakalamak ve bunun için bir yöntem geliştirmek. Bir şehrin Markalaşmasında sinerji yakalamak için gereken 4 önemli kelime ise şöyle.

1. Profesyonellik: Tabi nasıl sinerji yakalanacak konusunda takılmamak için öncelikle profesyonelce hareket etmeyi başarmak gerekiyor. Bunun için gönüllülük esası ile değil profesyonel hizmetlere ihtiyaç var. Etkin pazarlama planları üretecek, marka yönetimi yapacak ve markayı geliştirecek ölçülebilir profesyonel hizmetler satın alınmalı böylece ortaya çıkan profesyonel ve güçlü marka algısı şehrin tamamına yayılması gerekli.





2. İletişim: Etkili iletişim ve tanıtım çalışmaları en son kitlelerin önüne çıkmak şeklinde düşünülmemeli. Kitlelerin önüne çıkmadan önce marka özünü ortaya çıkarmak bilgi paylaşmak yeni projeler geliştirmek için iletişim odaklı etkin bir çalışma altyapısı kurulması gerekiyor.

3. Paydaşlar: Şehir markasının paydaş yapısının ve marka elçilerinin ortaya çıkarılarak sürekli bilgilendirilmesi ve görevlendirmeler yapılarak bunların takip edilmesi gerekiyor. Etkili iletişim altyapısı altında paydaşlar ve marka elçilerinin hareketi için gerekli. Böylece güçlü bir marka altyapısı doğmasının mümkün olabildiğini araştırmalardan gördük.

4. Vizyon: Şehrin gelecek vizyonu belirlenmesi gerekiyor. Gelecekteki beklentileri ve ne olmak istediği, yukarıdan aşağıya tabir edilen bir yöntemle tesbit edilirken bunun tutundurulması büyük önem taşıyor. Yani vizyonu öncelikle paydaşların sahiplenmesi gerekiyor.

Tabi bütün bunları kim yapacak dediğinizi duyar gibiyim. Buna biz projede Konya için marka şehir departmanı dedik. Bu yapı olmadan çalışmaların uzun vadeli profesyonelce ve sürdürülebilir olmasının mümkün olmadığını söyleyebiliriz. Bu projenin çıktısı olarak bu departmanın nasıl çalışacağı ve marka yönetim süreçlerini ortaya koyduk. Gerekli insan kaynağı kalifikasyonları için Avrupa'dan örneklerini ortaya koyduk. Yeni yerel yönetimler kanunu da bu alandaki çalışmaların önünü açıyor.

Bundan sonra başarılı bir şehir markası için 5 madde Eurocities kaynaklarında şöyle tarif ediliyor.

1. Vizyon tespiti (yukarıdan aşağıya)
2. Şehrin temel özelliklerinin tespiti (aşağıdan yukarıya)
3. Marka gelişimi ve yönetimi için profesyonel çözüm alınması
4. Mevcut algıyı anlama süreci (anket)
5. Paydaşlar ve vatandaşlardan oluşturulacak fikir havuzu vasıtası ile sürece dahil olması (internet tabanlı)

Bu bilgiler bir firmanın herhangi bir ürünü veya hizmetinin pazarlanması için altyapı çalışmalarına benziyor. Fakat bir şehirdeki durum çok daha fazla emek gerektiriyor ve binlerce kişinin bilgilendirme ve odaklanmasının gerektiği bir süreç. Uzun hazırlık süreci gerektiriyor. Bu süreç entegre bir toplam kalite yönetimi süreci altında bu sayede şehirdeki yatırımlara katma değer eklerken, refah seviyesini yükselten bilince ulaştırıyor. Bu çalışmalar ve dünyadaki küreselleşme trendi sayesinde yeni gelişmekte olan şehirlerin, eski şehir markalarını yakalamaları konusunda da büyük fırsatlar sunuyor.

Tabi bütün bunlar ortak bir hedefe ulaşmak için ve bu hedefi somut olarak ortaya koyan ise şehrin bir logosu ve sloganının olmasıdır. Bu proje de buna da bir çözüm önerisi getirdik fakat bir logonun kabul edilme süreci de uzun bir halkla ilişkiler çalışması gerektiriyor. Yukarıda anlatmaya çalıştığımız bir çok çalışmanın yapılması ve alt yapının kurulması tamamlandıktan sonra logo açıklanmalı diye düşünüyoruz. Yoksa logo ve sloganın altı boş olacaktır.

Bizim bu proje ile ortaya koyduğumuz çalışmalar ise tartışma zemini oluşturacak bir rapor şeklinde algılanmalıdır. Zira küçük bir bütçe ile şehri pazarlayacak bütün çalışmaları 12 den vurarak ortaya koymak mümkün olmadığı gibi bir proje grubunun veya bir derneğin de haddi değildir. Konya Platformu bu proje ile şehrin gelişmesi için bir düşünce ortaya atmış ve



I amsterdam.

I ♥ NY.

Berlin Partner

MÜNCHEN MAG DICH MÜNCHEN LOVE YOU

ONLY LYON

M

EDINBURGH
INSPIRING CAPITAL

UTRECHT

EURO CITIES

marketing birmingham

visitBrighton

VILNIUS

zaragoza

GENOVA
vibrant city

Hamburg

ghent: so much city

Eilat

blettington

Rio2016

rio2016
CANDIDATE CITY

THE CITY OF VICTORIA

Belfast
here nowhelsinki
helsinki.fiCITY OF VANCOUVER
tourism newquay

bunu somut bir rapor ile ortaya koyarak istifade edilmesi için yaygınlaştırmaya çalışmaktadır.

• Konya'nın mevcut durumunu, gelecekteki beklentileri ve ne olmak istediği, bunu gerçekleştirmeyi ne kadar çok istediği dikkate alınarak uzun vadeli bir vizyon ortaya konulması gerekiyor. Bu vizyona uygun paydaşlar arası sinerji yakalanması gerekiyor.

• Konya'nın gelecek planları konusunda bütün paydaşların farkındalık kazanmasına ihtiyaç var. Bunu yapmadan da hiçbir tanıtım çalışmasına girilmemeli.

• Şehrimiz için yeni fırsatlar yakalamak amacıyla mevcut durumu zorlamak gerekiyor. Ortak akıl geliştirilmesi ve bunun için paydaşların ve marka elçilerinin organize hareket edebilmesi gerekiyor.

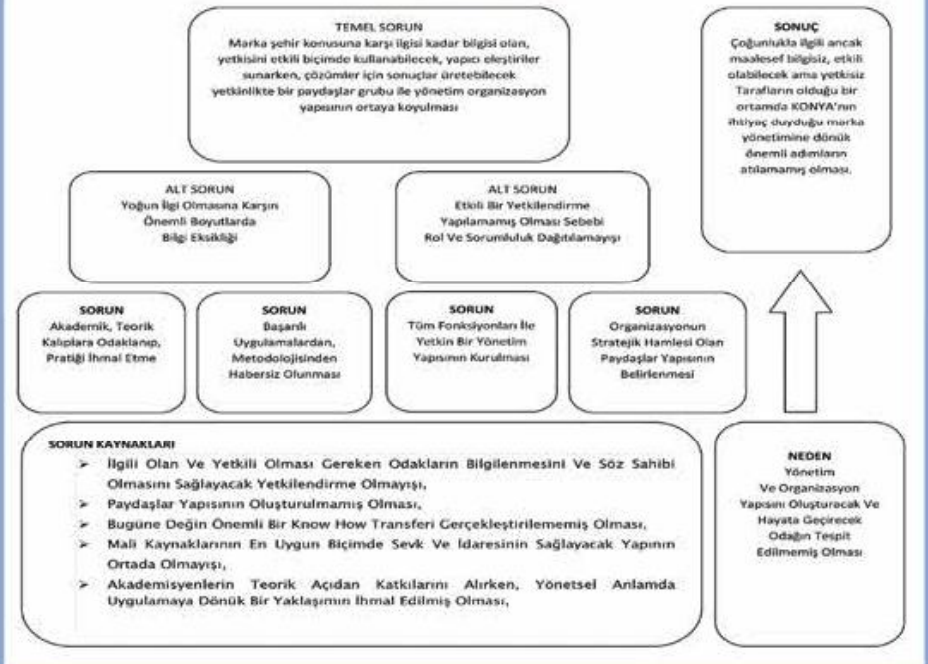
• Nitelikli insan gücünün ve yeni yeteneklerin Konya'ya çekilmesine her zaman ihtiyaç olduğunun herkes farkında. Sanat kültür, eğlence, eğitim, sanayi gibi alanlarda yeni fikirleri olan, teknoloji üretebilen, devrimci karakterde kişiler şehre kazandırılmalı. Tabii bu insanlar uzun vadeli hedeflere uygun olarak şehre

çekilememiz gerekiyor. Başarının asla tek bir formülü yoktur. Her bir kent kendi markasını kendi durumlarına en uygun bir şekilde ortaya çıkarabilmelidir ve yönetmelidir ancak proaktif olurlarsa ve başkalarının deneyimlerinin farkında olurlarsa başarı şansı yakalayabilecekleri asla unutulmamalıdır.

Konya platformu olarak görevimiz bu proje hayata geçene kadar devam edecek. Bu güne kadar meslek odalarımızın yönetim kurulları başta olmak üzere 10 farklı gruba projenin sunumunu yaptık ve isteyen her gruba da bilgilendirme yapmaya gidiyoruz. Konya Platformu yönetim kurulu ise her aşamada projeyi destekledi. Başta başkan M.Ali Çelik ve bütün yönetim kurulu üyelerine teşekkür ederim.

Her şeyi özetleyen bir söz ile bitirmek istiyorum. Markalaşma çalışmalarına henüz başlamamış şehrin durumu: gece vakti sahilden siren çalmadan geçip giden dev transatlantiğin durumu gibidir. Başlamak için her şey hazır ve tam zamanı diye düşünüyorum. Konya adlı görkemli transatlantiğin ışıklarını yakalım sirenlerini çalalım. Önce yolcular mutlu olacak sonra sahildekiler bir daha ki sefere hazırlanacaklardır.

Sorun Analizi



studio
prestij



Yatırım için artı bir değer

36 AY VADE FARKSIZ

studioprestijkonya.com

1+1, 2+1
Studio Daireler



 **Güvensan**

265 43 43



MOBİL TİCARET (1)

(m-TİCARET)*



1. Avrupa'da Mobil Ticaret

Avrupa'da alışveriş yapan birçok kişi, giderek artan şekilde yeni mobil cihazlar, teknolojiler ve uygulamalarla ilgilenmeye başlamıştır. Mobil ticaretin benimsenme oranı düşük olsa da, müşteriler birkaç yıl içinde mağaza bulmak, ürünleri araştırmak, ürünleri satın almak ve kişisel hesaplarını düzenlemek için mobil cihazları daha fazla kullanacaktır. Ancak güvenlik endişeleri, bağlantı ücretleri, fonksiyon kısıtlamaları gibi engeller her zaman mevcuttur. Mobil ticaretin genel bir eğilime dönüşmesi için bu engellerin aşılması gerekmektedir. Perakendecilerin bu pazar fırsatını öngörerek, bir mobil ara yüz oluşturmak için satış aşamalarında belirli web sitesi özelliklerini ve fonksiyonlarını uyumlaştırıp müşterilerin belli başlı ürün ve hizmet bilgilerine mobil olarak erişebilmesini sağlayacak çok kanallı stratejileri değerlendirmeye başlaması gerekmektedir.

1.1. Avrupa Mobil Ticarete Hazır mı?

Mobil ödemeler tek bir ürünü değil, bir uygulama kategorisini temsil etmektedir. Forrester

bu kategoriyi iki özelliğine göre ayırmaktadır. Satın alma ortamı (mağaza içi veya mobil internet) ve işlem değeri (5 Avronun altında mikro ödemeler veya 5 Avro ya da üzeri makro ödemeler).

Önemli kategoriler:

Mobil dijital içerik. Telefon yoluyla yapılan bu düşük bedelli alımlara (örneğin, 5 Avronun altında) zil tonları, resimler ve eğlence uygulamaları (örneğin, oyunlar vb.) dahildir. Bunların kontrolünü operatörler yapmakta ve bunları tüketicilerin aylık kablosuz faturalarında toplamaktadır.

Uzaktan mobil alımlar. Bu alımlar mobil internet yoluyla yapılmakta ve uzaktan bir web sunucusu yoluyla başlatılmak/gerçekleştirilmek için cihazın tarayıcısını veya kısa mesaj servisini (SMS) kullanmaktadır.

Yakın mesafeli mobil alımlar (gözetimli ve gözetimsiz). Bu alımlar, hem gözetimli (örneğin, perakende mağaza), hem gözetimsiz (örneğin, otomatik satış makinesi, park etme, transit geçme) şekilde perakende satış noktasındaki (point of sale-POS) cihaz kullanılarak

gerçekleştirilmektedir. Yakın mesafeli mobil ticaret için SMS, Bluetooth gibi teknolojiler öngörülmesine rağmen artık olgunlaşma aşamasındaki pazar gelişiminin odak noktası, gelecek nesil telefonların içine yerleştirilmiş Near Field Communication (NFC) veya diğer radyo frekanslı cihazlardır.

Mobil bilet sistemi. Bu kategori, etkinlik biletleri veya diğer biletlerin POS terminallerinde cep telefonlarıyla satın alınmasını veya cep telefonu kullanılarak uzaktan satın alınmasını ve terminali kullanarak bulunulan yerde teslim alınmasını sağlayan karma bir sistemdir.

Eşdüzeyler arası (peer-to-peer/P2P) mobil havale.

Bu yurt içi ve sınır ötesi eş düzeyler arası (P2P) fon transferleri, cep telefonları, önceden yüklenmiş uygulamalar, tarayıcı temelli uygulamalar veya SMS mesajları kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Yakın zamana kadar, halk arasındaki yaygın görüş, Avrupa'nın Japonya'daki mobil ticaret yolunu izlemesi ve böylece tüketicilerin yiyeceklerini, gazetelerini, faturalarını ve benzer giderlerini bir telefonla ödeyebilmeleri yönündeydi. Ancak, mobil ticaretin (m-Ticaret) Avrupa'da başlaması uzun zaman almıştır. Genel itibarıyla, mobil ticaretin sunduğu imkanlar Avrupalı perakendeciler için büyük ölçüde göz ardı edilmiştir. Fakat birçok perakendecinin tam donanımlı mobil seçenekler sunmasıyla veya cep telefonu yoluyla sipariş almaya yarayan mobil uygulamaları denemesiyle bu durum değişmeye başlamıştır.

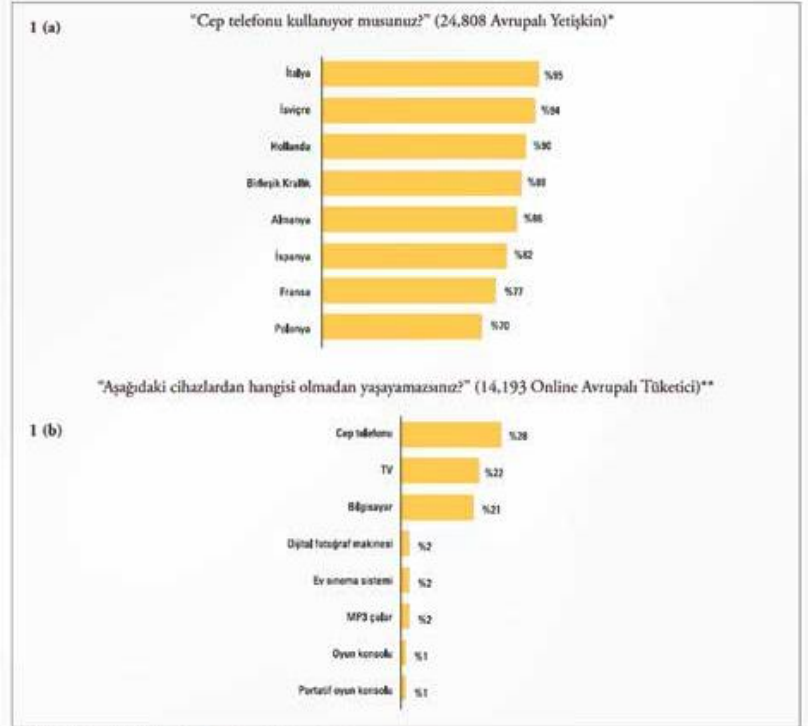
Bir süredir bilinmesine karşılık, mobil pazarlarının büyük şirketlerin dikkatini çekmesiyle birlikte, bir alışveriş kanalı olarak mobil ticaret rağbet görmeye başlamıştır. Mobil cihazlar da yaygın olarak kullanılmaktadır (Tablo-1a). Yaygınlık oranının en yüksek olduğu yerlerden biri Avrupa'dır ve bu tür cihazlar artık tüketiciler tarafından vazgeçilmez olarak nitelendirilmektedir; bu da mobil kanalın hem offline hem online büyümeyi gerçekleştirecek potansiyele sahip olduğunu göstermektedir (Tablo-1b).

1.2. Avrupa'da Mobil Alışveriş

Mobil ticaret çok büyük bir potansiyele sahiptir. Mağazalar, servisler, çağrı merkezleri, reklamlar ve sinyal sistemleri mobil ticaret yoluyla online olarak arınca sipariş, ürün detayı ve tüketici yorumları ile buluşmuştur. Japonya ve Güney Kore'de cep telefonları artık günlük yaşamın önemli bir parçasıdır ve alışveriş, seyahat rezervasyonu ve ödemeleri, internette sörf yaparak ürün araştırma ve banka işlemleri için geniş çaplı olarak kullanılmaktadır. Avrupa'da ise henüz tam anlamıyla benimsenmemiş durumda olup, alışveriş için cep telefonları çok az kullanılmaktadır. En çok harcama yapılan alanlar kitle iletişim araçları, park ücreti



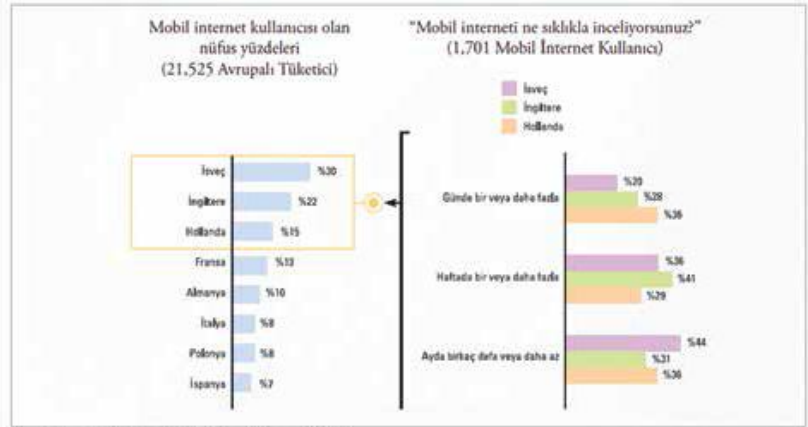
Tablo-1: Cep Telefonu Kullanım Oranları



* Kaynak: European Technographics * Benchmark Survey, Q2 2007

** Kaynak: European Technographics Media, Marketing, And Social Computing Online Survey, Q3 2008

Tablo-2: Mobil İnterneti En Çok Benimsyen AB Ülkeleri (2007)



Kaynak: European Technographics * Benchmark Survey, Q2 2007

1. Cep telefonu yoluyla internet erişimi büyük kitlelere ulaşıyor.

Avrupa'da cep telefonu kullanım oranı 16+ yaşındaki yetişkinlerin % 86'sını oluşturmaktadır; aynı yaş grubu için internet kullanıcıları ise % 21 oranındadır. 2013 yılına gelindiğinde, her üç cep telefonu sahibinden birinin cep telefonundaki geniş bant bağlantısını kullanarak internete erişeceği öngörülmektedir. Mobil bağlantıdaki gelişim, bölgelere göre değişiklik göstermektedir. Farklı iş modelleri, farklı müşteri alışkanlıklarına hitap etmektedir. 2008 yılı itibarıyla Avrupalıların % 34'u internet erişimli bir telefon kullanarak internete günlük olarak erişmiş, % 42'si ise haftalık olarak interneti kullanmıştır. İnternet erişimli telefonların yüksek oranlı olarak kullanıldığı yerler, İsviçre, İngiltere ve Hollanda'dır (Tablo-2). Doğu Avrupa ve Rusya pazarında sabit hat bağlantısının kullanım yaygınlığı, Batı Avrupa'dakine oranla % 11 geride kalmıştır. Mobil internet erişimi bu bölgelerde hızlı bir başarıya ulaşarak, sabit hat telekomünikasyonunun önüne geçmiştir. Mobil yaygınlığın 2009 yılında her 100 kişi için 132 mobil aboneliğe yükselmesi beklenmektedir.

ENERJİ VERİMLİLİĞİ DESTEĞİ



ERKAN YILMAZ / KTO-KOSGEB

Destek Unsurları

1. İşletmelerin enerji verimliliği kapsamında alacakları Ön ve Detaylı Etüt, Verimlilik Arttırıcı Proje (VAP) İçin Danışmanlık ve Enerji Yöneticisi Eğitimi hizmetlerine destek verilir.
2. Ön ve Detaylı Etüt ile VAP için danışmanlık hizmetleri, 18.04.2007 tarih ve 5627 sayılı Enerji Verimliliği Kanunu kapsamında Yetkilendirilmiş Enerji Verimliliği Danışmanlık (EVD) Şirketlerinden alınır.
3. Enerji Yöneticisi Eğitimi hizmetleri, Enerji Verimliliği Kanunu kapsamında; Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü, Yetkilendirilmiş Kurumlar veya EVD Şirketlerinden alınır.
4. Detaylı Etüt hizmetlerinin destek kapsamında ödenebilmesi için Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü Detaylı Etüt Uygunluk Belgesi alınması şartı aranır.
5. Enerji verimliliğine yönelik Ön ve Detaylı Etüt aynı EVD'den alınabilir, ancak VAP için Danışmanlık hizmetleri, aynı EVD şirketinden alınmaz.
6. Program süresince Enerji Verimliliği Desteğinin üst limiti 30.000 (otuz bin) TL'dir.
7. Ön Etüt için destek üst limitleri Ton Eşdeğer Petrol (TEP) aralığına göre aşağıda verilmiştir.
TEP Aralığı Destek Üst Limiti (TL)
200-500 TEP için 1.500
501 ve üzeri için 2.000

8. Detaylı Etüt için destek üst limitleri TEP aralığına göre aşağıda verilmiştir.

TEP Aralığı Destek Üst Limiti (TL)
200-500 TEP için 15.000
501 ve üzeri için 20.000

9. VAP için danışmanlık destek üst limitleri TEP aralığına göre aşağıda verilmiştir.

TEP Aralığı Destek Üst Limiti (TL)
200-500 TEP için 3.000
501 ve üzeri için 5.000

10. Enerji Yöneticisi Eğitimleri için destek üst limiti aşağıda verilmiştir.

TEP Değeri Destek Üst Limiti (TL)
200 ve üzeri için 3.000

Destek Başvurusu, Değerlendirme ve Onay

1. Destekten yararlanmak isteyen işletme Enerji Verimliliği Desteği Başvuru Formu ve www.kosgeb.gov.tr adresinde belirtilen belgeler ile ilgili Hizmet Merkezine başvuru yapar.

2. Hizmet Merkezi başvuru sonucunu işletmeye yazı ile bildirir.

Desteğe İlişkin Diğer Hususlar

1. İşletmenin Detaylı Etüt hizmetleri desteğinden yararlanabilmesi için, Ön Etüt hizmeti alınması gerekir.

2. VAP'ın hazırlanması, gerçekleştirilmesi ve/veya işletilmesi için alınan danışmanlık hizmeti gideri ilk 2 (iki) yıl için desteklenir.

3. İşletmeye VAP Danışmanlık desteği ödemesi yapılabilmesi için, Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü'nden VAP Uygulama Onay Belgesini alınması gerekir.

4. EVD Şirketinin Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü'nde kayıtlı olması ve yetki belgesinin aktif olması şarttır.

5. İşletmenin enerji tüketimine dair hesaplama EVD Şirketi tarafından yapılır.

6. İşletmenin son üç yıllık (içinde bulunulan yıl hariç) toplam enerji tüketiminin ortalamasının en az 200 (iki yüz) TEP olması şarttır.

7. Yeni tescil edilmiş işletmelerde veya tescil tarihi itibarıyla üç yılını doldurmuş işletmelerde, TEP değeri işletmenin tescil edildiği tarihten destek başvurusunun yapıldığı tarihe kadar olan dönem dikkate alınarak hesaplanır.

8. Bu destek, sadece Ön ve Detaylı Etüt, VAP için Danışmanlık ve Enerji Yöneticisi Eğitimi bedelini kapsar. Sertifika bedeli, iase, konaklama ve ulaşım giderleri destek kapsamı dışındadır.

9. İşletme, Program süresince Ön Etüt, Detaylı Etüt ve VAP için danışmanlık desteğinin her birinden bir defa faydalanabilir.

10. Enerji Yöneticisi Eğitimine, destek üst limiti dahilinde işletmenin birden fazla personeli katılabilir.

DÜNYA İŞ KONSEYLERİ

Türk - Sudan İş Konseyi



Kuruluş Yılı: 2008

Türk Tarafı Başkanı

Abdülkadir Taçyıldız

Firma ve Ünvanı

Doğalca Tarım Ürünleri ve Hayvancılık

İşletmesi Tic. A.Ş./Yönetim Kurulu

Başkan Yardımcısı

Karşı Kanat Başkanı

Soud Mamoun Elberjer

Kurum / Firma ve Ünvanı

Sudanlı İş Adamları ve İş Verenler

Federasyonu Başkanı

Muhatap Kuruluş

Sudanlı İş Adamları ve

İşverenler Federasyonu

Web: www.sudanbiz.org

2008 yılında Sudan Cumhurbaşkanı Sayın Ahmed Hasan Al Beshir'in Türkiye'ye gerçekleştirdiği ziyaret sırasında Sudanlı İşadamları ve İşverenler Federasyonu ile imzalanan anlaşma ile kurulan Türk-Sudan İş Konseyi, Sudan'daki karşı kanadı Sudanlı İşadamları ve İşverenler Federasyonu işbirliği ile iki ülke arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi için çalışmalar sürdürülmektedir.

Coğrafi açıdan dünyanın 16. en büyük Afrika'nın ise 3. en büyük ülkesi olan Sudan, 84 milyon hektar ekilebilir verimli araziye sahiptir. Tarım ve hayvancılık sektörlerinin Sudan ekonomisindeki ağırlığı göz önüne alındığında, bu sektörlerde her türlü makine ve ekipman tedariki dahil birçok konuda işbirliği yapılması yönünde İş Konseyinin girişimleri mevcuttur. Bu kapsamda Sudan Hayvancılık Bakanı Türkiye'de ağırlandı.

Son 10 yıllık veriler incelendiğinde Türkiye'nin Sudan'a olan ihracatının ve Türkiye-Sudan arasındaki ticaret hacminin düzenli bir şekilde arttığı gözlenmektedir. Sudan'da çok sayıda Türk yatırımcı müteahhitlik, dekorasyon, mobilya, su sondajları, kapı, pencere, PVC ve inşaat malzemeleri başta olmak üzere çeşitli alanlarda faaliyet göstermektedir. İş Konseyi iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin farklı sektörleri de kapsayacak şekilde çeşitlendirilmesi yönünde faaliyetlerini sürdürmektedir.

Kaynak: <http://www.deik.org.tr/Konsey>

TÜRKİYE'YE VİZE UYGULAMAYAN ÜLKELER



KATAR

ÜLKE ADI
KATAR DEVLETİ

BAŞKENTİ
DOHA

HÜKÜMET
EMİRLİK

RESMİ DİLİ
ARAPÇA

YÜZÖLÇÜMÜ (Km²)
11.586

NÜFUSU
833.285

PARA BİRİMİ
KATAR RİYALI

TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER

Yıl	GSYİH (Milyar \$)	Kişi Başına Gelir (\$)	Büyüme Oranı (%)	Enflasyon Oranı (%)	İhracat (Milyar \$)	İthalat (Milyar \$)
2008	117	85.35	11.2	15.2	59	24.96

TÜRKİYE-KATAR TİCARİ VE EKONOMİK İLİŞKİLERİ

Yıl	İhracat	İthalat	Hacim	Denge
2003	15.688	8.310	23.998	7.378
2004	35.026	17.727	52.753	17.299
2005	82.045	50.725	132.770	31.320
2006	342.147	64.856	407.003	277.291
2007	449.962	29.643	509.248	420.319
2008	1.074.403	179.095	1.253.498	895.308

Dış Ticaretindeki Başlıca Ürünler ve Ülkeler

Başlıca İhraç Ürünleri: LNG, petrol ürünleri, gübre, çelik.

İhracatında Başlıca Ülkeler (2007): Japonya % 40, Güney Kore % 20, Singapur % 10, Hindistan % 5, Tayland % 4,2.

Başlıca İthal Ürünleri: Makine ve ulaştırma araçları, gıda, kimyasallar.

İthalatında Başlıca Ülkeler (2006): Fransa % 13,3, Japonya % 10,1, ABD % 13,3, İtalya % 10,8, Almanya % 7,3, İngiltere % 5,7, Suudi Arabistan % 4,3, Güney Kore % 5,6.

İkili Ticarete Başlıca Maddeler

İhracat: Demir ve çelik, elektrikli makine ve cihazlar, mobilyalar, gemiler, kazan makine ve cihazlar, motorlu kara taşıtları, organik kimyasallar, taş, alçı, çimento, plastik, kauçuk.

İthalat: Demir ve çelik, inorganik kimyasallar, plastik, yün, kâğıt ve karton, hububat, gübreler, gemi.

Kaynak: <http://www.musiad.org.tr/ing/arastirmalariyayin/pdf>

NAMİBYA

Nüfus	2,3 milyon (2012 tahmini)	Telefon Kodu	+264
Yüzölçümü	824,3 bin km ²	Zaman Dilimi	GMT +2
Başkent	Windhoek (334,6 bin kişi)	Doğal Kaynaklar	Elmas, uranyum, altın, bakır
Kişi Başına GSYİH	7.032 Dolar (2011)	Dil	İngilizce
Başlıca Şehirler	Rundu (96,9 bin), Walvis Bay (74,1 bin), Swakopmund (35,7 bin), Oshakati (35,1 bin)		



ÜLKE GÜNEY AFRİKA'NIN BATISINDA YER ALMAKTADIR. BATISI ATLAS OKYANUSU'NA KIYIDIR. KUZEYDE ANGOLA VE ZAMBİYA, GÜNEY VE GÜNEY BATIDA GÜNEY AFRİKA CUMHURİYETİ, DOĞUDA İSE BOSTVANA İLE KOMŞUDUR. ÜLKENİN KIYI ŞERİDİ 1350 KM'Yİ BULMAKTADIR. KIYI ŞERİDİ BOYUNCA GENİŞLİKLERİ 20 İLE 140 KM ARASINDA DEĞİŞEN KUM DÜZLÜKLERİ YER ALMAKTADIR. BÜYÜK ÖLÇÜDE KUMLARLA KAPLI OLDUĞUNDAN KIYI BÖLGESİ NAMİB ÇÖLÜ OLARAK ANILMAKTADIR.



Namibya yılda 300 günden fazla güneş ışığı alır. Kışları (Haziran-Ağustos) genellikle kurudur. Biri çok (Şubat-Nisan), diğeri az (Eylül-Kasım) olmak üzere iki yağışlı sezon olup her ikisi de yazın görülmektedir.

Namibya, Güney Afrika Cumhuriyeti yönetimi öncesinde bir Alman kolonisiydi. I. Dünya Savaşı'nda Güney Batı Afrika adı altında Güney Afrika Cumhuriyeti'nin kontrolüne girmiştir. 1966'da Güney Afrika Cumhuriyeti'nin Birleşmiş Milletler'in Namibya'dan çekilmesini öngören kararına uymaması üzerine silahlı mücadeleye başlamıştır. Güney Afrika, Birleşmiş Milletler'in; ateşkes ilan edilmesini, Güney Afrika askerlerinin bölgeden çekilmesini ve BM güvenlik güçlerinin gözetiminde serbest seçimler yapılmasını öngören kararını ancak 1988'de kabul etmiştir. 1989'da bağımsız Namibya'nın anayasasını hazırlamak üzere bir Kurucu Meclis seçilmiştir. 21 Mart 1990'da Namibya bağımsızlığını kazanmıştır.



Namibya çok partili demokratik sistemle yönetilen üniter bir devlettir. Başkanlık ve parlamento seçimleri eş anlı olarak 5 yılda bir yapılmaktadır. Yaklaşık 2,3 milyon ile çok düşük bir nüfusa sahip olmasına karşın, işsizlik Namibya'da önemli bir sorun oluşturmaktadır. En son 2008 yılında yapılan işgücü araştırmasında işsizlik oranı %37,6 çıkmıştır (15 yaşın üzerinde olup iş arayanların toplam işgücüne oranı). Aynı araştırmada geniş anlamda işsizlik ise (ister iş arasin ister aramasın 15 yaşın üstünde olup aktif olarak çalışabilecekler) %51,2 olarak bulunmuştur. Ülkedeki istihdamın sadece %6'sı imalat sanayinde istihdam edilmektedir. Tarım ve hayvancılığın istihdama katkısı %22, madencilik %1,5 civarındadır. Kamu dahil tüm hizmet sektörü %59 ile istihdama en büyük katkıyı yapmaktadır. Namibya'da işgücü verimliliği çok düşüktür. Mevcut iş kanunu esnek değildir. İşten çıkarılmalar çok zor olduğundan firmalar yeni istihdam konusunda isteksiz davranmaktadır.

Genel Ekonomik Durum

Namibya kişi başına düşen yaklaşık 7.000 dolar ile Dünya Bankası'nın gelir sınıflandırmasında üst-orta ülkeleri arasında yer almaktadır. 2,3 milyon gibi çok düşük bir nüfusa oranla zengin sayılabilecek kaynaklara sahiptir. Buna rağmen dünyada gelir dağılımının en bozuk olduğu ülkelerden biri olarak anılmaktadır. Tarım ve hayvancılık, balıkçılık, gıda işleme, madencilik, cevher ve elmas işleme Namibya'daki en temel ekonomik faaliyetlerdir. Ülke madenler bakımından oldukça zengindir. En çok elmas, uranyum, altın, çinko, kurşun ve manganez çıkarılmaktadır. Uranyum üretiminde dünyada altıncı sıradadır. Yine dün-

yada en kaliteli elmas çıkarılan ülkelerden biridir. İmalat sanayi başta et, balık, sebze ve meyve işleme olmak üzere gıda işleme; cevherden ergitme yöntemiyle bakır ve çinko üretimi ve elmas işleme sektörlerinde yoğunlaşmaktadır. Lojistik, turizm, imalat ve tarım sektörleri stratejik sektörler olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla bu sektörlerde yapılacak yatırımlarda artışlar görülebilir.

Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Namibya, yabancı yatırımları çekerek ekonomik büyümeyi ve istihdamı artırmaya yönelik bir politika izlemektedir. 1990'da yürürlüğe giren yabancı yatırımlara ilişkin kanun doğrudan yabancı yatırımlara dair mevzuatın temelini oluşturmaktadır. Ticaret ve Sanayi Bakanlığı bu mevzuatı yürütmekle sorumludur. Namibya, Güney Afrika bölgesindeki diğer ülkelere kıyasla orta derecede yabancı sermaye çeken bir ülkedir. 2011 yılı itibarıyla Güney Afrika bölgesinde birikmiş olan yabancı sermaye stoğunun %2,8'ine sahiptir. Bu da yaklaşık 4,7 milyar dolarlık bir yabancı sermaye stoğuna tekabül etmektedir. 2007-2011 dönemini içeren son beş yılda ortalama külkeye giren yabancı sermaye miktarı 723 milyon dolar civarında gerçekleşmiştir.

Yabancı Yatırımlar (milyon dolar)	
Yıllar	Miktar
2006	387
2007	733
2008	720
2009	552
2010	712
2011	900

Kaynak: World Investment Report 2012



Dış Ticaret

Namibya'nın dış ticaret hacmi 11-12 milyar dolar civarında seyretmektedir. 2004-2008 döneminde dış ticaret açığı vermeyen Namibya 2009'dan beri açık vermeye başlamıştır. 2009'da %94,6 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı 2011'de %91'e kadar gerilemiştir. Namibya'nın en önemli ihracat ürünleri elmas ve uranyum cevheridir. Bu iki ürünün ihracatı toplam ihracatın yaklaşık %32,5'ini oluşturmaktadır. Balık, rafine edilmemiş bakır, işlenmemiş çinko, bira, canlı hayvan, et, altın, çinko cevheri ve antımlı bakır diğer başlıca ihracat ürünleridir. En çok ihracat yaptığı ülkeler G.Afrika, İngiltere, Angola, ABD, Belçika, Kanada, İspanya, İtalya, Hollanda, Fransa ve Çin'dir.

Dış Ticaret Göstergeleri (Milyon Dolar)

	2007	2008	2009	2010	2011
İhracat	4.026	4.689	6.208	5.980	6.457
İthalat	4.040	4.729	5.871	5.848	5.901
Dış Ticaret Hacmi	8.066	9.418	12.079	11.828	12.358
Dış Ticaret Dengesi	14	41	-338	-131	-556

Kaynak: TradeMap

Başka Ülkeler İtibarı ile İhracat (milyon dolar)

ÜLKELER	2007	2008	2009	2010	2011
G.Afrika	1.172	1.505	1.986	1.694	1.718
İngiltere	683	710	609	736	849
Angola	261	406	664	559	492
ABD	102	261	265	267	412
Belçika	13	51	56	90	328
Kanada	199	334	254	247	280
İspanya	243	242	291	288	246
İtalya	571	64	71	269	187
Hollanda	75	76	142	237	160
Fransa	106	127	149	244	136
Çin	123	248	289	170	127
Demokratik Kongo	43	51	65	69	93
Almanya	100	49	66	104	80
İsviçre	29	196	30	50	77
İsveç	1	6	29	66	58
Diğerleri	319	404	905	758	659
TOPLAM	4.040	4.729	5.871	5.848	5.901

Kaynak: TradeMap

Türkiye ile Ticaret

Türkiye ile Namibya Cumhuriyeti arasındaki ticari ilişkiler çok gelişmemiştir. 10 milyon doların altında seyreden ticaret hacmi 2012 yılında ilk defa 10 milyon doları aşmıştır. Türkiye 2012 yılında 4 milyon dolarlık ihracat karşılığında 6,8 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. Türkiye Namibya Cumhuriyeti'ne demir-çelik inşaat aksamı, karbonat, demir-çelik soba, ocak gibi ev eşyası, iş makineleri, makarna, metal işleme makineleri, petrol yağları ve tavuk eti ihracat etmektedir. Türkiye Namibya Cumhuriyeti'nden balık yağı, odun kömürü, florspat ve ham kürk ithal etmektedir.

Türkiye-Namibya Dış Ticaret Değerleri (1 000 Dolar)

YILLAR	İhracat	İthalat	Denge	Hacim
2003	487	0	487	487
2004	519	3.462	-2.943	3.981
2005	310	622	-312	932
2006	811	2.680	-1.869	3.491
2007	1.392	5.789	-4.398	7.181
2008	3.212	1.271	1.941	4.483
2009	1.484	141	1.342	1.625
2010	3.458	244	3.214	3.702
2011	2.229	3.384	-1.155	5.613
2012	3.995	6.833	-2.838	10.828
2012*	730	178	552	908
2013*	542	853	-312	1.395

* Ocak-Şubat değerleri | Kaynak: TÜİK



Türkiye'nin Namibya'ya İhracatında Başlıca Ürünler (1000 dolar)

GTİP	ÜRÜNLER	2010	2011	2012
7308	Demir veya çelikten inşaat ve inşaat aksamı	1.766	0	1.519
2836	Karbonat, peroksikarbonat, amonyum karbonat	570	1.034	339
7321	Demir veya çelikten sobalar, mutfak soba ve ocakları	190	213	308
9303	Diğer ateşli silahlar (spor av tüfekleri, işaret fişegi vb)	56	124	241
8429	Buldozer, greyder, skreyper, küreyici, ekskavator	0	0	220
1902	Makarnalar ve kuskus	272	231	168
8462	Metal işleme makineleri	0	0	153
1101	Buğday unu/mahlut unu	0	0	102
2710	Petrol yağları	42	313	0
207	Kümes hayvanlarının etleri	223	109	71
	Diğerleri	339	204	874
	Toplam	3.458	2.229	3.995

Kaynak: TÜİK

Türkiye'nin Namibya'dan İthalatında Başlıca Ürünler (1000 dolar)

GTİP	ÜRÜNLER	2010	2011	2012
2301	Et, sakatat, deniz hayvanı vs. unu, pelleti, kırıkdaklan	0	0	3.513
2529	Feldispat, lösit, nefelin ve siyenit nefelin, florspat	185	1.119	2.408
1504	Balıkların veya deniz memelilerinin katı ve sıvı yağları	0	1.996	512
4402	Odun kömürü	0	0	172
4301	Ham kürkler (ham post ve deriler hariç)	32	179	156
4302	Dabaklanmış, aprelenmiş kürkler	0	31	49
	Diğerleri	27	58	21
	Toplam	244	3.384	6.833

Kaynak: TÜİK



KAUÇUK, PLASTİK VE PELİKÜLFİLM ÜRÜNLERİ

201300065 - Alım

YUNANİSTAN

Yunanistan'daki bir poşet fabrikası için Türkiye'den yüksek miktarda poşet almak isteniyor.

Kayıt Tarihi: 11.03.2013**Firma Adı:** Model Line**Adres:** parasiyou 16 komotini 69100, 00 30697483530**Yetkili Kişi:** cevât demir**E-mail:** modelshoes@hotmail.com

MAMUL ÜRÜN VE MALZEMELER

201300062 - Alım

SLOVAKYA

Firma 8000 adet 120 Litrelik plastik çöp konteyneri almak istediğini bildiriyor.

Kayıt Tarihi: 05.03.2013**Firma Adı:** SILVESTER-95 s.r.o.**Adres:** Nabrezie 1159 Namestovo 02901**Yetkili Kişi:** Rıza Seryani**Tel:** +389.70.205181**Fax:** +421.911.805181**E-mail:** interwat@hotmail.com

MAMUL ÜRÜNLER, MOBİLYA, EL İŞLERİ, ÖZEL AMAÇLI ÜRÜNLER VE BUNLARLA İLGİLİ TÜKETİM MADDELERİ

201300075 - Alım

HONG KONG

Firma, Türkiye'den kırmızı kaledon (Red Chalcedony) ithal etmek istemektedir. Söz konusu talep Birliğimize, T.C. Hongkong Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği aracılığıyla iletilmiştir.

Kayıt Tarihi: 28.03.2013**Firma Adı:** Continent International Ltd.**Adres:** Unit B, 20/F, Wing Hang Finance Centre 60 Gloucester Road, Wan Chai, Hong Kong**Yetkili Kişi:** E.S. SUH**Tel:** +852.2527.1663**Fax:** +852.2527.2287**E-mail:** suh@dl-hk.com

201300072 - Satım

MISIR

İskenderiye'deki 3200 m² alanındaki fabrikasında, el yapımı klasik mobilya ve antika mobilyaların yeniden üretimini ve ayrıca müşterilerinin talep ve isteklerine göre mobilya üretimi yapan firma, ürünlerini ihraç etmek istediğini bildiriyor.

Kayıt Tarihi: 26.03.2013**Firma Adı:** Misr Toronto for Furniture**Yetkili Kişi:** Ms. Salma El Gharabawy/ Başkan Yrd.**Tel:** +203.585.6510-11-12**Fax:** +203.585.6513**E-mail:** info@misrtoronto.com**Web:** www.misrtoronto.com

KÖMÜR, LİNYİT, TURBA VE KÖMÜR ESASLI DİĞER ÜRÜNLER

201300069 - İşbirliği

GÜRCİSTAN

Kafkasya bölgesindeki bir biyokütle üretim firmasının temsilciliğini yapan firma, buğday samanı peletleri (wheat straw pellets) üretimi yaptıklarını, ürünlerini satmak üzere Türkiye'de bu alanda faaliyet gösteren firmalarla bağlantı kurmak istediklerini bildiriyor.

Kayıt Tarihi: 12.03.2013**Firma Adı:** Caucasus Road Project LTD**Yetkili Kişi:** Niko Lortkipanidze**Head of Marketing Department****Tel:** + 99.595.96 0179**E-mail:** niko@crp.ge**Web:** www.crp.ge

GIDA MADDELERİ VE İÇECEKLER

201300074 - İşbirliği

KUZAY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ

Türk kahvesi üreticisi olan firma, Türkiye Cumhuriyetinde, Ortadoğu ve Avrupa ülkelerinde dağıtım için vermek üzere firmalarla bağlantı kurmak istediğini bildiriyor.

Kayıt Tarihi: 28.03.2013**Firma Adı:** Ergün Oza Kahve LTD**Adres:** Organize Büyük Sanayi Bölgesi 2. Sk No:3 GAZİMAGUSA**Yetkili Kişi:** Umut Oza**Tel:** +392.365.4017**E-mail:** info@ozakahve.com**Web:** www.ozakahve.com

ANA METALLER VE İLGİLİ ÜRÜNLER

201300070 - İşbirliği

RUSYA

Demir dışı metal işleme fabrikasına sahip olan firma, aşağıda belirtilen ürünlerini satmak üzere Türk firmalarla bağlantı kurmak istediklerini bildiriyor. Cam lifi, çimento ve diğer yapı malzemeleri üretimi için cam eritme ocakları, besleyiciler, değerli metallere laboratuvar malzemeleri; azotlu gübre üretimi için platin rodyum alaşımlarından katalizör yüzey ve tabanlar; float cam üretimi için kaplama nişanlar; nötr reaksiyonlu katalizör üretimi için platin, paladyum ve rodyumdan kristal ve eriyik halinde kimyasal bileşimler; petrokimya sektörü için değerli metallere kimyasal bileşimler ve laboratuvar malzemeleri; maden çevrelerinde değerli maden oranlarının ölçülmesi için CO standart numuneleri ve değerli metallere laboratuvar malzemeleri; demir-çelik fabrikaları için termoelektrot telleri ve değerli metallere laboratuvar malzemeleri, ısı ölçme cihazları üretimi için platin alaşımı termoelektrot telleri; buji üretimi için iridyum tel ve çubuklar.

Kayıt Tarihi: 14.03.2013**Firma Adı:** JSC "ENFMPP"**Yetkili Kişi:** Mikhail Gorobinsky/ Head of Marketing & Communications Department**Tel:** +7.343.3114746**E-mail:** mgorsky@ezocm.ru

MAMUL ÜRÜN VE MALZEMELER

201300073 - İşbirliği

RUSYA

Rusya'nın Mordovya Cumhuriyeti'nde kablo ve tel üretimi üzerine faaliyet gösteren şirket, Türk firmalarla işbirliği yapmak ve ürünlerini ihraç etmek istediğini bildiriyor.

Kayıt Tarihi: 26.03.2013**Firma Adı:** Opticenergo**Tel:** +7.8342.29-71-30**Fax:** +7.8342.48-07-77**E-mail:** info@opticenergo.ru**Web:** www.opticenergo.ru

201300071 - İşbirliği

ÇEK CUMHURİYETİ

Su atma tesisleri projeksiyonu, mühendislik ve üretimi konularında uzmanlaşmış olan firma, Otomotiv Endüstrisi, Enerji Endüstrisi, Sağlık Endüstrisi, Basım Endüstrisi, İlaç Endüstrisi ve İçme suyu Teknolojisi alanlarında faaliyet gösteren müşterilerinin bu alandaki ihtiyaç ve beklentilerine yönelik su kullanım hususunda farklı teknolojik çözümler sunmaktadır. Firma, Türk firmalarıyla işbirliği yapmak istediğini bildiriyor. Söz konusu teklif Birliğimize Çek Türk Müşterek Ticaret Odası aracılığı ile iletilmiştir.

Kayıt Tarihi: 21.03.2013**Firma Adı:** BKĜ Uprava vody s.r.o.**Adres:** Kovova ulice 1149 500 03**Hradec Kralove Czech Republic****Tel:** +420.495.406 030**E-mail:** info@bkg.cz**Web:** www.bkg.cz

GERİ KAZANILMIŞ İKİNCİL HAMMADDELER

201300068 - İşbirliği

ALMANYA

Sloplast adı verilen çeşitli alanlarda kullanılabilen plastik ürünler üretimi tesisleri kuran firma, tesisleri Türkiye'de kurulumak isteyen firmalarla bağlantı kurmak istediğini bildirmiştir. Firma, kurucağı komple üretim tesisindeki Sloplast sürecinden geçirilen plastik hammaddeleri (PE/PP) ile kumun kanştırılmasından geçirilen inşaat malzemesi üretilmiş olduğunu bildirmiştir. Firma, Sloplast'ın ağırlik tasarımıyla ilgili olarak, yüksek derecede dengeli olup, aşın hava koşullarına dayanıklılık özelliğine sahip olduğunu ve betonla da karşılaştırıldığında daha çok özelliğe sahip olduğunu belirtmiştir. Sloplast'ın bildirilen özellikleri: Beton ve taşın 3 kat daha fazla aşınmaya dayanıklıdır, su zorlanmalarında kırılmaya dayanıklıdır, yüksek ısı yalıtım sağlamaktadır, plastikten daha esnek ve beton dan daha sağlamdır, yağ, asit geçirmemektedir, uzun ömürlüdür, yeniden kullanılabilir, işlenebilir (biçme, kesme, delme, kaynak, yapıştırma, vb.), aynı amaç için üretilmiş diğer ürünlere göre %10 - %25 daha hafiftir, UV dayanıklıdır, su almaz, don tutmaz (kaldirım taşları -7°C -8°C'ye kadar donmaz). Kullanım alanları: İnşaat sektöründe Adan Zye her alan için üretimi ve kullanım alanlarıdır. Tuğla yapılabilir, kimya endüstrisinde anklam saklanması için güdürlü yapılabilir, demiryollarında rayların altına döşenen TRAVERS yapılabilir, binalara rutubet yalıtımı yapılabilir, zurla kaplama yapılabilir, çatılara güneş enerjisi uygun tabakalardan oluşan kitleler yapılabilir. Sloplast, deprem bölgesi olan Türkiye için çok büyük önem taşıyan bir testtir. Firma, tesisin üretim lisansıyla birlikte alınması gerektiğini belirtmiştir.

Kayıt Tarihi: 11.03.2013**Firma Adı:** SIOPLAST**Yetkili Kişi:** Yakup Yenisu**Tel:** +49.152.539 75 330**E-mail:** yakup.yenisu@gmx.de**Web:** www.sioplast.com

ELEKTRİK, GAZ, NÜKLEER ENERJİ VE YAKITLAR, BUHAR, SICAK SU VE DİĞER ENERJİ KAYNAKLARI

201300064 - İşbirliği

ALMANYA

Hava ve/veya toprakaltı ısısından yararlanarak ve çalışması için çok az elektrik enerjisi gerektiren ısıtma ve soğutma sistemleri üreticisi olan firma, Türkiye'ye de getirmeyi düşündüğü ısıtma sistemleri için başvurular yapmak istediğini bildirmiştir. Enerjinin ¼ünü hava/toprakaltıdan ve ¼ünü de elektrikten sağlayan sistemle %100 ısı konforu elde edildiği bildirilmektedir. Firma; sistemi kullanılan ısıtma ve soğutma güdülerinin bilinen en ekonomik yakıtlardan birisi olan doğalgazın bile ¼'ü kadar olduğunu ifade etmektedir. Konut, işyerleri ve enklam değeri binaların sıcak su gereksinimini de sağlayan sistem, kışın ısıtma, yazın da soğutma için kullanılabilir. Fosil yakıt kullanılmadığı için insan ve çevre dostu olan sistemlerin bakım masrafları olup, baca gerektirmemektedir. Uzun ömürlü olan sistemde ısı çubuğu da (hetzstab) kullanılmadığından (yerine özel bir Gaz (R 407 C) kullanılmaktadır) elektrik tüketimi çok az olmaktadır. Sessiz çalışan sistemin 3-4 katlı binalara bile, her kat istenilen ısı derecelerine ayarlanabilir biçimde kurulabilir ve ister bodrum katına istese binanın dışına yerleştirilebileceği için görünümü kirliliğine yol açmadığı bildirilmektedir. Yeni nesil binalarda enerji kimliğine yol katkı ediliyor ve bu nedenle çok önemli olduğu vurgulanan sistemin binanın nem ve rutubetini koruduğu ve enklam değerini artırdığı ve ayrıca yenilenebilir enerji olduğu için devlet teşviklerinden yararlandığı belirtilmektedir. Elektrik üretimi için çatılara kurulan fotovoltaik sistemlerden de yararlanabilen ve bu sayede elektrik giderleri iyice azalan bu sistemlerin fazla enerjiyi depolayabilen akü sisteminin de bulunduğu ve ayrıca 20°C'den -55°C'ye kadar sorunsuz çalıştığı bildirilmektedir. Alman-Türk Ticaret Odası İşbirliği içinde 27-31 Mayıs 2013 tarihleri arasında İstanbul'da yapılacak olan bir konferansın katılımcılarından olan bu üretim firma ile İstanbul'da görüşme olanığı bulunmaktadır.

Kayıt Tarihi: 04.03.2013**Firma Adı:** WAETAS TÜRKİYE GENEL DİSTRİBÜTÖRÜ**Yetkili Kişi:** Yakup Yenisu**Tel:** +49.152.539 75 330**E-mail:** yakup.yenisu@gmx.de**Web:** www.waetas.de

MİMARLIK, İNŞAAT, HUKUK, MUHASEBE VE İŞLETME KONULARINDA HİZMETLER

201300069 - İşbirliği

BULGARİSTAN

Firma, Bulgaristan'da iş yapmak isteyen Türk altyapı firmalarına danışmanlık hizmeti verebileceğini, dolayısıyla bu konuda potansiyel Türk firmalarıyla bağlantı kurmak istediklerini belirtmektedir. Söz konusu talep Birliğimize, T.C. Sofya Ticaret Müşavirliği vasıtasıyla iletilmiştir.

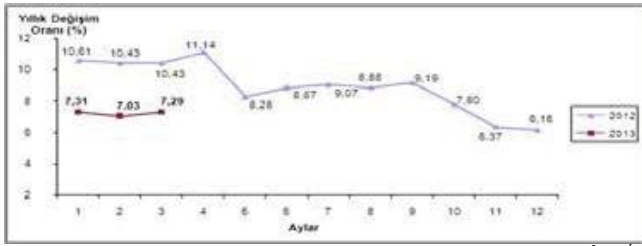
Kayıt Tarihi: 01.03.2013**Firma Adı:** STROYCONTROL-KK**Adres:** Sofia Gotse Delchev blv.22, office G5**Yetkili Kişi:** Vladimir Krathov**Tel/Fax:** +359.2.9515664**E-mail:** v.krathov@stroycontrol.com**Web:** www.stroycontrol.com

TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER

ENFLASYON

Mart ayında TÜFE'de aylık değişim %0,66 olarak gerçekleşti.

2013 yılı Mart ayında bir önceki aya göre %0,66, bir önceki yılın Aralık ayına göre %2,63, bir önceki yılın aynı ayına göre %7,29 ve on iki aylık ortalamalara göre %8,08 artış gerçekleşmiştir.

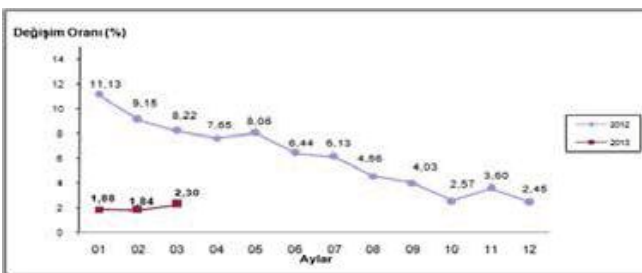


Kaynak: TÜİK

En Fazla Artan			En Fazla Azalan		
Sıra	Ürün Adı	Oran (%)	Sıra	Ürün Adı	Oran (%)
1	Sivri Biber	46,81	1	Kabak	-30,40
2	Dolmalık Biber	27,06	2	Salatalık	-25,76
3	Domates	20,92	3	Çizme (Kadın için)	-6,53

Üretici Fiyatlarında aylık %0,81 oranında artış gösterdi.

2013 yılı Mart ayında bir önceki aya göre %0,81, bir önceki yılın Aralık ayına göre %0,50 düşüş, bir önceki yılın aynı ayına göre %2,30 ve on iki aylık ortalamalara göre %4,23 artış gösterdi.



En Fazla Artan			En Fazla Düşen		
Sıra	Sektör Adı	Oran (%)	Sıra	Sektör Adı	Oran (%)
1	Basım ve yayım	5,10	1	Giyim eşyası imalatı	-0,29
2	Motorlu kara taşıtı, römork, yan römork imalatı	3,71	2	Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri	-0,09
3	Büro makineleri imalatı	3,53	3	Tıbbi, hassas ve optik aletler imalatı	-0,03

İSTİHDAM VE İŞSİZLİK

Ocak 2013 döneminde işsizlik oranı %10,6'dır.

Türkiye genelinde işsiz sayısı 2013 yılı Ocak döneminde geçen yılın aynı dönemine göre 226 bin kişi artarak 2 milyon 890 bin kişiye yükselmiştir. İşsizlik oranı ise 0,4 puanlık artış ile %10,6 seviyesinde gerçekleşti. Tarım dışı işsizlik oranı 0,5 puanlık artış ile %12,9, 15-24 yaş grubunu içeren genç işsizlik oranı ise 2,3 puanlık artış ile %20,7 oldu.

İşgücüne katılma oranı ise %49,5.

2013 yılı Ocak döneminde, Türkiye genelinde işgücüne katılma oranı, bir önceki yılın aynı dönemine göre 1,3 puanlık artışla %49,5 olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemler için yapılan kıyaslamalara göre; erkeklerde işgücüne katılma oranı 0,7 puanlık artışla %70,4, kadınlarda ise 2,1 puanlık artışla %29,3 olarak gerçekleşmiştir.

	TÜRKİYE		KENT		KIR	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Kurumsal olmayan nüfus (000)	73 174	74 033	50 186	50 675	22 989	23 358
15 ve daha yukarı yaştaki nüfus (000)	54 283	55 169	37 469	37 916	16 814	17 253
İşgücü (000)	26 139	27 323	17 651	18 418	8 488	8 905
İstihdam (000)	23 475	24 433	15 540	16 196	7 935	8 237
İşsiz (000)	2 664	2 890	2 111	2 223	553	668
İşgücüne katılma oranı (%)	48,2	49,5	47,1	48,6	50,5	51,6
İstihdam oranı (%)	43,2	44,3	41,5	42,7	47,2	47,7
İşsizlik oranı (%)	10,2	10,6	12,0	12,1	6,5	7,5
Tarım dışı işsizlik oranı (%)	12,4	12,9	12,2	12,3	13,2	15,5
Genç nüfusta işsizlik oranı (%)	18,4	20,7	20,3	22,5	13,9	17,0
İşgücüne dahil olmayanlar (000)	28 144	27 846	19 819	19 498	8 325	8 348

(1) 15-24 yaş grubundaki nüfus Not: Rakamlar yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.

DIŞ TİCARET

2013 Şubat ayında ihracat %5,8 arttı.

2013 yılı Şubat ayında, 2012 yılının aynı ayına göre ihracat %5,8 artarak 12.435 milyon dolar, ithalat %9 artarak 19.394 milyon dolar olarak gerçekleşti. Şubat ayında dış ticaret açığı %15,2 artarak 6.039 milyon dolardan, 6.958 milyon dolara çıktı. 2012 Şubat ayında %66 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı, 2013 Şubat ayında %64,1'e geriledi.

Avrupa Birliği'nin ihracatı %3,5 arttı.

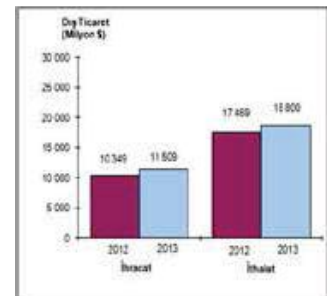
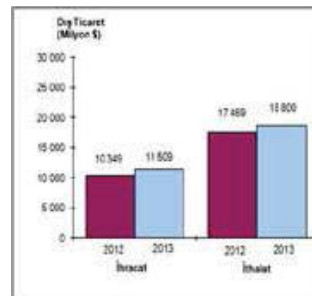
2012 Şubat ayında %41,9 olan Avrupa Birliği'nin (AB) ihracattaki payı, 2013 Şubat ayında %41'e geriledi. AB'ye yapılan ihracat, 2012 yılının aynı ayına göre %3,5 artarak 5.095 milyon dolar olarak gerçekleşti.

En çok ihracat Almanya'ya

2013 Şubat ayında en fazla ihracat yapılan ülke Almanya oldu. Bu ülkeye yapılan ihracat 2012 Şubat ayına göre %1,8 artarak 1.089 milyon dolar olurken Almanya'yı sırasıyla Irak (851 milyon dolar), İngiltere (682 milyon dolar) ve Birleşik Arap Emirlikleri (606 milyon dolar) takip etti.

İthalatta ilk sırayı Rusya aldı.

Rusya Federasyonu ithalatta ilk sırada yer aldı. Bu ülkeden yapılan ithalat %9,4 artarak 2.015 milyon dolar olarak gerçekleşti. Rusya Federasyonu'nu sırasıyla Almanya (1.876 milyon dolar), Çin (1.829 milyon dolar) ve ABD (954 milyon dolar) izledi.



Kaynak: TÜİK

GAYRİ SAFİ YURT İÇİ HASILA**2012 yılında büyüme %1,4 olarak gerçekleşti.**

Üretim yöntemi ile hesaplanan gayri safi yurtiçi hasıla tahmininde, 2012 yılı dördüncü üç aylık çeyreği bir önceki yılın aynı çeyreğine göre cari fiyatlarla %7,4'lük artışla 364.177 Milyon TL, sabit fiyatlarla %1,4'lük artışla 29.935 Milyon TL oldu.

Takvim etkisinden arındırılmış sabit fiyatlarla GSYH 2012 yılı dördüncü üç aylık çeyreği bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %1,4'lük artış gösterirken, mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış GSYH değeri bir önceki döneme göre %0,0 oldu.

Gayri Safi Yurtiçi Hasıla Sonuçları, "IV. Çeyrek 2012"

Yıl	Çeyrek	Cari fiyatlarla GSYH		Cari fiyatlarla GSYH		Sabit fiyatlarla GSYH	
		(Milyon TL)	Gelişme hızı %	(Milyon \$)	Gelişme hızı %	(Milyon TL)	Gelişme hızı %
2011	F	289 905	20,3	183 058	16,9	29 303	12,4
	M	317 292	19,3	202 562	17,0	28 053	9,3
	E	351 173	18,8	202 981	3,7	31 177	8,7
	IV	359 243	14,7	184 778	-9,0	29 535	5,3
2012	Yıllık	1 287 713	18,1	773 980	6,8	116 176	8,8
	F	328 880	12,8	181 543	-1,2	27 287	3,3
	M	348 340	10,1	193 528	-4,8	28 856	2,0
	II	376 459	7,2	208 844	2,8	31 697	1,0
2012	IV	364 177	7,4	202 560	9,6	29 935	1,4
	Yıllık	1 416 817	9,2	766 293	1,6	117 764	2,2

MERKEZİ YÖNETİM BÜTÇESİ

2013 Ocak-Mart döneminde bütçe, 897 milyon TL açık verdi.

Merkezi yönetim bütçesi 2012 yılı Ocak-Mart döneminde 6,4 milyar TL açık vermiş iken 2013 yılı aynı dönemde 897 milyon TL açık vermiştir. 2012 yılı Ocak-Mart döneminde 10,9 milyar TL faiz dışı fazla verilmiş iken bu yılın aynı döneminde 14,3 milyar TL faiz dışı fazla verilmiştir.

2013 yılı Ocak-Mart döneminde bütçe gelirleri geçen yılın aynı dönemine göre %21,6 artarak 94,1 milyar TL olmuştur. Bütçe giderleri ise %13,3 oranında artarak 95 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. 2013 Ocak-Mart döneminde vergi gelirleri geçen yılın aynı ayına göre %20 artarak 77,4 milyar TL olmuştur. Faiz hariç bütçe giderleri ise %20,1 artarak 79,9 milyar TL olmuştur.

Merkezi Yönetim Bütçesi (Milyon TL)

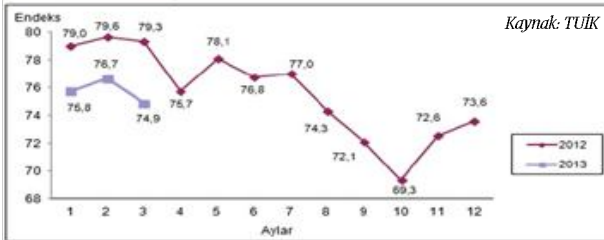
MİLYON TL	2012		2013		Değişim Oranı (%)
	Yıllık Gerç.	Ocak-Mart	Bütçe	Ocak-Mart	
Bütçe Gideri	360.491	83.850	404.046	95.037	14,8
Bütçe Geliri	331.700	77.418	370.095	94.140	24,8
Bütçe Dengesi	-28.791	6.431	-33.951	897	
Faiz Dışı Fazla	19.625	10.892	19.049	14.251	12,3

TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİ**2013 Mart ayında Tüketici güveni azaldı.**

2013 Mart ayında Tüketici Güven Endeksi, bir önceki aya göre %2,3 oranında azaldı; Şubat ayında 76,7 olan endeks Mart ayında 74,9 düştü.

Tüketici Güven endeksindeki azalış, gelecek dönem işsiz sayısı beklentisi, genel ekonomik durum beklentisi, gelecek dönem tasarruf etme ihtimali ve gelecek dönem hane maddi durumlarına dair değerlendirmelerinin kötüleşmesinden kaynaklanmaktadır.

Tüketici Güven Endeksi, Mart 2013



Kaynak: TÜİK

REEL KESİM GÜVEN ENDEKSİ**2013 Mart ayında endeks, bir önceki aya göre 4,6 puan artarak 112,1 seviyesinde gerçekleşmiştir.**

Endeks incelendiğinde, gelecek üç aydaki üretim hacmi, gelecek üç aydaki ihracat sipariş miktarı, gelecek üç aydaki üretim hacmi, gelecek üç aydaki ihracat sipariş miktarı, mevcut toplam sipariş miktarı, genel gıda, son üç aydaki toplam sipariş miktarı, gelecek üç aydaki toplam istihdam, sabit sermaye yatırım harcamasına ilişkin değerlendirmeler endeksi artış yönünde; Mevcut mamul mal stok miktarına ilişkin değerlendirmenin endeksi düşürecek etkisi olmamıştır.



Kaynak: TCMB

SEKTÖREL GÜVEN ENDEKSLERİ**2013 Mart ayında hizmet, perakende ticaret ve inşaat sektörü güven endeksleri arttı.**

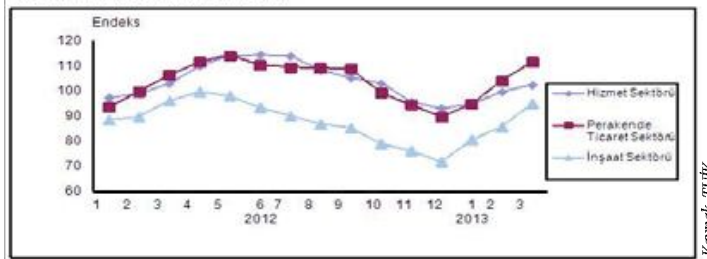
Bir önceki aya; 99,6 olan hizmet sektörü güven endeksi 102,2; 104 olan perakende ticaret sektörü güven endeksi 111,4; 85,5 olan inşaat sektörü güven endeksi 94,9 değerine yükseldi.

Hizmet Sektörü Güven Endeksindeki artış, son üç aylık iş durumu, son üç aylık hizmetlere olan talep ve gelecek üç aylık dönemde hizmetlere olan talep beklentisinde sırasıyla %1,7, %1,2 ve %4,1'lik artışlardan kaynaklandı.

Perakende Ticaret Sektörü Güven Endeksindeki artış, gelecek üç aylık dönemde iş-hacmi-satışlar beklentisi alt endeksindeki %11,4'lük iyileşmelerden kaynaklandı.

İnşaat Sektörü Güven Endeksindeki artış ise, gelecek üç aylık toplam çalışan sayısı beklentisinde alt endeksindeki %15,9'luk ve alınan kayıtlı siparişlerin mevcut düzeyi alt endeksindeki %3,1'lik artıştan kaynaklandı.

Sektörel Güven Endeksleri, Mart 2013



Kaynak: TÜİK

Sektörel Güven Endeksleri 0-200 aralığında değer alabilmekte, endeksin 100'den büyük olması sektörün mevcut ve gelecek döneme ilişkin iyimserliğini, 100'den küçük olması ise kötümserliğini göstermektedir.

SANAYİ ÜRETİM ENDEKSİ**2013 Şubat ayında sanayi üretimi %1,5 arttı.**

Sanayinin alt sektörleri incelendiğinde, 2013 yılı Şubat ayında bir önceki yılın aynı ayına göre;

- Madencilik ve taş ocaklığı sektörü endeksi %2,2,
- İmalat sanayi sektörü endeksi %2,0 artarken,
- Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtım sektörü endeksi %1,9 azalmıştır.

Ocak 2013 (2010=100)	Anndılmamış		Mevsim ve Takvim Etkisinden Anndılmış	
	Endeks	Endeks	Değişim (Yıllık)	Değişim (Aylık)
SEKTÖR				
Toplam Sanayi	104,6	104,1	115,5	4,4
Madencilik ve Taşocaklığı	88,5	88,2	107,9	-3,2
İmalat Sanayi	105,8	105,3	117,1	7,0
Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Ürt. ve Dağıtım	104,2	103,9	108,7	-7,2

Kaynak: TÜİK

Bu çalışma yalnızca bilgilendirme amaçlıdır. Çalışmada yer alan analiz ve değerlendirmeler yatırım tavsiyesi olarak yorumlanmamalıdır. Veriler kamuya açık ve güvenilir olduğu düşünülen kaynaklardan derlenmiştir. Çalışmadaki bilgiler Konya Ticaret Odası için bağlayıcı değildir.

İSLAM'DA TİCARİ HAYAT

Faiz Yasağı (2)

Sünnette Faiz Yasağı

Hz. Peygamber'in sünneti, Kur'an'ın koyduğu "faiz yasağı" ilkesini açıklamış, uygulamasını göstermiş, ayrıca Kur'an'da işaret edilmeyen bazı işlemleri de faiz olarak nitelendirip yasaklamıştır. Meselâ, Hz. Peygamber Vedâ haccında şöyle buyurmuştur. "Dikkat edin. Câhiliye döneminin faizlerinin hepsi de kaldırılmıştır. Ana paralarınız sizindir. Bu suretle ne haksızlığa uğratılmış, ne de haksızlık yapmış olursunuz..." (Ebû Dâvûd, "Büyü", 5). Bir başka hadiste de, "Faiz ancak veresiyededir" (Buhârî, "Büyü", 79; Müslim, "Müsâkat", 101-103) buyururken Câhiliye döneminde yaygın olan "vade karşılığı alacağı artırma" âdetine işaret etmiştir.

Buna ilâve olarak Hz. Peygamber, kendi döneminde uygulanan işlemleri ve alım satım türlerini de, ya faize yol açacağı, ya da faiz olduğu için yasaklamıştır. Meselâ, "eşyâ-yı sitte" veya "emvâl-i ribevîyye" hadisi diye meşhur bir hadiste şöyle buyurmuşlardır: "Altına mukabil altını, gümüşe mukabil gümüşü, buğdayla buğdayı, arpa ile arpayı, hurma ile hurmayı, tuza mukabil tuzu satmayınız. Ancak eşit miktarlarda ve peşin olursa o müstesna. Her kim artırır veya fazla alırsa faiz alıp vermiş olur. Bunda alan ile veren arasında fark yoktur." Hadisin başka yoldan gelen rivayetlerinin son kısmında "Cinsler değişirse peşin olmak şartıyla nasıl satarsanız satınız. Peşin olmak kaydıyla altını gümüşle, gümüşü altınla, buğdayı hurmayla, arpayı hurmayla satabilirsiniz..." (Buhârî, "Büyü", 77-81; Müslim, "Müsâkat", 79-85) ilâveleri vardır.

Bu konuda birçok hadis rivayet edilmiş olup bunlarda Hz. Peygamber özetle, altın ve gümüşün, hurma, buğday, arpa ve tuzun (ve aşağıda

görüreceği üzere bu özellikteki gıda maddelerinin) aynı cins karşılıkla vadeli veya fazla karşılıklı değişimini yasaklamış, cinslerin değişmesi halinde, peşin olması kaydıyla mübâdeleye izin vermiş, altın veya gümüş ile para olmayan değişiminde ise peşin ve eşit olma şartlarını aramamıştır. Aynı şekilde kuru hurma ile yaş hurmanın, iyi cins hurma ile kötü cins hurmanın fazlalıkla değişimi, gümüşün vadeli olarak altın karşılığı satımı yasaklanmış, altının altınla, gümüşün gümüşle değişimine ancak peşin ve tartıların eşit olması halinde izin verilmiştir. Hatta Resûlullah, üzerinde altın bulunan bir gerdanlığın bile altının ayrıldıktan sonra satılmasını istemiş (Müslim, "Müsâkat", 89-90), iki ölçek kötü cins hurmayı verip bir ölçek iyi cins hurma alan sahâbiye böyle bir işlemin faiz olduğunu belirterek, "Sakin böyle yapma! İyi cins hurma almak istediğin zaman önce kalitesi düşük hurmayı parayla sat, sonra eline geçen para ile iyi cins hurma satın al" (Müslim, "Müsâkat", 96) buyurmuştur.

Hz. Peygamber aynı cins iki şeyin biri diğerinden fazla olarak değişimini, hatta dalındaki yaş hurma ile kuru hurmanın tahminen değişimini de (bey` u'l-müzâbene) yasaklamıştır. Ancak Medine'de bahçe sahiplerinin bu yöndeki ihtiyaçlarını ve isteklerini göz önüne alarak Resûl-i Ekrem bahçe sahipleri için dalındaki yaş hurmayı, tahmin suretiyle aynı miktarda kuru hurma ile değişime (bey` u'l-arâyâ, bey` u'l-ariyye) izin vermiştir. Halbuki ağaçtaki hurmanın fazla olması ihtimali göz önüne alınırsa bu fazlalık faiz olur. Fakat Hz. Peygamber belli bir ihtiyaca binaen genel kuraldan bir istisna olarak buna izin vermiştir. Ariyye satışına 5 veskten (yaklaşık 900-1000 kg.) aşağısı için izin verdiği

rivayetleri de göz önüne alınca Resulullah'ın bahçe sahiplerinin veya elinde kuru hurma bulunup taze hurma yemek isteyenlerin bu yöndeki ihtiyacını ve isteğini mâkul karşıladığı, böyle küçük çaptaki bir değişimin faize, sömürü ve aldatmaya yol açmayacağı için izin verdiği söylenebilir. Bu izinden hareketle yaş üzüm ile kuru üzümün değişimini câiz gören mezhepler de vardır.

Buğday, hurma, arpa vb.'nin fazlalıkla değişimi yasağı ve dalında henüz olgunlaşmamış meyvenin satışı yasağı ile ilgili hadisler birlikte ele alınınca, buradaki asıl amacın bahçe sahiplerinin ve üreticilerin korunması, paraya olan ihtiyaçlarının istismar edilerek kandırılmalarının önlenmesi olduğu sonucuna varılabilir.

Görüldüğü üzere Kur'an, kesin bir ifade ile Câhiliye faizi, borç faizi (ribe'd-deyn) veya ribe'n-nesie denilen, "vade karşılığında alacağın miktarın artırılması" şeklindeki faizi yasaklamış, sünnet de bu yasağı teyit etmiştir. Buna ilâve olarak sünnet, Araplar arasında câri olup pek faiz olarak görülmeyen bazı ticarî işlemleri ve mübâdele şekillerini de yasaklamıştır. Bu o günkü Arap toplumu için de yeni bir durum olup daha sonra İslâmî literatürde bu ribe'l-fadl veya alışveriş faizi adıyla anılır olmuştur. Birinci nevi faizin, yani vade sebebiyle tahakkuk ettirilen fazlalığın haramlığında hiçbir tartışma ve tereddüt bulunmamaktadır. Buna karşılık paranın ve gıda maddelerinin peşin olarak fakat fazlalıkla değişiminin (ribe'l-fadl) yasaklanmış olmasının gerekçesi ve illeti üzerinde farklı görüşler bulunduğundan, bu yasağın ölçüsü, sınırı ve hangi cins ve nevi malları kapsadığı hususu tartışmalıdır.

Kaynak : http://www.diyabet.gov.tr/yayin/basiliyayin/yweb_kitap.asp?id=915&id=36



İslam Da Ticaret

MAKSAT REKLAM OLSUN!

Ürünlerimizin çok daha fazlası için;
www.moduldisplay.com

Ekipmanları
bizden...



Nişantaşı Mah. Kalemkar Sk. No: 14/A Selçuklu/KONYA
Tel: 0332 238 60 02 - 0332 238 80 00
Fax: 0332 238 00 21 info@moduldisplay.com


ModülDisplay
MODÜLER TANITIM MATERYALLERİ

2013 YILI FUAR TAKVİMİ

BAŞLAMA	BİTİŞ	FUARIN ADI	KONUSU	BAŞLICA ÜRÜN HİZMET GRUPLARI	TÜRÜ	YER	ŞEHİR
05.06.2013	08.06.2013	Natural Stone 2013 10. Uluslararası Mermer, Doğal Taş Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı	Mermer, Doğal Taş ve Teknolojileri	Mermer Granit Traverten ve Doğal Taşlar	Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
05/06/2013	11/06/2013	4.Dossodossi Moda Gösteri Fuarı	Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri ve Kumaş Fuarı	Hazır Giyim, Moda, Kumaş, Konfeksiyon Yan Sanayi	İhtisas Fuarı	Antalya Fuar Merkezi	Antalya
06.06.2013	09.06.2013	Animalia İstanbul 2013 10. Hayvancılık ve Teknolojileri Uluslararası Fuarı	Hayvancılık ve Teknolojileri, Süt/ Besi Endüstrisi, ve Ekipmanlar, Organik Süt ve Et Ürünleri	Süt Ve Besi Sığırcılığı Entegreleri, Canlı Hayvan Ticareti, Damızlık, Birlikleri, Yem Hammadde ve Yem Katkı Üreticileri, Sperma, Besleme, Sulama Sistemleri,	Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
06.06.2013	09.06.2013	WIN Metal Working'13 18. Makine İmalatı ve Metal İşleme Teknolojileri Fuarı	Makine İmalatı ve Metal İşleme Teknolojileri	Metal İşleme Makineleri, Özel ve Metal İşleri Dışındaki Makineler, Makine Parçaları, El Aletleri, Fabrika Ve Dükkan Yerleşim Aletleri, Basınçlı Hava Sistemleri, İş Güvenliği ve Endüstriyel Malzemeler,	Uluslararası İhtisas Fuarı	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul
06.06.2013	09.06.2013	WIN Surface Treatment '13 7. Yüzey İşleme Teknolojileri Fuarı	Yüzey İşleme Teknolojileri	Yüzey Temizleme Ve Ön İşlem Malzemeleri, Boya Ve Plastik Kaplama Sistemleri, Galvaniz Sistemleri, Özel Yüzey Kaplama Teknolojileri, Boya Vernik	Uluslararası İhtisas Fuarı	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul
06.06.2013	09.06.2013	WIN Welding'13 13. Birleştirme, Kaynak ve Kesme Teknolojileri Fuarı	Birleştirme, Kaynak ve Kesme Teknolojileri	Kaynak Ve Kesme Makine Ve Aletleri, Kaynak Otomasyon Servisleri Sistemleri, Kaynak Ve Dolgu Malzemeleri, Kaynak Hizmetleri	Uluslararası İhtisas Fuarı	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul
06.06.2013	09.06.2013	2. İstanbul Av, Silah ve Doğa Sporları Fuarı	Av, Silah ve Doğa Sporları Ürünleri	Av ve Avcılık Malzemeleri, Doğa Sporları Malzemeleri,	İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
11.06.2013	12.06.2013	22.ACI Avrupa Genel Kongresi ve Fuarı	Havalimanları, Sivil Havacılık	Havalimanları ve Havayollarında Ürün ve Hizmet Sağlayan Firmalar	İhtisas Fuarı	İstanbul Kongre Merkezi	İstanbul
12.06.2013	15.06.2013	1.Uludağ Sağlık Turizmi ve Fuarı	Sağlık Turizmi, Kaplıcalar, Hastaneler, Huzurevleri, Oteller, Ürün ve Hizmetler	Oteller, Hastaneler, Tedavi Yöntemleri, Sağlık Merkezleri, Huzurevleri, Havayolu ve Turizm Firmaları, İlaç Firmaları, Ürün ve Hizmetler	İhtisas Fuarı	Mete Cengiz Kongre ve Fuar Alanı	Bursa
13.06.2013	15.06.2013	VIV TÜRKİYE 2013 Tavukçuluk Teknolojileri Uluslararası İhtisas Fuarı	Tavukçuluk ve Teknolojileri	Besleme, Sulama Sistemleri, Yem Hammaddeleri Ve Makinaları, Hayvan Sağlığı, Hijyen, Çiftlik ve Ticari Araçları	Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
13.06.2013	15.06.2013	Beauty Eurasia 9.Uluslararası Kozmetik, Güzellik Kuaför Fuarı	Kozmetik, Güzellik, Parfüm, Estetik, Kuaför, Temizlik	Renkli Kozmetik, Parfüm, Deodorant, Cilt Bakım Ürünleri, Dermakozmetik, Kuaför, Güzellik Salonları için Ürün ve Ekipmanlar, Kozmetik Ambalaj, Hammadde, Doğal Ürünler,	Uluslararası İhtisas Fuarı	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul
13.06.2013	16.06.2013	REW İstanbul 2013 9.Uluslararası Geri Dönüşüm, Çevre Teknolojileri ve Atık Yönetimi Fuarı	Geri Dönüşüm, Çevre Teknolojileri ve Atık Yönetimi	Katı Atık, Su ve Atık Su, Arıtma Çamurları, Atık Gaz, Enerji, Genel Ekipmanlar, Kentsel Çevre Temizlik Araç ve Gereçleri, Geri Dönüşüm Sistem ve Ekipmanlar	Uluslararası İhtisas Fuarı	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul
13.06.2013	16.06.2013	Afyon Mermer Fuarı	Mermer Doğaltaş ve Teknolojileri	Mermer, Traverten, Limestone, Andezit Bazalt ve Diğer Doğaltaşlar, İş ve Ocak Makineleri, Fabrika ve Atölye Makinaları ve Sarf Malzemeleri	İhtisas Fuarı	Kültürpark Belediye Fuar Alanı	Afyon
13.06.2013	16.06.2013	DLG-ÜÇP Tarla Günleri 2013	Açık Alan Uygulamalı Tarım Fuarı	Tohumlar, Gübreler, Zirai İlaçlar, Tarım Makineleri, Fidanlar Sulama Ekipmanları, Sera Teknolojileri, Fidler, Hayvancılık, Gıda	İhtisas Fuarı	Bahri Dağdaş Tarımsal Araştırma Enstitüsü Alanı	Konya
13.06.2013	16.06.2013	25. Uluslararası Anne Bebek Çocuk Ürünleri Fuarı	Anne, Bebek ve Çocuk Ürünleri	Taşıma Araç Gereçleri, Bisiklet, Güvenlik, Hazır Giyim, Oyuncak, Mobilya, Ev Tekstili, Kozmetik, Gıda, Beslenme Araçları	Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
14/06/2013	16/06/2013	12. Eczacılık Fuarı	Eczacılık ve Teknolojileri	Beşeri İlaçlar, OTC, Demo Kozmetik, Donanım Ekipman, Sarf Malzemeleri, Bebek Ürünleri	İhtisas Fuarı	Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı	İstanbul
18.06.2013	19.06.2013	Türkiye Madencilik Show 2013	Türkiye Madencilik Sektörü, Yatırımlar ve Gelişmeler	Madencilik Projeleri, Araştırma Teknolojileri, Üretim Teknolojileri, Madencilik Ekipman ve Makineleri	İhtisas Fuarı	İstanbul Kongre Merkezi	İstanbul
20.06.2013	22.06.2013	İTVF- İstanbul TV Forum ve Fuarı	TV Market ve Yayıncılık Forum ve Fuarı	İçerik Üreticisi, Telif Hakkı Sahibi, Prodüksiyon, Dağıtım Platformları ve Cihazlar, Çözüm Sağlayıcılar ve Hizmetler, Yayıncılık Teknolojileri	İhtisas Fuarı	Haliç Kongre Merkezi	İstanbul
20.06.2013	23.06.2013	29.Konya Ayakkabı Yan Sanayi ve Moda Fuarı (Kış Modelleri)	Ayakkabı, Ayakkabı Yan Sanayi ve Modası	Ayakkabı, Ayakkabı Makinesi, Taban, Kalıp, Deri, Çanta, Bavul, Cüzdan, Aksesuar	İhtisas Fuarı	KTO Tüyap Konya Uluslararası Fuar Merkezi	Konya
20.06.2013	23.06.2013	Ayakkabı Kış "34. İzmir Ayakkabı, Çanta ve Aksesuarları Fuarı"	Ayakkabı, Çanta ve Aksesuarları	Ayakkabı, Çanta ve Aksesuarları	İhtisas Fuarı	Uluslararası İzmir Fuar Alanı	İzmir
20.06.2013	23.06.2013	TRIKONFEX 3. Triko, Triko İpliği, Konfeksiyon ve Teknolojileri	Triko, Triko İpliği, Konfeksiyon ve Teknolojileri	Triko, Triko İpliği, Konfeksiyon ve Teknolojileri	İhtisas Fuarı	OFM Ortadoğu Fuar Merkezi	Gaziantep
26.06.2013	29.06.2013	İstanbul Beyaz Eşya, Elektrikli Ev Aletleri, İnnovatif Ev Teknolojiler ve Yan Sanayileri Fuarı	Beyaz Eşya, Tüketici Elektroniği, Yan Sanayi	Beyaz Eşya, Tüketici Elektroniği, Elektrikli Ev Aletleri, Mutfak Sistemleri, Yan Sanayi Ürünleri	İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul

Kahvaltıda bize buyrun...



HORANTA
MANGAL

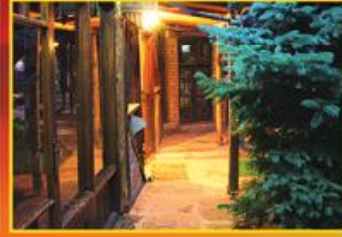
www.horantamangal.com

Rezervasyon: 0332 323 13 33 - 324 13 33



Hoşgeldin

Ya Şehri Ramazan



REZERVASYON

0332 **327 34 34 327 34 35**

Karahüyük Mah. Hatıp Yolu Üzeri **KONYA**

REZERVASYON

0332 **325 10 32 325 10 33**

Köyceğiz Caddesi Huzurevi Yanı **KONYA**

Hazbahçe

Botanik Aile Dinlenme Bahçesi

Royal Halı,
Kaşmir Halı ve Arçelik
Showroom şimdi de
Beyşehir Çevreyolunda



"Kahve'ye
bekliyoruz"



 KAŞMİR HALI

ROYAL

IDAS® yatak
baza başlık

 arçelik

GRUNDIG

SONY

Yeni



ice maker, No-Frost 605 lt A+

 in love



Ankastre

 Klima



47.000 BTU/H



Anıt arçelik
KAMIŞÇIOĞLU

DAYANIKLI TÜK. MALL. İNŞ. VE MOT. ARAÇ. TİC. LTD.

Mağaza 1 **Anıtta**

☎ 0332 320 1717

www.kamisciogluarcelik.com / bilgi@kamisciogluarcelik.com

Mağaza 2 **Beyşehir Çevreyolunda**

☎ 0332 247 9393

YEŞİL KÖŞK VİLLALARI

Villa anlayışını
Köşk ile birleştiriyoruz!



ARTIK TATİLE GİTMENİZE GEREK KALMAYACAK!

Her Villada;

Fantazi Yüzme Havuzu

Sauna

Türk Hamamı

Fitness

Spor Odası

500 m²

Güvenlik

Modern Bahçe

Mükemmel İç Tasarım

Çocuk Oyun Odası

Çocuk Parkı

Süs Havuzu



Ofis: 0332 320 25 14 - Gsm: 0545 637 15 80
Adres: Yeni Selçuk Mah. Çevre Yolu Cad. Horasanlı Site Altı
No:4/A Selçuklu/KONYA www.safirainsaat.com



SAFİRA
İNŞAAT & MİMARLIK