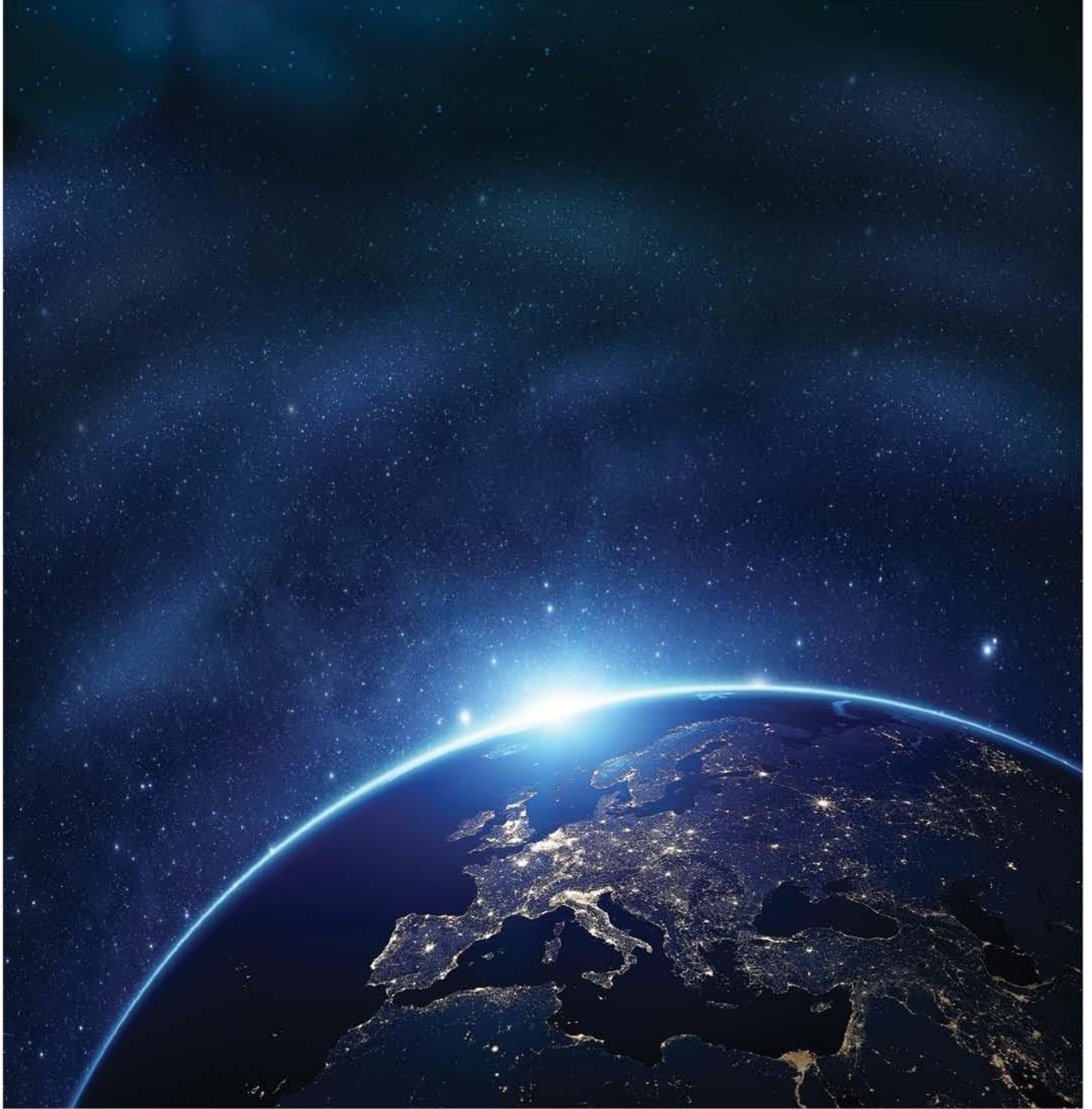


Uluslararası Ticaret Dergisi

Sakarya Üniversitesi - Uluslararası Ticaret Bölümü

Yaz Dönemi 2016 - Sayı #1 İletişim : utic@sakarya.edu.tr



4

Ticarette
Sosyal Medya

8

Antik Yunan'da Ticaretin
Mitolojiye Dayanması

11

Küresel Olmanın
Getirdikleri

16

Görseller ile
Zaman Tüneli

24

Doç.Dr.Hakan Tunahan
ile Röportaj

Dergide Neler Var ?

- 4** Ticarete Sosyal Medya
- 6** İşletmelerin Yarını : İNOVASYON
- 8** Antik Yunan'da Ticaretin Mitolojiye Dayanması
- 10** Yeni İpek Yolu Projesi
- 11** Küresel Olmanın Getirdikleri
- 12** Bugünden Yarına
- 14** Uluslararası Ticaret! Nereye Kardeşim ?
- 16** Görseller ile Zaman Tüneli
- 24** Doç.Dr.Hakan Tunahan ile Röportaj
- 28** 2015-2016 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu
Yön.Kur.Bşk Ahmet Yağız Çalış ile Röportaj
- 30** Uluslararası Ticaret I. Sınıf Öğrencileri ile Röportaj
- 32** Uluslararası Ticaret III. Sınıf Öğrencileri ile Röportaj
- 34** Mavi'nin En Karlı Tonu
- 35** Uluslararası Ticaret Üzerine

Uluslararası Ticaret Dergisi

Yaz Dönemi 2016 - Sayı #1
iletisim : utic@sakarya.edu.tr

Editörler

Ayşenur KESİMOĞLU
Muhammet ŞAHİN
Simge Naz PEKER
Tuğçe GÖZÜBÜYÜK

Köşe Yazarları

Eyüp GÖZDERESİ
Erdem ÖVER
Oğuz KOÇARSLAN
Berkan BINBOĞA
Mehmet Esad EDE
Hilmi Tuna YAPINCAK

Röportaj

Zeynep ERKAN
Mehmet Esad EDE

Haber - Fotoğraf

Hilmiye AYBAR
Selin SERTER
Canan KINA

Görsel Kaynak Koordinatör

Mücahit GÜLER
Hüsnâ Zeynep ALICI
Uğur YETİŞGİN

Grafik Tasarım

Mehmet Emin KORKMAZ
Gizem YILMAZ



Herkese UTİC Dergisi'nin ilk sayısından heyecan ve mutlulukla merhabalar.. Henüz açılalı 3 yılı doldurmuş olan bölümümüz açıldığı yıldan itibaren birçok ilke imza atmış ve fakültenin en aktif bölümü olmuştur. 3 yıldır biriktirmiş olduğumuz her şeyi sizlerle de paylaşmak istedik. Bu dergi gibi tüm yaptıklarımızı büyük emekler sarf ederek meydana getirdik. Gerekliğinde öncü, gerekliğinde paydaş olduk. Yola, hep daha iyisini yapmak için koyulduk.

Daha yolun başındayken isteklerimizi yapılacaklar listesine birer birer ekledik. Dergi.. Dergi onlardan bir tanesiydi, şimdi onu meydana getiriyor olmamızın haklı gururunu yaşıyor ve bu mutluluğumuzu sizlerle paylaşıyoruz.

İlk sayımızda 3 yıl boyunca yapılmış etkinliklere ait haberler, öğrenciler ve hocalarla röportajlar, mizah köşesi ve köşe yazılarıyla donatılmış, tamamen öğrenciler tarafından ortaya konulmuş bir dergiyle karşınızdayız. İlkini haziran ayında çıkarttığımız dergimizin bundan sonraki sayılarını her yılın emek ayı olan mayıs ayında, içeriği aynı olacak şekilde "Bülten" adı altında çıkartmayı planlıyoruz.

Her sayfanın her kelimesi için, en ufak resimden tüm sayfaya çizilmiş karikatüre kadar gece gündüz uğraşarak emek veren takım arkadaşlarımıza teşekkürü bir borç bilir, bize ayrılan bu sayfadan minnetlerimizi onlara iletmek isteriz. İlk sayının vermiş olduğu heyecanla sürçü lisan ettiysek affola. Sizlerin de bu dergiyi okumak için ayırdığı zamana müteşekkirimiz. Keyifli okumalar dileriz..

Ticarete Sosyal Medya

Eyüp Gözderesi - eyupgozderesi@gmail.com

Medya ve Ticaret... Medyanın yeni yüzü Sosyal Medya acaba ticarete ne kadar bulunabilir mi? İnsanların boş vakitlerini geçirdikleri sosyal medya da, şirketler kendilerine ne faydalar sağlayabilir?

Her ne kadar insanların boş vakit tanımını yeniden yazan, sosyolojik tartışmalara konu olan bir alan da olsa, söz konusu platformun ticari fayda sağlayan bir niteliği olması bizler açısından sosyal medyayı önemli kılmakta.

Müşteriler ile doğrudan iletişim kurabildiğiniz, tepkilerini anlık olarak alabildiğiniz, eş zamanlı pazarlama ve bağlı reklam faaliyetlerinizi kolayca yürütebileceğiniz; yaptığınız çalışmaların memnuniyeti ile ilgili anlık geri dönüşler alabildiğiniz, somut gözlem sonuçları elde edebileceğiniz, kimin hangi saatte nereden bağlantılarınıza tıkladığını ve hatta hangi marka model akıllı telefonu ile hesaplarınızı ziyaret ettiği gibi birçok ticari yarar sağlanabilecek konu başlığı.



Özellikle çok uluslu işletmeler açısından inceleyebileceğimiz sosyal medya, şirketlere girecekleri veya faaliyette buldukları pazardaki tüketiciler ile ilgili kayda değer bilgiler sunmakta. Farklı kültürlerin yakından tanınabilmesine yönelik fırsatları; hedef kitlenin tanınması, yeni ürüne yönelik müşteri ilgi eğilimleri, yeni ürün tanıtımları gibi alanlarda şirketin pazarlama faaliyetlerine, dolaylı olarak katkı sağlanabilir.

Çeşitli uygulamalar vasıtası ile erişebildiğimiz medyayı yaygın kullanıma sahip Facebook üzerinden detaylandırılm. Facebook reklam olanakları bakımından şirketlere çok detaylı çözümler sunmakta.

Önceden belirlenmiş hedef kitlelere doğrudan ulaşmayı mümkün kılan platform; yaş, cinsiyet, yerel ikamet, beğenilen sayfalar, ilgi alanları gibi konularda sizlerin hedefine en yakın kitlelere reklamlarınızı yayınlıyor. Belirlenen kitle ile tüm Facebook kullanıcıları içinde küçük bir gruba ulaşıp, tüm kullanıcılara reklamın yayınlanması halinde oluşacak maliyetlerden tasarruf sağlanmış oluyor. Ayrıca reklamın doğru kitleye ulaşma oranıysa daha da yüksek oluyor.

Sosyal Medya; ticari açıdan yakalanabilecek fırsatlar, uluslararası şirketler açısından yeni pazarların tanınmasına yönelik avantajlar gibi konular, iş dünyası için değerli bir kaynak konumundadır.

Kısa da olsa anlatmaya çalıştığımız konu her bir sosyal mecra için detaylı çalışmaları içerir. Birbirinden farklı sektörlerde, pazarlara ve hedef kitlelere hitap edecek sosyal uygulamalar, toplum için sosyalleşme veya farklı amaçlara hizmet edebilir. Ancak küresel rekabet pazarlarında işletmelere, tanıtım ve reklam olanaklarıyla pazarlama süreçlerine güç katma imkânı veren sosyal medya, değişik amaçlara hizmet edecek alternatif bir araçtır.



Fil Dunsky
<http://be.net/dunsky>

İŞLETMELERİN YARINI: İNOVASYON

Eyüp GÖZDERESİ - eyupgozderesi@gmail.com

Günümüzde adından sıkça söz edilen İnovasyon, dünyada kısa sayılmayacak bir süredir itibar görmesine karşın ülkemizde profesyonel anlamda irdelenen bir konu olarak olgun bir geçmişe sahip değil. İnovasyon; sahip olduğu kültür, fikir ve metotları ile kavranması gerekir. Yaygın kanaat aksine, sadece yeni ürün temelli bir felsefe değildir. Yapılan iş ne olursa olsun, ürün, hizmet veya süreç yeniliği. İnovasyon bu gün yapılan işe yenilikçi değer katan düşüncedir. Sürekli daha yeniyi, iyiyi, verimliyi isteyen ve bunun için araştırmaya geliştirmeye yönelen bir düşünce şeklidir.



İlk kez pazara sunulacak ürün, geliştirilmiş -yenilenmiş ürün; yeni bir iş modeli, yenilenmiş örgütlenme veya organizasyon hepsini İnovasyon kültürü ile açıklamak mümkün. Kuralları veya usulü, tek tek uyulması gereken adımları olan bir süreçten bahsetmek inovasyonun anlamıyla çelişik bir durum ortaya çıkarır. İnovasyon nedir sorusuna alınabilecek sayısız yanıtın olması da işte bu nedendir. Hali hazırda İnovasyon ile ilgili bu yazıya başlarken bile uygulanacak bir model arayışı, yazının nasıl bir temelde oluşacağı gibi; standarttan uzak olma endişesi bile bahsettiğimiz kültür ile örtüşmez.

"Her zaman daha iyi bir yol vardır, onu bulun." Thomas Edison

Özgün ve her düşüncenin kendine has değerlerle oluşacağı yönündeki ön görünün, inovasyonun tanımsız veya belirli bir akademik bilinirlikten uzak olduğu gibi bir izlenim oluşturması da doğru olmayacaktır. Alanda bu güne kadar yapılmış birçok çalışma mevcut.

Bu çalışmalar incelendiğinde, İnovasyon ile ilgili genel bir kanaatin görülmesi, düşünce şekli olarak daha yaygın olduğunun kabulü gözlemlenebilir. Bahsettiğimiz çalışmaların en temeli ve kabul göreni OECD tarafından

yayınlanan Oslo Kılavuzudur. Bu kılavuza göre İnovasyon: "Yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün (mal ya da hizmet) veya sürecin; yeni bir pazarlama yönteminin; ya da iş uygulamalarında, iş yeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır." şeklinde tanımlanır.

Edinilmiş bilgi ve tecrübeyle, tasavvur ile olgunlaşan, iş fikrine dönüşen, paydaşların katkısı, teknoloji ve kaynak kullanımıyla ticarileşen nihayetinde rekabet dünyasına giren süreçtir İnovasyon. Doğru zamanda başlanan, hangi yöne gidileceği, hangi kitleye hitap edeceği, ne gibi ihtiyaçları karşılayacağı gibi temelleri belirli olan süreçler başarıyı güçlendirir. İlk "hayır" ile başlayan serüvende, bu olumsuzluğun kabulü ile hiçbir şey yapmamak büyük bir risk ve yanılıdır.

Ancak her inovasyonun başarıya ulaşmayacağı da bir gerçektir; sürekli iyileşmenin ve daha değerli - verimliyi aramanın doğruluğu, İnovasyon için geçerli değildir. Yapılan her İnovasyon başarıya ulaşmaz ve her yeni değer de sürekliliği olmaz. Çelişik bir varsayım olduğu düşünülebilir. Ancak inovasyonun girişim niteliği göz önüne alınarak değerlendirildiğinde; her yeni girişimin başarıya ulaşmadığı gerçeği bu varsayımları doğrular nitelikte olacaktır.

Rekabet ortamında var olan ürün, hizmet veya iş modeli, daha da geliştirilerek pazara sunulabilir. Ya da muadillerinden çok daha farklı bir model ortaya konabilir. İnovasyon kültürü şirketleri farklı pencerelerden bakmaya yönelir. Koç gurubunun yapmış olduğu yeni bir yatırım konuyu daha da somut hale getirebilecek bir örnek. Arçelik ve İnovasyon yan yana düşünüldüğünde insanların zihninde markanın konumlandığı dayanıklı tüketim ürünlerine yönelik bir yenilenme canlanıyor. Fakat Arçelik, inovasyonun zihinlerde başladığına güzel bir örnek sundu; ABD merkezli, Giyilebilir Nano Teknoloji alanına Ar-Ge yatırımı gerçekleştirdi. İnovasyonu en geniş anlamda tanımlayabilecek bir örnek olay.

Firma endüstriyel tecrübesinin dışında, tüketicinin markayı zihninde konumlandığından farklı bir alana yöneldi. Bu yatırımın başarıya ulaşıp ulaşmayacağı zaman içinde görebileceğimiz bir gelişme ama bu gün görünen; ister bir kişi olsun ister büyük bir şirket, "bu gün ne yapıyorum dan bundan sonra ne yapabilirim?" sorusuna olan yöneliminin inovasyon adına atılacak ilk ve en önemli adım olduğudur.

arçelik





ANTİK YUNAN DA TİCARETİN MİTOLOJİYE YANSIMASI

Tarihin en eski medenietlerinden olan Yunan uygarlığı, mitolojisiyle ve eski Yunanistan da ki yaşamla araştırmacıların ve yazarların daima ilgisini çekmiştir. Hadi gelin bizde Yunanistan da ki yaşam ve Antik Yunan mitolojisi üzerinden biraz ticareti inceleyelim.

Antik Yunanistan da ki ekonomi olgusuyla günümüzde ki ekonomi olgusu farklıdır. Antik Yunan da ekonomi, tarım ve evin geçimi ile ilgili kavramlar için kullanılıyordu. Üretim ve alım-satımı karşılayacak kavramlar o günlerde mevcut değildi. Ticarete alıma bakarsak Yunanistan'ın o dönemde dışardan en yüksek miktarda aldığı ürün tahıl ürünleriydi. Ülkede ki verimsiz ve yetersiz tarım alanları tahıl talebini karşılayamıyordu. Dışardan aldıkları diğer ürünlerde papirüs, baharatlar, kumaş, gemi yapımı için metaller, tahta ve zift idi. Yunanlıların en çok sattığı ürün ise mermerdi.

Yunanistan şehir devletleri şeklinde bir yapılanmaya sahipti. Bu sebepten deniz ticaretinde gelişme gösterdi. En çok ticaret yaptıkları ülkeler Libya, Mısır, İtalya ve Karadeniz'i çevreleyen ülkelerdi.

Yunanistan da ticaretten vergi alınırdı ve bunun kontrol mekanizmaları

sağlanmıştı. Ürünün sayısına çokluğuna göre alınan vergiler limanlarda %5 oranında olmak üzere tahsil edilirdi. Ticaret herkese serbestti. Her isteyen ticaret yapabiliirdi. Ayrıca o dönemde de ticaret yapmak için şimdi ki kredi desteği gibi parasal destek alabiliyordunuz. Bu destek de ise olay şu şekilde işliyordu. %12 ile %100 arasında bir faiz oranı vardı. Bu para tüccara yolculuk yaptığı süresince vadeyle veriliyordu. Geri geldiğinde eğer borcunu ödemezse tüm malvarlığını el konuluyordu. Anlaşmanın koşulları en başta taraflar arasında konuşuluyor ve kesinlikle uyuluyordu.

Antik Yunan da yaşamın içindeki ticaret ve ekonomi anlayışını gördük. Şimdi birde mitoloji üzerinden bakıp gerçek yaşamdan mitolojiye yansımaları görmeye çalışalım.

Mitolojinin sayfaları içinde biraz gezindiğimiz de inceleme yapmak için en iyi tanrının Hermes olduğunu gördük. Hırsızların tanrısı tüccarların koruyucusu olan Hermes'in hikâyesine bir bakalım.

Zeus'un oğlu olan Hermes doğduğu gün beşiğinden çıkar ve gördüğü bir kaplumbağanın içini

boşaltarak ona 7 tel takar. Bu elinde ki çalgı lirdir. Çalar eğlenir bunun ardından karnı acıkar. Yeşil düzlüklere gider ve gördüğü öküz sürüsünü çalar. Bu sürüde tam 50 tane öküz vardı ama önemli kısım bu değildi. Sürü Hermes in kardeşi Apollona aitti. Çaldığı öküzleri kumlu yoldan getirerek izleri kaybettirir. Bebek tanrımız Hermes iki tane öküzü ateşte pişirip yiyerek karnını doyurur. Ne mide ama... Artık karnı doyan ve yorulan bebek tanrımız kalan öküzleri bir mağaraya saklayarak beşiğine geri döner. Bir süre sonra Apollon çalınan öküzleri fark eder, üstün yetenekleriyle iz olmamasına rağmen Hermes'in çaldığını anlar. Babası Zeus'un hâkimliğine başvurur öküzleri geri almasına karar verilir tabi ki ama o da ne! Kardeşi Hermes in yaptığı lir çok hoşuna gider ve öküzleri bunun karşılığında bebek tanrımıza bırakır. Bebek tanrımız sanırım müziğe çok ilgili. Boş durmayı bu olaylardan sonra bir de pan kavalını yapar. Bu müziğe düşkünlük genetik olmalı ki Apollon, Hermes ten pan kavalını da ister. Üstüne üstelik bu sefer Hermese sihirli altın değneğini verir. Hermes bu değnekle habercilerin ve hırsızların tanrısı olur.

Zeus un en akıllı ve kurnaz oğlu olarak birçok kaynakta geçen Hermes tanrılar ve diğer türler arasında iletişimi sağlıyordu ve pek çok niteliği vardı. Ancak hırsızların tanrısıyken aynı zamanda ticaretin ve tüccarların koruyucusu olmak acaba bu açık bir mesaj mı? Antik Yunan da birçok hikâyede yer alıp birçok niteliğe sahip olması da bize birçok şey anlatıyor olabilir. Hadi bunun üstünde biraz daha düşünüp inceleyelim.

Bunu incelemek için Hermes in tüm niteliklerini bilmeli, hangi amaçlar için bu niteliklerin ona verildiğini düşünmeliyiz. İşte Hermes'in nitelikleri;

- Zeus'un gönderdiği uykuyu ve rüyaları insanlara iletmek onun görevidir.

Hermes mitolojide yer aldığı için fikir yönlendirmeyi, fikir aşılmayı uyku ve rüya aracılığıyla gerçekleştiriyordu. Hilekârlar ve tüccarlar ise insanların duygu ve hayal güçlerini zorla kullanmaya iterek karşı tarafın heyecanlanacağı fikirleri kullanırlar. Böylece karşı taraf fikre ve kişiye ısınır güvenir. Hilekâr fikre ısınan ve kendine güvenen kişiden faydalanır. Tüccar da ticaretini yapar ve kendi faydasını korur.

- Hile ve hırsızların tanrısıdır.

- Yollar, tüccarlar, ticaretin koruyucusudur

Hermes in bu iki özelliği zit kutupları göstermesine rağmen gerçekte aynı çizgi üstünde yola yolun farklı taraflarından başlayan iki yolcu bize işaret ediyor. Hırsızlık, dolandırıcılık, ticaret, tüccarlık bu dönemde çok fazla benzerlik arz etmiş olmalı ki mitolojiye de yansımaları bu şekilde olmuş.

- Sürülerin tanrısıdır.

Sürü çalarak hayata başlamıştı. Peki, bu bize ne anlatıyor olabilir. Bir topluluğu yönetmek te ki başarısını gösteriyor. Kontrol yeteneğinin gelişmişliğine işaret.

- Hatiplerin tanrısıdır.



Topluluğu yönetmek demiştik az önce. Bir topluluğu yöneterek kendi istediğiniz şekilde yönlendirmek istiyorsanız onların etkileneceği şekilde konuşmalısınız. İknâ kabiliyetiniz yüksek olmalı. Hermes bu konuda fazlasıyla zengin.

- Yeraltı ve yer üstü arasında haber taşıır.

Taraflar arasındaki iletişimi üstlenip bilgiyi kendi faydasına kullanma ayrıcalığı tabi ki herkesin işine yarar fakat bir tüccarın işine yarayacağı kadar başka hiç kimseye yaramaz. Bu dönemde bilgi günümüzdekinden daha önemli haldeydi. Tüccarların çok fazla insanla iletişimdeydi. Dolayısıyla tüccarlar bilgi yönünden zengindi. Burada da gerçek hayattan mitolojiye bir yansımayla karşılaşıyoruz.

Antik Yunan da ki ekonomi ve ticaret anlayışına baktık. Bu kavramları mitolojide Hermes üzerinden inceledik. Bunları neden mi yaptık? Çünkü... Her hikâyeye gerçeklerden parçalar taşır. Bu gerçekler de kimi zaman saklı kimi zaman açık bir şekilde bellidir. Döneme değinmem de ki amaç aklınızda o zaman ki yaşayan insanlarla ilgili belli bir yığılma bilgi oluşturup bu insanların inancına yansımalarının nasıl olacağını çözümlenizdi.

Oğuz KOÇARSLAN
ogzkocarslan@gmail.com

YENİ İPEK YOLU PROJESİ

Tarih derslerinde adını sıkça duyduğumuz İpek yolu yine gündemde Çinliler iş başında! İpek yolunu tekrar hayata geçireceğiz diyorlar. Dünyanın fabrikası olarak nitelendirilen Çin bu projenin ana girişimcisi. Uluslararası ticarete deniz yolu; maliyet düşüklüğü ve yüksek mal akışı sebebiyle ilk sırada tercih ediliyor. Alternatif demir yolu seçeneği masraflı ama deniz yoluna göre çok daha hızlı. Özellikle teknoloji odaklı şirketler için hızlı nakliyat müşteri memnuniyeti için önemli. Deniz yoluyla 40 günden fazla süren nakliyat demir yoluyla 21 güne iniyor. (evet 21 gün bir yumurtadan civciv çıkma süresi :D) Bu da demir yolu alternatifini kullanmak için en büyük neden ve bu arada bu proje demir yoluyla sınırlı değil mevcut deniz ve karayolu ağının yeniden yapılandırılması, çeşitlendirilmesi de söz konusu.

Proje kapsamındaki demir yolu ağının ticaretçilerin tercih etmesi için masrafların minimuma indirmek gerekiyor. Bunu yüksek hızlı, çift hatlı, büyük kapasiteli hatlarla sağlayacaklar. Bu proje sadece Çin'i değil hat üzerindeki tüm ülkeleri ilgilendiriyor çünkü o hattaki ülke; piyasa içi durumuna göre ister

Avrupa'ya ister Asya'ya kazanç getireceğini umduğu her türlü malı uluslararası pazara açmış olacak. 65 ülkenin projeye dâhil olduğunu ve uluslararası ticareti ne boyutta etkileyeceğini Asya ile Avrupa'nın ne kadar da bu projeye, bu etkileşime gereksinim duyduklarını bir kez daha anlamış oluyoruz.

Sonuç olarak Yeni İpek Yolu Projesi, Çin'in ucuz işgücü ile geniş pazar ağını Avrupa'nın sermayesi ve Orta Asya'nın

kaynakları ile buluşturmaya hedefleyen çok yönlü bir küresel girişimdir.

Türkiye? Burada bizi Türkiye'nin rolü ilgilendiriyor. Bu projede planlanan yollardan en az biri Türkiye'den geçiyor. Proje içerisinde 65 ülke varken Türkiye'nin ne kadar önemi olabilir ki diyebilirsiniz ama Akdeniz ve Karadeniz'in ortasından Avrupa'ya uzanan bir kara parçasından bahsediyor ve Avrupa'ya kısa yoldan ulaşmak istiyorsak Anadolu üzerinden geçmek en kolay yol gibi görünüyor.

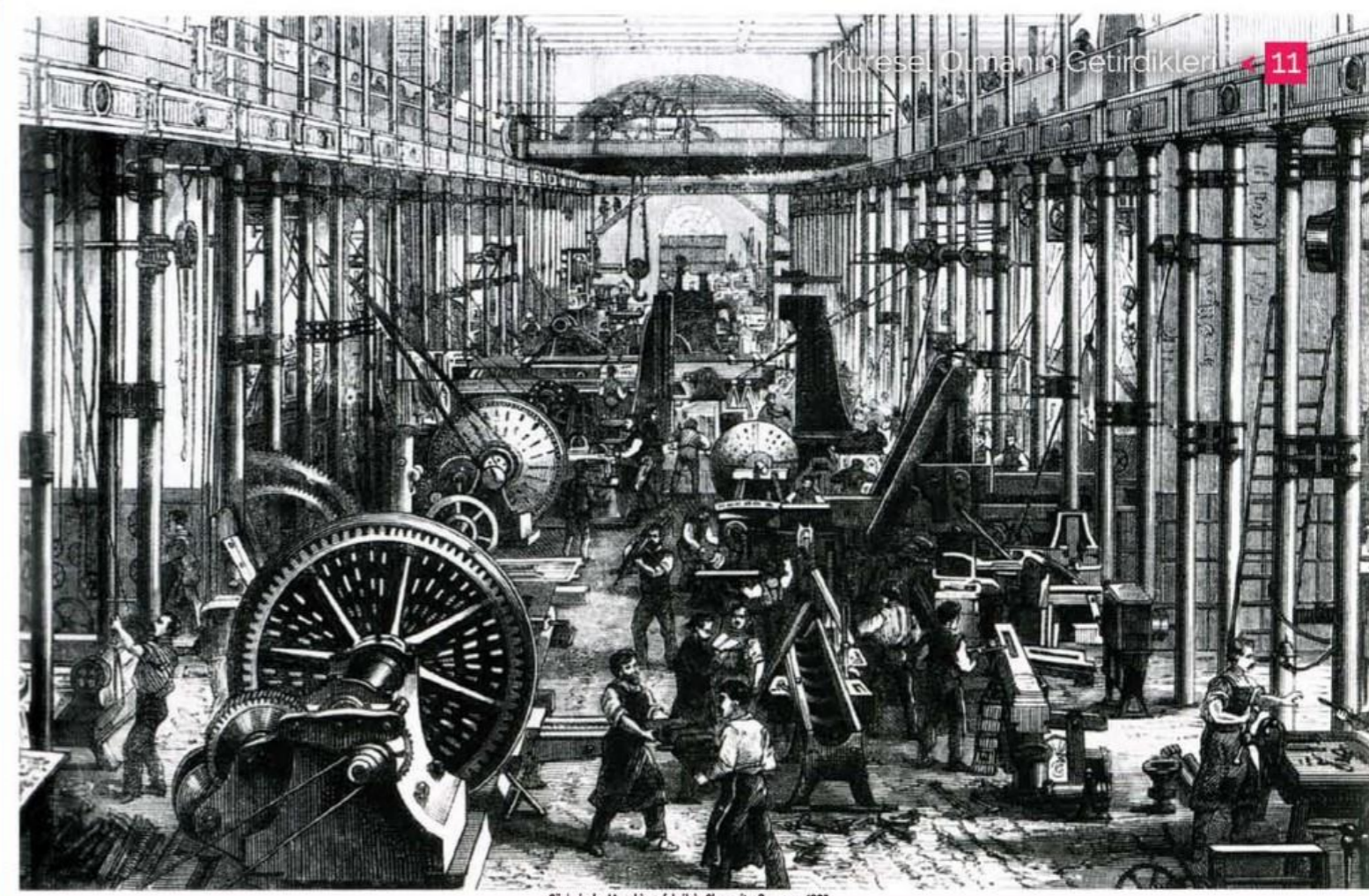
Türkiye'nin bu projeye en büyük hizmeti 3. Köprü üzerinden geçen tren hatları olacak. Türkiye 3. Köprü ile bir tahta kaç kuş vuracak bilmiyorum da çok amaçlı bir köprü olacağı belli, yapılması planlanan Edirne-Kars demir yolu hattı bu köprü üzerinden geçecek ve bu şekilde İpek yolu projesinde Türkiye üstüne düşen payı demir yolu döşeyerek tamamlamış olacak.

Türkiye dış ticaret analizlerine bakıldığında ticari etkisinin en az olduğu bölge Asya olarak görülüyor. Bu proje sayesinde Asya pazarına daha hızlı ve ucuz yollardan ulaşma fırsatı yakalamış olacağız.



Berkan Binboğa

berkan3834@gmail.com



Sächsishe Maschinenfabrik in Chemnitz, Germany, 1868

Küresel Olmanın Getirdikleri

İnsanlık tarafından küreselleşme kavramı yakın tarihte çok duyulmuş olmasına rağmen -onu bir kılışe haline getirmiş olsa da- bu kavramın hayatımıza çok yeni girmiş olduğu söylenemez. Sanayi devriminden sonra kendisini hissettirmeye başlamış, batılılaşma, modernleşme gibi lanse edilip "küreselleşme" kavramı halini almıştır. Ekonomik, siyasi, kültürel gibi birçok alanda vazgeçilmez olması yadsınamaz bir gerçek, bu yüzden kavramsal bakış açısı olarak keskin sınırlar içerisine hapis edemeyiz.

Peki ne oldu da durup dururken böyle bir kavram ortaya çıktı? İnsanlar neden böyle bir kavrama ihtiyaç duydu?

Küreselleşmenin çıkış nedeninin değişen dünya düzenine; yani sanayi devrimi ile ortaya çıkan işletme kavramına, ve bu işletmelerin devletler ile arasında bir etkileşim olmasına, bununla birlikte ekonomik gücün devletler tarafından benimsenmesine bağlıyorum.

Günümüzde artık ülkelerin söz sahibi olması için silah gücü, ordu gibi terimler ikinci planda kalıyor. Ülkeler arası rekabeti gizli bir savaşa benzetecek olursak düzenli bir ordu gücü yerine ekonomik gücün bariz bir şekilde daha önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Buna iyi bir örnek olarak da Japonya gösterilebilir. II.Dünya Savaşı sonrası ağır yenilgiye uğramış, ordusu dağıtılmış, bütün gücünü kaybetmiş olması sermaye yatırımlarını bilime, sanayileşmeye, teknolojiye yatırmaya neden oldu. Adeta yaşlı ve hasta bir adama dönen Japonya kısa sürede yeniden doğarak teknoloji denince akıllara gelen ilk ülke, aynı zamanda dünyanın en büyük ekonomik güçlerini ifade eden G-8 ülkeleri arasında yerini almıştı. Bu örnek küreselleşmenin ne kadar önemli olduğunu gösteren buzdağının sadece görünen bir yüzüydü. Buzdağının görünmeyen tarafından bahsedecek olursak, önemli bir gerçek göze çarpıyor. Çok uluslu şirketlerin ortaya çıkması ile gelişmekte olan ülkelerin

lokomotifleri haline geldiler. Hatta çok uluslu şirketler, kimi ülkelerden daha önemli global aktörler haline geldiler.

Sonuç olarak küreselleşme tüm ekonomilerin senkronize olmuş, ya da diğer bir deyişle dünyayı tek bir pazar haline getirip, günümüzde ticari faaliyetlere yön veren kuşkusuz en önemli faktör olmuştur. Artık hiçbir devletin, işletmenin küreselleşmeyi görmezden gelme veya reddetme gibi bir lüksü yoktur. Dolayısıyla varlığını korumak, önemli bir stratejik aktör olmak ancak küreselleşme kavramına adapte olmaktan geçer.



Erdem ÖVER

erdem_over@hotmail.com

BUGÜNDEN YARINA



Erdem Över
erdem_over@hotmail.com



Y Yaşadığımız şehri yaptıklarımızı, yapacaklarımızı, kaderimizi etkileyen bir parça olarak görmüşümdür. Bundandır ki yaşamını sürdüren birçok idealist ve yenilikçi gençlerin, uzmanlaşma ve ilgi duyduğu alanlar şehrin coğrafi, kültürel, demografik yapısına göre şekilleniyor. Ne zekalar, ne yetenekler belki de oyunun bir parçası olarak sistemin dışında kalıyor. Kömürü bulamadan elmas çıkartamazsınız. Örneğin az gelişmiş ülkelerde imkanlar kısıtlı olduğundan girişim fırsatı yakalanamıyor bundan dolayı da yabancı yatırımlara maruz kalınıyor. Eğitim, sermaye gibi başlıca unsurlar yeterli kalmadığından

toplumun genel kısmı yabancı sermaye altında istemediği işlerde çalışmak zorunda kalıyor.

Peki ya bütün şartlar olumlu şekilde gelişseydi? İnsanların işlerini seçerken birçok alternatif gören, işlerini seven, gülen yüzlerden oluşan bir toplumdun bahsediyorum. Hadi gelin benim gibi düşünen belki milyonlarca insanı, ismini ülkemden almasını istediğim "Kapadoçiya" ma götürüyem.

İlk önce işe konumlandırma ile başlayalım. Madem hayallerimizdeki özgürlük sonsuz, lokasyonu seçerken de adil olmasa da fırsata dönüştürmek istiyorum. Atlas okyanusunun ortasında, doğuda Avrupa ve Afrika, batıda Kuzey Amerika ve Güney Amerika topraklarının arasında dev bir ada. Konumu ve büyüklüğü sayesinde çevresindeki ülkelerle rahatlıkla büyük karayolları inşa edilerek dünyanın en önemli lojistik merkezi haline geliyor.

Böyle bir konumdaki lojistik merkezi sadece kara yolu taşımacılığında kullanırsak potansiyeline yazık olmuş olacak. Özellikle ticaretin dilinin denizyolu taşımacılığı olduğu söylenebilir bir gerçek. Bulunduğu eşsiz konumu ile Kapadoçiya üzerinden taşınmasını sağlamak için adanın dört bir yanına ana dağıtım limanları yani hub portlar inşa edilerek bir transit ticaret ülkesi haline gelecektir. Söz ettiğim liman kentler organize sanayi bölgeleri, serbest bölgeler, tekno parkları kapsayan inovatif lojistik merkezler oluşturulmasıyla, günümüzde özellikle Amerika ve Güneydoğu Asya 'da görülen "özel ekonomik bölge" sıfatını alıyor. Bu özel ekonomik bölgeler sadece üretim ve sanayi amaçlı değil. İçerisinde rezidanslar, Avmler, üniversiteler, ar-ge merkezleri, özel yatırım bankaları, internet şehirleri gibi unsurları içinde bulundurduğunda hem sosyal, hem de endüstriyel ve ekonomik gelişmişlikleri sayesinde

Dünya kentleri oluyorlar.

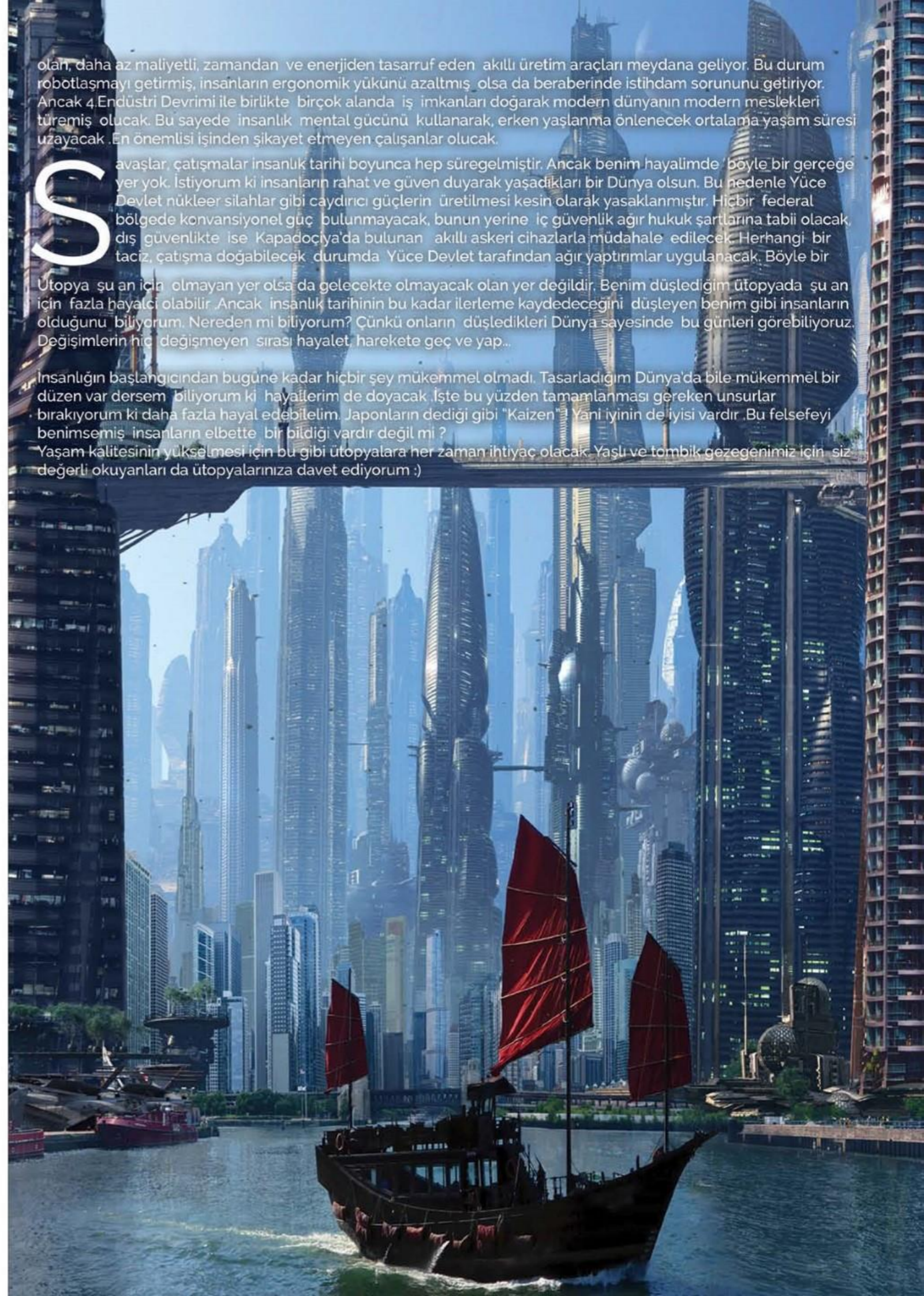
Dünya demişken perspektifi geniş tutup alemde durumlar nedir onu anlatayım. Bütün devletlerin tek bir çatı altında

toplandığı federal bir sistem var. Devletler iç işlerinde oldukları gibi dış ilişkilerinde de serbestler. Tek bir devlet çatısı altında bulunan federaller, sahip oldukları çok uluslu küresel güçleri milli değeri olarak kabul edecek ve rekabet devletlerarası değil çok uluslu şirketler arasında olacak. Gelişmenin tek yolu yarıştı. Bu yarışta Kapadoçiya'nın rolü ise Yüce Devletin başkenti olması ve bu rekabet ortamında hakem görevini üstlenmesidir. Sürekli gelişmenin devam etmesi adına günümüzde de adını duymaya başladığımız Sanayi 4.0 uygulamaya geçmiş durumda. Bilişim sektörü ile üretim teknolojisi harmanlanıyor kendine ait yazılımı

oları, daha az maliyetli, zamandan ve enerjiden tasarruf eden akıllı üretim araçları meydana geliyor. Bu durum robotlaşmayı getirmiş, insanların ergonomik yükünü azaltmış, olsa da beraberinde istihdam sorununu getiriyor. Ancak 4. Endüstri Devrimi ile birlikte birçok alanda iş imkanları doğarak modern dünyanın modern meslekleri türemiş olacak. Bu sayede insanlık mental gücünü kullanarak, erken yaşlanma önlenecek ortalama yaşam süresi uzayacak. En önemlisi işinden şikayet etmeyen çalışanlar olacak.

Savaşlar, çatışmalar insanlık tarihi boyunca hep süregelmiştir. Ancak benim hayalimde böyle bir gerçeğe yer yok. İstiyorum ki insanların rahat ve güven duyarak yaşadıkları bir Dünya olsun. Bu nedenle Yüce Devlet nükleer silahlar gibi caydırıcı güçlerin üretilmesi kesin olarak yasaklanmıştır. Hiçbir federal bölgede konvansiyonel güç bulunmayacak, bunun yerine iç güvenlik ağır hukuk şartlarına tabii olacak, dış güvenlikte ise Kapadoçiya'da bulunan akıllı askeri cihazlarla müdahale edilecek. Herhangi bir taciz, çatışma doğabilecek durumda Yüce Devlet tarafından ağır yaptırımlar uygulanacak. Böyle bir Utopya şu an için olmayan yer olsa da gelecekte olmayacak olan yer değildir. Benim düşlediğim ütopya da şu an için fazla hayalci olabilir. Ancak insanlık tarihinin bu kadar ilerleme kaydedeceğini düşleyen benim gibi insanların olduğunu biliyorum. Nereden mi biliyorum? Çünkü onların düşledikleri Dünya sayesinde bu günleri görebiliyoruz. Değişimlerin hiç değişmeyen sırası hayalet, harekete geç ve yap...

İnsanlığın başlangıcından bugüne kadar hiçbir şey mükemmel olmadı. Tasarladığım Dünya'da bile mükemmel bir düzen var dersem biliyorum ki hayallerim de doycak. İşte bu yüzden tamamlanması gereken unsurlar bırakıyorum ki daha fazla hayal edebilelim. Japonların dediği gibi "Kaizen" yani iyinin de iyisi vardır. Bu felsefeyi benimsemiş insanların elbette bir bildiği vardır değil mi? Yaşam kalitesinin yükselmesi için bu gibi ütopyalara her zaman ihtiyaç olacak. Yaşlı ve tombik gezegenimiz için siz değerli okuyanları da ütopyalara davet ediyorum :)





Mehmet Esad Ede - esad_ede@hotmail.com

Uluslararası Ticaret! Nereye Kardeşim?



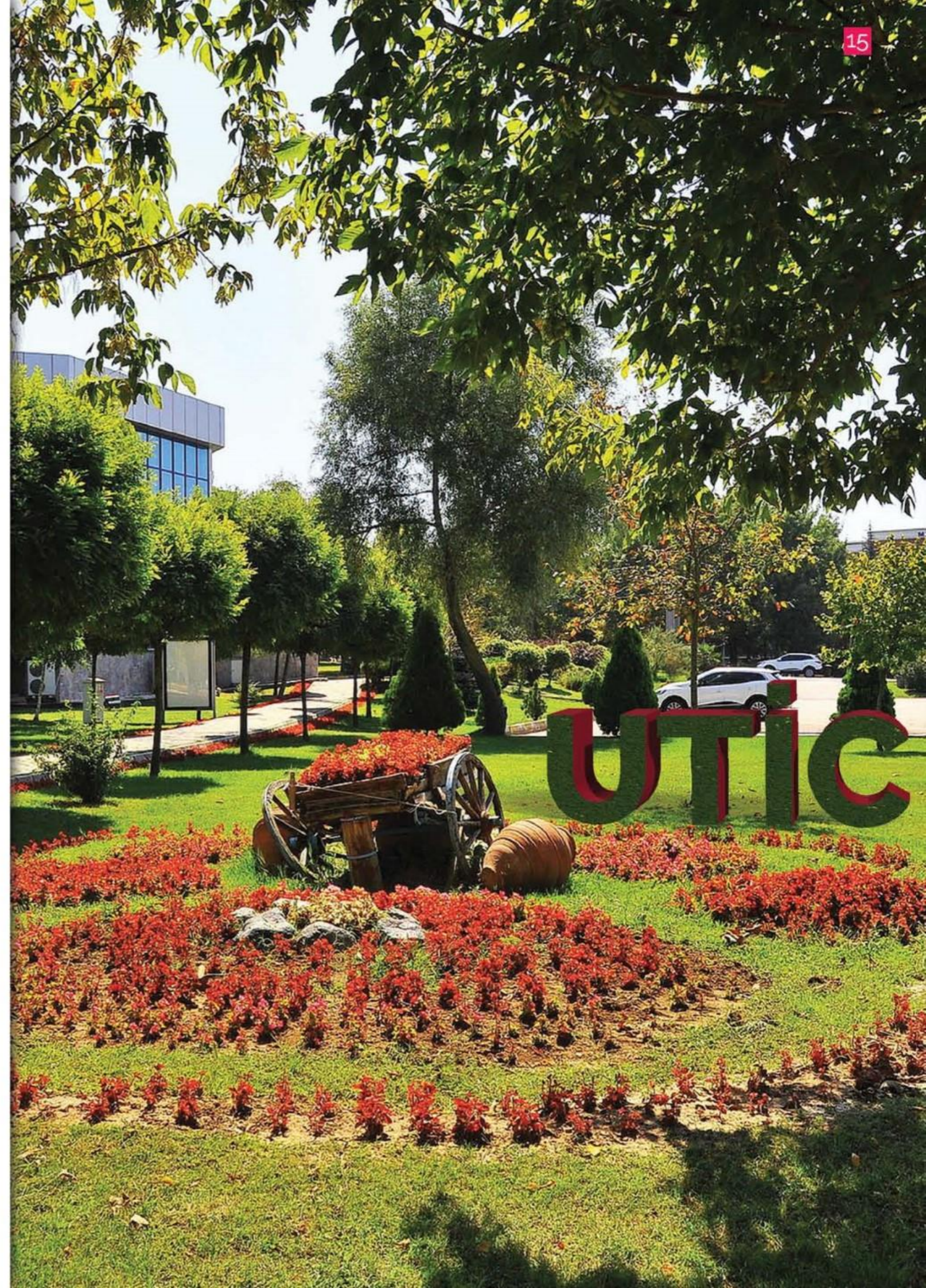
Son 15 yıldır Dış ticarete ciddi bir sıçrama yakaladık, hatta ülke adına ciddi ihracat rekorlarına imza attık. Bununla beraber Dış ticaretle alakalı üniversitelerde bölümler çoğaldı. Hakkâri'de dahi dış ticaret ile alakalı olarak lojistik bölümü açıldı. Sonrasında ise TİM Bir hedef koydu. Yıl 2023 hedef 500 Milyar Dolardı. Çoğu kişi güldü, çoğu kişiye mantıklı buldu. Hedefler illa olacak diye bir şey yok sonuçta ama ülkemizin bulunduğu jeopolitik konum düşünülürse rakamların 3 aşağı 5 yukarı değişebileceği aşikâr. Bugün bile çevremiz ateş çemberiyken ihracatta rekorlar kırmaya devam ediyoruz. Fakat bu bize yetmez ve yetmemeli. Çünkü ciddi bir potansiyelimiz mevcut. Türkiye, yıllık 400 milyar dolarlık dış ticaret hacmine sahip. İhracat-ithalat yapan firmaların sayısı yaklaşık 100.000. İthalatla birlikte, 2023 yılında 1 trilyon doların üzerinde bir hacim beklenmektedir. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) bu hedefe

ulaşabilmek için; "Donanımlı dış ticaret elemanı" ihtiyacını vurgulamakta ve 2014-2020 dilimi içinde ihracat sektöründe "1.549.948 adet yeni istihdam" öngörmektedir. TİM'in istihdam öngörüsünden hareketle, % 5'inin beyaz yakalılardan oluşacağını varsaysak; 2020'ye kadar yılda 40.000 "eğitilmiş" dış ticaret elemanına ihtiyaç olacaktır.

Bugün Çin ihracatta dünya devi. Bunun en büyük nedeni orada inanılmaz devlet destek ve teşviklerinin olması. Ülkemizin yaptığı teşvikleri gözden geçirmeli günümüzün gerekliliklerine göre yeniden düzenlemeliyiz. Örneğin Alibaba üzerinden postayla gönderilen kargolardan ücret alınmıyor. Bu 1 dolarlık bir ürün bile olsa.. Küresel olarak baktığımızda

Amerika Birleşik Devletleri merkezli Apple firması Çin'de Foxconn fabrikasında iPhone 6S modelini 36\$'a mal edebiliyor, yine Çin'den ülkemize ithal edilen 10 liradan 50 liraya kadar satılan selfie çubukları 12 ile 30 kuruş arasında bir fiyata mal olabiliyor. Ülkemizde de bunlara teşvik olmalı ve insanları ihracat yapmaya odaklatılmalıdır. Çin örneği üzerinden gidersek, ucuz iş gücünü kullanarak dünyanın fabrikasına dönüşmeden akılcı ve pratik girişimlerle ülke refahımızı kat ve kat ileriye taşımalıyız. Otomotiv ya da teknoloji devlerine baktığımızda bir arabanın ya da bilgisayarın yapımı için 20 farklı ithalat ya da ihracat operasyonu gerçekleşebiliyor. Yerel bir kömür firması bile

Nijerya ile iş ortaklığına girip uluslararasılaştığında piyasa fiyatlarından kat ve kat ucuza mal ederek rekabet avantajı elde ediyor. Uluslararası ticaret bizlere büyük olmanın ve büyük kazanmanın sır perdesini aralıyor. Dış ticareti geliştirmek için şu an mevcut olan mezunlarımız ne yazık ki yeterli değildir. Geleceğin uluslararası ticaret hippileri olmayı hedeflememizde bundandır belki de. TİM'in beklediği rakamların üstüne çıkabilmek, daha çok kişiye istihdam sağlayabilmek ve ülkemizin refah seviyesini kaldırmak için uluslararası ticaretin bir parçası olmak, geleceğine yön vermek ve her gün yenilen 40 milyar dolarlık pastadan kocaman bir dilim alıp afiyetle yemek umuduyla, esen kalın.





2 Ocak 2014

Öğrencilerimiz Esirgeme Kurumunda Geçtiğimiz hafta İşletme Fakültesi kantininde gerçekleştirilen kermes faaliyetinden elde edilen gelir sahiplerini buldu. Öğrencilerimiz kurum yöneticileriyle yaptıkları ön görüşme neticesinde belirledikleri hediyeler ile 2 Ocak Perşembe günü Çocuk Köyü'nün yolunu tuttular.



3 Ocak 2014

Öğrencilerimizden Firma Ziyareti Uluslararası Ticaret Lisans bölümü öğrencilerimiz 3 Ocak 2014 Cuma günü Toyota Tsusho firmasını ziyaret ettiler.



28 Şubat 2014

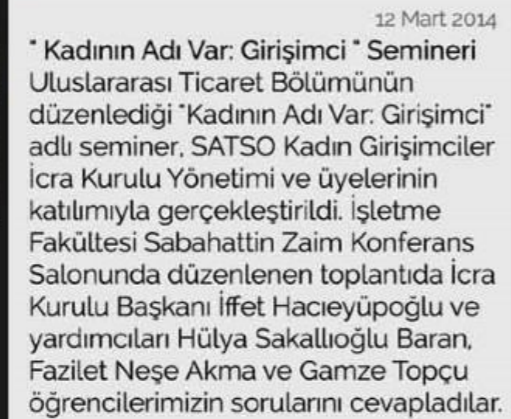
Lisans öğrencimiz Ece SELÇUK uluslararası kültürel farkındalık için AISEC'le Slovakya'da Uluslararası Ticaret Bölümü Lisans öğrencimiz Ece SELÇUK, 24 Şubat - 02 Mart 2014 tarihleri arasında, öğrencilerde kültürel farkındalık oluşturmak amacıyla, AISEC Slovakya tarafından organize edilen Educate Slovakia etkinliklerine katılıyor. Öğrencimizin etkinlik fotoğraflarına eklerden ulaşabilirsiniz.



26 Mart 2014

Öğrenci Topluluğu Kuruluşu için İlk İmzalar Atıldı

Bölümümüz öğrencilerinin kurucu üye oldukları toplulukta ilk imzalar İşletme Fakültesi Sabahattin Zaim Toplantı Salonunda atıldı.



12 Mart 2014

"Kadının Adı Var: Girişimci" Semineri Uluslararası Ticaret Bölümünün düzenlediği "Kadının Adı Var: Girişimci" adlı seminer, SATSO Kadın Girişimciler İcra Kurulu Yönetimi ve üyelerinin katılımıyla gerçekleştirildi. İşletme Fakültesi Sabahattin Zaim Konferans Salonunda düzenlenen toplantıda İcra Kurulu Başkanı İffet Hacıyüpoğlu ve yardımcıları Hülya Sakallıoğlu Baran, Fazilet Neşe Akma ve Gamze Topçu öğrencilerimizin sorularını cevapladılar.



19 Mart 2014

Enerji Piyasasında Uluslararası Ticaret İşlemleri Semineri



26 Mart 2014

Öğrenci Topluluğu Kuruluşu için İlk İmzalar Atıldı

Bölümümüz öğrencilerinin kurucu üye oldukları toplulukta ilk imzalar İşletme Fakültesi Sabahattin Zaim Toplantı Salonunda atıldı.



3 Nisan 2014

Uluslararası Ticaret Yönetimi: TRICON Semineri



17 Nisan 2014

Uluslararası Ticaret Bölümü Uluslararası Girişimcilik Merkezi Girişimcilik Ekosistemi Buluşması'na Katıldı T.C. Kalkınma Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı, Habitat Kalkınma ve Yönetişim Derneği ve Türkiye Vodafone Vakfı ana ortaklığında ve 70'i aşkın kurum ve kuruluşla gerçekleştirilen işbirliği kapsamında ülkemizde girişimcilik gelişimi ve desteklenmesi hedefiyle Uluslararası Girişimcilik Merkezi projesi çalışmalarından biri 17-18 Nisan 2014 tarihleri arasında Sapanca'da hayat buldu.

Sakarya Üniversitesi'ni ve Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü'nü temsilen toplantıya Yrd. Doç. Dr. Umut Sanem ÇİTİFÇİ katılmıştır.



30 Nisan 2014

Tropikal Meyve İthalatı ve Türkiye Pazarı Semineri Gerçekleştirildi



7 Mayıs 2014

Dış Ticarete Teslim ve Ödeme Yöntemleri Eğitimi Yapıldı



16 Eylül 2014

2014/2015 Akademik Yılı Oryantasyon Eğitiminin Birinci Bölümü Gerçekleştirildi



24 Ekim 2014

Yurtdışı Müteahhithlik Hizmetleri ve Kariyer Fırsatları Konulu Seminer Gerçekleştirildi



4 Kasım 2014

"90 Yılı İnovatif ve Globalleşerek Yönetmek: Daikin" Semineri Gerçekleştirildi



3 Mart 2014

Uluslararası Ticaret Lisans Bölümü 1. Sınıf Öğrencilerimiz Sakarya'da endüstriyel ve garaj kapısı üretimi yapan FGI firmasına ziyarette bulundu. Ziyarete öğrencilerimiz ile bizzat FGI Genel Müdürü ve aynı zamanda SATSO Başkan Yardımcısı olarak görev yapan Günay Güneş, FGI Genel Koordinatörü ve SATSO Yurtdışı İş Geliştirme Komisyonu Başkanı Ali İhsan Güneş, FGI Ticari Koordinatörü Güngör Güneş ilgilendi.



5 Mayıs 2014

Genç Fikirler, Güçlü Kadınlar Fikir Kampı Gerçekleştirildi

Etkinliklerimiz



7 Kasım 2014

Oyak Yatırım'da İnsan Kaynakları Yönetimine Dair Her Şey Etkinliği Gerçekleştirildi.



19 Kasım 2014

Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü 21 gün 37 Derece İş Topluluğu'nun Global Girişimcilik Haftası dolayısıyla düzenlemiş olduğu 'Çarşambayı Girişimci Aldı' adlı seminerler düzenlendi.



Uluslararası Ticaret Öğrencilerimizden Daikin Dış Ticaret Takımı'na Ziyaret

18 Aralık 2014



25 Şubat 2015

Uluslararası Ticaret Bölümü Öğrencilerimiz YAZAKI Fabrikasını Ziyaret Ettiler



5 Mart 2015

Uluslararası Ticaret Bölümü Öğrencilerimiz Hyundai ASSAN İzmit Fabrikasını Ziyaret Ettiler



6 Mart 2015

Uluslararası Ticaret Bölümü tarafından Ekonomi Bakanlığı Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürü Dr. Bader Arslan'ın katılımıyla "Küresel Rekabet ve Türkiye Ekonomisinde Yeni Normaller" konferansı gerçekleştirildi.



16 Mart 2015

E-bebek kurucusu ve Ceo'su Halil Erdoğan ve Time2shirt ve Gömlekplus'ın kurucusu Crystal Bayraktar'ın katılımlarıyla Girişimcilik Tohumları SAÜ'de Atıldı.



16 Mart 2015

E-bebek kurucusu ve Ceo'su Halil Erdoğan ve Time2shirt ve Gömlekplus'ın kurucusu Crystal Bayraktar'ın katılımlarıyla Girişimcilik Tohumları SAÜ'de Atıldı.



24 Mart 2015

Öğrencilerimiz Ticari İstihbarat Kanalları Eğitimine Katıldılar



26 Mart 2015

"Yerelden Globale Bir Başarı Öyküsü: Gizem Frit" konulu konferans 26 Mart Perşembe günü Gizem Frit Genel Müdürü Sn. Tolga BALLIK'ın katılımıyla Sakarya Üniversitesi Kültür ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi.



1 Nisan 2015

Uluslararası Ticaretin Teşviki ve Pazar Analizi Eğitimi



15 Nisan 2015

İstanbul Endüstri ve Ticaret Serbest Bölgesi Gezimiz



22 Nisan 2015

İhracatın Artması İçin Yatırımlar Destekleniyor Ernst & Young Firması Kurumsal Finans Direktörü Orçun Makal ve Global Trade Direktörü Sercan Bahadır konuşmacı olarak katıldı.



29 Nisan 2015

Bölümümüz ve 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu, 29 Nisan 2015 tarihinde TOBB Genç Girişimciler Üst Kurul Üyesi Sn. Sedat Kılıç'ın konuşmacı olduğu 'Öğrenciyken Girişimci Olabilmek' adlı panele katıldı.



1 Mayıs 2015

Öğrencilerimiz Finaller Öncesi Sapanca Kurtköy'de Moral Depoladı



6 Mayıs 2015

Bölümümüz Ekonomi Bakanlığı Ziyaretini Gerçekleştirdi



8 Mayıs 2015

Uluslararası Ticaret Öğrencilerimiz Netkoza ile Gümrük Yazılım Eğitiminde



13 Mayıs 2015

Uluslararası Ticaret ve Bankacılık Uygulamaları Eğitimi Gerçekleştirildi



30 Eylül 2015

Bölümümüzün yeni üyeleri ile 2015/2016 dönemi oryantasyon programı yapıldı.



7 Ekim 2015

21 Gün 37 Derece İş Topluluğu, yeni üyelerine kendini tanıttı.



14 Ekim 2015

21 Gün 37 Derece Topluluğu Yönetim Kurulunu Seçti



22 Ekim 2015

Uluslararası Ticaret Bölümü Tanışma Yemeğinde Buluştu



4 Kasım 2015

Uluslararası Ticaret Bölümü Araştırma Görevlisi Ayşegül Karataş, 'Ekol(L)ojistik: Örnek Olay İncelemesi' ile Akademik Paylaşım Toplantısı'nda lisans ve yüksek lisans öğrencileriyle buluştu.



4 Kasım 2015

Uluslararası Ticaret Bölümü Öğrencileri FGI Endüstriyel ve Garaj Kapı Merkezi'ni ziyaret etti.



5 Kasım 2015

Yaman Koç'un katıldığı 'Dış Ticarete İstihbarat Kanalları Eğitimi' adlı etkinliğimiz İşletme Fakültesi Sabahattin Zaim Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi.



11 Kasım 2015

'Öğrenciyken Yurt Dışı Deneyimi: Work And Travel' adlı etkinliği gerçekleştirildi



11 Kasım 2015

Çağla Çikolata'nın dış ticaret sorumlusu Sayın Umut Beyazpınar öğrencilerimiz ile buluştu.



19 Kasım 2015

Gülden YILMAZ Koton Yönetim Kurulu Eşbaşkanı ile "Sakarya'nın İki Başarı Hikayesi" etkinliği.



20 Kasım 2015

Sumru ATALAY, Doğadan Genel Müdürü ile "Sakarya'nın İki Başarı Hikayesi" etkinliği.



3 Aralık 2015

alibaba.com ve başarısı film gösterimi etkinliği.



9 Aralık 2015

Bir Markanın Doğuşu: Makar Neks



14 Aralık 2015

'Bizler İçin Bir Firca da Siz Tutar Mısınız?' adlı sosyal sorumluluk projemiz 14 Aralık 2015 Pazartesi Akyazı Uzunçınar İlkokulu'nda gerçekleştirildi.



16 Aralık 2015

Geleceğe Dönüş : Fütüristler (TFD) ile Buluşma Etkinliğimiz Gerçekleşti



16 Aralık 2015

Geleceğe Dönüş : Fütüristler (TFD) ile Buluşma Etkinliğimiz Gerçekleşti



23 Aralık 2015

21 Gün 37 Derece İş Topluluğu konuğu Yılmaz Vural ile gerçekleştirilen etkinlik



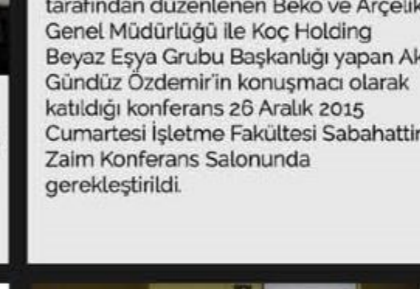
24 Aralık 2015

Uluslararası Ticaret Bölümü Lisans öğrencileri tarafından final öncesi motivasyon sağlamak amacıyla düzenlenen, 'Pizzanın Motive Hali' adlı etkinlik



26 Aralık 2015

Bir Türk Markasının Globalleşme Öyküsü Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı tarafından düzenlenen Beko ve Arçelik Genel Müdürlüğü ile Koç Holding Beyaz Eşya Grubu Başkanlığı yapan Aka Gündüz Özdemir'in konuşmacı olarak katıldığı konferans 26 Aralık 2015 Cumartesi İşletme Fakültesi Sabahattin Zaim Konferans Salonunda gerçekleştirildi.



2 Mart 2016

Uluslararası Ticaret Bölümü 21 Gün 37 Derece Öğrenci Topluluğu'nun düzenlediği "Girişimsel Hikâyeler" adlı etkinlik Bora TAŞÇIOĞLU'nun katılımıyla 2 Mart Çarşamba Saü Kültür ve Kongre Merkezinde gerçekleştirildi.



17 Aralık 2015

"Uygar Eti ile Tedarik Zincir Yönetimine Holistik Bakış" etkinliğimiz gerçekleşti.



31 Aralık 2015

Uluslararası Ticaret Bölümünün Son Dersi Karlar Üstünde Gerçekleştirildi 2015/2016 güz yarıyılı ve senenin son dersinde sözlü vardı.Sorulan soruyu bilemeyen öğrencilerin cezası, arkadaşları tarafından kartopu ile verildi



2 Mart 2016

Uluslararası Ticaret Bölümü 21 Gün 37 Derece Öğrenci Topluluğu'nun düzenlediği "Girişimsel Hikâyeler" adlı etkinlik Bora TAŞÇIOĞLU'nun katılımıyla 2 Mart Çarşamba Saü Kültür ve Kongre Merkezinde gerçekleştirildi.



9 Aralık 2015

İş Topluluğumuz ve bölüm lisans öğrencilerimiz ile Toyota Gezisi



2 Mart 2016

Uluslararası Ticaret Bölümü 21 Gün 37 Derece Öğrenci Topluluğu'nun düzenlediği "Girişimsel Hikâyeler" adlı etkinlik Ekin I. Koşar'ın katılımıyla 2 Mart Çarşamba Saü Kültür ve Kongre Merkezinde gerçekleştirildi.



2 Mart 2016

Uluslararası Ticaret Bölümü Başarılarını Ödüllendirdi
Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümünün 2015-2016 Güz Dönemi Yüksek Onur ve Onur belgesi almaya hak kazanan öğrencileri belgelerini İşletme Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN'ın elinde aldılar.



9 Mart 2016

Geçmişten Günümüze Dijitalleşen Dünya: Girişimcilik ve E-Ticaret

Evidea.com Kurucusu Timur Tandoğar
n11.com Marka Pazarlama Müdürü
Ömürden SEZGİN katılımıyla gerçekleştirilen etkinliğimiz.



Uluslararası



Ticaret



Kahvaltı



Günleri



23 Mart 2016

Güney Kore Çıkarması 'Hyundai Assan Otomotiv Fabrikası Teknik Gezisi'



29 Mart 2016

Saü Uluslararası Ticaret Bölümü İTÜ Çekirdekte

Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölümü öğrencileri İTÜ Çekirdek tarafından düzenlenen "Girişimcilikte İthalat İhracat" adlı etkinliğe katıldılar. Etkileyici sunumu ile Ayşegül Güneyi, ithalat ve ihracat hakkında bilgi verdi ve sektörün içinden tecrübelerini paylaştı. İTÜ ARI Teknokent ARI 3 Binasında gerçekleşen etkinliğin ardından öğrenciler İTÜ Çekirdek ofisini gezme imkanı buldu.



30 Mart 2016

Geleceğin Üniversitelilerine Uluslararası Ticaret Bölümü anlatıldı

Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölümü tarafından düzenlenen tanıtım gününde Sakarya Anadolu Lisesi öğrencilerine bölüm tanıtımı yapıldı. Uluslararası Ticaret Bölümü Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Sinan ESEN hocamızın açılış konuşmasının ardından bölüm başkanımız Doç. Dr. Hakan TUNAHAN bölümün genel yapısından ve sağladığı imkanlardan bahsetti.Yapılan ikramlar ve hatıra fotoğrafıyla tanıtım programına son verildi.



30 Mart 2016

'Okuyoruz, Paylaşıyoruz, Tartışıyoruz' Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölümü 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu olarak düzenlediğimiz İtalyan İş Konuşmalar "Okuyoruz, Paylaşıyoruz, Tartışıyoruz" adlı projemizin ikinci adımı, Uluslararası Ticaret Bölüm Başkan Yardımcısı Yrd. Doç. Dr. Umut Sanem ÇİTÇİ hocamızın önerdiği Malcolm Gladwell'in Outliers adlı kitabın tartışma kısmı Uluslararası Ticaret Bölümü Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Esra DİL hocamızın moderatörlüğünde, 30 Mart 2016 Çarşamba günü Serdivan İtalyan İş Restaurantta gerçekleştirildi.



30 Mart 2016

Dış Ticaret Bilgilendirme Seminerindeydik T.C. Ekonomi Bakanlığı, İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile ortaklaşa olarak 30 Mart 2016 Çarşamba Günü 'Dış Ticaret Bilgilendirme Semineri' Bakanlık temsilcileri tarafından 13.00-18.00 saatleri arasında Sakarya Ticaret ve Sanayi Odasında gerçekleştirildi.Seminere Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü öğrencilerimiz de katıldı.



DOÇ. DR. HAKAN TUNAHAN İLE RÖPORTAJ

Esad Ede: Merhabalar hocam kısaca kendinizden bahsedebilir misiniz?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Lisans öğretimimi İstanbul Üniversitesi İngilizce İktisat bölümünde bitirdim. Yüksek lisansımı da uluslararası finans alanında yaptım. Doktoramı da muhasebe finans alanında bitirdim. 1995 yılında Sakarya Üniversitesi'nde göreve başladım, yaklaşık 21 yıldır Sakarya Üniversitesinde öğretim elemanı olarak çalışıyorum aynı zamanda Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü ve Uluslararası Ticaret Anabilim dalı başkanıyım.

Esad Ede: Uluslararası ticarete neden yöneldiniz? Cazip gelen yönleri nelerdi? Aklınızda ilk uluslararası ticaret ne zaman yer edinmeye başladı?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Uluslararası ticaret benim lisans öğrenimi yaptığım dönemlerde Türkiye yeni

yeni ihracata dayalı sanayileşme politikası gütmeye başlamıştı dolayısıyla cazip bir alan haline geldi. Bu kararı alan hükümet ve onu takip eden hükümetler bu konuda ısrarcı olunca hem yatırım anlamında hem girişimcilik hem de uluslararası ticarete insan kaynağı anlamında önemli bir eksiklik olduğunu düşündüm dolayısıyla ilk o zaman bu alana ilgilim başladı.

Esad Ede: Uluslararası ticari ve ikili ilişkilerde bulundunuz mu? Bulunmak nasıl bir duygu?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Sürekli... Öğretim elemanı olmadan önce de uluslararası ticaret işinde bulundum öğretim elemanı olduktan sonra da hem uluslararası arenada hem de ulusal arenada ticaret yapanlarla ve ilişki yürütenlerle çok sık bir arada bulundum ve bundan çok keyif duydum. Uluslararası ticaretin en keyif verici yanı başka uluslardan başka kültürlerden insanlarla bir araya

gelmek ve bir şeyler paylaşmak. O zaman dünyada tek olmadığınızı anlıyorsunuz ve bu da size vizyon kazandıran bir şey.

Esad Ede: Uluslararası ticarete dikkat edilmesi gereken en temel hususlar nelerdir?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Bir kere uluslararası ticaret demek sadece yeterli kalmayacaktır. Ticaret temelde aynıdır, ister uluslararası ister ulusal ticaret olsun. Bakkalın yaptığı işle holdingin yüz milyonlarca dolarlık ihracatı da esasında aynı mantıkla çalışır, ticaretin mantığı aynıdır zaten. Uluslararası ve ulusal ticarete en önemli unsur güven. Ticaretin temeli güvenlidir. Hatta en büyük hilekârlığı dürüst olmak olduğunu söyleyebilirim. Dürüst olan her zaman kazanır ve güveni karşı tarafa verdiğiniz zaman zaten karşı taraf, alıcılar ya da iş yapmak istediğiniz yatırımcı ve girişimciler, sizin sağlayacağınız malın ve ya hizmetin onların istedikleri şekilde olacağını

bilirler ve herhangi bir sorunla karşılaşmazsınız.

Esad Ede: Ülkemizi uluslararası ticaretin neresinde görüyorsunuz?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Ülkemizin 2000'li yılların başından itibaren ithalatta ve ihracatta önemli bir artışı olduğunu görüyoruz. Bir kere sadece ihracat diye bakmıyoruz, ithalat açısından da bakmak lazım hatta ithalat ihracata göre çok daha hızlı arttı Türkiye'de. 1980'li yılların ikinci yarısından itibaren ihracata dayalı sanayileşme programı başladı ama gerçekten iyi bir artış olmasına rağmen 2000'li yılların başından itibaren belki de 2001 krizini takip eden dönemden itibaren yaklaşık olarak 10 sene boyunca Türkiye'nin dış ticareti çok hızlı gelişti. 30 milyar dolar seviyelerinden 150 milyar dolar seviyelerine ihracat arttı örneğin. 2011 yılından sonra küresel krizle birlikte biraz yavaşladığını söyleyebiliriz. Çok büyük artış oldu ama burada bir sorunumuz var, bu kadar artış olmasına rağmen Türkiye'nin dünya ticaretindeki payı değişmedi. Bundan 15 sene önce de %1 seviyelerindeydik şimdi de %1 seviyelerindeyiz, burada tabii Türkiye'nin önemli çabaları var ama dış ticaretin artışı konusunda küresel bir rüzgâr var. Bu rüzgâr bizleri itirmiş ama bizlerle birlikte diğer ülkeleri de ileriye itirmiş gözüküyor. Bu pastadan daha büyük pay almamız lazım tabii ama bunun için markalı ürünler üretmeliyiz, arge ve inovasyona dayalı ürünler çıkartmalıyız, pazar ve ürün çeşitlendirmesi yapmalıyız.

Esad Ede: Uluslararası ticaretin geleceği hakkında düşünceleriniz ve tahminleriniz nelerdir? Uluslararası ticaret nereye doğru gidiyor?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Gelecekte uluslararası ticaretin nereye gittiğini tam olarak kimsenin tam olarak tahmin edeceğini düşünmüyorum ama dünyaya biraz baktığımızda katlanarak devam edeceğini görebilirsiniz, arada her ne kadar duraksamalar, krizler vesaireler olsa bile önemli adımlar var. Dünyada büyük bir liberalleşme var, ülkeler arasında serbestleşme

eğilimi var yani ülkeler birbirleriyle serbest ticaret anlaşmalarını hızlandırdılar. Bunun en yakın örnekleri Amerika ile Avrupa arasında bir serbest ticaret anlaşması var, transatlantik anlaşması, Pasifik ile Amerika arasında bir serbest ticaret anlaşması var. Avustralya, Yeni Zelanda ve Çin arasında bir serbest ticaret anlaşması var ve bunlar sürekli artıyor. Küba bile dünyaya açılır bir vaziyete geldikten sonra artık şöyle bir durum ortaya çıkıyor; Küreselleşmede sınırlar fulü hale geliyor, ticaret serbest hale geliyor ve nerde ticaret serbest hale geliyorsa orda büyük bir artış ortaya çıkıyor dolayısıyla bariyerlerin ortadan kalkması dünya ticaretinin katlanarak artacağı anlamına geliyor.

Esad Ede: Uluslararası ticarete İngilizce temel bunu hepimiz biliyoruz, peki İngilizce haricinde geleceğin trend dilleri neler olabilir? Bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: İngilizce çok önemli tabii bunu hep öğrencilerimize söylüyoruz. Bir süre sonra İngilizcenin ne kadar önemli olduğunu anlıyorlar. Bir kere İngilizce olmadan uluslararası ticaretin lafını bile edemezsiniz, bu çok önemli bir nokta. Konjonktürel olarak dünyada popüler diller değişmeye başlıyor. İngilizce çok uzun süredir varlığını koruyor ama ambargonun kalkmasıyla birlikte İran'a bağlı olarak Farsça önemli bir aranan dil becerisi haline gelmeye başladı. Onun dışında Türkiye'nin

yakın komşularıyla olan ilişkilerinde Arapça önem kazanıyor. Çince ve Almanca şuanda aranan diller arasında. Rusya ile ilişkilerimiz bozulduğu için Rusça biraz geri plana düşmeye başladı.

Esad Ede: Hayatınızı uluslararası ticarete adanmış biri olarak yeni bir teslim veya ödeme yöntemi geliştirmek ister miydiniz? Bu nasıl olurdu?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Milletlerarası Ticaret Odası teslim şekillerini ve ödeme yöntemlerini yapıyor özellikle teslim şekillerini. Teslim şekilleri zaten on yılda bir Milletlerarası Ticaret Odası'nın çok büyük bir zemininde tartışılıyor ve sürekli de değiştiriliyor. Teslim şekilleri şuanda ideal gözüküyor ama en son 2010 versiyonunu kullanıyoruz belki bir iki sene sonra yeni bir versiyonla gündeme gelecek gibi gözüküyor. Zaten oradakiler dünyanın her tarafından odalardan, borsalardan, ticaret erbaplarından gelenler bir araya gelip teslim şekillerini değiştiriyorlar. Ödeme yöntemleri konusunda artık yeni bir ödeme yöntemi dünya gündemine geliyor o da; BPO dediğimiz banka ödeme yükümlülüğü ödeme yöntemi var. Mal mukabili ile akreditifin hibrit bir karışımı gibi düşünebiliriz bu ödeme yöntemini. Bu ödeme yöntemi akreditifin güvencesini sağlıyor ve mal mukabilinin basitliğini de beraberinde getiriyor. Elektronikleşmenin ödeme yöntemlerine bir yansıması olarak düşünebiliriz bunu, bu hakikaten iyi bir ödeme yöntemi ama yerleşmesi için biraz zamana ihtiyaç var.



Esad Ede: Bulduğumuz şehir Sakarya ticari açıdan çok önemli peki Karasu Limanı yapılmalı mı? Bu Sakarya'yı nasıl etkiler? Otomotiv sektörüne yönelik bir kümelenme oluşuyor diyebilir miyiz?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Sakarya bir kere ihracatı en çok artan il şampiyonluğunu elinde bulunduruyor, aynı zamanda en çok ihracat yapan ilk 10 şehir arasında yer alıyor. Yalnız Sakarya'nın bu ihracatının kompozisyonunda bir sorun var, bir firmayı çıkarttığınız takdirde Sakarya'nın ihracatı %65 oranında düşüyor, bu çok büyük bir oran... Bunun çeşitlendirilmesi için Karasu limanı ve hinterlandı önemli bir yer haline gelmeye başladı. Özellikle Karasu civarında liman hazırlıkları ve demir yolu bağlantısı devam ediyor aynı zamanda 3. Köprü bağlantı yolları da yapılacağı zaman orası hakikaten iyi bir liman olacak. Arka planında da özellikle demir çelik tesisleri kuruluyor, şu anda yatırımı var. Yabancı otomobil firmaları (özellikle tabii doğrusya) BMW'nun yatırımları olabilecek, halen orada bir Rus firması otomobil üretiyor. Aynı zamanda başka yan sanayii firmalarının da oraya gelmesi bekleniyor bir kere liman vasfı sebebiyle ve Karadeniz kıyısından çıkış sağlayacağı için Karasu limanı çok önemli bir cazibe merkezi haline gelecek. Bir dönem orada İpek Yolu serbest bölgesi yapılmaya çalışıldı ama 2001 krizinde taahhüt eden firma sıkıntıya girince o projeden vazgeçilmişti. Şimdi Karasu limanı, bu projeyi ikame edecek gibi gözüküyor.

Esad Ede: İnşallah, ticaretin en büyük hilesi dürüstlüktür dediniz, ticaretin

en büyük hilesi dürüstlüktür dediniz, ticaretin kendine has bir kültürü var bu kültürü ve bunun uluslararası boyutunu öğrencilere ders olarak anlatmak zor mu ve ders anlatırken teorik olarak mı yoksa güncel olaylarla mı anlatmayı tercih ediyorsunuz?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Şimdi bu bahsettiğin uluslararası pazarlamaya giren bir konu ve uluslararası pazarlama çok keyifli bir alan esasında çünkü dünyada 300e yakın ülke var, 300'e yakın ülkenin içerisinde binlerce farklı etnik grup, dini grup ve farklı alt kültürler var. Dolayısıyla bunları anlatmak ve bu örnekleri vermek çok önemli esasında şöyle düşünüyorum zaman zaman sosyal medya-internet çok gelişti, videolar, paylaşımlar vesaire birçok şey var insanlar her konuda çok bilgi sahibi oluyorlar ama o bilgi sahipliği çok bir anlam ifade etmiyor. O bilgiyi teoriyle birleştirmek gerekiyor veya o bilgiyi konsolide etmek lazım yani bir amaca doğru yönlendirmek lazım. Dolayısıyla pazarlama dersleri insanların sosyal medyada bulduğu örnekler üzerinden anlatılabilir ama biz onu teori ile birleştirip kültür harmanı yapıp anlatmayı tercih ediyoruz yoksa uluslararası pazarlama sadece teori ile anlatılacak bir alan değildir.

Esad Ede: Teşekkürler. Bölümümüzdeki birçok öğrenci için bir idolsünüz...

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Sağolun. Teşekkür ederim...

Esad Ede: Bu su geçirmez bir gerçek. Şöyle bir soru sormak istiyorum. Hakan Tunahan'ın öğrencilerinin genel

bir profili var mıdır? Çoğu mezun olan öğrencilerinizle de iç içesiniz... Hakan Tunahan'ın öğrencileri için mezun olduktan sonra izlediği bir yol var mıdır? Hepsini girişimci bir ruh barındırıyor mu?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Sadece mezuniyet değil, bu mezun öğrenci profili eğitim dönemlerinde oluşmaya başlıyor. Biz bir kere farklı bir bölümüz. Bunu da çok farklıyız diye anlattığımızda rahatsız olunabilir. Çok altına da girmek istemiyoruz çok farklı olduğumuzu herkes, öğrencilerimiz de dahil bilir. Çok dinamik bir bölümümüz ve esnek düşünen bölümümüz biz kendimize butik bölüm diyoruz ama pahalı bir butiğiz, ürünümüz de pahalı çünkü değerli ürünler üretiyoruz ve herkesin onu almasını istemiyoruz açıkçası pazar açısından. Öğrencilerimiz eğitim görürken bir kere bizim en çok dikkat ettiğimiz konu; bölüme aidiyetlerinin olması, bölüm aidiyeti beraberinde hocasına sevgiyi, uzman olmak istediği konuda ilgiyi de beraberinde getirir ve hayat boyu da okuluyla bağını koparmamasını sağlar, aidiyet böyle bir şeydir. Dolayısıyla bizim ilk yapmaya çalıştığımız şey bölüm aidiyeti sağlamak. İkincisi; üniversitenin sadece sınıf içinde dersten ibaret olmadığını gösterip, senin ve diğer arkadaşlarının yaptığı gibi sınıf dışı alanlarda etkin olmasını sağlıyoruz. Bu sınıf dışı etkinliklerde biz beraber oluyoruz sınıf içinde beraber olmaktan çok daha fazla beraber olmuş oluyoruz ve bunun sonucunda geldiğimiz nokta mezun oldukları zaman öğrencilerimiz bölümüne ve hocalarına bağlı, mesleğini seven öğrencilerimiz oluyor. Bağlarını da bu yüzden kopartmıyorlar çünkü biz yapay bir bağ değil, organik bir bağ oluşturuyoruz mezunlarımızla... 20 yıl oldu ilk mezunlarımızla da görüşüyorum, hatta Mayıs'ta tüm mezunlarımızla Boğaz'da bir tekne turu yapacağız ve tabii siz mezun olduğunuzda sizle de bu tür organizasyonlar yapacağız. Bu mezun olanlar içerisinde 20 yıl önce mezun olanlar da var geçen sene, 2 sene önce mezun olmuş olanlar da var dolayısıyla böyle bir ağ oluşturmuş olmaktan memnunum.

Esad Ede: Şuan piyasada çalışan insanlardan şikâyetçiyiz ve bu kadar çok eğitime önem veriyoruz Uluslararası Ticarete bilgili olmanın



bizlere sağlayacağı avantaj nelerdir?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Piyasada bir ayırım vardır biliyorsun "Alaylılar" ve "Okullular" diye... Okullular siz oluyorsunuz, alaylılar ise şu anda piyasanın önemli bir kısmını oluşturuyor yani okulundan mezun olmayıp iş içerisinde kendini yetiştirmeye çalışan insanlara biz alaylı adını veriyoruz. Tabii bunlar içerisinde de çok değerli insanlar var mutlaka hatta Türkiye'nin dış ticaretine bir dönem yön vermiş insanlar var ama artık bu devrin bittiğini düşünüyorum artık o kişiler Türkiye'nin vizyonunda olmamaları lazım. Bu işin 4-5 sene hem teorik hem pratik eğitimini gören arkadaşlar onların yerini alacak gibi gözüküyor. Sizler piyasaya çıkmaya başladıkça bu arkadaşlar yerlerini hızla sizlere terk edecek gibi gözüküyor ve uluslararası ticaretin her zaman söylediğim bir şeyi var para arıyorsanız orada, tatmin arıyorsanız orada, kültür arıyorsanız orada...

Esad Ede: Fakültemiz AACSB sürecinde, biz de Uluslararası Ticaret olarak bu sürecin başını çekiyoruz. Peki, bu bölümümüzde neleri değiştirecek? Neleri etkileyecek? Bize ne gibi katkıları olacak?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Fakültenin AACSB Koordinatörü

olarak yaklaşık 1,5 senedir bu görevi yürütüyorum ve bunu bir proje olarak görüyorum, heyecan verici bir proje... Amaçladığımız şu; İşletme Fakültesi'nin dünya standartlarında eğitim vermesini planlıyoruz ve verdiği eğitiminde tescil edilmesini istiyoruz. O yüzden de dünyanın en zor akreditasyon kurumunu seçtik. Çok sert kuralları, çok yüksek beklentisi olan bir kurumla karşı karşıyayız. Bunun için çok çalışıyoruz. Çalışıyoruz ama ne için çalışıyoruz, akreditasyonun en temel hedefi öğrenciler esasında... Akredite olan bir okulda okuyan öğrenciler bir kere öncelikli olarak işverenler tarafından tercih ediliyorlar Amerika'nın en büyük 500 şirketinin yöneticileri büyük çoğunluğu bu akreditasyonu alan okullardan mezunlar, o noktaya çok hızlı ilerliyorlar, mezunlar için böyle. Okulda okurken ise öğrenme çıktılarını garanti altına alıyoruz. Yani ne diyorsak onu veriyoruz arkadaşlara, zaten akreditasyon kurumu bunu yapmazsanız sizi başarısız sayıyor. Size ne söz veriyorsak mezun olduğunuzda o niteliklere haiz olmanızı sağlayacağız. Bu çok önemli. Onun dışında uluslararasılaşan bir fakülte haline geleceğiz çünkü akreditasyon bir kulüp anlamına geliyor. O kulübe dâhil olduğunuzda tüm dünyada bu akreditasyonu almış okulların içine girmiş oluyorsunuz ve öğrenci olarak bunların nimetinden faydalaniyorsunuz. Yani Avrupa'da Amerika'da her yerde AACSB öğrencisi olarak hızla yeni eğitim safhalarına girebilirsiniz, lisansüstü vesaire diplomanız zaten kabul ediliyor aynı zamanda dünyanın her yerinde iş bulma imkânınız ortaya çıkıyor.

Esad Ede: Son olarak hazırlık, lisans ve yüksek lisans öğrencilerine tavsiyeleriniz nelerdir?

Doç. Dr. Hakan Tunahan: Bölümümüz 3 senedir lisans eğitimi vermekte henüz 3. Sınıflarımız olmasına rağmen çok hızla büyüyor, şu anda hazırlık sınıfında, birinci, ikinci ve üçüncü sınıflarda öğrencilerimiz var yatay gelen dikey gelen, yabancı olarak gelen öğrencilerimiz de var yani hızla büyüyen bir aileyiz. Buradan öğrencilerimize şu tavsiyede bulunmak isterim bir kere mesleklerini sevmeleri lazım, klasik bir üniversite eğitimi için burada olmamaları gerekiyor çünkü biz klasik bir bölüm değiliz. Bir diploma veren yüzlerce üniversite var. Eğer farklı olmak istiyorlarsa kendilerini farklılaştırmalıdır. Bu da ancak okulda ki faaliyetlere katılmaları ve derslere aktif şekilde katılmaları ile olur.

Esad Ede: Bizlere vakit ayırdığınız için teşekkür ederiz.





21Gün 37Derece İş Topluluğu Yön. Kur. Bşk. Ahmet Yağız Çalış ile Röportaj

Zeynep Erkan: Öncelikle kendinizi bize tanıtır mısınız?

Ahmet Yağız Çalış: Merhaba. İsmim Ahmet Yağız ÇALIŞ. Uluslararası ticaret 3.sınıf öğrencisiyim aynı zamanda "21 Gün 37 Derece İş Topluluğu" yönetim kurulu başkanıyım.

Zeynep Erkan: Öğrenci topluluklarının öğrenciler üzerindeki etkileri tam olarak nelerdir? Genelde öğrenciler bu tür faaliyet gösteren toplulukların derslerine engel olacağını düşünür ve hangisine odaklanacağına karar veremiyorlar. Siz 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu başkanı olarak bu konuda neler söyleyebilirsiniz?

Ahmet Yağız Çalış: Öğrenci topluluklarının öğrenciler üzerinde birçok etkisi var. Ben üniversiteyi iki şekilde düşünüyorum; teori ve uygulama. Teori kısmını derslerde görüyoruz fakat uygulama kısmını staj dışında üniversitede yapabileceğimiz herhangi bir uygulama yok. O açığını bence öğrenci kulüpleri tamamlıyor. Birde yaptığımız etkinliklerden görüyoruz ki gelen yöneticiler, insan kaynakları yöneticileri diyorlar ki " Mutlaka öğrenci topluluklarında çalışın çünkü size birçok şey öğretecektir." Ki bence bize topluluğumuzun en çok verdiği şey takım çalışması. Takım çalışmasını en iyi şekilde yapabileceğimiz yer öğrenci topluluğudur. İkinci soruna gelirsek bence topluluklar dersleri kesinlikle olumsuz etkilemiyor. Özellikle bizim

topluluğumuzda vize ve final haftasına herhangi bir etkinlik veya çalışma koymuyoruz. Bu sayede de öğrenciler ders çalışabiliyor. Ayrıca yönetim kurulundaki üyelerimizin not ortalamasının da yüksek olması bunun en büyük kanıtı bence. Bu yüzden etkilemediğini düşünüyorum.

Zeynep Erkan: Okulumuzda birden fazla topluluk var. Biz neden 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu'nu seçmeliyiz? Bu kulübü diğerlerinden farklı kılan şeyler nelerdir?

Ahmet Yağız Çalış: İsminden de anlaşılacağı gibi isminden başlayarak yaptığımız etkinliklerimiz çok farklı, çalışanlarımız çok farklı, davet ettiğimiz kişiler çok farklı... 21 Gün 37 Derece iş topluluğu bir girişimcilik kulübü ve bizim üniversitemizde girişimcilik kulübü adı altında birden fazla kulüp var ama en

ama en aktif kulüp 21 Gün 37 Derece iş topluluğu. Ayrıca 21 Gün 37 Derece iş topluluğu yaptığı etkinliklerle çok farklı olduğunu kanıtlamıştır. Çünkü herkesin yaptığı ya da yapabileceği etkinlikler yapmıyor. Çok daha farklı şeyler yapmaya çalışıyor. En önemlisi ise amacı en aktif üniversite topluluğu olmak değil, toplulukta çalışan öğrencilerin kendi gelişimlerini kendilerinin sağlaması. Bu yüzden çok farklı bir topluluk.

Zeynep Erkan: Kulübümüz bu yıl yaptığı etkinliklerle, çağırıldığı isimlerle, faaliyetleriyle ismini çok fazla duyurdu. Çalışmalar, takım kaptanları ve takım ruhu hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Ahmet Yağız Çalış: Bence de çok güzel etkinlikler oldu, çok güzel etkinlikler yapıldı. Bunun da en önemli sebebinin toplulukta çalışan kişiler olarak söyleyebilirim. Öncelikle yönetim kurulu çok iyi çalıştı. Hepsi çok becerikli, yetenekli ve akıllı insanlar. Onların sayesinde oldu. İkincisi takımlarda çalışan insanlar çok iyi çalıştı. Herkes kendini verdiği için çok güzel işler ortaya çıkmış oldu. Bu yüzden bu sene çok güzel çalışmalar gerçekleşti. Daha da iyi olacağını düşünüyorum. Dediğim gibi bunun en önemli sebebinin çalışan insanlar özellikle yönetim kurulundaki çalışan insanlar olduğunu düşünüyorum.



Zeynep Erkan: Peki, tecrübeli bir kulüp olarak yeni kurulan topluluklar hakkında neler söyleyebilirsiniz? Onlar için tavsiyeleriniz neler?

Ahmet Yağız Çalış: Aslında çok hızlı büyüdüğümüz için çok tecrübeli bir kulüp olarak gözükmemize rağmen geçen senenin başında kurulduk. Ama çok hızlı ilerledik bu yüzden tecrübeli olarak gözüküyoruz. Tabii çok fazla şey öğrendik. Önereceğim en büyük şey kendileri kulübe vermeleri, kulübün kendilerini geliştireceğini düşünmeleri ve bunun üzerinde çalışma yapmaları. Aynı zamanda diğer kulüpleri de inceleyip kendilerini farklı kılacak şeyler de yapmaları gerekiyor. Bunlar çok önemli ama en önemli şey kendini vermek ve bir ekip oluşturmak, takım ruhu oluşturmak. Yapılabilecek en iyi şeyler bunlar.

21 Gün 37 Derece İş Topluluğu Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Ahmet Yağız Çalış'a bize zaman ayırdığı için teşekkür ederiz.



Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret bölümünü tercih etmenizdeki en önemli etken nedir?

İrem AKSOY: Açıkçası bölüm seçerken çok zorlandım. İlgi alanım çok fazlaydı ama en büyük ilgi alanım yabancı dil olduğu için uluslararası bir bölüme gitmek istedim. Uluslararası ticaretinde uluslararası bölümler içinde geleceği en parlak meslek olduğunu düşündüğüm ve de yabancı dil yeteneğimi kullanabileceğim bir bölüm olduğunu düşündüğüm için bu bölümü seçtim.

İbrahim IŞIK: Aslında ben futbol onayan birisiydim. Aklımda üniversite okumak yoktu. İyi fiyata futbol oynuyor yazın da çalışıyordum. Başakşehir Spor Kulübü beni transfer etmek istedi ama babam okumamı istedi. Bende eğer okursam sadece ticaret okurum dedim çünkü çocukluğumdan beri bu işlerle uğraşıyordum. Sakarya'yı seçmemin sebebi ise kaliteli üniversite olması ve yaşadığım şehre yakın olması diyebilirim.



Serkan MURATLAR: Sakarya Üniversitesi bölümünü tercih etmemdeki temel etken kendimi bu alanda geliştirebileceğime inancımın tam olması. İşletme, iktisat gibi genel bölümler yerine daha butik bir bölüme gelmeyi tercih ettim ve o bölümünde Sakarya da var olması nedeniyle geldim.

Şenay TUNAGUR: En önemli etken benim iş kadını olmak istemem. LYS sıralamamın yüksek olması beni Marmara bölgesinde bir üniversite yazabilmeme olanak sağladı. Araştırma yaparak Sakarya Üniversitesinde kendimi geliştirebileceğime karar kıldım ve tercihim ona yönelik yaptım.

Merve ÇELİK: Aslında tercih zamanı aklım epeyce karışmıştı. Arkadaşım uluslararası ticaret bölümünü bana önerdi ve bende üzerine biraz araştırma yaptım. Sakarya şehir olarak gelmek istediğim bir yerdi ve hayallerimde hep farklı ülkelerde seyahat etmek vardı. Bu bölüm bana bunları sunuyordu bu yüzden tercihlerimde yazdım.

Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret bölümü, gelmeden önceki beklentilerinizi karşılayabildiniz mi?

İrem AKSOY: Beklentilerimi aştığını bile söyleyebilirim. Çünkü benim matematik altyapım olmadığı için zorlanacağımı düşünmüştüm ve arkadaşarımdan geride kalacağımı sanmışım. Çünkü arkadaşarımdan bilerek gelmişti ama ben bilmeden gelmişim. Ama hocalarımızın çok ilgili olduklarını gördüm. Altyapımın olmadığı derste bile başarılı oldum. Bu beklentilerimi karşıladı ve aştı.

İbrahim IŞIK: Ben bu bölüme gelmeden önce kaliteli, disiplinli bir eğitim göreceğimi düşünmüştüm ve beklentilerimi karşıladığını düşünüyorum.

Serkan MURATLAR: Sakarya ili bana ilk başta tercih dönemi itici geliyordu fakat buraya geldikten ve hazırlık okuduktan sonra uluslararası bölümünün Sakarya üniversitesinde diğer bölümlerden farklı bir bölüm olduğunu, öğrenci ile öğretmen arasında sıkı bağların olduğunu gördüm. İyi iletişimin var olduğu bir bölüm olduğu kanaatine vardım. Bu yüzden beklentilerimden fazlasını karşıladığını söyleyebilirim.

Şenay TUNAGUR: Ben üniversiteye gelirken bir beklentim yoktu. Benim asıl beklentilerim iş hayatına yönelik.

Merve ÇELİK: Aslında gelirken çok büyük beklentilerim yoktu ama buraya geldikten sonra hocalarımızın, bizden üst sınıf olan arkadaşarımdan ve kulüpte çalışanların emeklerini gördükçe daha çok bu işi yapmak bu işin bir parçası olmak istedim ve her geçen gün bu bölüme ve kendime daha çok güvenmeye başladım.

Bu bölümde okumanın ayrıcalıklı olduğunu düşünüyor musunuz?

İrem AKSOY: Kesinlikle düşünüyorum. Diğer bölümlerdeki arkadaşarımla görüşmelerim sonucunda bizim bölümün etkinlikleri olsun, eğitimi olsun çok iyiler. Bölümümüzde hem bir resmîlik hem de bir samimiyet var. Bunlar benim hoşuma gidiyor.



İbrahim IŞIK: Bence uluslararası ticaret bölümünün İşletme Fakültesinin en sağlam bölümü olduğunu düşünüyorum. Alanlarında uzman hocalarımız ve kaliteli eğitimle kendimizi diğer bölümlerden ayrı bir yerde görüyorum.

Serkan MURATLAR: Bu bölümde okumak başlı başına bir ayrıcalıktır bana göre. Öğrenci kulübü olsun, bölüm hocalarımız olsun hepsi birer ayrıcalık. Birbirimiz arasında olan kuvvetli iletişim bağının var olması uluslararası ticareti diğer bölümlerden ayıran en temel özelliklerden biri.

Şenay TUNAGUR: Ayrıcalık olduğunu düşünüyorum çünkü alanımda kendimi ileri taşıyacağına inandığım planlar tasarlıyorum.

Merve ÇELİK: Tabi ki ayrıcalıkları var. Bunca yıldır uluslararası ticaret yapan iş adamlarının bazı kolay yöntemleri bilmedikleri için ezbere yollarla bu işi yapıyorlar. Hangisi daha kolaylarına geliyorsa ticareti o şekilde gerçekleştiriyorlar. Biz burada bunun eğitimini alıyoruz ve iş hayatımızda da en iyi şekilde uygulayacağımıza inanıyorum.



Bölümün ilk öğrencileri olarak bölüm hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Gizem Yılmaz: Bölümün ilk öğrencileri olarak, devlet üniversitelerinde yeni yeni yaygınlaşmaya başlayan ve yeni açılan bölüm olmasına rağmen eğitim kadrosu ve ders içerikleriyle birçok alanda hem teorik hem pratik anlamda zenginleşmemizi sağlayan bir bölüm oldu. Eğitim kadrosuyla öğrenciler iç içe olduğu için bölümün eksik yanlarını bizlerle tecrübe edinip iyileştirme yoluna giren bir bölüm, her dönem eskiye göre daha iyi oldu ve bu ivme gittikçe artıyor.

Hakkı Bostancı: Bölümümüzün ilk öğrencilerinden biri olarak uluslararası ticaret bölümünde okumaktan son derece memnun olduğumu söyleyebilirim. Bu durumun kısmen zorlukları olsa da pozitif yanlarının zorluklarından daha fazla olduğunu düşünüyorum. Üniversite tercihini yapacak olan arkadaşlara Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret bölümüne de bir göz atmalarını öneririm.

Esna Güler: Bölümün ilk öğrencileri olarak 3 sene de bölümde nelerin nasıl değiştiğini görme şansımız ve gelecekte bu bölümün çok daha iyi yerlere geleceğini gördük. Hocalarımızın ilk göz ağırları olma şansını da edinmiş olduk :) Bu bölüm gelecekte gerçekten Sakarya Üniversitesi'nin en çok tercih edilen bölümü olacaktır.

Rumeysa Çoğal: Bölümü tercih ederken bölümün ilk öğrencilerinden olacağımı biliyordum ve bu benim tercihim olumlu bir yönde etkilemişti. İlk öğrencileri olduğumuz için hocalarımız bizimle daha farklı ilgilendiler ve bize olumlu çok şey kattılar. İlk olmanın her zaman için avantaj ve dezavantajları vardır. Üzerimizdeki yoğun ilgiyi hem avantaj hem de dezavantaj olarak örnek gösterebilirim. Bu bölümün ilk öğrencileri olarak kurumda değişen şeyleri gözlemlene fırsatımız oldu ve ilk olduğumuz için bölümümüzü daha çok sahiplendik. Uluslararası Ticaret bölümünün bir anda yükselen bir bölümü olduğuna inanıyorum ve bu yükselişinin hızlı bir şekilde devam edeceğini düşünüyorum.



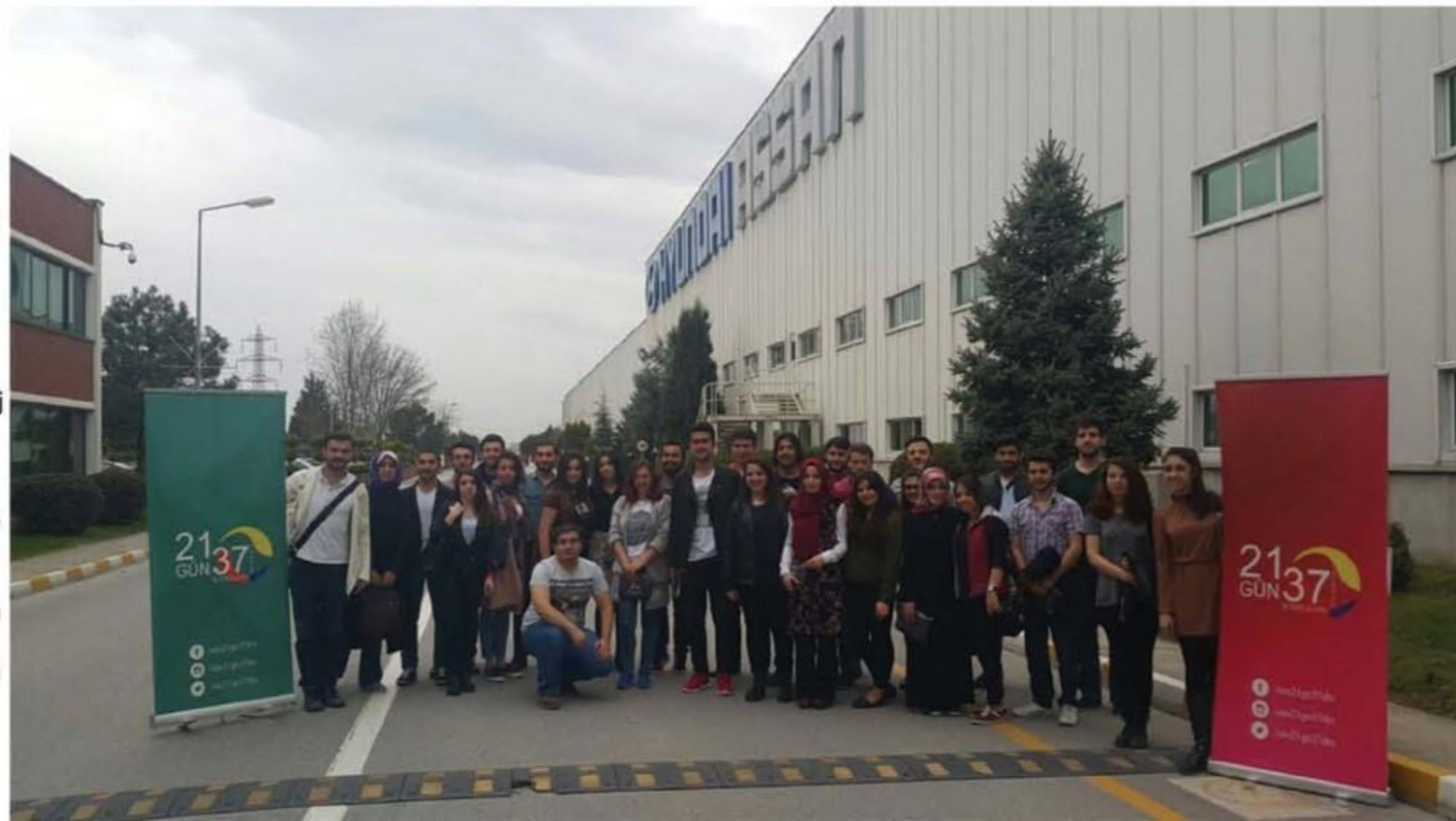
Tahsin Eren Ülgen: Bölüme ilk geldiğimde mutlu değildim, çok zorlanıyordum. Fakat 2. Sınıfta teknik bilgileri öğrendikçe hocalarımın donanımları sayesinde bölümü sevmeye başladım ve Sakarya Üniversitesi'nde bu bölümü yazdığım için çok mutluyum.

Onur Can Bayram: Bölümü gerçekten isteyerek ve severek seçtim ancak beklentilerimin üstünde gerçekleşti

her şey. Bölümün ilk öğrencisi olmak, öncü olmak, bölümün ilk adımı olmak benim için çok büyük bir onur.

Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret bölümünden mezun olunca iş bulabileceğinizi düşünüyor musunuz? Sakarya Üniversitesi'nin iş bulmanızdaki etkisi nedir?

Gizem Yılmaz: Mezun olunca, uluslararası ticareti kapsayan her daldan bilgi sahibi olduğum için iş bulma alanlarımız artıyor. Yönetici olarak yetiştirilen bizler ara elamanların yapacağı her işi özümseyoruz ve bu bizde avantaja dönüşüyor. Sakarya Üniversitesi'nin bizim bölümümüzde bulunan eğitim kadrosunun en iyileri olması bizimde bu işte en iyi olmamız için büyük bir adım teşkil ediyor.



Hakkı Bostancı: Ben üniversitede kendini geliştirmiş her insanın kolaylıkla iş bulabileceğini düşünüyorum.

Esna Güler: Okuldan mezun olunca iş bulabileceğimi düşünüyorum. Sakarya da alanım açısından oldukça geniş iş imkânları var burada olan firmalarda ileride Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret bölümü bünyesinden mezun öğrenci tercihi de yüksek olacaktır çünkü aldığımız eğitimin bölüm kalitesinin bilinirliği giderek yayılıyor.

Rumeysa Çoğal: Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret bölümünden mezun olduğumda iş bulabileceğime inanıyorum. Çünkü bölümde iş hayatında karşımıza çıkabilecek şeyler ilk sınıftan itibaren bize öğretildi. Gittiğimiz seminerlerde de gördüğümüz üzere sektörde uzun yıllardır çalışan kişilerle aynı bilgiye sahip olduğumuzu hatta bazılarının daha fazla bilgili olduğumuzu birçok kez anladık. Sakarya ticaret konusunda yükselen bir grafiğe sahip olduğu için istihdam alanlarının fazla olduğunu düşünüyorum ve Sakarya'da kalıp çalışmak istersem de kolaylıkla iş bulabileceğim inanıyorum.

Tahsin Eren Ülgen: İş bulma konusunda hiç şüphem yok. Bölüm başkanımızın networkünün tüm öğrencilere yeteceğini düşünüyorum. Hakan hoca hepimiz için çok iyi bir referans.

Onur Can Bayram: İş bulabileceğimden emin sayılırım. İş alanımızın fazla olduğunu, bölümümüzün mezun sayısının az olduğunu biliyorum. İş fırsatlarının sürekli derslerde söylenmesi, sanayisinin iyi olması, girişimci yetiştirmek istemeleri Uluslararası Ticaret bölümünün farkı olarak söylenebilir.

Uluslararası Ticaret bölümünü İşletme Fakültesi'ndeki diğer bölümlerden farklı kılan faktörlerin neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Gizem Yılmaz: En büyük farklılık, iç içe eğitim ve bölümün diğer üniversite bölümlerine göre daha az kontenjanda öğrenci almasıdır, bunlar eğitim kalitesini artıran etmenlerdir. Sınıf mevcutları az olduğu için akademisyenler bizimle birebir ilgilenme imkânını elde ediyor ve bu da formalleşmiş eğitim düzenini yıkıyor bize olumlu olarak yansıyor. Eğitim kalitesini bir üst düzeye çıkartıyor. Hakkı Bostancı: Diğer bölümlere göre birbirimizle daha iç içeyiz ve hocalarımızla kolay bir şekilde görüşme şansı bulabiliyoruz. Bölüm yemekleri, düzenlenen teknik geziler gibi yaptığımız çeşitli etkinlikler bence diğer bölümlerden çok farklı olduğumuzu gösteriyor.

Esna Güler: Uluslararası Ticaret bölümü diğer bölümlerinde iş imkânlarını barındırması açısından daha farklı bir bölüm.

Rumeysa Çoğal: Ders programını ve sınav takvimini hazırlarken bile öğrencilerinin fikrini alan bir bölümden bahsediyoruz. Sadece bunu göz önünde bulundurursak bile diğer bölümlerle arasında açık ara fark olduğunu görmek zor değil. Bölüm başkanının odasına çekinmeden girebilen öğrenciler ve bölümdeki öğrencilerine adıyla hitap eden hocalara sahip olan bir bölüm. Her dönem 200-300 kişi alan diğer bölümlerle kıyaslanmasının mümkün bile olmadığına inanıyorum. Diğer bölümlerin amacı mezun vermekken Uluslararası Ticaret bölümü eğitim vermeyi amaçlıyor. Bunlar ve sayamayacağım birçok neden bölümümüzü diğer bölümlerden farklı kıyor.

Tahsin Eren Ülgen: Uluslararası Ticaret bölümü hocaların niteliği ve öğrencilerinin kalitesi açısından zaten kendini her yerde belli ediyor. Bölüm olarak kurduğumuz kulübün de bu kadar kısa süre içinde böyle büyüyüp sürekli etkinlik yapmasından da bu açıkça anlaşılıyor

Onur Can Bayram: Öğrencilerin istediklerinin dikkate alınması, hoca ve öğrencilerin ortak kararlar alması ve bölümün sürekli "öğrencilere ne katarız?" sorusunu düşünmesi olarak gösterebilirim.

Mavi'nin En Karlı Tonu

Mavi demişken, popüler bir tatil köyünde denize sıfır, 5 yıldızlı ve markalaşmış bir oteller zincirinin oteli olduğu düşünün. Sizin kalkıp ona rakip olarak karşısında otel açmanız ve tutunmanız bir hayli zorlu olacaktır. Günümüzde sektörlere yeni firmalar girmesi ve eski büyük karları elde etmesi mümkün değildir gibi görünür. Devasa şirketlerin bulunduğu sektöre adım atmak, yatırım yapmak çok risklidir. Eğer bu adımı atmışsanız kızıl bir okyanusa girmişsinizdir demektir. Kızıl bir okyanus kana bulanmıştır ve tutunmak diğer köpek balıkları tarafından parçalanmamak çok küçük bir ihtimaldir. Piyasada tutunmak isteyen bir firmanın amacı mavi okyanusu bulmaktır yani henüz ulaşılmayan müşteri kitlesine ulaşmak ve onlara hizmet götürmektir. Mavi Okyanus hızla büyüyen bir akımdır. Özellikle cezp ediciliği olmayan, henüz yaratılmayan işlerden alır. Sınırları asla yoktur. Kızıl bir okyanus riskli ve çok fazla oyuncunun olduğu, rekabetin esas alındığı bir noktadır. Mavi ise henüz ortada olmayan ve yaratıcılık isteyen bir akımdır.

2005 yılında "Mavi Okyanus Stratejisi", o dönemde radikal bir yönetim stratejisi olarak hafızalara kazınmıştır. Harvard Business Review'da yayınlanan bir makaleyi esas alan kitabı, INSEAD Strateji

profesörleri W. Chan Kim ve Renee Mauborgne kaleme alıp yayınladı. Basıldığı yıl 1 milyon kopyanın üzerinde satılan kitap, INSEAD'da Mavi Okyanus Stratejisi Enstitüsü'nün kurulmasını da sağladı. Bu kitap, aynı zamanda stratejide "bilinmeyen mavi okyanusları" gündeme getirdi.. Mavi okyanus stratejisi, rekabeti devre dışı bırakan bir yöntem.. Kırmızının sınırları çizilmiş, kuralları çoktan belirlenmiş. Birçok oyuncu var, kaynaklar belli.. Pastadan daha büyük dilim almak ve pazarı kontrol etmek için kıyasıya rekabet ediyorlar. Mavi ise yaratılmayı bekleyen işlerden, şirketlerden ve sektörlerden oluşuyor.. Mavinin sınırları yok, kaynakları ise ancak hayal gücümüz sınırlayabilir. Çok fırsat, bir o kadar çok yapılabilecek şey var, bunun karşısında ise görece az bir rekabet var. Kurallar ise koyulmayı bekliyor, şirketler, sektörler ve pazarlar oluşukça gelişiyor..

Mehmet Esad Ede
esad_edehotmail.com



Hilmi Tuna Yapıncak
tuna341453@gmail.com

Uluslararası Ticaret Üzerine

21.yüzyılda, bilgi çağına geçen dünyamızda mesafelerin kalmaması, rekabetin küreselleşmesi, tüm dünyada bilmeyi, öğrenmeyi ve bilgiyi paylaşmayı ön plana çıkarmıştır. Ülkemizin 2023'te ulaşmayı hedeflediği 500 milyarlık ihracat, yabancı yatırımcıların ülkemize olan ilgisinin artması gibi etmenler uluslararası ticareti iyi bilen insan kaynaklarının gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu nedenlerden dolayı uluslararası ticaret bölümleri oluşturulmuştur. 19 tane vakıf, 9 tane devlet olmak üzere 28 tane üniversitede uluslararası ticaret bölümü bulunmaktadır.

Ülkemizde ki üniversiteler de uluslararası ticaret bölümlerinin açılmasına rağmen kalifiyeli elemanları yetiştirebilecek üniversite sayısı azdır. Bazı üniversitelerde eğitim; sadece derslere girmek olup eğitimin okulda alınmasıyla sınırlı kalmaktadır. Öğrenciler firmalarla ilişki kuramamakta, yapacakları meslek adına etkinliklere katılarak kendilerini geliştirme konusunda yetersiz kalmaktadır. Sadece zorunlu stajlarla- bu da az üniversitede var- öğrencilerin firmalar ile etkileşim içinde bulunması beklenmektedir. Özellikle uluslararası ticaret, doğası gereği sürekli interaktif olma zorunluluğu bulunan bir bölüm. Durum böyle olunca pratik eğitim bazında zorunlu mesleki eğitimlerden daha fazlasına ihtiyaç var.

Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret bölümü, öğrencilerine firmalarla iç içe bir eğitim sunmaktadır. Bölüm tarafından firmalara tanıtıcı, öğretici ve amacına ulaşan geziler düzenleniyor. Uluslararası firmalarda boy gösteren yönetici, girişimci ve alanında uzman kişiler üniversiteye çağırılarak iş hayatını birincil kişilerden dinleme fırsatı elde ediliyor. Temel amaç olarak klasik eğitim anlayışından farklı bir biçimde, sektörü öğrencilere yaşatarak, donanımlı mezunlar olmanız sağlanır. Asistanlar; öğrenci ve öğretim üyeleri arasında köprü kurar ve iletişimin daha rahat sağlanması imkânını verir. Öğretim üyeleri ise alanlarında uzman kişilerden oluşmaktadır. Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesinin AACSB akreditifini alabilmesi görevini de yine bölüm olarak biz sırtlanmaktayız.

Tabi sadece eğitim kalitesi olarak değil sosyal aktiviteler olarak da ön plana çıkmış bir bölümüz. Mesela kaçınız bölüm başkanınızla kahvaltı yapabildi? Kaçınız bölümünüzle pikniğe gitti. Hanginize aranızda hasta olduğunuzda öğretim üyeniz ' hastaneye gidelim mi? diye sordu. Bölümünüzde kötü günde hiyerarşinin bir önemi kalmadığı oluyor mu? Kendinizi bölüme ait hissedebiliyor musunuz? Bölümünüzde ki herkesle aile gibi misiniz? Siz bölüm başkanınızın 20.yılıni kutladınız mı ya da bundan haberdar mısınız? Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret bölümünde bu soruların cevabı evet.

Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret bölümü uluslararası ticareti iyi bilen, teoride ve pratikte kaliteli insanlar yetiştirmek için gerek ders gerekse sosyal anlamda tüm imkânları sağlayan en iyi bölümlerdendir. Oluşturulan aile ortamıyla en iyisi olmayı amaçlayan kişilerin toplandığı bölümdür. Uluslararası Ticaret okumak farklıdır, Uluslararası Ticareti, Sakarya Üniversitesinde okumak ise farkındalıktır.



“Büyük işler, önemli girişimler, ancak birlikte çalışma ile elde edilebilir.”