

# Uluslararası Ticaret Dergisi

Sakarya Üniversitesi - Uluslararası Ticaret Bölümü

2019 - Sayı #4 İletişim : utic@sakarya.edu.tr

## Ticaretin Kuralları

Abdurrahman ÖZALP

## İhracat Pazar Araştırması

TurkishExporter.net

## Uluslararası Tedarik Zincirinde Blockchain

Öğr. Gör. Dr. Doğa Ekrem DOĞANCI, LL.M.

BEE'O Propolis Genel Müdür/Kurucu Ortak  
Gıda Yüksek Mühendisi  
Aslı Elif Tanuğur SAMANCI ile Röportaj

CNR Holding A.Ş.  
İş Zekası & Müşteri İlişkileri Müdürü  
Jak NAHMIAS ile Röportaj

Ecem Kalkavan ÇUBUKÇU  
ile **Turkon Line**

Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü  
ve **daha fazlası dergimizde.**



Sakarya Üniversitesi  
Uluslararası Ticaret Bölümü

# İçindekiler >>

- 4 Ticaretin Kuralları
- 6 Ecem Kalkavan Çubukçu ile Turkon Line
- 8 Swift Payment System
- 10 SAÜ UTİC Öğretim Elemanlarının 2018 Yılındaki Akademik Çalışmalarından Seçmeler
- 12 Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü
- 13 Yazılım ve İhracat
- 14 Uluslararası Fuarlar Neden Önemli?
- 18 Uluslararası Tedarik Zincirinde Blockchain
- 24 Bölümümüz ve Topluluğumuz 2. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi'ni Düzenledi.
- 26 Sakarya Üniversitesi Rektörü Prof.Dr. FATİH SAVAŞAN ile Röportaj

**Mezunlarımız ile  
Röportaj**  
Sayfa 34



**Bölümümüzün  
Ortak Olduğu Projeler**  
Sayfa 36



**Eksada Dış Ticaret  
Danışmanlık ve Yazılım A.Ş.**  
Sayfa 38



**Aslı Elif Tanuğur Samancı  
ile Röportaj**  
Sayfa 28

**Jak Nahmias ile Röportaj**  
Sayfa 30



**UTİC Zaman Tüneli**  
Sayfa 40





## Uluslararası Ticaret Dergisi 2019

Sayı #4  
iletişim: utic@sakarya.edu.tr

**EDİTÖRLER**  
Tuğçe GÖZÜBÜYÜK  
Baş Editör

Canip SAYIN  
Yazı Editörü

Haktan ADATEPE  
Haber Editörü

Lala SEYİDZADE  
Röportaj Editörü

---

**RÖPORTAJ TAKIMI**  
Dilara YELDEMİR  
Ayşe Nur KAŞOĞLU  
Mehmet ÇAKAR  
Alibayram KURT  
Safa Samet KELEŞ  
Mücahit ARAÇ  
Lala SEYİDZADE  
İlknur BAYIN  
Burak BAYRAM  
Muhlis DEMİRGİRAN

**DERGİ TASARIM**  
Mehmet Emin KORKMAZ

**HABER TAKIMI**  
Dila ŞENOL  
Dilara AYDIN  
Fatma SALIKÇI  
Gülenay ATAKAN  
Hilal GÜNDOĞDU  
Yağmur SERİNYEL

**DERGİ SPONSORU**  
TurkishExporter.net



### ULUSLARARASI TİCARET DERGİSİ

Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü olarak bu yıl 4. Sayısı ile karşınızda olacağımız dergimizi sizlere sunmanın haklı gururunu yaşamaktayız. İlk sayımızdan itibaren dergimize emek veren 50'nin üzerinde öğrenci arkadaşımızın ve katkı sağlayan yazarlarımızın emekleri ile oluşan bu birikimin siz değerli okurlarımız ile birleşerek oluşturduğu ahenk bizlerin ilk gün ki heyecanımızı muhafaza etmemizi sağlıyor.

Her kelimesinin, her cümlesininilmekilmek işlendiği dergimize emek veren sizlere ne kadar teşekkür etsek azdır. Dördüncü yaşını dolduracak olan serüvenimiz boyunca bizlerin bu heyecanı kazanmasını ve dergimize yansıtmasını sağlayan, her zaman bizleri destekleyen ve arkamızda olan Bölüm Başkanımız **Doç. Dr. Hakan TUNAHAN** hocamıza ve Uluslararası Ticaret Bölümü'ne teşekkürü borç biliriz. Dergimizde yer alması için ulaştığımız sevgili konuklarımıza heyecanımıza ortak olarak, emek verdikleri ve vakit ayırdıkları için çok teşekkür ediyoruz. Dergimizi okumasının ardından kendi isteğiyle yazı yazmak, emek vermek isteyen konuklarımıza da ilgileri ve heyecanları için çok teşekkür ederiz.

Bir teşekkür de şu an dergimizi ellerinizde tutmanıza vesile olan, heyecanımızda bizlere ortak olup desteklerini esirgemeyen sponsorumuz Turkishexporter.net Sistemi Yönetim Kurulu Üyesi Harun DİKİCİ'ye etmek istiyoruz. İki yıldır bizlerin emeklerinin vücut bulup siz değerli okuyucularımıza ulaşmasını sağladıkları için Harun Bey ve firmasına teşekkür ederiz...

Sözlerimizi daha fazla uzatmadan, heyecanlı yüreklerin ince ince dokuduğu yeni sayımızla sizleri baş başa bırakıyor ve iyi okumalar diliyoruz.

**Saygılarımızla**  
Uluslararası Ticaret Bölümü



# TİCARETİN KURALLARI

**Abdurrahman ÖZALP**

*Türkiye Ekonomi Bankası Dış Ticaret Danışmanı ve ICC Türkiye Bankacılık Komisyonu Başkanı*

**T**icaret genel anlamıyla kişilerin birbirlerine mal ve hizmet alıp satmalarıdır. Ticaret ulusal ve uluslararası olabilir. Ulusal olanına "iç ticaret", uluslararası olanına "dış ticaret" diyoruz. Ticaretin yapılması için teslim ve ödemeye ilişkin yöntemler vardır; üretim yerinde teslim, kapıda teslim, taşıma aracı üzerinde teslim, alıcının yerinde teslim, takas, peşin ödeme, açık hesap, teslimde ödeme, kredili ödeme vs. Teslim ve ödeme yöntemleri başlangıçta çok basit yapılırken daha sonraları ticaret ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte, temel fonksiyonları aynı kalarak gelişti ve çeşitlendi. Hal böyle olunca da gerek iç ticarete gerekse de dış ticarete kurallara ihtiyaç duyuldu. İç ticarete bu daha az hisse-dilmekle birlikte dış ticarete çok daha önemli oldu, zira ülkeler farklı olduğundan dolayı dil, kültür ve alışkanlıklar farklıdır. Kurallar her zaman ortak bir dildir. Bir kuraldan her-kes aynı şeyi anlar. Dünya ticaretini kolaylaştırmayı kendisine bir misyon kabul eden Milletlerarası Ticaret Odası (MTO) (International Chamber of Commerce-ICC) bu amaçla bir dizi kural oluşturmuştur. Bunlar; Mal teslimi için Incoterms (International Commercial Terms), Tahsiller için URC (Uniform Rules for Collections), Akreditifler için UCP (Uniform Customs and Practices for Documentary Credits), Garantiler için URDG (Uniform Rules for

Demand Guarantees), Teminat Akreditifleri (Standby L/C) için ISP (International Standby Practices) ve benzeri kurallardır. Mevcut durumda Ticaretin kuralları bunlardır. Bu kurallar 1930'lu yıllardan bu yana yerel ve uluslararası ticarete başarı ile kullanılmaktadır.

Ticaretin kuralları ticaretin gelenek-görenek örf ve adetlerine dayanır. Bir tür Lex Mercatoria gibidir ancak tam olarak değildir. "Bir Örnek Kurallar" olarak bilinen ve kullanılan bu kurallar ICC'nin öncülüğünde konusunda uzman kişiler tarafından hazırlanır, milli komitelerin görüşüne sunulur ve genel bir mutabakat sağlandıktan sonra yayınlanır. Bunların en çok bilinenleri şunlardır; Teslim yöntemleri için INCOTERMS, Garanti akreditifleri (standby LC) için ISP (International Standby Practices), Ticari Akreditifler için "Akreditiflere İlişkin Bir Örnek Usuller ve Uygulama Kuralları" ("Uniform Customs and Practice for Documentary Credits" - "UCP 600"), Tahsiller için "Vesaiik Mukabili Ödeme İşlemlerine İlişkin Tahsiller İçin Bir Örnek Kurallar" ("Uniform Rules for Collections" - "URC 522") ve Garantiler/kontrgarantiler için "Garantilere İlişkin Bir Örnek Kurallar" ("Uniform Rules for Demand Guarantees" - "URDG 758") dir. ICC kuralları dünya çapında çok yaygın olarak kullanılmaktadır. ICC kurallarının tüm dünyada çok yaygın olarak kulla-

nılması beraberinde bazı yanlış anlamları da getirmiştir. Birçok kişi tara-fından bunların bir yasa veya yaptırımı olan düzenlemeler olduğu sanılmaktadır, oysa durum bundan farklıdır, bu kurallar dünya ticaretini kolaylaştırmak amacıyla ICC tarafından kural haline getirilen standart uygulama ve geleneklerdir. Ticari faaliyetin içeri-sindeki taraflar sözleşmelerini bunlara tabi tutarak bunları sözleşmelerinin parçası haline getirirler, böylece her defasında mazbut bir sözleşme imkanı elde ederken her defasında sözleşmelerine aynı benzer bilgileri tekrar tekrar yazma zahmetinden kurtulurlar. Ayrıca bu kurallar tüm dünyada ticari camia tarafından çok iyi bilindiği için yabancı ülkelerde bulunan kişilerle sözleşme yapmak çok daha kolay olur. Aslında bu kurallar, yani bir örnek kurallar standart sözleşmelere benzerler, sözleşme şablonu gibidirler.

Bir örnek kurallar standart sözleşmeler ile benzerlik gösterdikleri halde standart sözleşmelerden farklı olarak sözleşmenin tamamını değil, bir parçasını oluştururlar ve sözleşme serbestisi kapsamında atıf ("incorporation") yapılarak sözleşmeye eklenerek sözleşmenin parçası haline getirilirler. Bir örnek kuralların dünya çapında itibar ve kullanım alanı vardır, bu bakımdan her ne kadar bir Lex Mercatoria gibi görülürlerse de iyi bir

kaynak olmakla birlikte yukarıda belirttiğimiz gibi bir Lex Mercatoria değildiler.

**T**arihi gelişime baktığımızda bir örnek kurallar veya eski deyişimle yeknesak kurallar ilk olarak akreditiflere ilişkin kurallar olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk olarak 1929 yılında ortaya çıkan taslaklar sadece birkaç Avrupa bankası tarafından kullanılmıştır. ICC tarafından akreditiflere ilişkin çıkarılan ilk kurallar 1933 tarihli 82 sayılı broşürdür. ICC'nin Viyana'daki 7.kongresinde kabul edilmiştir. Daha sonraki yıllarda sırasıyla 1951 yılında 151, 1962 yılında 222, 1974 yılında 290, 1983 yılında 400, 1994 yılında 500 ve 2006 yılında 600 sayılı ile revize edilmiştir. ICC'nin bir örnek kuralları öncelikle Belçika, Almanya, Fransa, Hollanda, İtalya, Romanya ve İsviçre bankaları tarafından uygulamaya alınmıştır. Amerikan bankaları 1938 yılında kuralları kabul etmekle birlikte bazı çekincelerini bildirmişlerdir. ICC, 1951 yılında yapılan revizyonda Amerikan bankaları'nın çekince, uygulama ve taleplerini dikkate almıştır. 1951 yılındaki revizyondan sonra birçok ülkenin kuralları kullanması mümkün olmuş ancak dünya çapında bir yaygınlık sağlanamamıştır. Özellikle İngiltere ve İngiliz ekolündeki ülkelerin kuralları kullanmakta isteksiz davranmaları bunda etkili olmuştur. Ancak 1962 yılındaki revizyondan sonra yaygın bir kullanım sağlanabilmiştir. Bu revizyondan sonra İngiltere ve etkisindeki ülkeler kuralları kullanmaya başlamışlardır.

290 Sayılı 1974 revizyonu akreditif kurallarının olgunlaştığı ve tüm dünyada standart olarak kullanılmaya başladığı dönemdir. Bu revizyondan sonra akreditiflerle ilgili bu kurallar tüm dünyada atıf yapılan tek kaynak haline gelmiştir. Birleşmiş Milletler Milletlerarası Ticaret Komisyonu (UNCITRAL) bir sonraki yıl yaptığı toplantısında kuralları övmüş, ICC'yi kutlamış ve tüm dünyada akreditif işlemlerinde kullanılmasını tavsiye etmiştir.

Bundan sonra ICC kurallara her zaman sahip çıkmış, takip etmiş, sorunları tespit etmiş ve düzenli olarak güncellenmelerini yani revize edilmelerini sağlamıştır. Kurallar ilk çıktıklarında bankaları korumak üzere tasarlanmıştı, ancak daha sonra dünya çapında yaygın kullanılmaları üzerine tüm tarafları korumak üzere tasarlanmaya başlandı. Özellikle 1974 revizyonunun ardından bugünkü standart yapısına kavuştu. Bundan sonra ticaret ve teknolojiye gelişmeler dikkate alınarak revizyonlar yapıldı.

UCP'nin 2006 yılında yapılan 600 sayılı revizyonunun önsözünde ICC Genel Sekreteri Guy Sebban, ICC'nin faaliyet ve amacını şu şekilde özetler; "1919'da kurulan ICC'nin öncelikli hedefi milliyetçiliğin ve korumacılığın dünya ticaret sistemini

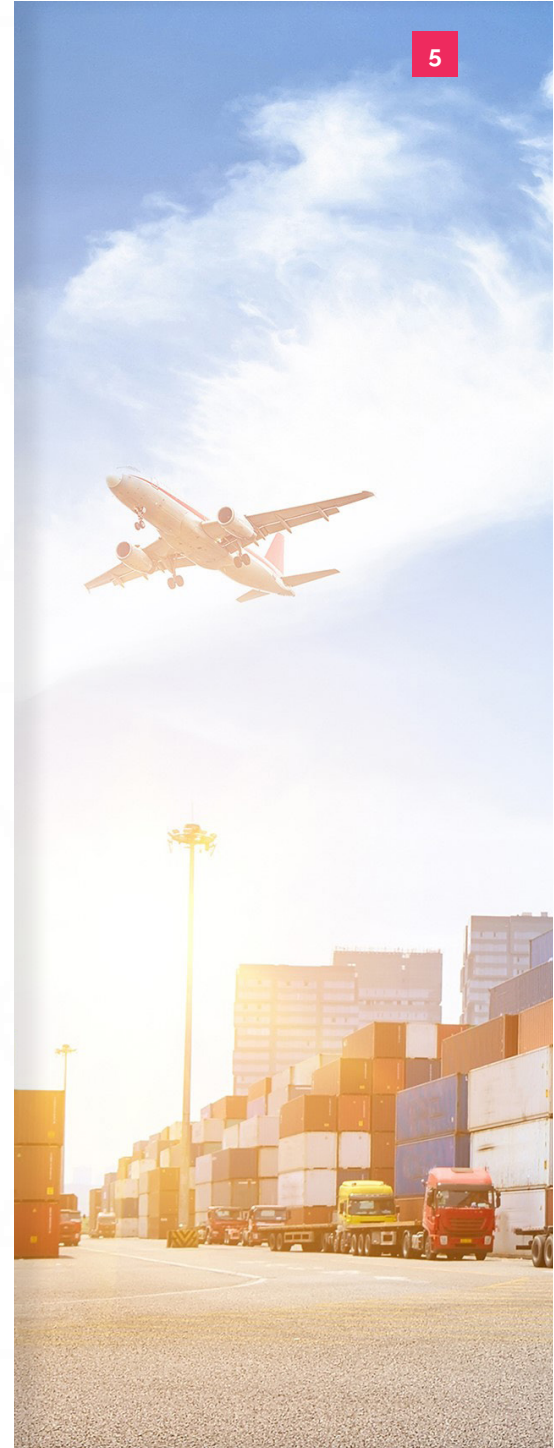
ciddi biçimde tehdit ettiği bir zamanda uluslararası ticaretin akışını kolaylaştırmak olmuştur. UCP bu yaklaşımla ve ülkelerin akreditif uygulaması konusunda kendi ulusal kurallarını geliştir-meleri ve uygulamaları sonucu oluşan karışıklığı azaltmak amacıyla hazırlanarak yürürlüğe konulmuştur. Bugün itibarıyla ulaşılmış olan söz konusu hedef akreditif uygulamasında örnekliliği sağlayacak bir kurallar dizisi oluşturmak ve böylece uygulamacıların sıklıkla birbirleriyle çatışan çok sayıda ulusal mevzuatla uğraşmalarına son vermektir. UCP'nin ekonomik ve hukuksal açıdan çok farklılık gösteren ülkelerdeki uygulamacılar tarafından evrensel düzeyde kabul görmüş olması kuralların başarısının kanıtıdır.

UCP'nin bir kamu merciinin değil, özel bir uluslararası kuruluşun eseri olduğunu önemle not etmek gerekir. Kurulduğu günden bu yana ICC, iş kollarının bizzat kendilerinin koyduğu kurallarla uygulamada bulunmalarının önemi üzerinde ısrarla durmuştur. Konu-muzu oluşturmuş ve tamamen özel sektör mensubu uzmanlarca hazırlanan kurallar bu yaklaşımın geçerli olduğunu kanıtlamış bulunmaktadır. UCP, ticaretle ilgili olarak şimdiye kadar geliştirilmiş en başarılı özel kurallar dizisidir."

UCP 600'ün giriş kısmında kuralların revizyonu ve amacı Gary Collyer tarafından şu şekilde anlatılır;

"Önceki revizyonlarda olduğu gibi genel hedef bankacılık, taşımacılık ve sigortacılık dallarındaki gelişmelerin dikkate alınmasına yönelik bulunuyordu. Ayrıca uyumsuz uygulama ve yorumlamalara yol açabilecek ifadelerin çıkarılması için UCP'de kullanılan dil ve biçimin gözden geçirilmesi gerekiyordu.

**R**evizyon çalışmalarına başlandığı sırada dünya çapında yapılan birkaç araştırma akreditifler altında ibraz edilen belgelerin takriben %70'inin rezervler nedeniyle ilk ibrazda geri çevrildiğini gösteriyordu. Bu durum akreditifin bir ödeme aracı olarak görülmesini olumsuz biçimde etkilemiş ve halen etkilemekte olup sorunun üzerine gidilmediği takdirde akreditifin uluslararası ticarete tanınmış bir ödeme aracı olarak piyasadaki payını sürdürmesinde veya arttırmasında ciddi sorunlar yaşanabileceğini göstermektedir. Bankaların rezervli ibrazlarda rezerv komisyonu almaya başlamaları, bithassa ileri sürülen rezervlerin kuşku veya yersiz bulunduğu durumlarda konunun önemini arttırmıştır. UCP 500'ün yürürlükte bulunduğu süre içinde dava konusu yapılan anlaşmazlıkların sayısında artış gözlenmemekle birlikte ICC'nin Akreditiflere İlişkin Anlaşmazlıkların Çözümü İçin Birlikçilik Hizmeti Kuralları'nın (DOCDEX) Ekim 1997'de yayımlanması (Mart 2002'de re-



viz edilmiştir) altmıştan fazla vakanın karara bağlanmasıyla sonuçlanmıştır."

Bu görüşler ICC kurallarının dış ticaretteki yeri ve önemini kısaca özetlemektedirler.

ICC kurallarının dünya ticaretine katkısı büyüktür. Her şeyden önce ticareti kolaylaştırmaktadır, ihtilafların çözümüne katkıda bulunmaktadır, çoğu zaman sözleşmelerin hazırlanması aşamasında devreye girerek ihtilafların ortaya çıkmasını engellemektedir. Dünya ticareti için ortak bir lisandır. Farklılıkların etkisini azaltmaktadır. Bu nedenle yasa olmadıkları halde yaygın olarak kullanılmaktadırlar. Ticaretle uğraşan herkesin güvenli, kolay ve riskten uzak ticaret yapabilmesi için bu kuralların önemini algılaması, bilmesi ve getirdiği kolaylıklardan fayda elde etmeye çalışması gerekir.

# Ecem Kalkavan ÇUBUKÇU ile Turkon Line

**G**ünden güne ihtiyaçlarımız değişiyor. İnsanoğlu daha yoğun, daha hızlı hayatlar yaşama-ya alıştıkça, değişim ayrılmaz bir parçamız haline geliyor. Tek seferlik ya da belli aralıklarla gelişen bir durum olmanın ötesine geçiyor... Hiç bitmiyor. Günlerimiz birbirine benzedikçe monotonlaşma korkusuna kapılıyor; kendimizde ya da etrafımızda bir şeyler değiştirmeye çabalyoruz. Temelde farklılaşan şeyler, hız algımız, kolay erişim olanaklarımız ve tüketme isteğimiz oluyor. Tam da bu noktada, inovatif çözümler imdadımıza yetişiyor. Evet, artık hazırız: Konteynerin büyüdü dünyasına hoş geldiniz!

Konteyner kelimesi İngilizce sözlükte 'yük taşımaya yarayan büyük metal kutu' olarak tanımlanıyor. Denizyolunda ilk kullanımları ise, 1950lerin ortasında başlıyor. Amerikalı girişimci Malcolm McLean, konteyner aracılığıyla yük taşımının, karayoluna göre daha verimli olacağını; ürünleri müşteriye daha hızlı ulaştırabileceğini düşünüyor. Ve ilk yolculuk, 1956 yılında New Jersey'den çıkan Ideal X gemisinde başlıyor.

Peki, ne taşınır konteynerlerde? Cevaba geçmeden önce, genel hatlarıyla konteyner taşımacılığının biraz bahsedelim.

Düzenli hat taşımacılığı olarak tanımladığımız bu sistemde, gemiyle gidilecek ve dönülecek yol, yol üzerinde durulacak limanlar bellidir. Diğer deyişle, atılacak turun tamamı ve uğrak noktaları önceden belirlenir. Gemi programının oluşturulması sonrasında geminin kalkış- varış tarihlerinin duyurusu yapılır ve yükleme istekleri toplanır. Yükleme yapılır ve öngörülen tarihte geminin kalkması sağlanır. Eğer tarihlerde bir değişiklik var ise, yine duyuru yoluyla yükleyicilere ve ilgili kişilere/birimlere bilgi verilir. Gemi seferini tamamladıktan sonra bir sonraki seferine baslar. Gemi sahibi ya da işletmecisi bir değişiklik yapmadığı sürece kendi yolunda devam eder.

Soruma tekrar dönecek olursam, ne taşınır konteynerde? Aklınıza gelebilecek her şey! Kullandığımız arabanın parçasından, evimizdeki beyaz eşyaya; zeytin-yağından tütün yaprağına; pamuktan halıya; tshirtten gömleğe, günlük yaşantıda kullanılan birçok ürün denizler yoluyla alıcılarına ulaşır.

Üretimsel olarak baktığımızda, her yükün kendi içinde bir hikayesi var. Üretildiği bölgenin coğrafi koşulları ve/veya fabrikanın üretimsel şartları etkili oluyor. Malın cinsi (hammadde, ara ürün ya da bitmiş ürün) de büyük önem taşıyor. Hammadde eksikliği genel üretim kapa-

sitesini olumsuz etkilerken, diğerlerinin eksikliği üretim döngüsünde aksamalara, satış kayıplarına yol açabiliyor. Bu nedenle, taşımacılıkta birincil amaç, yükü zamanında ulaştırabilmek oluyor.

Gelelim benim hikayeme... Ailenizde ya da etrafında denizcilikle ilgili birileri varsa, denizin tuzlu kokusu size kendini her an hissettirebilir. Konuşmalar, anılar derken kendinizi türlü türlü serüvenlerin içinde bulabilirsiniz.

Beni denizle babam tanıştırdı. Bizi tersaneye ilk kez götürdüğünde ben beş, kız kardeşim iki yaşındaydı. Çocuk gözümle ilk kez o gün bir gemi gördüm.

Büyüyüp aklım erdikçe, hikayeler dinledim Karadeniz'e dair. Dedem, büyük dedelerim hep denizciydi. Eski zamanlar, kısıtlı imkanlar... Sadece erkekleri değil, kadınları da dinledim çokça. Denizde tecrübe edilenler kadar, denizcileri bekleyenlerin yaşadıkları da doldu kulağıma.

Sabırsız ve hareketli bir çocuktum. İmdadına yine deniz yetişti, yelken sporuyla ilgilenir oldum. Annem ve babamın çabasıyla devam ettiğim yelken sayesinde, sabretmeyi öğrendim. Liseyi bitirirken aktif olarak yarışmayı bıraktım, ama deniz beni bırakmadı.



Üniversite sınavlarını kazandığım sene, tekrar gittim tersaneye. Bu işi yapacaksam, önce geminin ne olduğunu bilmem gerekiyordu. Gelgelelim, yapım aşamasındaki bir gemiyi yakından görebilmek benim için güzel bir başlangıç oldu.

İşletme bölümünü kazanmıştım, mühendis olmayacaktım. Pazarlamaya da ilgi duyduğumdan, rotayı Turkon'a çevirdim.

Firmamız Turkon, piyasada bilinen adıyla Turkon Line, yaşça benden büyük. 1997 yılında, Türklerin de düzenli hat taşımacılığında başarılı olabileceği inancıyla; dedem Kaşif Kalkavan önderliğinde, "Türk" ve "konteyner" kelimelerinin birleşmesiyle kuruluyor. Zamanla denizler, okyanuslar açılıyor. Türkiye- Doğu Amerika arası servis başlıyor, kendi sahipliğimizdeki Turkon Amerika kuruluyor ve Türkiye'den Amerika'ya direkt giden tek hat oluyor. Öte yandan Turkon, Türkiye'den İsrail'e ilk giden hat olma unvanını da kazanıyor.

Turkon Line, 3 ana hatta yükleyicilere hizmet sunuyor: Doğu Akdeniz, Avrupa ve Amerika.

Doğu Akdeniz hattımız, İsrail, Mısır ve Lübnan'ı kapsarken; Avrupa hattımız, başta kendi ofislerimizin bulunduğu Almanya, Belçika ve İngiltere olmak üzere, çeşitli ülkelerde hizmet veriyor. Amiral

hattımız olarak tabir ettiğimiz Amerika ise, Doğu Amerika üzerine yoğunlaşıyor. New York, Norfolk ve Savannah limanlarına yaptığı uğraklarla, Türk ekonomisi için okyanus ötesinde de değer yaratıyor.

İşin satış kısmında olduğum için, bu konuya da hızlıca değineceğim.

Taşınan yüklere, ihracat ve ithalat olarak bakıldığında, ihtiyaçların ülkeler bazında değiştiğini görüyoruz. Bu bağlamda Türkiye, ihracatın ve ithalatın yoğun olduğu bir ülke olarak öne çıkıyor. Genç nüfusumuz ve çalışkan yapımızla, üretken bir profil çiziyoruz. Bir yandan hammadde ithal edip, diğer yandan ürettiklerimizi dünya pazarlarına sunabiliyoruz.

Satış tarafında ben ve takım arkadaşlarım, tam da bu noktada devreye giriyoruz. Türkiye içinde 4 acentemiz (Bursa, İstanbul, İzmir ve Mersin) ve merkez ofisimizdeki Özel Müşteriler Satış birimi ile aktif olarak satış yapıyoruz. Yurtdışında ise yine acentelerimiz vasıtasıyla satış faaliyetlerimizi sürdürüyoruz.

En büyük önceliklerimiz, her zaman ulaşılabilir olmak ve ilgili kurumun ihtiyaçlarına uygun- uluslararası karşılığıyla "custom made"- çözüm üretebilmek. Biz buna Turkonlular olarak, "butik hizmet" diyoruz.

İtiraf etmeliyim, detayı bol. Ancak, yüklemeler bitip gemi dolduğunda, bizden mutlusuz yok.

Türkiye gibi 3 tarafı denizlerle çevrili bir ülkenin; hem denizlerinden, hem de gençlerinden artı değer yaratmaya devam ettiği müddetçe başarılı olacağına inananlardanım ben... "Bu denizler kurnamadıkça, bu işler devam eder" derdi babaannem. İşimiz çok, yükümüz çok. Üretmeye, okumaya ve çalışmaya devam edelim.

Sevgi ve saygılarımla,  
Ecem Kalkavan ÇUBUKÇU  
Satış Geliştirme Müdürü,  
Turkon America Inc

# SWIFT PAYMENT SYSTEM

Sannan RANA  
SAÜ - Uluslararası Ticaret Bölümü  
Lisans 3. Sınıf öğrencisi

SWIFT stands for "Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication". Founded in 1973, swift platform is now owned by 2500 banks and is used to shift more than \$200bn around the world daily. It is an international standardized messaging network used by financial institutions to securely transmit information and instructions through a standardized system of codes. Quite interestingly, every transaction between every financial institution is recorded in exactly the same way, providing all the details in a clear and transparent manner. Each financial institution has its own unique either 8 or 11 character code that provide information on the name and location of bank and each transaction contains a unique reference number, bank operation code and detail of charges incurred during the transaction. It is, however, necessary to mention that SWIFT classifies message types into various categories and each category refers to similar type of transactions such as category 1 messages "MT 1xx" represents customer payments and cheque, category 2 messages "MT 2xx" for financial institution transfers and so on.

Not very long ago, the concept of blockchain came into effectiveness but SWIFT intended not to use this new technology for their payment method. Instead, to keep pace with modern and technologically revolutionized world and to make its system more efficient, secure and to fix lengthy payment delays, SWIFT recently introduced a new "prevalidation" system. Previously where payments often took days to reach their destinations and were virtually impos-

sible to track, in prevalidation system banks use an application programming interface (API) to access each other's data to check different parameters such as the validity of bank account numbers when a payment is initiated.

The difference between blockchain-based system and API system is that under the blockchain-based system information is shared on a mutually distributed ledger hosted on a cloud that can be accessed and edited by all the participants in real time. The API system, by contrast, allows banks to access each other's data on a bilateral basis, ensuring the recipient's account information is correct before it is sent in an effort to reduce delays.

Apart from that, more than a year ago SWIFT also brought global payment innovation (GPI) into existence which allowed payment to be tracked end to end and introduced transparency on fees that ultimately shows its adaptable success. GPI SWIFT system is being used in more than 50% of SWIFT's payments as of now and is expected to be adopted universally by the end of 2020. On average, over 50% of these gpi payments are credited to end beneficiaries

within 30 minutes, and almost 100% of payments within 24 hours. Some payments are even made typically in seconds. Gottfried Leibbrandt, CEO of SWIFT, shared his thoughts regarding GPI system, "I am perhaps most proud of gpi; SWIFT and its community managed to radically innovate the very core of correspondent banking, in what has been the biggest innovation in SWIFT's 40 years history."

On the other hand, XRP as an intense and potential rival of SWIFT is also expediting its horses to knock SWIFT out of cross-border e-payment transfer system by maneuvering to capture a large number of banks and fintech organizations for the international payment mechanism. It seems that the new tech era of cryptocurrencies and blockchain might subdue 41-year-old SWIFT due to its vulnerabilities. Furthermore, statement of SWIFT's CEO, saying "SWIFT is in a very different shape than it was seven years ago... there is always going to be a time to hand over the reins and write a new chapter. I think this is indeed the right time." has also posed a series of questions about SWIFT's future after he announced stepping







down from its current position after leading seven years. In addition to other similar threats, the head of San Francisco-based Ripple Labs Inc. scoffed at SWIFT and said his XRP digital token would gradually take over.

Another event forced SWIFT into hard time is implementation of US sanctions on Iranian financial institution. Due to immense political pressure, SWIFT has already taken its reins off the Iranian financial institutions. The US Treasury Department warned the company that it could be subject to secondary sanctions if it does not disconnect all designated Iranian financial institutions as quickly as possible. Surprisingly, to cope with sanctions on initial level Iran is engaged in developing its own digital currency and according to Iranian media reports it is merely one step away from launching. The unnamed token, backed by Iranian Rial, awaits final approval from Iranian central bank before being issued to banks across the country. It simply implies that Iran is going to embrace blockchain banking infrastructure which is to be granted to commercial banks to use it as a token and payment instrument in transactions and banking settlements and all the financial transactions is to be stored on blockchain. However, unlike other cryptocurrencies which some people claim will 'democratize' the world's financial system, Iran's digital currency will be closely monitored by government. Another grief for SWIFT is the heist of US\$81mn from Bangladesh Bank when an unknown group of hackers breached the security system of Bangladesh Bank, attempting to steal

a total of \$951mn from its account at the Federal Reserve Bank of New York and later transferred this amount to Rizal Commercial Bank Corporation (RSBC), Manila, Philippine. A detailed report from Anti-money Laundering Council (AMLC) disclosed all the hidden information and sources of this heist. On May 15, 2015 three dollar bank accounts in the Jupiter, Makati brank of RSBC at Manila were opened with an initial deposit of 500\$ each. These accounts, which were later found to be fake, remained idle until February 4, 2016. After hackers broke into Bangladesh Bank's account at Federal Reserve Bank of New York they ordered 35 transfers worth US\$951mn, bulk of which to be transferred to RSBC. The Federal Reserve Bank did not execute 30 of the 35 transfers due to lack of details. The remaining 5 transfers worth \$101mn could not be blocked, but \$20mn has been saved. This was after a fake Sri Lankan foundation was put on hold due to a typographical mistake but the transfer of remaining \$81mn to 4 fake bank accounts was inevitable. Money was then consolidated and deposited in dollar account of William So Go, branch manager of East West Bank, and then transferred from William's account to money transfer company Philem Services Corporation which later converted some of \$81\$mn into pesos and delivered it in cash to a registered casino operator, Eastern Hawaii Leisure Company, and Bloomberry Hotels Incorporated. In short, this incident ignited a chaos in banking world and Bangladesh's central bank governor and two of the deputy governors lost their

job. It is said that because of a printer and software's security problem, it took Bangladesh central bank nearly 4 days to ask banks across the globe to halt payments to hackers.

This theft caused SWIFT profits drop 31 percent after it invested in expanding security operation. Later in December, 2016, Swift also acknowledged attempted hacks three unnamed banks but said none had been successful. Such heist and similar attempts led to the uncertainty over how secure the SWIFT payment system is and how would it deal with such threatening attempts in future. Although some revolutionary technological measures such as GPI and API, have been taken and planned to be taken to safeguard against future breaches but it must be borne in mind that the stake is high and time is running out.



## SAÜ UTİC Öğretim Elemanlarının 2018 Yılındaki Akademik Çalışmalarından Seçmeler

### DOÇ. DR. HAKAN TUNAHAN

Gezikol, B., & Tunahan, H. (2018). Algılanan Yolsuzluk ile Dış Ticaret ve Doğrudan Yabancı Yatırım Arasındaki İlişkinin Uluslararası Endeksler Bağlamında Ekonometrik Analizi. *Alphanumeric Journal*, 6(1), 117-132.

**ÖZET:** Yolsuzluğun tarihsel süreçte ekonomik bir soruna dönüşümünün, bununla birlikte dış ekonomik ilişkilerin (dış ticaret ve doğrudan yabancı yatırım) yolsuzluk üzerinde yarattığı etkilerin ortaya çıkarılması, çalışmanın amacını oluşturmaktadır. İhracatın artması, yolsuzluğun artmasına neden olmaktadır. Düşük-orta gelirli ülkelerde ithalatta artış yolsuzluğa neden olurken, ihracatta artış ortayüksük gelirli ülkelerde yolsuzluğa neden olmaktadır. Gümrük vergilerinin etkisini değerlendirmek için 2003-2015 döneminde kategorize edilmeyen 60 ülke için kurulan ICRG ve CPI modelleri önemli sonuçlar ortaya koymaktadır. Her iki modelde de ihracatın artmasının yolsuzluğu azalttığı, gümrük vergilerindeki artışların ise yolsuzluğu arttırdığı görülmektedir.

Gezikol, B., Eses, S. & Tunahan, H. (2018). Yollar Yürümekle Aşınmaz: Ev Değeri ve Yürünebilirlik İlişkisi Üzerine Bir Analiz. 2. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi -ULUK 2018 | 22-23 Kasım 2018, Sakarya **Özet:** Bu çalışmada; yürüyüşe elverişlilik, bina yaşı, konut yüzölçümü, konutun zemin katta olup olmaması ve konutun bulunduğu ilçenin gelir dağılımının konut fiyatları üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

### DOÇ. DR. SİNAN ESEN

F. ZEREN and S. ESEN, "GELECEĞİN PARA BİRİMİ YA DA SADECEBİR BALON BİTCOİN," *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, vol. 21, no. 39, pp. 433-448, Jun. 2018.

**ÖZET:** Bu çalışmada her geçen gün ilgiyle izlenmeye devam edilen sanal para birimi Bitcoin'de çoklu balonların varlığı Phillips, Shi ve Yu (2015) tarafından geliştirilen GSADF birim kök testi ve kritik

değerlerin tespitinde her türlü değişen varyans problemini hesaba katarak işlem yapan Harvey, Leybourne, Sollis ve Taylor (2016) tarafından geliştirilen metot takip edilerek araştırılmıştır. Veri seti 16.07.2010 ve 31.12.2017 tarihleri arasında günlük bazdaki 24 saatlik ortalama Bitcoin fiyatlarından oluşmaktadır. Yapılan analizler sonucunda söz konusu veri aralığının büyük bir kısmında Bitcoin fiyatlarında çoklu balonların varlığı görülmüştür

Gezikol, B., Eses, S. & Tunahan, H. (2018). Yollar Yürümekle Aşınmaz: Ev Değeri ve Yürünebilirlik İlişkisi Üzerine Bir Analiz. 2. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi -ULUK 2018 | 22-23 Kasım 2018, Sakarya **ÖZET:** Bu çalışmada; yürüyüşe elverişlilik, bina yaşı, konut yüzölçümü, konutun zemin katta olup olmaması ve konutun bulunduğu ilçenin gelir dağılımının konut fiyatları üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

### DR. ÖĞR. ÜYESİ ESRA DİL

Dil, E., Dinçer, M., Onur, T. (2018). THE CHARACTERISTICS OF TURKISH FOREIGN TRADE COMPANIES: A Field Study. *İşletme Bilimi Dergisi*, 6 (2), 75-97.

DOI: 10.22139/jobs.428355

**ÖZET:** Bu çalışma dış ticaret yapan Türk işletmelerinin karakteristiğini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Yarı yapılanırdılmış mülakat ile verileri elde edilen 79 firmanın karakteristikleri içerik analizi ile elde edilmiştir. Kurumsallaşma ile gelen büyüme fırsatlarının, 2000'li yıllardan sonra tecrübe edilen ekonomik konjonktürün ve iç pazardaki krizlerin dış pazarlardaki fırsatlar ile dengelendiğinin firmaların için önemli olduğu açığa çıkarılmıştır.

### DR. ÖĞR. ÜYESİ AHMET YAĞMUR ERSOY

A. Y. ERSOY and M. Saygılı, "Dış Ticaret Girişimciliği Potansiyeli Bağlamında Kamu Ve Vakıf Üniversitelerinin Karşılaş-

tırılması," *İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ*, vol. 7, no. 3, pp. 1864-1888, Sep. 2018.

**ÖZET:** Bu araştırmanın amacı, potansiyel dış ticaret girişimcisi olarak ele alınan ve üniversitelerin (kamu1 ve vakıf2) uluslararası ticaret bölümlerinde lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin dış ticaret girişimciliğine yönelik eğilimlerini ve dış ticaret girişim farkındalıklarını incelemektir. Dış ticaret girişimcilik eğilimi vakıf üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerde kamu üniversitesine göre daha yüksek düzeydedir.

A. Y. ERSOY and M. Saygılı, "Dış Ticaret Girişimciliğini Tanımlamak Keşfedici Bir Araştırma," *Yönetim Bilimleri Dergisi*, vol. 16, no. 32, pp. 421-436, Aug. 2018.

**ÖZET:** Bu araştırma, potansiyel dış ticaret girişimcisi olarak ele alınan uluslararası ticaret bölümü öğrencilerinin bakış açısıyla "dış ticaret girişimciliğini tanımlamak" ve "dış ticaret girişimciliği kavramına yüklenen anlamı" ortaya koymaktır. Araştırmanın örneklemini Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde lisans seviyesinde öğrenim görmekte olan uluslararası ticaret bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda dış ticarete yüklenen anlam açısından "Uluslararasılaşma", "Girişimcilik", "Finans", "Dış ticaret politikası", "İnovasyon", "Kültür" ve "Lojistik" temaları ortaya çıkmıştır.

A. Y. ERSOY and M. Saygılı, "A STUDY ON THE MEANING ATTRIBUTED TO FOREIGN TRADE ENTREPRENEURSHIP AND FEATURES OF FOREIGN TRADE ENTREPRENEURSHIP A PRELIMINARY STUDY," presented at the 14th International Conference On Social Sciences, FRANKFURT, 2018.

**ÖZET:** Çalışma dış ticaret girişimciliğinin özelliklerini ortaya koymaktır. Çalışma sonuçlarına göre dış ticaret girişimciliğine atfedilen anlam açısından değerlendirildiğinde, önemli kavramlar para,

yenilik, risk ve fırsattır.

### ARŞ. GÖR. AYŞEGÜL KARATAŞ

Ayşegül Karataş ve Halil Şimdi. (2018). BRICS ve Türkiye Örneğinde Kolay Bayrak Yönelimi ile Ticaret Hacimlerinin Eşbütünlüğe Analizi. 2.Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi. 22-23 Kasım 2018. Sakarya.

**ÖZET:** BRICS ülkeleri, Türkiye ve Panama'nın milli gemi siciline kayıtlı olan gemilerin yük taşıma kapasiteleri ile dünya ticaret hacmi arasındaki ilişki irdelenmiştir. Buna göre dünya ticaret hacmi ile yalnızca Panama gemi yük taşıma kapasitesi arasında eşbütünlüğe ilişkisine rastlanılmıştır.

### ARŞ. GÖR. HALİL ŞİMDİ

A. ŞEKER and H. ŞİMDİ, "Yeni Dönemde Satın Alma Gücü Paritesinin Güçlü Formda Geçerliliği Türkiye Örneği," Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, vol. 2, no. 31, pp. 91-104, Aug. 2018.

**ÖZET:** Bu çalışmada Türk Lirası'ndan altı sifir atılan dönemden sonra Satın Alma Gücü Paritesinin geçerliliği sınanmıştır. Sonuç olarak Türkiye'de nominal döviz kuru, yurtiçi tüketici fiyat endeksi ve ABD'nin tüketici fiyat endeksi arasında uzun dönemli bir ilişki tespit edilmiştir.

Halil Şimdi ve Ayberk Şeker. (2018). Büyük İhracat Pazarları Büyümeyi Etkiliyor mu? Türkiye Örneği. Kafkas Üniversitesi İİBF Dergisi. Cilt: 9, Sayı: 18.

**ÖZET:** Çalışmada Türkiye'nin en büyük ihracat pazarlarına yapılan ihracat ve Türkiye'nin ekonomik büyümesi arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Buna göre Türkiye'nin büyümesi İngiltere, İspanya, İtalya ve toplam ihracat hacminin öngörüsü iken ABD'ye yapılan ihracat miktarı Türkiye'nin büyümesinin öngörüsü olarak bulunmuştur.

Ayşegül Karataş ve Halil Şimdi. (2018). BRICS ve Türkiye Örneğinde Kolay Bayrak Yönelimi ile Ticaret Hacimlerinin Eşbütünlüğe Analizi. 2.Ulaştırma ve Lo-

jistik Ulusal Kongresi. 22-23 Kasım 2018. Sakarya.

**ÖZET:** BRICS ülkeleri, Türkiye ve Panama'nın milli gemi siciline kayıtlı olan gemilerin yük taşıma kapasiteleri ile dünya ticaret hacmi arasındaki ilişki irdelenmiştir. Buna göre dünya ticaret hacmi ile yalnızca Panama gemi yük taşıma kapasitesi arasında eşbütünlüğe ilişkisine rastlanılmıştır.

### ARŞ. GÖR. OYLUM ŞEHVEZ ERGÜZEL

Erguzel, O.Ş., & Tunahan, H. (2018). KÜRESEL TEDARİKÇİ RİSKİNE FARKLI BİR YAKLAŞIM: FİNANS TEMELLİ MODEL ÖNERİSİ. 2. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi -ULUK 2018 | 22-23 Kasım 2018, Sakarya

**ÖZET:** Çalışmanın amacı, tedarikçi seçiminde göz önüne alınması gereken mikro, makro ve küresel riskler için, bulanık mantık yöntemiyle, küçük ve orta boy işletmelerin 2006-2016 yılları verisi kullanılarak, 11 Avrupa ülkesi genelinde, tedarikçi ülke seçimi için, risk değerlendirme modeli önerisi sunmaktır. Çalışmanın sonucunda, Çekya, Polonya ve Almanya ülkeleri mikro ve makro analiz sonucunda en az riskli tedarikçi ülkeleri olarak belirlenmiş olup, küresel analiz sonucunda, Çekya en az riskli tedarikçi ülkesi olarak sınıflandırılmıştır.

### ARŞ. GÖR. BÜŞRA GEZİKOL

Gezikol, B., & Tunahan, H. (2018). Algılanan Yolsuzluk ile Dış Ticaret ve Doğrudan Yabancı Yatırım Arasındaki İlişkinin Uluslararası Endeksler Bağlamında Ekonometrik Analizi. Alphanumeric Journal, 6(1), 117-132.

**ÖZET:** Yolsuzluğun tarihsel süreçte ekonomik bir soruna dönüşümünün, bununla birlikte dış ekonomik ilişkilerin (dış ticaret ve doğrudan yabancı yatırım) yolsuzluk üzerinde yarattığı etkilerin ortaya çıkarılması çalışmanın amacını oluşturmaktadır. İhracatın artması, yolsuzluğun artmasına neden olmaktadır. Düşük-orta gelirli ülkelerde ithalatta artış yolsuzluğa neden olurken, ihracatta artış orta-yüksek gelirli ülkelerde yolsuzluğa neden

olmaktadır. Gümrük vergilerinin etkisini değerlendirmek için 2003-2015 döneminde kategorize edilmeyen 60 ülke için kurulan ICRG ve CPI modelleri önemli sonuçlar ortaya koymaktadır. Her iki modelde de ihracatın artmasının yolsuzluğu azalttığı, gümrük vergilerindeki artışların ise yolsuzluğu arttırdığı görülmektedir.

Gezikol, B., Eses, S. & Tunahan, H. (2018). Yollar Yürümekle Aşınmaz: Ev Değeri ve Yürünebilirlik İlişkisi Üzerine Bir Analiz. 2. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi -ULUK 2018 | 22-23 Kasım 2018, Sakarya

**Özet:** Bu çalışmada; yürüyüşe elverişlilik, bina yaşı, konut yüzölçümü, konutun zemin katta olup olmaması ve konutun bulunduğu ilçenin gelir dağılımının konut fiyatları üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

### ARŞ. GÖR. SEREN ÖZSOY

Ozsoy, Seren (2018). The Impact of Foreign Direct Investment on Export of High Technology Goods: An Empirical Research for Developing Countries. International Multidisciplinary Conference on "Foreign Direct Investment, Investment Promotion and Economic Development". October 25-26, 2018 ITU Maçka Sosyal Tesisleri, Istanbul, Turkey

Ülkenin insani gelişme düzeyi, finansal kalkınma, küreselleşme ve yönetim verimliliği düzeyi gibi ülkeye özgü faktörlerin, gelişmekte olan ülkelerdeki yüksek teknoloji ürünlerin ihracat ve dış ticaret arasındaki ilişki üzerinde belirleyici bir role sahip olup olmadığının ortaya konması amaçlanmıştır.

Ozsoy, S., & Esen, S. (2018). Bilgi Yayılımının Lojistik Performansa Etkisi. 2. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi -ULUK 2018 | 22-23 Kasım 2018, Sakarya

Doğrudan yabancı sermaye girişlerinin (DYY) ve yenilikçi faaliyetlerin (inovasyonların) ülkelerin lojistik performanslarını artıran bir bilgi yayılım kanalı olarak hareket edip etmediğini araştırmaktır.



# AEO



## TÜRKİYE

## YETKİLENDİRİLMİŞ YÜKÜMLÜ STATÜSÜ

Suat GÜRSOYLU

Tedarik Zinciri Yöneticisi, Daikin Türkiye

**D**ünya Gümrük Örgütü tarafından getirilen ve gümrük işbirliğine dayalı olan bir uygulamadır. Bu statüyü, kendisine tanınmış olan bazı imtiyazlardan yararlanan bir ticaret erbabı şeklinde nitelendirilmemek gereklidir. Esas ve temel amacı ise; yasalara uyumlu, gerek finansal yönden, gerek idari bakımdan güvenilir olduğunu ispatlayan ve uluslararası ticaret ile alakalı faaliyetler yapılırken gerekli olan tüm güvenlik tedbirlerini oluşturulan standartlara uygun bir şekilde global açıdan bir güvenli arz zinciri oluşturabilme gayretindedir.

Gümrükle ilgili yükümlülüklerle uyan, kayıt sisteminin kurallara uygun ve istenildiği zaman görüntülenebilir bir şekilde, finansal yeterlilik, emniyet ve güvenlik gibi standardizasyona sahip, kendi kendinin kontrolünü yapabilecek referanslı ve güvenilir kuruluşlara gümrük işlemlerinde bazı kolaylıklar ve ayrıcalıklar sunmaktadır.

Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü Koşulları:

1. Güvenilirlik Koşulu: Temel olarak ciddi, mükerrer gümrük ihlalleri ile kamu gü-

web: utic.sakarya.edu.tr

venliği tehdit ve mali suçlar gibi konulardan ceza veya mahkumiyet olmaması;

2. Ticari Kayıtların Güvenilir ve İzlenebilir Oluşu: Kayıtların izlenebilir, arşivlerin düzgün ve bilişim teknolojileri güvenlik önlemlerinin yeterli olması,

3. Mali Yeterlilik Koşulu: Yeterli mali yapı bulunmalı ve iflas işlemleri başlatılmamış olmalıdır.

4. Emniyet ve Güvenilirlik Koşulu: Bina, sevkiyat alanları, depolar kontrol altında ve izinsiz giriş çıkışa müsaade etmemelidir. İç ve dış paydaşların iş yapış yöntemleri kontrol edilmeli, hassas pozisyonlardaki personel düzenli güvenlik incelemelerine tabi olmalıdır. Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü Sahiplerine Doğrudan ve Dolaylı Yararları;

- Araçtan ürün yükleme - boşaltma süreçlerinin azalması,

- Ticaret konusunda kendisine güvenilir kişi olarak imtiyaz kazanılması ve tüketici nazarında itibar göstererek satış yapma potansiyelinin artması,

- Sevkiyatların zamanında yapılması ve sevkiyata konu olan tarafların iş akışlarında yalınlık sağlanması,

- Emniyet ve güvenlik sorunları nedeniyle yaşanan sorunlardaki azalış,

- Tedarik sürecinde ortaya çıkan masraflarının azalması ve tedarikçilerle işbirliğinin artması, Global ekonomiler açısından ticaret ve iş ortağı görülerek tercih edilme,

- Her ülke kendi ülkesine yabancı yatırımcıların gelmesini istediğinden yabancı yatırımcı ve işbirliği arayışında olanlar için tercih edilme kolaylığı sağlanması,

- Global ticaret ortamında her geçen gün artan talep ile birlikte günden güne daha karmaşık bir hale gelen gümrük işlemlerinin uyumlu bir hale getirilmesi öne çıkmış, global ticaretin kolay bir hale getirilmesi amacıyla ülkeler ortak irade ile gümrük işlemlerinde bazı yeni uygulamalara gitmeye başlamışlardır. Global ticaretin kolaylaştırılmasına dönük olarak ilk büyük adım ortak transit uygulaması hayata geçirilmiştir. Bu uygulama Türkiye'ye özgü değildir. Dünya çapında ticaretin kolaylaştırılması ve kalitesinin ölçütlerinden birisi olarak kabul edilmiştir. Ortak transit sözleşmesinde yer alan ülkelerdeki firmalar tek belgeyle ticarete konu olan eşyayı sınırların ötesine taşıma imkânını yakalamıştır. Bu uygulama aynı zamanda taşıma maliyetlerinin düşme-

sine ve gümrük idarelerinde bekleme-lerin daha asgari düzeye inmesine olanak tanımıştır. Bekleme süresinin asgari seviyeye inmesi dış ticaret işlemlerinin bilhassa sınır kapılarında daha rahat ve hızlı olarak yapılmasına da olanak tanımıştır. Henüz ülkemiz açısından reel faydalarını önemli bir kaynak olarak tanımlamak için erken gibi görünüyorsa da her geçen gün kullanım alanları ve imkanları artmaktadır.

Gümrükteki işlemlerin olabildiğince basit ve hızlı bir şekilde yapılması beklense de, eksik, yanlış ya da hileli bazı fiillerden ötürü gümrük işlemlerinin muhatapları tarafından zamanında yerine getirilmemesi gibi durumlara karşı karşıya kalılabilmektedir. Hem gümrük işlemleri ile ilgili mevzuata uyumluluğun sağlanmasında, hem de aykırı durumların varlığını daha ortaya çıkmadan önlemek ve caydırıcı etkinin yaratılması açısından gümrük denetimi bir ülke açısından oldukça büyük bir öneme ve işleve sahiptir. Bu sebeplerle gümrük denetimlerinin halen yüksek ölçüde devam ettiği görülmektedir. Belge sahibi olan firmaların belge alma çabalarının, sağlanan faydaya karşı orantısız kaldığı düşünülmektedir.

Uluslararası arz zincirinde daha düşük ve daha yüksek riskli aktörleri birbirinden ayıran çok daha iyi bir risk değerlendirme stratejisi ile Gümrük'ün dinamik bir mal hareketi akışı sağlama bağlamında uzun vadeli stratejisi son derece önemlidir. Her bir detayı, her defasında inceleme kaynaklarının azaltılması ve daha şüpheli gönderilere kaynak ve zaman tahsis edilmesi gerekmektedir. Güvenilir şirketleri tanımlamak, işletmeyi daha özerk ve kendi kendini kontrol ettirme stratejisi üzerine işletilmesi gereken uygulamanın gözle görülür kolaylıklar sağlaması diğer firmalar açısından da özendirici olacaktır. Bilindiği gibi, global alanda eşya trafiğindeki yoğun bürokrasinin geçmişe kıyasla azaltılması, ticarete konu olan eşyanın nakli esnasında ortaya çıkabilecek olan gecikme gibi maliyetlerin ortadan kaldırılması, arz zincirinin teminat altına alınarak, ticarete öngörülebilir bir zeminin hazırlanması, güvenilir firmaların ödüllendirilmesi, gümrük denetimlerinde yüksek riske sahip olan eşyaya yetkililerin daha iyi odaklanmasına imkan tanınması ve ülkemizdeki özel sektördeki yatırımcı ve girişimlerin daha rekabetçi yapıya bürünmelerine imkan tanıyan Yetkilendirilmiş Yükümlü Uygulaması 10 Ocak 2013 tarihinden, günümüze dek uygulanmaktadır.



# Yazılım ve İhracat

Ülkemizin ihracat hedeflerine küçük bir katkıda bulunarak bu yazımı sizlerle paylaşma imkanı buldum. Türkiye'nin 2000'li yıllarda ivme kazanan ihracat büyümesinin Cumhuriyetimizin 100'üncü yılı için amaçlanan 500 milyar ABD Doları tutarındaki büyük hedefe ulaşması için başlatılan çeşitli projeler, teşvikler, çeşitli platformlar bizleri ihracat yapmak için daha çok heveslendirmektedir.

Webimzam Yazılım Hizmetleri kuruluşu itibari ile 2 yıl gibi az bir süre geçmesine rağmen ihracat hedeflerine küçük katkılarda bulunmaktadır. Aslında hepimizin her dönem düşündüğü yurtiçinde yapıp yurtdışına satacağın veya katma değerli ürün üreteceğsin gibi fikirleri bu dönemde hiç olmadığı kadar gerçekleştirmek için fırsat vermektedir. Bu fırsatları bazen bir eğitim programıyla yakalayabiliyoruz.

Kısa bir zaman önce katıldığım "İhracatın Genç Yüzü Eğitimi" programı ile bu farkındalığa ulaşmış biriyim. Eğitimde çok deneyimli hocaların birbirlerinden değerli bilgileri ile kendime ve şirketime ciddi bir değer kattığımı düşünüyorum. Aslında eğitimden en çok öğrenmek istediğim konu yeni pazarları nasıl bulabiliriz.

Yıllarca bizlere anlatılan aslında her dinlediğimizde güldüğümüz yazılım ihracatı hikayemiz var. 1992 yılında özel bir yazılım firmasında İngiltere'ye yapılan bir yazılım ihracatı sonucu vergi memurlarının mal çıkışı yok, bu hayali ihracat demesiyile başlayan bir hikaye. Dönemde cd hatıta kasetin olmadığını hatırlarsak çatıdaki çanak antenle 128 kb/s hızla gerçekleştirilen bir yazılım ihracatından bahsediyoruz. Fakat mevzuatlarımız gereği ve o dönemde patlayan hayali ihracat dolandırıcılıkları bu özel firmayı oldukça zor durumda bırakmış aslında. Yazılımı 2 adet makaralı bantta kayıt eden firma gümrük memurlarına verdiklerinde bu

seferde "Tırlar Nerede ?" sorusuyla karşılaşmışlar. Sonuçta 2 milyon dolarlık bir paradan bahsediyoruz. En azından 10 tır ile taşınması gerekiyormuş. Uzun süren mahkeme sonuçlarında 1 makara 1000 metreden \*2 sonucuna ulaşarak 2000 metre yazılım yazılarak ihracat gerçekleşmiş.

Bildiğiniz bir hikayeyi tekrar hatırlatarak gözünü korkutmuş olabilirim. Neyse ki artık bu tarz engellemeler yok. Hatta ekstra teşvikler dahi var. Özellikle yazılım firmaları büyük teşviklerden faydalanıyor günümüzde.

Bunların yanında bahsettiğim eğitimde tanıştığım ve kullanma fırsatı bulduğum bir platformdan bahsedeceğim sizlere. İsmi Turkish Exporter. Çeşitli devlet kurumları tarafından desteklenen bu platform sizlere yurtdışında müşterilerinizi sağlıyor. Aynı zamanda yurtdışında ki müşterinin de sizleri bulmasını, tanışmasını ve ticaret gerçekleştirmenizi sağlıyor. Eğitimde bana hediye edilen 100 kredim ile sistemi kullanmaya başladığımda Fas'tan bir talep olduğunu gördüm ve 10 kredimi harcadım. Ardından ilgili kişinin telefon numarasının sistemde kayıtlı olduğunu gördüm. Müşterimiz bir dış laboratuvarı yazılımı istiyordu. İhtiyaçlarını analiz ettikten sonra anlaşmamızı sağladık ve firmamızın ilk ihracatını gerçekleştirmiş olduk. Yukarıda bahsettiğim kadar da zor olmadı. Bir yazılım firması sahibi olarak para kazanmanın yanında tanışmakta geç kaldığım bir platform ile buluşmaktan ve ülkemizin ihracat hedeflerine ilk ihracatımız ile küçük bir katkıda bulunmaktan büyük memnuniyet duydum. Aynı zamanda sizlerle buluşma fırsatı yakalamış oldum. Her zaman inandığım bir söz ile yazımı bitiriyorum. "Yolu yürümeye başladığınızda yol size görünür."

MUSTAFA GÜNGÖR  
Bilgisayar Mühendisi/CEO  
Webimzam Yazılım Hizmetleri

# Uluslararası Fuarlar Neden Önemli?

Ayhan Bekar

Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı  
Yüksek Lisans Öğrencisi

Uluslararası fuarların hedef pazar seçimine ve ürün geliştirmeye etkileri:  
Mobilya Sektörü

## Uluslararası Fuarlar NEDEN ÖNEMLİDİR?

Fuarların birçok yapılmış tanımı olmasına rağmen genel olarak alıcı ile satıcıların buluştuğu, satıcıların ürün konseptlerini (yöresel düğünlerde olduğu gibi) farklı temalarla sunduğu, alıcılarında (kız istemelerde olduğu gibi) beş duyu organını kullanarak alıp almamaya karar verdikleri bölgesel ya da uluslararası organizasyonlardır.

Uluslararası fuarlardaki müşteri ya da ziyaretçi profilleri özellikle sektörel bazda oldukça önemlidir. Sektörel uluslararası fuarlarda, ziyaretçi kitlesi fuar alanında dolaşırken ne aradığını ya da ne istediğini bilmektedir. Mobilya sektörünün ziyaretçilerinin satın alma refleksleri konut ya da otomobil sektöründeki satınalma profilleri ile benzerlik göstermektedir. Firmanın standını ziyaret eden ithalatçıyı etkin bir firma temsilcisinin karşılaması önemlidir. Buradaki "etkin" kavramını biraz açalım. Firma standını ziyarete gelen ithalatçının ihtiyaçlarını firma temsilcisi ilk geldiği andan itibaren anlamaya çalışmalıdır. Bunu belirledikten sonra bu ziyaretin satışa dönüş oranı daha yükselecektir. Çünkü, zaman hem firma temsilcisi hem de ithalatçı için çok azdır. İlk birkaç saniye standta ürünleri inceleyen ithalatçı ilgisini çeken bir ürün gördüğünde içeriye doğru yönelmektedir. İşte bu ilk birkaç saniyeden sonra etkin firma temsilcisinin faaliyetleri başlamaktadır. Burada ithalatçı, yeni gördüğü bir ürün eğer gerçekten ilgisini çekti ise ürünü uzaktan süzer, yanına yaklaşır ve belki dokunarak hissetmek ister. İlk başta ürüktir ancak bu aşamada etkin firma temsilcisi bunu görerek ithalatçıyı yönlendirebilirse satışa dönüşebilir. Bu ilk kez firma standını ziyaret eden müşteriler içindir. Fuarlar beş duyu organımızla etkileşim içinde olduğumuz yegane ortamlardır. Fuar trafiğinin artması ithalatçı ile firma temsilcisinin birbirlerini tanıması ve karşı tarafın tercihlerini bilmesi, alıcının da sizin (üre-



ticinin) kapasitenizi bilmesi çok önemlidir. Önceki yıl ürünlerinizi gören ve hiçbir satınalma gerçekleştirilmeyen bir ithalatçı standınıza tekrar geldiğinde ya da fabrikanızı ziyaret ettiğinde olumlu satış gerçekleşme oranı çok yüksektir. Çünkü geçen süre içinde etkin firma temsilcisi kendisi, ürünleri, kapasitesi, kalitesi, fiyat bilgisi gibi konularda ithalatçıya yeterince bilgi vermiştir. Zaten bu bilgileri vermedi ise bu durum gerçekleşmeyecektir. Burada "kendisi" kelimesini kullandım, bilinçli olarak. Firma temsilcisi ithalatçı ile bir bağ kurabilmelidir. Gerekli olduğu onun(ithalatçı) ailesi hakkında da sorular sorabilmelidir. Bu karşılıklı sorular ve cevaplar karşı tarafın güvenini oluşturmak

Özgün ve yeni ürünlerin sergilenmesi, alıcının üretici firmanın fuar standı içinde kalma süresini de etkilemektedir. Ürünleri sürekli aynı formlarda veya özellikte olan üreticilerin standları genelde boştur. Çünkü aynı ürünler diğer standartlarda da bulunabilmektedir. Ürünleri farklı bir konsept ile sunmuş olanların, fonksiyonel olarak diğer ürünlerden farklı olanların ortaya çıkardıkları ürünleri sergileme tarzı da önemlidir. İthalatçının stand alanı içinde kalma süresini artıracak olan yine etkin firma yetkilisinin deneyimi ile sunum kabiliyetidir. Ürün ve ürün konsepti hakkında bilgi düzeyi oldukça önemlidir. Firma yetkilisi bu konuda baskın olmalıdır. Yani ürün özelliklerini anlatırken ko-

önem arz eder. Burada sadece mobilya sektörü bakımından ele alındığında renk ve tasarım tercihlerinin zamanla değişebileceği ortaya çıkmaktadır. Bu değişiklik teknoloji ve görsel medyanın yaygınlaşması ile had safhaya çıkmıştır. Yeni temalar ortaya çıkması ülkelerin talep değişkenliğini de etkilemiştir. Artık ürünlerin sağlam ve dayanıklı olmasının yanında marka değeri, görseelliği, kullanım fonksiyonlarının çokluğu, renk ve desen uyumu hepsinden önemlisi ürünün güvenli olması fiyatının da önüne geçmiştir.

Elbette fiyat faktörü önemlidir ancak farklı ürünlerin peşinde koşan ithalatçılar kolaylaşan ulaşım faktörü nedeni ile bugün İstanbul IMOB fuarında ise yarın Çin Guangzhou'da düzenlenen Uluslararası Mobilya fuarında olabilirler. Mobilya sektörü ürün bazında sürekli hizmet ve servis isteyen bir sektör olması dolayısı ile bir takım problemleri de içinde barındırabilmektedir. Ülkemiz sektör ticaretinin ekonomik merkezlerine yakınlığı bakımından avantajlıdır. Çünkü Çin'den çıkan bir konteynerin Avrupa ya da Kuzey Afrika'ya ulaşması en az 30-35 gün almaktadır. Bu ürünlerde çıkacak herhangi bir sorunda geri dönüş ve ithalatçının bu sorunu halletmesi uzun süre almaktadır. Kuzey Afrika ya da Avrupa ülkelerinden ithalatçıların Çin'den aldıkları mobilya ürünlerinde karşılaştıkları en büyük sorun servis ve hizmet sorunu ile birlikte yedek parça temininde yaşadıkları zaman kaybı ve sıkıntılarıdır. Fiyat faktörünü bir kenara koyarsak ülkemiz açısından nakliye ve servis süresini avantaj olarak kullanabiliriz. Bunu ben şahsen yaşadım ve bu avantajı halen daha kullanabiliyorum. Servis süresi avantajımız, ithalatçılara değişik yaklaşımlarla anlatıldığı sürece Çin'in fiyat faktörünün önüne geçilebileceğine inanıyorum.

Dikkatimi çeken bir diğer konuda ithalatçıların entegre tesis olabilmemiş, üretim kabiliyeti yüksek ve esnek ürün üretebilen firmalara yönelmiş olmasıdır. Mobilya dediğimizde aklımıza yatak, yemek odaları, genç odaları, masa ve sandalye takımları, sehpa, modüler dolaplar, kanepeler ve koltuklar gibi ürünler geliyor. İthalatçı tüm bunları aynı fabrikadan ya da bölgeden almak isteyecektir. Konteyner fabrika bahçesine girip yükleme rampasına geldiğinde bu konteyner içine tüm bu ürünler, konteyner başka bir şehire ya da bölgeye gitmeden yüklenmelidir. Çünkü ithalatçının talebi olan ahşap masa ve sandalye Düzce'den, Nikelajlı masa takımları İzmir'den, kanepeler ve koltuk talebi İnegöl'den konteyner dolaştırılarak toplanmamalıdır. Entegre olmuş tesisler ithalatçının nakliye giderlerini de düşürmektedir. Yine bu konuda firma avantajımızı kullanarak ve bunu ön plana çıkartarak ürünlerini Kayseri, İnegöl, İzmir gibi bölgelerden toparlayan ithalatçının bir fabrika bahçesinden top-



için çok önemlidir. Çünkü ithalatçı başka bir ülkede, siz başka bir ülkede olacaksınız ve ticaretin hacmi güven faktörünün mutlaka tesis edilmesini öngörmektedir. Alıcı size güven duymazsa siz istediğiniz kadar kaliteli bir ürün üretin, ya da ürününüz çok ucuz olsun, rakiplerinden üstün olsun bu faktörlerin hiçbirisi güven unsurunun önüne geçemez dış ticaret işlemlerinde. Çünkü dış ticarete konu işlemin rakamları, bir mağazaya girip ihtiyacı olduğu gıda ürününü almaya benzemiyor. Aldığınız gıda ürününü almaya bozuk olduğunda gidip geri iade etmeniz kolay olabilir ancak dış ticarete konu olan ürünün iadesi bu şekilde kolay olmayacaktır. Sizin ürününüz çok ucuz olsa bile güven unsuru oluşmadığı sürece alıcı ürünün muadilini daha da pahalı olmasına rağmen güvendiği başka bir firma temsilcisi varsa oradan alacaktır. İşte burada firma temsilcisinin etkinliği ve güvenilirliği ön plana çıkmaktadır. Fuarlara sık ziyaret gerçekleştiren alıcının sağladığı karlılıkta yüksek olacaktır. Çünkü her ziyaretinde yanında mutlaka başka bir arkadaşını, başka bir aracıyı ya da farklı bir ürün ihtiyacını da doğal olarak dile getirecektir. Kısaca, etkin firma temsilcileri ürünün çekiciliği kadar satışın mimarlarıdır. Fuar alanı içinde ürünlerin oluşturduğu tema ile paralel olarak firma temsilcisi de uyum içinde olmalıdır. Samimi ve kuvvetli ilişki çok önemlidir.

nuya hakim olmalı gelebilecek sorulara müşterinin ihtiyaçları doğrultusunda cevap vermeli sadece ürün özelliklerini anlatarak geçiştirmemelidir. Bu aşamada alıcının ihtiyaçlarının belirlenmesi işte önemlidir.

Ukrayna, Libya, Almanya, Irak, Rusya, Azerbaycan, Yunanistan, Cezayir vb. farklı ülkelere gelen her bir fuar ziyaretçisinin farklı demografik ve sosyo-kültürel özellikleri vardır. Özellikle mobilya sektörü bu demografik özelliklerin ön plana çıktığı bir sektördür. Yatak odalarının yatak genişlikleri, dolapların sürgülü ya da kapaklı olması, mobilyanın rengi, yatak başlığının biçimi, mobilya üzerindeki CNC işlemlerin biçimi, genç odalarının güvenlik standartları, nikelajlı veya ahşap olması, ürünün demonte olup olmaması, kullanılan ahşabın nem oranı gibi birçok faktör ülkelerin talep değişikliklerini yansıtmakta ve alıcının istediği üründe değişiklik yaptırıp yaptıramama konusu gibi esnek üretim kabiliyetleri de önem arz etmektedir.

#### ULUSLARARASI FUARLARA FİRMALAR NEDEN KATILMALIDIR?

Uluslararası fuarlar öncelikle ihracatımızı artırmamız için önemlidir ve son yıllarda teşviklerle birlikte devlet politikası haline almıştır. Özellikle uluslararası sektör fuarları firmaların kendi rakipleri ile bir araya gelmelerini sağlamak bakımından da

lanmasının avantajını ithalatçı görecektir ve size yönelecektir.

Ülkemizde entegre olamamış irili ufaklı ve dağınık olarak yerleşmiş birçok mobilya üreticisi firma bulunuyor. Sandalye bir yerde, koltuk bir yerde, yatak odası ve modüler grup bir yerde üretim yapılmaya çalışılıyor. Bu tip firmalar sadece belirli ithalatçıların uğrak noktası oluyor ve siparişlerde ve anlaşmalarda kısa dönemlilik söz konusu oluyor. Bu kısa dönemli satışlar Türkiye fiyat ortalamasının da düşmesine neden oluyor. Çünkü küçük siparişlerin üretildiği küçük firmalar genel giderleri az olduğu için fiyatta oynama yaparak standart ürünün ihracat fiyatlarının düşmesini sağlıyor. Ayrıca mal mukabili veya açık hesap ürün vererek tahsilat sıkıntısı çekeceğini bilerek riske giriyor ve mali kayıplara neden oluyor.

### Firmaların Fuarlara Katılım Hedefleri

Genel hedefi; Yeni Pazar araştırması, rekabete karşı konumlandırma, ihracat fırsatları, sektörün genel havasını koklama, yeni trendleri gözleme, iletişim hedefi; Marka, İmaj ve Kurumsal kimlik farkındalığı, medyada daha fazla yer alma, networking, Satış hedefi; Fiyat ve karlılık araştırması, Dağıtım hedefi; Satış ağını genişletme, alternatif dağıtım kanalları oluşturma, Ürün hedefi; Pazarın ürüne tepkisini test etme, yeni ürün lansmanı. Yeni müşteriler bulmak, eski müşterilerle bir araya gelmek, satış tamamlamak/sipariş almak, yeni ürün lansmanı yapmak, yeni iş ortakları(bayi/dağıtıcı/acenta) bulmak, alternatif dağıtım kanalları oluşturmak, ihracat, rakip firmaları/ürünleri tanımak, marka bilinirliği/ımaj sağlamak, networking (ortak payda)

- Fuarlar büyük ölçüde üretim sektörlerine hizmet eder
- Üretim sektörlerindeki firmaların sayıca % 95'i KOBİLERDEN oluşur
- KOBİLERİN öncelikli hedefi üretim, teknoloji ve Ar-Ge konusuna yatırım yapmaktır
- Pazarlama KOBİlerin en zayıf ortak noktasıdır.
- KOBİLERİN ortak sorunu satış ve dağıtım kanallarının yeterli olmaması ve az sayıda alıcıya bağımlılıktır
- Fuarların esas işlevi KOBİlerin satış ve dağıtım kanallarının oluşturmalarına katkı sağlamaktır

Yeni bir potansiyel müşteri bulma maliyeti ( \*)

• **Fuarlardan: \$96 / müşteri (Fuar standı, dekorasyon, taşıma, lojistik, standpersoneli, seyahat, konaklama vb masraflar dahil)**

• **Fuar dışı yollardan: \$443 / müşteri (Potansiyel Müşteriyi tanımlayıp ilk yüz yüze görüşmeye kadar yapılan masraflar)**

(\*)*Jak NAHMÍAS (CNR HOLDING) Head of Data & Business Intelligence: IMOB 2018*

*Katılımcılarla yapılan Sektör Eğilim Anketi ve AUMA Pazar Araştırma Anketi Sonuçları (Mail:Wednesday, December 19, 2018)*

### ÜRÜN GELİŞTİRME ve HEDEF PAZAR SEÇİMİ

Firmalar fuar alanına gelmeden önce kendi tasarladıkları ürünleri ya da tasarlanmış ürünlere farklı renk, biçim ya da fonksiyonlar ekleyerek ürün farklılaştırmasına giderek yeni ürünler hazırlarlar. Bunu yaparken ürün geliştirmesine giderler. Mevcut ürünü alıcılarına daha ilginç hale getirmeye çalışarak aslında temel amaç satış miktarını ya da ürüne olan talebi artırmaktır. Firmalar piyasada mevcut rakip ürünleri bu fuar alanında daha rahat olarak görme imkanı kazanırlar. Bu durum, fuarlara katılımcı olarak ya da uluslararası başka bir fuara ziyaretçi olarak da gerçekleştirilebilir.

Bir keresinde Nijerya'da katılmış olduğumuz bir fuarda, fuara katılımcı olarak gelen Kayseri'li bir çelik kapı üreticisi ile fuarın yapıldığı alan dışına çıkıp etrafa bir göz atma ve dolaşma imkanı bulmuştu. Fuarın üçüncü günü idi ve ürünlerine hiçbir ilginin olmadığından ve ziyaretçilerin ilgisizliğinden yakınmış ve sonunda söylediği şu cümle dikkatimi çekmişti. "Biz bu fuara katılımcı olarak geldik ancak buradaki insanların evlerinde saklayacakları değerli hiçbir şeyleri yok. Dış kapılarının çelik kapı olmasına da gerek yok" demişti. Bu küçük örnek bu firmanın hedef pazar seçimi konusunda yapmış olduğu araştırmanın yetersiz olduğunu göstermiştir. Satış yapmak ve ulaşmak istediği miktar ya da kapasitenin bu ülkede yeterli talep görmeyeceğini buraya gelerek anlamış oldu bir süre için.

Yine Arap ülkelerinde standart yatak genişlik ölçüsünün 180 cm. ve daha fazla olduğunu yada Avrupa ülkeleri için genç odalarının güvenlik standartlarının ne kadar öncelikli olduğunu, Rusya'ya mal satacak bir üreticinin Gost -R sertifikası gibi birtakım ülkelere özel sertifikaların varlığını, üreticiler bu tür fuarlara katılarak karşılaştıklarında öğreneceklerdir.

Fuarlar firmaların kurumsal kimliklerinin oluşmasında ve markalarının güçlenmesinde de oldukça önemli yer tutmaktadır. Kısaca fuarlar ihracat yapacak olduğumuz ülkeleri ayağımıza getirmekte olan ve ihracat yapmamızı kolaylaştıran yegane organizasyonlardır. Elbette fuar bittikten sonra belirli ülke ve müşteri ziyaretleri yapılmasında bu süreci hızlandıracaktır.







# Uluslararası Tedarik Zincirinde Blockchain

Öğr. Gör. Dr. Doğa Ekrem DOĞANCI, LL.M.

## Blok zinciri, akıllı sözleşmeler nedir?

**B**lok zinciri teknolojisi tüm şirket stratejilerini değiştirme potansiyeline sahiptir. Mevcut süreçleri basitleştirmek ve geliştirmek için yeni blok zinciri uygulamaları geliştirilmiştir. Çok büyük bir potansiyele sahip blok zinciri teknolojisi farklı uygulamaları ile günümüzde birçok farklı sektörde piyasa katılımcıları tarafından denenmektedir.

Teknik olarak blok zinciri kavramını dijital bilgilerin veya olayların pratik olarak



hatasız bir şekilde kayıt altında alındığı merkezi olmayan bir bilgi sistemi olarak tanımlayabiliriz. Birçok kullanıcı buraya girmekte, bilgilerini göstermekte veya yeni bilgiler eklemektedir. Ancak bu bilgiler Hash- fonksiyonu ile şifrelenmekte ve bilginin bir kopyası internete dağıtılmaktadır. Blok zinciri içeriğini manipüle edebilmek için, teorik olarak en azından tüm kopyaların % 51'nin değiştirilmesi gerekir ki, bu durum günümüzde pratik olarak neredeyse mümkün değildir. Kısacası blok zinciri etkili, saydam ve güvenli ticari işlemler gerçekleştirebilmeyi mümkün hale getirmektedir. Özellikle ekonomik alanlarda, kendilerine güvenin elzem olan birçok aracının bu teknoloji ile önemi sınırlanacaktır. Burada ticari bir işlem için el sıkılan güvenilir ticari

adam figürünün yerini blok zinciri almakta ve hata kaynağı olarak insan faktörünü aradan çıkarmaktadır. Kararlaştırılan sözleşme kayıtları tüm süreçte geçerli olacaktır ve kimse bunlar manipüle edemeyecektir. Her ne kadar aktarılanlar olumlu görünse de blok zincirinde de birtakım hususlara dikkat etmek gerekir, zira burada özellikle birtakım hukuki riskler mevcuttur. Bir sonraki başlıkta bunlardan bazılarına işaret edeceğiz

Bu özelliklerin bütünü blok zinciri kullanıcılarının iletmiş oldukları işlemin düzgün bir şekilde yürütüleceğine olan güvenlerini arttırmaktadır. Onların sisteme güveninde haklarının güvenilir, rüşvet almayan, doğru işleyen, mükemmel bir zamanlamaya riayet eden bir süreç tarafından yönetilmesinin önemi büyüktür. Otomatikleşmiş bir sistem herhangi bir aracıdan çok daha fazla güven vermektedir. Bu özelliğinden dolayı ekonomist dergisi de 2015 yılında "güveninin otomatikleştirilmesinden" bahsetmiş ve blok zincirini de güven makinesi ("Trust Engine") olarak tasvir etmiştir.

Kayıt defterleri blok zincirinde malvarlığı değerlerinin ağ katılımcıları arasındaki dağılımının kaydını tutar. Kayıt defterlerine dayalı olarak aktarılan değerlere ilişkin katılımcılar arasındaki ilişkiler de blok zincirinde oluşturulabilir ve bu

bağlamda otomatikleştirilebilir. İnsanlar arasındaki hukuki ilişkilerin dijital olarak oluşturulmasına da akıllı sözleşme denilmektedir. Aslında akıllı sözleşme kavramının Blockchain ile birebir alakası olmak zorunda da değildir. Ancak böyle bir durumda sözleşmenin uygulamasını sağlamak üzere bağımsız bir merciye ihtiyaç duyulur. Söz konusu merci hem sözleşme taraflarının güveninin kazanmış olmalıdır hem de akıllı sözleşmeyi uygun zamanda ve düşük maliyetlerle uygulayabilmelidir. İşte son aktarılan noktalarda akıllı sözleşmelerde Blockchain teknolojisinin kullanımı ön plana çıkmaktadır. Merkezi bir birime bağlı olmadan çalışan Blockchain tarafların güveninin kazanır, sözleşmeleri en uygun zamanda uygular ve yazılımın teknik yapısına göre tolere edilebilir maliyetleri vardır. Burada söz konusu olan şekli düzenlemeler olup, burada değişim ilişkisinin işlem mantığı oluşturulur ve otomatik olarak yürütülür. Özellikle uluslararası ticaret gibi çok karmaşık hukuki ilişkilerin söz konusu olduğu alanlarda akıllı sözleşmelerden yararlanılabilir. Gerçekten de akıllı sözleşmelerin iç içe geçmiş, birbirlerine belli koşullara bağlı olarak aktive eden farklı akıllı sözleşmeler olarak tasarlanabileceği göz önüne alındığında onların potansiyeli daha rahat anlaşılabilir

Blok zincirinde yer alan diğer bilgiler gibi sisteme yüklenmiş akıllı sözleşmelerde sonradan değiştirilemez, meğer ki sözleşmenin yaratıcısı bilinçli olarak sonradan sözleşmenin değiştirilebileceğine ilişkin bir kaydı akıllı sözleşmeye eklemiş olsun. Blok zincirinde yer alan akıllı sözleşme edimleri ve bunlar arasındaki kayıtlara ilişkin bilgilerin yer aldığı pasif bir metin olmanın ötesinde anlamlar taşımaktadır. Bir yazılım olarak akıllı sözleşme ilk olarak sözleşme tarafları arasındaki hukuki ilişkileri düzenler ve ayrıca kendi başına bunun kararlaştırıldığı şekilde yerine getirilmesine etki eder.





manlarını blok zinciri tabanlı akıllı sözleşmeler ile değiştireceklerdir.

Akıllı sözleşmeler ağa dayalı bilgisayar protokolleridir. Bunlar sözleşmeler meydana getirebilirler ve teknik olarak sözleşmenin uygulanmasını desteklerler. Bu anlamda bunlar sözleşmelerin yeni bir türünü teşkil ederler. Zira insanlar değil bilgisayar algoritmaları hangi şartların hangi kararlara sebebiyet vereceğini tespit ederler. Bu algoritmalar gerçek zamanlı olarak sözleşmeleri gözler ve sözleşme taraflarının haklarını otomatik olarak yerine getirirler. Özellikle takip, gönderim ve ürün değerlendirmesi öyle kolaylaştırılabilir ki, gönderim durumu ve diğer bilgiler gerçek zamanlı incelemeye sunulur. Söz konusu bu süreç içerisinde her şey yüksek seviyede bir saydamlık ile gerçekleşmekte olup dolandırıcılık ve para aklama önlenir.

Geçmişte uluslararası ticarete şirketler için ön planda olan ilk olarak sözleşme süreçleri kalite, fiyatlar ve süreler gibi temel sözleşme parametreleriydi. Buna karşılık üretim- ve satış süreçlerinin ekolojik- sosyal etkileri veya ikinci sıra tedarikçilerde (Second Tier Supplier) hangi çalışma şartlarının bulunduğu ön planda değildi. Ancak günümüzde birtakım ekonomik alanlar özellikle tüketici örgütler veya eleştirci hükümete bağlı olmayan organizasyonlar gibi çıkar grupları/ taraflar tarafından gözlemlenmektedir. İlgili şirketler sıklıkla eleştiri gruplar ve artan oranda politik alandan çevre, sosyal veya kalite konularında yatırımcılar veya aktörler ile karşı karşıya gelmektedirler. Tedarik zincirine katılan aktörler tarafından ham maddelerin veya özellik taşıyan üretim standartlarının menşei kanıtı/ listesi sorulmaktadır. Almanya'da 1.1.2017 tarihinde yürürlüğe giren ve 2014/95/EU sayılı Avrupa Birliği Yönergesi'ni iç hukuka aktaran CSR- Yönergesi- iç hukuka Aktaran Kanun/ Şirketlerin durum ve şirket- durum raporlarında finansal

**G**eleneksel işlem süreçlerine kıyasla akıllı sözleşmelerin avantajları bulunur. Yapısal bu avantajları altı başlıkta aktarabiliriz:

- **Dayanıklılık:** Bilgi bankalarının çok sayıda olması sistemin müdahalelere ve ağır çöküşüne karşı daha az kırılgan olmasını sağlamaktadır.
- **Süreç- Bütünlüğü:** Tamamıyla algoritmalara bağlılık süreci tamamıyla tanımlar. Buradan yola çıkarak ta manuel bir manipülasyon riski aşırı düşüktür.
- **Saydamlık:** Blok zinciri, Bitcoin gibi kamuya açık bir blok zincirinin bulunması durumunda, tüm katılımcılar tarafından görülebilir, kopyalanabilir ve okunabilir. Güvenlik hesapların anonim olması ile güvence altına alınmıştır.
- **Değişmezlik:** Tüm işlemler belgelenir ve korunur. İşlem geçişiminin değiştirilmesi mümkün değildir.
- **Uzun ömürlülük:** İşlem protokolü ve işlem sürecinin fonksiyonelliği birkaç hizmet sağlayıcının elinde değildir, bu bağlamda kullanıcı bir hizmet sağlayıcısına güvenmeye muhtaç değildir.
- **Güvenilirlik ve Giriş Güvenliği:** Ağın fazlalığı girişi kolaylaştırmakta ve üçüncü kişilerin manipülasyonunu azaltmaktadır.

veya askeri etkilerden müteessir olurlar ve buradan hem yeni risklerden oluşur, hem de yeni denetim- ve raporlama yükümlülükleri doğar.

Tedarik zinciri- Blok zinciri ile ilgili ilk büyük saha uygulamasını Reederei Maerst yapmıştır. Kendisinin IBM bilgisayar şirketi ile birlikte gerçekleştirdiği pilot bir uygulamada Kenya'dan çiçeklerin, Kaliforniya'dan portakalların ve Kolombiya'dan Ananasların Rotterdam'a nakliyesine ilişkin konteynır taşımacılığını blok zinciri ile takip edildi. Projenin amacı taşımacılardan, nakliye şirketlerinden, limanlardan ve gümrük makamlarından oluşan global bir ağ inşa etmektir. Projenin odak noktasında, bir taraftan dolandırıcılıkları ve hataları azaltmak, öte yandan etkinlik potansiyelini yükseltmek bulunmaktaydı. Ürünlerin deniz aşırı ülkelerden transit- ve nakliye sürecine bağlı zaman aralığını kısaltılabildi. Blok zinciri kullanımı projede aynı zamanda stok yönetimine ve maliyetleri düşürmeye yardımcı oldu. Bir başka örnek Dubai emirliği olup, 2020 yılına kadar tüm ürünler, ithalat ve ihracattaki ürünlerde kullanılan kağıt- dokü-

Blok zinciri aracılığı ile tedarik zincirlerinin saydamlığı:

Tedarik zinciri yönetiminde blok zincirinin önemli bir potansiyeli bulunur. Bir ürünün menşei tüm tedarik zincirinin üzerinden boşluksuz bir şekilde takip edilebilir. Siparişlerin ve ulaşım kanallarının takibi bu şekilde iyileştirilir ve üretim sürecine, mal gönderimlerine, yine tedarikçilerde ve satıcılarda bulunan ürünlerin bakımına ilişkin bilgi değişimleri kolaylaşır ve etkili bir şekilde yürütülür. Ayrıca birçok masrafa ve zamana mal olan denetim ve kontrol görevleri ortadan kalkar. Bizzat uygunluk ihlali riski bu şekilde sınırlandırılmış olur. Özellikle son husus günümüzde artan oranda öneme sahiptir. Zira global tedarik zincirleri politik, toplumsal



olmayan Raporlamalarını arttırma Hakkında Kanun (CSR- Richtlinien- Umsetzungs-gesetz) ihdas edilmiştir. Burada ilgili şirketlerin sosyal ve ekolojik yönden sorumluluk alanı belli şartlar altında tüm tedarik zincirine yayılmıştır.

Bunun gibi UK Modern Slavery Act 2015 zikredilebilir. İngiliz kanunu şirketlerin yıllık olarak "slavery and human trafficking" (kölelik ve insan kaçakçılığı) açıklamasında bulunma yükümlülüğünü öngörmektedir. Burada şirket tedarik zincirinde insan kaçakçılığı, zorunlu çalıştırma ve insan ticaretine karşı nasıl yaklaştığı ortaya koyar. Bu kanun birleşik İngiltere krallık dışında yer alan, dünya çapında yıllık cirosu 36 milyon Pound dan fazla olan ve her hangi bir işinin her hangi bir kısmını birleşik krallıkta yürüten şirketlerden de bu açıklamanın yapılmasını beklemektedir.

Bir başka düzenleme olarak ABD'deki Dodd Frank Act zikredilebilir. Söz konusu kanun (Dodd- Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act) ABD kanun koyucu tarafından finans sisteminde sorumluluk ve saydamlığın iyileştirilmesi için ihdas edilmiştir. Section 1502 Dodd Frank Act (Sec. 1502)'ye gereğince; ABD kanunlarına göre kıymetli evrakla yapmış oldukları bildirme yükümlülüğü olan şirketler yıllık olarak kendi ürünlerinin üretimi veya fonksiyonları için önem taşıyan ve "Konfliktmineralien" olarak adlandırılan maddelerin DR Kongo veya onun komşularından gelip gelmediğini ortaya koymalıdır. Dodd Frank Act "Konfliktmineralien" ifadesi ile tantal, baki, altın, wolfram şeklinde ham maddeleri kastetmektedir. Buna göre ilgili şirket bu hammaddeler ile kazancı ve ticareti DR Knogo ve onun komşu ülkelerdeki silahlı grupları desteklemek için kullanamayacaktır. Bu anlamda Amerikan borsalarında kayıtlı olan veya borsada kayıtlı Amerikan şirketlerinin tedarikçi olan Alman şirketleri hükmün kapsamına girebilir.

Yine son aktarılan hususla bağlantılı olarak Konfliktmineralien (ihtilaf maddeleri) hakkında EU- Yönergesi belirtilebilir. Avrupa Birliği (EU) yönergesi 3G minerallerini (yukarıda aktarılan) Avrupa birliğine ihraç eden şirketleri kendi tedarikçilerini inceleme yükümlülüğü getirmektedir. Buna ilişkin esaslar OECD'nin ilgili bildirisinde (ihtilaf- ve yüksek riskli bölgelerde sorumluluk sahibi tedarik zincirinin teşviki için özen yükümlülüğünün yerine getirilmesine dair OECD- İlkeleri) yer alır. 500 kişiden fazla işçinin çalıştığı ve bu tür mineralleri satıp alıp kendi ürünlerini üreten büyük şirketler ayrıca kendi tedarik uygulamalarını ortaya koymalıdır ve kendilerini gönüllü olarak kayıt ettirebilirler. Yükümlülük 2021 yılından itibaren başlamaktadır.

Yukarıda örnek olarak aktarmış olduğumuz düzenlemelerden de görüleceği üzere ekolojik, sosyal, çevresel koşullara veya çalışma şartlarına vb. hususlara yönelik hassasiyet belirgin bir şekilde arttığını söyleyebiliriz. Bu bağlamda yukarıda aktarılan veya benzeri diğer kanunların gereklerini yerine getirebilmek için tedarik zincirinin saydamlığı önem taşır. Bu bağlamda blok zinciri teknolojisi gibi teknik araçlara olan ihtiyaç artmıştır. Zira yukarıda aktarıldığı üzere blok zincirine dayalı akıllı sözleşmelerle tedarik zincirinin saydamlığı arttığı gibi takip, gönderim ve ürün değerlendirmesi sisteminin işleyişi kolaylaşır, maliyetler düşer, hata riski sınırlanır ve güven artar.

Şu ana kadar karmaşık tedarik zincirlerinde bir ürünün menşeinin ispatlanmasına dönük kanıtlara çok zor sahip olunabiliyordu. Ancak tedarik zincirinde tüm işlemler onaylandığı ve sonradan değiştirilemediği için bu tarz gereksinimler dikkate alabilme imkanı bulunmaktadır. Uluslararası orman belgeleme sistemi olan ve yaklaşık dünya çapında 265 milyon hektar ormanın belgelenmiş olduğu PEFC (Programmen for the Endorsement of Forest certification Schemes) bir pilot projede alternatif olarak blok zinciri ile kütüklerin üretimden imalata hazır nihai ürün aşamasında kadarki süreci takip edebilmiştir. Bu tür belgelenmeler bir ürünün menşeinin ispatına kaynaklık teşkil eder. Böylece Avrupa birliği FLEGT (Forest Law Enforcement, Governance and Trade) yasa dışı ağaç kesimi ile etkili bir şekilde mücadele edebilmek için bir önlem kataloğu üzerine karara vardı. FLEGT uygulama planının büyük bir bölümünü 03. 03. 2013 tarihinde yürürlüğe giren Avrupa Odun Ticareti Yönergesi (EUTR: European Timber Regulation, Verordnung (EU) Nr. 995/2010) oluşturur ve özellikle ihracatçı şirketlerden yasa dışı odun kaynakları ile çalışmadıklarına dair ispat getirmeleri istenmektedir. Bu örnekte görüldüğü üzere blok zinciri güvenli ve etkili şekilde gerekli bilgileri kullanıma hazır bulundurmıştır.

**D**aha geniş çaplı bir pilot uygulamada ise Provenance şirketi blok zincirini ton balığının tutulmuş olduğu yer olan İndonezya'dan yerel tüketicilere kadar izlediği yolu belgelemek için kullandı. Burada kayıtlı balıkçılar yakalamış oldukları balıkları kayıt altına almak ve aynı zamanda blok zincirinde dijital bir değer oluşturabilmek için basit bir SMS göndermişlerdi. Tedarik zincirinde yer alan bir aktörden diğerine her işlemin blok zincirinde değiştirilemeyen bir teklif/ öneri teşkil ettiğine işaret edelim. Bu şekilde balıkçılardan son kullanıcılara kadar ki yol daha sonra şüpheye vermeyecek bir şekilde takip edilebildi. İleride bu uygulamaların daha da yaygınlaşacağını ve yukarıda aktarılan çeşitli düzenlemelerinde etkili

bir şekilde uygulanabilmesi için akıllı sözleşmelerden yararlanılabileceğini söyleyebiliriz.

Blok zinciri sahip olduğu özelliklerden dolayı daha önce araçların hizmet olarak sunduğu ve kısmen ulusal ve bölgesel özelliklerini etkilediği global tedarik zincirlerine yönelik arzulan güveni teknik olarak oluşturur. Böylece birbirini tanımayan insanlar veya şirketler risk almadan ve büyük maliyetlere girilmeden birbirileri ile iş yapabilirler. Blok zinciri burada dijital ortamdaki ekonomik ilişkilerden dolayı oluşan güven boşluğunu doldurabilir. Bu bağlamda daha en başında her türlü malvarlığı değerinin serbest transferini ifade eden değerler İnterneti kavramı şeylerin/nesnelerin İnterneti (internet der Dinge/ internet of things) kavramı ile önemli bir ölçüde tamamlanmıştır (İnternet der Werte/ internet of value) (world Wide İnternet-WWW bilgilerin İnternetine "internet of information"- dönük İken, blok zinciri değerlerin İnternetini "internet of value" gerçekleştirir.).

### Blok zincirinin Şirketler için Sunduğu Fırsatlar ve Zorluklar:

Blok zincirinin sunduğu fırsatları dört temel başlıkta aktarabiliriz:

- **Otomatikleşme:** Blok zinciri ile otomatikleşme işlemlerin daha hızlı ve hesaplı şekilde yürütülmesine ve saydam ve değiştirilemez sözleşme içeriklerine, işlem yürütümünün öngörülmesine sebebiyet verir.
- **Özerlik:** Sürece dışarıdan müdahale olmaz, süreç her aşamada gözlemlenebilir, saydamdır ve güvenilirdir.
- **Etkinlik:** Kendini düşük işlem maliyetlerinde ve yüksek işlem hızında gösterir. Normal işlemlerde söz konusu olan çok sayıda kontrol ve denetleme fonksiyonuna burada ihtiyaç kalmaz.
- **Global Olma:** Bu durum global, teknik alt yapı ile güvence altına alınmıştır. Ayrıca blok zinciri ile şu an kadar tedarik zincirinin zayıf halkası olan zayıf veya stabil olmayan hukuk sistemlerinde de sözleşme güvenli bir şekilde icra edilir.

Yukarıda aktarılan birçok yararın yanında blok zinciri risklerde barındırır. Ancak aşağıda aktaracağımız bu olgular bir eleştiri olarak değil şirketlere ilişkin özen yükümlülüğün bir gereği olarak dikkat alınmalıdır

- Blok zinciri ile otomatikleşmenin anlamlı olabilmesi için dijital bir bilgi tabanının hizmete hazır durumda bulunması gerekir. Ayrıca blok zinciri dışında özellikle akıllı sözleşmelerin algoritmalarını tetikleyecek yeterli bilgi her zaman hazırda bulunmaktadır.
- Özerlik belirli bir noktada sonra süreç etki etme imkanı bulunmaması da ifade eder. Söz konusu bu durum dış dünyanın

dinamikleri ile çelişki oluşturur.

- İkili/ iki elemanlı olarak işlem mantığı oluşturulur. Bu anlamda hayat olayları daha çok karmaşıklaşır.
- Anlaşmazlıklar dikkate alındığı zaman ihtilafın çözümü mekanizmalarının bulunmadığı ve sözleşme taraflarının anonim kalabileceği görülmektedir. Bu yönde ya önceden belirlenen bazı sorunların gerçekleşmesi durumunda otomatikman tarafsız mercilerce ihtilafın çözülmesine ilişkin bir programlama yapılması veya bu yönde yıllar içerisinde bir yapay zeka geliştirilmesi düşünülebilir.

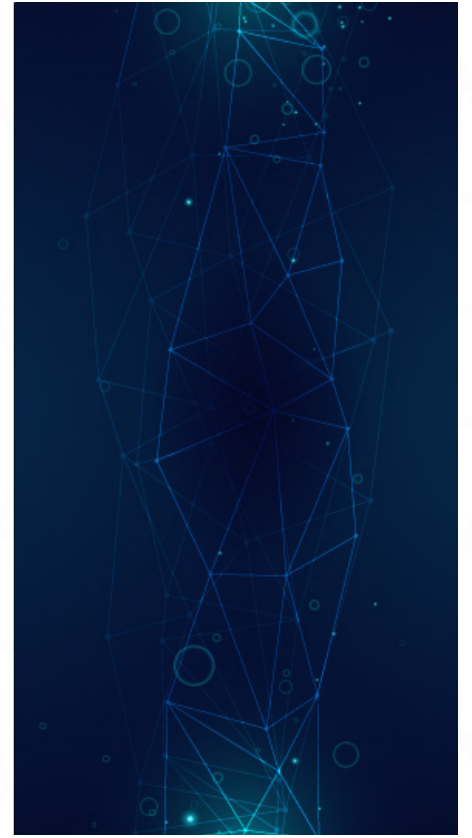
Ayrıca blok zinciri uygulamaların ve bu bağlamda akıllı sözleşmelerin hukuki yönden de nasıl ele alınacağı başlı başına bir sorunsaldır. Blok zincirinin çok geniş uygulama potansiyelinden dolayı vergi hukuku, borçlar hukuku, medeni hukuk, tüketici hukuku, bankacılık hukuku, sermaye piyasası hukuku gibi birçok farklı hukuk dalı bundan etkilenebilir. Bunun gibi akıllı sözleşmeler ile merkezi olmayacak bir şekilde organize olmuş satış platformlarına da kartel hukukunun uygulanması söz konusu olabilir. Yine örneğin enerji tedarik veya finans ürünleri veya iletişim hizmetleri alanlarında olduğu üzere çeşitli kamusal merciler ile bağlantılar söz konusu olabilir. Blok zinciri yardımı ile gerçekleştirilen uygulamalar ve bu teknolojinin özellikleri hukuku ilişkin soruları da beraberinde getirir. Aşağıdaki aktaracağımız ucu açık kilit soruların bazılarını örnek olarak aktarabiliriz:

- Akıllı sözleşmelerin hukuki anlamda sözleşme olarak nitelendirilip nitelendirilemeyeceği, bunların nasıl meydana geldiği, bunların borçlar hukuku anlamında nasıl sınıflandırılabileceği, burada ifa engellerinin nasıl ortaya çıktığı? İfa aksaklıklarının daha az yaşanabilmesi için hukuki bir ara yüz biriminin nasıl programlanması gerekir?
- Bağlayıcı olan yazılımın mı, yoksa klasik sözleşmenin mi öncelikle uygulanacağı?
- Blok zinciri işlemlerinin değişmezliği ilkesi ile irade beyanları iptal edilebildiği, belli durumlarda hukuki işlemlerin geriye etkili olarak hükümsüz olabileceğinin kabul edildiği Türk hukuk sisteminin ne ölçüde uyumlu hale getirilebilir? Buna ilişkin teknik imkanlar nelerdir?
- Taraflardan birinin hazırlayıp karşı taraf sunduğu akıllı sözleşmeler genel işlem koşulu denetiminin tabi midir? Tabi ise bu ilgili denetim aşamalarına göre ne şekilde yürütülebilir?
- İdeal olan bir durumda sözleşme metni, hukuki yönden önem taşıyan sözleşme içeriği ve akıllı sözleşmenin yazılımı tamamıyla uyum içerisindedir. Ancak uygulamada böyle bir durumla seyrek karşılaşılır. Zira metinlerin yorumu açıktır ve yazılımda çok titiz bir programlamada bile hangi durumlarda sözleşme taraflarının iradelerine göre önceden kararlaştırmış oldukları hukuki sonuçla-

rın uygulanmayacağı hususu her zaman önceden öngörülemez. Bu anlamda sorulması gereken sözleşme metninin sonraki yorumu ile yazılımın birbiri ile çelişmesi durumunda bunlardan hangisine öncelik verilmesi gerektiğidir?

- Aşırı ifa güçlüğüne ilişkin Türk Borçlar Kanunu değişemez nitelikteki akıllı sözleşmeler bir kere uygulamaya başlandıktan sonra uygulanması mümkün değildir. Bu durumda akıllı sözleşmeleri ilk etapta programlarken değişen koşullara uyarlama mekanizmaları nasıl hazırlanmalıdır?

- Yazılımının (sıklıkla bunu içerisindeki veri malzemelerinin eksikliğinden kaynaklanan) uygulama hatalarının sebep olduğu sebepsiz zenginleşme talepleri söz konusu olabilir. Benimsenecek görüşe göre bunun şartları ve uygulaması sorgulanmalıdır?



- 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na göre ilgilinin bilgi edinme, kişiye özgü bilgilerinin düzeltilmesini veya yok edilebilmesini vb. hakları bulunur. Bu kanunun akıllı sözleşmelere nasıl ve ne kapsamda uygulanabileceğinin tartışılması gerekir.
- Akıllı sözleşmelere şekle bağlı hukuki işlemlerde konu olabilir mi?
- İspat hukuku yönünden akıllı sözleşmeler klasik sözleşmenin yanında nasıl değerlendirilmelidir? Yargılama sürecine etkileri nelerdir?
- Tarafların kimliğinin belirsiz (anonim) olduğu bazı akıllı sözleşme uygulamalarında; Bu anlamda meydana gelebilecek zararlardan Kim/kimler neden sorumludur? Bu tür akıllı sözleşmelerden doğan ihtilafın çözümü için önerilebilecek çözüm mekanizması nedir?

## Sonuç

Yukarıda aktarılan bulgular dikkate alınınca (blok zincirine dayalı) akıllı sözleşme içeriklerinin daha özenli hazırlanması konusunda hukuksal danışma alınması önerilebilir. Sözleşme tarafları körü körüne işleyen bir yazılıma güvenmemeli, yazılımın haricinde de yanlış anlaşılmaya yer bırakmayacak bir şekilde anlaşmalarını yapmalıdırlar. Ayrıca uygulamada akıllı sözleşmelerden yararlanılırken yazılıma bağlı olan bilgi kaynaklarının tarafsız olup olmadığına ve sözleşmede açık bir şekilde akıllı sözleşmede üretilen bilgilerin hukuki bir ihtilaf durumunda aksinin ispatının mümkün olup olmadığı (delil sözleşmesi yapıp yapılmadığı) gibi hususlarda incelenmelidir. Akıllı sözleşmelerde kanuni ve sözleşme hukukuna ilişkin diğer ilkeler etkilenecektir. Şirketler blok zinciri teknolojisini kullandıkları zaman örneğin sözleşmenin yorumlanmasına ilişkin prensipler, dürüstlük kuralı ve hakkın kötüye kullanılması ilkeleri, güven ilkesi, iyi niyetli ilkesi gibi ilkeler ile takdir hakkı, ölçülülük, beklenemezlik gibi hukuk yaşamında sıklıkla görülen kavramlar ve yine tüketiciyi koruyan çeşitli normlar ile karşı karşıya gelebileceklerdir.

Yukarıda örnek olarak aktarılan sorular tedarik zincirinde blok zinciri kullanımını hukuk departmanları için önemli bir meydan okumadır. Bu teknolojinin kullanımından birden fazla hukuk alanı etkilenir. Blok zincirindeki tüm işlemler globaldir ve potansiyel olarak birçok ülkenin hukuk düzenini ilgilendirir. Bir işlemin önceden genel anlamda hukuki olarak uygun olduğunu söylemek her zaman mümkün değildir. Dünya çapında bir finans sisteminin temelini oluşturan blok zinciri teknolojisi daha önce internette görüldüğü üzere bölgesel olarak parçalara ayrılmış hukuk sistemlerine sınırlarını aşmaktadır, onlara indirgenememektedir. Belirsizlik taşıyan durumlarda hakimler daha ziyade geleneksel hukuki bir yaklaşım ile blok zinciri kodunu okuyabilir ve bunun tüketici tarafından beklenmeyeceğini sonucuna varabilirler. Akıllı sözleşmeler şirketler sadece klasik hukukçular değil bunun yanında algoritmaları yazan ve blok zincirine dayalı finans ağlarını anlayan yazılımcılar, informatikçiler, matematikçiler oyun teoriklerinden oluşmuş bir ekip tarafından oluşturulmalı veya denetlenmelidir. Hakimlerimizde yargılamada bu tür ihtilaflarda aktarılan alanlarda uzmanlardan oluşan bir bilirkişi heyeti oluşturması konusunda takdir haklarını kullanmaları uygun olmaktadır. Bu bağlamda şirketlere yargılamada dilekçelerinde bu yönde istemde bulunmalarını önerebiliriz.

Ancak akıllı sözleşmelerin avukatların ve hukuk uygulamacılarına ikame bir fonk-



siyona sahip olduğu düşünülmemelidir. Yalnızca akıllı sözleşmelerde bunların rolü değişmektedir. Burada bu kişiler ihtilaf öncesi aşamada, bunun önleyici bir fonksiyon üstlenmektedir. Zira akıllı sözleşmelerin hazırlanması aşamasında bunların incelenmesi ihtilafların önlenmesinde önem taşımakta olup, söz konusu faaliyet hukuki danışmanlık alınmasını gerektirmektedir. Akıllı sözleşme ancak dış dünyaya da Oracle olarak tanımlenen yeterli bağlantıları oluşturursa anlamlı bir şekilde kullanılabilir. Örneğin yurtdışına gönderilen bir malın gönderim durumu veya taşıma makbuzunun daha önce tespit edilmiş bir yere veya merciye bırakılıp bırakılmadığı sorulabilir. Bunun gibi uluslararası taşımacılıkta konteyner üzerindeki bulunan bir GPS ile ürünün yeri tespit edilebilir ve buna bağlı olarak otomatik olarak yapılan bir bildirim ile akıllı sözleşme bloke edilen bedeli serbest bırakabilir. Bu türlü ara yüzler sayesinde akıllı sözleşmelerde yaşam gerçekliğinde kendini kabul ettirebilirler. Aynı şekilde akıllı sözleşmelerin yazılmış olduğu program dili de dış dünya dili ile uyumlu değildir. Sözleşmenin anlaşılması gerekliliğinden bahsediliyorsa doğal olarak işlemin arka planındaki metnin insanlar arasında kullanılan dilde anlaşılabilirliği gereklidir. Söz konusu bu bağlantının nasıl kurulabileceği üzerindeki çalışmalar devam etmekte, hukuki program dilleri geliştirilmektedir.

Saydamlık ve takip edebilirlik geleceğin tedarik zinciri ile ilgili iki anahtar sözcüktür. Bu durumun bir yönden sözleşmeye, lojistiğe ve vergi hususlarına ilişkin boyutları bulunurken, diğer yönüyle farklı boyutları da vardır, örneğin şirketin (sosyal) sorumluluğu gibi. Tedarik zincirinin dış etkiler ile kırılabilir olduğu bir zamanda saydamlık ve takip edebilirlik kolay bir şekilde gerçekleştirilemez. Ancak burada da tüm fırsatlar ve riskler önceden tanımlanmalı ve dikkate alınmalıdır. Ge-

nel anlamda uluslararası ticarete blok zincirinin önemli bir potansiyeli olduğu göz ardı edilmemelidir. Artık günümüzde fiziksel ürünlere de merkezi olmayan ağların etkilerinin arttığı görülmektedir. İnsanların çevreleri ile olan ilişkilerini vurgulayan farklı obje ve araçların ağına ifade eden Internet der Dinge blok zinciri teknolojisi keşfini artık farklı bir boyuta taşımıştır. Bu teknolojiler ile uyumlu olan bir gelişme hukuk devletinde bir devrime yol açabilir. Fiziksel bir mal bir kere internete bağlandıktan ve siber-fiziksel sisteme (Cyber-Physicalischen-System CPS) dönüştükten sonra, bu eşya üzerinde blok zinciri üzerinden gerçek hakimiyet koordine edilebilir ve uygulanabilir.



**SAUTIC**

**Bizleri**  
sosyal medya  
hesaplarımızdan  
takip edebilirsiniz.

**f/sautic**

**in**    
**/sauutic**

## Bölümümüz ve Topluluğumuz

### 2. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi'ni Düzenledi.

2. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi'ne bu yıl Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölümü ev sahipliği yaptı. 22-23 Kasım 2018 tarihlerinde FGI Kapı ve Yükleme Teknolojileri A.Ş. ana sponsorluğunda Sakarya Üniversitesi Kültür ve Kongre Merkezi'nde gerçekleşen kongreye akademiden, kamudan ve iş dünyasından birçok ismin yanında farklı üniversitelerden öğrenciler de katılım gösterdi.

İki gün boyunca süren kongrede iki sektör ve yedi akademik oturumun yanı sıra lojistik, uluslararası ticaret ve denizcilik alanlarında eğitim veren bölümlerin bölüm başkanlarının bir araya geldiği bir çalıştay da gerçekleştirildi. Kongre bu yönüyle hem sektörün sorunlarını ve önerilerini hem akademinin lojistik sektöründeki çalışmalarını hem de sektöre mezun yetiştiren bölümlerin taleplerini değerlendirmesi açısından birçok ilke imza atıldı. Kongrenin ilk günü açılış konuşmaları, iki farklı başlıktaki sektör oturumu ve bir akademik oturum gerçekleştirilirken; ikinci gün sadece akademik oturumlara yer verildi.

Kongrenin açılış konuşmalarında birçok önemli isim yer aldı. Sırasıyla Kongre Başkanı Doç. Dr. Hakan TUNAHAN, Sakarya Sanayi ve Ticaret Odası Başkanı Akgün ALTUĞ, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail GÜLLE, İşletme Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN ve Sakarya Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Fatih SAVAŞAN'ın konuştuğu açılış konuşmalarında sektör ve akademi ile ilgili birçok noktaya dikkat çekmiştir.



**TUNAHAN;** "Bu kongre bazı açılardan diğer kongrelerden farklılık arz etmektedir. Kongre; sektör üreticilerini, kullanıcılarını ve sektöre insan kaynağı yetiştiren akademik camianın üst düzey idarecilerini holistik bir bakış açısıyla bir araya getirmeyi amaçlamış ve bunu da başarmıştır" sözleri ile kongrenin farklılıklarını vurguladı.

web: utic.sakarya.edu.tr

İkinci olarak konuşan ALTUĞ ise, "Bütün yollar Roma'dan geçer benzetmesinden yola çıkarsak bence tüm bu yollar Sakarya'dan geçer diyebiliriz çünkü geçmişte İpek Yolu'nun bir kısmına ev sahipliği yapmış bir şehir olarak günümüzde de E5 Karayolu, Karadeniz Karayolu, 3. Köprü yeni yolu Sakarya'dan geçiyor dolayısıyla bu kongrenin yapılması gereken en uygun yer Sakarya olmuştur bu nedenle düzenleyenlere teşekkür ederiz" diyerek sözü İsmail GÜLLE'ye devretti.

**İsmail GÜLLE;** "Eskiden üretim bu kadar önemli değildi ve lojistikte bir zaman sorunu yoktu fakat şimdi tüm ülkeler ihracatçı rolünü üstlendi ve rekabetin en önemli unsuru zaman ve bunun için çözüm sunan lojistik oldu. Hizmet ihracatında lojistiğin büyük bir payı bulunmakta bununla birlikte yeni havalimanının ülkeye kargo avantajı ve doğru maliyetleme sağlayacaktır bu nedenle çok doğru bir hamledir" sözleri ile ihracat ve büyümenin en önemli unsurlarından olan lojistiğe vurgu yapmıştır.

**Dekan CAN** ise; "Çalışan arkadaşların giydikleri tişörtlerin arkasında yazan bir söz var. "İçinizdeki Girişimciyi Keşfedin" Bizim üniversite olarak en önemli misyonumuz girişimci yetiştirmek, aynı zamanda fakülte olarak da aynı misyonu üstleniyoruz. Ben bu yazıyı, kendilerine söyledikleri bu mottoyu bütün salona özellikle sektöre şöyle tabir etmek istiyorum bu tişörtlerin içindeki bu gençleri keşfedin!" sözleri ile öğrencilerimizi motive etti. Son konuşmayı gerçekleştiren Rektör SAVAŞAN da; "Bu kongreye ev

sahiplik etmekten onur, gurur duyuyoruz özellikle İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümüne Hakan Hocamıza ve kıymetli ekibine bu hazırlıklarından başarılı geçeceği başlangıcından belli olan kongreye katkılarından dolayı çok çok teşekkür ediyorum." sözleri ile açılış konuşmalarını sonlandırdı.

Açılış konuşmalarının ardından "Lojistik Sektöründe Küresel ve Ulusal Rekabet" başlıklı oturum Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD) Yönetim Kurulu Başkanı Emre ELDENER moderatörlüğünde başladı. Oturumda sektörden çok değerli iş insanlarının yanında kamudan da bir temsilci sunumlarını gerçekleştirdi. Kara taşımacılığında faaliyet gösteren Ekol Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet MUSUL, yine karayolu taşımacılığının önemli firmalarından Netlog Logisticians Group Uluslararası Yük Taşımacılığı Başkanı Fatih ŞENER, hava taşımacılığı alanında hizmet veren THY A.O. Genel Müdür (Kargo) Yardımcısı Turhan ÖZEN ve son olarak Ulaştırma Bakanlığı Demiryolu Düzenleme G.M Lojistik Daire Başkanı Kemal GÜNEY'in değerli sunumları oldukça dikkat çekti.

**ELDENER;** buradaki konuşmacılara bakınca gerçekten burası yıldızlar geçidi gibi olmuş diyebilirim. Bu ekibi bir araya getirmek gerçekten çok zor. Yoğun bir programa sahipler ama bizler sizin için geldik. Hepsini alanlarında önder, farklı taşımacılık modlarında uzmanlaşan kişiler. Burada herkesi bir arada görmekten çok mutlu olduğumu ifade etmeliyim







sözleriyle oturumu başlattı. MUSUL; lojistik sektörünün yaşadığı sorunlardan, sektörün hızlı aksiyon alma çabalarına rağmen devletin regülasyonlarının (gümrük işlemleri, liman işlemleri, evrak yoğunluğu, mevzuatın sorunları vb) işlemleri yavaşlatması ve uluslararası arenada rekabet edebilirlik açısından sorunların devam ettiğinden fakat tüm bu sorunların aslında basit ve uygulanabilir yöntemlerle çözülebileceğinden bahsederken; ÖZEN, İstanbul Havalimanı ile ilgili THY'nin gerçekleştireceği aksiyonları, Türkiye'nin kargo avantajından ve lojistik rekabet edebilirliğinden bahsederek sunumunu gerçekleştirdi. GÜNEY; devletin lojistik sektörü için planlarını ifade ederken, ŞENER ise lojistikte rekabet konularına değindi. Keyifli ve bilgilendirici sunumların ardından katılımcılara sorular yöneltildi. Katılımcılara sponsorumuz FGi Kapı ve Yükleme Teknolojileri A.Ş. tarafından hazırlanan ödülleri takdim edildikten sonra yemek arasına geçildi.

Kongrenin öğleden sonraki ikinci sektör oturumu ise "Lojistik Kullanıcıları ve Üreticileri Aynı Dili Mi Konuşuyor?" başlığı ile Doç.Dr Hakan TUNAHAN moderatörlüğünde gerçekleştirildi. Oturuma İHKİB Başkanı Mustafa GÜLTEPE, Türkiye Şişecam Sanayi AŞ. Topluluk Satınalma Başkanı Selma ÖNER, deniz taşımacılığında uzmanlaşmış U.N RO-RO DFDS Kıdemli Direktör Jan Berslen DEVRİM ve UND İcra Kurulu Başkan V. Emrah EREKE katılımları ile değer kattı. GÜLTEPE ve ÖNER, konuşmalarında lojistik kullanıcıları olarak yaşadıkları deneyimleri paylaşırken; lojistik üreticisi olarak DEVRİM gerçekleştirdikleri faaliyetleri ifade etti. Lojistik üreticilerini bir çatı altında toplayan UND için ise EREKE lojistik kullanıcı ve üreticilerinin entegrasyonunun önemine dikkat çekti. Keyifli ve bilgilendirici sunumların ardından katılımcılara sorular yöneltildi. Katılımcılara sponsorumuz FGi Kapı ve Yükleme Teknolojileri A.Ş. tarafından hazırlanan ödülleri takdim edildikten sonra kahve molası verildi.

Kahve molasının ardından "Ulusal Lojistik Projeleri" başlıklı ilk akademik oturum Prof. Dr. Nevzat SAYGILIOĞLU'nun oturum başkanlığında yapılan üç sunum ile gerçekleştirildi. Kongrenin ilk gününün sonunda ise 13 farklı üniversitenin Uluslararası Ticaret, Lojistik ve Denizcilik fakültelerinin bölüm başkanlarının katıldığı bir çalıştay gerçekleştirildi. Çalıştayda; müfredat konuları, lojistik eğitiminin içeriği ve üniversite sanayi iş birliği konuları ele alınıp; katılan üniversitelerin olası işbirlikleri konuşuldu.

Kongrenin ikinci günü olan 23 Kasım'da ise altı farklı temada gerçekleştirilen (Doç.Dr. Hakan TUNAHAN'ın başkanlığında "Lojistik Teknolojisi" oturumu; Prof. Dr. Fehim BAKIRCI'nın başkanlığında "Lojistik Sürdürülebilirlik" oturumu; Prof. Dr. Erdal NEBOL'un başkanlığında "Kent Lojistiği" oturumu; Prof. Dr. Serap İNCAZ'ın başkanlığında "Lojistik İşletmelerinin Yönetimi" oturumu; Prof. Dr. Okan TUNA'nın başkanlığında "Tedarik Zinciri Yönetimi" oturumu ve Doç. Dr. Ebru DEMİRÇİ'nin başkanlığında "Kara-Hava-Deniz Taşımacılığı" oturumu) akademik oturumlarda lojistik ile ilgili çok değerli çalışmalar sunuldu. Çok değerli çalışmaların olduğu akademik oturumların tamamında 27 bildiri sunularak lojistik, ulaştırma ve tedarik zinciri alanlarındaki sorunlar, gerçekleştirilecek çözümler ve geliştirilecek alanlar farklı üniversitelerin akademisyenleri tarafından ele alındı. Son oturumun da bitmesinin ardından kongre partnerleri olan Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi ve İstanbul Üniversitesi Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi hocaları kapanış konuşması gerçekleştirerek kongreyi değerlendirdiler. Kongre Başkanı Doç. Dr Hakan TUNAHAN konuklara, kongre organizasyonunda emek veren ve düzenlenmesinde bü-

yük rol oynayan çalışanlara teşekkür etti. Kongre organizasyonunda 60 kişilik dev gönüllü kadrosuyla yer alan 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu adına Öğrenci Başkanı Eren AKARSLAN'a da söz verdi. AKARSLAN; 60 kişilik gönüllü çalışan kadrosuyla eksiksiz bir şekilde yürütülen kongre için, bölüm olarak bizler gönüllü olarak çalıştığımız ve işimizi severek yaptığımız için güzel işlere imza atabiliyoruz aksi takdirde ne maddiyat ne de başka bir şey bizleri motive edebilir. Emegi geçen herkesin ellerine sağlık diyerek tüm ekibine teşekkür etti.

Son olarak birçok ilke imza atan 2. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresinde; akademisyenler, konuklar ve etkinlikte emek veren öğrenciler sponsorumuz FGi Kapı ve Yükleme Teknolojileri tarafından düzenlenen gala yemeğinde bir araya geldiler. Gala yemeğinde en iyi 3 bildiri de ödüllendirildi. "Dördüncü Parti Lojistik Hizmet Sağlayıcılarının Yetenek Boyutlarına İlişkin Bir Araştırma" adlı bildirisi ile birincilik ödülünü, Öğr. Gör. Berna KALKAN- Prof. Dr. Kenan AYDIN; Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN tarafından aldılar. "BRICS ve Türkiye Örneğinde Kolay Bayrak Yönelimi ile Ticaret Hacimlerinin Eşbütünlüşme Analizi" isimli bildirisi ile ikincilik ödülünü Arş. Gör. Ayşegül KARATAŞ- Arş. Gör. Halil ŞİMDİ; Doç. Dr. Hakan TUNAHAN tarafından aldılar. Son olarak "Railways vs Highway Transportation and Economic Growth: The Case of Turkey" başlığıyla sunduğu bildirisiyle üçüncülük ödülünü Prof.Dr. Mehmet ADAK; Ana Sponsorumuz olan FGi Kapı ve Yükleme Teknolojileri adına Ali İhsan GÜNEŞ tarafından aldı.

Herkesin mutlu ve birçok değer katarak sonlandığı kongrenin üçüncüsünün ise Gaziantep ve Hasan Kalyoncu Üniversiteleri tarafından Gaziantep de düzenlenmesi kararlaştırıldı.



# Sakarya Üniversitesi Rektörü Prof.Dr. FATİH SAVAŞAN ile Röportaj

**Yeni rektörümüz olarak Sakarya Üniversitesi ile ilgili vizyonunuzu anlatabilir misiniz?**

Bildiğiniz üzere üniversitelerin 3 temel fonksiyonu vardır. Bunlar eğitim, araştırma ve toplumsal hizmettir. Biz bu üç fonksiyonla ilgili üniversitenin bulunduğu yer her neresi ise onu biraz daha ileri taşıma gayreti içerisindeyiz. Özellikle ağırlık vermeye çalıştığımız konu AR-GE ve uluslararasılaşmadır. AR-GE dediğimiz zaman, devlet tüm imkânları seferber ediyor. Biz de bundan cesaret alarak üniversitenin mevcut araştırma altyapısını, laboratuvar imkânlarını daha da güncellemek, etkinsizlik varsa da on-

nunu temin etmeliyiz. Burada bulduklarını süre içerisinde beşeri sermayelerini arttırabilmeleri bakımından da belli başlı özelliklerinden faydalanmaları suretiyle özelde Sakarya genelde Türkiye'ye fayda sağlama imkânımız vardır. Genç Ticaret Köprüsü MUSIAD ile Uluslararası Ticaret Bölümünün öncülüğünde SATSO ile birlikte yürütülen İŞKUR'dan da destek alan dış ticareti artırıcı birtakım projeler mevcuttur. Dolayısıyla buradaki misafir öğrencileri sektörlere buluşturup, onların dil ve saha bilgisinden mümkün olduğunca faydalanarak uluslararasılaşma da belli bir yol kat edeceğimiz.

lemlediğim kadarıyla hocalar ile kulüp ve öğrenciler arasında yakın ve verimli bir bağ kurulmuştur. Sektörden birçok destekçi ile irtibat kurulması, bölüme ayrı bir sinerji katıyor. Genç yaşlarda öğrenciler tarafından kültürel, sosyal ve bölümle ilgili faaliyetlerin yürütülebilmesi önemli. Bu işin bir teorik bir de pratik bilgi boyutu vardır. Onları da yapabildiğiniz zaman çok daha iyi yerlere gelebileceğinizi düşünüyorum. Bu bağlamda gözlemlediğim kadarıyla faaliyet ve şehirle entegrasyon anlamında Uluslararası Ticaret Bölümü belli bir yol almış bölümlerimizden birisidir. İnşallah daha da artar.



ları gidermek ve belirli alanlarda atılım yapmak gayesindeyiz. Bizim üstün olduğumuz alanlar enerji depolama ve siber güvenlidir. Bu alanlarla ilgili biz hem otomotiv sanayisine hem de savunma sanayisine destek verebilecek durumdayız.

Uluslararasılaşma için de biz aslında yabancı öğrenci ya da misafir öğrenci demeyi tercih ediyoruz. Misafir öğrenci çekme konusunda bir sıkıntımız yok. Yani istesek bu yıl 10.000 öğrenciyi de alabiliriz. Ama mesele sayı değil de, kaliteli misafir öğrenci çekmektir. Öncelikle öğrenciyi buraya çekip, ondan sonra burada memnun ederek hem sosyal entegrasyonunu hem de akademik entegrasyon-

**Uluslararası Ticaret Bölümü olarak faaliyetlerimizi biliyorsunuz. Sizce bölüm olarak Sakarya'nın ve Türkiye'nin ihracatına hangi katkıları sağlayabiliriz?**

Uluslararası Ticaret Bölümü bizim üniversitemizde görece genç bir bölümdür. Uluslararası ticaret dediğimiz de burada üretmeyi ve satmayı değil, aynı zamanda ithalatı da kastetmiş oluyoruz. Aslında tüm olup bitenler uluslararası ticaret, planlama ve pazarlamayla alakalıdır. Dolayısıyla her ne üretiyorsanız üretin, onun teknoloji bakımından ileri bir üretim olmasını temin etmek zorundasınız. O yüzden Uluslararası Ticaret Bölümü bir bütün olarak eğitim anlamında önemlidir. Uluslararası Ticaret Bölümünde göz-

**21 GÜN 37 DERECE İŞ TOPLULUĞU olarak faaliyet bazında Sakarya Üniversitesinin en büyük topluluğuyuz. Sizce topluluk faaliyetlerimizi hangi alanlarda yoğunlaştırmalıyız?**

Ben 21 gün 37 derece iş topluluğuyla 2.Ulaştırma Ve Lojistik Ulusal Kongresi vesilesiyle tanıştım. İsim de çok iyi düşünülmüş. Bu anlamda bölüm de güzel bir başlangıç yapmıştır. Kulüp faaliyetleri her ne olursa olsun önemlidir. Bu öğrencilerin okul yılları boyunca adeta ikinci bir üniversite bitirmeleri anlamına geliyor. Ama böyle 21 GÜN 37 DERECE İŞ TOPLULUĞU gibi daha alana odaklanmış, tabiri caizse nokta atışı yapan kulüplerin yeri ayrıca önemlidir. Sektörün

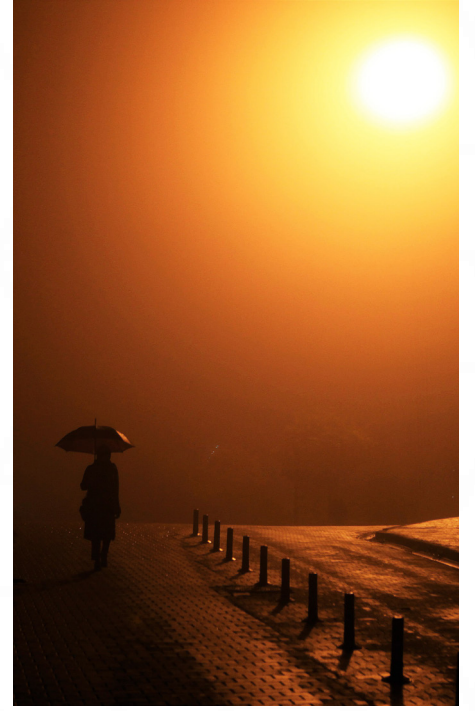
kapısını çalmayı zaten öğrenmişsiniz, bu tür şeyleri daha sık yapmanız lazım. Ama yapılan tüm faaliyetler küçüğünden büyüğüne çok kıymetlidir. Şu an yaptığımız röportaj meselesi de eğitici ve öğreticidir. Bu yüzden güzel bir başlangıç yaptınız ve sizin bundan daha iyisini yapacağınızı düşünüyorum.

### Sizce üniversitemizde iyileştirmeye en açık alanlar hangileridir?

Ben iki kategoriye ayırıyorum. Birinci rutin işler, ikinci biraz daha zaman alacak, lakin miras bırakacak işler olarak algılıyorum. Aslında bütün bu uğraşlar içerisinde eğitimi bir defa ihmal etmememiz lazım. Bu ne anlama geliyor? Öğrencilerin mekânsal sorunları çözülmüş, kulüp faaliyetlerinden başlamak üzere kendilerini geliştirebilecekleri alanları, imkânları buluyor, sosyal ve kültürel aktiviteleri yapabiliyor olmaları lazım. Ama onun da ötesinde öğrencilerle ilgili değil, bizimle ilgili eğitimin içeriğini de dolduruluyor olması lazım. O yüzden öncelikle bizim gayretimiz eğitim programlarını güncellemek, mekân sorununu halletmek olacaktır. Bunun dışında Sakarya Üniversitesi'nin mukayeseli üstünlüğe sahip olduğu alanlarda biraz daha ileriye gidebilmektir. Eğitim anlamındaki yapabileceğimiz işleri hemen yapıp kategorideki yapabileceğimiz şeyler zaman alacak unsurlardır. Başladığında geri dönüşü olmayacak şeylerdir. O yönde de planlamalarımızı yapıyoruz.

### Sizce üniversitemizin küresel mükemmellik ödülünü almasındaki en büyük etken nedir?

Bu kalite süreçleri tanımlamayla alakalı bir şeydir. Kurum hedef koyacak ve o hedefe nasıl gideceğini tespit edip yol alacaktır. Kalite ödülleri ve akreditasyon süreçlerinin tüm istedikleri şey budur. Yani kurum hedeflerini belirlemiş mi? O hedef gitmek için gerekli olan süreçleri tanımlamış mı? Bunlar ölçülebilir mi? Bunlara bakılıyor. Aslında koyduğunuz hedefleri gerçekleştirme potansiyeline göre değerlendirme yapılıyor. Sakarya Üniversitesi'nde de bu yapılmıştır. Elbette bu işin öğrenciye ve hocaya bakan, araştırma bakımından da bazı boyutları var. Bu tespitler sonucunda bu gibi ödüller alınıyor. Aynı zamanda kalitemizi tamamen içselleştirmek için biraz daha yoğunlaşmamız gerekiyor. Geldiğimiz nokta gayet iyi. Öğrencilerin kampüste daha fazla kalmalarını temin edebilecek birtakım adımlar atmamız gerekiyor. Yani öğrencilerin sosyal, kültürel ve sportif faaliyetlerde bulunabileceği ayrıca hoşça zaman geçirebileceği alanların oluşturulması gerekiyor. Kampüsün yeri çok iyi. Bundan daha fazla faydalanabilme yönünde adımlar atacağız.





## Aslı Elif Tanuğur Samancı ile Röportaj

BEE'O Propolis Genel Müdür/Kurucu Ortak ve Gıda Yüksek Mühendisi

### Hikâyeniz nasıl başladı?

İlk olarak oğlumda yaşadığım bağışıklık sorunu dolayısıyla propolis ve arı sütü ile tanıştım. Propolisin ülkemizde üretilmediğini ve Çin'den geldiğini öğrenince öncelikle oğlum için kendim üretmeye karar verdim. 6 ay kendi ürettiğim propolis özütü ve arı sütünü kullandıktan sonra bu ürünleri tüm annelere ulaştırma hayaliyle yola çıktım.

Türkiye'de daha önce üretilmeyen propolisi yine Türkiye'de ilk kez "Sözleşmeli Arıcılık Modeli" ile üretmek ve proses yöntemini geliştirerek insan tüketimine uygun hale getirmek için Taylan Samancı ve Prof. Dr. Dilek Boyacıoğlu ile birlikte 2013 yılında KOSGEB destekli Ar-Ge projesi ile firmamızı İstanbul Teknik Üniversitesi ARI Teknokent'te kurduk. Şu anda propolis, arı sütü, ham bal, polen, arı ekmeği ve arı ürünleri içeren inovatif katma değerli karışım ürünlerimizi, kovandan sofraya prensibiyle, Türkiye'de BEE'O markası, ABD ve Avrupa'da BEE&YOU markası ile, doğal besin içeriği ve biyolojik aktivitelerini koruyarak tüketicilerimize sunuyoruz. Bugün, 14'ü ulusal 12'si uluslararası 26 ödülümüz var. Her geçen gün büyümeye ve ülkemizin adını yurtdışında temsil etmeye devam ediyoruz.

**SBS BİLİMSEL BİO ÇÖZÜMLER olarak hedeflerinizde hangi pazarlara açılmak vardır?**

Bugün, BEE&YOU markamızla Amerika,

Kore, Almanya, Hollanda, İsveç, İngiltere, Avusturya, Dubai, Katar, Kıbrıs ve Suudi Arabistan ürünlerimizi ihraç ediyoruz. 2019'da da hız kesmeden ihracat yaptığımız ülkelerin sayısını çoğaltarak 5 yıl içerisinde satışlarımızın %90'ının ihracat olmasını hedefliyoruz. Bununla birlikte ürün gamımızı genişleterek, Anadolu propolisini uluslararası bir marka yapma hedefimizle ilerlemeye devam ediyoruz.

**Kadın girişimci olmanın zorluklarını yaşadığınız dönemler oldu mu? Olduysa eğer ne gibi zorluklardı bunlar?**

Bir kadın girişimci olarak sektörün bazı zorluklarını yaşadım. Ticarete atıldığım için insanlar kimi zaman ticaretin farklı olduğunu ve zorlanabileceğimi belirttiler. Ancak hiçbir zaman bunlar beni engellemedi ve hedefim doğrultusunda hep bir adım daha ileri gitmek için çalıştım. Bunun yanı sıra, doğru ekip ve iletişim ağına sahip olmak çok önemli. Ben her ikisinde de şanslıydım ve her geçen gün ekibim daha da genişledi ve bugünlere geldik.

Her işin zorluğu var, ancak, yeni bir sektör yaratmanın çok daha fazla zorlukları var. Ben hiçbir zaman pes etmedim ve her zaman iletişime çok önem verdim. Tüm ekibimle birlikte bilgiyi doğru kullanarak çok çalıştık ve bugün Türkiye'nin en büyük propolis üreticisiyiz.

**Arıcılık sektöründe sizi diğer firmalardan ayıran bir farkınız olduğunu düşünüyor musunuz?**

Bizim arıcılık sektöründeki en büyük farkımız Sözleşmeli Arıcılık Modeli'mizdir. Türkiye'de ilk defa firmamız tarafından hayata geçirdiğimiz 'Sözleşmeli Arıcılık' modeliyle kovandan sofraya izlenebilir arı ürünleri üretimi gerçekleştiriyoruz. Bu model ile uzman ekibimizde yer alan ziraat mühendisleri ve arıcılık uzmanları kontrolünde, ülkemizin farklı bölgelerinde yer alan arıcılarımızla sözleşmeler imzalanıyor. Böylece, kovandan itibaren doğru arıcılık uygulamalarının gerçekleştirildiği izlenebilir bir sistem ile çalışıyoruz. Bu model kapsamında ürünlerimizi doğrudan arıcılardan temin ediyoruz ve kontrollü koşullarda üretim yapılmasını sağlıyoruz. Bunun yanı sıra, arıcılarımıza yerinde eğitimler veriyoruz. Ürünlerimizin analizlerini İstanbul Teknik Üniversitesi'nde yer alan laboratuvarlarımızda yapıyor ve tüketicilerimize kovandan sofraya izlenebilir, doğal besin içeriği korunmuş ürünler sunuyoruz. Edirne'den Hakkâri'ye, Ardahan'dan Muğla'ya ülkemizin dört bir yanında üreticilerimiz var. Her bölgenin kendine has doğal florasının en lezzetli balları ve en güzel ürünleri arıcılarımız vasıtasıyla bizlere ulaşıyor. Bu da bizim en büyük farklarımızdan biri. Bunu yanı sıra, propolis ham halde tüketilebilir özellikte değil. Ham halde vücudumuz propolisten yalnızca %2 oranında yararlanıyor. Kısacası, sindirilmeden vücudumuzdan atılıyor. Propolisin vücudu-

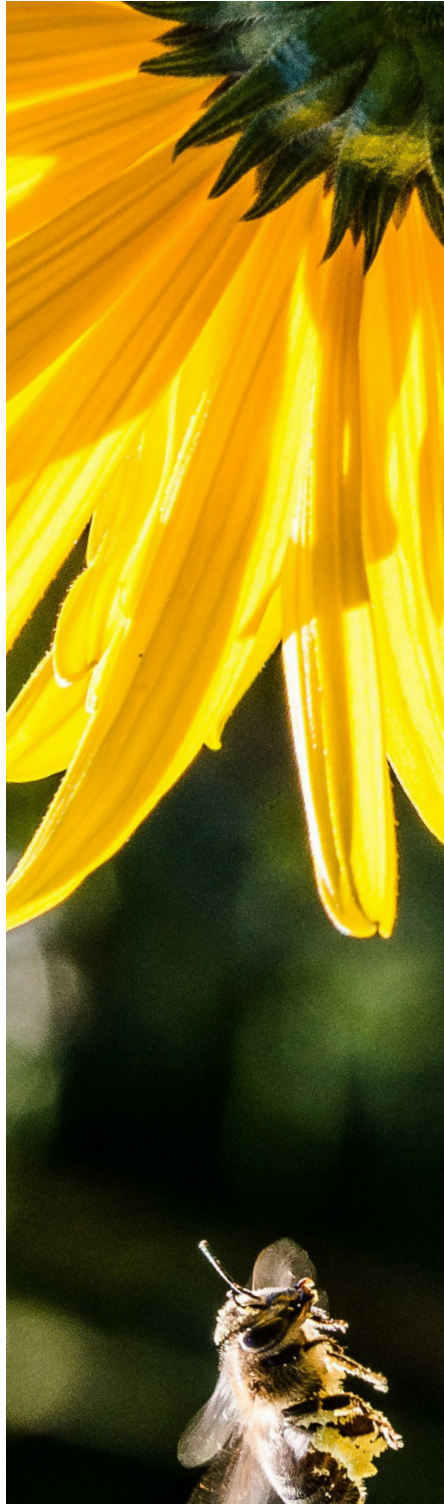
muz tarafından sindirilebilmesi için mutlaka özütlenmesi gerekiyor. Biz, İstanbul Teknik Üniversitesi'nde gerçekleştirdiğimiz Ar-Ge projemizle propolisi insan tüketimine uygun hale getirdik ve içerisindeki antioksidan maddeleri maksimum düzeyde elde edecek özütleme yöntemini geliştirdik. Ayrıca, geliştirdiğimiz propolis özütleme yöntemiyle TÜBİTAK İnovasyon Ödülü'ne layık görüldük. Bu işlemi uzman gıda mühendisleri kontrolünde gerçekleştiriyoruz. Geliştirdiğimiz ürün benzer ürünlerden en az 5 kat daha yüksek biyolojik aktiviteye sahip. 3000 metrekaare tesislerimiz, 90 çalışanımız, 500 sözleşmeli üreticimiz ve 150.000 kovanımızla Türkiye'nin ilk ve tek yerli propolis üreticisiyiz.

### Propolis üretimine Türkiye'de başlatılmasının temel bir nedeni var mıdır?

Ülkemiz yaklaşık 7 milyon arı kovaniyla Çin'den sonra dünyanın 2.büyük arıcılık ülkesidir. Ayrıca, tüm Avrupa'daki ende-



mik bitkilerin üçte biri Anadolu coğrafyasında yer alıyor. Bu da doğrudan elde ettiğimiz ürünlerin doğal içeriğine yansıyor. Dolayısıyla arıcılık potansiyeli çok yüksek. Fakat propolis, biz 2013 yılında sözleşmeli arıcılık modeliyle üretime başlayana kadar ne yazık ki üretilmiyordu. Çin'den gelen ithal ürünler burada çok ucuza alıcı buluyordu. Arıcılarımız, bu ürünlerle piyasada rekabet edemedikleri için propolis üretmiyorlardı. Propolis kovandan çıktığı haliyle insan tüketimine uygun olmadığı için ve nasıl tüketilebilir hale getirileceği konusunda arıcılarımıza bilgilendirme yapılmadığı için propolis kovandan kazanarak atılıyordu. Biz kovandan çıkan bu çok değerli arı ürününü inovatif ürünlere dönüştürerek, bu ekonomik kaybı bir katma değere dönüştürdük. Artık ülkemizde propolis üretilebiliyor ve arıcılarımız da bal dışındaki diğer arı ürünlerinden gelir elde edebiliyorlar.



Ayrıca yürüttüğümüz bu sosyal sorumluluk projesi kapsamında, satılan her ürünün 1 TL'sini arıcılara daha modern ekipmanlarla üretim yapmalarını sağlamak ve arıcılığın sürdürülebilirliğine katkıda bulunmak için bir fonda topluyoruz. Fonda biriken bu parayı ise yılda bir defa, arıcıların bal sağım makinesi, modern arı kovanı, bal dinlendirme kazanı, polen tuzağı vb. ekipmanlarının yenilenmesi amacıyla tekrar arıcılarımıza döndürüyoruz.

### Piyasada sahte ürünler bu kadar yaygınken marka adına kalitenizi korumak zor olmadı mı?

Ne yazık ki piyasada çok fazla sahte ürün var ve bunları analiz yapmadan ayırt etmek mümkün değil. Yaptığımız analizlerde içerisinden propolis bile olmayan ama raflarda propolis olarak satılan ürünler tespit ettik. Propolis, ülkemize çoğunlukla Çin'den ithal ediliyor. Bu ürünleri analiz ettiğimizde ağaçların yaprak, sap ve tomurcuklarının toz haline getirilerek ürünlerin içerisine katılmış olduğunu, maltodekstrin, silikon dioksit gibi dolgu ve katkı maddeleriyle propolisin çoğaltıldığını hatta renginin propolise benzermesi için boyar madde ilavesi yapıldığını tespit ettik. Ülkemizde propolisle ilgili bir standart olmadığı için ürünlerin kontrolü sağlanamıyor.

Biz yerli propolisi doğru bir şekilde üretilen tüketicilerimize ulaştırıyoruz; bu yönümüzle diğer markalardan ayrılıyor. Yerli üretimi yalnızca biz yapıyoruz. Tüketicilerimiz de aradaki farkı çok net bir şekilde görebiliyor ve Anadolu propolisine güveniyor.

# Jak Nahmias ile Röportaj

CNR Holding A.Ş.  
İş Zekası & Müşteri İlişkileri Müdürü

**Kariyeriniz hakkında kısaca bilgi verirsiniz? Kariyerinizde dönüm noktası olarak nitelendirdiğiniz kısımlar nelerdir?**

Ben Marmara Üniversitesi bankacılık-sigortacılık bölümü mezunuyum. Direkt sigortacılık yapmaya başladım. İki üç yıl sonra sigortacılıkta biraz sıkıldığımı gördüm. Çünkü okuduğum bölüm daha çok sayısal ağırlıklıydı. Sonra dışa dönük bir karakter olduğumu keşfettim. Ben yeni sevip sevmediğimi öğrenmiş oldum, kariyerimde biraz daha müşteri ilişkileri ile ilgili ve satış-pazarlamaya yönelik bir yol seçtim. Sigorta sektöründen ayrılıp yine sigorta sektörüne hizmet veren firmaların satış ve pazarlama bölümlerini yöneterek hayatıma devam ettim. Benim için kariyerimde en önemli şey müşterilerle iletişime geçmek oldu. İlk görüşmemde müşterinin bana sorduğu soruları anlayıp onlara güzel cevaplar vererek ve sattığımız sistemin faydasını anlatarak müşterinin hayatını aslında ne kadar kolaylaştırdığımızı gördüm. Bu da beni motive etti ve başarı haline dönüştürdü. Kariyerimin dönüm noktalarından bir diğeri de bundan önce çalıştığım firma olan Generali Sigorta'da yani İtalyan Sigorta devi bir firmanın Türkiye'ye gelip sigortacılığın iş modelini değiştirme şeklindeki iş modeli oldu ve bu bana birçok şey öğretti. Hem Türkiye pazarını daha iyi tanımama vesile oldu hem de birçok

farklı girişimcinin deneyip yanıldığı şeyleri ben şirket içinde deneyimleme şansını buldum. Biz sigorta ürünlerimizi satmak için 150 kişilik bir çağrı merkezi kurduk. Acentelere gitmeyi tercih etmeyen müşterilere online olarak, hatta çağrı merkezinden de ürünlerimizi sunmaya karar verdik. Bunun için pilot çalışmalar yaptık ve bir tanesi başarılı oldu. Sonra başarılı modeli alıp kopyaladık ve belli bir süre sonra dijital kanalın ne kadar dinamik ve günlük kampanyalara bağlı olduğunu görmüş olduk. O da benim dijitali direkt hayata geçirebilme, onunla ilgili harcanan eforların sonuca dönmesini gözlemlemek konusundaki deneyimimi çok olumlu olarak etkiledi. Bu sebeple kariyerimdeki dönüm noktası bu diyebilirim. Yani sigorta sektöründeki bir alışkanlığı değiştirmek.

**Fuarcılık sektörü uluslararası organizasyonlarla hem sanayi hem turizme katkı sağlıyor. CNR Fuarcılık olarak 2019 yılında fuar sektöründen beklentileriniz nelerdir?**

Türkiye'de yılda ortalama yüz milyarlarca dolarlık ihracat ve bir o kadar da ithalat yapılıyor. Maalesef ithalatımız daha fazla bu yüzden de dış ticaret açığımız var. Biz fuarlarımızda tam olarak bu dış ticaret açığını kapatmaya yönelik hizmet ediyoruz. Yani hedefimiz yurtdışına bağımlı hale gelmeden yurtiçindeki üretimimizi ön plana çıkartarak yabancı müşteriler bulmaktır. Çünkü fuarlarda ihracatı arttırmaya yönelik bir hedefimiz var. Dolayısıyla hükümetimizin 2023 hedefleri olan ihracatı artırma politikasına fuarlarımız bire bir hizmet ediyor. Yılda 40'ın üzerinde fuar düzenliyoruz. Bu fuarlara 110 ülkeden 1,5 milyon kişi, 15.000 firma geliyor ve bu sektörlerin toplam fuarda elde ettikleri alışverişlerdeki tutarlara baktığımızda, aslında şu anda bugünkü ihracat rakamlarımızın %10'a yakınının bu fuarlardan kaynaklandığını ölçtük. Bu direkt faydadır. Dolaylı faydası da, fuarların bu alandaki katkısı fuara gelen bir kişi hiçbir fuardan mal almasa bile Türkiye'ye geliyor ve 1000 Dolara bir uçak bileti alıyor. Burada otelde kaldığı için 300-500 Dolar ödüyor. Türkiye'ye fuarlarımıza gelen 1,5 milyon ziyaretçinin %30'u yabancı yani 400.000-450.000'i yabancıdır. Türkiye'ye turist olarak gelen kişiler kişi başı 2000 Dolar bırakıyor. Biz sadece fuarlara gelen 400.000 kişinin ortalama 2000 Dolarlık harcamasından ortalama 8.000.000 Dolarlık ülkemize katkı sağlıyoruz. Dolaylı olarak turizme ve ekonomiye döviz katkısı sağlıyoruz. Peki sanayiye nasıl katkı sağlıyor? Biz şirketlerin ihracatını arttırdığımız zaman onlar AR-GE paylarına yatırım yapma

şansı buluyorlar. Bizim fuar sektöründen olan beklentimize gelecek olursak, fuar sektörünün nabzını Türkiye'de biz tutuyoruz. Pazar payımız %50'nin üzerindedir. Fuarlarımıza her geçen yıl gelen katılımcı ve ziyaretçilerin arttığını görüyoruz. Bu ne demek oluyor? Firmaların amacı yeni müşteriler elde etmektir. Diğer amaçları da rakiplerini öğrenmek, marka bilinirliklerini arttırmak, Ar-Ge yapmaktır. Asıl amaç yeni müşteri kazanmaktır. Firmalar bizim fuarlarımızdan yaklaşık 90 ila 100 Dolarlık bir maliyet ile kolaylıkla müşteri kazanabiliyorlar ki bu da fuar dışında yeni bir müşteriyi elde etmeye göre çok optimum bir maliyettir, çünkü fuar dışında yeni bir müşteri elde etmek firmaya yaklaşık 1000-1500 Dolara mâl oluyor. Dolayısıyla fuarlar 1/3 oranında bir avantaj sağlıyor. Bundan dolayı ki insanlar fuara daha çok katılma eğilimindedir. Fuarlar yeni müşteri bulmak açısından çok avantajlı bir ortam olduğu için fuarlara ilgi artıyor.

**Sektörde uzun yıllardır faaliyet gösteren önder firmalardan birisi olarak 2019 hizmet politikanızı belirlerken hangi etmenleri göz önünde bulundurdunuz?**

Artık teknolojiyi daha da fazla kullanmak için bütün fuar sistemlerimizi daha teknolojik hale getirmeye yönelik yatırımlara başladık. Bu ne anlama gelir? Fuarla ilgili biletleri online alabiliyorsunuz ve kapıda kuyruk beklemeden cep telefonunuza indirdiğiniz QR kodla turnikelerden geçebiliyorsunuz. İlerde uygulayacağımız bir mobil uygulama da başlattık. Bununla fuardaki katılımcıları ürün gruplarına göre arayıp hangi salondaysa YANDEX ve GOOGLE uygulamalarındaki gibi rota oluşturup gidebiliyorsunuz. Bu tip teknolojik atılımlarla fuara gelen müşterilerin tecrübelerini daha iyi hale getiriyoruz. Sorunuzun diğer kısmındaki hizmet politikamızda öngördüğümüz şeylerden bir tanesi de katılımcılarımıza hedeflerine uygun nitelikli alıcı sağlamaktır. 2019 yılında yeni bir bölüm kurduk ve ben de bu bölümün başındayım. 240 kişilik bir ekip ve 11.000.000 Dolarlık yatırımla, artık yurt dışından alıcı ile istihbaratı yapan sistemler kurduk ve katılımcılarımıza sormaya başladık: Siz hangi tip ürünler sergileyeceksiniz, ne tarz alıcılara ihtiyacınız var ve ürünü kime satmak istiyorsunuz? Aldığımız geri bildirimlere göre onlara uygun alıcılar bulmaya başladık. Üye olduğumuz farklı istihbarat veri tabanlarında artık bu alıcıları bulmaya ve fuarla ilgili bültenler yollamaya başladık. Biz ayrıca iki milyon adet e-mail gönderiyoruz, toplu e-mail sistemlerini kullanıyoruz. Bu e-mailleri kimlerin açıp okuduğunu, tıkladığını raporlayabiliyoruz.

**CNREXPO**  
YEŞİLKÖY



Bu alıcılarla bağlantı kurup onları fuarımıza davet etmeye, ilgilendikleri ürün gruplarını sormaya ve buradaki katılımcılarla görüşmeye başladık. Dolayısıyla ziyaretçiler artık zamanlarını verimli kullanmaya başladılar ve daha fuara gelmeden hangi firmalarla görüşeceğini biliyorlardı. Katılımcılara da bu bilgileri gönderdik. Fuarda balık avlamaktansa tabiri caizse balığı oltanın ucuna takmış olduk. Onların hayatlarını kolaylaştırdık.

**Ülkemiz açısından fuarcılık sektöründeki bazı gelişmeleri baz alarak geçmiş ile günümüzü kıyaslamak gerekirse ne söylemek istersiniz?**

Ülkemiz açısından fuarcılık bugün daha revaçtadır çünkü Ticaret Bakanlığı ve KOSGEB gibi kurumlar fuarları eskisinden daha çok destekliyorlar. Bugün bir Türk firma yurtdışındaki bir fuara katılıp ürünlerini sergilemek isteyince nerdeyse yurtdışındaki harcamalarının (fuar, otel, ulaşım, yurtdışında bastıracağı kataloqlar, pazar açtırma masrafları vs.) %50'sinden fazlasını geri alabiliyor. Bu çok önemli bir teşviiktir. Dolayısıyla arkamızda devlet politikası ve teşvik sistemi var. Aynı şekilde Türk firmalar Türkiye'de ki fuarlarımıza katıldıklarında da yine farklı teşviklerden faydalanıp masraflarının önemli bir kısmını geri alabiliyorlar. İkincisi bizim yine yurt dışından getirdiğimiz özel alım heyetlerini ve alıcıların da otel ve konaklama masraflarının bir kısmını devletten aldığımız teşviklerle karşılamaya başladık. Devlet bu konudaki

ayırdığı fonları arttırdı. Bu da ne demek oluyor? Devlet Türk üreticilerin ihracat yapmalarını istiyor, müşterileri ayaklarına getiriyor ve biz buna vesile oluyoruz. Dolayısıyla fuarlarda yabancı ziyaretçi görmemizin sebeplerinden biri de bu teşviklerdir.

**Türkiye'nin 2023 hedefine en yüksek katkıyı veren şirket olmak istiyorsunuz, 2019 yılı itibari ile bu konu hakkında neler söyleyebilirsiniz? Hedeflediğiniz yerde misiniz?**

Hedeflerimizden biri de bu. Biz ihracatı arttırmak için fuarlarımızda gerçekleşen ticaret hacmini takip etmeye başladık. Fuarlarımızda kurduğumuz bu istihbarat sistemi sayesinde bütün katılımcılarımıza anketler yapmaya başladık. Bunları ekstrapole edip fuarlarda oluşan ticaret hacmini takip etmeye, katılımcı firmaların kapasite raporlarını almaya ve bunları incelemeye başladık. Sonuç olarak şunu gördük; fuarlarımızda yapılan ticaretin hacmi, ortalama sipariş adedi ve firma başına düşen alıcı sayısı arttı. Biz bunları artırarak 2023 hedeflerine direkt olarak katkı sağlıyoruz. Yabancı alıcının burada doğru katılımcıyla buluşmasını sağlıyoruz, siparişe dönüştürüyoruz. Üçüncüsü, bunun sürekliliğini sağlıyoruz. İMOB mobilya fuarımızın 15'sini düzenliyoruz. Her yıl fuarları iyileştirerek, yatırım yaparak, sürekliliğini sağlayarak fuarların daha da büyümesini sağlıyoruz. Dolayısıyla yabancı alıcılar için daha cazip bir hale geliyor. Averaj efekt dediğimiz her

yıl üste bir büyüme sağlıyoruz. Bu da o hedeflere ulaşmak için katma değer yarattığımızı gösteriyor. Biz de bu hedefleri alt kıvrımlara böldüğümüz zaman sektör sektör yaklaşmamız gerekir. Biz de sektör sektör ele alıyoruz, her sektörün farklı ihtiyacı oluyor ve bunu kümüldede katkı olarak sağlıyoruz. Dolayısıyla bir ev tekstili fuarında, ev tekstili firması kadar sektör uzmanlığı kazanmış oluyoruz ve o sektörün zayıf yönlerine çözümler üreterek o sektörün büyümesini sağlıyoruz.



# İhracat Pazar Araştırması

TurkishExporter.net

## İhracata yönelik pazar araştırmasının önemi

Günümüzde ufak çaplı Kobiler dahi dış pazarlara açılıp, alıcı firmaları bulma konusunda zorlanmamakta, yalnız önemli olan bu dış pazarlara açılma fırsatlarını doğru değerlendirip firmamızı uygun pazarlara giriş yapmasını sağlamak, girdiğimiz pazarlarda doğru ürün pazarlama stratejisi izlemek. Ayrıca gelişen dünya ticaretinde firmalar arası etkileşim,iletişim,bilgiye ulaşım ve rekabet üst düzeyde, firmalar ayakta kalabilmek için daha dinamik pazar stratejileri belirlemektedir ve her an değişen ülke stratejileri ihracatçılarımızı doğru zamanda doğru hamleler yapmaya mecbur kılmaktadır. Büyüyen pazarlara yönelmek, doğru hedef pazar tespiti, ülke pazarına girmeden önce o ülkenin siyasi durumu, gelir durumu, nüfus durumu vb. gibi daha fazla sayabileceğimiz durumlar ile ilgili yapılan analiz ve araştırmaların önemi günden güne artmaktadır. Günümüz ticaretinde rekabet önemli bir husus haline gelmiş ve küresel pazarı tanımak ihracatçının önceliklerinden biri olmuştur.

## İhracata yönelikpazar araştırmasında amaç nedir?

İhracat pazarlamasında pazar araştırması yapılmasındaki temel amaç, hedef pazar veya pazarların belirlenmesidir. Ayrıca ihracat pazarlamasına yönelik yapılacak pazar araştırmasında tek amaç potansiyel hedef pazar ve pazarların belirlenmesi değildir. Yapılacak bu araştırma ile şu bilgilere de ulaşılır;

- İhracat pazarlamasına konu olan ürüne yönelik ulusal ekonominin dünyadaki rekabetçi koşulları,

- İhracat pazarlamasına konu olan ürüne yönelik ulusal ekonomiye rakip olan diğer ülke ekonomileri ve bu ülkelerdeki potansiyel rakip işletmeler,
- İhracat pazarlamasına konu olan ürüne yönelik dünyadaki büyük pazarlar,
- İhracat pazarlamasına konu olan ürüne yönelik dünyada hızlı büyüyen pazarlar,
- İhracat pazarlamasına konu olan ürüne yönelik dünyadaki fırsat pazarları,
- İhracat pazarlamasına konu olan ürüne yönelik çeşitli hedef pazarlar ve bu pazarlardaki olası müşteriler.

## Pazar araştırması nasıl yapılır?

Pazar araştırması raporumuzu oluşturmaya başlamadan önce ürünümüzün gtip kodunu belirliyoruz eğer ürünümüzün gtip kodunu bilmiyorsak <https://www.gumruk.com.tr/gtip/sayfasından> ürünün Gtip kodunu öğrenebilirsiniz, daha sonra objektif kriterler ve subjektif kriterler olmak üzere iki ayrı filtreleme yapıyoruz.

Oluşturduğumuz objektif kriterler şunlar olmalıdır;

### 1.kriter

- Dünya ithalatında en büyükler

### 2.kriter

- Son 5 yılda ithalatta değer artışı yapan ülkeler
- Son yılda ithalatın değer artışı
- Dış ticaret açığı fazla olan ülke
- Pazar büyüklüğü

### 3.kriter

- Türkiye ihracatında ilk otuzda olan ülkeler

### 4.kriter

- Türkiye ihracatında en hızlı büyüyen ülkeler
- Son 3 yıldır büyüyen pazarlar
- Son 2 yıldır büyüyen pazarlar
- Son yıl pazarı büyüyen ülkeler

Bu kriterleri uygulayacağımız bilgileri <https://www.trademap.org/> veya <https://comtrade.un.org/> gibi sitelerden alabiliriz,

Un comtrade; Birleşmiş milletlerin, tüm ülke ihracat ve ithalat bilgilerini toplayıp paylaştığı bir sistemdir bu sistem ücretli bir sistem olmasına rağmen bizlere ücretsiz bir şekilde kısmi bilgiler sunmaktadır.Trademap ise uluslararası ticaret merkezinin kullandığı bir sistemdir.

Uyguladığımız objektif kriterlerden sonra elimize geçen raporlarda son olarak ürünümüz ile ilgili subjektif kriterler uygulayarak firmamız için doğru pazarı belirlemiş oluruz.

Turkishexporter.com.tr'in firmalara sunmuş olduğu hazır pazar araştırması hizmetinden de bahsedelim.

Turkishexporter.com.tr, yerli ve milli firmaların ihracatlarını geliştirmesi için onlara hazır alıcılar sunması ve Türk firmalarına yurtdışından kolay erişim sağlanması konusunda hizmet vermenin yanı sıra Türk firmalarına ticari istihbarat alanında da hizmet vermektedir, bu hizmetten sisteme kayıtlı tüm VIP üyeler faydalanabilmektedir.

Turkishexporter.com.tr, sunmuş olduğu bu hazır pazar araştırmasının verisini Birleşmiş Milletler veri tabanından (un comtrade) almaktadır. Bu sisteme ulaş-



mak için <https://te.com.tr/> alan adına girdiğinizde karşınıza çıkacak ekranda üç ayrı uygulamaya erişebilirsiniz bunlar "Kolay İhracat Müşterisi, Dünya Ticaret Haritası, Konşimento Veritabanı"

TurkishExporter

[Anasayfa](#)
[Hizmetlerimiz](#)
[Kampanyalar](#)
[İletişim](#)

Turkish Exporter ile Giriş

HİZMETLERİMİZ

### Kolay İhracat Müşterisi

Turkishexporter.Net üyeleri için geliştirilmiş kolay ihracat müşteri bulma merkezidir. Hangi ürün satmak istiyorsanız ürün adını yazıp kim

İnceleyin

### Dünya Ticaret Haritası

Genel olarak bir yurt dışı alıcısının satın almak istediği ürün/hizmet ve iletişim bilgilerini görebileceğiniz sistemdir.

İnceleyin

### Konşimento Veritabanı

Genel olarak bir yurt dışı alıcısının satın almak istediği ürün/hizmet ve iletişim bilgilerini görebileceğiniz sistemdir.

İnceleyin

Kolay ihracat müşterisi kısmından, şimdiye kadar Turkishexporter.com.tr'ye gelmiş olan alım/satım taleplerine ulaşabilirsiniz. Konşimento veri tabanından ise konşimento paylaşımı yapan ülkelerin konşimentolarına ulaşabilirsiniz.

Dünya ticaret haritası sisteminde, ürününüze ait Gtip kodu ile yapacağınız arama sonucunda ürününüzün dünya ticaretinde ortalama fiyatlandırmasına, en çok ithalat yapan ülkelere, rakip ülkelere, büyüyen pazarlara, sıcak pazarlara ulaşabilirsiniz. Size sunduğumuz bu raporlar doğrultusunda da firmalarımız daha doğru pazarlara giriş yapabilirler hatta katılacakları fuarları bu raporlar doğrultusunda seçebiliriz.

TurkishExporter

940310 - Furniture; metal, for office use

Giriş Sayfası - 94 - Furniture; bedding, mattresses, mattress supports, cush... - 9403 - Furniture and parts thereof, n.e.c. in chapter 94 - 940310 - Furniture; metal, for office use

Türkiye 940310 - Furniture; metal, for office use

[Büyük Pazarlar](#)
[Büyük Pazarlar](#)
[Sıcak Pazarlar](#)
[Rakipler](#)
[En çok ithalat/ihracat yapan ülkeler](#)

\$1,966,645,094

2017 Dünya Genelindeki Toplam İthalat

\$49,268,791

2017 Türkiye'nin Toplam İhracatı

\$6,520

FOB/FCA Türünden Ton Satış Fiyatı  
2017 Yılı Dünya Ortalaması

\$2,443

FOB/FCA Türünden Ton Satış Fiyatı  
2017 Yılı Türkiye Ortalaması

#### Son 5 Yıllık Pazar Durumu

Kopyala
CSV
Excel
PDF
Yazdır

Ara:

Yıllar	Global İthalat	Türkiye'nin İhracatı	Türkiye'nin İthalatı	Türkiye'nin Dış Ticaret Dengesi
2013	\$2,216,424,965	\$57,135,515	\$4,429,079	\$52,706,436
2014	\$2,360,700,975	\$57,510,905	\$6,841,797	\$50,669,108
2015	\$2,283,706,040	\$45,171,002	\$5,695,856	\$39,475,146
2016	\$2,276,981,700	\$45,212,614	\$4,892,473	\$40,320,141

#### Türkiye'nin Son 5 Yıllık İhracat/İthalat Grafiği

■ İhracat
 ■ İthalat

İnternet artık her sektörde her alanda bilgiye ulaşmanın en önemli yoludur, firmalarımızın da bu bilgi kaynağından daha etkin yararlanması için [Turkishexporter.com.tr](http://Turkishexporter.com.tr) olarak elimizden geldiğince bu kaynakları paylaşmaya ve daha fazla hizmet sunmaya devam edeceğiz



ALİ APRA

### Ali, üniversite hayatın boyunca tecrübe edinmek adına ne gibi girişimlerde bulundun?

Üniversite'ye başlamadan önce hayaller kuran ve bu hayallere nasıl ulaşabileceğimi durmadan araştıran bir öğrenciydim. Çünkü hayallerim çok büyüktü ve onlara ulaşabilmem için çok çalışmam, farklı ortamlarda bulunmam ve kendimi daima geliştirmem gerekiyordu. Üniversite hayatım boyunca Uluslararası Ticaret bölümünün ve 21 Gün 37 Derece Girişimcilik Topluluğunun düzenlediği her etkinliğe katıldım. Çünkü bu etkinlikler öğrencilerin ufku zenginleştirecek, bakış açılarını değiştirecek ve onlara yeni bilgiler katacak seviyede ve önemdeydi. Bu etkinlikler dışında üniversite hayatının bana sağladığı en büyük yarar olarak yurtdışına yöneldim. Yurtdışında Amerika'da bulundum ve burada kazanmış olduğum tecrübelerin hayatıma ne denli yarar sağladığını anlatmam kelimelerle mümkün değil. Bu tecrübe sayesinde dil anlamında kendimi çok geliştirerek iş hayatında aranan yabancı dil kriterini sağlamış bulunmaktayım. Bunu dışında 2 yaz döneminde biri staj, diğeri normal zamanlı çalışma olarak tecrübeler edindim. Bu dönemlerde üretim ve ihracat'a yönelik bilgiler edindim.

### Diğer mezunlardan farklı olmak adına yaptıklarınızdan bahsedermisiniz?

Hep daha iyiyi yakalama arzusu sayesinde elimde olanlarla yetinme konusunda biraz sorunlar yaşadım ve durmadan bir arayış içerisinde oldum. Lise zamanlarından gelen araştırmacı kişiliğim sayesinde merak ettiğim konuların üzerine yöneldim. Okudum, gezdim, yeni yerler gördüm ve farklı bakış açılarına hep önem verip saygı duydum. Türkiye'deki işletmelerin bize sağladığı kısıtlı erişimli staj imkanının dışına çıkarak hem kendi hayalimi gerçekleştirmek hem de gele-

cekte CV'ye yazabileceğim mükemmel bir tecrübe olarak Amerika'da Work and Travel yaptım. Bu sayede yurtdışında 4 aylık bir süre yaşama ve çalışma fırsatı bularak farklı kültürlerin birleştiği bir yerde kendi ana dilim dışında bir dil kullanarak hayatımı devam ettirdim. Bunun bana faydaları ise oldukça fazladır. Bunlar ; anavatanından uzak bir ülkede tek başıma hayatta kalabilme tecrübesi edindim. Yetiştirdiğim kültürden farklı bir kültüre sahip ola bir ülkede saygı çerçevesi içerisinde yaşadım ve çalıştım. Tabiri caizse Kapitalizm'in beşiği olarak nitelendirilen bu ülkede çalışma kültürlerinin içine girerek tecrübe ettim. Amerikalılar nasıl çalışır? Önem verdikleri nedir? Çalışma kültürlerinin bizimki ile farkı nedir? Farklı bir ulustan olan yöneticilerimle kriz anlarını nasıl yönetebiliriz? gibi bir çok soruya cevabımı aldım ve çalışma stilime entegre ettim. Bu sayede mezun olduktan sonra iş bulmam oldukça kolay oldu. İnsanların çalışma adayı bir kişinin Amerika'da çalışmış olması ve bu sayede sizinle iyi ve akıcı bir İngilizce konuşabiliyor olması işe alımında çok büyük bir rol oynuyor.

### Birini işe alacak olsanız ne gibi faktörler sizin için önemli olurdu?

Bölümümü birincilikle bitirmiş bir öğrenci olarak bu yazıyı okuyacak arkadaşlara aslında çok yüksek notlar almanın muazzam derecede bir etkisini olmadığını bilmelerini belirtmek istiyorum. Bu benim için de hep böyle olmuştur. Çünkü bir öğrenci deli gibi ders çalışıp kendine zaman ayırmıyorsa o kişi kendisine ve hayatına ihanet ediyordur. Herşeyden önce bizler birer insanız ve bu dünyaya bir kez geliyoruz. Bu yüzden geçen zamanı doğru kullanmak, kendimizi geliştirmek en önemli etken olmalıdır. İnsanın bir sanat anlayışı, hobileri olmalı. O hobilerin üzerine gitmeli ve en az bir tanesinde profesyonel olmalıdır. Ancak okuduğu alana dönecek olursak tabiki gerekli

özeni gösterip, gereken bilgilere sahip olmalıdır. Bildiklerini net bir şekilde anlatabilen, dışa dönük bir aday benim için her zaman birkaç adım öndedir. Güler yüzlü ve pozitif enerji veren bir yaklaşımda görüşme sürdüren adaylarında her zaman görüşmeyi yapan kişide olumlu etki bırakacaktır. Bunların dışında CV'sinde bulunan tecrübeler, daha önce çalıştığı, staj yaptığı yerler, katıldığı sosyal sorumluluk projeleri de kişinin ne kadar sorumluluk sahibi, dışa dönük, insanlarla anlaşabilen bir kişilik olduğunu gösterir ki bu ekstra bir artıdır. Sonuç olarak enerjisine inanan, işine saygılı ve onun hakkında öğrenmesi gereken keskin noktalardaki bilgilere sahip olan, dışa dönük, konuşmayı ve paylaşmayı seven bir iş adayı benim için ideal bir aday olacaktır.

ALİ APRA  
İhracat Departmanı  
Yurtdışı Müşteri Temsilcisi  
Tuna Aluminium

### Gizem, üniversite hayatın boyunca tecrübe edinmek adına ne gibi girişimlerde bulundun?

Bölümümüzün kurucusu olduğu 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu'nda aktif olarak görev alarak bir takımın parçası olabilmeyi ve sorumluluk bilinci ile tüm süreçleri yönetebilmeyi öğrendim. Bu sayede gerek iş hayatından gerek üniversite hayatından network edinerek birçok kişi ile ileride bana fayda sağlayacağını düşündüğüm ilişkiler edindim. Aynı zamanda sömestr ve yaz tatillerinde çeşitli stajlar yaparak, bölümümüz ile ilgili derslerde öğrendiğim teorik bilgileri pratikte geliştirebilme şansını buldum.

### Diğer mezunlardan farklı olmak adına yaptıklarınızdan bahsedermisiniz?

Tatillerde iş tecrübesi edinebilmek için çalışmamın yanı sıra aynı zamanda ya-

için bir araç mı yoksa amaç mı, amaç ise kendinin amaç uğruna ne kadar zaman harcadığına bakardım ayrıca iş hayatına bakış açısı çok önemli farklı alanda ya da kısa dönemli de olsa bir yerde çalışmamış birisini işe almazdım aradığım nitelikler bunlar olurdu.

Muhammet ŞAHİN  
İhracat Operasyon Uzmanı  
İsapur Plastik ve Ambalaj  
San. Dış Tic. Ltd. Şti.



Tuğba ONUR

Merhaba;

Ben Uluslararası Ticaret Bölümü Yüksek Lisans mezunlarından Tuğba ONUR. Lisans eğitimimi tamamladıktan sonra 2013 yılında UTİC ile tanıştım. 2013 yılında Uluslararası Ticaret Bölümü MBA programına başladım. MBA programını tamamladıktan sonra, 2015 yılında tekrardan Uluslararası Ticaret Bölümü Tezli Yüksek lisans programı ile eğitim hayatıma devam ettim. Aynı zamanda bölümde öğrenci asistanı olarak görev almaktayım. 2019 yılında Doç. Dr. Umud Sanem ÇİTÇİ Hocamın danışmanlığı ile yürüttüğüm tez çalışmamı tamamlayıp mezun olmaya hak kazandım.

Lisans eğitiminden sonra akademide yer alma isteği ile yüksek lisans eğitimine başladım. Uluslararası Ticaret Bölümünü gelecek vaat eden bölümler arasında olduğu için tercih ettim. Bölüme başladığımda beklediğimden çok daha fazlasını buldum. Bölümde bulunan hocalarımız bizlere hep daha fazlasını öğretme güdüsüyle hareket ettiler. Bölümde gerçekleşen etkinlikler sayesinde sektöre dair geniş bilgilere ulaşabildik. Öğrenci asistanlığı sayesinde ki gözlemlerime dayanarak şunları da ilave edebilirim; bölümde yer alan bütün hocalarımız öğrencilere sadece eğitim vermiyorlar. Onların hayatlarına da bir şekilde dokunuyorlar. Mezun öğrencilerimiz için iş imkânları sunuyorlar. Yeri geliyor sevinçlerine, üzüntülerine ortak oluyorlar. Uluslararası Ticaret Bölümü kocaman bir aile ve UTİC'li olmak bir ayrıcalık.

Tuğba ONUR  
Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı  
Yüksek Lisans



Gizem GÜRCANLAR

bancı dilimi geliştirebilmek için İstanbul'da bir language exchange grubunun kurucusu oldum. Bu sayede yabancı uyruklu bir çok kişi ile İngilizce konusunda birebir pratik yapma imkanı edindim. Ek olarak, Erasmus Öğrenci Değişim Programı'na katılarak yurtdışında akademik eğitim aldım.

**Birini işe alacak olsanız ne gibi faktörler sizin için önemli olurdu?**

Yabancı dil konusunda kendini geliştirmiş, takım çalışmasına yatkın, farklıların kişiyi korkuya sürüklediği aksine kişiyi daha da heyecanlandırdığı, çalışkan, daha öncesinde staj vb. programlarda tecrübe edinmiş kişiler herkesten bir adım daha önde olacaktır.

Gizem GÜRCANLAR  
Operasyon ve Lojistik Koordinatörü,  
Tricon International, Ltd.



**Muhammet, üniversite hayatın boyunca tecrübe edinmek adına ne gibi girişimlerde bulundunuz?**

Mezun olduğum bölümün aktif olması nedeniyle bu konuda bana katkısı çok



Muhammet ŞAHİN

oldu ve bu sayede bölümün sağladığı ayrıcalıklardan yararlandım. Mesela üniversiteye geldikten sonra öğrenci asistanlığı yaptım bu kesinlikle beni iş hayatına hazırlayan en önemli tecrübelerden biriydi. Bunun dışında geldiğim yıl aktif hale gelen öğrenci topluluğumuzun kurucu yönetim kurulunda takım kapitanlığı ve başkan yardımcılığı görevlerini aldım. Topluluğumuzun faaliyetlerini bir işletme ciddiyetiyle yürüttük. Yaz dönemlerinde çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin üretim sahalarında çalışarak farklı deneyimler elde ettim.

**Diğer mezunlardan farklı olmak adına yaptıklarınızdan bahsedebilir misiniz?**

Farklı mezun olabilmek için farklı öğrencilik süreci geçirmek gerekiyor. Bölüme yatay geçişle gelmiş biri olarak bölümümü seven ve her faaliyetinde aktif olan bir öğrencilik hayatım oldu. Derste okuduğum bölümün uzmanı hocalarımdan aldığım eğitim dışında mezuniyet sonrası yapacağım mesleğin işleyiş hakkında sektörden bu işi yapan kişileri dinledim. Öğrenciyken yurtdışı deneyimi için 'work and travel' programına katıldım. Bölümün mezuniyet öncesi zorunlu stajı sayesinde iş hayatının ilk basamağını çıkmış oldum. Bunun dışında bölümde genel olarak yaptığımız birçok etkinlik sayesinde yine sektörün bilinen isimlerini tanımam onların tecrübelerini dinlemem, eğitimlerine katılmam diğer mezunlardan farklı kılan etkenlerdendir. Bölümümün sağladığı ve üniversite dışında verilen kurslara gittim. Bölümü bitirmek kolay her üniversitede benzer bölümler mevcut, önemli olan tam donanımlı mı bitirdin bu soruyu kendinize sürekli sorun.

**Birini işe alacak olsanız ne gibi faktörler sizin için önemli olurdu?**

Öncelikle hangi üniversiteden mezun olduğu kesinlikle önemli değil. En iyi üniversitede okumuş ama üniversitede sadece derslere girmiş birisi ile çalışmak istemezdim. Üniversitede ki yaptığı faaliyetleri katıldığı seminerleri eğitimleri aktif olarak içinde bulunduğu bir öğrenci topluluğu var mı kısacası üniversite onun



## UPEP NEDİR?

**Üniversiteden Pazar Elçiliğine Projesi** (UPEP), Sakarya Üniversitesi ve Sakarya Ticaret ve Sanayi Odası Yurtdışı İş Geliştirme Komisyonu ve Sakarya Üniversitesi tarafından; Sakarya Üniversite'sinde eğitim gören yabancı uyruklu öğrencilerin Sakarya Ticaret Odası'na üye firmalarda staj yapmaları amacıyla geliştirilmiş bir projedir.

Proje kapsamında yapılacak eşleştirmeler ile SATSO üyelerinin; birden fazla yabancı dil bilen öğrenciler sayesinde global pazarlar, tedarikçiler veya partnerler bulmaları yeni pazarlara ulaşma ve/veya var olan pazarlarını genişletme, yurtdışı ziyaretlerinde ve yurtiçi alım heyetleri görüşmelerinde iletişim elde etmeleri sağlanmış olacaktır.

Projenin bir başka çıktısı da öğrencilerin, buradaki eğitimlerinin ardından kendi ülkelerinde Türkiye'nin gönüllü ticaret elçisi olmalarının da sağlanmasıdır. Sakarya Üniversitesi'nde öğrenim gören yabancı uyruklu öğrenciler ile Sakarya Ticaret ve Sanayi Odası üyeleri bu projeye dâhil olabilirler.

Bu projeyi teşvik eden unsurlar şunlardır: Sakarya uzun süredir Türkiye'nin en fazla ihracat yapan ve ihracatı en hızlı artan iller sıralamasında üstlerdeki yerini korumaktadır. Ancak özellikle Kobi niteliğindeki işletmelerin dış ticaret yapabileme noktasındaki altyapı eksikliklerinin yanında, potansiyel ve varolan pazarlarla iletişim kurma, kültür farklılıklarını yönetme ve dil becerilerindeki eksiklikleri sebebiyle bu olumlu pozisyonun, ihracat

yapan firma sayısı ve pazar çeşitliliği açısından var olduğunu iddia etmek oldukça zordur. Diğer taraftan Sakarya Üniversitesi'nde çeşitli eğitim kademelerinde eğitim gören yaklaşık 2700 yabancı uyruklu öğrenci bulunmaktadır. Dahası üniversitemiz bu sayıyı yakın zamanda iki katına çıkarmayı planlamaktadır. SAÜ'nün uluslararası bir üniversite olma yolundaki önemli unsuru olan bu öğrencilerimiz, kendi aralarında oldukça güçlü bir iletişim geliştirmelerine rağmen, diğer öğrencilerle ve ildeki diğer paydaşlarla akademik, sosyal ve ekonomik anlamda arzulanan düzeyde yakın temas kuramamaktadırlar. Üniversiteden Pazar Elçiliğine Projesi ile yukarıda yapılan durum tespitine dayalı olarak, SAÜ'de eğitim gören yabancı uyruklu öğrenciler ile Sakarya KOBİ'lerinin buluşması hedeflenmektedir. Bu proje ile Sakaryalı firmalarda yabancı öğrencilerin staj görmesi hedeflenmiştir. Yapılacak olan bu eşleştirme ve işbirliği ile Sakaryalı firmaların global pazarlar, tedarikçiler veya partnerler bulmaları sağlanırken, yabancı uyruklu öğrenciler de, kendilerini geliştirme ve ülkemizi ve şehrimizi daha yakından tanıma fırsatı elde edeceklerdir. Böylece yabancı öğrencilerin akademik, ülke ve lisan bilgileri ile Sakarya'lı şirketlerin tecrübeleri eşleştirilerek kazan - kazan ilişkisinin kurulması sağlanacaktır. Projenin bir başka çıktısı da öğrencilerin, buradaki eğitimlerinin ardından kendi ülkelerinde Türkiye'nin gönüllü ticaret elçisi olmalarının da sağlanmasıdır. Yeni pazarlarla iletişim kurma ve kültür farklılıklarını yönetme amacıyla "Üniversiteden Pazar Elçiliğine Projesi (UPEP)" 4 yıl önce hayata geçirildi. UPEP kapsamında 35 uluslararası öğrenci, 33 iş-

letmede staj yaparak 17 farklı dille de firmalara destek veriyor. Esnek staj yöntemiyle öğrencilerin derslerini aksatmadan kendini geliştirme imkânı bulunduğu bu projede uluslararası öğrencileri çok isteklidirler.

UPEP projesi ile yabancı öğrencileri hem istihdama kazandırmak hem de firmalarımızı uluslararası arenada hedef pazarlara sağlamak amacıyla gerçekleştirilen birebir ziyaretler ve firma öğrenci eşleştirme planlamalarından verimli sonuçlar elde edilmesi bekleniyor.





## UTE Projesi

Toplumsal refahı düşürmeden, cari açığı kalıcı olarak kapatmanın yolu ihracatı artırmaktan geçmektedir. Uluslararası ticaretin gün geçtikçe daha da önemli olduğu ve uluslararası pazarlarda rekabetin giderek arttığı günümüz ekonomisinde Sakarya'daki Kobilerin yurtdışında uygun pazarlar bulmaya dönük çalışmaları ve planlamaları yapılmaktadır.

Bölümümüz bu değişim ve gelişim talebine karşılık olarak, ihracat yapma isteğinde olan firmalar veya hali hazırda ihracat yapan ve ihracat departmanlarını güçlendirmek isteyen firmalara destek olmak için Sakarya Ticaret ve Sanayi Odası (SATSO), İŞKUR, ve Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi (SUBÜ) işbirliği ile "**ULUSLARARASI TİCARET ELÇİLERİ PROJESİ**" ni geliştirmiştir.

Proje kapsamında;

- İŞKUR veri tabanı, SAÜ, SUBÜ mezunları ve 7+1, 3+1 öğrencileri arasında uluslararası ticaret konusunda kariyer yapmak isteyen ve en az B1 seviyesinde İngilizce ön şartını sağlayan adaylar belirlenecek.
- Ön mülakatı ve firma mülakatını geçen adaylar için firma eşleşmesi yapılarak, SATSO'da 2 hafta Uluslararası Ticaret Eğitimi verilecek.
- Sakarya Üniversitesi ve Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi öğretim görevlileri 2 haftalık eğitimini tamamlayan adaylara 6 ay boyunca tecrübeleri ile destek verecek, haftalık karşılaştıkları güçlükleri aşmada yardımcı olmak amacıyla Uluslararası Ticaret Mentörlüğü yapacaklardır.

Eğitim döneminden başlamak üzere istihdam edilen personelin/personellerin 6 aylık maaşı (Asgari Ücret üzerinden), İş Kazası ve Meslek Hastalığı Sigortası Primi ve Genel Sağlık Sigortası Prim Giderleri Mesleki Eğitim ve Beceri Geliştirme İşbirliği Protokolü (MEGİP) kapsamında İŞKUR tarafından karşılanmaktadır. Proje kapsamında 6 aylık süre sonunda firmaların en az %50 istihdam zorunluluğu bulunmaktadır.

11 Firma 24 katılımcı ile projenin ilk etabı 4 Şubat 2019 tarihinde başladı. Projenin detaylarına ..... sayfalarımızdan ulaşabilirsiniz.



# Eksada Dış Ticaret Danışmanlık ve Yazılım A.Ş.



**Yaptığınız işin belki de en zorlu kısmı olan her sektörden her türlü firmalara hitap etme zorunluluğunuz sizi zorluyor mu?**

**Ayşegül KARATAŞ:** Zorlamaz olur mu? Sektörel anlamda, proje-taahhüt işi yapan ve hizmet ihracatı yapan firmalara yönelik verilecek hizmetler son derece zor... Ancak çalışınca üstesinden gelinemeyecek hiçbir şey yok.

**Belirli stratejiler doğrultusunda mı çalışıyorsunuz yoksa her firma için farklı stratejiler mi üretiyorsunuz?**

**Ayşegül KARATAŞ:** Her firma ayrı bir vaka. Uluslararası pazar seçimi ise çok derece stratejik bir karar. Dolayısıyla hem ürünleri hem de stratejileri farklı olan firmalarla karşı karşıyayız. Her ürünün talebini etkileyen faktörler birbirinden farklı.

Eksada ihracat yapan ya da yapmak isteyen işletmelere, kendi ürünleri için en cazip yurt dışı pazarları bulmaları konusunda danışmanlık hizmeti vermektedir.

Firmamız, günümüzde firmaların en can alıcı eksiklerinin başında gelen yurt dışı pazar araştırma, ihracat yapma veya mevcut ihracatlarını arttırma hedeflerinin gerçekleştirilebilmesi amacıyla akademik ve sektörel birikimin ortak bir payda buluşturularak firmaların ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla kurulmuştur.

**Yaptığınız işten bahsedebilir misiniz?**

**Sinan ESEN:** İhracat yapan ya da yapmak isteyen işletmelere kendi ürünleri için en cazip yurt dışı pazarlarını bulmaları konusunda danışmanlık hizmeti veriyoruz.

**Sizi bu işi yapmaya yöneltten etkenler neler oldu?**

**Sinan ESEN:** Biz akademisyenler olarak çok sayıda teori inceleyip, verilere ulaşip, analizler gerçekleştirerek araştırmalar yapabiliyoruz. Diğer yandan işletmeler de pek çok uygulamaya şahit olup, pratikte çok sayıda deneyimler elde edebiliyorlar. Aslında akademinin işletmelere, işletmelerin de aynı şekilde akademiye kazandırabileceği çok şey var. Gelişmiş ülkelere baktığınızda durumun tam da böyle olduğunu görebilirsiniz. Akademik iş dünyasından, iş dünyasının akademiden uzak olması özellikle bizim alanımızda kabul edilemez. Üniversite hastanesinde çalışan bir doktorun ben hasta görmek istemiyorum demesi gibi bir şey bu...

**Şirketler neden sizinle çalışmalılar?**

**Ayşegül KARATAŞ:** Şirketler ihracat pa-

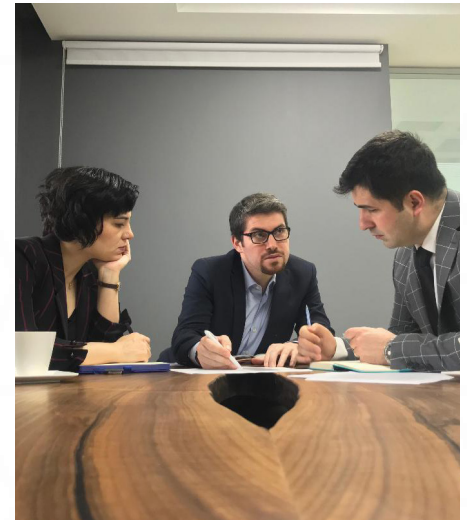
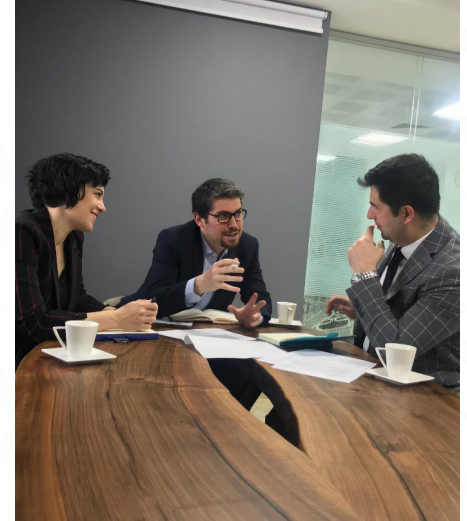
zar seçimlerini genellikle kulaktan dolma bilgiler ya da bağlantılar aracılığı ile yapıyorlar. Oysaki bilgi çağında yaşıyoruz ve ihracatı etkileyen pek çok faktörle ilgili veriler çokuluslu organizasyonlar tarafından kamuya açık şekilde raporlanıyor. Bu verilerin derlenmesi ve analiz edilmesi ise uzmanlık gerektiren bir konu. Şüphesiz objektif kriterlere dayanan ve bilimsel alt yapısı olan bir model üzerinden ihracat pazarlarını seçmeleri şirketler için çok daha etkin ve verimli sonuçlar doğurmaktadır.

**Şirketler sizi nasıl buluyor?**

**Sinan ESEN:** Pazar araştırma şirketi olarak aslında kendi pazarlamamızı hiç yapmadık. Şimdilik üzerinde çalıştığımız projelerin paydaşları üzerinden bize ulaşıyorlar. En iyi pazarlamanın müşteri deneyimleri üzerinden gerçekleştiğine inanıyoruz. İletişim günümüzde çok ileri düzeylere ulaştı. Ürettiğiniz hizmet ya da mal iyiye çok kolay bulunuyorsunuz. Hatta bazen bulunmak için bir şey yapmanıza gerek bile kalmıyor.

**İşinizde en önemli sorun güven sorunu. Şirketlerin size güvenmesini nasıl sağlıyorsunuz?**

**Halil ŞİMDİ:** Bizler önce akademisyeniz... Konulara akademisyen refleksi ile yaklaşıyoruz. İş dünyasının bize bakışı da bu yönde... Prensiplerinizi ve kırmızıçizgilerinizi belirgin bir şekilde ortaya koyduğunuzda güven ortamını sağlayacak atmosfer kendiliğinden oluşuyor. Ancak bununla yetinmeyip sözleşmelerimize gizlilik konusunda tarafları bağlayan çok güçlü maddeler ekledik. Bu maddelere karşılıklı imza atıyoruz.





Hatta bazı durumlarda ürün gereklilikleri pazara giriş stratejisini belirliyor. Dolayısıyla bedene göre elbise dikmek durumundayız.

#### Şirketler pazar araştırması konusunda ne tür hatalar yapıyorlar?

**Ayşegül KARATAŞ:** Genel olarak, kişisel ağlar aracılığıyla edinilen bilgilerin doğru olduğuna dair genel bir varsayımı olduğunu söyleyebiliriz. Tecrübelerle dayanan bu tip bilgilerle hareket etmenin sakıncaları ise her firmanın ürünlerinin birbirinden farklı olduğunu göz ardı etmek ve geçmişte yaşanan başarıların gelecekte de devam edeceğini varsaymak olduğunu söyleyebiliriz. Bir diğer hata ise özellikle KOBİ düzeyindeki firmalarda araştırmaları yürütebilecek nitelikte ve yabancı dil bilgisi olan personellerin istihdam edilmiyor oluşu.

#### Şirketlere belirli süre boyunca mı destek sağlıyorsunuz yoksa hedefler gerçekleşene kadar mı?

**Halil ŞİMDİ:** Bazı firmaların uzunca bir süre danışmanlığın devam etmesini istediğini görüyoruz. Ancak biz prensip olarak işletmenin kendi pazar araştırmasını kendisinin yapabileceği bir düzeye gelene kadar destek vermemizin doğru olduğunu, firma açısından bağımlılığın bir noktada ortadan kalkmasının gerektiğini düşünüyoruz. Sürekli devam eden bir ilişki ticari anlamda mantıklı gelebilir ancak akademisyen reflekslerimiz bunun tersini söylüyor. Bu nedenle, kendi kendini idame ettiren bir sistemin yerleşmesi bizim için öncelikli tercih.

#### Pazar araştırmasının açık bir hedefi olmalı mı? Olmalı ise bu hedef nasıl belirlenir?

**Ayşegül KARATAŞ:** Konuya bir proje olarak yaklaşmak en doğrusu. Her bir projenin gerek nitel gerek nicel hedefleri olmalı. Bu hedefleri firmaların stratejileri doğrultusunda oluşturmak gerek. Eğer hedefler belirlenmezse sonrasında projenin başarısını ölçemeyiz. Diğer yandan hedefler ve gerçekleşenler arasındaki sapmalar bize hangi konularda iyileştirmeler yapmamız gerektiğini gösteriyor. Bu anlamda hedefimiz bir konteyner da olsa belirli bir ülkeye ihracat yapmak da olabilir, tutarsal olarak ihracat hedefi de olabilir, belirli sayıda hedef müşteriyi içeren bir envanter oluşturulması da olabilir. Ama mutlaka hedeflerimiz olmalı.

#### Pazar araştırması yaparken SWOT analizi ne denli önemlidir?

**Halil ŞİMDİ:** SWOT analizi çok ama çok önemli. İşletmeler, öncelikli olarak işletme içi analizlerini doğru şekilde yapmalı. Örneğin, bir firma hem üretim kapasitesini hem ürünün uluslararası düzeyde diğer ülkelerin ürünlere nazaran konumunu muhakkak bilmeli. Diğer yandan da hem yurtiçi hem yurtdışı pazarların iş çevresi değişkenlerini eşanlı değerlendirmek gerekiyor. Bu nedenle tehdit ve fırsatlar konusu iki taraflı ele alınmalı. Bu kadar çok değişken varken de konuyu bir analiz vasıtası ile değerlendirmek uluslararası arenada strateji geliştirmeyi kolaylaştırıyor.



### AÇILIŞ DERSİMİZ GERÇEKLEŞTİ

Uluslararası Ticaret Bölümü olarak, SATSO Yönetim Kurulu Başkanı Akgün ALTUĞ'un konuk olduğu açılış dersimizi 25 Eylül Salı günü gerçekleştirdik. Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Hakan TUNAHAN'ın ve İşletme Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN'ın açılış konuşmalarıyla başlayan programın devamında, Akgün ALTUĞ deneyimlerini öğrencilerimizle paylaşarak üretmek ve girişimciliğin yanında insani ilişkilerin ve iyi niyetin önemini vurguladı. Kendi serüvenini bizlere aktaran Akgün Bey'e öğrencilerimize kattığı değerler için teşekkür ederiz.



### ARAMIZA HOŞGELDİNİZ" KAHVALTIMIZ

2018-2019 Eğitim-Öğretim Döneminde aramıza yeni katılan öğrencilerimize, İş Topluluğumuzun düzenlediği bir tanışma kahvaltısı ile "Aramıza Hoşgeldiniz" dedik. Network sağlamanın daha akademi yıllarında oluşacağını farkında olan UTİC ailesi bu organizasyon sayesinde uluslararası ticaret bünyesine yeni katılan öğrencilerimiz hem birbirleriyle hem de bölüm hocaları ile daha yakından tanışma fırsatı bulmuş oldu.



### TECRÜBE KONUŞUYOR BİZ BİZE 2

Bu etkinlikte arkadaşlarımızın diğer arkadaşlarımızla deneyimlerini paylaşarak etkileşimde bulunmalarını amaçladık. Etkinlikte ilk konuşmacımız Kerem Akgül okurken gerçekleştirdiği girişim tecrübe-



### İŞ DÜNYASINA RİSK YÖNETİMİ EĞİTİMİ VERİLDİ

Bölüm başkanımız Doç. Dr. Hakan TUNAHAN ve Doç. Dr. Sinan ESEN Sakarya Ticaret ve Sanayi Odası (SATSO) bünyesinde gerçekleştirilen Uygulamalı Dış Ticaret Akademisi'nde Uluslararası Ticarette Riskler ve Risk Yönetimi eğitimi verdiler.



### 'SOSYAL GİRİŞİMCİLİK' ETKİNLİĞİMİZ GERÇEKLEŞTİ

21 Gün 37 Derece İş Topluluğunun düzenlediği "Sosyal Girişimcilik" adlı etkinlik 2 Kasım Cuma günü Sakarya Üniversitesi Kültür ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. İlk konuşmacımız çöp(m)adam projesi kurucusu Tara Hopkins amacının "Herkesin eşit düzeyde yaşamasını sağlamak" olduğunu belirtti ayrıca yeni fikirler için sınırötmesini görüp analizleyebilmenin önemini vurguladı. Bir diğer konuşumuz yazılım mühendisi olan Gökhan Öztürk konuşmasına Türk aile yapısının eğitime etkisiyle başladı. Ardından eğitim sonrası iş imkanları, iş arayışı ve çalışma saatlerinin kişisel yaşama et-

kilerinden bahsetti. Kodluyoruz Derneği kurucu ortaklarından olan Gökhan Öztürk, Kodluyoruz'un kariyer planlama faaliyetlerini, etki alanını hareketlendirme konusunda öğrenciyle iletişimi artırma çalışmalarını aktardı. "Tırtılların hepsi kelebek olmaz, sadece içinde kelebek olmayı isteyen hücreler çoğalırsa kelebek olur" sözü akıllarda kaldı. Üçüncü konuşumuz ilkökul öğretmeni "Doğada Eğitim" projesinin kurucusu Özcan Özden oldu. Konuşmasına; saygısız, şiddet dolu, merhametten uzak bir neslin oluşmasını önlemek için kanunların ve cezaların çözüm olmadığını, tek çözümün eğitim olduğuna dikkat çekerek bu doğrultuda "Doğuştan insan sevgisiyle doğan tek canlı" olarak adlandırdığı köpek dostlarımızın çocuk gelişimindeki etkisinden bahsetti. "Doğada Eğitim" projesi ile öğrencilerle doğayı buluşturmanın kişisel gelişimlerini yaptığı pozitif etkiyi örneklerle açıkladı. Dördüncü ve son konuşumuz Tabit ARGE müdürü Orhan Kurt tarım sektörü ile teknolojiyi bir araya getiren proje olarak tanımladığı akıllı tarım projesinin çiftçiye ve sektöre getirdiği yeniliklere değindi. Proje kapsamında 1,5 milyon çiftçiye çözüm ortağı olan Tabit'in meteoroloji raporları, hibe, destek fonları gibi konularda hizmet verdiğini söyledi.



sini arkadaşlarımızla paylaştı. Girişimi başarısız olsa da takdir edilecek bir girişim ruhu olduğunu bizlere kanıtladı. Etkinliğin devamında Ebru Güney Aiesec tecrübesiyle özellikle yurtdışına gitmek isteyen arkadaşlar için etkilendirici bilgilendirmeler yaptı. Ardından Kürşat Yirik BSY Holding'de yaptığı staj deneyimlerinden bahsederek bir kez daha iş hayatının gerçeklerini öğrencilerimize aktarmış oldu. Work and Travel macerasını anlatan Burcu Kiraz yaşadığı deneyimlerle öğrencilerimizin merak ettiklerini cevapladı. Mertcan Hocalar Fearing of Missing Out Proje tecrübesinden bahsederken özellikle disiplinli çalışma ve zaman yönetimi hakkında bilgilendirmeler yaptı. Merve Çelik öğrencilerimize Ülker'de yaptığı staj tecrübesini paylaştı. Etkinliğin sonunda Haktan Adatepe karate hakemliği tecrübelerini ve spor ve günlük yaşam birlikteliğini öğrencilerimize aktardı. Etkinlikte konuşan arkadaşlarımıza gösterdikleri cesaret nedeniyle tebrik ediyor diğer arkadaşlarımızda ufak bir kıvılcım yaratma noktasında katkı sağladıkları için teşekkür ediyoruz.



### SEKTÖRDEN GELECEĞE TECRÜBE AKTARIMI 1

Sektör ve akademi ilişkisine önem veren SAÜ Uluslararası Ticaret bölümü 8 Kasım Perşembe günü Uluslararası Ticarete Örnek Olaylar dersi kapsamında, Neva Kumaş İç Ve Dış Ticaret Ltd. Şti firması sahibi Murat YAĞCI tarafından gerçekleştirildi. Öğrencilere Transit Ticaret, Lojistik Süreçleri, Satınalma ve Pazarlama konuları örnek olaylar üzerinden uygulamalı olarak anlatıldı. Murat YAĞCI'ya deneyimlerini aktarmasından dolayı teşekkürlerimizi sunuyoruz.



### SEKTÖRDEN GELECEĞE TECRÜBE AKTARIMI 3

29 Kasım Perşembe günü Uluslararası Ticarete Örnek Olaylar dersi kapsamında, bu yıl Yüksek Lisansını bölümümüzde tamamlamış olan Rana ÇAKIR KILIÇ tarafından gerçekleştirildi. Rana Hanım geçmişte; Federal Elektrik, Aydın Endüstri, Elmob ve Yazaki firmalarında çalışarak tecrübe ettiği Gümrük İşlemleri konularını öğrencilerimize örnek olaylar üzerinden anlattı. Bölümümüz ve sektör deneyimlerinden faydalanan öğrencilerimiz adına Rana ÇAKIR KILIÇ'a teşekkürlerimizi sunuyoruz.



### GELENEKSEL UTIC EĞLENCESİ

Geleneksel Uluslararası Ticaret Eğlencesinin üçüncüsü bölüm öğrencilerimizin, öğretim üyelerimizin ve ailelerinin yoğun katılımıyla 28 Kasım Çarşamba günü gerçekleştirildi. Canlı müzik eşliğindeki eğlencenin ardından Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Hakan TUNAHAN başarılı öğrencilerimize başarı belgelerini takdim etti.



### SEKTÖRDEN GELECEĞE TECRÜBE AKTARIMI 2

21 Kasım Çarşamba günü Uluslararası Ticarete Örnek Olaylar dersi kapsamında, Behem Stratejik Yönetim ve Dış Ticaret A.Ş kurucu ortağı Yaşar CESUR tarafından gerçekleştirildi. Öğrencilere Dahilde İşleme Rejimi örnek olaylar üzerinden uygulamalı olarak anlatıldı. Böylece daha akademik eğitim alan öğrencilerimizin iş hayatı tecrübelerinden yararlanması hedefledi. Yaşar CESUR'a tecrübeleriyle bizi bilgilendirmesinden dolayı teşekkürlerimizi sunuyoruz.



### SEKTÖRDEN GELECEĞE TECRÜBE AKTARIMI 4

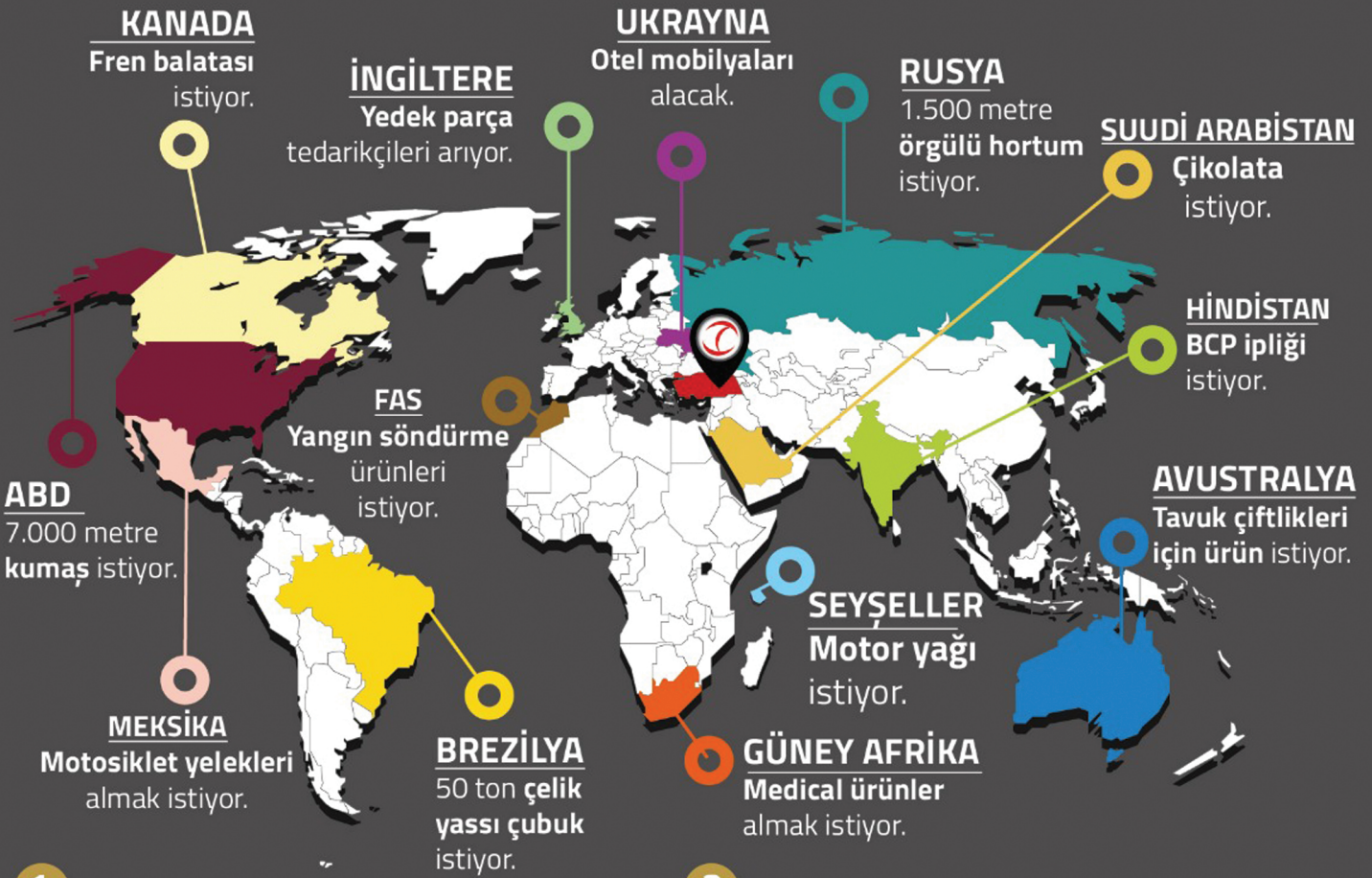
6 Aralık Perşembe günü Uluslararası Ticarete Örnek Olaylar dersi, Daikin Türkiye A.Ş 'de Tedarik Zinciri Müdürü olarak çalışan Suat GÜRSOYLU tarafından gerçekleştirildi. Öğrencilerimize Tedarik Zinciri Yönetimi konusunu şirkette yaşanan olaylar üzerinden anlattıktan sonra yaşanan sorunlar hakkında öğrencilerle değerlendirmeler yapıldı.

Suat GÜRSOYLU'ya bilgi ve tecrübe aktarımından dolayı teşekkürlerimizi sunuyoruz.

# İhracatta

## Yüz Güldüren Milli Çözüm Ortağınız!

Uluslararası yeni pazarlara ulaşmanın en kolay yolu TurkishExporter!



1

Tüm dünyadan ihracat talepleri anlık olarak tarafınıza iletilir, hemen görüşmeye başlayabilirsiniz.

2

Sektörünüzle ilgili talepleri filtreleyerek hazır müşteri portföyü elde edebilirsiniz.

3

Konşimento veritabanı sayesinde GTIP kodunuz ile arama yaparak potansiyel alıcıları görebilirsiniz.

4

36 ana sektör, 400'ü aşkın alt sektörü ve yüz binlerce ihracat fırsatı ile Türkiye'nin en geniş ihracat platformunda yerinizi alabilirsiniz.



Kolay İhracat!

**TurkishExporter**

444 23 99