

## BAŞLARKEN >

### Değerli Üyelerimiz

Son on yılda ihracatta ülke ortalamasının üzerinde performans kaydeden şehrimiz, geçtiğimiz yıl uluslararası alanda görülen ekonomik ve siyasi olumsuzluklara rağmen 1 milyar dolar barajını geçmeyi başarmıştır. 2011'de AB'de görülen ekonomik yavaşlama diğer taraftan başta Suriye olmak üzere diğer Ortadoğu ve Afrika ülkelerinde yaşanan sıkıntılara rağmen Konya ihracatını bir önceki yıla göre yüzde 20 oranında artırmıştır. Bu performansla devam edersek 2023 yılında 15 milyar dolar ihracat rakamlarına ulaşacağız. Şehrimizin bu ekonomik potansiyelini değerlendirmemiz açısından, küresel ekonomik gelişmelere karşı üyelerimizi daha iyi yönlendirmemiz gerekmektedir. Oda olarak hizmetlerimizi bu yönde yoğunlaştırmaktayız.

Konya'nın 2012 hedefleri doğrultusunda Oda bütçemizi hazırladık. Şehrimizin dış ticaretinde Avrupa Birliği, Afrika ve Ortadoğu ülkeleri ilk sıralarda yer almaktadır. Bu açıdan, yurt dışı pazar ağıımızı genişletmek, yeni iş bağlantıları kurmak 2012'de temel hedefimizdir. 2012 bütçemizi bu doğrultuda oluşturduk. Bütçe kalemlerimizde yer alan dış ticaret ile ilgili belgelerde alınan ücretlerde indirim gidildi. Ayrıca 2012'de artan ekonomik risklere karşı üye aidatlarında ve diğer belge ücretlerinde de artış uygulanmadı.

### Değerli üyelerimiz

2012'de beklenen küresel durgunluğun ülkemizi de etkileyeceğini düşünmekteyiz. 2012 yılı ekonomik tahminleri ile ilgili kamuoyunda 2012 yılında bir önceki yıla göre daha az büyüyeceğimiz öngörüsü doğrultusunda yanlış bir yönlendirme görülmektedir. 2012 yılında küresel durgunluğa rağmen ülkemizin büyümeye devam ederek yüzde 4 civarında büyümesini beklemekteyiz. Devam edecek büyümemize rağmen ülkemiz ekonomisi açısından ihtiyatlı iyimserlik içindeyiz. 2012'de cari açık sebebiyle döviz kurundaki dalgalanmalar ve yüksek enflasyon risk oluşturmaya devam edecektir. Hükümetimizin cari açığı yerli üretimi teşvikle kapatmaya yönelik tedbirler alması 2012'de iş dünyası için motive edici olacaktır. Yeni Teşvik Yasası ve Özel Ekonomi Bölgeleri Yasası bu yıl üretime dayalı büyümemizi destekleyecektir.

Değerli üyelerimiz, Güney Kore modeli örnek alınarak Türkiye'nin farklı bölgelerinde oluşturulması planlanan özel ekonomi bölgelerinden birinin mutlaka Konya'ya kurulması gerektiğini düşünüyoruz. Özel ekonomi bölgelerinde firmalara çok özel teşvikler uygulanmaktadır. Sanayinin yanı sıra ticaret için de uygulanan teşviklerle özel bir alanda bir ticaret merkezi olarak tasarlanmaktadır. Konya'nın üretim ve ticaret potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda Özel ekonomi bölgesine sahip olması gerektiğini düşünüyoruz. Bu proje Konya'yı 2023 yılına taşıyacak en önemli projedir. Projenin geliştirilmesi için Konya-Karaman-Taşucu çift hatlı demiryolu projesinin en kısa sürede tamamlanması gerekmektedir.

### Değerli üyelerimiz,

Fransa Meclisi'nde kabul edilen sözde Ermeni soykırımıyla ilgili yasa tasarısının Türkiye- Fransa diplomatik ve ekonomik ilişkilerini zedeleyeceğini defalarca belirtilmişti. KTO Yönetimi olarak Fransa'yı bu art niyetinden dolayı kınıyoruz. Ayrıca bu art niyetli tutumun devam etmesi halinde Fransız mallarını boykot edeceğimizi ve Fransa ile ticari ilişkilerimizi askıya alacağımızı ilgililere bildirdik.

### Değerli üyelerimiz

Çek Yasası, Yeni Teşvik Kanunu ve Özel Ekonomi Bölgeleri Yasası ile ilgili Konya'daki Odalar olarak görüş ve düşüncelerimizi de yetkililere aktardık. Ümit ediyoruz ki bu görüş ve önerilerimiz dikkate alınır, özellikle ekonomi bölgeleri ile ilgili görüşlerimiz olumlu sonuç verir ve Konya'ya özel ekonomi bölgesini kazandırır diye düşünüyorum.

Selçuk ÖZTÜRK  
Yönetim Kurulu Başkanı



KONYA TİCARET ODASI  
yeni  
**ipek yolu**  
dergisi

**İMTİYAZ SAHİBİ**

Konya Ticaret Odası Adına  
Yönetim Kurulu Başkanı  
Selçuk ÖZTÜRK

**GENEL YAYIN YÖNETMENİ**  
Özhan SAY

**YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ**  
Mustafa AKGÖL

**YAYIN KURULU**

Nurettin OK  
Mesut İNCE  
Servet KAHVECİ  
Mehmet SOYLU  
Osman ÖZTÜRK

**BİLİM KURULU**

Prof. Dr. Haşım KARPUZ  
Prof. Dr. Saim SAKAOĞLU  
Prof. Dr. Orhan ÇEKER  
Prof. Dr. Sami KARAHAN  
Prof. Dr. Adem ÖĞÜT  
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN  
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 YÖNETMENİ**  
M. Fatih ÖZSOY

**GRAFİK TASARIM**  
Kemal SİĞİNDİM

**REKLAM VE HALKLA İLİŞKİLER**  
İbrahim ÇAKIR

**YAPIM**

Post Ajans A.Ş.  
Tel: 0 332 238 32 60  
Fax: 0 332 236 38 48  
Web: www.postajans.com.tr  
E-mail: postajans@postajans.com.tr

**BASKI-CİLT**

Damla Ofset A.Ş.  
Büsan Organize San. KOSGEB Cad.  
10631 Sk. No: 4 Karatay/KONYA  
Tel: (0332) 345 00 10  
Web: www.damlaofset.com.tr

Sertifika No: 14972 / ŞUBAT / 2012

**DAĞITIM**

Ekin Dağıtım Kurye ve Aracılık Hizmetleri  
Tel: 0 332 236 36 12  
Fax: 0 332 237 78 08  
E-mail: ekinlojistik@hotmail.com

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

**BASIN ve HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜ**

Vatan Caddesi No: 1  
42040 Selçuklu/KONYA  
Tel: +90 332 221 52 94 - 95  
Fax: 0 332 221 52 96

**INTERNET**  
www.kto.org.tr

**E-MAIL**  
basin@kto.org.tr  
basyay@kto.org.tr

**İÇİNDEKİLER >**

**06**

KTO BAŞKANI ÖZTÜRK

2012'DEN BEKLENTİLERİ DEĞERLENDİRDİ



**08**

FRANSA'YA TEPKİ YAĞIYOR

**11**

İNŞAAT MÜHENDİSLERİ GELENEKSEL  
YEMEKTE BULUŞTU

**12**

TÜYAP 2012 YILINDA HEDEF BÜYÜTTÜ

**14**

KONYA İŞ DÜNYASI ÖZEL EKONOMİK  
BÖLGE İSTİYOR



**18**

KÜRESEL REKABET ORTAMINDA LOJİSTİK  
FAALİYETLER ve ÖNEMİ (2)

**24**

KONYA'DAKİ AİLE ŞİRKETLERİNE ÖNERİLER



**28**

UZMANLAŞMIŞ MESLEK EDİNDİRME  
MERKEZLERİ (UMEM) BECERİ'10

PROJESİ VE KONYA'DAKİ UYGULAMALARI

**32**

KTO KOMPASS E-TİCARET VERİ TABANI İLE  
ÜYELERİNİ DÜNYAYA AÇACAK



34

KOSGEB'DEN TANITIM DESTEĞİ



36

ADIM ADIM DIŞ TİCARET (5)  
İHRACATTA DAĞITIM  
KANALLARININ SEÇİMİ

34



36

42

KTO . MESLEK KOMİTESİ  
BAŞKANI İSMAİL ÜNAL:  
ETTE KDV DÜŞTÜ,  
SÜTTE NEDEN DÜŞMÜYOR?



42

44

TEMEL EKONOMİK  
GÖSTERGELER



44

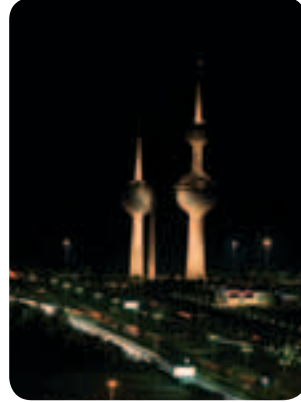
48

KUVEYT

48

57

SAİME YARDIMCI'DAN ÖNEMLİ  
BİR ESER;  
"KONYA'DA ASIRLIK BİR ÇINAR"



57

58

1900'DEN SONRAKİ YILLARDA  
ŞİRKETLER, BANKALAR VE  
MEŞRİK-İ İRFAN ŞİRKETİ



58



## Konya - Fas İkilili İş Görüşmeleri KTO'da Yapıldı

**K**onya ile Fas arasında ticari işbirliğini artırmak amacıyla düzenlenen ikili iş görüşmeleri toplantısı Konya Ticaret Odası'nda gerçekleştirildi. Konya Ticaret Odası, Konya Sanayi Odası ve ASKON Konya Şubesi'nin organizasyonu ile gerçekleştirilen toplantı kapsamında odalar arasında işbirliği protokolü imzalandı.

Fes Ticaret, Sanayi ve Hizmetler Odası Başkanı Fouad Zine Fılalı başkanlığındaki Fas ticaret heyetinde yer alan firma temsilcileri Konya'da işbirliği yapabilecekleri sektörlerde yer alan Konyalı firma temsilcileriyle ikili iş görüşmelerini gerçekleştirdi. Konya Ticaret Odasında düzenlenen Fas ve Konya arasında ticaret potansiyel oluşturan sektörlerde Konya'dan 50 firma görüşmelere katıldı. Toplantılarda firma temsilcileri karşılıklı işbirliği imkânları çerçevesinde görüş alışverişinde bulundu. Firmalar arasındaki görüşmelerde iki odanın işbirliği iş birliği içerisinde olmasının iş bağlantıları kurulması açısından olumlu yansıdığı ifade edildi. Görüşmelerde Fas'ın ihracat yaptığı ürün kalemleri içerisinde yer alan gıda, mobilya, tarım alet ve

makinaları, otomotiv yan sanayi ve işlenmiş demir-çelik ürünleri sektörleri ağırlıklı olarak yer tuttu.

İş görüşmelerinin ardından Konya Ticaret Odası, Konya Sanayi Odası ve Fas Ticaret, Sanayi ve Hizmetler Odası arasında işbirliği protokolü imzalandı.

Protokol töreninde konuşan Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk Fas heyetine Konya ekonomisi hakkında bilgi verdi. Başkan Öztürk, "Fas'ın ithalat yaptığı ülkeler sıralamasında Avrupa Birliği ülkelerinin önemli yer tuttuğunu görmekteyiz. Son dönemde Avrupa Birliği'nde yaşanan ekonomik belirsizlikler bölgede yeni ticari işbirliklerini zorunlu hale getirmiştir. İki Akdeniz ülkesi Türkiye ve Fas'ın bu dönemde ticari işbirliğini artıracaklarını düşünmekteyiz. Bu açıdan Fas Ticaret Odası ile işbirliği içerisinde çalışmalarımıza devam edeceğiz" dedi.

Konya Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Tahir Büyükhelvacıgil de Konya'nın Türkiye'nin en önemli endüstri şehirlerinden birisi olduğuna dikkat çekerek, Konya sanayisi ve Konya Organize Sanayi Bölgesi ile ilgili bilgiler verdi.

ASKON Konya Şube Başkanı Yakup Yıldırım da Konya'nın dış ticaretine katkı sağlamak amacıyla çalışmalar gerçekleştirdiklerini belirterek Faslı işadamlarının ziyaretiyle Konya ve Fas arasında ticari işbirliğinin sağlanacağını söyledi.

Fes Ticaret, Sanayi ve Hizmetler Odası Başkanı Fouad Zine Fılalı da "Konya ile ticari işbirliğimizi daha ileri düzeyde geliştirebilirsek hem Türkiye hem de Fas'ın büyük yararına olacaktır. Bu birlikteliği sağlamak amacıyla Odalarımızın işbirliğine devam etmesini istiyoruz" şeklinde konuştu.

# 2012 'de Aidat ve Belge Ücretlerine Zam Yok



**K**onya Ticaret Odası 2011'in son meclis toplantısı gerçekleştirildi. Bütçe görüşmelerinin yapıldığı Meclis toplantısında, 2012'de artan ekonomik risklere karşı üye aidat ve belge ücretlerinde fiyat artışı uygulanmaması kararlaştırıldı.

Konya Ticaret Odası'nda 2011 yılının son Meclis toplantısı gerçekleştirildi. Toplantıda 2012 yılı bütçesi görüşülerek kabul edildi. Onaylanan bütçeye göre üye aidatlarında ve belge ücretlerinde zam yapılmadı. Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk, 2012 yılı Oda bütçesinin görüşüldüğü Meclis toplantısında 2011 faaliyet raporu ve 2012 yılı programı hakkında bilgi verdi.

2011 yılının ekonomik gelişmelerini değerlendiren Başkan Öztürk, uluslararası piyasalarda 2011'in ikinci yarısından itibaren görülen gerilemenin 2012'de küresel durgunluğa yol açacağını belirtti. Bu gelişmeler çerçevesinde, Konya'nın 2012 hedefleri doğrultusunda Oda bütçesinin hazırlandığını ifade eden Öztürk, "Şehrimizin dış ticaretinde Avrupa Birliği, Afrika ve Ortadoğu ülkeleri ilk sıralarda yer almaktadır. 2011'de AB'de görülen ekonomik

yavaşlama diğer taraftan başta Suriye olmak üzere diğer Ortadoğu ve Afrika ülkelerinde yaşanan sıkıntılara rağmen Konya ihracatını bir önceki yıla göre yüzde 20 oranında artırmıştır. Bu performansla devam edersek 2023 yılında 15 milyar dolar ihracat rakamlarına ulaşacağız. Şehrimizin bu ekonomik potansiyelini değerlendirmemiz açısından, küresel ekonomik gelişmelere karşı üyelerimizi daha iyi

yönlendirmemiz gerekmektedir. Bu açıdan, yurt dışı pazar ağımızı genişletmek, yeni iş bağlantıları kurmak 2012'de temel hedefimizdir. 2012 bütçemizi bu doğrultuda oluşturduk. Bütçe kalemlerimizde yer alan dış ticaret ile ilgili belgelerde alınan ücretlerde indirimle gidildi. Diğer taraftan 2012'de artan ekonomik risklere karşı üye aidatlarında ve diğer belge ücretlerinde de artış uygulanmadı" şeklinde konuştu.

Başkan Öztürk'ün sunumunun ardından oylanan 2012 Oda bütçesi oybirliğiyle kabul edildi. Bütçe hakkında söz alan Meclis üyeleri, gerçekçi bir yaklaşımla hazırlanan Oda bütçesinin, üyelerin menfaatleri doğrultusunda oluşturulması dolayısıyla KTO yönetimine teşekkür etti.



## KTO BAŞKANI ÖZTÜRK 2012'DEN BEKLENTİLERİ DEĞERLENDİRDİ

*Konya Ticaret Odası (KTO) Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk, küresel ekonomide belirsizliklerin arttığı bir ortamda AB ülkelerinin ekonomik sorunlarıyla birlikte siyasi belirsizlikleri, dünya ekonomisinin lokomotifi ABD'nin beklenenden düşük gerçekleşen büyüme sonrasında ekonomik performansında iyileşme sinyallerinin alınamaması dolayısıyla iş dünyasının zor bir yıl geçirdiğini, 2012 yılını dünyada beklenen durgunluğa karşı Türkiye'nin fırsat yılı olarak değerlendireceğini bildirdi.*

**Ö**ztürk yaptığı açıklamada, 2011 yılının ekonomik açıdan yoğun bir gündemle geçtiğini söyledi.

Türkiye ve dünya ekonomisinde 2011 yılında yaşanan gelişmeleri değerlendiren Öztürk, "2008 yılı son çeyreğinde ABD kaynaklı küresel krizin yansıması olarak ekonomik açıdan zor geçirdiğimiz 2011 yılını geride bırakmak üzereyiz.

Küresel ekonomide belirsizliklerin arttığı bir ortamda AB ülkelerinin ekonomik sorunlarıyla birlikte siyasi belirsizlikleri, dünya ekonomisinin lokomotifi ABD'nin beklenenden düşük gerçekleşen büyüme sonrasında ekonomik performansında iyileşme sinyallerinin alınamaması dolayısıyla küresel ekonomide 2011'i zor bir yıl olarak yaşadık" dedi.

2012 tahminlerine göre, ABD'nin yüzde 1.5, Avro Bölgesi'nin ise yüzde 0.5 civarında büyüyeceğinin öngörüldüğünü anlatan Öztürk, şunları kaydetti:

"Artan belirsizlik ortamında 2012'nin de küresel ekonomi açısından zor geçeceği görülmektedir. Türkiye ekonomisinin 2011'de dünya ekonomisinde yaşanan olumsuzluklardan fazla etkilenmediği görünmektedir. 2011 yılının

ilk dokuz ayında yüzde 9,6'lık büyüme ile dünya sıralamasında ilk sıralarda yer almaktayız.

Küresel ölçekte giderek artan belirsizliklerin etkisiyle 2011 yılının tamamında Türkiye ekonomisinin yüzde 7,5 oranında büyümesi beklenmektedir. Avrupa ülkeleri kontrolden çıkan kamu borçları ve bütçe açıklarıyla uğraşırken ülkemiz ekonomik anlamda başarılı bir tablo çizmektedir. Buna bağlı olarak kredi notu artırılmaktadır. 2012 yılında da ülkemizin kredibilitesi daha yüksek bir ekonomi olacağını düşünüyoruz."

**AB'nin ekonomik performansının Türkiye açısından önemi**

Avrupa Birliği'nin ekonomik performansının 2012 yılında Türkiye ekonomisi açısından büyük önem taşıdığına dikkati çeken Öztürk, "İhracatımızın yaklaşık yarısı, doğru-





dan küresel yatırımların yaklaşık yüzde 80'i ve ülkemize gelen yabancı turistlerin yaklaşık yüzde 60'ı Avrupa Birliği kaynaklıdır. Oradaki sorun bizim ekonomimizi de yavaşlatacak, zorlayacaktır.

Avrupa'da iç talepteki daralma Türkiye'nin imalat sanayinde üretim azalması anlamına gelmektedir. Son yıllarda ihracat pazarlarımızı başka kıta ve ülkelere yayma politikalarına 2012'de devam ederek krize karşı direncimizi daha da sağlamlaştırabiliriz. Böylelikle küresel daralmalardan daha az etkileneceğiz" ifadelerini kullandı.

#### **Türk Lirası değer kazanacak**

Ekonomik göstergelerin yukarı yönlü olmasına rağmen cari açık ve Türk lirasının değer kaybetmesi açısından 2011 yılının olumsuz yönleri olduğuna değinen Öztürk, "Yüksek oranlardaki büyümeye rağmen, ülkemiz ciddi bir cari açık sorunuyla karşı karşıyadır.

Cari açığın oluşmasında en önemli neden yüksek oranda seyreden ithalat miktarıdır. Bu durum ekonomimizin ithalata bağlı olarak büyüdüğünü göstermektedir. Son verilere göre ithalat artışımız ihracat artışımızdan yüzde 16 daha yüksektir.

Ancak, önümüzdeki dönemde cari açığın düşüş trendine gireceğini düşünüyoruz. Cari açığı düşürmek için yurtiçi tasarrufu artırmamız, katma değeri yüksek olan mal ve hizmet üretiminde yoğunlaşmamız ve enerjide dışa bağımlılığı azaltmamız gerekmektedir.

Cari açığın yüksekliği dövizdeki dalgalanmaları da beraberinde getirmektedir. 2012'de Türk Lirası'nın değer kazanmaya başlayacağını düşünüyoruz" diye konuştu.

Özel sektör olarak kazandıkları motivasyon ve moralle 2012 yılında da üretime ve yatırıma devam edilmesi konusunda görüş birliği içerisinde olduklarını dile getiren Öztürk, "Dünyada yaşanan olumsuzlukları fırsata çevirmek amacıyla özel sektör olarak çalışmalarımıza devam edeceğiz.

Bu noktada 2011 yılında taleplerimize cevap veren hükümetimizle 2012 yılında da uyum içerisinde çalışarak devlet-özel sektör işbirliğini devam ettirmeliyiz. İş dünyasının taleplerinin karşılanması ile Türkiye 2012 yılını fırsata çevirebilir" dedi.

#### **Son 28 yılın en iyi performansı**

2011 yılında bütçe disiplininin güçlü bir şekilde devam ettiğini ve son 28 yılın en iyi performansına ulaşıldığını anlatan Öztürk, şöyle devam etti: "2011 yılında beklentilerin üzerinde gerçekleşen bütçe performansımızın 2012 yılında da sürmesini bekliyoruz. 2011'de ekonomik büyümeye en çok katkı, inşaat, imalat sanayi ve perakende ticaret sektörlerinden gelmiştir. Bu, ülkemizin kendi başına iç talebiyle büyüdüğünü göstermektedir.

Özel sektör yatırımlarında gerçekleşen bu artış, ülke ekonomisine duyulan güvenin bir sonucudur. 2012 yılında da özel sektöre dayalı dengeyi bir ilerleme gerçekleşmesi durumunda, ülkemiz dünyada gerçekleştirebilecek muhtemel olumsuzluklardan en az seviyede etkilenecektir.

Diğer taraftan dünyada devam eden işsizliğe rağmen ülkemiz istihdam yaratma bakımından dünya ülkelerinden pozitif olarak ayrılmıştır. Eylül 2011'de işsizlik oranımız yüzde 8,8'e düşmüştür. Böylece ülkemiz, işsizlik oranını kriz öncesi dönemin altına indiren nadir ülkelerden biri olmuştur."

# FRANSA'YA TEPKİ YAĞIYOR



2007 yılından itibaren durma noktasına gelen AB-Türkiye ilişkilerinde en büyük etkiyi Fransa'nın tutumu oluşturuyor. Fransa Cumhurbaşkanı Sarkozy'nin Türkiye'yi Avrupa Birliği'ne tam aday olarak istemediği bilinen bir gerçek. Sarkozy Türkiye'yi sadece Avrupa'da değil Afrika'da da istemiyor. Başkan Erdoğan'ın Afrika gezisinin ardından sürpriz bir Libya gezisi düzenleyen Sarkozy burada umduğunu bulamadı. Ardından Türkiye'ye karşı yüz yıldır uyguladığı politika olan Ermenileri devreye soktu. Fransa, Anadolu işgalinde Türk halkına karşı Ermeni çetelerini kullanmıştı. Diğer taraftan Ermeni terör örgütü Asala'nın Türk diplomatlara karşı en fazla saldırı düzenlediği şehrin Paris olması dikkat çeken bir başka nokta. Türkiye'nin Afrika'daki etkinliğini sindiremeyen Sarkozy kendisine yakınlığıyla bilinen Afrikalı Arap asıllı bir milletvekiliyle Türkiye'ye karşı Ermeni yasa tasarısı gündeme getirdi. Yasa tasarısının mecliste sadece 44 oyla kabul edilmesi çok fazla anlam taşıyor. Afrika'ya ve dünyaya Türkiye karşıtı mesajı babası Cezayirli, annesi Tunuslu milletvekiliyle



## KTO Başkanı Selçuk Öztürk, "Her türlü yaptırım- tırım destekleriz."

Fransa Meclisi'nde kabul edilen sözde Ermeni soykırımıyla ilgili yasa tasarısı Türkiye'de tüm kesimlerin tepkisine sebep oldu. Hükümetin diplomatik yaptırım kararına destek mesajları öne çıkarken iş dünyası ekonomik yaptırımların da gündeme gelebileceğini vurguladı.

Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk, her türlü yaptırım kararını destekleyeceklerini belirterek şu ifadelerle yer verdi: "Türkiye son dönemde tüm dünyada demokrasi adına örnek gösterilen ve özellikle bölgesinde etkin rol oynayan bir ülke konumundadır. Fransa'nın Cezayir'e uyguladığı soykırımın izleri silinmemişken, böyle bir dönemde gerçekliği asla kabul edilemeyecek sözde soykırım iddialarıyla Türkiye'ye karşı geliştirdiği diplomasi Fransa'yı uluslararası arenada yalnız bırakacaktır. Fransa ile ülkemizin tarihi diplomatik ve ekonomik ilişkileri bulunmaktadır. Fransa Meclisi'nde kabul edilen sözde Ermeni soykırımıyla ilgili yasa tasarısının Fransa'yla diplomatik ve ekonomik ilişkilerimizi zedeleyecektir. Fransa'nın bu sorumsuz davranışını kınıyoruz. Hükümetimizin Fransa'ya karşı uygulayacağı her türlü yaptırım kararını destekleyeceğiz."

veriyor. Amaç Sarkozy döneminde devam eden Afrika politikasına sekte vurulmaması ve Türkiye'nin Kuzey Afrika'daki etkinliğinin en aza indirilmesi. Bu düşüncelerle Fransa Meclisi'ne getirilen sözde Ermeni yasa tasarısı 577 vekilden sadece 55'inin katıldığı oturumda 44 oyla kabul edildi. Şimdi gözler Parlamento ve Sarkozy'de. Asıl soru; Türkiye karşıtlığı üç ay sonra yapılacak seçimlerde Sarkozy'ye yeniden başkanlığı getirecek mi, yoksa Fransa halkı sandıkta dağılmak üzere olan borç krizi içindeki Avrupa Birliği'nin geleceğini mi sorgulayacak?

## Cezayir soykırımı unutulmadı

1830'da sömürge olarak işgal ettikleri Cezayir'de her türlü insanlık suçunu çekinmeden işleyen Fransızlar, 1962'de Cezayir'in bağımsızlığını kazanana kadar ülkede çeşitli soykırımlar ve katliamlar gerçekleştirdi.

Bağımsızlık savaşı veren yüzbinlerce Cezayirliyi katleden Fransızların 2.5 milyon Cezayirliyi tehcire tabi



Ermeni yasa tasarısını Fransa Meclisi'ne getiren Cezayir asıllı Fransız milletvekili Valerie Boyer



tuttukları biliniyor. Cezayir' de 100 yılı aşkın süre her türlü insanlık suçunu işleyen Fransızların bağımsızlık savaşında 8 bin köyü yok ettiği de birçok kaynaktan alınıyor.

### 8 Mayıs 1945 Soykırım Günü

8 Mayıs 1945 Fransa için kurtuluş, Cezayir için soykırım günü. Fransız sömürgeci Cezayir, Nazi Almanyası

tarafından işgal edilen Fransa'nın kurtuluşu için gençlerini savaşa gönderdi. Karşılığında sadece bağımsızlığını istedi Fransa'dan. Fransa teklifi kabul etti. Almanyayı, Cezayirli askerlerin desteğiyle yendi. Fransa'nın zaferi, Cezayir'de bayram coşkusuyla kutlandı. Sokaklara dökülen halk, kendilerine verilen bağımsızlık sözünün tutulacağı düşüncesiyle, kutlama yürüyüşleri düzenledi. Ancak Fransa, verdiği sözü tutmadı. Yürüyüşe katılan halkın üzerine işgalci Fransız askerleri tarafından ateş açıldı. Katliam günlerce sürdü. Masum insanlar, evlerinden alınarak kurşuna dizildi. Köyler ve kasabalar bombalarla yerle bir edildi. Fransız askerleri, tek suçları ülkelerinin bağımsızlığını istemek olan yaklaşık 45 bin Cezayirliyi katletti. Kadın, çocuk, yaşlı, genç demeden on binlerce Cezayirli, Fransız askerlerinin kurşunlarıyla can verdi. Fransa'nın, 1945'de başlayan ve yirmi yıl devam eden katliamlarında 1,5 milyon Cezayirli hayatını kaybetti.



## KTO BAŞKANI ÖZTÜRK'TEN DIŞ TİCARET BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNE TAVSİYELER



**K**onya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk, Akören Ali Rıza Ercan Meslek Yüksekokulu'nda düzenlenen "Küreselleşen Dünyada Türkiye'nin Değişen Rolü ve Rekabet Gücü" konulu konferansa katıldı. Öztürk, Türkiye'nin büyümesiyle dış ticaretinin doğru orantılı olduğunu ifade ederek 2023 hedefini gerçekleştirmede nitelikli dış ticaret elemanlarına ihtiyaç olduğunu söyledi.

Akören Ali Rıza Ercan Meslek Yüksekokulu Dış Ticaret Bölümü'nün düzenlediği programda konuşan KTO Başkanı Selçuk Öztürk, Türkiye ve dünya ekonomisinde yaşanan gelişmeleri değerlendirdi. Başkan Öztürk, "Türkiye'nin son dönemdeki büyümesiyle dış ticaret artışı birbiriyle bağlantılı olarak yükselmektedir. Bu durumda ülkemizin sağlıklı ve sürdürülebilir bir büyüme yakalaması için dış ticaretinin artması gerektiğini görmekteyiz. Küreselleşen dünyada, uluslararası piyasalarda rekabetin önem kazandığı bu dönemde, dış ticaret alanında nitelikli eleman ihtiyacının da önemi giderek artmaktadır. Dolayısıyla dış ticaret sektörüne yeterli sayıda eğitilmiş eleman kazandırılması öncelikli bir konu haline gelmiştir. Şehrimizde üniversitelerimizde dış ticaret alanında nitelikli elemanlar yetiştirilmektedir. Yetişen bu uzmanların şehrimizin ve ülkemizin dış ticaretini artıracak çalışmalar gerçekleştireceğine inanıyoruz. Öğrencilerimizin gelecek açısından geçerli bir meslek kazandıkları bu alanda dikkat etmeleri gereken önemli konular bulunmaktadır. Bunun için öğrencilerimize tavsiyelerimiz bir değil birden fazla yabancı dil eğitimi almalarıdır. Diğer taraftan uluslararası konjonktürü iyi takip etmeleri, uluslararası siyasi ve ekonomik gelişmeleri ileri görüşle analiz etmeleri gerekmektedir" şeklinde konuştu.

Program sonunda, Akören Ali Rıza Ercan Meslek Yüksekokulu Müdürü Doç. Dr. Ali Alagöz Başkan Öztürk'e günün anısına hediye takdim etti.



Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F Öğretim Üyesi Prof. Dr. Şükrü KIZILOĞ

## “Türk Ticaret Kanunu Düzeltilmeli

**K**onya Ticaret Odası (KTO) ‘Güncel Mali Konular’ konferansı düzenledi. Güncel Mali Konular konferansında yeni Türk Ticaret Kanunu’nda yaşanacak olan son vergi değişiklikleri konuşuldu. Konferansı Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Şükrü Kızılot verdi. KTO Meclis Salonu’nda gerçekleştirilen konferansa KTO Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk ve çok sayıda davetli katıldı. Konferans açılış konuşmasını yapan Selçuk Öztürk, vergi değişikliklerinde yaşanan durumun iyi bir şekilde öğrenilmesi gerektiğini söyledi.

Yeni Türk Ticaret Kanunu’nun yürürlüğe gireceğini aktaran Öztürk, “Yeni kanun öncesi aklımız çok karışık. Yeni kanunun olumlu ve olumsuz yönleri bulunuyor. Kanun hakkında bilgi sahibi olmamız gerekiyor. Türk Ticaret Kanunu hakkında bilgi sahibi olmak için Prof. Dr. Şükrü Kızılot hocamızı konuk ediyoruz. Konferans öncesi hocamla konuşma fırsatım oldu. Konuşma sonrası kanun bize getirecekleri hususunda kafam daha fazla karışmaya başladı. Konferans hocamızın bizlere vereceği bilgilerle aklımızdaki bu karışıklığın yok olmasını umut ediyoruz” diye konuştu.

Kızılot, Konya Ticaret Odası (KTO) Meclis Salonu’nda düzenlenen “Son Vergi Değişiklikleri” konferansında, Meclis’te gündemde olan 2012 yılı bütçesine göre, 350 milyar lira gider yapılmasının düşünüldüğünü söyledi.

Giderlerin, faiz dışındaki kısmının 300 milyar lira olduğunu anımsatan Kızılot, “Demek ki faiz ödememiz olmasa gelirimiz giderimizden daha fazla olacak. Bu güzel birşey. Gelirlerimizin büyük bir kısmı yine vergilerden oluşacak” dedi.

350 milyar liranın en önemli giderinin personel gideri olduğunu belirten Kızılot, ikinci olarak Sosyal Güvenlik Kurumu giderlerinin, üçüncü sırada ise faiz giderlerinin yer aldığını bildirdi.

2012 yılı bütçesinde 278 milyar vergi toplanmasının amaçlandığını açıklayan Kızılot, Türkiye’de toplanan vergilerin üçte birinin KDV, dörtte birinin ÖTV, beşte birinin gelir vergisi, onda birinin ise kurumlar vergisinden oluştuğunu dile getirdi.

Türk Ticaret Kanunu’nun yeniden yazıldığını altını çizen Kızılot, kanunun 1 Temmuz 2012’de yürürlüğe gireceğini anımsattı. Türk Ticaret Kanununun bir takım olumsuz yanlarının olduğunu savunan Kızılot, şunları kaydetti:

**“Yeni Türk Ticaret Kanununun 378. maddesine göre şirketten para çekmek yasak hale getiriliyor. Ticaret hayatı için de şirketten para çekmek kaçınılmaz olabiliyor. Şirketten para çekildiği takdirde, 300 günden aşağı olmamak üzere adli para cezası ve hapis cezası var. Adli para cezaları hâkime bağlı. 20 lira ile 100 lira arasında değişiyor. Kanunun kesinlikle değişmesi lazım. Bu kanun yürürlüğe girerse hapse girmeyen şirket yöneticisi kalmaz. O nedenle bu konuda bir çalışma yapılarak kanunun değiştirilmesini sağlamak gerekiyor.”**

Ekonomik gelişmelere göre 2012 yılında ithalatın çok olması beklendiğini de aktaran Prof. Dr. Kızılot, 2012 yılında 100 milyar dolar civarında dış ticaret açığının oluşacağını bildirerek, “Dış ticaret açığımız ülkemizin yumuşak karnı. Ülkemiz 100 milyar dolar dış ticaret açığının 20 milyar dolarını kapatabiliyor ve 80 milyar dolar civarında cari açık ortaya çıkıyor. Tüm çalışmalar bu cari açığı düşürmek” ifadelerini kullandı.

## Sigorta Sektörü KTO’da Konuşuldu



**“Dünyada ve Türkiye’de Sigorta Sektörünün Durumu” konulu panel Konya Ticaret Odası’nın ev sahipliğinde gerçekleştirildi.**

**K**TO Başkanı Öztürk, Türkiye’nin gelişmesini artırdığı son on yıllık dönemde, sigorta sektörünün yüzde 400 büyüme gösterdiğini söyledi.

Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk panelde yaptığı konuşmada, günümüzde sigortacılığın, ekonomik ve sosyal hayatta çok önemli bir yere sahip olduğunu, ülke ekonomisine katma değer kazandırdığını bildirdi. Sigortacılığın, ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin belirlenmesinde önemli bir gösterge olarak kabul edildiğini anımsatan Öztürk, “Ülkemizin de gelişmesini artırdığı son on yıllık dönemde, sigorta sektörü yüzde 400 büyüme göstermiştir. 2010 yılında Türkiye ekonomisi yüzde 8.9 oranında büyürken, sigorta sektörünün ortalamasının üzerinde, yüzde 13.6 oranında büyüme göstermesi se-

vindirici bir gelişmedir” diye konuştu.

2007 yılında yürürlüğe giren 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu ile sektöre köklü düzenlemeler getirildiğini anımsatan Öztürk, daha sonra çıkarılan yönetmeliklerle sektörün yeniden yapılandırılmasının sağlandığını belirtti.

KTO’nun, Konya’da 500’e yakın sigorta acentesine hizmet verdiğini dile getiren Öztürk, sigorta acenteleriyle işbirliği içinde çalışmalarına devam edeceklerini sözlerine ekledi.

Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürü Dr. Ahmet Genç, sigortacılık sektörünün kullanılmayan potansiyelini ortaya çıkarmaya çalıştıklarını belirterek, “2015 yılına kadar politikamız, sigortacılık sektörünün büyümesini ön plana çıkaran çalışmaları yürütmek” dedi.

Konuşmaların ardından katılımcılara, sigorta acentelerinin sorunları, sigorta şirketlerinin geleceğe bakışı hakkında bilgiler verildi.



# İnşaat Mühendisleri Geleneksel Yemekte Buluştu



**İnşaat Mühendisleri Odası Konya Şubesi tarafından "19 Aralık İnşaat Mühendisleri Günü" dolayısıyla bir yemek düzenlendi. Yemekte, meslekte 25 ve 40 yılını dolduran inşaat mühendislerine plaket verildi.**

Programın açılış konuşmasını yapan İnşaat Mühendisleri Odası Konya Şube Başkanı Ali Çınar "Tarihimizin en eski mesleği olan inşaat mühendisliği mesleğinde, 25 ve 40. yılını dolduran meslektaş büyüklerimize son dere-

ce önemli, zor, meşakkatli, kutsal bir mesleği bu kadar yıl icra etmiş olmalarından şehrimize, bölgemize eserler bırakmış olmalarından, tecrübe ve birikimleri ile bizlere yol göstermiş olmalarından ötürü kendilerine şükranlarımı sunuyorum, kendilerini tebrik ediyorum. Meslek hayatında geçirilen yıllar bizim için ve bizlerden sonra gelecek olan genç mühendisler için çok kıymetlidir" dedi.

Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk inşaat sektörünün Türkiye açısından önemine vurgu yaparak, "İnşaat sektörü, yerli üretimi kullanarak yurt dışı müteahhitlik hizmetleri ve yurt dışına yaptığı ihracatla değerlendirildiğinde ülke ekonomisine büyük katkısı olan ve gelecekte de bu önemli katkısını devam ettirecek bir sektördür. Bu açıdan sektörün mensupları olan ve dinamiğini oluşturan inşaat mühendisleri ülke ekonomisine katkılarından dolayı büyük bir takdiri hak etmektedirler" şeklinde konuştu.

**Programın ikinci bölümüne katılan Dışişleri Bakanı Ahmet Davutoğlu ise inşaat mühendisliğinin önemli bir meslek olduğunu söyledi ve bu özel gecede Konyalı inşaat mühendisleriyle beraber olmaktan duyduğu memnuniyeti dile getirdi. Bakan Davutoğlu konuşmasının ardından meslekte 25 yılını dolduran Ramazan Özkaya'ya plaketini takdim etti.**

## Sektörel Bakışta 'Konya Ekonomisi' Değerlendirildi



**Selçuk Üniversitesi Öğretim Görevlisi Mehmet Konuk'un hazırlayıp sunduğu 'Sektörel Bakış' isimli program yayına başladı. Konya Tv'de canlı yayınlanan programın ilk konukları Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk ve Konya Sanayi Odası Başkanı Tahir Büyükhelvacıgil'in Konya ekonomisini değerlendirdi.**

Tüm ekonomi sektörlerinin her hafta ayrı ayrı ele alınıp değerlendirileceği programın yerel ekonomik sorunların dile getirilmesi ve çözülmesi yönünde de etkili olması bekleniliyor.



**TÜYAP Konya Fuarçılık A.Ş. Genel Müdürü İlhan Ersözlü, 2012 yılında düzenlenecek olan 9 ayrı fuarda bir önceki yıla oranla ziyaretçi ve katılımcı firma sayısında artış beklediklerini, bunu da başarabilecek kapasitelerin olduğunu söyledi.**

## TÜYAP 2012 YILINDA HEDEF BÜYÜTTÜ

Ersözlü, beraberinde KTO Başkan Yardımcısı İsmail Haydaroğlu ve TÜYAP Bölge Başkanı Mehmet Ali Ayyıldız ile birlikte basın toplantısı düzenledi.

Rixos Konya Otel'de düzenlenen toplantıda konuşan Ersözlü, 2011 yılı içinde TÜYAP Konya'nın, AB ülkeleri ağırlıklı olmak üzere 40 ülkeden yaklaşık bin 742 firma ve firma temsilciliğini Konyalılarla buluşturduğunu, Fuarlara 44 ülkeden 300 bin ziyaretçi katıldığını belirtti. Ersözlü, "Son 9 yıldır büyük emek harcanarak gerçekleştirilen Tarım ve Konmak Fuarlarının 2012 yılı itibariyle artık uluslararası fuarlar takviminde alındığını anımsatarak, "TÜYAP Konya, şehre verdiği sözü tutarak, 2012 ve bundan sonraki yıllarda gerçekleştireceği diğer fuarlarında uluslararası buluşmalar olması için var gücüyle çalışacaktır" dedi.

2010 yılında 35 ülkeden bin 500 firma temsilciliğini bir araya getiren TÜYAP Konya Fuarçılığın 2011 yılında yüzde 20 büyüdüğünü açıklayan Ersözlü, şunları kaydetti:

"22 Şubat tarihinde birbirlerini tamamlayan sektörler olan Konya Yapı, Kent, Isıt-

ma-Soğutma ve Wateco Fuarları ile 2012 fuarlarına start verecek olan KTO-TÜYAP Konya Fuar Merkezi, ardından Türk Tarım sektörünün gururu, ülkenin en fazla ziyaretçi çeken ve ismi ülke sınırlarını aşarak uluslararası fuarlar takviminde yerini alan Konya Tarım Fuarı ile devam edecektir. Tarım Fuarı 2011 yılına oranla 2012 yılında metrekare olarak yüzde 30 büyüyerek kapılarını 14 Mart 2012 tarihinde ziyaretçilere açacaktır. Konya Tarım Fuarı'nda hedefimiz, 200 bin ziyaretçiyi 5 gün boyunca Konya'da ağırlayarak, önceki yıllarda olduğu gibi bu yıl da tarım sektörünün başkenti, ülkemizin buğday ambarı Konya'ya yakışır bir fuar gerçekleştirmektir. 2012 yılında fuarlara, 2 binin üzerinde firma ile 400 bin ziyaretçinin katılmasını bekliyoruz."

**Konya Tarım Fuarı'nın ardından Konmak 2012 fuarı ile devam edeceklerini dile getiren Ersözlü, Konmak fuarının ardından, bir kaç yıl ara verilen Otoshow Fuarı ile Konya Araç Üstü Ekipman ve Yan Sanayiler Fuarı'nın yılın ilk yarısını tamamlayacağını bildirdi.**

Konya Tohum 2012 Fuarı ile yılı sonlandıracaklarını anlatan Ersözlü, TÜYAP'ın 2012 yılında 9 fuara ev sahipliği yapacağını açıkladı.

## KTO YÖNETİMİNDEN ZİYARETLER



Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk, Selçuk Üniversitesi Rektörlüğüne seçilen Prof. Dr. Hakkı Gökbel'i ziyaret etti. Ziyarette KTO Meclis Başkanı Seyit Karaca, Yönetim Kurulu'ndan Başkan Yardımcıları İsmail Haydaroğlu ve Şükrü Doğan Üye İlker Özkan ile Genel Sekreter Mustafa Ödemiş hazır bulundu. Selçuk Üniversitesi'nin Konya açısından önemli bir değer olduğunu belirten Başkan Öztürk, "Üniversiteler şehirlerin ekonomik olarak önemli bir lokomotifidir. Selçuk Üniversitesi de Konya için bir marka değeridir ve bizim için bu üniversitenin ayrı bir değeri ve önemi vardır. Böyle bir üniversitenin rektörü olmak güzel ve bir o kadar da zorludur. Ancak bu görevi en iyi şekilde yerine getireceğinizden hiç kuşku duymuyoruz" diye konuştu. Ziyaretten duyduğu memnuniyeti dile getiren Rektör Gökbel ise "Selçuk Üniversitesi öğrenci sayısı açısından Türkiye'nin önemli eğitim kurumları arasında yer almaktadır. Herkesi kucaklayan bir anlayışla elimizden gelen en iyisini yaparak Selçuk Üniversitesini daha da ileriye götürmeyi hedefliyoruz" dedi.

KTO Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk ve beraberindeki Meclis Başkanı Seyit Karaca, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İsmail Haydaroğlu ve Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Ali Arlı'dan oluşan KTO Heyeti, Ziraat Mühendisleri Odası Konya Şubesi'nin 8. Olağan Genel Kurulu'nda yeniden başkanlığa seçilen Özkan Taşpınar ve Aktif İşadamları ve Sanayiciler Derneği AKTİSAD'ın yeni başkanı Soner Cesur'a hayırlı olsun ziyaretinde bulundu.



KTO MECLİS ÜYESİ ABDULLAH İNCE



KTO MECLİS ÜYESİ MEHMET SERTÇAKAR

KTO MECLİS ÜYESİ SERVET KAHVECİ



Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk Başkanlığı'ndaki KTO Heyeti, Meclis Üyeleri Abdullah İnce, Mehmet Sertçakar ve Servet Kahveci'yi ziyaret ederek sektörleri hakkında bilgi aldı. Ziyaretlerde Yönetim Kurulu Üyeleri Fatih Mehmet Yavuz ve Mehmet Ali Arlı da hazır bulundu.

# Konya iş dünyası ÖZEL EKONOMİK BÖLGE istiyor

**Konya Ticaret Odası, Konya Sanayi Odası, Konya Ticaret Borsası, MÜSİAD Konya Şubesi, AKTİSAD Konya Şubesi ve ASKON Konya Şubesi tarafından Özel Ekonomik Bölge Yasası hakkında görüşlerin yer aldığı rapor hazırlandı. 1 milyon dolarlık ihracat rakamlarını aşan illere özel ekonomi bölgeleri kurulması çalışmaları kapsamında Coğrafi yapısı ve konumu ile lojistik merkez olma özelliği taşıyabilecek Konya'nın nüfusu, ekonomisi ve sanayi alt yapısı ile ön plana çıktığı vurgulandı.**

Genel olarak serbest bölgeler; ülkede geçerli ticari, mali ve iktisadi alanlara ilişkin hukuki ve idari düzenlemelerin uygulanmadığı veya kısmen uygulandığı, sınai ve ticari faaliyetler için daha geniş teşviklerin tanıdığı ve fiziki olarak ülkenin diğer kısımlarından ayrılan yerler olarak tanımlanabilir. 3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunu'nda serbest bölgelerin kurulması ve işletilmesindeki temel amaçlar; ihracata yönelik yatırım ve üretimi teşvik etmek, doğrudan yabancı yatırımları ve teknoloji girişini hızlandırmak, işletmeleri ihracata yönlendirmek ve uluslararası ticareti geliştirmek olarak sıralanmıştır.

Serbest bölgelerin üretime yönelik yatırım merkezleri haline getirilmesi politikasının bir sonucu olarak 2008 yılında çıkartılan bir kanunla, yalnızca imalatçı firmalarla sınırlı olmak üzere gelir ve kurumlar vergisi muafiyeti ile %85 ihracat şartına bağlı olarak stopaj istisnası getirilmiştir. Bu tarih sonrasında serbest bölgeler ticaretten çok imalat yapılan alanlar olarak işlev görmüştür.

Ancak, dünya ekonomisinin, daha farklı alanlarda düzenlemelerin olduğu, ülkelerin uluslararası yükümlülüklerinin arttığı, genel olarak serbestleşmiş bir global pazar halini aldığı günümüzde, ülkelerin yabancı sermaye yatırımlarını çekmede çok farklı uygulamaları yürüttükleri görülmektedir. Artık dış ticaret enstrümanlarının ve teşvik sisteminin yerli ve yabancı yatırımcılar için daha gelişmiş ve kapsamlı olması gerektiği açıktır.

Dünya ekonomisinde, hizmet ticaretinin, kümelenme ve değer zincirinin, dış ticarete destek ve tedarik hizmetlerinin önemi git gide artmaktadır. Bununla birlikte, dış ticarete yönelik daha entegre, çok yönlü ve planlı kalkınma alanlarının oluşturulması için serbest bölge sisteminin iyileştirilmesi gerektiği ortaya çıkmıştır.

Bu çerçevede ilgili kurum/kuruluşlar Yeni Nesil Serbest Bölge olarak nitelendirilen "Özel Ekonomi Bölgeleri (ÖEB)"nin kurulmasına yönelik çalışmalara başlamışlardır. Ülkemizde 2012 yılı içinde yürürlüğe girecek olan Yeni Teşvik Sistemi ile beraber Serbest Bölgelerin "Özel Ekonomi Bölgelerine (ÖEB)" dönüştürülmesi beklenmektedir. Bu kapsamda Özel Ekonomi Bölgesi kavramını ve yapısal özelliklerini incelersek;

Özel Ekonomi Bölgeleri (ÖEB), bir ülkenin tipik ekonomi yasalarından ziyade daha liberal ekonomik yasaların var olduğu belirli bir coğrafi bölgelerdir. Amaç, doğrudan yabancı yatırımcı artışıdır. İyi tasarlanan ve uygulanan ÖEB'ler ülke ekonomisine; istihdam artışı, doğrudan yabancı yatırımı, genel ekonomik büyüme, döviz kazancı, uluslararası güçlü bir etki ve yeni teknolojilerin transferi gibi önemli yararlar sağlamaktadır. Bu yüzden gelişmekte olan ve gelişmiş olan pek çok ülke, sanayileşme sürecinde ekonomilerini güçlendirecek beklentisiyle ÖEB'ler kurmaktadır.

Türkiye'de kurulacak ÖEB'ler için model arayışında; geleneksel imalat sisteminin yanında, lojistik, Ar-Ge, yazılım, proje üretme, tasarım, mühendislik, eğitim, sağlık, turizm, tarım, madencilik vb. sektörlerinin esnek, dinamik, yenilikçi ve zamanında üretim anlayışına sahip bir yapıda oluşturulan dış ticarete dönük bölgesel uygulamaların olmasına dikkat edilmelidir.

ÖEB'lerin başarılı olması için, basitleştirilmiş kurallar, düşük maliyetli ruhsat ve izinlerin verilmesi, prosedürlerin kolaylaştırılması, hizmet üretiminde gelir ve kurumlar vergisi ile stopajın teşvik kapsamında olması, yabancı sermayenin ihtiyaç duyduğu alt yapı ve destek hizmetlerinin olduğu kalkınma alanlarının kurulması, ihtiyaç duyulan lojistik imkanların var olması, esnek arazi uygulaması, dinamik teşvik sistemi, azaltılmış bürokrasi, fuar-sergi-konferans faaliyetlerine yönelik destek alanların ve sosyal alanların kurulması, uygun maliyetlerle enerji ve diğer servis hizmetlerinin sağlanması, gerekirse nakdi desteklerin bütçelenmesi, yerel düzeydeki ekonomik potansiyelleri güçlendirmesi ve geliştirmesi, sanayileşme stratejisine katkı sağlayacak çok yönlü, esnek ve işbirliğine açık bir teşvik sisteminin oluşturulması, yerel ve ulusal olarak toplumsal ve siyasi sahiplenmesinin olması gerekmektedir.



### **“KONYA’YA ÖZEL EKONOMİ BÖLGESİ KURULMALIDIR”**

Bugün Konya, 1 milyar doların üzerindeki ihracatı ile Türkiye'nin en güçlü ekonomik bölgeleri arasındadır.

Konya, hem ülkemizin hem de İç Anadolu Bölgesinin tarım, ticaret, sanayi ve turizm cazibe merkezi olarak hinterlandındaki illere lokomotiflik görevi yapan, ülke ekonomisine ciddi katkıları bulunan bir üretim üssüdür.

Konya, Türkiye'nin üretimine, istihdamına ve katma değerine destek veren önemli iller arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Aynı zamanda, kendine has geliştirdiği girişimcilik kültürü ve ruhu ile bugün birçok Anadolu kentine iyi bir örnek oluşturmaktadır. Bu girişimcilik ruhu, Konya sanayisini, bazı şehirlerde olduğu gibi sadece birkaç sanayi dalında gelişmekte sınırlı bırakmamış, geniş bir ürün yelpazesinde üretim yapılmasını, üretimde sektör çeşitliliğini mümkün kılmıştır.

Ekonomide kendi öz sermayesi ile kalkınmayı başarmış bir il olan Konya, Organize Sanayi Bölgeleri ve Özel Organize Sanayi Siteleri ile Türkiye’de en fazla KOBİ’yi bünyesinde barındıran iller arasında yerini almıştır. Türkiye genelinde faaliyet gösteren yaklaşık 210 bin KOBİ’nin 20 bini KOBİ başkenti olarak anılan Konya’dadır.

Konya’da, sanayi ve hizmet sektörünün güçlü yapısı ve çeşitliliği; çok yönlü ve esnek bir yapı, krizden asgari

etkilenme becerisi, iç ve dış piyasalarda dinamik olumlu bir izlenim, güçlü ihracat potansiyeli gibi avantajları da beraberinde getirmektedir.

Konya otomotiv yan sanayii, ülkemizde imal edilen taşıt araçları için gerekli olan parçaların %80’ini karşılayabilecek kapasitededir. Traktör ve tarım aletleri makine-ekipman imalatında Türkiye pazarının %65’ine sahip olan Konya, yine bu sektörde ihracatın %45’ini gerçekleştirmektedir. Döküm sektöründe Türkiye’de toplam döküm üretiminin %18’ini Konya karşılamaktadır.

Lojistik hizmetleri açısından coğrafi şartların elverişli olması, lojistik konusunda Konya’da uygulaması devam eden; Lojistik Merkezi Projesi, Konya-Karaman-Taşucu demir yolu yük taşımacılığı projesi gibi çalışmalar, bölgenin önemli bir lojistik üssü haline gelmesini sağlayacaktır.

Sağlık, Turizm ve Eğitim hizmetleri açısından da Türkiye’de önemli bir bölge olan Konya, hizmet sektöründe çeşitliliği ve kaliteyi arttırmak için gerekli olan tüm çalışmalarını gerçekleştirmektedir.

Özetle, yukarıdaki bilgilerle birlikte, coğrafi yapısı ve konumu, kolay lojistik imkanları, gelişmiş nüfus, ekonomi ve sanayi alt yapısı yönünden önemli bir merkez ve ÖEB’lerin kuruluş amacına paralel olarak tüm alt yapı imkanlarına sahip olan Konya’da, Özel Ekonomi Bölgesi kurulması kaçınılmaz olmalıdır.

# YETKİ BELGESİ NUMARASI OLMAYAN VE YETKİ BELGESİ İPTAL EDİLEN MÜTEAHHİTLER RUHSATLI YAPILARIN MÜTEAHHİTLİĞİNİ ÜSTLENEMEYECEK

**Konya Ticaret Odası Yetkilileri, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından 01 Ocak 2012 tarihinde uygulamaya konulan Yapı Müteahhitliği Bilişim Sistemi (YAMBİS) ile yetki belgesi numarası alma zorunluluğu getirildiğini belirterek, inşaat ve yapı işleri ile iş-tigal eden üyelerinin mağdur olmaması için uyarıda bulundu.**

Yapı ruhsatına tabi inşaat yapan inşaat ve tesisat müteahhitlerinin kayıt altına alınacağı ve İmar Kanunu kapsamında kusurlu işlem yapan müteahhitlerin ülke çapında faaliyetlerinin durdurulabileceği Yapı Müteahhitliği Bilişim Sistemi (YAMBİS) Çevre ve Şehircilik Bakanlığınca 01 Ocak 2012 tarihinde devreye alındığını belirten KTO Yetkilileri, Türkiye’de yapı müteahhitliği hizmeti verebilmek için gereken asgari şartlar yeniden belirlendiğini bildirdiler.

Hazırlanan, “Yapı Müteahhitlerinin Kayıtları ile Şantiye Şefleri ve Yetki Belgeli Ustalar Hakkında Yönetmelik” kapsamında Yapı Müteahhitliği Bilişim Sistemi (YAMBİS) oluşturulduğunu, Yapı ruhsatına tabi inşaat yapan, inşaat ve tesisat müteahhitlerinin kayıt altına alınacağını ve İmar Kanunu kapsamında kusurlu işlem yapan müteahhitlerin ülke çapında faaliyetlerinin durdurulabileceği ‘Müteahhitlik Bilgi Sistemi’ yılbaşında devreye girdiğini ifade ettiler.

KTO’dan yapılan açıklamada; Yapı müteahhidinin ilgili idarece 3194 sayılı İmar Kanunu’nun 42 inci maddesine aykırı faaliyetinin tespit edilmesi durumunda, Yetki Belgesi Numarası Kanunun ilgili maddeleri uyarınca iptal edilecektir. Yine 01 Ocak 2012 tarihinden itibaren Yetki Belgesi olmayan veya yönetmelikçe belirlenen cezai nedenlerden dolayı Yetki Belgesi Numarası iptal edilenler, ülkemizin hiçbir yerinde ruhsatlı bir yapının müteahhitliğini üstlenemeyeceği bildirildi.

KTO Yetkilileri Yapı Ruhsatı düzenlemeye yetkili idarelerin, kedilerine yapı ruhsatı almak üzere başvuran geçici veya gerçek kişi yapı müteahhitlerini T.C. Kimlik Numaralarıyla, tüzel kişi yapı müteahhitlerini vergi numaralarıyla, ortaklıklarda da ortaklığa ait vergi numaralarıyla yetki belgesi numarasını Çevre ve Şehircilik Bakanlığının Yapı Müteahhitliği Bilişim Sistemi (YAMBİS) veri tabanından sorgulayarak, sorgulanan yetki belgesi numarasının aktif olması halinde yapı ruhsatın ilgili hanesine aktaracak ve ruhsat düzenlenmesini sağlanacağını bildirdi.

KTO Yetkilileri, bu düzenlemeler ile yapı ruhsatına tabi inşaat yapan yapı müteahhitlerin kayıtları tutularak denetlenmesinin amaçlandığını, yapı müteahhitliğinin, yeterliliği haiz olanların yapabileceği bir sektör haline getirilmesi hedeflendiğini bildirdiler.

# KÜRESEL REKABET ORTAMINDA LOJİSTİK FAALİYETLER ve ÖNEMİ (2)

*Lojistik; uluslararası rekabetin sertleştiği ve pazar paylarının artırılmasının bazen imkansız hale geldiği dünya ticaretinde, işletmelerin; bir yandan ürettiği ürünleri, uzaklık tanımaksızın, zamanında ve daha düşük maliyetlerle nihai tüketicilere ulaştırmasına imkan verirken, diğer yandan da işletmelerin global amaç fonksiyonlarının gerçekleştirilmesine katkıda bulunmaktadır.*

**Mehmet Burak CERAN**  
S.Ü. Akören MYO Öğr. Gör.

**Doç.Dr.Muammer Zerenler**  
Selçuk Ün.İİBF Fakültesi Öğretim Üyesi

Lojistik yönetimi, tedarikçiden son kullanıcıya uzanan (tedarik zinciri) bir akış içinde; içe veya dışa ya da her ikisine odaklı olabilmektedir. Lojistik yönetiminin ana fonksiyonları, satın alma, taşıma, depolama, envanter girişi, doğru bilgi akışının sağlanması ve bu aktivitelerin organize edilmesi ve planlanması olarak ifade edilmektedir. Lojistik yöneticileri, bir organizasyon içinde kaynakların koordinasyonu sağlayarak bu fonksiyonların her birinden gelen bilgileri birleştirmektedir. Lojistiğin temelde iki farklı boyutu bulunmaktadır. Biri depolama ve taşıma ağı boyunca malzeme akışının sürekliliğini sağlamakta, diğeri ise projelerin sonuçlanması için kaynaklar zincirini koordine etmektedir (Baziotopoulos, 2008:5).

Günümüzde lojistik kavramı, küreselleşme, tedarik zinciri yönetimi ve kaynak yönetimi kavramlarıyla birlikte değerlendirilmektedir. Malların, kişilerin ve bilginin akışının optimizasyonu olarak kabul edilmekte, değer zinciri, ulaştırma ekonomisi, dağıtım planlaması gibi kavramların da tartışılmasının kaynağını oluşturmaktadır. Dünyadaki gelişmelere paralel, Türkiye’de de hızlı gelişim gösteren sektörlerden birisi olan lojistik, üretimin küreselleşmesi, malların kullanıcıya ulaştırılmasında zamanın önemi, taşıma, depolama ve dağıtım merkezlerinin yönetimi gibi konuları içermektedir. Küreselleşme, işletmeleri yeni iş modelleri geliştirmeye ve maliyet düşürücü strateji geliştirmeye zorlamaktadır. Küreselleşmeye bağlı tarihsel süreç, lojistik hizmetlerin yapısını da değiştirmektedir. Lojistik hizmetler artık katma değer hizmetleri, tedarik hizmetleri, gümrükleme hizmetleri, depo yönetimi, paketleme, elleçleme, etiketleme, dış ticaret ve sigorta danışmanlıklarını da içermektedir. Yeni ekonomi anlayışı da lojistik operasyonları farklı bir yapıya kavuşturmakta, işletmelerin, işlem maliyetlerini azaltmasını ve bunun müşteri hizmetlerine yansıtılması durumunu ortaya çıkarmaktadır. Bu da işletmeler arasında farklılık yaratmakta ve rekabeti güçlendirmektedir. Dünyadaki teknolojik gelişmeler, talebin farklılaşan yapısı, değişen piyasa koşulları da lojistik sektörünün yapısını değiştiren diğer unsurlar olarak değerlendirilmektedir. Günümüzde lojistiğin fonksiyonları arasında, fiziksel dağıtım faaliyetleri ve depolamanın yanı sıra, müşteri hizmetleri de yer almaktadır. Müşteriye daha fazla değer yaratabilmek için otomasyon sistemlerinin etkin kullanımı zorunlu hale gelmekte, talepteki değişimlerde, lojistik işletmelerini sürekli olarak yeni ürünler geliştirmeye zorlamaktadır (Aydın ve Ögüt, 2008:2).

Lojistik yönetim sürecini gerçekleştiren kişi olarak lojistik yöneticisi, fiziksel dağıtım, üretim, satın alma ve pazarlama ile ilgili bir takım görevleri yerine getirmektedir. Fiziksel dağıtımla ilgili olarak; ulaştırma hizmetinin seçimi, giden ve gelen sevkiyatların çizelgelenmesi ve dağıtım merkezlerinin faaliyetlerinin organizasyon ve planlaması sayılmaktadır. Üretimle ilgili olarak; satış gereksinimlerini karşılayacak üretim düzeylerini belirleme, iş merkezleri içerisinde malzeme akışının optimizasyonu ve depolama alanlarının ve malzemelerin taşıma sistemlerinin planlanması ve düzenlenmesi olarak sıralanabilmektedir. Satın alma ile ilgili olarak; satın alınan çeşitli malzeme ve parçalar için tedarikçilerin seçimi, üretimde kullanılmak üzere satın alınacak olan hammaddeler ve yarı işlenmiş ürünler için gerekli miktar ve fiyat düzeylerinin ve özelliklerinin belirlenmesi ve işin belirli bölümlerini gerçekleştirecek taşeron işletmelerin seçimi olarak belirlenmektedir. Pazarlama ile ilgili olarak, satış sonrası hizmet faaliyetlerinin organizasyonu,

## → RAPOR

satış tahminlerinin müşterinin gerçek gereksinimleri ile uygunluğunun kontrol edilmesi, müşterinin teslim tarihlerine uygun teslim çizelgelerinin düzeltilmesi ve müşteri gereksinimlerine uygun ambalajların geliştirilmesi olarak sıralanmaktadır.

### 2.1. LOJİSTİK VE TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

Lojistik yönetimi, tedarik zinciri yönetiminin bir parçası olarak kabul edilmekte ve müşterilerin gereksinimlerini karşılamak üzere, her türlü ürün, hizmet ve onlarla ilgili bilginin başlangıç noktasından tüketim noktasına kadar etkin ve verimli bir şekilde ileri ve ters yönlü akışının gerçekleştirilmesi, depolanması, denetlenmesi ve planlanması olarak tanımlanmaktadır (Erdal, 2008:30). Tedarik Zinciri Yönetimi (TZY); tedarik zincirinin ve bu zincir içinde yer alan tüm şirketlerin uzun vadeli performanslarını arttırmak amacıyla, söz konusu şirketlere ait işletme fonksiyonları ve planlarının, zincirdeki tüm şirketleri kapsayacak şekilde, stratejik ve sistematik koordinasyonu olarak ifade edilmektedir. Müşteri ve diğer paydaşlar için değer yaratan ürün, hizmet ve bilgi sağlamak amacıyla ilk tedarikçiden son tüketiciye kadar olan kilit iş süreçlerinin entegrasyonu olmaktadır (Tanyaş, 2005:25).

Tedarik zinciri, ürünler, tedarikçiler, üreticiler, toptancılar, dağıtımcılar, perakendeciler ve nihai olarak da tüketiciler arasındaki hareketini sağlayan ilişkiler ve bağlantılar bütünü olarak tanımlanmaktadır. Mal ve hizmetlerin tedarik aşamasından, üretimine ve nihai tüketiciye ulaşmasına kadar birbirini izleyen tüm halkaları kapsamaktadır. İş süreçleri açısından bakıldığında, tedarik zinciri; satış süreci, üretim, envanter yönetimi, malzeme temini, dağıtım, tedarik, satış tahmini ve müşteri hizmetleri gibi pek çok alanı içine almaktadır. Tedarik Zinciri Yönetimi, müşteriye, doğru ürünün, doğru zamanda, doğru yerde, doğru fiyata tüm tedarik zinciri için mümkün olan en düşük maliyetle ulaşmasını sağlayan malzeme, bilgi ve para akışının entegre yönetimi olarak tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle zincir içinde yer alan temel iş süreçlerinin entegrasyonunu sağlayarak müşteri memnuniyetini artıracak stratejilerin ve iş modellerinin oluşturulması Tedarik Zinciri Yönetimi kapsamında ele alınmaktadır.

#### 2.1.1. Lojistik ve Lojistik Yönetimi

Genel olarak lojistik, "ürünleri ve hizmetleri ihtiyaç duyulan yerde ve istenilen zamanda hedeflenen müşteri seviyesinde sağlama" olarak nitelendirilmektedir. Bu tanım göz önüne alındığında, lojistiğin insan yaşamı için ne derece önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Gıdadan giyime, teknolojiden eğlenceye birçok sektörde, ürün veya hizmetlerin istenilen zamanda ve şekilde müşteriye sunulabilmesi lojistiğin bir sonucu olmaktadır. Tüketiciler açısından bu denli önemli olan lojistik, üreticilerin de sürekli düşünmek zorunda oldukları bir faaliyet alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Müşteriye söz verilen şekilde, istenilen zamanda ve yerde, ürün ve hizmet üretiminin sağlanabilmesi, hazırlanan üretim programlarının tam olarak uygulanabilmesi ve etkin bir lojistik yönetim sisteminin gerçekleştirilmesi ile mümkün olmaktadır. Lojistik yönetimi ile ilgili olarak birçok tanım yapılmaktadır, ancak en geçerli olan tanımlardan biri lojistikle ilgili önde gelen organizasyonlardan biri olarak ifade edilen Lojistik Yönetimi Konseyi (Council of Supply Chain Management Professionals) tarafından 1991 yılında yapılmıştır. Buna göre Lojistik Yönetimi; "Müşteri gereksinimlerini karşılamak amacıyla

malların, hizmetlerin ve ilgili bilginin orijin noktasından tüketim noktasına etkin ve verimli akışının ve saklanması planlanması, uygulanması ve kontrolü süreci" olarak tanımlanmaktadır. Tanım dikkatle incelendiğinde, lojistiğin imalat ve hizmet sektörlerinin ikisini birden içerdiği ve malzemelerin yansira hizmetlerin de akışını incelediği gözlemlenmektedir. Buna göre lojistik, sadece imalat operasyonları için değil, ayrıca hükümet, hastane, okul, banka, finans kurumları vb. hizmet organizasyonları için de son derece önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde işletmelerin ayakta kalabilmeleri için ise imalat ve pazarlamanın ayrı hareket etmeleri mümkün olamamaktadır. Pazarlama yönetimi, müşteri memnuniyetini amaçlarken, imalat yönetimi ise maliyetleri düşürerek üretimi geliştirme amacıyla yenilenmektedir. Lojistik yönetimi, tüm bu faaliyetlerin üzerinde işletme çapında bütünlendirici bir rol oynamaktadır. Temel olarak lojistik, iş-



letme için bir iskelet oluşturarak pazar yerinin ihtiyaçlarını, imalat stratejisi ve planına aktaran bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Lojistik sisteminin misyonu da, geleneksel sistemde birbirinden ayrı olan pazarlama, dağıtım, üretim ve tedarik planlarını ideal tek bir plan haline getirmek olmaktadır. Lojistik yönetiminde yer alan faaliyetler üç alt sistem içerisinde yer almaktadır: (Tuna, 2001:12).

• Satın alma-Tedarik Sistemi: İşletmenin üretimi için ihtiyacı olan hammadde, yarı-madde ve malzemenin temininin sağlanması, gerekli olan girdilere zamanında ulaşılması, tedarikçi işletmelerle ilişkilerin düzenlenmesi bu sistemin görevi olmaktadır. İhtiyaçların tespiti, kaynak planlaması, proje yönetimi, lojistik destek planının hazırlanması, araştırma, tasarım, geliştirme ve üretim faaliyetlerinin sağlanması, kalite kontrolünün sağlanması, gerekli analizlerin gerçekleştirilmesi gibi görev ve sorumluluklar

bu sistem içerisinde yer almaktadır.

- İmalat Sistemi: Tedarik sistemi ile temin edilen malzeme ve parçaların mamule dönüştürülmesi sırasında yapılan taşımaları ve ara depoları içermektedir. Bu sistemdeki faaliyetler işletme içi fonksiyon olarak sağlanmakta ve sistem yönetimi, malzeme yönetimi, bakım, onarım ve yenileştirme, gerekli hizmetler, çevrenin korunması, kirliliğin önlenmesinde atık maddelerin ekonomiye kazandırılması gibi görevleri kapsamaktadır.

- Dağıtım Sistemi: Mamulün ambara gönderilmesinden, tüketiciye ulaştırılincaya kadar geçen depolama ve taşıma işlemlerinden oluşmaktadır. Bu sistem içerisinde müşteriye ulaşmada kullanılan fiziksel dağıtım araçları olan toptancılar veya perakendeciler ile işbirliği yapılmaktadır.

Lojistik yönetimin işletmelere sağladığı avantajlar şöyle sıralanabilmektedir;



- Stok akışı kontrolü ve izleme işlemlerini sağlamak,
- Stok maliyetlerini ve gereksiz diğer maliyetleri düşürmek,
- Hem araç, hem de personel olarak kaynak yönetimini sağlamak,
- Satış, satın alma, üretim ve nakliyat birimleri arasında bağlantı sağlamak,
- Müşteriye daha hızlı servis vermek,
- Araç ve personelin güvenliklerini sağlamak,
- İş disiplini ederek kaynakları optimum kullanmak,
- Nakliye ve ulaşım masraflarını azaltmak,
- İşgücünde verimliliği arttırmak,
- Geriye dönük verilerin irdelenmesi ile ileriye dönük daha doğru kaynak planlaması yapabilmek.

Lojistik seçimi, stratejik derecede önemli aktivitelerin ve gelişimlerin rollerini, amaçlarını ve vizyonunu içermek-

tedir. Etkin bir performansın sağlanması için departman ve gelişen yöntemlerin lojistik faaliyetleri içerisinde koordine edilmesini gerektirmektedir. Lojistik sistem, işletmeler üretim için gerekli kaynakları oluşturabilirse, faaliyetleri tamamlamayı amaçlamaktadır. Müşteri taleplerini minimum zamanda ulaştırmak veya üretim için gerekli madde ve malzemeleri hızlı ve güvenilir bir şekilde işletmelere iletmek lojistik yönetimin görevleri arasındadır. Lojistik sistem işlem performansını hız ve uygunluk bakımından yönetmektedir. Tedarikçiler, işletme ve müşteriler arasında hız ve uygunluğun sağlanması önem kazanmaktadır. Lojistikte servis güvenilirliği kalite özelliğini içermektedir. Etkili bir lojistik yönetimi, müşterilere, diğer işletmeler ve işletmeye maliyet minimizasyonu avantajı sağlamalıdır (Boyson, 1999: 32).

### 2.1.2. Lojistiğin Tanımı ve Gelişimi

Genel olarak lojistik, "ürünleri ve hizmetleri ihtiyaç duyulan yerde ve istenilen zamanda hedeflenen müşteri seviyesinde sağlama" olarak nitelendirilebilmektedir. Bu tanım göz önüne alındığında, lojistiğin insan yaşamı için ne derece önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Gıdadan giyime, teknolojiye eğlenceye birçok sektörde, ürün veya hizmetlerin istenilen zamanda ve şekilde müşteriye sunulabilmesi lojistiğin bir sonucu olarak görülmektedir. Tüketiciler açısından bu denli önemli olan lojistik, üreticilerin de sürekli düşünmek zorunda oldukları bir faaliyet alanı olarak değerlendirilmektedir. Müşteriye söz verilen şekilde, istenilen zamanda ve yerde, ürün ve hizmet üretiminin sağlanabilmesi, hazırlanan üretim programlarının tam olarak uygulanabilmesi ve etkin bir lojistik yönetim sisteminin gerçekleştirilmesi ile mümkün olmaktadır.

Lojistik; bilgi, sevkiyat, stok, malzeme taşıma, depolama ve paketlemenin entegrasyonunu içermektedir. Dolayısıyla lojistik, üretim noktası ile tüketim noktası arasında fark olduğu sürece daima söz konusu olabilecek bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Lojistik, Yunanca "Logistikos" kelimesinden gelmekte olup, "hesap kitap yapma bilimi", "hesapta becerikli" anlamına gelmektedir. Lojistik kavramı, ortaya çıktığı askeri sistemlerde de günümüzde önemini sürdürmektedir. Askeri anlamda lojistik ise, "Muharip unsurlara strateji ve taktiğine uygun ve gerekli olan ikmal maddeleri ile hizmet desteğini sağlamak için yapılan faaliyetler" olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda "Orduların erzak ve mühimmat desteğinin düşünülerek hareket ettirilmesi sanatı" olarak öngörülmektedir. Ülkelerin kendi topraklarından binlerce kilometre uzakta yaptıkları savaşlarda, askeri birimlerin hem insan gücü hem de diğer ihtiyaçlarının karşılanmasında gerçekleştirilen faaliyetler lojistik kavramı kapsamında değerlendirilmektedir.

#### 2.1.2.1. Gelişmiş Ülkelerde Lojistik

Günümüz küresel rekabet ortamında faaliyet gösteren işletmelerden farklı olarak geçmişte birçok köklü işletme, lojistik faaliyetleri, mecbur olduğu için yapılan işler gözüyle görmekteydiler. Bununla birlikte, son on yıldan beri iş koşulları önemli bir şekilde değişime uğramakta, giderek yaygınlaşan küreselleşmenin etkisiyle dünya giderek daha da küçük ve dinamik tek bir pazar haline gelmektedir. Günümüzde organizasyonlar yeni pazarlara açılmakta ve giderek daha da artan müşteri beklentileriyle karşılaşmaktadır. Sürekli artan talep ve beklentiler işletmeler üzerinde aşağıdaki gibi baskılar oluşturmaktadır (Tunçbilek, 2002: 42);



- Tedarik zinciri maliyetlerinin düşürülmesi,
- Değer akış süresinin kısaltılması,
- Stokların minimuma indirilmesi,
- Ürün çeşitlendirilmesi
- Ürün kalitesinin artırılması,
- Güvenilir teslimat tarihleri verilmesi,
- Gelişmiş müşteri hizmetleri verilmesi,
- Küresel talep, tedarik ve üretimin etkin koordinasyonunu

Bunların sonucunda, günümüzün organizasyonları rekabet güçlerini ve müşteri isteklerine yanıt verme yeteneklerini koruyabilmek için iş yapma şekillerini ve prosedürlerini sürekli geliştirmek zorunda kalmaktadırlar. 1990'larda bilişim teknolojilerinin ve iş proseslerinin birbirleriyle zincirleme ilişkili olarak yeniden tasarlanması, organizasyonların varlıklarını sürdürmesini sağlamada önemli bir araç olarak ortaya çıkmıştır (Tunçbilek, 2002: 43). İş dünyasında ise toplam müşteri değeri kavramı ön plana çıkmıştır. Toplam müşteri değeri, müşterinin verilen ürün veya hizmetten beklediği faydaların toplamı olarak ifade edilmektedir. Bu sebepten dolayı asıl rekabet; işletmelerin fabrikalarında ürettikleri arasında değil, fabrika çıktısına paketlenme, hizmet, müşteri desteği, teslimat anlaşmaları, depolama ve diğer özelliklere kattıkları değer arasında gerçekleşmektedir.

Müşterileri işletmelere çekmek ve kazanılan müşterileri yitirmemek için ürünün nitelikleri üzerine yoğunlaşmak yetersiz bulunmakta ve lojistik faaliyetler müşteriye değer ve kalite sunarak rekabet avantajı kazanmanın anahtarlarından biri olarak uygulanmaktadır. Lojistik, müşterilere değer yaratmak, maliyet tasarrufları sağlamak, pazar kontrolü kazanmak ve üretim esnekliğini artırmak için şirket stratejisini belirleyen en önemli öğelerden biri olarak görülmektedir (Şen, 2006: 22). Lojistik ve tedarik zinciri yönetimi alanları giderek "stratejik düzeyde önemli" olarak

sınıflandırılmaya başlanmaktadır. Aynı zamanda lojistik ve tedarik zinciri yönetimi; yönetim metotları ve bilgi teknolojileri alanındaki hızlı gelişim ile daha da karmaşık hale gelmektedir.

İşletmelerin pazarda başarılı olmak için tedarikçileri, üreticileri, dağıtıcıları ve müşterileri ile kurdukları bu zincirde; işletmeler arasındaki ilişkiler stratejik öneme sahip bulunmaktadır. Bu ilişkilerin birer stratejik ittifak ilişkisi olarak görülmesi sonucunda ortaya çıkan avantajlar, nihai müşteriye sunulan değer artması, maliyetlerin azalması, iş süreçlerinin gelişmesi, işletmelerin öğrenme kabiliyetlerinin artması, temel yetenekler üzerinde odaklanma, sunulan hizmetlerin sayısı ve kalitesinin artması, üretimde sağlanan esneklik vb. olarak sıralanabilmektedir. Tedarik zincirinde bir stratejik ittifak olarak üçüncü parti lojistik işletmeleri, lojistik hizmetlerine olan talebin artması sonucunda gelişmektedir.

#### 2.1.2.2. Türkiye'de Lojistik

Türkiye'deki lojistik şirketlerinin geçmişte taşımacılık sektöründe faaliyet göstermeleri ve lojistik kavramı ile ilgili yetersiz bilgilendirme sonucunda, lojistik ve taşımacılık kavramları aynı manada algılanmaktadır. Türkiye'de faaliyet gösteren lojistik şirketlerinin müşterilerine sundukları hizmetler genellikle; fabrikadan veya gümrükten ürünün alınmasıyla başlayıp, kalite kontrolü, paketlenmesi, depolanması, stok yönetimi, sigortalanması, montaj ve müşteriye teslimi ile tamamlanmaktadır. Üretim noktasından alınıp, ürünün dağıtım kanalları yoluyla müşteriye ulaştırılması "fiziksel dağıtım" olarak adlandırılmaktadır (Tunçbilek, 2002: 5).

Fiziksel dağıtım denildiğinde en fazla söylenen sözcük "taşıma" olmaktadır. Ancak sektörde yaşanan hızlı gelişmeler sonucunda, ikili pazarlama fonksiyonlarından müşterilerin işyerinde veya müşterinin kapısında yerine getirilmesi anlamına gelen ama sadece teslimattan ibaret

olmayan stok yönetimi, sipariş işleme, depolama, kuruluş yeri seçimi, ambalajlama, elleçleme, taşıma gibi daha birçok fonksiyonu içeren bir faaliyet olduğu bilincine varılmaktadır (Tek, 2001:12).

Türkiye'nin gayri safi milli hasılası içerisinde lojistik harcamaların payı ise Avrupa Birliği ile karşılaştırıldığında oldukça düşük bir oran olan %1,5 olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüzde Akdeniz ve Karadeniz çevresindeki bütün lojistik merkezler ticaret hacimlerini katlayarak büyütürken, Türkiye'nin bu alanda yeterince yol alamadığı görülmektedir. Türkiye, küresel ticaret hatlarında doğu-batı ve kuzey-güney güzergahları içindeki önemli konumunu, denizyolu, karayolu havayolu veya demiryolu açısından yeteri kadar değerlendirememektedir (İGEME, 2005). Bu avantajları değerlendirememek bir yana, Türkiye'de karayollarının yanında diğer taşıma yolları gelişmeden kalmış durumda gözükmektedirler.

Türkiye, Avrupa, Asya ve Afrika gibi üç büyük kıtanın tam ortasında yer almaktadır. Balkanlar, Kafkaslar, Karadeniz, Akdeniz ve Ortadoğu gibi stratejik öneme sahip bölgelere; deniz, kara, hava ve demiryolu ile ulaşım sağlanabilen dünyada sayılı ülkelerden biridir. Ayrıca Türkiye, dünyanın kuzey-güney ve doğu-batı arasındaki ender kavşaklarından bir tanesidir. Ancak Türkiye, sürekli olarak gündeme getirilen bu coğrafik avantajını ekonomik gelişmeye ve ticaret hacmine yeterince yansıtamamaktadır (Erdal, 2008:46).

Dünyada yaşanan lojistik eğilimlerin Türkiye'yi de etkilemesi kaçınılmaz olması gerçeğinden hareketle küresel alanda ortaya çıkan gelişmeler Türk dış ticareti ve bununla ilişkili olarak da Türkiye lojistik sektörü üzerinde etkilerini göstermektedir. Son birkaç yıldır lojistik sektöründe ciddi gelişmeler yaşandığı gözlemlenen Türkiye'de, coğrafi konumunun getirdiği avantajların bölgesinde lojistik üs olma yolunda tam anlamıyla kullanılmamasına rağmen bu yönde olumlu gelişmeler yaşandığı söylenebilmektedir. Türkiye'nin coğrafi ve stratejik konumu itibarıyla lojistik sektörü, bulunduğu coğrafyadaki mevcut ve potansiyel pazarlara hem dağıtım yapabilecek hem de hizmet verebilecek durumda olan bir sektör olarak değerlendirilebilmektedir. Diğer taraftan, birçok alt sektörün birbirine bağlı olduğu lojistik sektörünün ülke ekonomisine yapacağı doğrudan ve dolaylı katkının da göz ardı edilemeyecek kadar yüksek bir değerdede olduğu ifade edilebilmektedir. Ayrıca, hızlı ve etkin bir tedarik ve dağıtım ağının işletmelerimize sağlayacağı faydalar da yadsınmamaktadır. Son yıllarda hızlı ve etkin bir tedarik ve dağıtım ağının küresel rekabet ortamında işletmelere bir rekabet avantajı kazandıracığının farkına varıldığı ve bu bağlamda lojistik sektörünün her geçen gün daha da geliştiği görülmektedir.

Üretim, ticaret ve ülke ekonomisine sağlayacağı katma

değer açısından bakılması durumunda oldukça önemli bir sektör olarak tanımlanan lojistiğin popülerliği Türkiye'de gittikçe artmakta ve son yıllarda Türkiye'de lojistik tabiri oldukça yaygın şekilde kullanılır hale gelmektedir (Erdal, 2008).

Lojistik faaliyetlerin tamamlayıcısı olan ve ihracata ve ithalata konu ürünlerin gönderilmesinde kullanılan limanların Türkiye'de uluslararası standartlara getirilmesinin büyük önem taşıdığı belirtilmektedir. Mevcut limanların bilişim teknolojileri ve gerekli donanımlarla geliştirilmesine ek olarak yeni yapılacak ve uluslar arası lojistik üs olabilme potansiyeline sahip limanların kurulmasının gerekliliği lojistikle ilgili taraflarca dile getirilmektedir Türkiye lojistik sektörü ile ilgili olarak yapılan bir swot analizi sonucuna göre sektörün kuvvetli ve zayıf yönleri, sektör için var olan tehditler ve fırsatları aşağıdaki gibi özetlenmektedir (Ersoy, 2008:86);

**Güçlü Yönler:** Türkiye'nin; stratejik ve coğrafik konum, pazar ekonomisi deneyimli büyük bir ülke, üretkenlik artışı, genç ve dinamik nüfus, üç tarafı denizlerle çevrili ve liman yapmaya elverişli bir altyapı, kara taşımacılığında önemli bir filoya sahip olma, maliyetlerin düşüklüğü, dil avantajı gibi özelliklere sahip olması Türk Lojistik Sektörü'nün güçlü yönü olarak belirtilmektedir.

#### **Zayıf Yönler:**

Eğitilmiş personel yetersizliği, teknolojik altyapı eksikliği, yeni teknolojiye kapalılık, demiryolu ve denizyolu taşımacılığının yetersizliği, kombine taşımacılıktaki yetersizlikler, yaşlı taşıt filosu, rekabet sorunları ve iş etiği eksiklikleri, yasal düzenleme ve akademik araştırma eksiklikleri, ölçek küçüklüğü, sermayedeki

yetersizlikler, verimsiz çalışma gibi özellikler de Türk Lojistik sektörünün zayıf yönleri olarak değerlendirilmektedir.

**Tehditler:** Yabancı işletmelerin girişi, ekonomik belirsizlik, politik kaos, politik müdahaleler, bölgede savaş ve istikrarsızlık, enerji maliyetleri, karayolları, denizyolları ve demiryolları bağlantılarındaki eksiklik ve yetersizlikler ise Türkiye Lojistik Sektörü için tehdit taşıyan unsurlar olarak ifade edilmektedir.

**Fırsatlar:** Karadeniz, Balkan, Arap pazarlar, Avrupa Birliği üyeliği, GAP projesi, AB'nin lojistik üssü olma fırsatı, dış ticaret hacminin artması, Ortadoğu ve Türk Cumhuriyetlere yapılan taşımalarda lojistik üs olabilme şansı ise lojistik sektörünün Türkiye'deki fırsatları olarak ortaya konulmaktadır.

Lojistik, günümüz ekonomisinde ülkelerin ekonomik yerini belirlemede öncü olan sektörlerden birisi olarak değerlendirilmekte ve Türkiye de sahip olduğu özellikler bakımından bu avantajlardan yararlanabilecek konuma sahip bir ülke olarak tanımlanmaktadır (Ersoy, 2008:87).





# KONYA'DAKİ AİLE ŞİRKETLERİNE ÖNERİLER;

## Ailenin Kurumsallaşmasında, Aile Anayasası Her Aileye Gerekli

Dr. Murat K.BEZİRCİ  
SPS Consulting  
Aile Şirketleri Hizmetleri Lideri  
mkbezirci@marmarasps.com.tr

*Konya'nın dünyadaki 150'nin üzerinde ülkeye sanayi ürünü olarak, makine ve aksamları, taşıt araçları ve yan sanayi mamulleri ile demir ve demir dışı metal, bitkisel yağ ihracatı yaptığını görmekteyiz. Bu sektörlerin ihracatı gün geçtikçe artmakta, şirketler büyümektedirler. Ancak girişimci, birinci nesildeki kurucular da, halen işin başında kalmaya devam etmektedirler.*

• Şirketin Kurumsallaşmasını ve Ailenin Kurumsallaşmasını yapmayı düşünmektedirler.

• Ancak nasıl, ne zaman ve nereden başlayacaklarını kesin çizgilerle bilememektedirler.

Konya gibi aile şirketi olarak Kobi'lerin yoğun olarak faaliyet gösterdiği şehirlerde, şirketler için Kurumsallaşma kaçınılmaz bir gerçektir.

Konya'daki tespit ve araştırmalarımıza göre aile şirketlerinin ömürlerinin, ülkemizde de olduğu gibi çok kısa olduğunu görmekteyiz.

Bu sorunların başında Kurumsallaşamama gelmektedir. Aile şirketlerinin çok kolay dağılmasının temel nedenlerinden birisi de aile içi çıkar çatışmalarıdır.

Aile bağlarımızın güçlü olması sebebiyle bu durumun tamamen Avrupa ülkelerine göre az olması gerekirken neden durum böyle olmaktadır?

İşte bunun için, Şirketin Kurumsallaştırılması gerekmektedir.

• Aileyi Kurumsallaştırmalıyım, ancak nereden başlamalıyım?

• Aileyi mi önce kurumsallaştırmalıyım? Yoksa Şirketi mi kurumsallaştırmalıyım?

İşte, bu soruların cevabının eksik kaldığını görmekteyiz.

Türkiye'de ise aile şirketleri, Türk ekonomisinin temelinde, halen kurucuları tarafından yönetilen şirket sayısı oldukça fazla... Peki ya devir zamanı geldiğinde ne olacak?

Türkiye'de birçok aile şirketi, kuruluşlarının 25 ila 50'inci yıllarına girmişlerdir. Bu şirketlerin birçoğu ikinci kuşağa geçme aşamasındadır. Hem şirketini kurumsallaştırmaya, hem de ailesini kurumsallaştırmaya çalışan aile şirketlerine baktığımızda patron kavramının, ikinci nesilde (kuşakta) Patron ve Yönetici kavramı olarak iki bölüme olduğunu, oluştuğunu görmekteyiz.

Türkiye'deki aile şirketlerinde en büyük problemin kurumlaşma aşamasına entegrasyon ve bilinçlenmede, profesyonelleşmeye geçiş sürecinde, ikinci nesile devir aşamasında olduğunu görmekteyiz. Aile yönetim anlayışında geçmişten gelen alışkanlıklar ve yönetim bilinci tarzından dolayı patronlar, yetki ve sorumluluğu devretmede, profesyonel yönetime işi devretmede, ikinci nesile süreci devretmekte zorluklar yaşıyorlar. İkinci kuşağın var olan sistem ve işletme düzenini yok edeceğini, bozacağını düşünüyorlar. Bir tarafta ömürlerini tükettikleri şirketleri, diğer tarafta ise aileleri var. Uzun yıllar süren mücadeleler sonucu aşama aşama büyüttükleri şirketlerinin, bir anda bölüneceğinden ve yok olacağından endişe duyuyorlar.



Bizler ( Patronlar ), işin öncülüğünde olmaz, şirkette olmaz isek işlerin yürümeyeceği düşüncesi, Türkiye’de birçok sayıdaki şirket sahibi tarafından (patron) öngörülen ortak bir kanaat, düşünce olarak karşımıza çıkıyor. Bununla birlikte aile şirketlerinde şirketin kurumsallaşma sürecinin de yapılamamış olması, şirket çalışanlarının iş tanımlamalarının kesin ve net olmaması, organizasyonel yapının tam oluşturulamamış olması, yetki devrinin delegasyonunun tam yapılamamış olması gibi birçok sorunlarda devam etmektedir.

İşte bu sorunların ortadan kaldırılabilmesi, şirketin kurumsallaştırılmasına bağlıdır. Tabi bunun yanında Ailenin kurumsallaştırılması da son derece önemlidir. Ailenin ve Şirketin Kurumsallaşma entegrasyonu oluşturulmalıdır.

Türkiye’de veriler, 4. Kuşağa ulaşabilmiş aile şirketi oranının yüzde 6’yı geçmediğini göstermektedir. (Kong Gumi 1400 yıl boyunca aralıksız olarak faaliyet gösteren dünyanın en eski aile şirketi konumundadır. Bu şirket “Buda Tapınağı” inşa etmek için Japonya’da 578 yılında kuruldu. 40 kuşak olarak 2006 yılında finansal kriz sonrası Takamatsu şirketine devredildi. Japonya’da sekiz şirket 40 ile 50 kuşak yaşamışlar. Almanya’da 837, Hollanda’da 222, Fransa’da 196 şirket 200 yılı aşkın süredir aile yapısı ve geleneği ile yaşamaktadırlar.

Ülkemizde ise böyle bir durumu görmek mümkün değildir, çok az sayıdadır.

1777’de kurulan lokum ve akide şekeri üreten Hacı Bekir, 1871’de faaliyete başlayan Kurukahveci Mehmet Efendi, Erbak Uludağ Gazozları bugün varlığını sürdüren nadir aile şirketleri olarak devam etmektedirler.)

Çocuklarınız başka bir şirkette en az 3 yıl çalışsın, en az iki terfi alsın. Çocuklarınızın acemilik dönemlerinde sizi, şirketinizi yok etmelerine izin / yol vermeyin.

Türkiye’de ve Konya’da aile şirketlerinde bu olumsuz yapıyı değiştirmek mümkün mü?

Bu yapının değiştirilmesi; Anayasa ile GELECEK PLANININ doğru ve şeffaf olarak ortaya konulması ile mümkündür. Öncelikle aile üyeleri arasında koordinasyon ve

iletişimi destekleyecek ve aile değerlerini, hedeflerinin gerçekleşmesini sağlayacak yapının oluşturulması gerekir. Aile Anayasası ile bu yapı kurulmalıdır.

Aile üyelerinin çalışan veya çalışmayan statüsünde olan, şirket içerisinde belirli sorumluluk üstlenmiş fertler de dahil olmak üzere değerler, kural ve beklentilerin ortaya konulduğu her durumun açık olarak ifade edilebildiği yazılı bir belge olmalıdır. Aile anayasasının uzun süreli planların, stratejik hedef planların yapılması anayasa ile gelişimi sağlayacak stratejiler yapılmalıdır, geliştirilmelidir.

• **Kuşaklar arasında, nesiller arasındaki farklı düşünceler nasıl yok edilebilir? Nasıl olmalıdır.**

• **Şirket yönetimi ile Aile üyelerinin, Aile Meclisinin ilişkisi nasıl olmalıdır?**

• **Patronlar hiç ölmeyecekmiş gibi davranıyorlar, bu süreçten nasıl geçiş yapılmalıdır? Zamanlaması nasıl olmalıdır?**

• **Aile şirketlerinde yaşanan sorunların önlenmesinde “Aile Meclisi” ve Aile Anayasasının etkisi nedir? Nasıl planlanmalıdır?**

• **Kimler şirkette çalışabilir?**

• **Yönetim Kurulu Başkanı kim olmalıdır?**

• **Kimler pay sahibi olabilir ya da olamaz?**

• **Aile, Yönetim Kurulunda nasıl temsil edilecektir?**

• **Kar payı konularında nasıl karar verilecek?**

• **Aile üyesi pay sahipleri şirketten nasıl ayrılabilir?**

• **Yönetimin alacağı maaşlar ailenin onay mekanizmasından nasıl geçecek?**

• **Kurumsal vizyon ve stratejiler, aile ilke ve değerleri ile nasıl entegre olabilecek?**

• **Büyüyen ve değişim içerisinde olan aile yapısında, şirket istekleri nasıl karşılayacak?**

• **Aile yapısında gelin ve damatların durumu ne olacak?**

• **Gelecek nesillerin planlaması neye göre yapılmalıdır?**

İşte bu değerler bir ailenin ve aileye bağlı olan aile

## → ARAŞTIRMA

**şirketinin uzun süreli var olup, olmaması ile ilgili değerlerin oluşturulduğu bir yapıdır.**

Bu yapının geleceği için aile değerlerinin ve işletme değerlerinin kurumsallaştırılması günümüz şartlarında artık kaçınılmaz bir gerçektir.

Bunun için Aile değerlerinin şirket entegrasyonuna yansımalarının doğru, sağlıklı olması için AİLE ANAYASASI şarttır ve her şirket bu düzenlemeyi hızla yapmalıdır.

\*Aile anayasaları daha birinci kuşak, işin başında iken yazılmalıdır, kurumsallaşma başlatılmalıdır.

Bu ve bunun gibi konuların çözümlenmesi ve ayrışımının yapılması ile şirketin ve ailenin uzun dönemli, nesiller boyu devamı sağlanmış olacaktır. Bunu sağlamayan şirketler artık varlıklarını sürdürmeyecekler, belirli süreç sonrası problemler, çatışmalar, kopmalar başlamış olacaktır.

Şirketin belirli bir büyüklüğe ulaşması neticesinde, Şirket sahiplerinin, kurumsallaştırmaya nasıl, ne zaman ve nereden başlayacaklarını net olarak bilememektedirler. Tereddüt içerisindedirler. Şirketin kuruluş döneminden bugüne kadar geçen süreçteki heyecan, motivasyon, çok çalışma arzusu, küçük şeylerle yetinme, mutlu olma dönemi, hayatın değişik tarza bürünmüş olması, hayata bakışları da değişmektedir. Şirketin büyümesi ile ortaklar yeni şirket hissedarlarının eşleri arasındaki gizli rekabet ve düşünce tarzı, hızla büyüyen ve gelişen yeni nesilin işe, işletmeye bakış açısı çok daha farklı olmaktadır.

Özellikle yeni nesilin uğraş alanı tamamen farklı yapıdadır. İşletme ve iş bilinci düşüncelerinde ilk sıralarda olan yeni nesilin sayısı oldukça az bir orandadır.

Kurumsallaşma için öncelikli yapılması gerekenler, Konya'daki Aile şirketlerine önerilerimiz: Şirketiniz ve Aile Üyelerine,

• Öncelikle şirketiniz danışmanlık nedir? Ne değildir? Nasıl danışmanlık hizmeti alınmalıdır? Bunun iyi bir analizini yapmalıdır, bilgilenmelidir.

• Bunun neticesinde kurumsallaşmanın kısa sürede olmayacağını, olamayacağını bilmelidir.

• Şirket yapısına göre bu sürecin 3 yıllık bir süreç ile 6 yıllık bir süreçten önce tamamlanamayacağı iyi bilinmelidir.

• Kurumsallaşma sürecinin Şirketin Kurumsallaştırılması ve Ailenin Kurumsallaştırılması olarak ayrıştırılması gerekmektedir. Bunu iyi analiz ederek şirket ve aile dinamiklerine göre, aile değerlerine göre bir "PROJE PLANI"



haline getirmelidirler. Sabırla, azimle süreci takip etmelidirler. ( Bu planlamanın, konularında uzman kişilerle birlikte, inanarak yapılması gerekmektedir).

Hatalı, eksik uygulanan bir süreç ailenin kopmasına, şirketin zor günler geçirmesine sebebiyet verebilir, zor bir süreçten ancak planlama "PROJE PLANI" doğru olur, yapılır ise hiçbir problem olmadan süreç devam edecektir.

• Bu çalışmaların ve planlamanın "geleceğe bakış", "gelecek nesillere devir", "neslinizle birlikte mutlu olmak" projesi olduğunu unutmadan, süreci dikkatle, özenle takip etmelisiniz.

• Kurumsallaşma süreci, Aileyi ve Şirketi tam olarak eksiksiz olarak kapsamalıdır. ( Büyüme, pazarlama, yönetim, yetki devri, stratejik kararlarda kati ve kesin kurallar işletilmelidir. )

• **İşletmede görev almak isteyenler, aileden de olsa / varis olsa da kurumsallaşma ilkeleri işletilmelidir.**

• **Kurumsal ilke ve kurallarda Yönetim Kurulu, İcra Kurulları işletilmelidir.**



### AİLE ve İŞ KONULARININ AYRIŞTIRILMASI

- AİLE MECLİSİ**
- Aile konularını, problemlerini çözümler, sonuçlandırır.
  - Aile yapısında, iş ve politikaların belirlenmesini sağlar.
  - Aile üyelerinin işe giriş / alım süreçlerini belirler.

- YÖNETİM KURULU**
- Şirket / iş konularını çözümler, sonuçlandırır.
  - Şirket analizini yapar, performansa göre şirketi yönetir.
  - Şirketin şeffaf hesap verebilirlik şekliyle yönetimi sağlar.



- Aile Anayasası mutlaka yazılmalıdır. ( Bugün ve gelecek Planlamasında. )
- Şirketin Kurumsallaşma İlkeleri / şartları sağlanmalıdır.
- Ailenin Kurumsallaşması sağlanmalıdır.
- Tek Kişilik Yönetim anlayışından uzaklaşılmalıdır.
- Stratejik kararlar ve Yatırım kararları tek kişilik yönetim tarafından değil, kurumsal bir yapıda geliştirilmiş sistemde olmalıdır, verilmelidir.
- Konya'daki işletmelerimizin en çok yaptığı hatalı süreç adımları şöyle olmaktadır.
- Kurumsallaşma "Proje Planı" kısa süreli tanımlanmaktadır.
- Aile Şirketleri danışmanlık hizmetini tam olarak tanımamaktadırlar. Danışmanlık nedir? Yeterli bilgiye sahip değiller.
- Planlamadaki eksiklik, sürecin nereden, nasıl başlatılacağına tam, net olarak ortaya çıkartılmamış olması.
- Bölgesel örf adetlerin, aile geleneklerinin, değerlerinin dikkate alınmadan sürecin ilke ve kurallara bağlanmaya, oluşturulmaya çalışılması.
- Şirketin Kurumsallaştırılması ile Ailenin Kurumsallaştırılmasının birbirine karıştırılması, ayrıştırılmaması.
- Önce şirket mi Kurumsallaştırılmalı, yoksa Aile mi Kurumsallaştırılmalı bunun sağlıklı planlama ile ortaya çıkartılmaması.
- Uygulama olmadan, problemi eğitimle çözme düşüncesinin hakim olması.

- İşletme içi kesin kuralların işletilmemesi.
- Tek kişilik yönetim bilincinin devam etmesi.
- Yetkili kurulların olmaması, işletilememesi,
- Aile içi gizli çıkar çatışmalarının olması.
- Girişimcinin devam ettiği ve çocuklarında işletmede görev aldığı şirketlerdeki çatışmalar. ( Kuşak Çatışmalarının Yaşanması.), Kurumsallaşma adına çalışmaların başlatılamamış olması.
- 2. nesile devir problemleri, devir edememe, gerekli çalışmalardan kaçınma.
- Aile Anayasasının bilincinde olmama, ne sağladığının bilinmemesi.
- Hissedarların eşlerinin (gizli / görünmeyen yüz olarak) işletmeye müdahale etmesi.
- Çocuklarını işletme kurallarına göre değil hisse oranında, baskın karakter yapısı, eşlerin düşüncelerine göre, işletme içi üst kademeye yerleştirme düşüncesi.
- Çocukların direkt işletmeye dahil edilmesi. Belirli bir kuralın olmaması. ( Bunun sonucunda, işletme aileye hizmet etmeye başlıyor. )
- Aile Bireylerinin, İşletme yönetim bilincinde, liderlik, hedeflerle yönetim , yeni yönetim bilincinde eksik bilgi sahibi olmaları, kişisel gelişimin yeterince yapılamaması. İşletme Yönetiminin, üretim odaklı gelişim ile entegre götürülememesi.
- İşletmelerde gelinlerin ve damatların durumları net olarak belirlenmiş değildir.
- Harcamalar belirgin ve net kurallar çerçevesinde değildir.

Bahse konu bu temel dinamikler ortaya konulmadan Konya'daki şirketlerin ve ailelerin kurumsallaştırılması mümkün değildir.

Konya'daki şu an itibarıyla en belirgin, dikkat edilmesi dikkate alınması gereken süreç 2. Neslin şirket organizasyonunda yer almış olmasıdır, gelme zorunluluğunun ortaya çıkmış olmasıdır. Bu durum şirketin var olması veya yok olması arasındaki çok ince bir çizgidir.

Artık, Konya'daki aile şirketlerinde tespitlerimiz göstermektedir ki kurucuların 2. nesile geçişi zorunlu hale gelmiştir. ( Yaş ve işletmenin büyüme sürecine bağlı olarak.) bu süreç iyi planlanmalıdır, aksi taktirde işletmeler problemlerle karşı karşıya kalabileceklerdir.

"Aile, Aile Anayasası ile var olacaktır. Şirket, ailenin şirkete hizmet etmesi ile yükselecektir. Bunun için ailenizin ve şirketinizin kurumsallaşmasına öncelik verin hiçbir şey ailenin geleceğe taşınmasından daha önemli değildir.

Bu bilinç ve düşünce ile sürekliliğin yolu AİLE ANAYASASI ama Aile yapısına, örf adet, düşünce ve felsefesine uyum sağlayan bir Aile Anayasası ile Şirketinizi Kurumsallaştırarak zirveye taşıyabilirsiniz.

\*Araştırmalar; Aile şirketlerinin ülkemizde yüzde 32'sinin ikinci nesile, yüzde 13'ünün üçüncü nesile geçebildiğini göstermektedir.

# Uzmanlaşmış Meslek Edindirme Merkezleri (UMEM) Beceri'10 Projesi ve Konya'daki Uygulamaları

*İstihdam sorununun altında yatan en önemli nedenlerden biri de "mesleksizlik"dir. Türkiye'de vasıfsız işgücü fazlalığı olduğu görülmekte diğer yandan firmalar da kaliteli eleman bulma sıkıntısı çekmektedir.*



Bu kapsamda işgücü piyasasında arz talep uyumsuzluklarından kaynaklanan işsizliğe çözüm getirmek amacıyla "Uzmanlaşmış Meslek Edindirme Merkezleri (UMEM) Beceri'10 Projesi" başlatılmıştır.

Uzmanlaşmış Meslek Edindirme Merkezleri (UMEM) Beceri'10 Projesi, bir beceri kazandırma ve iş edindirme seferberliğidir.

Uzmanlaşmış Meslek Edindirme Merkezleri (UMEM) Beceri'10 Projesi; Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı ve TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi (TOBB-ETÜ) arasında imzalanan protokol kapsamında ilk etapta 19 ilde başlatılmış olup, gelinen noktada 81 ilde uygulanmaya devam etmektedir.

Bu kapsamda projenin bileşenleri aşağıdaki gibidir:

## **1. Eğitim altyapısının güçlendirilmesi;**

- Makine-teçhizat alımı
- Müfredat revizyonu

· Eğiticilerin eğitimi

## **2. İşgücü piyasası ihtiyaç analizi;**

- Pilot olarak belirlenen 19 ilde işgücü piyasası ihtiyaç analizleri anketlerinin uygulanması
- 81 ilde bulunan firmalardan işgücü - stajyer talebinin alınması

## **3. Eşleştirme çalışmaları;**

- Kursiyer seçimi
- Staja yerleştirme
- Başarılı olanların işe yerleştirilmesi

4. Yeni tasarlanan kursların uygulanması

## **UMEM projesinin kısaca uygulama planı ise aşağıdaki gibidir;**

- İşgücü Piyasası İhtiyaç Analizleri" ve 81 ilden toplanan işgücü-stajyer talepleri kapsamında, işgücü piyasasının mesleki ve teknik eğitim ihtiyacının iller bazında tespit edilmesi ve bu doğrultuda 81 ildeki eğiticilerin eğitiminin tamamlanması,

**Konya Kurs Yönetimi:** Konya Sanayi Odası, İşkur Konya İl Müdürlüğü, Milli Eğitim Müdürlüğü, Selçuklu EML, Meram EML, Fatih EML, Ereğli EML, Ereğli TSO ve hizmetler sektöründe projeye dahil olması ile birlikte Konya Ticaret Odası.

#### Projenin Uygulandığı Okullar

Meram EML  
Selçuklu EML  
Fatih EML  
Ereğli EML

**Bu Güne Kadar Açılan  
Konya'da Açılan Kurslar;**  
CNC Torna Tezgahı Operatörü  
CNC Freze Tezgahı Operatörü  
Gaz Altı Kaynakçılığı  
Torna Tezgahı Operatörü  
Ayakkabı Sayacılığı  
PVC Pencere Montajcılığı  
Plastik Enjeksiyon Operatörü  
Teknik Ressam  
Harita Teknik Ressamlığı  
Ahşap Doğrama Operatörü  
Tekstil Konfeksiyon İşçiliği  
Tesviyeci  
Elektrik Ark Kaynakçılığı  
Hacim Kalıpcılık

- İşkur'a kayıtlı işsizlere bu doğrultuda teorik eğitim verilmesi,
- İş arayanların yerel düzeydeki "Kurs Yönetimlerinin" koordinasyonunda firmalarla eşleştirilerek, kursiyerlere pratik eğitim verilmesi,
- Başarılı olanların sertifikalandırılarak, staj gördüğü işyerlerinde istihdam edilmesidir.

#### UMEM Beceri'10 Projesinin Amaçları

- İşkur tarafından yürütülmekte olan meslek edindirme faaliyetlerinin ve özellikle de teknik alanlardaki mesleki eğitimin etkinlik ve verimliliğinin artırılması ve işgücü piyasasının ihtiyaçları ile uyumlu hale getirilmesine yönelik bir sistemin ortaya konulması,
  - İşsizlere yönelik temel mesleki eğitim, mesleki gelişim ve meslekte yenileme eğitimlerinin verilmesi, başarılı kursiyerlerin staja yerleştirilmesi ve son aşama olarak da başarılı stajyerlerin istihdamının sağlanması,
  - İşkur tarafından yürütülen mesleki eğitim hizmetlerine olan farkındalığın artırılması,
  - Meslek liselerinin teknik altyapısının yenilenmesi, proje kapsamındaki okulların günün gerektirdiği teknolojik gelişmelere göre donatılması ve bu okullardaki eğitimcilerin gelişen teknolojiye uyumunun artırılması,
  - Sektörel ve bölgesel işgücü piyasası ihtiyaç analizlerinin gerçekleştirilmesi,
  - İşgücü piyasası analizine ilişkin kurumsal kapasitenin artırılması, bu amaçla İl İstihdam ve Mesleki Eğitim Kurullarına işlevsellik kazandırılması,
  - Proje kapsamındaki okullarda uygulanacak mesleki eğitim programlarının etkinliğinin artırılması için ilgili tarafların katılımını öngören "Kurs Yönetimi" adı altında yeni yönetim modelinin geliştirilmesi
- Projede Konya'da Endüstri Meslek Liselerinin Modernizasyonu ile ilgili olarak yaklaşık 3.000.000 TL'lik makine teçhizat alınmıştır.

**Kurslardan mezun olanların içerisinde işe yerleştirilen sayısı : 158 Kişi**

#### Proje Hakkında Özet Rakamlar

GENEL RAPOR	
<p><b>KURSLAR</b></p> <p>Toplam Açılan Kurs Sayısı : 37 Devam Etmekte olan Kurs Sayısı : 5 Başlangıç Tarihi Gelmediği için Başlamayan : 2 Tamamlanan Kurs Sayısı : 30</p>	<p><b>KURSIYERLER -TEORİK EĞİTİM</b></p> <p>Eğitim Alan Toplam Kursiyer Sayısı : 443 Eğitim Alan Toplam Kursiyer Sayısı : 443 Başlayan Kurslara Kabul Edilen Kursiyer Sayısı : 59 Toplam Başarılı Kursiyer Sayısı : 384 Kurslardan Ayrılan Kursiyer Sayısı : 98</p>
<p><b>BAŞVURULAR</b></p> <p>Başvuru Sayısı : 2170 Tekil Başvuru Sayısı : 1048 Başarılı Başvuru Sayısı : 1266 Tekil Başarılı Başvuru Sayısı : 900 Ön Başvuru Sayısı : 1580</p>	<p><b>İŞGÜCÜ- STAJYER TALEPLERİ</b></p> <p>Talepte Bulunan Oda Üyesi Firma Sayısı : 213 Talepte Bulunan Esnaf/Sanatkar Sayısı : 5 Onaylanan İşgücü -Stajyer Talep Sayısı Toplam:1806</p>
<p><b>İEP KURS BİLGİLERİ</b></p> <p>Toplam İEP Kurs Sayısı : 110 Tamamlanan İEP Kurs Sayısı :110 Başarılı Listesi Gelen İEP Kurs Sayısı : 106</p>	<p><b>KURSIYERLER-İEP STAJYER</b></p> <p>Staja Katılan Kursiyer Sayısı : 185 Staji Tamamlayan Kursiyer Sayısı :185 İEP Programına Katılan Firma Sayısı :77</p>



## → GÜNDEM

**Bozkırın Gelinliği' denilen Tuz Gölü'nde, bu sezon yüzde 99 saflık derecesine yakın 2 milyon 300 bin ton tuz üretildiği bildirildi.**

Tuz Gölü'nün doğal yapısından kaynaklanan tuz oranı yüksek suyun terbiye edilmesi ve güneş enerjisiyle buharlaştırılmasına dayalı bir tuz üretimi gerçekleştirilirken hasat sezonu süreci, havuzlama yöntemiyle havuzun doğal ortamında kışın biriken yağmur ve yer altı kaynaklarıyla beslenen tuzluluk oranı yüksek olan su, belirlenen ölçülerde pompalarla üretim havuzlarına nakliyle başlıyor.

Bu nakil süreciyle beraber üretim hazırlıkları da başlıyor. Bu süreç kış aylarında start alıyor ve değişkenlik gösteren mevsim şartlarına göre nisan ayının sonlarına, mayıs ayının başlarına kadar su alma süreci devam ediyor. Bu süreç sonucunda işler doğaya bırakılıyor. Havuzlara alınan yüksek tuzluluk oranına sahip su buharlaşma metoduyla oluşturulan havuzlarda zemine çökmeye başlamasıyla tuz oluşumu start alıyor. Temmuz-ağustos ayına doğru göl havzasında ve havuzlarda suyun tamamen buharlaşması neticesinde çökertme işlemi tamamlanıp üretim sürecine başlanıyor ve kasım ayı sonuna doğru hasat sezonu bitiyor.

Konya'nın Cihanbeyli ve Ankara'nın Şereflikoçhisar ilçelerinde faaliyet gösteren tuzlarda temmuz ayında başlayan ve kasım ayı sonunda sona eren hasat döneminde 2 milyon 300 bin ton tuz üretimi gerçekleştirildi.

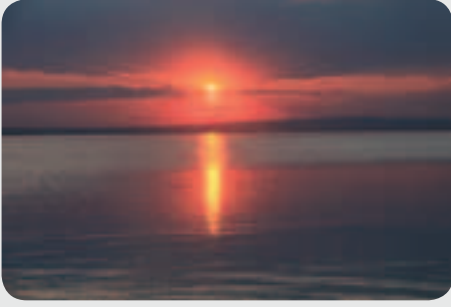
Ankara'nın Şereflikoçhisar ilçesindeki Koyuncu Kaldırım Tuzlası Sahibi İbrahim Koyuncu, AA muhabirine yaptığı açıklamada, Türkiye'nin dünyanın en tuzlu ikinci tuz gölü havzasına sahip olduğunu anımsattı.

Temmuz ayında başlayan ve kasım ayı sonunda biten üretim döneminde 1 milyon ton tuz üretildiğini anlatan Koyuncu, bunun 600 bin tonunu iç piyasaya, 300 bin tonunu ise ihracat için beklettiklerini, geri kalan kısmını ise stokta hazır halde tuttuklarını vurguladı.

Geçen kış sert geçen kar ve buzlanma nedeniyle tuz stokları tükenen Avrupa ülkelerine 250 bin ton tuz ihrac ettiklerini dile getiren Koyuncu,



# Tuz Gölü 2 Milyon 300 Bin Ton Tuz Verdi



Danimarka, Hollanda, Belçika, Almanya, Fransa, İngiltere olmak üzere birçok Avrupa ülkesine tuz ihracatı yaptıklarını aktardı.

Bu yıl için hazırlıklarını ta-

mamladıklarını ve Avrupa'dan gelecek tuz talebini karşılayabilecek stoklarının bulunduğunu söyleyen Koyuncu, "Geçen sene Avrupa ülkelerinden gelen talepleri hazırlıksız yakalandığımız için karşılamakta zorlandık. Ancak bu sene için hazırlıklarımızı yaptık, talepleri bekliyoruz. Avrupa'da hava sıcakları mevsim normallerinin çok üstünde seyrediyor. Ocak ayından itibaren tuz talebi olacağını ve ihracatın bir miktar hareketleneceğini düşünüyoruz" dedi.

Firma olarak dünyadaki en kaliteli 5 tuz üreticisi arasında yer aldıklarını dile getiren Koyuncu, son iki yıldır ihracat gerçekleştirdiklerini, önceki yıllar itibarıyla talebin ne olacağını önceden bilemedikleri için hazırlık yapmadıklarını ancak bu kış için talepleri karşılayacak şekilde tuz stoğu yaptıklarını söyledi.

#### **Hazırlıklar tamamlandı**

Yavşan Tuzlası'nda faaliyet gösteren Cihanbeyli Madencilik Tuz Nakliyat Kimya Sanayi ve Ticaret AŞ'nin idari müdürü Fatih Haktan da AA muhabirine yaptığı açıklamada, üretim sezonunda 650 bin ton tuz elde edildiğini, bunun 150 bin tonluk kısmını ihracat için ayırdıklarını söyledi.

Avrupa'da özellikle geçtiğimiz kış yaşanan sert doğa şartları nedeniyle kar ve buzlanmaların etkili olduğu ül-

kelerin yüksek miktarda buzla mücadelede kullanılmak üzere tuz talebinin olduğunu, bu yılda bağlantı kurdukları ülkelere tuz gönderebilecek stoklarını hazırladıklarını anlatarak, şunları kaydetti:

"Geçtiğimiz kış Avrupa ülkelerinden gelen talepler karşısında ihracat kalemimiz başlamış oldu. 2011 yılının ilk aylarında Avrupa ülkelerine yaklaşık 150 bin ton tuz ihraç ettik. Firma olarak en çok sevindiğimiz konulardan biri tuzumuzun daha önce hiç gitmediği Avrupa'ya gönderilmesi. Çünkü tuzumuz, Avrupa ülkelerinde tüketilen tuzun kalitesinden çok çok daha kaliteli. İhracatımız, Avrupa'daki birçok endüstri ve sanayi kuruluşlarını harekete geçirdi. Bunun sonucunda büyük miktarlarda talepler uzun süreli anlaşma teklifleriyle geri döndü. Türkiye olarak sektörde hedef kitlemiz sadece buzla mücadelede tuzumuzun kul-

lanılması değil, endüstri kalemi olarak da kullanılması. Bu çalışmaların neticesinde de bu yıl için yurt dışına yaklaşık 150 bin ton tuz ihraç etmeyi planlıyoruz."

**"Tuzumuz, sadece buzla mücadele-**

#### **de kullanılacak tuz değil"**

Tuz Gölü'nde çıkarılan yüzde 99.9 saflık derecesine yakın tuzun sadece buzla mücadelede kullanılmasını arzu etmediklerini anlatan Haktan, "Bizim firma olarak öncelikli amacımız sadece buzla mücadelede kullanılmaya yönelik tuz üretmek değil. Çünkü ürettiğimiz tuzun kalitesi uluslararası standartların çok çok üstünde. Bizde, 'Sanki bu tuz buzla mücadelede kullanıldığı zaman israf oluyor' gibi bir düşünce doğuruyor" ifadelerini kullandı.

Türkiye olarak üretilen tuzun sadece yüzde 5'inin sofrada kullanıldığını anlatan Haktan, yüzde 15'inin buzla mücadelede, yüzde 80'inin ise endüstride kullanıldığını sözlerine ekledi.



# Üyelerini Dünyaya Açacak



**Konya Ticaret Odası, üyelerinin uluslararası pazarda faaliyetlerini desteklemek için Kompass veri tabanına üye oldu.**

Konya Ticaret Odası ihracatı geliştirme hizmetleri çerçevesinde üyelerine, 3 milyona yakın ithalatçı firma bilgisinin yer aldığı Kompass Uluslararası Veri Tabanı üzerinden üyelerinin yeni pazarlar bulmasına yardımcı olacak, tanıtım ve araştırma yapma imkânı sağlayacak.

Konya Ticaret Odası yetkilileri oda üyelerinin uluslararası pazarda faaliyetlerini desteklemek amacıyla Kompass Veri Tabanı erişim hizmetine başladığını belirterek konuya ilişkin şu bilgileri verdiler "Kompass veri tabanı ile ürün ve hizmet bazında geliştirilen sınıflandırma sistemine göre firmaların ürünlerini tasnif ederek ülkelerden toplanan ticari firma bilgilerinin internette paylaşımı yapılmak-

tadır. 70'den fazla ülkedeki 3 milyona yakın firma bilgisi, sınıflandırılmış 50 bin sektör alt başlığı altında 23 milyon anahtar ürün ve hizmet koduna göre verilmektedir. Veri

tabanı içerisinde firmalara ait detaylı bilgiler bulunmaktadır. Kompass veri tabanı sayesinde üyelerimiz bu bilgilere ulaşarak yeni pazarlar bulacak, araştırma imkanına sahip olacaklar.

Açıklamada Kompass Veri Tabanı üzerinde sınırsız araştırma yaparak uluslararası pazardaki müşterilere ve firmalara ulaşmak isteyen üyelerin, Konya Ticaret Odası'nın internet sitesinden ve Dış Ticaret Servisi'nden ayrıntılı bilgi alabileceği bildirildi.

### **Konya Ticaret Odası Kompass E-Ticaret Veri Tabanını Siz Değerli Üyelerimizin Hizmetine Açıyor.**

Konya Ticaret Odası, üyelerimizin uluslararası pazarda faaliyetlerini desteklemek için Kompass veri tabanına üye olmuştur.

İşletmelerin en büyük sıkıntılarının biri Pazar bulamamaları ve uluslararası pazara açıla-

mamaları. Günümüz firmalarının fırsat kolladığı düşük maliyetlerde hammadde veya ürünlere ulaşmak artık internet ile çok daha kolay durumdadır.

Kompass veritabanı üzerinde sınırsız araştırma yaparak uluslararası pazardaki müşterilere, firmalara ulaşmak isteyen değerli üyelerimiz, firma yönetici ve sahipleri Konya Ticaret Odası'na ulaşarak bu hizmetimizden yararlanabilirler.



## İHRACATTA DEVLET DESTEKLERİ

# Yurtdışı Pazar Araştırması Destekleri

**Hüsamettin GÜNGÖR**  
KTO Dış Ticaret Md. Yrd.

**Desteğin Amacı:**  
Bakanlık tarafından ihracatın artırılmasına yönelik olarak şirketlerin ürünleri ve/veya sektörleriyle ilgili olarak gerçekleştirdikleri yurt dışı pazar araştırması gezilerine ilişkin belli giderlerin limitler dâhilinde karşılanmaktadır.

### Kimler Yararlanabilir?

Türkiye'de sınıî ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler ve yazılım şirketleri.

### Sağlanan Destekler:

Bir yurt dışı pazar araştırması gezisi kapsamında en fazla 2 (iki) şirket çalışanın aşağıda belirtilen giderleri desteklenir:

• **Ulaşım:** Uluslararası ve şehirlerarası ulaşımda kullanılan ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi ve otobüs bileti ücretleri ile günlük 50 ABD Dolarını, gezi başına da 500 ABD Dolarını aşmamak kaydıyla araç kiralama giderleri.

• **Konaklama:** Şirket başına günlük 300 ABD Dolarını geçmemek kaydıyla konaklama (oda + kahvaltı) giderleri.

### Destek Tutarı:

Yurt dışı pazar araştırması gezilerine ilişkin giderler %70 oranında ve yurt dışı Pazar araştırması gezisi başına en fazla 7.500 ABD Dolarına kadar desteklenir. (Her takvim yılı içerisinde şirket başına en fazla 10 yurt dışı pazar araştırması gezisi desteklenir.)

### Ülke Sayısı ve Süresi:

Bir takvim yılı içerisinde aynı ülkeye yönelik en fazla 2 adet pazar araştırması projesi desteklenir. Coğrafi konumu birbirine yakın olmak kaydıyla en fazla 3 (üç) ülkede de yapılabilir. Yurt dışı pazar araştırması gezisinin en az 2 (iki), yol hariç en fazla 10 (on) günlük kısmı desteklenir

### Yetkili Kuruluş:

Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM)

### Uygulamacı Kuruluşlar:

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME)

### Destek İletişimi Noktası:

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME)

Tel: 444 43 63

Konya Ticaret Odası Dış Ticaret Servisi

Tel: 0332 221 52 37



## KOSGEB'DEN TANITIM DESTEĞİ

Erkan YILMAZ • KTO-KOSGEB

### Destek Unsurları

İşletmelerin; işletmelerini ve ürün ve/veya hizmetlerini ulusal ve uluslararası pazarlarda tanıtımları için gerçekleştirecekleri faaliyetlerine destek verilir.

#### Bu destek;

- Broşür, ürün kataloğu giderlerini,
- Etiket baskılı tanıtım amaçlı CD giderlerini,
- Yurt dışında yayınlanan veya dağıtılan basılı yayınlara reklam verme giderlerini kapsar.

Bu destek, Yurt İçi Marka Tescil Belgesi sahibi olan işletmelere verilir. Yurt İçi Marka Tescil Belgesi'nin bir başka işletmeden devir alınması halinde, devir işleminin Türk Patent Enstitüsü tarafından uygun bulunması gerekir.

Destek kapsamında değerlendirilecek olan Broşür, Katalog ve Etiket Baskılı CD'nin en az aşağıdaki kriterlere sahip olması gerekmektedir:

### a) Broşür ve Ürün Kataloğu;

• **Broşür:** En az 2 sayfa, isteğe bağlı kırımı, renkli baskılı, içeriğinde işletmenin unvanı, iletişim bilgileri, işletme ürün / hizmetleri hakkında bilginin olması, basım tarihi ve basımı yapan işletmenin adının bulunması gerekmektedir. Destek kapsamında bastırılacak broşür sayısı en az 2.000 (iki bin) adet olmalıdır.

• **Ürün Kataloğu:** En az 8 sayfa, en az 4 renk baskılı, içeriğinde işletmenin tanıtım bilgileri, ürün / hizmet bilgileri, iletişim bilgileri, basım tarihi ve basımı yapan işletmenin adının bulunması gerekmektedir. Destek kapsamında bastırılacak katalog sayısı en az 1.000 (bin) adet olmalıdır.

### b) Etiket Baskılı Tanıtım Amaçlı CD:

• İşletmenin tanıtım bilgileri, detaylı ürün bilgileri ve en az 90 sn'lik seslendirilmiş tanıtım filmi, iletişim bilgileri, hazırlanış tarihi bulunan, etiket baskılı ve interaktif olması



gerekmektedir. Destek kapsamında hazırlanacak etiket baskılı CD sayısı en az 1.000 (bin) adet olmalıdır.

**c) Yurt dışında Yayınlanan/Dağıtılan Basılı Yayınlara Reklam Verme:**

• Yurt içi veya yurt dışında basılan ve yurt dışında yayınlanan/dağıtılan basılı yayınlara verilen reklamlardır.

Bu destekten yararlanmak suretiyle hazırlatılan/bastırılan broşür, ürün kataloğu ve etiket baskılı tanıtım amaçlı CD'de KOSGEB logosu ve internet adresinin ([www.kosgeb.gov.tr](http://www.kosgeb.gov.tr)) yer alması gerekir.

Desteğe konu olan ve yurt içinden sağlanacak ürün ve/veya hizmetin alınacağı hizmet sağlayıcının iştiğal konusu ile ürün/hizmet konusu uyumlu olmalıdır.

Broşür ve ürün kataloğu giderleri/etiket baskılı tanıtım amaçlı CD giderleri/yurt dışında yayınlanan veya dağıtılan basılı yayınlara reklam verme giderlerinin her biri için

verilecek destek miktarı 5.000 (beş bin) TL'yi geçemez.

**Programın süresi**

Programın süresi, her bir işletme için 3 (üç) yıldır. Bu süre bitmeden Program tamamlanmış sayılmaz. Üç yıllık Program süresi tamamlandıktan sonra, işletmenin talebi halinde Program yeniden başlatılabilir. Bu durumda önceki Program kapsamında işletmeye kullandırılan destek miktarları dikkate alınmaz.

Program kapsamındaki desteklerin üst limit ve oranları

Program süresince desteğin üst limiti 15.000 (on beş bin) TL'dir.

Program kapsamında sağlanacak desteklerin oranı 1. ve 2. bölgelerde % 50 (elli), 3. ve 4. bölgelerde % 60 (altmış) olarak uygulanır.(Konya 3. Bölgededir.)

**Adım Adım Dış Ticaret (5)**

# İhracatta Dağıtım Kanallarının Seçimi

*İhracata karar verdiniz. Hedef pazarlarınızı seçtiniz. Bu pazardaki gelişmeler, fırsatlar ve rakiplere ilişkin yeterli bilgi edindiniz.*

*Bir sonraki adımınız hedeflediğiniz bu pazarlara giriş için en doğru yolu bulmaktır. Yani hedef pazarlara nasıl, hangi kanaldan ulaşacağınıza karar vermelisiniz.*

*Dış pazarlardaki müşterilere ürünlerinizi ulaştırabilmeniz için kullanabileceğiniz çok sayıda seçenek bulunmaktadır. Bu seçenekler dolaylı ihracattan dış pazarda üretime kadar çok geniş bir yelpazeye dağılmıştır. Her bir seçeneğin sunduğu çeşitli fayda ve sakıncalar bulunmaktadır.*

Pazara giriş yolunun seçimi, bir yandan hedef pazardaki fırsatlara ve pazarın özelliğine göre (gelişmiş veya doymuş bir pazar olması v.b.) diğer yandan da ihraç edeceğiniz ürünün özelliklerine ve pazara giriş için gereken yatırım miktarına göre değişmektedir.

**Pazara giriş yöntemini seçerken dikkat edilecekler unsurlar:**

- Uluslararası ticarete ulaşmayı arzu ettiğiniz satış hacmi, coğrafi kapsam alanı, hedeflediğiniz satış hacmine ulaşmak için belirlediğiniz zaman hedefi nedir?
- Satış ve aktif bakımından işletmenizin büyüklüğü nedir?
- İşletmenizin ürün grubu ve yapısı (tüketim ya da sanayi malı, yüksek ya da düşük fiyatlı olmasına, teknolojik içeriğine, v.b. göre) nasıldır?
- Hedef pazardaki rekabet durumu nasıldır?

Pazara, uzaktan ya da yerinde doğrudan satış yapabileceğiniz gibi yukarıdaki seçeneklerde görüldüğü üzere araçlar yardımıyla da ulaşabilirsiniz.

## → İHRACAT



### Ne zaman dış pazarlardaki müşterilerime aracı kullanmaksızın doğrudan ihracat yapmalıyım?

Eğer;

- Sipariş üzerine üretim yapan ve işletmeden işletmeye satış gerçekleştiren bir firma iseniz,
- İhracat işinde uzun süredir bulunan, deneyimli bir firmaysanız ya da,
- Hedef pazarınızda sizin adınıza ithalat ve dağıtım işini yürütecek bir satış ofisiniz varsa,
- İsim, adres ve satın alma alışkanlıklarını iyi bildiğiniz bir veya birkaç müşteriye teknik, sınai ürün ya da yatırım malları sağlıyorsanız,

Bu durumlarda hiçbir aracıya ihtiyaç duymadan ihracat yapabilirsiniz.

İhracatta iç pazara göre farklı risk ve bilinmezleri yönetebilmek için yerel araçlara ihtiyacınız olabilir.

İhracatta bir süre sonra karşı karşıya kalacağınız en önemli karar, ürünleri pazara ulaştırma yöntemi ve sonrasında işletmeye pazarda yardımcı olacak ticari ortağın, başka bir ifade ile aracının seçimidir. Uygulamada başarınız büyük ölçüde dış pazarlardaki araçlarınıza bağlıdır.

### Dağıtım ve Dağıtım Kanalı:

Dağıtım en genel tanımı ile ticarete konu olan malların üreticiden tüketiciye doğru yerde ve doğru zamanda ulaştırılması işidir.

Dağıtım kanalı ise malların üreticiden tüketiciye ulaştırılması sırasında izlediği rotadır. Bu rota üzerinde ürünlerin uğradığı her bir durak ise bir kanal seviyesini ifade etmektedir. Dağıtım kanalı seviyelerindeki araçlara kanal üyesi denir.

### Dağıtım Kanallarının İşlevleri:

Dağıtım kanalları ürünleri üreticiden tüketiciye ulaştırırken bazı işlevleri de yerine getirmektedir. Bunlar:



- bilgi toplama ve dağıtım;
- promosyon;
- müzakere;
- fiziksel dağıtım;
- finansman ve risk üstlenmedir.

### Dağıtım Kanalı Kurma Becerisi:

Küçük firmalar ihracata genellikle dışarıdan gelen bir taleple başlar. Talep miktarı artmaya başladıkça hedef pazarlarında bir temsilci ile uzun vadeli ilişki kurma yoluna giderler. Uygun dağıtım kanalları üzerinden son tüketicilere ve alıcılara ulaşmak, satışlarda istikrar, süreklilik ve kontrol sağlar.

Ürünlerinizin hedef pazarlara ulaşmasını sağlamak için dağıtım kanalları kurma becerisi oluşturmanız kaçınılmazdır. Dağıtım, ürünlerinizin müşterilerinize ulaştırılması için gerçekleştirilmesi gereken bir işittir. Ürününüzü müşterilerinizin tercihlerine uygun bir kanaldan pazara ulaştırmanız da çok önemli bir konudur. Örneğin ürününüzü yüksek gelir düzeyine sahip insanlara satmak istiyorsanız, pazarda yüksek gelirli kişilerin alışveriş yaptığı yerlerde dağıtımınız ve satışa sunmanız gerekir.

### Hedefiniz Son Kullanıcılar ise:

Tüketim mallarının dağıtım kanalları belirgin, net bir görünüm ortaya koymaktadır. İhracata konu olan tüketim

**Neden ürünlerimi uzak pazarlara ulaştırmak için araçlara ihtiyaç duyarım?**  
**Çünkü:**  
• Dış pazarlar çok büyüktür,  
• İhracat işi iç pazarda ticaret yapmaktan çok daha karmaşıktır.  
• İhracat sırasında çok sayıda ve zor işi yerine getirmeniz gerekmektedir.  
• Dış pazarlardaki hukuki düzenlemeler ve riskler de ihracat işini zorlaştırmaktadır.  
• İhracata özgü zorluklar dış pazarlardaki pazarlama yönetimini tek başına yerine getirmenizi zorlaştırabilmektedir.



malları ihracatçıdan ithalatçıya, toptancılara, perakendecilere, büyük mağazalara, süpermarketlere v.b. ulaştırılmaktadır.

### **Hedefiniz İşletmeler ise:**

İşletmelere satış yapan firmalar ise daha kısa kanallar üzerinden alıcılara ulaşmaktadır. Bu firmalar; müşteri bulmaya yardımcı olacak acentalar ya da ürünlerin dış pazarlarda satış, pazarlama ve dağıtımını sağlayacak distribütörler gibi araçlar ile anlaşmaktadır.

### **Dağıtım Kanalı Seçerken dikkat edilecek noktalar:**

Satış ve dağıtım kanalları bölgelere ve ülkelere göre farklılık göstermekte olup, seçiminde ürün ve ürünün özellikleri de dikkate alınmalıdır.

Satış ve dağıtım kanallarının yapılanması bölgelere ve ülkelere göre değişiklik gösterdiği için her bir farklı pazarda farklı dağıtım kanalı seçenekleri ile karşı karşıya kalabilirsiniz. Her bir ülkenin zaman içinde oluşmuş ve çok yavaş değişen, kendine özgü bir dağıtım sistemi bulunmaktadır.

Kanal sisteminin değişik üyelerinin önemi de ülkeden ülkeye değişir. Toptancıların perakendecilere karşı rolü ülkeden ülkeye ve ürüne göre değişiklik göstermektedir.

Örneğin İngiltere’de gıda ve içecek perakendeciliğinin sözleşmeli distribütörlerin ürünlerin üreticiden perakendeciye teslim edilmelerinde üstlendikleri rol, İspanya,

Almanya, Fransa, İtalya gibi diğer Avrupa Birliği ülkelerine kıyasla çok daha önemlidir. Yine bu ülkelere kıyasla İngiltere’de bakkaliye ürünleri pazarında fazla çeşitlilik gösteren perakendecilerin egemenliği çok daha kapsamlı ve yaygındır.

Hedef pazarı, bu pazardaki dağıtım sistemini, kar marjlarını incelemeyen, rastgele bir partner seçerek dağıtım kanalına giriş yapmanız, ne kadar derin olduğunu, ne kadar yüzebileceğinizi ve kıyıya ne zaman çıkacağınızı bilmediğiniz bir suya dalmaya benzer.

Bu yüzden ihracat kararını alıp ihracata başlarken dağıtım kanalları konusunda detaylı bilgi sahibi olmanız gerekmektedir. Bunun için İGEME web-sitesinde yayınlanan “İhracatta Dağıtım Kanallarının Seçimi ve Kurulması” isimli yayından faydalanabilirsiniz.

### **Doğrudan İhracatta En Çok Kullanılan Aracı Türleri**

**Satış Temsilcisi:** İhracat yaptığınız ülkede kurulu, bir komisyon karşılığında dış pazardaki temsilciniz gibi çalışan işletmelerdir. Satış temsilcileri, sizi dış pazarda temsil edip sizin adınıza satış yapar. Satış temsilcisi malın mülkiyetini devralmaz, stok bulundurmaz. Herhangi bir risk ya da sorumluluk üstlenmez.

**Distribütör (Bayi):** Malı sizden satın alarak kar elde etmek üzere yeniden satan işletmelerdir. Distribütörler genellikle ihraç ürünleriniz için satış sonrası hizmet ve destek sağlar. Ticarete konu olan malların mülkiyetini alır ve dolaşımı ile tüm risk ve sorumlulukları da üstlenirler. Distribütörler genelde stok bulundurur ve yeterli miktarda yedek parça teminini de üstlenir.

**Acenta:** Sizin için hedef pazarda müşteri temin eden ve sizin adınıza müşteriler ile fiyat ve satış koşulları üzerinde pazarlıkta bulunan işletmelerdir. Hedef pazarlarınızda faaliyet gösteren ve yurtiçindeki satış temsilcilerine benzer şekilde çalışan araçlardır. Acentalar, malların mülkiyeti ve teslimat sorumluluğunu üstlenmez ve genellikle stok bulundurmaz.

### **Distribütör ve Acenta arasında ne fark vardır?**

Distribütörler malları sizden satın alır, hedef pazarda müşteri bulur ve kendi hesabına satış yapar. Distribütörlük anlaşmasıyla belirlenmediği takdirde, distribütör fiyatı belirleme gibi tüm ticari kararları kendi başına alma ve müşteri bilgilerini sizinle paylaşmama hakkına sahiptir. Stok, dağıtım ve servis faaliyetlerinin gerekli, yoğun ve karmaşık olduğu durumlarda distribütör bulmak faydalı olur.

Acentalar ise size hedef pazarda müşteri temin eder ve bunun karşılığında satış üzerinden komisyon alır. Satış sonrası tüm sorumluluk ve tüm müşteri bilgileri size ait olur.

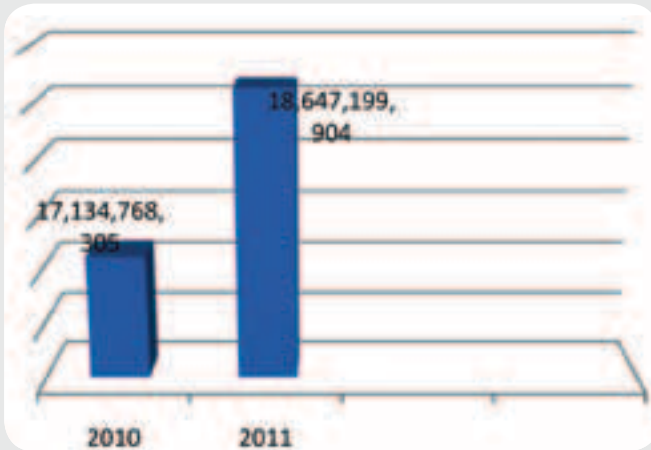
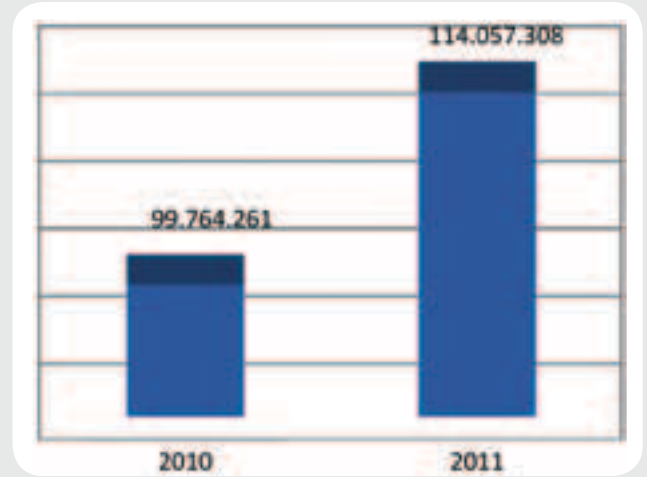
**Kaynak:** <http://www.ibp.gov.tr>



## KONYA-2010-2011 İHRACAT VERİLERİ

2010-2011 ARALIK AYI İHRACAT  
KARŐILAŐTIRMASI

2010	2011
99.764.261	114.057.308

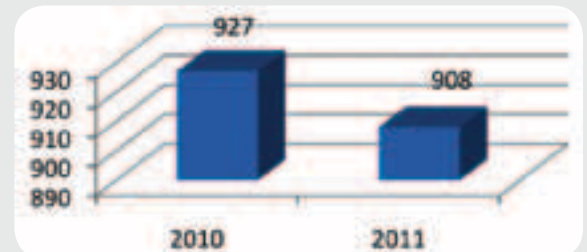


2010-2011 KASIM AYI İHRACAT  
KARŐILAŐTIRMASI

2010	2011
17.134.768.305	18.647.199.904

ARALIK AYI TIR KARNE SATIŞI  
KARŐILAŐTIRMASI

2010	2011
927	908



**ARALIK 2011 SEKTÖR BAZINDA İHRACAT SIRALAMASI**

S.NO.	SEKTÖR (İlk 20)	USD
1	Makine ve Aksamları	22.969.389,81
2	Taşıt Araçları ve Yan Sanayi	21.146.798,84
3	Demir ve Demir Dışı Metaller	19.831.847,40
4	Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	18.014.199,98
5	Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	8.463.882,88
6	Su Ürünleri Ve Hayvancılık Mamulleri	8.450.670,56
7	Maden ve Metaller	3.236.370,11
8	Meyve Sebze Mamulleri	2.211.485,90
9	Ağaç Mamülleri ve Orman Ürünleri	1.793.896,37
10	Elektrik - Elektronik	1.718.670,63
11	Çimento ve Toprak Ürünleri	1.570.688,75
12	Demir Çelik ürünleri	1.531.974,47
13	Yaş Meyve ve Sebze	1.052.553,86
14	Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.026.075,03
15	Kuru Meyve ve Mamulleri	659.430,79
16	Zeytin ve Zeytinyağı	179.025,73
17	Tekstil ve Hammaddeleri	70.039,26
18	Halı	68.854,21
19	Fındık ve Mamulleri	31.980,11
20	Deri ve Deri Mamulleri	19.048,61

**ARALIK 2011 ÜLKE BAZINDA İHRACAT SIRALAMASI**

S.NO.	ÜLKE (İlk 20)	USD
1	Irak	21.138.056,12
2	İtalya	10.516.817,98
3	Almanya	6.777.134,21
4	İran (İslam Cum.)	6.185.793,28
5	Bulgaristan	5.078.192,95
6	Mısır	3.992.945,96
7	Birleşik Devletler	3.643.807,20
8	İspanya	3.344.771,52
9	Rusya Federasyonu	3.056.953,23
10	Suudi Arabistan	2.449.233,39
11	Libya	2.273.137,37
12	Özbekistan	1.901.623,13
13	Cezayir	1.723.766,41
14	Güney Afrika Cumhuriyeti	1.588.538,02
15	Türkmenistan	1.527.570,87
16	Birleşik Krallık	1.495.500,75
17	Azerbaycan-Nahçıvan	1.405.667,23
18	Gürcistan	1.342.172,68
19	Suriye	1.275.413,49
20	Belçika	1.175.266,99

**KASIM 2011 İTHALAT YAPILAN SEKTÖR SIRALAMASI**

S.NO.	SEKTÖR (İlk 20)	USD
1	Kazan:makina ve cihazlar, aletler,parçaları	16.019.918
2	Plastik ve plastikten mamul eşya	11.014.040
3	Hububat	9.527.495
4	Mineral yakıtlar,mineral yağlar ve müstahsalları,mumlar	8.857.448
5	Canlı hayvanlar	6.039.723
6	Kauçuk ve kauçuktan eşya	5.015.374
7	Elektrikli makina ve cihazlar,aksam ve parçaları	4.427.701
8	Aluminyum ve aluminyum eşya	3.630.661
9	Demir veya çelikten eşya	2.979.683
10	Demir ve çelik	2.422.468
11	Odun hamuru: lifli selülozik maddelerin hamurları, hurdalar	2.254.775
12	Gıda sanayii kalıntı ve döküntüleri,hazır hayvan gıdaları	1.967.796
13	Motorlu kara taşıtları,traktör,bisiklet,motosiklet ve diğer	1.862.046
14	Kakao ve kakao müstahzarları	1.786.513
15	Optik,fotoğraf,sinema,ölçü,kontrol,ayar cihazları,tıbbi alet.	1.637.933
16	Muhtelif kimyasal maddeler	1.593.325
17	Etlere ve yenilen sakatat	1.495.350
18	Organik kimyasal müstahsallar	1.390.698
19	Yağlı tohum ve meyvalar, sanayi bitkileri, saman, hayvan yemi	1.023.422
20	İnorganik kimyasal müstahsallar, organik, inorganik bileşikler	966.743

**KASIM 2011 İTHALAT YAPILAN ÜLKE SIRALAMASI**

S.NO.	ÜLKE (İlk 20)	USD
1	Rusya Federasyonu	14.073.248
2	Çin	11.785.100
3	Almanya	7.478.731
4	A.B.D.	6.637.457
5	İtalya	5.713.540
6	Tayvan	4.676.172
7	Güney Kore	3.157.385
8	Ukrayna	3.006.312
9	Sırbistan	2.890.370
10	İsveç	2.713.466
11	Hindistan	2.693.804
12	Suudi Arabistan	2.672.989
13	Polonya	2.336.106
14	İran	1.581.915
15	Finlandiya	1.517.989
16	Hollanda	1.500.372
17	Fransa	1.446.308
18	Katar	1.309.087
19	Endonezya	1.073.331
20	Japonya	1.047.308

KTO . 8. Meslek Komitesi Başkanı İsmail ÜNAL:

# Ette KDV Düştü, Sütte Neden Düşmüyor?



## İsmail ÜNAL kimdir?

İsmim İsmail Ünal 1965 Konya Derbent ilçesinde doğdum Lise terkim 1980'li yıllarda Konya'ya geldik Ağabeylerim marangoz işleri ile uğraşıyordu. Epeyce bir zaman onların yanında çalıştım. Sonra sütçülük işi nasip oldu. Önce seyyar sütçülük yapmaya başladım. Belirli bir süre bu işi yaptıktan sonra 1993 yılında şirket kurup imalatçılığa kadar uzanan bir serüvenim oldu. Bu süre içerisinde Konya Ticaret Odasında 8. Meslek Komitesi başkanlığım var. Halende bu görevim devam etmektedir.

Dergimizin bu sayısında Konya Ticaret Odası 8.Meslek Komitesi'nin yer aldığı "Bitkisel ve Hayvansal Yağ, Süt Ürünleri İmalatı, Toptan ve Perakende Ticareti" sektörünü tanıtacağız. 8. Meslek Komitesi Başkanı İsmail Ünal sektörlerinin sorunları hakkında bilgi verdi. İsmail Ünal ette KDV'nin düşürüldüğünü ancak sütte bunun düşürülmediğini belirterek süt üreticilerinin desteklenmesi gerektiğini söyledi. Sektörde kalifiye eleman sıkıntısının çekildiğine dikkati çeken Ünal sorularımızı şu şekilde cevaplandırdı.

### Kısaca Sektörünüzü Anlatırsınız?

Sektörümüz Bitkisel ve Hayvansal Yağ, Süt Ürünleri İmalatı, Toptan ve Perakende Ticareti yapmaktadır. Süt ve süt ürünleri, endüstrisi, çiğ süt, içme sütü, yoğurt ve ayran, tereyağı, peynir, dondurma, koyulaştırılmamış süt, süt tozu, çocuk maması, yoğunlaştırılmış ve kurutulmuş peynir suyu, laktoz gibi süt ürünlerine dönüştürülen kuruluşları kapsamaktadır. Bu kuruluşlar üretimlerde bu ürünlerin bir kısmına yada tamamına yer verirler. Sektörümüz genellikle Müstahsillerden direk olarak sütü alıyoruz ama yinede arada araçlar var toplayıcılar var o toplanan sütleri kendi araçlarımıza taşıyıp işletmemize getirdiğimiz sütlerin analizlerini yapıyoruz. Analiz sonuçlarına uyan sütleri kabul ediyoruz. Burada beyaz peynir üretimine gönderiyoruz Kaşar peyniri üretimine gönderiyoruz. Süzme yoğurt yapıyoruz, ayran yapıyoruz.

### Sektörün Ülke ve Konya Ekonomisine Katkısı Nedir?

Bizim işimiz tarıma dayanıyor. Konya tarım alanında üst sıralarda olduğu için ekonomiye dolaylı yollarla katkısı büyük tabii. Konya yüzölçümü olarak tarıma, hayvancılığa elverişli bir yer. Sütçülük ve hayvancılık daha da gelişebilir Konya'da Kop

projesi de gerçekleştiği zaman Konya çok değişecek. Dünyanın güzide yerlerinden biri haline gelecek. Ama çok çalışmamız lazım, çok uğraşmamız lazım. Süt işi farklı bir iş; önce sütün gönlü olacak ki sonra senin gönlün olsun. Zamanla yarışılan bir sektör. Sütün biran önce işlenip ambalajına girmesi lazım. Süt ve süt mamulleri olmazsa olmazlardan bir tanesi bugün herkesin kahvaltısında 2-3 çeşidin bulunduğu bir ürün olması. Ama zor bir iş.

### Sektörünüzün İstihdama Katkısı Nedir?

Kalifiye eleman sıkıntısı çekiliyor. Çalıştıracağınız elemanları hep kendinizin yetiştirmesi lazım. Belli bir noktaya getirdin mi çalışanı başka bir firma kolaylıkla işe alıyor. Bizde eğitimini almış

eleman olmuyor. Bizim işlerde gıda mühendisleri var. Onlar için başka boyutuna bakıyorlar. Sorumlu yönetici olarak. Onlar okullarda teorik bilgi alıyorlar. Ama işin özünü yani pratiğini burada öğreniyorlar. Sektör devamlı teknolojik olarak kendini yenilemektedir. İşlediğin sütün kapasitesine göre eleman çalıştırıyorsunuz. Sektörde ne kadar makineleşme olsa da elemanın ustalığı çok önemli. Burada damak tadı çok önemli, bu işte insan faktörü önem-



li.

### Sektörün İhracatı var mı varsa Hangi Ülkelere İhracat yapıyorsunuz?

Sektörümüzde ihracat çok zor. Çünkü soğuk zincirin kopmaması lazım. Sıcakta kaldığı zaman bozulur. Çok soğukta kaldığında donma olayları olur. yine mamul bozulur. Onun için geniş çapta altyapı ve soğuk hava zinciri kurmak lazım. Dolayısıyla da maliyeti çok yüksek bir iş. Riski büyük. Biz ihracat yapmıyoruz ama Konya'da bazı büyük firmaların Irak gibi komşu ülkelere ihracat yaptığını biliyorum.

## 8. Meslek Komitesi



**İsmail Ünal**  
Komite Başkanı



**Haydar Keleş**  
Komite Başkan Yrd.



**Seviban Kuşyılmaz**  
Meclis Üyesi



**İsa Çakal**  
Meclis Üyesi



**Vedat Karadeli**  
Komite Üyesi



### Sizce Sektörünüzün 3 Büyük Sorunu Nedir? Bunların Çözüm Önerileri Nelerdir?

Üretmek çok zor satışı zor, tahsilatı ondan da zor. En çok sorunların bir tanesi vade yapılması. Bir markete girdiğinizde insanlar '3-4 ay sonra vereceğim' arkadaş diyemiyor. Çıkıyor kredi kartını, çekiyor. Tahsilat çok sıkıntılı. Bir de şöyle garip olaylar oluyor. Yerli malı çıktığı zaman bu iş çok hızlanıyor. Yoğurt, ayran çok hızlı gidiyor. O zamanda süt miktarında düşüşler meydana geliyor. Tam tersi oluyor, iş hızlandığı zaman süt azalıyor, iş yavaşladığı zaman süt çoğalıyor, doğumlar çoğalıyor. Dolayısıyla bizde arayış içerisinde giriyoruz. Devamlı taviz veriyoruz. 60 günlük vade, 90 güne çıkıyor. 90 günlük vade 120 oluyor. Riskler çok fazla büyüyor. Piyasada bu işi bilen çok insan var. Her zaman kandırılabilirsin, dolandırılabilirsin. Kalifiye elaman sıkıntısı var. KDV ette düştü, sütte niye düşüyor? Faturalı mal satmada zorlanıyorsunuz. Bize süt girerken %99.9'u resmi giriyor. Müstahsil makbuzu düzenleniyor, günde 20 kilo sütü varsa, ayda 600 kilo sütü oluyor. 600 kilo süte eğer 20 kilo eksik kessen 20 kilo eksik kesmişin diye hesap soruluyor bize. Ama biz müşterimizin hepsine fatura dediğimizde adamın tavri daha değişik oluyor. KDV etteki gibi %1'e düşse o zaman rahat ederiz. Şu geçen 10 yılda hammaddemiz bozuktu. Süt asitli geliyordu, ekşiyordu. Şimdi biraz daha kaliteye yönelindi. Köylerde soğutma tankları kuruldu. Birlikler, kooperatifler kuruldu. Kooperatifler sütü almaya başlayınca kalitesi arttı ama müstahsilimiz çok bilinçsiz. Sütün fiyatını kendine uygun görmüyor. İş tam profesyonel yapmıyor, Ek iş olarak düşünüyor. Örneğin Konya'nın bu civarlarda oturan insanları var, sanayide dükkanı var adamın. Ama evin yanında 2-3 tane inek besliyor. Bunlar profesyonel düşünmüyorlar, olsa da olur olmasa da diyorlar.



### Devletin İnekçiliği desteklemesinin katkısı oldu mu sektöre?

Katkısı oldu tabii, müstahsil Tarım İl Müdürlüklerinden soğutma tankları alıyor. Sütün kalitesi artıyor. Hayvanı da artırıyor. 10 baş, 50 baş gibi destekleri var. Onlardan dolayı süt miktarlarında artışlar tam değil ama olacak. Çünkü öyle gözlemliyoruz. Şöyle de bir şey söyleyeyim. Bu işi yaparken parasal sorunun olmayacak. İnsan gücü ne kadar önemliyse teknolojik güç de o kadar önemli. Senin ambalajın öbüründen bir düşük olabiliyor. Ona ayak uydurayım derken o adam kendini bir daha yeniliyor, devamlı yatırım isteyen bir iş.

### Çözüm Önerileriniz neler?

Fakir fukaranın ekmek kapısı oldu bu iş. Sütü üreten kim? Köylü, şehirli bu işle uğraşılıyor mu, uğraşsa da profesyonel uğraşılıyor mu? Çiftliğini kuruyor, tam teşekküllü veterineri, hepsi mevcut mu? Buna bakmak lazım. Diğer taraftaki üreticilerin bilinçsizliği var, eğitimsizliği var. Onları eğitilmiş, bilinçli yapsalar bizde pastadan ufak bir pay alırız. Bizde üretirken daha iyisini üretiriz, pazarımızda oluşur. Birde bizim piyasada bazı olaylar gelişiyor. Örneğin bundan beş yıl önce kaşar denince 12-13 kilo süttan meydana gelen, durdukça daha kalitesi artan bir mamuldü. Ama şimdi piyasada bakıyoruz ki; biz 11 liraya kaşar satarken adam 8.5 liraya kaşar satıyor. Arada çok büyük uçurumlar meydana geliyor. Bunun sebepleri ne diyoruz? Toplama peynirler, eritme kaşarlar meydana geldi diyorlar. Bunlar haksız rekabete yol açıyor bitkisel yağlar kullananlar piyasaya çıktı, merdiven altı imalat dediğimiz yerlerde tarım il müdürlüğü veya bağlı bulunduğu kuruluşlar tarafından ürettiği mamulün üzerine en azından içine kattıkları mamuller gösterilirse halk ne yediğini bilir. Bugün iyi bir beyaz peynir yiyelim dersene en azından 7 lira olması lazım tam yağlı peynirin kilosu. Ama bugün 4 liraya peynir satılıyor. İyi bir kaşarın 13 liradan aşağı olmaması lazım. Şimdi bazı ineklere vurulan iğneler var. Her iğne değil de bazı iğneler direk sütü etkiliyor. O da sütün içine girdiğinde maya tutsa da ileride kabarmalar meydana geliyor ne kadar pastörizesini yüksek tutarsan tut istediğin asitlik değerleri oluşmuyor. Birde devletimiz bu insan sağlığını dolaylı yoldan etkileyen iğneleri neden piyasaya sürülmesine izin veriyor. Belki bu bir ineğin verdiği 30 kiloluk bir sütte var ama karışınca öbür sütleri de etkiliyor. Ne kadar karıştırmamaya çalışsan da elde olmadan bazen toplu sütlere karışıyor. Biz bunları döküyoruz ama fire olarakta gösteremiyoruz.

→ GÖSTERGELER



# TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER

## ENFLASYON

**A**ralık ayında TÜFE'de aylık değişim %0,58 olarak gerçekleşti.

2011 yılı Aralık ayında 2003 Temel Yıllı Tüketici Fiyatları Endeksi'nde bir önceki aya göre %0,58, bir önceki yılın Aralık ayına göre %10,45, bir önceki yılın aynı ayına göre %10,45 ve on iki aylık ortalamalara göre %6,47 artış gerçekleşmiştir.

Ana harcama grupları itibariyle bir ay önceye göre en yüksek artış %1,97 ile gıda ve alkolsüz içecekler grubunda gerçekleşmiştir.

Bir önceki yılın aynı ayına göre TÜFE'de en yüksek artış %18,50 ile alkollü içecekler ve tütün grubunda gerçekleşmiştir.

## DIŞ TİCARET

### 2011 Kasım ayında dış ticaret açığı azaldı

2011 yılı Kasım ayında, 2010 yılının aynı ayına göre ihracat %18,5 artarak 11 114 milyon dolar, ithalat %8,8 artarak 18 647 milyon dolar olarak gerçekleşti. Aynı dönemde dış ticaret açığı 7 752 milyon dolardan 7 533 milyona geriledi.

2010 Kasım ayında %54,8 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı, 2011 Kasım ayında %59,6'ya yükseldi.

## → GÖSTERGELER



### En çok ihracat Almanya'ya

2011 Kasım ayında en fazla ihracat yapılan ülke Almanya oldu. Bu ülkeye yapılan ihracat 2010 Kasım ayına göre %9,9 artarak 1 100 milyon dolar olurken, Almanya'yı



sırasıyla Irak (767 milyon dolar), İngiltere (741 milyon dolar), İtalya (602 milyon dolar) ve Rusya (560 milyon dolar) takip etti.

### En çok ithalat Rusya Federasyonu'na

Rusya Federasyonu ithalatta ilk sırada yer aldı. Bu ülkeden yapılan ithalat %24,5 artarak 2 369 milyon dolar olarak gerçekleşti. Rusya Federasyonu'nu sırasıyla Almanya (1 696 milyon dolar) ve Çin (1 611 milyon dolar) izledi.

2011 Kasım ayında fasıllar düzeyinde en büyük ihracat kalemi, "motorlu kara taşıtları ve aksam parçaları" (1 228 milyon dolar) olurken; bu fasılı "kazanlar, makina ve cihazlar, aletler ve bunların aksam-parçaları" (918 milyon dolar), "elektrikli makina ve cihazlar, bunların aksam-parçaları" (866 milyon dolar), "demir ve çelik" (844 milyon dolar) ve "örme giyim eşyası ve aksesuarları" (607 milyon dolar) izledi.

Kasım ayında; en yüksek ithalatı olan fasıl "mineral yakıtlar ve yağlar" (4 876 milyon dolar) oldu. Bu fasılı; "kazanlar, makina ve cihazlar, aletler ve bunların aksam-par-

	TÜRKİYE		KENT		KIR	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Kurumsal olmayan nüfus (000)	71 574	72 724	49 279	49 731	22 295	22 994
15 ve daha yukarı yaştaki nüfus (000)	52 788	53 928	36 638	37 156	16 150	16 772
İşgücü (000)	25 873	26 939	17 183	17 688	8 689	9 252
İstihdam (000)	22 972	24 486	14 840	15 722	8 132	8 764
İşsiz (000)	2 901	2 454	2 344	1 966	557	488
İşgücüne katılma oranı (%)	49,0	50,0	46,9	47,6	53,8	55,2
İstihdam oranı (%)	43,5	45,4	40,5	42,3	50,4	52,3
İşsizlik oranı (%)	11,2	9,1	13,6	11,1	6,4	5,3
Tarım dışı işsizlik oranı (%)	14,1	11,6	14,1	11,5	13,8	11,8
Genç nüfusta işsizlik oranı(1)(%)	21,3	17,4	25,0	20,3	14,2	11,8
İşgücüne dahil olmayanlar (000)	26 915	26 989	19 455	19 469	7 460	7 520

(1) 15-24 yaş grubundaki nüfus

**Not:** Rakamlar yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir. **Kaynak:** TÜİK



Kasım 2011 (2005=100)	Arındırılmamış			Takvim Etkisinden Arındırılmış		Mevsim ve Takvim Etkisinden Arındırılmış	
	Endeks	Değişim (Yıllık)	Değişim (Aylık)	Endeks	Değişim (Yıllık)	Endeks	Değişim (Aylık)
Toplam Sanayi	126,7	8,4	-8,6	133,2	5,2	127,5	-2,5
Madencilik ve Taşocakçılığı	134,5	2,9	-6,3	142,5	2,9	138,4	8,6
İmalat Sanayi	124,6	7,6	-10,0	131,6	4,2	124,6	-3,1
Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Ürt. ve Dağıtım	141,0	16,9	1,8	141,0	16,9	147,4	1,7

**Kaynak:** TÜİK

çaları" (2 094 milyon dolar), "demir ve çelik" (1 686 milyon dolar) ve "motorlu kara taşıtları ve aksam parçaları" (1 370 milyon dolar) izledi.

### İSTİHDAM VE İŞSİZLİK

Ekim ayında işsizlik oranı % 9,1'dir.

Türkiye genelinde işsiz sayısı geçen yılın aynı dönemine göre 447 bin kişi azalarak 2 milyon 454 bin kişiye düşmüştür. İşsizlik oranı ise 2,1 puanlık azalış ile % 9,1 seviyesinde gerçekleşmiştir. Kentsel yerlerde işsizlik oranı 2,5 puanlık azalışla % 11,1, kırsal yerlerde ise 1,1 puanlık azalışla % 5,3 olmuştur.

**Ekim 2011 döneminde işgücüne katılma oranı % 50'dir.**

2011 yılı Ekim döneminde, Türkiye genelinde işgücüne katılma oranı, bir önceki yılın aynı dönemine göre 1 puanlık artışla % 50 olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemler için yapılan kıyaslamalara göre; erkeklerde işgücüne katılma oranı 0,9 puanlık artışla % 71,7, kadınlarda ise 1 puanlık artışla % 29'dur.

### SANAYİ ÜRETİM ENDEKSİ

Kasım ayında sanayi üretimi % 8,4 arttı.

Sanayinin alt sektörleri incelendiğinde,

2011 yılı Kasım ayında bir önceki yılın aynı ayına göre;

- **madencilik ve taşocakçılığı sektörü endeksi %2,9,**
- **imalat sanayi sektörü endeksi %7,6 ve**
- **elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtım sektörü endeksi de %16,9 artmıştır.**

### TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİ

2011 Aralık ayında Tüketici güveni arttı

2011 Aralık ayında Tüketici Güven Endeksi, bir önceki aya göre %1,1 oranında arttı; Kasım ayında 91,0 olan endeks Aralık ayında 92,0 değerine yükseldi.

*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.*

## → ÜLKE PANAROMA



# Kuveyt



Nüfus	3,4 milyon (1,1 milyon Kuveyt vatandaşı, 2,3 milyon göçmen)
Yüzölçümü	17,818 km <sup>2</sup> (2.590 km <sup>2</sup> 'si Suudi Arabistan ve Kuveyt arasında kalan tarafsız bölge)
Başkent	Kuveyt
Kişi Başına Düşen Milli Gelir	36,747 ABD Doları
Büyüme Oranı	-1.7 (2009 tahmin)
Döviz Kuru	0.288 (ortalama, KW/ABD Doları)
Başlıca Şehirler	Kuveyt (254.503), As-Salimiyah (145.314), Hawalli (104.901)
Telefon Kodu	+965

Kuveyt; Basra Körfezinin kuzeyinde yer almaktadır. Kuveyt ile Suudi Arabistan arasındaki tarafsız bölgedeki 2590 km<sup>2</sup>'lik alan da dahil edildiğinde toplam 17,818 km<sup>2</sup>'lik yüzölçüme sahip olan Kuveyt'in kara komşuları Irak ve Suudi Arabistan olup, Irak ile 240 km, Suudi Arabistan ile ise 222 km sınıra sahiptir. Kuveyt'in toplam kıyı uzunluğu ise 499 km'dir. Boubiyan Adasında yer alan bataklık alanlar dışında, Kuveyt'in tamamına yakını düz ve çöl alanlardan oluşmaktadır.

Kuveyt 1961 yılında bağımsızlığını kazanarak 1963 yılında Birleşmiş Milletler'in bir üyesi olmuştur. Jeopolitik konumu nedeniyle etrafındaki istikrarsızlıklardan olumsuz olarak etkilenen Kuveyt sekiz yıl süren İran Irak savaşı sonrasında Ağustos 1990 tarihinde Irak tarafından işgal edilmiş, ancak ABD'nin öncülüğünde çeşitli ülkelerin oluşturduğu askeri güçlerin ortak hareketi sonucunda Şubat 1991 tarihinde yeniden bağımsızlığına kavuşmuştur.

Kuveyt'in yönetim biçimi, anayasal monarşi olup; Kuveyt Anayasa'sı Kuveyt'i sadece Şeyh Mübarek Al Sabah'ın soyundan gelenlerin başa geçebileceği bir emirlik olarak tanımlamaktadır. İktidar müteveffa Şeyh Ahmad Al-Jaber'in (1921-1950) iki oğlunun aileleri arasında paylaşılmaktadır.

Petrol ve doğal gaz haricinde dikkate alınmaya değer başka doğal kaynaklara ve madencilik faaliyetlerine sahip değildir. Ülke topraklarının büyük çoğunluğu çöl olup, yer altı su kaynakları bulunmamaktadır. Ülkede tuzu arındırılmış deniz suyu kullanılmaktadır.

### Genel Ekonomik Durum

Kuveyt ekonomisi petrole dayanmaktadır. GSYİH'nın yaklaşık % 50'si ve ihracat gelirlerinin yaklaşık % 95'i petrol-den kaynaklanmaktadır. GSYİH'nın yaklaşık % 4,8'ine tekabül eden imalat sanayi ise hidrokarbona dayalı rafineri ve petrokimya endüstrisinden oluşmaktadır. Sanayi sektörü ise GSYİH'nın yaklaşık % 52'sini oluşturmaktadır.

### Temel Ekonomik Göstergeler

Yıllık Veriler	2009a	Ortalama Değerler (%)	2005-09
GSYİH (US\$ milyon; cari döviz kuru)	127,714	Reel GSYİH'daki Artış %	5.3
GSYİH (US\$ milyon; PPP)	142,190b	Reel Yurtiçi Talepteki Artış %	9.6
Kişi Başına Milli Gelir (US\$; cari döviz kuru)	36,747	Enflasyon	5.5
Kişi Başına GSYİH (US\$; PPP)	40,912b	Cari Hesap Dengesi (% GSYİH)	37.7
Döviz Kuru (ortalama) KD:US\$	0.288		

a Gerçekleşen. b Economist Intelligence Unit tahmin. PPP(satın alma gücü paritesi)

**Kaynak:** Economist Intelligence Unit, 2010

### Temel Sosyal Göstergeler

Yüzölçümü	17,818 km <sup>2</sup> (2.590 km <sup>2</sup> 'si Suudi Arabistan ve Kuveyt arasında kalan tarafsız bölge)
Nüfusu	3,4 milyon (1,1 milyon Kuveyt vatandaşı, 2,3 milyon göçmen)
Başkenti	Kuveyt
Önemli Şehirler	Kuveyt, Hawalli, Ahmadi, Jahra, Farwaniya, Mubarak al-Kabeer
Devlet Başkanı	Şeyh Sabah al-Ahmad al-Jabir al-Sabah
Yönetimi	Anayasal Emirlik
Dili	Resmi dili Arapça.
Para Birimi	Kuveyt Dinarı (KD)

**Kaynak:** Economist Intelligence Unit, 2010

2007-2008 yıllarında petrol fiyatlarında rekor düzeyde artış yaşanması ve petrol üretimindeki artış, Kuveyt'e önemli ölçüde likidite sağlamış, bu da ülkenin yeniden inşa ve ya-

pılanma dönemine girmesine imkan vermiştir. Bu durum istihdamın son on yılın en yüksek rakamlarına ulaşmasına ve zaten yüksek olan tüketim harcamalarının artmasına da yol açmıştır. Özel sektör hem tüketim harcamalarındaki artıştan, hem de kamu alım ve ihalelerindeki artıştan büyük ölçüde fayda görmüştür.

Kuveyt Devleti bazı temel girdi fiyatlarına sübvansiyonlar uygulamaktadır. Su, elektrik, akaryakıt, et, un, ekmek, demir-çelik ve çimento gibi ürünlerin uygulanan sübvansiyonlar ile düşük fiyatlarla satılması, yurtiçi telefon görüşmelerinin ücretsiz sağlanması, bütçe giderlerini artırmakta ve sübvansiyon edilen ürünlerin tüketiminde gereksiz artışlara ve kaynak israfına neden olmaktadır.

Ülkenin ekonomik performansı genel olarak petrol fiyatlarında yaşanan dalgalanma ile paralellik göstermektedir

Reel GSYİH Büyüme Projeksiyonu						
aGerçekleşen, bTahmin, cEIU Projeksiyon						
	2008a	2009b	2010c	2011c	2012c	2013c
GSYİH (milyon US \$)	150,7	123	142,5	166,5	191,2	211,8
Kişi Başına GSYİH (US \$)	43.772	35.393	39.794	44.570	48.716	51.196
Hanehalkı tüketimi (milyon US \$)	43,5	45,9	50,3	57,7	65,2	71,8
Hanehalkı tüketimi (kişi başına, US \$)	12.630	13.200	14.060	15.460	16.620	17.360
İhracat milyon US \$, fob	89.403	47.621	57.283	68.240	77.323	84.236
İthalat milyon US \$, fob	24.908	19.277	20.030	23.242	25.468	27.556

**Kaynak:** Economist Intelligence Unit, 2010

### Ekonomide Geleceğe Yönelik Beklentiler

Bölgede genel güven ve istikrar ortamının sürmesi ve ülkedeki liberalizasyon ve reformların devamı halinde, bütün göstergeler bu olumlu gidişin devam edeceği yönündedir. Son iki yıldır Kuveyt'in Irak'a gerçekleştirilen sevkiyatlarda önemli bir rol üstlenmesi ve Amerikan ordusu tarafından açılan ihalelerin büyük bir kısmını Kuveytli firmaların alması da ekonomik büyümede etkin olan faktörlerdir.

2006/07-2010/11 dönemine ait olan 5 yıllık kalkınma planı çerçevesinde Kuveyt'in bölgesel bir ticari merkez haline getirilmesi, iktisadi yapının güçlendirilmesi ve çeşitlendirilmesi, ticari ve iktisadi düzenlemelerin DTÖ taleplerine uyumlu hale getirilmesi, idari birimlerin ticari gelişmeye aktif bir şekilde katkı sağlamasının temini ve ticari mevzuatın geliştirilmesi hedefleri benimsenmektedir.

### Doğrudan Yabancı Yatırımlar

1980 yılında yayınlanan Ticaret Kanunu yabancıların Kuveytli firmalardaki hisse oranlarını % 49 ile sınırlamaktadır. 2000 yılında yayınlanan ve 2003 yılı sonunda uygulamaya giren Yabancı Sermaye Kanunu'ndaki değişiklikler, yabancıların hisse oranlarının %100'e çıkarılmasına imkan sağlamakla beraber, bu imkanlar ilgili kanunun 3. maddesinde belirtilen konular ile sınırlıdır.

Kuveyt Yabancı Sermaye İdaresinden (Kuwait Foreign Investment Bureau) elde edilen verilere göre, 8/2001 sayılı kanun çerçevesinde 2003 yılından itibaren ülkeye yabancı sermaye yatırımı kabul edilmeye başlamıştır. Bu çerçevede halihazırda 112 milyon \$'ı Fransa, 1,336 milyar \$'ı ABD, 812 milyon \$'ı İngiltere ve 1,451 milyar \$'ı Hollanda'ya ait olmak üzere Kuveyt'te toplam 3,712 milyar \$ doğrudan yabancı sermaye yatırımı bulunmaktadır. Söz konusu yatırımın 2,712 milyar \$'ı sanayi, 1 milyar \$'ı hizmetler sektöründe yer almaktadır. İş Kurma Mevzuatı ile ilgili ayrıntılı bilgilere Foreign Investment Bureau (<http://www.kfib.com.kw>) aracılığı ile erişim sağlanabilmektedir.

Kuveyt'te istihdam, sektörler itibarıyla 4 sınıfta ele alın-

maktadır.

- Kamu sektöründe çalışan yerli ve yabancılar, Kamu Sektörü Çalışma Yasası'na tabidirler.

- Petrol sektöründe istihdam edilenler, Petrol Sektörü İş Yasası'na tabidirler. Bunlar özel sektör iş yasaının lehte olan hükümlerinden de yararlanabilmektedirler.

- Özel sektörde çalışanlar, Özel Sektör İş Yasası'na tabidirler.

- Ev hizmetlerinde çalışanlar ve tümü yabancı olan hizmetlilerin tabi oldukları bir mevzuat bulunmamakta olup, hukuki durumları, genel hukuk kuralları içinde değerlendirilmektedir.

### Ülkedeki Serbest Bölgeler (Özel Ekonomik Bölgeler)

1995 yılında kurulmuş olan Kuveyt Serbest Bölgesi'nin işletilmesi Kuveyt Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na bağlı Sanayi

Kamu İdaresi (Public Authority for Industry) kanalıyla yürütülmektedir. Serbest bölgede faaliyet göstermek suretiyle Kuveyt tarafından yabancıların faaliyetlerine getirilen sınırlandırmalar önemli ölçüde aşılabilmektedir. Bu çerçevede, serbest bölgede kurulacak firmalarda %100 hisse sahibi olunması, gümrük vergileri, vergi, işçi çalıştırma ile ilgili sınırlandırmaların aşılması mümkün bulunmaktadır. Serbest Bölge'de faaliyet göstermek isteyen firmalar için 4 ayrı türde lisans düzenlen-

mektedir. 1 yıllık dönem için düzenlenen lisanslar yenilenebilmektedir.

### Dış Ticaret

Kuveyt'in ihracatının % 97,8'ini ham petrol oluşturmaktadır. İthalatının ise % 41'ini tüketim ürünleri, % 34'nü ara mallar, % 25'ini nihai ürünler ağırlıklıdır. Kuveyt petrolünün büyük çoğunluğu üç Asya ülkesine, Japonya, Güney Kore ve Singapur'a ihrac edilmektedir. ABD ise Kuveyt'in ihracatında önemli başka bir ülkedir.

Kuveyt'in savaş süresince ABD ve koalisyon güçlerine sağladığı destek ve lojistik imkanlar, bölgede bulunan ABD ordusunun açmış olduğu pek çok ihalenin Kuveytli firmalar tarafından üstlenilmesine ve Irak'taki ABD ve koalisyon güçlerinin ihtiyaçlarının Kuveytli firmalar aracılığıyla temin edimesine imkan sağlamıştır. Kuveyt'in Irak ile ilişkilerini geliştirmek ve bu ülkenin yeniden inşasından daha fazla pay almak istemesi, Irak'ı bir yatırım noktası olarak görmesi, Kuveytlilerin Irak'ta doğrudan veya Iraklılar ile birlikte faaliyet göstermelerini sağlamıştır.

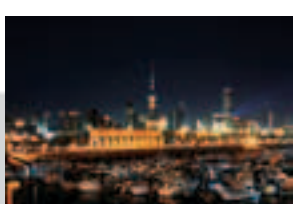
Kuveyt'in ithalatında, binek otomobilleri, mücevherat, diğer hava taşıtları, kümes hayvanları, ilaç, pirinç, inşaat malzemeleri, iş makineleri aksam ve cihazları, radyo tv verici cihazlar, ihracatında petrol, doğalgaz, plastik hammaddeleri, amonyum ürünleri ilk sırada gelmektedir.

Kuveyt'in ithalatında başlıca ülkeler ABD, Çin, Almanya, Japonya, BAE, İtalya ve Fransa'dır.

Kuveyt'in en fazla ihracat yaptığı ülkeler Japonya, Kore, Hindistan, Tayvan, ABD ve Çin'dir.

### Türkiye ile Ticaret

Ülkemiz ile Kuveyt arasındaki ticari ilişkilerin geçmiş yıllar itibarıyla seyrine baktığımızda Kuveyt geleneksel olarak ticaret fazlası verdiğimiz bir ülkedir. İki ülke arasındaki ticaret hacmi bölgede yaşanan istikrarsızlık nedeniyle 1987 yılı sonrasında gerilmeye başlamıştır. Halen Irak'taki fiili durumun olumsuz etkisi nedeniyle, ülkemizin Kuveyt pazarına olan coğrafi yakınlık avantajı tam olarak kullanılamamaktadır.



## → ÜLKE PANAROMA



İki ülke arasındaki dış ticaret hacmi, 2008 yılında bu ülkeye gerçekleştirilen ihracatın bir önceki yıla göre % 123 artış göstermesiyle, 573 milyon dolarla en yüksek seviyeye ulaşmıştır. 2009 yılında ise bu ülkeye ihracatımız % 57 düşmüş ve iki ülke arasındaki dış ticaret hacmi % 31 küçülerek, 395 milyon dolar düzeyinde gerçekleşmiştir.

2010 yılı itibarıyla iki ülke arasındaki ticaret yeniden canlanmış, ihracatımız %87 artarken, iki ülke arasındaki dış ticaret hacmi de % 54 artarak 609 milyon dolara ulaşmıştır. 2010 yılı itibarıyla Türkiye'nin Kuveyt'e ihracatı 395 milyon dolar, ithalatı ise 214 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

2010 yılı verilerine göre Kuveyt'e ihraç edilen ürünlerin başında demir çelik ve demir çelikten inşaat malzemeleri gelmekte olup; demir-çelikten yarı mamuller, demir-çelik çubuklar, demir-çelikten profiller ihraç edilen ürünlerdir.

Kuveyt'e ihracatımızda önemli diğer ürünler ise izole edilmiş tel ve kablolar, dokunmuş halılar, peynir ve lor, kuru baklagiller, yatlar, yontulmaya/inşaat elverişli işlenmiş taşlar, domates salçası, bayan giyim eşyası, şekerli ve çikolatalı mamullerdir.

### İşadamlarının Pazarda Dikkat Etmesi Gereken Hususlar

#### Resmi Tatiller ve Çalışma Saatleri

25 Şubat Milli Gün (National Day), 26 Şubat Bağımsızlık günü (Liberation Day), Kurban Bayramı 4 gün, Ramazan Bayramı 3 gün, Mevlid ve Miraç Kandilleri birer gün, Hicri ve Miladi yıl başı birer gün resmi tatildir.

Resmi kurumlar Nisan-Ekim arası 7:00 – 14:00, Kasım – Mart arası 7:30-14:00, Ramazan ayında 10:00- 13:00 saatleri arasında açıktır. Mesai günleri Cumartesi-Perşembe'dir (Cuma-Cumartesi günleri resmi tatildir).

Özel kuruluşlar ve firmalar Cuma günleri hariç olmak üzere 8:30-12:30 ve 16:30-20:00 arası çalışmaktadır. Bankalar Cuma- Cumartesi günleri hariç 8:00-13:00 ve 17:00-19:00 arası çalışmaktadır.

#### Yerel Saat

Türkiye'de yaz saati uygulaması olduğunda saat farkı bulunmamakta, ülkemizde kış saati uygulaması olduğunda ise Kuveyt bir saat ileride bulunmaktadır.

#### Yerel Ölçü Birimleri

İngiliz ve metrik sistem

#### Genel Değerlendirme ve Öngörüler

Kuveyt'e ithalat ve ihracata konu mallardan gerekli görülenlerin standardına veya teknik düzenlemesine uygunluğunun veya kalitesinin değerlendirilmesi ve belgelendirilmesi hususunda Kuveyt ile ticaretimizde herhangi bir sorun bulunmamaktadır. Yabancıların, Kuveyt'teki faaliyetlerini Kuveytli acentalar aracılığıyla yürütmelerini gerektiren düzenlemeler firmalarımızın Kuveyt'e olan

Karşılaştırmalı Ekonomik Göstergeler							
	2005a	2006a	2007a	2008b	2009b	2010c	2011c
<b>GSYİH</b>							
GSYİH (Nominal, milyon \$)	80,799	101,621	114,728	148,169	127,714	151,946	164,799
<b>Harcamalara Göre GSYİH'daki Değişim (reelfiyatlarla, %)</b>							
GSYİH'daki Değişim	10.6	5.2	4.4	8.5	-1.7	3.7	5.3
Özel Tüketim	11.2	7.7	9.0	9.0	4.0	3.8	5.0
Kamu Tüketimi	5.7	4.5	1.5	6.5	4.5	5.0	6.0
Gayrisafi Sabit Sermaye Yatırımları	16.5	21.0	24.4	15.0	7.0	6.8	8.5
Mal ve Hizmet İhracatı	8.8	0.3	0.6	8.0	-9.3	2.5	6.5
Mal ve Hizmet İthalatı	12.2	4.7	29.5	7.0	4.5	5.0	8.0
<b>Sektörlere Göre GSYİH Değişim (reel fiyatlarla %)</b>							
Tarım	-3.0	-2.0	-8.8	4.0	2.0	2.0	2.0
Sanayi	11.5	3.1	-1.3	8.2	-7.0	3.9	6.5
Hizmetler	9.6	7.9	11.2	8.8	3.8	3.5	4.5
<b>Nüfus ve Gelir</b>							
Nüfus (milyon kişi)	3.0	3.2	3.4	3.4a	3.5	3.6	3.7
Kişi Başına GSYİH (US \$, PPP)	36,952	37,729	37,922	41,511	40,912	41,741	42,650
<b>Fiyatlar</b>							
Döviz Kuru (KD/\$, yıl sonu)	0.292	0.289	0.274	0.276a	0.286a	0.282	0.273
Döviz Kuru (KD/€, yıl sonu)	0.344	0.381	0.400	0.384a	0.409a	0.372	0.385
a Gerçekleşen. b Economist Intelligence Unit tahmin.							
c Economist Intelligence Unit projeksiyon. PPP (Satın Alma Gücü Paritesi)							
<b>Kaynak: IMF, International Financial Statistics</b>							

Dış Ticaret Göstergeleri (Milyon Dolar)					
	2005	2006	2007	2008	2009
İhracat	38 077	50 960	56 792	84 758	50 700
İthalat	14 374	16 095	19 801	21 167	15 452
Denge	23 703	34 865	36 990	63 590	35 248
Hacim	52 451	67 055	76 593	105 925	66 152
<b>Kaynak: Trademap</b>					

Türkiye-Kuveyt Dış Ticaret Değerleri (1000 Dolar)				
Yıllar	İthalat	İhracat	Denge	Hacim
1989	80 514	167 491	86 977	248 005
1990	53 917	92 208	38 290	146 125
1991	299	16 395	16 095	16 695
1992	68 264	65 995	-2 268	134 260
1993	84 478	103 650	19 172	188 129
1994	76 899	128 261	51 361	205 161
1995	97 163	119 091	21 927	216 255
1996	103 935	106 961	3 025	210 896
1997	171 578	125 724	-45 854	297 302
1998	80 724	89 379	8 654	170 103
1999	83 898	82 713	-1 185	166 612
2000	161 368	73 419	-87 948	234 787
2001	123 355	104 768	-18 586	228 123
2002	26 521	139 036	112 515	165 558
2003	15 909	165 940	150 031	181 849
2004	25 693	266 090	240 396	291 783
2005	41 603	210 349	168 745	251 953
2006	56 038	219 016	162 978	275 055
2007	90 488	221 292	130 804	311 780
2008	80 638	493 035	412 396	573 673
2009	184 219	211 293	27 082	395 520
2010	214 513	395 185	180 672	609 698
<b>Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı verileri</b>				

Başlıca Ülkeler İtibarı ile İthalat (Milyon Dolar)			
Ülkeler	2007	2008	2009
ABD	2485	2719	1951
Çin	1345	1751	1542
Almanya	1436	1866	1336
Japonya	1664	2097	1245
BAE	1258	1065	1186
İtalya	1120	1047	834
Fransa	646	778	832
Hindistan	613	820	750
Kore	1305	744	744
İngiltere	915	989	704
Hollanda	488	461	408
Avustralya	438	421	383
Brezilya	230	632	373
Tayland	225	316	343
İsviçre	318	462	302
Türkiye	221	492	211
Belçika	246	223	206
İspanya	254	291	189
Singapur	248	259	175
Malezya	167	375	163
Tayvan	128	141	147
Hong Kong (SARC)	57	119	115
Avusturya	136	147	111
Endonezya	129	137	101
Kanada	106	169	94
Güney Afrika	40	94	87
Pakistan	94	132	8
İrlanda	77	81	80
İsveç	169	179	78
Rusya Fed.	18	32	76
<b>Kaynak: ITC calculations based on COMTRADE statistics</b>			

Türkiye'nin Kuveyt'e İhracatında Başlıca Ürünler (Bin Dolar)				
GTİP	Ürün Adı	2008	2009	2010
7214	Demir/Çelik Çubuklar (Sıcak Haddeli, Dövülmüş, Burulmuş, Çekilmiş)	71448	37085	111662
7207	Demir/Alaşımsız Çelikten Yarı Mamuller	215496	0	102765
8544	İzole Edilmiş Tel, Kablo; Diğer İzole Edilmiş Elektrik İletkenleri; Fiber Optik K	15213	6100	15323
5702	Dokunmuş Halılar, Yer Kaplamaları (Kilim, Sumak, Karaman Vb)	11399	12294	13160
0406	Peynir Ve Lor	11404	10100	11837
7216	Demir/Alaşımsız Çelikten Profil	11228	8928	11293
0713	Kuru Baklagiller (Kabuksuz) (Taneleri İkiye Ayrılmış)	13523	3920	7060
8903	Yatlar, Diğer Eğlence Ve Spor Teknesi; Kürekli Kayık, Kano	0	0	6084
2002	Domates (Sirke/Asetik Asitten Başka Usullerle Hazırlanmış)	6888	7167	5891
6802	Yontulmaya, İnşaata Elverişli İşlenmiş Taşlar (Kayagan Hariç)	8714	15976	4641
6204	Kadın/Kız Çocuk İçin Takım, Takım Elbise, Ceket Vs.	2886	2697	3535
7308	Demir/Çelikten İnşaat Ve Aksamı	4402	5369	2979
1806	Çikolata Ve Kakao İçeren Diğer Gıda Müstahzarları	2812	3275	2861
1704	Kakao İçermeyen Şeker Mamulleri (Beyaz Çikolata Dahil)	2819	2528	2766
7208	Demir/Çelik Sıcak Hadde Yassı Mamulleri-Genişlik 600mm. Fazla	2423	1982	2646
4804	Kraft Kağıt/Kartonlar-Sivanmamış-Rulo Veya Tabaka Halinde	1346	722	2529
2402	Tütün/Tütün Yerine Geçen Maddelerden Purolar, Sigarillolar Ve Sigaralar	3112	3106	2497
7013	Masa, Mutfak, Tuvalet, Ev Tezyinatı Vb İçin Cam Eşya	1706	2008	2446
8405	Gazojenler, Su İle İşleyen Gaz Jeneratörleri Ve Aksam, Parçaları	0	1765	2400
9403	Diğer Mobilyalar Vb. Aksam, Parçaları	2289	2137	2234
2104	Çorba, Et Suyu Ve Karışım Halindeki Homojenize Gıda Müstahzarları	2116	2311	2206
7321	Demir-Çelik Soba, Ocak, Izgara, Ocak, Mangal Vb. Ev Eşyası	1103	1428	1837
1905	Ekmek, Pasta, Kek, Bisküvi Vs. İle Boş İlaç Kapsülü Mühür Güllacı Vs.	2361	2225	1686
5407	Sentetik İplik, Monofil, Şeritlerle Dokumalar	1133	1084	1680
7213	Demir/Çelik Filmaşın (Sıcak Haddelenmiş, Rulo Halinde)	5036	2090	1590
5801	Kadife, Pelüş Ve Halkalı (Tırtıl Mensucat)	1325	694	1558
7323	Demir/Çelikten Ev İşlerinde Kullanılan Eşya Ve Aksamı	804	1217	1555
6206	Kadın/Kız Çocuk İçin Gömlek, Bluz, Vs.	1004	856	1420
2102	Mayalar, Cansız Diğer Tek Hücreli Mikroorganizmalar	873	777	1358
	TOPLAM	493035	211293	395186

Kaynak: T.C Ekonomi Bakanlığı verileri

İki Ülke Arasındaki Ticaretin Altyapısını Düzenleyen Anlaşma ve Protokoller	
ANLAŞMA ADI	İMZA TARİHİ
Ticaret, Sınai ve Teknik İşbirliği Anlaşması	22.03.1982
Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması	27.10.1988
Ticaret Anlaşması	03.12.1997
Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması	07.10.1997
VII. Dönem KEK Toplantısı Mutabakat Zaptı	23.11.2007

ilgisinin düşük olmasına neden olmaktadır. Yabancı firmaların, bazı istisnalar dışındaki kamu alımlarına yönelik ihalelere acentaları aracılığıyla katılabilmelerine ilişkin düzenlemeler ise müteahhitlik sektöründen yeterince pay alınamamasının en önemli nedenlerindedir. Kuveyt'in uluslararası ilişkilerindeki gelişmeler çerçevesinde ekonomik faaliyetler ile ilgili düzenlemelerde iyileştirmeler gerçekleştirmesi muhtemeldir.

Kuveyt'in küçük bir ülke oluşu, siparişlerin boyutlarını ve

düzenliliğini olumsuz etkilemekte, maliyetleri artırmakta ve istenilen ekonomik ölçeğe ulaşılmasını güçleştirmektedir.

Kuveytli işadamları ile uzun süredir pazarda bulunan yabancı firmalar arasındaki köklü ve kapsamlı ilişkiler, ülkede yaşayan batılıların genellikle üst düzey karar alıcılar olmaları, yine pek çok projenin batılı firmaların danışmanlığında gerçekleştirilmesi, batılı markalara olan bağlılık pazara yeni girmek isteyen firmaları engelleyici olabilmektedir.

Teminat mektupları ve finansman, firmalarımızın Kuveyt'teki faaliyetlerini sınırlandıran diğer bir husustur. Kuveyt bankalarının, bazı bankalarımız tarafından düzenlenen teminat mektuplarını üçüncü ülke bankaları üzerinden temin edilmesi şartıyla kabul etmeleri önemli bir sıkıntıya neden olmaktadır. Firmalarımızın ilgili idareler tarafından yapılan avans ödemelerini projelerin finansmanı için yeterli görmeleri, mobilizasyon, nakit akışı, vb. konuları dikkate almamaları, finansman sıkıntılarının nedeni olmaktadır. İlk kez iş yapan firmalar için finansman ihtiyacı, diğer firmalarla karşılaştırıldığında daha yüksek olabilmektedir.

Kuveyt'e ihracat gerçekleştirebilmek için belgelerin Kuveyt Konsolosluğu'ndan onaylanması gerekmekte olup, Konsolosluk tarafından belgelerin onaylanması için talep edilen ücret çok yüksektir. Kısa bir süre önce bu ücret %100 artırılarak belge başına 250 TL olarak belirlenmiş olup, ihracat yapılabilmesi için gerekli olan tüm evrakların Konsolosluktan onayının 1000 TL civarında ilave bir masrafa yol açması ihracatçımızın bu ek maliyetten olumsuz yönde etkilenmesine sebep olmaktadır.

Kuveyt'in toplam ithalatı içerisinde önemli yer tutan kamu alımlarına yönelik ihalelere katılabilmek için gereken kayıt/onay işlemlerin tamamlanması gerekmektedir. Kuveytli temsilciler aracılığıyla gerçekleştirilmesi gereken işlemler sonucunda firmaların bir veya daha fazla ürün için ilgili kurum ve kuruluşlarca onaylanmış/kayıtlı tedarikçi hakkını elde etmektedirler. Endüstriyel ürünler sınıfında yer alan ürünlerin ihracatının artırılabilmesi daha fazla firmamızın ürünlerini kayıt ettirmesine bağlıdır.

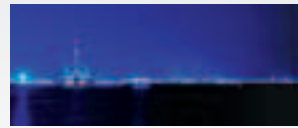
Kuveyt resmi makamlarından alınan bilgilere göre, inşaat sektörüne önümüzdeki 5 yıllık dönemde 8 milyar doları özel sektör, 3 milyar doları da kamu olmak üzere toplam 11 milyar dolarlık yatırım yapılacaktır. Bu tutarın yap-işlet-devret projelerinin de hayata geçirilebilmesi durumunda 40 milyar doları bulması beklenmektedir.

Müteahhitlik firmalarımızın Kuveyt'e daha kalıcı ve uzun vadeli yaklaşımları ve endüstriyel projeler gerçekleştirebilecek firmaların Kuveyt pazarına girmeleri halinde sektörden alınacak payın artabileceği düşünülmektedir.

2006/07-2010/11 dönemine ait olan 5 yıllık kalkınma planı çerçevesinde Kuveyt'in bölgesel bir ticari merkez haline getirilmesi, iktisadi yapının güçlendirilmesi ve çeşitlendirilmesi, ticari ve iktisadi düzenlemelerin DTÖ taleplerine uyumlu hale getirilmesi, idari birimlerin ticari gelişmeye aktif bir şekilde katkı sağlamasının temini, ticari mevzuatın geliştirilmesi hedefleri benimsenmektedir.

Uluslararası petrol fiyatlarındaki ve Kuveyt'in petrol üretimindeki artışa paralel olarak ülkenin GSYİH'nın 2010 yılında % 4,4 oranında büyümesi beklenmektedir. 2011 yılında ise GSYİH artış oranının % 4,8 olacağı öngörülmektedir.

Kaynak: <http://www.ibp.gov.tr/pg/section-pg-ulke.cfm?id=Kosova?url>



→ KONYA

# MARKA ŞEHİR OLMAK KONYA'YA NE KAZANDIRACAK?

**Banu Bingöl AKIN**

[www.banubingolakin.com](http://www.banubingolakin.com) • [banu@banubingolakin.com](mailto:banu@banubingolakin.com)



*Yeni dünya ve yeni iş hayatında başarılı satışlar ancak başarılı markalar ile mümkün. Marka artık pazarlama demek. Marka güven demek. Marka para demek.*

*Bu programda markanın felsefesini, ardından da marka olmanın kurallarını paylaşıyorum. Marka olmanın sağlayacağı faydaları detaylı şekilde analiz ediyorum. Dünyadan ve Türkiye'den örneklerle marka tutundurma konusunu tartışıyoruz....*

**M**evka'daki arkadaşlar geçirdiğimiz bir eğitim sonrasında yapacakları çalışmaları benimle paylaşarak, her sene yaptıkları toplantıya beni de davet ettiler. Konu Konya, Karaman ve çevresinin turizm açısından canlandırılması idi. Ben de bir marka vekili ve danışmanı olduğum için turizmde marka olan şehirleri anlatmak istedim. Bir şehrin nasıl marka olduğunu paylaştım konuşmamda.

Bu konuya girerken önce markanın ne olduğunu anlamamız lazım. Konya'yı , Karaman'ı marka yapacağız da ne olacak? Marka ne işe yarar?

**Marka bir ürünün, kişinin ve ya bir hizmetin diğerinden ayrılmasına yarayan her türlü isim, şekil, renk ve hatta sestir. Diğer tüm ürünlerden farklı olmak isteriz çünkü fark edilirse seçiliriz. Seçilirsek para kazanırız. Fark edilirse tanınır, biliniriz. Bu sayede büyüyebiliriz. Marka Şehir olmak ilimize ne kazandırır?**

Daha çok kişi şehrimizi tanır. Şehrimizin değerlerini öğrenir ve ziyaret etmek ister. Başta oteller olmak üzere tüm işletmeler daha çok çalışır. Daha iyi fiyata çalışır. Bütün bunları düşünerek anlatacağım şeyleri tasarladım. Ancak anlatması kolay ama marka olmak o kadar kolay değildir.

Marka olabilmek ancak farklı olursak kolaylaşır. Farklı, bilinir ve ilgi çekici olmak gerekir. Bu farklılaşmayı da hedef kitemize doğru anlatmalıyız.

Her marka bunu başarabilmek için bir söz verir. Buna marka vaadi denir. Bu sözü daha çok sloganlarda ve tanıtım reklamlarında görürüz. Dışarıdan bakan için o "Söz" sadece birkaç kelimeden ibaret olabilir ancak marka o birkaç kelime üstüne inşa edilir. Her seferinde deriz ki "yemin ederim ki". Bir markanın başarısı işte bu sözü tutarlı bir şekilde yerine getirmemize bağlıdır.

İlk yapacağımız şey bu kelimeleri bulmak, markamızı üstüne yapılandıracağımız değerlerimizi bulmak. O nedenle Konya ve Karaman'la ilgili araştırmalara başladım. Hem Mevka'dan hem de internetten çalıştım bu bölgeyi. Çalıştıkça da şaşırımdım. Meğer ne çok turistik yer varmış. Tamam Mevlana'yı ve Semazenleri biliyordum ama bilmediğim o kadar fazla ziyaret edilmesi gereken yer varmış ki..hem bölgenin doğal varlıkları hem tarihi hem de mutfağı çok özelmış. Peki, madem bunca değere sahip neden diğer markalaşmış şehirlerimiz kadar ilgi görmüyor Konya? Neden Karaman ve çevresi hiç bilinmiyor?

Bir örnekleme yapalım. Markalaşmış şehirlerimiz hangileri? İstanbul, Antalya ve belde olarak Bodrum, Kuşadası . bu şehirlerin de birçok değeri var. Ve dikkat ederseniz bu değerleri herkes biliyor. O kadar iyi tanıtıyorlar ki sahip olduklarını. Bu yörelerin halkı kendi şehirlerinin turizm elçileri gibi çalışıyorlar. Herkes marka olmanın bilincinde. Turizmi ve turistleri artırabilmek için herkes kendine düşen görevin bilincinde. Öncelikle bölgemizde bunu sağlamalıyız. Herkese turizmin getirilerini anlatarak, görevlerini benimsetmeliyiz. Zaten elimiz dolu. Ne tarafa dönsük tarih fişkiriyor. Dünyada çok nadir görünen tabiat harikaları da var üstelik. Tuz Gölü örneğin.

Tarih + tabiat...yani farklı ve ilgi çekici her şey mevcut. Bir de yanında tarihe mal olmuş, tüm dünyanın tanıdığı bilgilerimiz var. Mevlana var, Piri Reis var. Bir marka ve pazarlama danışmanı olarak bölgemize bir ürün olarak bakıyorum. Ürünümüz çok kaliteli ve çok güzel, o zaman yapacağımız şey onu iyi pazarlamak.

Pazarlamanın temellerini biraz açalım. Önce müşterimizi tanımalıyız. Bölgemize ilgi duyan ve duyabilecek turistleri hedef seçmeliyiz. Onların ilgisini ne çekecekse araştırmalıyız. Beklentilerini aşacak hizmetler üretmeliyiz. Sonra ürün ve hizmet kalitesinde tutarlı olmak da şarttır. Yani kötü sürprizlere markalaşmada yer olmamalı. Bir sene sunduğumuz hizmeti ancak iyileşme yolunda değiştirmeliyiz. Ardından duyuları katmalıyız markamıza. En çok kullandığımız görme duyusunu geliştirmeliyiz. Temiz, tertipli ve estetik hizmetler yaratmalıyız.

Diğer duyularımıza da hitap etmeli şehirlerimiz. Sadece tarihi değerler değil damak zevkine katkıyı da yabana atmamalı. Bölgemize ait efsane tatları geliştirip, satışa hazır hale getirmeliyiz.

Son olarak da çağımızın değişimine uyum sağlamamız gerek . Artık bilgisayar krallığında internet uygarlığını yaşıyoruz. Buradan yapacağımız tanıtımlar o kadar çok çeşitli ve o kadar düşük maliyetli ki. Bu gelişmelerin ışığında bölgemize en uygun tanıtımı seçerek çalışmaya bir an önce başlamalıyız.

Yapılacak çok işimiz var.

**Umarım eşsiz değerler yarın daha da bilinen, tanınan bir Marka Şehre dönüşürsün bölgemizi.**



# Konya Mağaraları

## Balatini Mağarası

**Yeri:** Konya, Beyşehir ilçesi  
Mağara Beyşehir'e bağlı Çamlık Beldesi ile Derebucak



ilçesi sınırlarında yer almaktadır. Konya-Beyşehir-Üzümlü-Manavgat yolunun 45 km.sinden ayrılan yolla Çamlık veya Derebucak üzerinden, bu iki yerleşim merkezini bağlayan stabilize karayolu ile ulaşılmaktadır. Çamlık'a 5 km., Derebucak'a 6 km. uzaklıkta bulunmakta olup Körükini ile Suluin Mağaralarının 3 km. kuzey batısındadır.

**Özellikleri:** Toplam uzunluğu 1830 m. olan mağaranın düden ve kaynak konumunda iki girişi vardır. Yola yakın olan ağız küçük bir uvalanın sularını çalar ve 2 km. güneyde derince yarılmış bir vadinin kenarından, Uzunsu deresi tarafındaki yamaçtan boşaltır.

Balatini Mağarası üst üste bulunan iki farklı seviyeden oluşmuştur. Üst katı oluşturan fosil kolun zemini tamamen mağara kili ile kaplıdır ve gelen ziyaretçilerin yapıp bıraktığı heykelciklerle dolu Heykel odası ile sonlanmaktadır. Alt kat olan su taşıyan asıl galeri de ise suyun az olduğu dönemlerde su içinden yürünerek ilerlenebilmektedir. Sadece biri 5 m.den daha derin olan üç adet dev cadıkazanı geçiş tekniği ya da bot kullanılarak geçilebilir. Travertenler, heykel odası ve dev cadı kazanları mağaranın görülmeye değer güzellikleridir.

## Körükini Mağarası

**Yeri:** Konya, Beyşehir ilçesi

Beyşehir'e bağlı Çamlık Beldesinin 500 m. güneybatısında bulunan mağaraya stabilize yolla ulaşılmaktadır.

**Özellikleri:** Toplam uzunluğu 1250 m. olan Körükini Mağarasının içinden Uzunsu Deresi geçmektedir. Mağaradan çıkan su değirmen vadisine daha sonra da Değirmenini Mağarasına girmektedir. Tamamıyla aktif olan mağarada bot kullanımı hatta büyük kaya blokları arasından şelaleler yapan suyu geçmek ayrıca bir deneyim gerektirmektedir. Mağaraya giriş için yaz ve sonbahar ayları en uygun zamanlardır. Bahar ayları aşırı su, sifonlar, şelaleler nedeniyle tehlikeli olabilir.



mağarayı zorlu hale getirmektedir.

#### **Tınaztepe Mağara Sistemi**

**Yeri:** Konya, Seydişehir ilçesi

Tınaztepe Mağara Sistemi Seydişehir'in 35 km. güneybatısında Keçili Köyü mevkiindedir. Mağara Mortaş boksit yatağının 5 km. batısındadır. Seydişehir-Manavgat karayolu mağaranın hemen yakınından geçer.

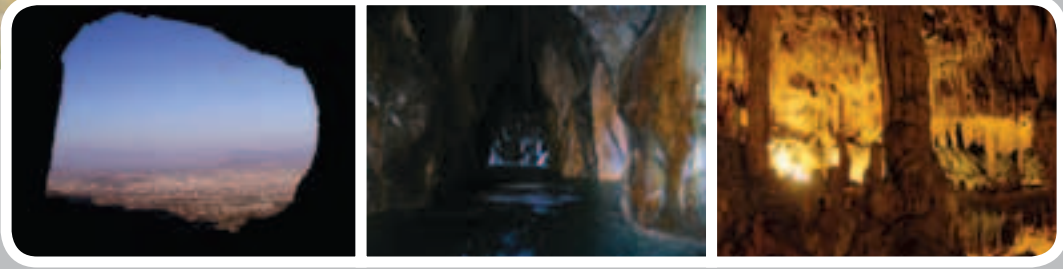
**Özellikleri:** Kretase kireçtaşları içinde gelişen mağara sistemi, üst üste bulunan üç seviyeden meydana gelmiştir. En üstteki 100 metre uzunluğundaki kat tamamen fosilleşmiştir. 1015 metre toplam uzunluğu olan orta seviye

#### **Büyük Düden Mağarası**

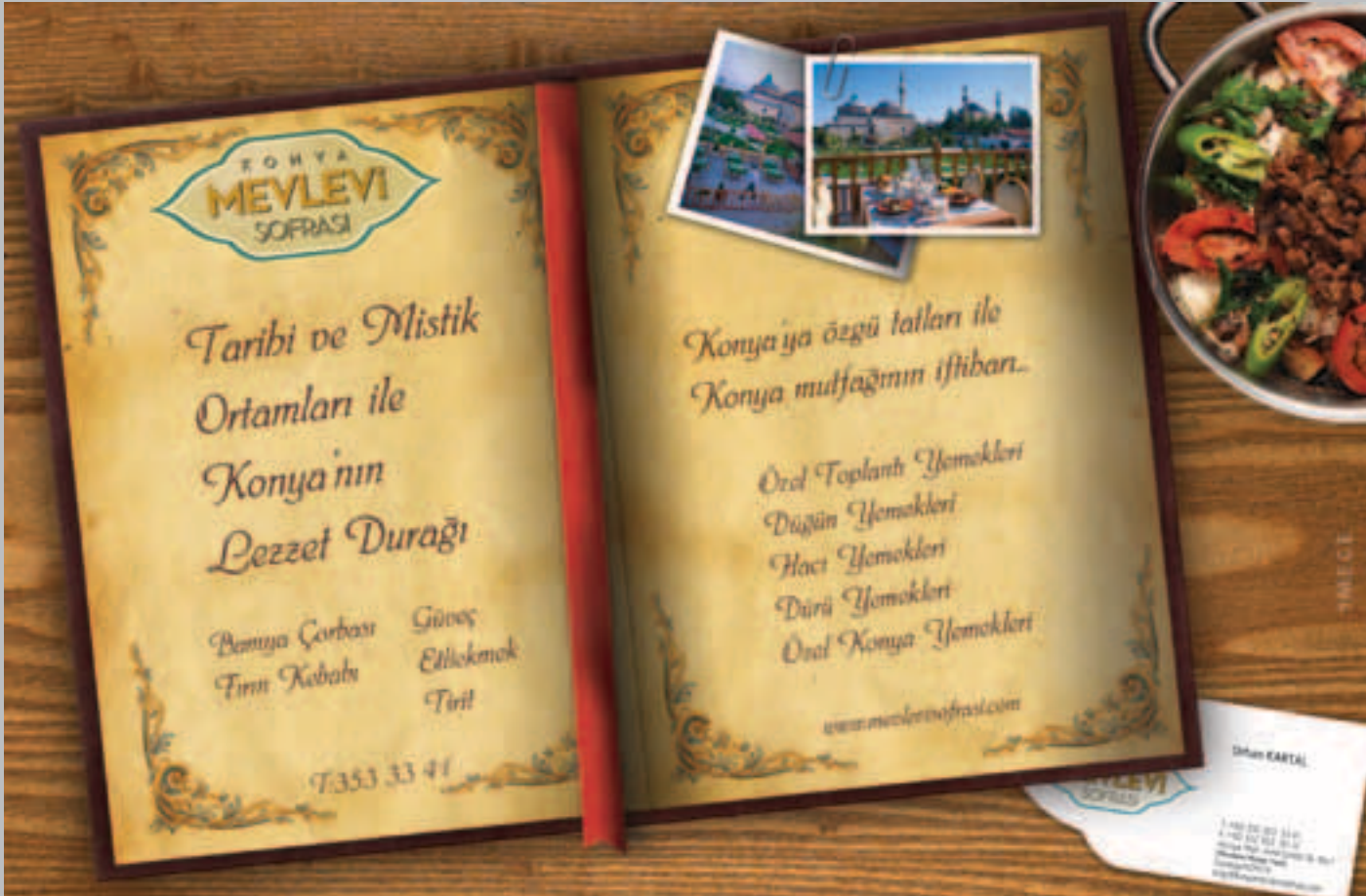
**Yeri:** Konya, Derebucak ilçesi

Mağara Konya-Beyşehir-Derebucak yolundan sonra, Derebucak'dan İbradi yönünde, 18. kilometresinde, Kembos Ovası batı kıyısında yer almaktadır.

**Özellikleri:** Genişliği 1 km. uzunluğu 15 km. olan Kembos Ovası, bahar aylarında eriyen kar suları ve özellikle Uzunsu Deresi ile gelip toplanan suları bir başka düden olan Fezullah Düdeni ile birlikte drene etmektedir. Bu düdenlerden batan su Altınbeşik Düdensuyu Mağarasından geçerek Manavgat Çayına karışmaktadır. Mağaranın turistik bir önemi olmamakla birlikte, speleolojik açıdan önem taşımaktadır. 714 m. uzunluğundaki düden de çok sayıda göller, dev cadı kazanları ve sifonlar bulunmakta,



ise yarı aktiftir. Yağışlı dönemlerde içinden bol su akan bu kat'ın, sonu sifonla biter. Alttaki seviye ise büyük bir fay üzerinde gelişmiş aktif bir koldur ve düden mağara özelliğindedir. Yağışlı dönemlerde geniş bir alanın yüzey suları buraya girer. Bu sular daha güneydoğuda bulunan Susuz Güvercinlik Mağarası'ndan geçerek Suğla Gölü kenarındaki kaynaklar dan çıkarlar. Bu aktif kolun günümüze kadar araştırılan bölümünün uzunluğu 527 m.dir. Ancak tam uzunluğu henüz tespit edilememiştir. İçinde bulunan derin fakat dar göller ve sifonlar araştırmaları zorlaştırmaktadır.



# İstatistiklerle KONYA

## TEMEL GÖSTERGELER

GENEL GÖSTERGELER					
Kaynak	Yıl	Birim		Konya	Türkiye
TÜİK	2002	km <sup>2</sup>	Yüzölçümü (Göller Dahil)	40.813,52	783.562,38
TÜİK	2002	km <sup>2</sup>	Yüzölçümü (Göller Hariç)	38.872,60	769.603,74
TÜİK	2010	adet	Belediye Sayısı*	199	2.934
TÜİK	2010	adet	İlçe Sayısı	31	957
TÜİK	2010	adet	Köy Sayısı	584	34.402

\*Büyükşehir Belediyeleri dâhil edilmemiştir.

NÜFUS, GÖÇ ve DEMOGRAFİ GÖSTERGELERİ					
Kaynak	Yıl	Birim		Konya	Türkiye
TÜİK	2010	kişi	Toplam Nüfus	2.013.845	73.722.988
TÜİK	2010	kişi	Kadın Nüfus	1.017.688	36.679.806
TÜİK	2010	kişi	Erkek Nüfus	996.157	37.043.182
TÜİK	2010	yüzde	0-14 Yaş Aralığı Nüfusun Toplam Nüfus İçindeki Payı	%26,80	%25,60
TÜİK	2010	yüzde	15-64 Yaş Aralığı Nüfusun Toplam Nüfus İçindeki Payı	%65,80	%67,10
TÜİK	2010	yüzde	Yaşlı Nüfusun (65+) Toplam Nüfus İçindeki Payı	%7,40	%7,20
TÜİK	2010	kişi	Nüfus Yoğunluğu	52	96
TÜİK	2010	binde	Yıllık Ortalama Nüfus Artış Hızı	%10,57	%15,88
TÜİK	2010	kişi	Şehir Nüfusu	1.486.653	56.222.356
TÜİK	2010	yüzde	Şehir Nüfusunun Toplam Nüfus İçindeki Oranı (%)	%74	%76

İŞGÜCÜ GÖSTERGELERİ					
Kaynak	Yıl	Birim		Konya	Türkiye
TÜİK	2010	yüzde	İstihdam Oranı	%46,50	%43
TÜİK	2009	yüzde	Tarım Sektöründe İstihdam Edilenlerin Oranı		%25,20
TÜİK	2009	yüzde	Sanayi Sektöründe İstihdam Edilenlerin Oranı		%26,20
TÜİK	2009	yüzde	Hizmetler Sektöründe İstihdam Edilenlerin Oranı		%48,60
TÜİK	2010	yüzde	İşsizlik Oranı	%8,20	%11,90
TÜİK	2010	yüzde	Tarım Dışı İşsizlik Oranı		%14,80

EĞİTİM GÖSTERGELERİ					
Kaynak	Yıl	Birim		Konya	Türkiye
TÜİK	2009	yüzde	6 Yaş Üstü Okur Yazar Nüfus Oranı	%90,90	%89,60
İl Mil. Eğt. Md.	2009	yüzde	Okulöncesi Okullaşma Oranı (3-5 yaş)	%19,20	%26,90
TÜİK	2009	kişi	Okul Öncesi Öğrenci Sayısı	24.062	980.654
TÜİK	2009	kişi	Okul öncesinde Öğretmen Başına Düşen Öğrenci Sayısı	22,32	22,96
İl Mil. Eğt. Md.	2009	yüzde	İlköğretim Okullaşma Oranı	%97,40	%96,50
TÜİK	2009	kişi	İlköğretim Öğrenci Sayısı	306.757	1.091.643
TÜİK	2009	kişi	İlköğretimde Derslik Başına Düşen Öğrenci Sayısı	28	32
TÜİK	2009	kişi	İlköğretimde Öğretmen Başına Düşen Öğrenci Sayısı	20	22
İl Mil. Eğt. Md.	2009	yüzde	Ortaöğretim Okullaşma Oranı	%62,10	%58,50
İl Mil. Eğt. Md.	2010	kişi	Ortaöğretim Öğrenci Sayısı	110.738	4.240.139
TÜİK	2009	kişi	Ortaöğretimde Derslik Başına Düşen Öğrenci Sayısı	33	31
TÜİK	2009	kişi	Ortaöğretimde Öğretmen Başına Düşen Öğrenci Sayısı	17	18
TÜİK	2009	kişi	Yükseköğretim Öğrenci Sayısı	69.319	3.322.559
TÜİK	2009	kişi	Yükseköğretim Öğretim Elemanı Sayısı	3.096	100.504

**Kaynak:** Mevlana Kalkınma Ajansı Planlama ve Koordinasyon Birimi

Saime Yardımcı'dan önemli bir eser;  
**"Konya'da Asırlık Bir Çınar"**



Saime Yardımcı "Konya'da Asırlık Bir Çınar" adlı kitap çıkardı. Eser Konya'mız insanın; geleneği, göreneği, kültüre, sanata verdiği önem ve yaşamına dair pek çok belge ve bilgiyi aynı anda sunuyor.

Konyalı ailelerin bilgilerinin ve fotoğraflarının yer aldığı kitap bu asrın yaşam tarzına ilişkin çok önemli bilgileri içeriyor. Dönemin çekilen fotoğrafları bugün belki de hayatta olmayan insanların da bu

kitapla ölümsüzleştirilmesi hatıraların canlanmasına vesile oluyor.

Konya'nın yaşamına, kültürüne ve sosyal hayatına ilişkin bu güne kadar pek çok kitap yayınlandı. Ancak bu kitapta görsel açıdan önemli bir malzeme potansiyelinin bulunması okuyuculara önemli bir avantaj sağlıyor. Eski Konya aileleri bu kitabı incelediğinde kendi yakınlarını, çay içip sohbet ettikleri veya bir yerde karşılaştıkları insanları görüp o döneme ilişkin hatıraları zihninde canlandırabilecek.

Saime Yardımcı kitabın önsözünde "Büyükler anlatmaz ise bizlerde merak etmezsek anılar kaybolur gider" diyerek bu kitabı çıkarmaya karar verdiğini ifade ediyor. Kitabı çı-

karmak için derlemeye başladıktan sonra koca bir ulu çınar ağacı ile karşı karşıya kaldığını belirten Çınar "Bu ulu çınarın neresine değsem çınarın kökleri başka çınar ağaçları ile birbirine sarılmış girift olmuş olarak karşıma çıktı. Anladım ki yer yüzünde birbirinden ayrı duran bu çınarlar, farklı görünüşleri duruşları olsa da altta bir aradalar, kökleri bir" diyerek önemli mesajlar veriyor.

Konya tarihi ve kültürel zenginlikler açısından ülkemizin ve Anadolu'muzun en önemli şehirlerinden bir tanesi. Asırlar boyu bu özelliğini yitirmemiş. Önemli şahsiyetlere ve onların bıraktıkları eserlere ev sahipliği yapmış. Özellikle bıraktıkları eserler geçmişle gelecek arasında bir köprü vazifesi görmektedir.

"Konya'da Asırlık Bir Çınar" adlı eseriniz Konya'mız insanın; geleneği, göreneği, kültüre, sanata verdiği önem ve yaşamına dair pek çok belge ve bilgiyi aynı anda sunmakta.

Verdiğiniz emekten ve özveriden dolayı sizleri tekrar kutluyor, yazarlık alanında yaptığınız çalışmaların başarı ile devam etmesini diliyor gösterdiğiniz ilgiye ayrıca teşekkür ediyorum.

Saygılarımla,



## 1900'DEN SONRAKİ YILLARDA ŞİRKETLER, BANKALAR VE MEŞRİK-İ İRFAN ŞİRKETİ

**Dr. Ahmet ATALAY**

S.Ü. Atatürk İlkeleri ve  
İnkılap Tarihi Bölümü Öğrt. Elemanı

### **a- Kimler Tarafından kuruldu**

1909 ve devamındaki yıllarda, Konya'da kurulan şirketler ve bu şirketlerden bankacılıkla uğraşanlar;

1) Kural olarak başta iktisadi ve toplumsal yapı içinde en güçlü durumda bulunan tüccar ve toprak sahipleri tarafından kurulmuşlardır.

2) Konya'da iktisadi bakımdan giderek güçlenen bu tüccar ve toprak ağaları bir bakıma kendi aralarındaki iş ve kredi sorunlarını halletmek üzere 'milli şirketler ve bankalar' halinde teşkilatlanma yoluna gittiler. O ortamda kendilerine bağlı olarak çalışan küçük sermayedarları da yanlarına aldılar.

3) Parasal güçleri giderek artan Konyalı bu gruplar, aynı iktisadi zihniyeti taşıyan siyasi iktidar sahipleri ile aynı politikada birleştiler. Anlaşılan, milli iktisadi politikada, siyasi iktidarın bu nev'i kurumların teşkilatlanmalarına olan teşvik, destek ve bizzat kurulmasına ön ayak olmaları, Konyalı Türk tüccar ve toprak ağaları ile küçük sermayedarları iktisaden daha da kuvvetlendirmiştir.<sup>1</sup>

Her ne kadar ülke genelinde 1909'dan sonra toprak ve nüfus kaybı olmuşsa da, buna karşın ihracat ve ithalat miktarlarındaki artışlar 1913'e kadar sürmüştür. 1. Dünya Savaşı ile birlikte, ülke ticareti dış ülkelere kapanmışsa da, her türlü mala olan talep ürün fiyatlarını ve ticaretini, artırırken, üretimin de çoğalmasını sağlamıştır. Bunda, emeğinin karşılığını öncesine nazaran fazlasıyla alan Konyalılar da, kurdukları şirketler ve bankaların yanı sıra, bu kurumların yöneticilerinin olumlu adımları etkili olmuştur.

### **b- Kurulurken Neye Dikkat Ettiler**

Kaldırılan ürünlerin ülke geneline dağıtımını yapan şirketlerde-bankalarda, Konyalı esnaf ve tüccarlar şu noktalara dikkat etmişlerdir;

1) Bankalar-şirketler, tüm üreticileri daha da çok üretmek ve çok kar etmek için hisselerini küçük ve muayyen paylara ayırmışlardır.

2) Şirketler-bankalar, birkaç adamın nüfusunda kalması için, her üyenin belirli paydan ziyade aşırı hisse sahibi olmaları engellenmiş, güven noktasından hareketle, herkesin yönetimde belirli şartları taşımak şartıyla bulunabileceklerini öngörmüşlerdir.

3) Esnaf olmayanların, daha doğrusu herkesin üyeliğe kabul edilmeleri, şirketler-bankalar açısından faydalı olmuştur.

Bnlardan başka şirketlerin-bankaların faaliyetlerinde gösterdikleri başarı ile ortaklarına dağıttıkları kar marjı, halk nezdinde daha çok kazanma ümit ve çalışma hırslarının artmasını sağlamıştır. Bu da şartlar çok güç ve ağır olsa da Konyalıların, ülkelerine ve kendilerini beslemekten aciz bir tarım şehri olarak anılmalarına sebep olmadı. Zaten olmaları da düşünülmezdi. Toprak, çalışarak alınlarını terletenlerin karşılığını inkar etmiyor, fazlasıyla vermekte, ürünlerin değeri de yine fazlasıyla gelmekteydi. Çünkü, şirketler-bankalar aracılığıyla harcanan emekler zayıf değil, bedel olarak yeterince geri dönmekteydi. Hatta şirketlerin-bankaların kendilerine sağladıkları daha başka faydaları da vardır. Bunlar;

1- Küçük sermayeler, harekete geçmeyecekleri verimli sahalara, büyük sahalara ve büyük faaliyetlere geçme imkanı kazanmıştır. Yani küçük sermaye sahipleri büyük müteşebbisler arasında yer almışlardır.

2) Şirketler-bankalar sayesinde, ihtisassız ve ehliyetsiz ellerde, muhtelif sebeplerle toplanmış olan büyük sermayeler, iktisat işlerinde vazife almak, harekete geçmek imkanları edinmiştir. Yani gelirleriyle geçinenler, meslekleri iktisat olmayan avukat gibi, çiftçi gibi, başka başka iş ve mesleklerde çalışan insanlar, ellerindeki paralarını verimli

**MEŞRİK-İ İRFAN ŞİRKETİ****1 Şirketin İsmi:** Meşrik-i İrfan Şirketi.**2 Şirketin Merkezi:** Konya olup başka yerde şubesi yoktur.**3 Şirketin Kurucuları:** Mazlumzade Hacı Osman Efendi, Mehmet Hilmi Efendi, Mehmet Burhaneddin Efendi ve ulemadan, ticaret erbabından toplam 34 kişidir. 105**4 Kuruluş Amacı:** Konya'da fabrika açmak ve bu fabrikanın ürünlerini diğer mahallelere gönderip satmaktır. 106**5 Kuruluş Tarihi:** 1 Muharrem (Ocak) 1325 (14 Şubat 1907)'tir.**6 İdare Meclisi:** Şirketin idare meclisinde bulunan görevlerin tamamı bilinmemekle beraber, 19 Şubat 1324 (4 Mart 1909)'te kurulan matbaanın ve Meşrik-i İrfan gazetesinin sahibi olarak bilinen Mazlumzade Hacı Osman Efendi, Mes'ul Müdür Mehmet Hilmi Efendi, Başmuharrir Mehmet Burhaneddin Efendi ve hissedalardan Yusuf Mahzar Bey idare meclisinde olmalıdır.107**7 Şirketin Sermayesi:** Tam olarak bilinmemekle beraber 60 hisseye bölünmüştür.108**8 Şirketle İlgili Değerlendirmeler:** İdarehanesi, matbaa tesisinin bulunduğu Şerafettin Camii civarında, eski mahkeme konağındaki Kasım Halife Vakfı'na ait dükkanlardır.109

Şirketin esas amacı fabrika kurmak ve bu fabrikanın ürünlerini pazarlamaksa da şirket, kısa süre sonra basın yayın alanında faaliyet göstermeye başlamıştır. Hem kurulan matbaa tesisinin adı hem çıkarılan gazetenin ismi, şirketin adıyla aynıdır.

Bu matbaa kendi çıkardığı gazete dışında 'Uzmanı elinden çıkan ve çıkarılacak olan ilmi eserler ile hükümetten adliye, mülkiye, askeriye ve belediyeye ait her türlü defter ile sair evrak ve ticaret adamları için senet ve mukavele'110de basılacaktı. Ayrıca her türlü ilan ve kartvizit de ucuza basılabilecekti.

Haciz ilanlarının her satırı, gazetelerinde 40 paraya yayınlanıyordu.

Taşradan gelen siparişleri öncelikli olarak basan Meşrik-i İrfan Matbaası ve gazetesi, zamanla sipariş üzerine her türlü etiket, kart, kıymetli zarf, sirkü, değişik fatura, başlıklı kağıt, evrak ve tüccar defterlerini de basmıştı.111

İlme ve eğitime hizmeti kendilerine esas görev addeden Meşrik-i İrfan Şirketi, daha sonra matbaa tesislerinde, Eshab-ı Bedir ve Hilye-i Hakani isimli, eserleri basıp dağıttı. Ayrıca İshak Zencani'nin Nizam-ı Alem isimindeki manzum eserini basarak aynı zamanda kendi şubeleri gibi de iş gören Hacı Rüştü Efendi, Keleşzade Hacı Ahmet Efendi ve Kovkunuzade Ali Efendi'nin dükkanlarında 'düşük bir ücret ile' ilim, irfan sahiplerinin istifadelerine sundu.112

Fakat belli bir süre sonra, kendini siyasi bir atmosferde bulan Meşrik-i İrfan Şirketi ve gazetesi, İttihat ve Teraki Fırkası ile Hürriyet ve İtilaf Fırkası çekişmesinde Konya Meb'usu Zeynelabidin Efendi tarafını tutmuştu. Böylelikle ittihatçı Konya Valilik Makamı dahil tüm bürokratlarla ters düşmüştü.

Konya Valiliği, haddinden fazla reklam yayınlamak ve haksız kazanç elde etmek gerekçesiyle gazetenin sahibi Mazlumzade Hacı Osman Efendi ile sorumlu müdür Mehmet Hilmi hakkında soruşturma başlatmıştı. Soruşturma esasında bir yanlış yapılması diye 12 Ağustos 1325 (25 Ağustos 1909)'te, Dahiliye Nezareti'nden 'Meşrik-i İrfan matbaa ve gazetesi imtiyaz sahibi ve mesul müdürleri hakkında başlatılan soruşturmada faydanılmak üzere Matbuat Kanunu lazımdır. Bir adet gönderilmesi arz olunur'113 cümlelerini içeren bir yazıyla 'Yeni Matbuat Kanunu' da talep edilmişti. Dahiliye

Nezareti ilgili kanun örneğini, Konya Vilayeti'ne 15 Ağustos 1325 (28 Ağustos 1909)'te gönderdi.

Konya Valiliği, bununla da yetinmemiş merkez dahil olmak üzere tüm ilçelerde gazeteyi boykot kararı almıştı. Gazete abonelerinin aboneliklerini iptal ettirip gazeteleri posta ile iade ettirmişti. Gazete bu durumunu 'Gazetemize taaruz' manşetiyle duyurdu Birinci sayfadan verilen haberde 'gazetelerin meşrutiyete hizmet amacıyla kurduklarını, daima gerçeklerden yana olup doğru haberleri neşrettiklerini, bazılarının bunu kendilerine karşı yanlı yayın olarak algıladıklarını, bundan dolayı da gazetelerinin boykota tabi tutulduğunu' ifade etmişlerdi. Kendilerinin asla yolsuzluğa bulaşmadıklarını, bulaşmayacaklarını, bunu yapanlara da kayıtsız kalmayıp halka bunu duyuracaklarını kümlerinin açık olduğunu vurguladı ve insanlığa yakışmayan usul ve davranışlarda bulunmayarak yalancılığı ve hilekarlığı kendilerine meslek edinmeyeceklerini yazdı.114 Gazetede, daha sonra çıkan birçok yazıda da yerel yöneticileri, suistimal ve adaletsizlikle suçladı.

Nihayetinde çalışmanın galibi ittihat ve teraki mensupları oldu. Bu arada, Hürriyet ve İtilaf Fırkası kendini feshe-dince, hem şirket hem de gazete kapandı.

105 Anadolu, 10 Kanun-ı Sani 1324 (23 Ocak 1909), nr. 40, s. 3.

106 Anadolu, 10 Kanun-ı Sani 1324 (23 Ocak 1909), nr. 40, s. 3.

107 Mehmet Önder, Konya Matbuat Tarihi, Konya 1949, s. 13.

108 Meşrik-i İrfan, 19 Şubat 1324 (4 Mart 1909), nr. 1, s. 1.

109 Meşrik-i İrfan, 19 Şubat 1324 (4 Mart 1909), nr. 1, s. 1; Odabaşı, 'Konya Çarşısı ve Pazar Yerleri', s. 184.

110 Meşrik-i İrfan, 19 Şubat 1324 (4 Mart 1909), nr. 1, s. 1; Meşrik-i İrfan, 26 Şubat 1324 (11 Mart 1909), nr. 2, s. 4; Meşrik-i İrfan, 5 Mart 1324 (18 Mart 1909), nr. 3, s. 4.

111 Meşrik-i İrfan, 10 Ağustos 1325 (26 Ağustos 1909), nr. 46, s. 4; Meşrik-i İrfan, 24 Ağustos 1325 (6 Eylül 1909), nr. 49, s. 4.

112 BOA., DH MUI, 4-1/5, lef.2.

113 Meşrik-i İrfan, 25 Mart 1325 (7 Nisan 1909), nr. 106, s.1.

şekilde, en elverişli şartlarla kullanmak ve artırmak yolunu bulmuşlardır.

3) Şirketler- bankalar, yukarıdaki iki hadisenin neticesi olarak, hem sermaye biriktirmeye yol açar hem de toplanmış olan sermayenin temin ettiği rasyonel iş kuvvetinden ve verimden küçük aksiyonelerinde istifadelerini mümkün kılar.

4) Bankalar ve özellikle de anonim şirketler, küçük sermayelere çeşitli iş yapma garantisi de sunar. Elindeki küçük tasarrufla ancak tek iş yapabilecek bir kişi, bu işin çok kötü akıbeti ile tasarrufunu tamamen kaybedebilir. Kaldı ki şirketler-bankalar bu mahzuru ortadan kaldırmıştır. En mütevazı sermaye bile mahzurları birbirinden ayrı, birçok şirketlere-bankalara iştirak etme imkanına, aksiyon sayesinde her zaman sahiptir.2

**c- Şirketlerin ve Bankaların Durumu ve Vazifeleri**

O gün anonim şirketlerinin-bankaların durumu ve vazifeleri de kısaca şöyle açıklanabilir;

1) Şirketler-bankalar, hem hareketli sermayeyi hem de tasarrufların randımanını artırmıştır.

2) Anonim şirketleri ve bankalar, hareketli sermayenin hem devir süratini artırmış ve sermaye birikimine en elverişli şartları temin etmişlerdir.

3) Bankalar-şirketler, devlet sermayesinin iktisat işlerine yardımında faydalı birer unsur olmuşlardır.3

*1-Ahmet Gündüz Ökçün, '1909-1930 Yılları Arasında Anonim Şirket Olarak Kurulan Bankalar', Ankara 1975, s. 411.**2-Remzi Saka, Sermaye ve Kredi Hareketi, s. 12-13**3-Remzi Saka, Sermaye ve Kredi Hareketi, s. 15-16*

# DÜNYADAN İŞ BİRLİĞİ TEKLİFLERİ

## GIDA MADDELERİ VE İÇECEKLER

### HİNDİSTAN

Firma, Türkiye'deki kurutulmuş incir, kayısı, Şam fıstığı ve fındık üreticileri ile temas kurmak istediğini bildiriyor. Aynı zamanda firma, Hint baharatları, susam tohumu ve tahin-helva yapmak için susam macunu ihraç etmek istediklerini de belirtiyor.

**Kayıt Tarihi** : 04.01.2012  
**Firma Adı** : Hi-Tech Agro  
**Adres** : 6, Rajkamal Towers Loha Mandi Main Road Indore MP 452002  
**Yetkili Kişi** : Dileep Gandhi  
**Tel** :  
**Faks** :  
**e-mail** : hitech.agro@hotmail.co.in  
**web** :

## GIDA MADDELERİ VE İÇECEKLER

### İTALYA

Gıda teknolojilerinin (özellikle gıda güvenliği, kimyasal ve fiziksel denge) en uygun hale getirilmesi ve geliştirilmesi üzerine faaliyet gösteren İtalyan ARGE takımı, ortak yatırım gerçekleştirip beraber çalışabileceği ortaklar aramaktadır. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 201111025006 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 04.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Semih Erden  
**Tel** : +90.232.343 44 00  
**Faks** :  
**e-mail** : emih.erden@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## TEKSTİL VE TEKSTİL MALZEMELERİ

### İSPANYA

Tekstil sektöründe faaliyet gösteren firma, markasının pazarlama ve dağıtımını gerçekleştirebilecek ortaklar aramaktadır. Aranılan firmanın stok kapasitesine ve pazarlama alanında sektörel tecrübeye sahip olması beklenmektedir. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20111115057 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 04.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Semih Erden  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 165  
**Faks** :  
**e-mail** : emih.erden@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## ELBİSE VE AYAKKABI

### İSVEÇ

Bebek ve çocuk giysileri tasarlayan firma, taşeronlar aramaktadır. Taşeron firmanın, peri masalı temalı desenlerin kumaşa (triko ve pamuk) baskısı, çocuk giysilerindeki basit desenlerin dikilmesi ve kumaşın sağlanması aşamalarının tamamını yüklenmesi gerekmektedir. Akıcı İngilizce iletişim ve test baskılarını, anlaşma öncesi önkoşul olarak öne süren firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20111123002 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 04.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Semih Erden  
**Tel** : +90.232.343 44 00  
**Faks** :  
**e-mail** : semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## ELBİSE VE AYAKKABI

### POLONYA

Evlilik ve düğün organizasyonları yapan firma, günlük ve gece giysileri üreticileri aramaktadır. Firma aradığı ortağın ürünlerinin Polonya'da dağıtımını yapmak istemektedir. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20111123011 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 04.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Semih Erden  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 165  
**Faks** :  
**e-mail** : semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## AHŞAP, AHŞAP ÜRÜNLERİ, MANTAR ÜRÜNLERİ, SEPETÇİLİK MALZEMELERİ VE HASIR İŞLERİ

### BELÇİKA

2-3 katlı konut ve işyerleri için "kendin yap" (DIY) biçiminde ahşap merdiven üreten firma, kırkı aşan farklı modeldeki merdiven çeşitleri için dağıtımçı firma (yapı market vb.) arayışındadır. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20111117064 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 05.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Semih Erden  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 165  
**Faks** :  
**e-mail** : semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## KİMYASAL MADDELER, KİMYASAL ÜRÜNLER VE YAPAY ELYAFLAR

### A.B.D.

Metale çok iyi yapışacak ve yüksek dayanıklı hidrojen yalıtım kaplamaları konusunda çözümler arayan firma, işbirliği teklifleri aramaktadır. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 11 LU 87GA 3NDA referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 04.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 166  
**Faks** :  
**e-mail** : can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## KİMYASAL MADDELER, KİMYASAL ÜRÜNLER VE YAPAY ELYAFLAR

### BULGARİSTAN

Ateşe dayanıklı teknolojiler ve ürünler üzerine uzman olan bir KOBİ, sıvı kimyasal yüzeylerde malzeme ve maddelerden özellikle de sıvı alımsız aşılardan değişiklikler için bir yöntem geliştirdi. Firma, ürünü lisanslamak, üretmek, ortak girişim ve teknik destekli ticari işbirlikleri ile ilgilenmektedir. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 11 BG 0528 3KWH referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 04.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 166  
**Faks** :  
**e-mail** : can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## KİMYASAL MADDELER, KİMYASAL ÜRÜNLER VE YAPAY ELYAFLAR

### İSPANYA

İnşaat, tesisat, ısıtma ve soğutma sistemleri ve temizlik maddeleri gibi alanlarda kullanılan kimyasal ürünler üreten firma, ürünleri için dağıtımçı arayışındadır. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20111020047 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 04.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Semih Erden  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 165  
**Faks** :  
**e-mail** : semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## MAMÜL ÜRÜN VE MALZEMELER

### İNGİLTERE

Alüminyum ve çinko döküm üzerine faaliyette bulunan firma, taşeronluğunu yapabileceği işbirliği ortakları aramaktadır. Ford, Volvo, Vauxhall, Scania, Daimler, Land Rover, CAT gibi firmalar için üretim yapan İngiliz firma, ortak yatırım projelerine de açıktır. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20110929014 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 04.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Semih Erden  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 165  
**Faks** :  
**e-mail** : semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## MAKİNELER, EKİPMANLAR, ALETLER CİHAZLAR VE İLGİLİ ÜRÜNLER

### A.B.D.

Isı değiştiricileri için ergime sistemlerine gereksinimi olan firma, bu konuda çözümü bulunan firmaların işbirliği tekliflerini beklemektedir. Başarım gücü ve kapasiteye göre artacak yıllık 500.000 birimlik mal alım anlaşması yapabileceği bildirilen firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 11 LU 87GA 3NMI referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 04.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 166  
**Faks** :  
**e-mail** : can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## MAKİNELER, EKİPMANLAR, ALETLER CİHAZLAR VE İLGİLİ ÜRÜNLER

### İSRAIL

İsraili bir KOBİ, elektrik endüstrisi atıklarındaki metal ve plastik bileşenleri ayırmak için tam gelişmiş bir teknoloji aramaktadır. Aranan teknolojinin, atık işlemede; ufalama, toz haline öğütme ve metal parçaları ayırma biçiminde 3 aşamalı bir teknoloji olması gerektiği bildirilmiştir. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 08 IL 80ER 2716 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 04.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 166  
**Faks** :  
**e-mail** : can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## MAKİNELER, EKİPMANLAR, ALETLER CİHAZLAR VE İLGİLİ ÜRÜNLER

### POLONYA

Su arıtma sistemleri alanında faaliyet gösteren bir KOBİ, yağmur suyunu toplama çukurlarında doğrudan temizleyebilmek için bir sistem geliştirdi. Özel olarak hazırlanmış biyolojik yataklar, hidrokarbonları tamamen yok ederek atık sudaki ağır metalleri söküp atmakta ve yağmur suyunu kirleten tüm küçük moleküller akıntıdan alınmaktadır. Firma, ortak girişim sözleşmeleriyle veya bilgi alışverişiyle ilgilenmektedir. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 10 PL 61AJ 3K1Q referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 05.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 166  
**Faks** :  
**e-mail** : can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## MAKİNELER, EKİPMANLAR, ALETLER CİHAZLAR VE İLGİLİ ÜRÜNLER

### POLONYA

Çevre koruma alanında faaliyet gösteren bir KOBİ, endüstriyel ve kentsel atık arıtma teknolojisi geliştirdi. Bu teknoloji, ulaşan atığın şekline göre kolayca uyarlanabilmektedir. Firma, özellikle teknolojinin özel ihtiyaçlara göre uyarlanabilmesi için çevre koruma alanındaki firmalarla teknik işbirliği yapmak istemekte olup, ticari işbirliği ve teknik yardım da mümkündür. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 11 PL 64BE 3MDM referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 05.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 166  
**Faks** :  
**e-mail** : can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## MAKİNELER, EKİPMANLAR, ALETLER CİHAZLAR VE İLGİLİ ÜRÜNLER

### ROMANYA

Sıvı çeliğin kalitesini iyileştirmek için bir ürün geliştiren mucit, lisans anlaşması, teknik işbirliği ve teknik destekli ticari anlaşmalar yapabileceği firmalar/kuruluşlar aramaktadır. Bu icat, özellikle sıvı çeliğin kükürtten arındırılması ve fosforun giderilmesi işlemleri için kullanılmaktadır. Mucit ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 10 RO 75DV 3JYX referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 05.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 166  
**Faks** :  
**e-mail** : can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## RADYO, TELEVİZYON, İLETİŞİM, TELEKOMÜNİKASYON VE İLGİLİ EKİPMAN VE DÜZENLEKLER

### İSPANYA

CCTV (Kapalı Devre Kamera Sistemleri) ağlarının, fiber optik üzerinden iletişimi için elektronik sistemler konusunda uzman olan firma, iletişim sektöründe faaliyet gösteren ticari araçlar aramaktadır. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20111110009 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 05.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Semih Erden  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 166  
**Faks** :  
**e-mail** : can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## MAKİNELER, EKİPMANLAR, ALETLER CİHAZLAR VE İLGİLİ ÜRÜNLER

### İNGİLTERE

Göz içi mercek (intraocular lenses) üretimi yapan firma, göz donanımları ve cerrahi müdahale sonrası tıp üzerine uzman ticari araçlar aramaktadır. Özellikle katarakt ameliyatı geçiren hastaların tedavisine yönelik ürün satışı gerçekleştiren araçlar aradığını bildiren firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20111012049 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 05.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Semih Erden  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 165  
**Faks** :  
**e-mail** : semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

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

### İSPANYA

Yatak, yaylı yatak, yatak tabanları, baza, döşemeler gibi uyku ve dinlenme sistemleri üreticisi olan firma, ticari araçlar aramaktadır. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20111128014 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekmektedir.

**Kayıt Tarihi** : 05.01.2012  
**Firma Adı** : Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**Adres** : Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR  
**Yetkili Kişi** : Semih Erden  
**Tel** : +90.232.343 44 00 / 165  
**Faks** :  
**e-mail** : semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr  
**web** : www.ebicege.org.tr

## →FUAR REHBERİ

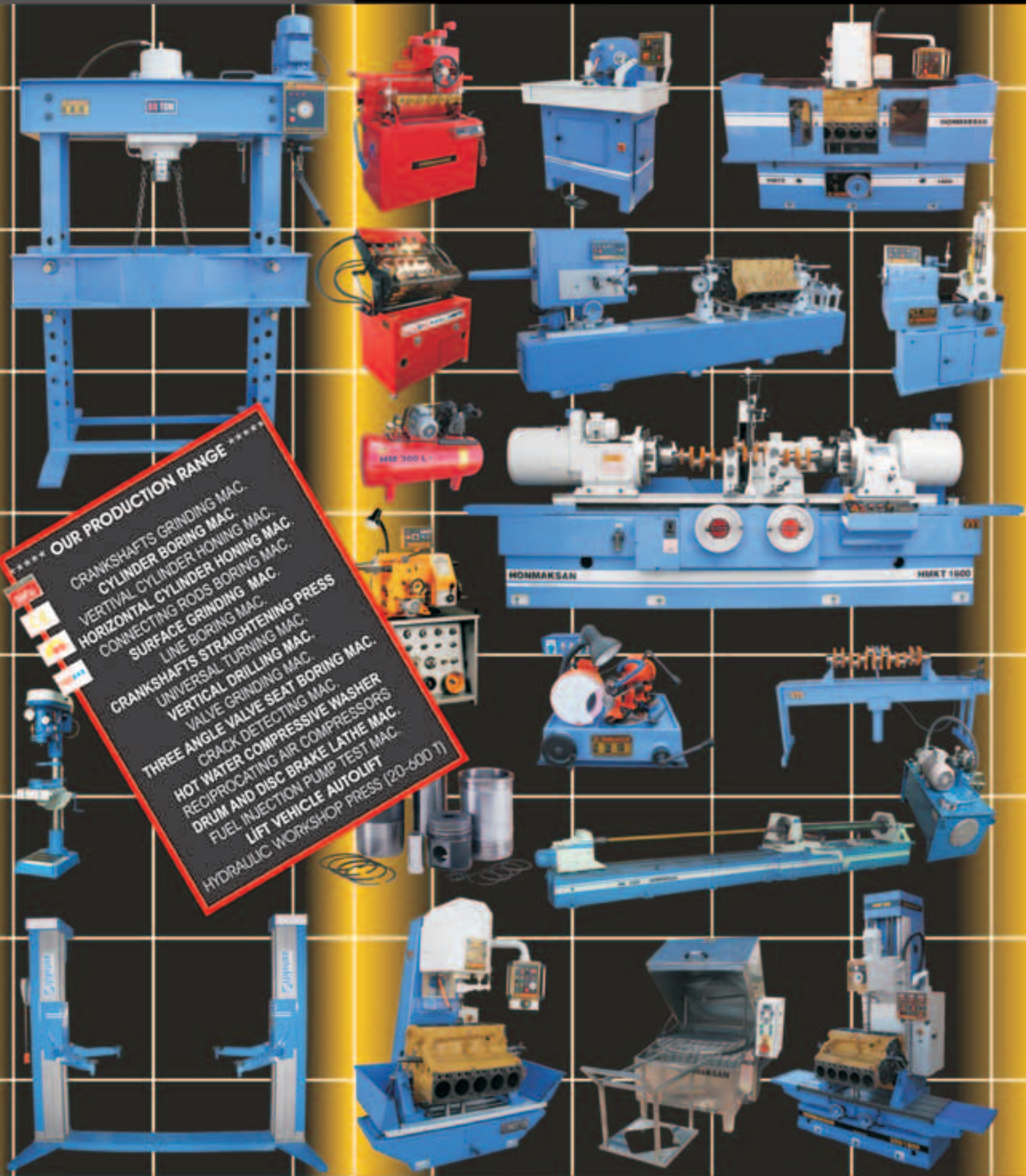
BAŞLAMA	BİTİŞ	FUARIN ADI	KONUSU	BAŞLICA ÜRÜN HİZMET GRUPLARI	TÜRÜ	YER	ŞEHİR
1 Mart 12	3 Mart 12	TEXBRIDGE İstanbul Tekstil ve Aksesuarları Fuarı	Hazır Giyimeye Yönelik Kumaş, İplik ve Aksesuarlar	Kumaş (Dokuma, Örme, Denim), Aksesuarlar (Askı, Bilgisayar ve Etiketleme Sistemleri, Etiket, Fermuar, Dügme, Çitçit, Transfer Baskı, Votka Vb.)	İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
1 Mart 12	4 Mart 12	MOYAF 2012 5.Mobilya Yan Sanayi ve Ahşap Makineleri Fuarı	Mobilya Yan Sanayi ve Ahşap Makineleri	Ahşap İşleme ve Mobilya Makineleri, Mobilya Aksesuarları, Döşemelik Deri ve Kumaş, Emrenye, Ray Sürgü Sistemleri, Sünger, Mobilya Tekelek ve Ayaklar, Koltuk Komponentleri	İhtisas Fuarı	İnegöl Belediyesi Fuar Merkezi	Bursa
1 Mart 12	4 Mart 12	3.Gıda, Tarım ve Hayvancılık Fuarı	Tarım, Gıda, Hayvancılık Teknolojileri ve Endüstrileri	Tarım Teknolojileri, Tarımsal Mekanizasyon, Hayvancılık Teknolojileri, Hayvan Sağlığı, Yem, Tohum, Fidancılık, Sulama, Gıda ve Gıda Endüstrisi, Ambalaj	İhtisas Fuarı	Milas Tarih Fuar Alanı	Muğla
1 Mart 12	4 Mart 12	Eurasia Moto Bike Expo (Motosiklet, Bisiklet ve Aksesuarları)	Motosikletler, Bisikletler, Aksesuarlar, Tuning, Servisler	Motosikletler, Bisikletler, Motosiklet, Bisiklet Ekipman ve Aksesuarları, Tuning, Servis ve Bayiler	Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
1 Mart 12	4 Mart 12	FOTEG İstanbul 2012 Gıda İşleme Teknolojileri Uluslararası İhtisas Fuarı	Gıda İşleme Teknolojileri ve Ekipmanları, Katkı, Ambalajlama, Unlu Mamul Teknolojileri, Gıda Güvenliği ve Hijyen	Gıda İşleme Teknolojileri ve Ekipmanları, Katkı Maddeleri, Ambalajlama ve Lojistik, Teknolojileri, Unlu Mamul Teknolojileri, Gıda Güvenliği ve Hijyen	Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
1 Mart 12	4 Mart 12	Mersin Agrodays - Mersin 7.Uluslararası Tarım Fuarı	Tarım, Tarım Makineleri, Gübre Tohum, Seracılık	Tarım, Tarım Makineleri, Gübre, Tohum, Seracılık, Hayvancılık, Sulama	Uluslararası İhtisas Fuarı	Yenişehir Belediyesi Fuar Alanı	Mersin
1 Mart 12	4 Mart 12	Belediye Ekipmanları Fuarı	Belediye Ekipmanları	Belediye Ekipmanları,İhtiyaçları, Kent Mobilyaları, Park, Bahçe Düzenleme Ekipmanları, Arıtma Ekipmanları ve Malzemeleri, Taşıma Sistemleri	İhtisas Fuarı	Uluslararası İzmir Fuar Alanı	İzmir
1 Mart 12	4 Mart 12	İstanbul Pencere 2012 13.Uluslararası Pencere Fuarı	Pencere, Panjur, Cephe Profil, Üretim Makineleri, Aksesuar, Yalıtım, Tamamlayıcı Ürünler	Pencere ve Panjur Sistemleri, Profil, Üretim Teknolojileri ve Makineleri, Aksesuar, Ham Madde ve Tamamlayıcı Ürünler	Uluslararası İhtisas Fuarı	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul
1 Mart 12	4 Mart 12	İstanbul Cam 2012 2.Cam Ürünleri ve Uygulamaları, Üretim - İşleme Teknolojileri ve Makineleri, Tamamlayıcı Ürün ve Kimyasalları Fuarı	Cam Ürünleri, Uygulamaları, Üretim İşleme Teknolojileri ve Makineleri, Tamamlayıcı Ürün ve Kimyasalları	Yapı, Otomotiv, Endüstriyel Özellikli Camlar, İşleme, Kesme, Kumlama, Yıkama, Temperleme, Isıcama Makineleri, Kimyasallar, Cam Filmleri, İzolasyon, Montaj Ürünleri, Kimyasalları	İhtisas Fuarı	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul
1 Mart 12	4 Mart 12	İstanbul Kapı 2012 4.Kapı, Kepenk, Kilit, Panel, Pano, Bölme Sistem ve Aksesuarları Fuarı	Kapı, Kepenk, Kilit, Alarm ve Güvenlik, Panel, Pano, Bölme Sistem ve Aksesuarları	Yapı-Endüstriyel Kapı, Bariyer Kilit, Alarm, Güvenlik, Geçiş Kontrol Sistem, Kepenk, Panel, Pano, Bölme Sistem ve Aksesuarları	İhtisas Fuarı	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul
4 Mart 12	4 Mart 12	Edufairs Yurtdışı Eğitim Fuarları	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	İhtisas Fuarı	Ankara Hilton Oteli	Ankara
6 Mart 12	6 Mart 12	Edufairs Yurtdışı Eğitim Fuarları	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	İhtisas Fuarı	İzmir Hilton Oteli	İzmir
8 Mart 12	8 Mart 12	Edufairs Yurtdışı Eğitim Fuarları	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	İhtisas Fuarı	Bursa Almira Oteli	Bursa
8 Mart 12	10 Mart 12	Avrasya Demiryolu, Hafif Raylı Sistemler, Altyapı ve Lojistik Fuarı	Demiryolu Araç Gereçleri, Hafif Raylı Sistemler, Altyapı Lojistik	Demiryolu ve Hafif Raylı Sistem Araç Gereçleri, Demiryolu ve Hafif Raylı Sistemler Altyapısı Araç Gereçleri, Demiryolu Lojistiği ve İnsan Taşımacılığı Araç Gereçleri	İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
8 Mart 12	11 Mart 12	Çukurova Gıda / Gıda-Tek Fuarı 2012 (6.)	Gıda, İçecek Ürünleri, Gıda İşleme, Unlu Mamuller Teknolojileri, Depolama, Soğutma, Taşıma ve Mağaza -Market Ekipmanları	Gıda, İçecek Ürünleri, Gıda İşleme, Unlu Mamuller Teknolojileri, Depolama, Soğutma, Taşıma ve Mağaza -Market Ekipmanları	İhtisas Fuarı	Tüyap Adana Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi	Adana
8 Mart 12	11 Mart 12	Adana 6.AmbalajFuarı 2012	Ambalaj ve Plastik Malzeme ve Makineleri, Paketleme İşlemleri, Kalıp, Çevre Teknolojileri ve Kauçuk	Ambalaj ve Plastik Malzeme ve Makineleri, Paketleme İşlemleri, Kalıp, Çevre Teknolojileri ve Kauçuk	İhtisas Fuarı	Tüyap Adana Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi	Adana
8 Mart 12	11 Mart 12	Matbaa ve Reklamcılık Fuarı 2012 (2.)	Baskı Makineleri ve Malzemeleri, Açık Hava Reklamcılığı Kağıt Endüstrisi, Promosyon ve Reklam Malzemeleri	Baskı Makineleri ve Malzemeleri, Açık Hava Reklamcılığı Kağıt Endüstrisi, Promosyon ve Reklam Malzemeleri	İhtisas Fuarı	Tüyap Adana Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi	Adana
8 Mart 12	11 Mart 12	MODAKS 2012 2.Tekstil, Moda Aksesuarları ve Üretim Teknolojileri Fuarı	Tekstil, Moda Aksesuarları ve Üretim Teknolojileri	Tekstil, Moda Aksesuarları ve Üretim Teknolojileri	İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
8 Mart 12	11 Mart 12	3T '12 10.Uluslararası Metal İşleme, Kalıp, Otomasyon Teknolojileri Fuarı	Metal İşleme, Kalıp, Otomasyon Teknolojileri	Metal İşleme Makineleri, Kalıp ve Kalıp Sistemleri, Otomasyon Teknolojileri	Uluslararası İhtisas Fuarı	Uluslararası İzmir Fuar Alanı	İzmir
8 Mart 12	11 Mart 12	Uluslararası LIGHTTECH 2012 Fuarı	Aydınlatma, Tesisat, Elektrik, Proje ve Bina Otomasyon Teknolojileri	Aydınlatma ve Yönlendirme Ürünleri, Armatürler, Avizeler, Lambalar, Tesisat, Elektrik Malzemeleri, Bina Otomasyonu, Ledler, Sensörler, Alarm Sistemleri ve Projeler, Güç Kaynakları.	Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
10 Mart 12	11 Mart 12	Edufairs Yurtdışı Eğitim Fuarları	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	Yurtdışında Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	İhtisas Fuarı	İstanbul Hilton Oteli	İstanbul
10 Mart 12	18 Mart 12	Bursa 10. Kitap Fuarı	Kitap ve Süreli Yayınlar	Kitap ve Süreli Yayınlar	İhtisas Fuarı	Bursa Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi	Bursa
13 Mart 12	18 Mart 12	Bursa Eğitim Fuarı - 8.Yurt İçi ve Yurt Dışı Eğitim Fuarı	Yurt İçi ve Yurt Dışı Eğitim	Eğitim, Eğitim Ekipmanları	İhtisas Fuarı	Bursa Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi	Bursa
14 Mart 12	17 Mart 12	İstanbul Güvenlik Teknolojileri 2012	Güvenlik Teknolojileri Fuarı	Güvenlik Teknolojileri, Ekipmanları ve Aksesuarları	İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
14 Mart 12	17 Mart 12	Subconist 2012 10.Uluslararası Yan Sanayi Ürünleri Fuarı	Ana Sanayi Firmalarının Yan Sanayicilerle Buluşması	Döküm, Talaşlı ve Talaşsız Şekil Verme, Isı ve Yüze İşlemler, Kalıplar, Plastik, Kauçuk, Elektrik, Elektronik	Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
14 Mart 12	17 Mart 12	EF Endüstri 2012 5.Makine ve Otomasyon Fuarı	Endüstri, Makine ve Otomasyon	Hidrolik Pnomatik, Endüstriyel Otomasyon, Metal İşleme Makineleri, Yüze İşlemler, Takım Tezgahları	İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
14 Mart 12	17 Mart 12	Transport Lojistik	Uluslararası Transport Araçları, Ekipmanları, Ekipman ve Yönetim Teknolojileri	Transport Firmaları, Araç Üstü Ekipmanlar, Uluslararası Taşımacılık Sevk İdare ve Kontrol Sistemleri, Yazılım Cihazları	İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
14 Mart 12	17 Mart 12	Arüsdar 2012 Araçüstü Ekipmanları Fuarı	Araç Üstü Ekipmanları	Araç Üstü Ekipman Üreticileri, (Dampner,Dorse, Lift, Çöp Kamyonu,, Ambulans, İtfaiye)	İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
14 Mart 12	18 Mart 12	Konya Tarım 2012 10. Uluslararası Tarım, Hayvancılık ve Süt Endüstrisi Fuarı	Tarım, Hayvancılık, Süt Endüstrisi	Tarım, Hayvancılık, Süt Endüstrisi	Uluslararası İhtisas Fuarı	KTO Tüyap Konya Uluslararası Fuar Merkezi	Konya
14 Mart 12	18 Mart 12	Kirtasiye 2012 18.Uluslararası İstanbul Kirtasiye, Kağıt, Okul ve Ofis Ürünleri Fuarı	Kirtasiye, Kağıt, Okul ve Ofis Ürünleri	Yazım Alet ve Aksesuarları, Kağıt, Dosyalama, Gönderi, Çizim ve Taslak Ürünleri, Okul Malzemeleri, İş ve Evrak Çantaları, Valizler, Tebrük Kartları	Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul
14 Mart 12	18 Mart 12	UNICERA 24.Uluslararası Seramik, Banyo, Mutfak Fuarı	Zemin ve Duvar Kaplamaları, Banyo ve Mutfak Ürünleri, Aksesuarları, Seramik İşleme Teknolojileri,	Seramik, Granit, Mermer, Mozaik, VitriFYe, Armatürler, Küvet, Duşkabini, Hidromasaj, Banyo ve Mutfak Mobilya ve Aksesuarları, Ankastr Cihazlar, Seramik İşleme Makineleri,	Uluslararası İhtisas Fuarı	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul
14 Mart 12	18 Mart 12	KITCHEN WORLD 2012 (Mutfak Dünyası 2012) 8.Uluslararası Mutfak Banyo Mobilyaları ve Ankastr Cihazlar Fuarı	Mutfak, Banyo Mobilya ve Aksesuarları, Ankastr, Solo Cihaz Sistemleri ve Tamamlayıcı Ürünler	Ahşap, Lamine, Lake Mutfaklar, Oturma Grupları, Tezgah, Evye, Havalandırma Sistemleri, Banyo Mobilyaları ve Aksesuarları, Pişirme ve Yıkama Üniteleri, Soğutucular	Uluslararası İhtisas Fuarı	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul
14 Mart 12	18 Mart 12	DEKOREKS İSTANBUL 2012 2.Dekorasyon, Mobilya ve Aydınlatma Fuarı	Ev, Ofis Mobilyaları, Aydınlatma, Dekorasyon Ürün ve Aksesuarları, Akıllı Ev Sistemleri	İç Dış Mekan Mobilya ve Aksesuarları, Dekoratif Aksesuarlar ve Kaplamalar, İç - DışAydınlatma Üniteleri, Akıllı Ev, İklimlendirme Sistemleri, Dekorasyon Hizmetleri	İhtisas Fuarı	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul

# HONEKS

MACHINE INDUSTRY AUTOMOTIVE TRADE CO.

# HONMAKSAN

ENGINE RECONDITIONING MACHINE INDUSTRY TRADE COMPANY



OUR PRODUCTION RANGE

- CRANKSHAFTS GRINDING MAC.
- CYLINDER BORING MAC.
- VERTICAL CYLINDER HONING MAC.
- HORIZONTAL CYLINDER HONING MAC.
- CONNECTING RODS BORING MAC.
- SURFACE GRINDING MAC.
- LINE BORING MAC.
- CRANKSHAFTS STRAIGHTENING PRESS
- UNIVERSAL TURNING MAC.
- VERTICAL DRILLING MAC.
- VALVE GRINDING MAC.
- THREE ANGLE VALVE SEAT BORING MAC.
- CRACK DETECTING MAC.
- HOT WATER COMPRESSIVE WASHER
- RECIPROCATING AIR COMPRESSORS
- DRUM AND DISC BRAKE LATHE MAC.
- FUEL INJECTION PUMP TEST MAC.
- LIFT VEHICLE AUTOLIFT
- HYDRAULIC WORKSHOP PRESS (20-600 T)

Web: [www.honmaksan.com.tr](http://www.honmaksan.com.tr)  
A mail: [bilgi@honmaksan.com.tr](mailto:bilgi@honmaksan.com.tr)

Adress: Konya Organize Sanayi Bölgesi T. Ziaeddin Caddesi 13. Sk. No: 39  
Konya / TURKEY Tel: 0090 332 239 04 01 (pbx) Fax: 0090 332 239 12 68

## → ŞUBAT VERGİ TAKVİMİ

İLK TARİH	SON TARİH	KONU
01/02/2012	09/02/2012	16-31 Ocak 2012 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi
01/02/2012	10/02/2012	16-31 Ocak 2012 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/02/2012	14/02/2012	2011 IV. Geçici Vergi Dönemine (Ekim-Kasım-Aralık) Ait Gelir Geçici Vergisinin Beyanı
01/02/2012	14/02/2012	2011 IV. Geçici Vergi Dönemine (Ekim-Kasım-Aralık) Ait Kurum Geçici Vergisinin Beyanı
01/02/2012	15/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Kolalı Gazoz, Alkollü İçecekler ve Tütün Mamullerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/02/2012	15/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/02/2012	15/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Motorlu Taşıtların İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
01/02/2012	15/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/02/2012	15/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/02/2012	15/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
01/02/2012	17/02/2012	2011 IV. Geçici Vergi Dönemine (Ekim-Kasım-Aralık) Ait Gelir Geçici Vergisinin Ödemesi
01/02/2012	17/02/2012	2011 IV. Geçici Vergi Dönemine (Ekim-Kasım-Aralık) Ait Kurum Geçici Vergisinin Ödemesi
01/02/2012	20/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Kolalı Gazozlara İlişkin EK:7 No.lu ÖTV Bildirim Formu
01/02/2012	20/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Alkollü İçeceklere İlişkin EK:8 No.lu ÖTV Bildirim Formu
01/02/2012	20/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Tütün Mamullerine İlişkin EK:9 No.lu ÖTV Bildirim Formu
01/02/2012	20/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin EK:10 No.lu ÖTV Bildirim Formu
01/02/2012	20/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/02/2012	20/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/02/2012	20/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/02/2012	20/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
01/02/2012	20/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/02/2012	20/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/02/2012	23/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı
01/02/2012	23/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı
01/02/2012	24/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı
16/02/2012	24/02/2012	1-15 Şubat 2012 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi
01/02/2012	27/02/2012	Basit Usulde Vergilendirilen Mükelleflerin 2011 Yılına İlişkin Gelir Vergisi Beyanı
16/02/2012	27/02/2012	1-15 Şubat 2012 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
01/02/2012	27/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Ödemesi
01/02/2012	27/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Ödemesi
01/02/2012	27/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Ödemesi
01/02/2012	29/02/2012	Basit Usulde Vergilendirilen Mükelleflerin Gelir Vergisi 1. Taksit Ödemesi
01/02/2012	29/02/2012	Diğer Ücretlerin Gelir Vergisi 1. Taksit Ödemesi
01/02/2012	29/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
01/02/2012	29/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
01/02/2012	29/02/2012	Ocak 2012 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

Kaynak: <http://www.gib.gov.tr/index.php?id=281>