

Uluslararası Ticaret Dergisi

Sakarya Üniversitesi - Uluslararası Ticaret Bölümü

2020 - Sayı #5 İletişim : utic@sakarya.edu.tr

"2019 Avrupa Tedarik Zinciri Lideri Gökşen Töre Sancak'tan Tedarik Zincirinde Risk Yönetimi"

"TUSAŞ Genel Müdürü Temel Kotil kariyerini ve Savunma Sanayimizi anlattı"



"GarantiBank Int'l NV (BBVA) Direktörü Özkan Ağırkaya'dan Emtia Finansmanı"



ULUSLARARASI

TİCARET



"Dr. Öğr. Üyemiz Esra Dil'den 'Sürdürülebilirlik'"



"DEİK Afrika İş Konseyleri Koordinatör Başkanı Tamer Taşkın ile Afrika Fırsatları üzerine konuştuk"

ve daha fazlası
2020 5. sayımızda

UTIC



Dergisi

Sayı #5

iletişim: utic@sakarya.edu.tr

Editörler

Dila Şenol

Baş Editör

Dilara Aydın

Yazı Editörü

Mehmet Çakar

Basın-Tasarım Editörü

Ayşe Nur Kaşoğlu

Röportaj Editörü

Dilara Yeldemir

Haber Editörü

Röportaj Takımı

Ali Kurt

Eylül Karakoçoğlu

Tunahan Kara

Osman Talha Kalay

Simge Gürses

Sude Keklik

Zehra Döner

Haber Takımı

Zikrullah Karaduman

Züleyha Usta

Cemil Avcu

Mehmet Özmen

Zabihullah Sarwary

Yazı Takımı

Ebru Sezgin

Tuğçe Loztepe

Berre Aydoğdu

Faruk Erdoğan

Basın Takımı

Feyza Karslı

Büşra Arpacioğlu

Tuğba Biçer

Şeyma Selen Gülhan

İlhan Öztürk

Dergi Tasarım

Mehmet Emin Korkmaz

Erdem Över

Dergi Sponsoru

Akar Lojistik

TARİHÇE

Dünyada ve ülkemizde uluslararası ticaretin ulaştığı boyut ile ülke ekonomisine katkısı düşünülerek ve özellikle bu konuda henüz okurken iş yerinde eğitim almak suretiyle (8. yarıyılıda) pratik yapmış ve dolayısıyla aranan eleman ihtiyacının karşılanması amaçlanarak, 2547 Sayılı Kanun'un 2880 Sayılı Kanun'la değişik 7/d-2 maddesi uyarınca, 07/09/2011 tarihli Yüksek Öğretim Yürütme Kurulu toplantısında Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi bünyesinde Uluslararası Ticaret bölümümüzün açılması uygun görülmüştür.

Açıldığı dönemde, ülkemizdeki vakıf üniversitelerin ilgili fakültelelerinde büyük talep gören, buna karşılık devlet üniversiteleri içerisinde çok az muadili bulunan bölümümüz eğitime, 2012 -2013 Bahar döneminde Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde 15 öğrenci alarak tezli yüksek lisans programı ile başlamıştır. Tezsiz Yüksek Lisans ve Lisans eğitimine ise 2013 - 2014 Güz dönemi itibarıyla geçilmiştir.

Yükseköğretim Kurulu'nun 28 Aralık 2016 tarihli Yürütme Kurulu toplantısında bölümümüze bağlı dört Anabilim Dalının açılması uygun görülmüştür. Bunlar; Uluslararası Ticaret Politikası, Uluslararası Tedarik Zinciri, Uluslararası İşletmecilik ve Uluslararası Ekonomi Hukuku'dur.

ULUSLARARASI TİCARET BÖLÜMÜ MİSYONU

Küresel rekabet ortamında uluslararası ticari fırsatları değerlendirmek, tehditleri öngörmek ve süreçleri yönetmek üzere araştırmacı, esnek, açık fikirli ve uluslararası profile sahip uzman, yönetici ve liderleri içeren bir küresel ticaret takımı oluşturmaktır.

ULUSLARARASI TİCARET BÖLÜMÜ VİZYONU

Eğitim, öğretim, araştırma kalitesi ve iş birlikleri ile ilk sıralarda tercih edilen, Türkiye'nin uluslararası ticaret politikalarının oluşumunda ve uygulanmasında etkin şekilde görev alan, küresel toplum ve iş dünyasına katma değer sağlayan, evrensel değerlere saygılı, değişimi izleyen ve mensubu olmaktan onur duyulan bir bölüm olmaktadır.

Bizimle İletişime Geçin

Adres

Sakarya Üniversitesi,
İşletme Fakültesi,
Uluslararası Ticaret Bölümü
Esentepe - Sakarya

İletişim

E: utic@sakarya.edu.tr
W: utic.sakarya.edu.tr



Editörlerden

İlk sayımızı hazırlarken yaşadığımız heyecanı, mutluluğu hiç azaltmadan aynı özveri ve istekle çalışarak hazırladığımız 5. sayımızla siz değerli okuyucularımızın karşısındayız. 5. sayımız da dahil olmak üzere bütün sayılarımızda canla başla çalışan onlarca öğrenci arkadaşımız var. Hepsi bütün güçleri ve istekleriyle bu derginin yoluna baş koydular. Harika işler başardılar. Hepsine tek tek ne kadar teşekkür etsek az.

Uluslararası Ticaret Bölümü olarak dergi yolculuğumuz boyunca heye-

canımıza ortak olan, yol gösteren ve desteğini esirgemeyen Uluslararası Ticaret Bölüm Başkanı Sayın Doç. Dr. Hakan Tunahan hocamıza sonsuz teşekkürler.

Her cümlesini, sayfasını özenle hazırladığımız dergimizde yer alan, engin bilgilerini bizimle paylaşan yazarlarımıza bize vakit ayırdıkları için çok mutlu olduğumuzu ve teşekkür ettiğimizi belirtmek isteriz. Bu yolda bizimle olup, desteğinizi esirgemediğiniz, heyecanımıza heyecan kattığınız, dergimizi güzelleştirdiğiniz için teşekkürler...

Son olarak büyük bir gönül borcumuz varsa her daim bizi destekleyen ve bize inanıp güvenen sponsorumuz **AKAR LOJİSTİK** 'edir. Hayallerimizi somut olarak okuyucularımızın ellerine ulaştırmamızı sağladığınız için teşekkür ederiz.

Ekip arkadaşlarımızla beraber çok çalışarak büyük heyecanla hazırladığımız dergimiz hazır ve bizi hiç yalnız bırakmayan siz değerli okuyucularımızın elinde. Keyif almanız dileğiyle iyi okumalar.

● Editörler



içindekiler



2019 Yılında Avrupa'nın Tedarik Zinciri Lideri seçilen Ford Otosan Genel Müdür Yardımcısı Gökşen Töre Sancak bizim için yazdı: Otomotiv Sektöründe Global Tedarik Zinciri Riskleri ve Yönetimi

6



Yeni ve Gelişen Bir Alan:
Dış Ticaret Girişimciliği
Dr. Öğr. Üyesi Metin Saygılı

10

İhracatta Müşteri Bulmanın ve Kaybetmenin Yolları: Yeni Mezunlar için Öneriler
Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Öğrencisi Ayhan Bekar

12

Temel Kotil ile Röportaj
THY'yi bir dünya devine dönüştüren, Türk Havaçılık ve Uzay Sanayii A.Ş. (TUSAŞ) Genel Müdürü Temel Kotil ile Kariyer ve Savunma Sanayimiz üzerine Röportaj

16

20 Ayrılmalıyız Artık! Brexit Meselesi
Araş. Gör. Dr. Halil Şimdi



22 Being an Expat in the European Operations of a World Leader Japanese Company
Mikail Aydoğan



25 "İyisi mi Siz İhracat Yapmayın!"
Doç. Dr. Hakan Tunahan



26 Küresel İklim Krizi ile Yüzleşirken
Dr. Öğr. Üyesi Esra DİL



28 Özhan Bingöl ile Özdilek Holding Üzerine Bir Röportaj



30 Ticaret ve Finansman
GarantiBank Int'l NV (BBVA) Direktörü
Özkan Ağırkaya



Tamer Taşkın ile
Biz Bize

34

36 Yerli Üretim Nitelikli Ürün
İthalatını İkame Edebilir mi?



38 Ticarete Global ve
Yerel Yenilikçi Uygulamalar



43 Uluslararası Ticaret Ağı Derneği
(uTRader) Kuruldu



44 Hayata Dair



50 Uluslararası Ticaret Bölümü
Zaman Tüneli



54 Kitap Tavsiyelerimiz



55 Film Tavsiyelerimiz



T.C. CUMHURBAŞKANLIĞI
FİNANS OFİSİ

Destekleriyle

40 24. Finans Sempozyumu'nu
Sakarya'da Gerçekleştiriyoruz



46 SAÜ UTİC Öğretim Elemanlarının
2019 Yılındaki Akademik
Çalışmalarından Seçmeler



Yazar
Gökşen Töre Sancak

MAKALE

2019 Yılında Avrupa'nın Tedarik Zinciri Lideri seçilen Ford Otosan Genel Müdür Yardımcısı Gökşen Töre Sancak bizim için yazdı: Otomotiv Sektöründe Global Tedarik Zinciri Riskleri ve Yönetimi

Gökşen Töre Sancak, İstanbul Teknik Üniversitesi İşletme Mühendisliği Bölümü'nden mezun olmuş ve İstanbul Teknik Üniversitesi'nde İşletme Mühendisliği Yüksek Lisansı yapmıştır.

2017 yılında "Harvard Business School - Program for Leadership Development" programını tamamlamıştır. Şu anda Özyeğin Üniversitesi Endüstri Mühendisliği doktora programına devam etmektedir. 1996 yılında Dış Satınalma Uzmanı olarak Ford Otosan'a katılmıştır. Tedarik Zinciri operasyonlarında çeşitli görevlerde yer aldıktan sonra, 1 Şubat 2016 tarihinden itibaren Malzeme

Planlama ve Lojistik Genel Müdür Yardımcısı görevini yürütmektedir. Ayrıca 2019 yılında, Avrupa çapında tedarik zinciri profesyonellerinin verdiği oylar ile "Avrupa Tedarik Zinciri Lideri Ödülü"nü almıştır.

Ford Otosan'da Malzeme Planlama ve Lojistik (MP&L) faaliyetleri müşterilerimizin siparişinden başlayıp, ürünlerimizin kendilerine teslimatına kadar olan bütünsel bir süreci kapsıyor. Tedarik zinciri yönetimini, ürünün yaşam döngüsü ile başlayan, malzemelerin üretim tesisine kadar olan akışı ile araçlarımızın müşteriye ulaşana kadar

olan sürecin tamamını kapsayan bütünsel bir değer zinciri olarak ele alıyoruz. Süreçlerimizde ana hatlarıyla; uzun ve kısa dönem üretim planlarının oluşturulması, imalatçılarımızın geliştirilmesi, lojistik, dış ticaret ve fabrika içi malzeme hareketleri ile araç ihracatlarımızı gerçekleştirdiğimiz Yeniköy liman sahamızın yönetilmesi yer alıyor.

Ford Otosan MP&L olarak, dört kıta ve 37 ülkeden 970 tedarikçi ile çalışıyoruz. %70'nin yurt dışında yerleşik tedarikçilerden oluşan bu ekosistemin, aksaksız bir şekilde, uyumlu ve verimli çalışması için,



Ford Otosan Eskişehir İnönü Fabrikası



Ford Otosan Sancaktepe Ar-Ge Merkezi

tüm paydaşlarda doğru planlama, yönetim ve yürütme faaliyetleri çok önem taşıyor.

Otomotiv endüstrisindeki karmaşıklık ve global tedarik zinciri nedeniyle tedarikçilerdeki operasyonların hatasız ve tam zamanında gerçekleşmesi beklenir. Bu nedenle kesintisiz ve otomatik bilgi akışı tedarikçi iletişimdeki en kritik konudur. Ford Otosan, tedarikçileri ile bu bağlamda EDI veya Web EDI ile veri paylaşımı yapmaktadır. İmalatçılarımız ile iletişimdeki önemli hususlardan biri onlarla bir araya gelinen platformlardır.

Düzenli olarak yapılan aylık sınıf eğitimleri, online eğitim ve tedarikçi günleri sayesinde onlarla iletişim canlı tutulmakta ve gelişimlerini desteklemekteyiz. Değişken ekonomik koşullar ve müşteri ihtiyaçları nedeni ile esnek ve alanında en yetenekli tedarikçiler ile çalışmamız gerekiyor. Bu nedenle tedarikçi geliştirme alanında çalışan özel bir ekip oluşturduk. Bu ekip, tedarikçilerimizin performansını global metriklerle, otomatik araç-

larla ölçmekle birlikte, gelişime açık konular için operasyonlarını gözlemlemek için teknik ziyaretler yapar. Bu ziyaretlerde ana olarak strateji ve gelişim, iş organizasyonu, kapasite ve üretim planlama, ürün ve üretim kontrol, müşteri ve tedarikçi arayüzleri ile ilgili süreçler gözlemlenmekte, gelişime açık noktalar için eylem planları oluşturulmakta ve gelişim aksiyonları takip edilmektedir. Bu alanlarda yetkinliği yüksek ve stratejik tedarikçilerimizi, Q1 sertifikası ile belgelendirerek, yetkinlik seviyelerini tescil ediyoruz. Q1 sertifikasıyla ülkemiz dışında da farklı projelerde iş fırsatları ve ortak çalışma fırsatları yakalayabiliyorlar.

Tedarik zincirinin etkin yönetilmesi şirketlerin rekabet gücü açısından çok kritiktir. Özellikle otomotiv sanayisinde tüm dünyaya yayılan tedarikçi ağının oluşturulması, tasarımı ve yönetilmesi şirketlere ciddi avantaj sağlamaktadır.

Tedarik zinciri yönetiminde kalite, esneklik, hız ve verimlilik dengeli yönetilmesi gereken dört ana fak-

tör olarak karşımıza çıkmaktadır. Değişen müşteri taleplerine hızla cevap verebilmek ancak etkin tedarik zinciri yönetimi ile mümkün olmaktadır. Tüm bu karmaşık süreci yönetirken karşılaştığımız risklerin başında tedarik zinciri akışının kesintisiz sürdürülebilmesi gelmektedir. Kesintisiz akışı etkileyen faktörler, tedarikçilerde oluşacak makina, ekipman arızaları, hava/yol koşulları kaynaklı aksamalar, grev, ham madde tedarigi, kapasite kısıtları, imalatçılarımızın üretim problemleri, finansal problemler, işgücü problemleri gibi problemlerdir.

Bu risklerin doğru yönetimi için faaliyetlerimizi iki ana kalem altında özetleyebilirim.

1. İmalatçılarımızla birlikte çalışarak, problemlerinin çözümü için teknik, yönetsel veya finansal destek vermek.
 2. Risk faktörlerinin veriye dayalı olarak analiz edilerek alınan önleyici tedbirlerle risklerin oluşumunu en aza indirmek.
- Tedarik zincirinde, dış ticaret ope-

rasyonları açısından önemli bir risk faktörü de tedarik zinciri güvenliğidir. Özellikle ülkemizin içinde bulunduğu bölge ve küresel konjonktür, uluslararası kargo suçlarına karşı güvenlik unsurlarını daha da önemli hale getirmiştir. Yükleme ve boşaltma alanlarımızdaki ve güvenlik noktalarımızdaki yüksek teknoloji destekli güvenlik önlemlerimiz, şirketimiz için önemli ölçüde kanıt doküman oluşturmaktadır. Öte yandan şirketimiz regülasyonlara % 100 uyumlu olarak çalışmaktadır. 2016 yılından bu yana Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü (YYS) belgesine sahip bir şirket olarak, uluslararası arenada bu yetkinin getirdiği bütün kolaylaştırıcı imtiyazlardan yararlanmaktayız. Buna paralel olarak, YYS statüsünün gerektirdiği; otokontrol mekanizması, kayıt sağlığı, bilgi güvenliği, dijital altyapılar uygulamaları dış ticaretimiz açısından tedarik zinciri operasyonlarımızın sürdürülebilirliğini temin etmektedir.

Etkin bir tedarik zinciri akışını sağlayabilmek için teknik yetkinlik, kalite, esneklik ve verimlilik açısından beklentilerimizi karşılayabilecek tedarikçiler ile çalışmayı tercih ediyoruz. Bunun yanı sıra tedarikçilerimizin değişen teknoloji ve regülasyonlara uyum sağlayacak yenilikçi ve müşteri odaklı bakış açısına sahip olmaları da bugün ve gelecekte rekabet gücümüzü artıran faktörler olarak önemli beklentilerimiz arasında yer almaktadır. Tedarik zinciri yönetiminde sürdürülebilirlik kapsamında tedarikçilerimizde oluşabilecek operasyonel ve finansal riskleri ortak bir platformda takip ederek, tedarikçilerimize gereken desteği sağlıyoruz. Verdiğimiz saha ve sınıf eğitimleri ile oluşturduğumuz bilgi ve tecrübelerimizi tedarikçilerimiz ile paylaşarak ortak değer yaratmak tedarik zinciri yönetim stratejimizin ruhunu oluşturuyor diyebilirim.

Ford Otosan MP&L olarak "Dünyanın en değerli tedarik zinciri organizasyonları arasında en üst sırada yer almak" vizyonu ile çıktığımız yolda, bizi vizyonumuza taşıyacak stratejilerimizi belirledik. Bugün bizi başarıya taşıyan operasyonel

mükemmellik hedeflerimize odaklanmak çok önemli, ancak yeterli değil. Günümüzdeki faaliyetlerimizi başarı ile sürdürürken, dünyada değişen şartlara uyum sağlamak ve daha önemlisi bu trendlerin belirlenmesinde etkin rol sahibi olmak için süreçlerimizi yeniden tasarlayarak dijital şampiyon olma hedefi ile ilerliyoruz.

Bu hedef doğrultusunda, tüm süreçlerimizi "Yalın Dönüşüm" bakışıyla gözden geçirdik. Vizyonumuza hizmet edecek şekilde güncelleyerek gerekli kaynak ve yetkinlikleri tespit ettik. Hantal süreçlerimizi yeniden tasarladık ve yeni süreçlerin oluşumunda "Dijital Dönüşüm"ü bize ivme katan bir araç olarak kullanmayı amaçladık. Entegre planlama süreçlerinden başlayıp, tedarikçiden, akıllı ambar yönetimine kadar uzanan, otonom süreçleri ve verimli yedek parça yönetimini içeren, veri analitiği ile desteklenen bir "Dijital Tedarik Zinciri"ne sahip olma hedefi koyduk. Bu kapsamda;

- Tüm tedarik zinciri içerisinde müşteriden, tedarikçiye olan süreçlerde görünürlük seviyemizi geliştirmeyi,
- Otomasyon seviyemizi, hem fiziksel akışta hem de sistemsel akışta iyileştirmeyi,
- Birbirleri ile ardışık iletişimde bulunan süreç ve sistemleri, eş zamanlı şekilde birbiriyle entegre etmeyi,
- Tüm planlama döngülerimizin kısa ve mümkün olduğunca anlık planlama döngülerine ulaşmasını hedefliyoruz.

Bu hedeflere ulaşmak için kendimize bir "Dijital Dönüşüm" yol haritası oluşturduk ve hızlı kazanım odaklı bakış açısı ile projelendirmeye başladık.

Bu projelerin başında, aktif ve pasif RFID sistemlerinin aynı anda uygulandığı, ilave geliştirmelerle stokların konum ve miktarının anlık olarak izlenebildiği, "Gerçek Zamanlı Stok Takip Sistemi" yer almaktadır. Proje kapsamında 46 çatallı ekipman ve 33.600 metal kasanın, 67.000 RFID etiket ile izlenebilirliği sağlanmıştır. Bu yapı ile entegre çalışacak şekilde elektronik irsaliye (ASN) sistemi yeniden dizayn edilmiş ve tedarikçilerimiz tarafından sevk edilen RFID etiket, kasa, parça ve adet bilgilerinin elektronik olarak bu sistem üzerinden Ford Otosan'a iletilmesi sağlanmıştır.

Elde edilen büyük veri ile teslim teslim süreci tamamen otomatik bir yapıya dönüşmüştür. Böylece irsaliye kontrolü, sistem girişleri ortadan kaldırılmıştır. Ayrıca çatallı ekipmanların performansları izlenebilir duruma getirilmiştir. Çalışmanın kapsamının genişletilmesiyle birlikte; kasa ve parça sayım sürecinin ortadan kaldırılması hedeflenmektedir. Veri analitiği ile geçmişe dönük kayıt altına alınan tüm ekipman, kasa ve parça hareketlerinden, operasyonel verimlilik çalışmaları yapılmaktadır.

Tedarik zinciri entegrasyonu ve güvenliği açısından yakından takip ettiğimiz bir teknoloji de Blockchain çalışmalarıdır ve şirketimiz Türkiye Bilişim Vakfı'nın bir inisiyatifi olarak kurulan Blockchain Türkiye





Ford Otosan Kocaeli Gölcük Fabrikası

Platformu'nun kurucu üyesidir. Tedarik Zinciri özelinde, "Üretim ve Lojistik Çalışma Grubunda" aktif olarak rol alarak, Blockchain uygulamalarının geliştirilmesi ve ülke genelinde konuya olan farkındalığın artırılması için çalışmaktayız. Şirketimizin farklı bölümlerinden temsilciler de platformun diğer çalışma gruplarında faaliyet göstermektedir.

Faaliyet alanlarımızla ilgili olarak şirket bünyemizde de Blockchain uygulamaları geliştirmekteyiz, bu çalışmalarını kendi bilgi teknolojileri kaynaklarımız ve çalışanlarımızla geliştirmeyi tercih etmekteyiz. Özellikle tedarik zinciri üzerindeki şeffaflık, takip edilebilirlik ve tedarik zinciri ekosisteminin birbirine entegrasyonu konularında Blockchain teknolojisini bir platform olarak kullanmayı amaçlamaktayız. Blockchain teknolojisini sunduğu dağıtık kayıt defteri yapısı, tedarik zinciri ekosistemi içinde yer alan imalatçıdan, lojistik servis sağlayıcılara kadar birçok unsur arasındaki güven sorununu ortadan kaldıracaktır. Öte yandan yine Blockchain teknolojiyle karmaşık ekosistemlerde çözüm unsuru olacak akıllı kontrat yapısıyla tedarik zincirimizde verimlilik, operasyonel hız gibi önemli kazanımlar elde etmeyi amaçlamaktayız. Blockchain teknolojisini tedarik zinciri uygulamaları dışında da, özellikle; platooning, connected vehicle çalışmalarında veri güvenliğini sağlayacak önemli bir unsur olarak görmekteyiz.

Tedarik zincirinin önemli probleminden olan talep belirsizliği, imalatçı ve tedarik kısıtları, lojistik gecikmeleri gibi faktörlere karşı esneklik sağlayacak, dinamik bir üretimi planlama ihtiyacını çözmek için "Akıllı Üretim Planlama Sistemi" çok önem verdiğimiz çalışmalardan biri oldu. Bu çalışma ile üretim planlama süreçlerindeki insan bağımlılığını ortadan kaldırılarak, üretim adımlarındaki toplam çevrim sürelerinin tahminlenmesi ve anlık aksiyonlar alınması, üretimin planı ve çizelgeleme optimizasyonu yapılması, bu sayede dinamik ve esnek bir fabrika yönetimi hayata geçirmek hedeflenmektedir. Üç fazdan oluşan proje ile araç üretimi izleme ve tahminleme, akıllı üretim planlama ve çizelgeleme,

akıllı buffer ve arıza durum yönetimi fonksiyonlarının devre alınması planlanmıştır.

Geliştirilen tahminleme algoritması ile üretim kayıplarının ne zaman, nerede ve hangi araçlardan kaynaklandığı tespit edilebilir ve bu tespitler sisteme entegre edilen farklı modüller ile değerlendirilerek kullanıcılar için bir karar destek sistemi olarak kullanılır. Üretim planlama ve çizelgelemede kullanılan sezgisel ve lineer algoritmalar kullanılır. Arıza durum optimizasyonu için ise IoT platformundan alınan arıza bilgileri kullanılarak en verimli plan uygulanır. Bu fonksiyonlar sayesinde, araç üretim rotaları ve süreleri tahminlenerek hat çıkış adetleri, sapma adetleri dinamik değişkenlere göre öngörülebilir hale gelmektedir.

Şunu özellikle vurgulamak isterim ki; tedarik zinciri oldukça büyük bir ekosistem. Bu ekosistem, müşteri siparişinden, ürünün teslimatına kadar tüm süreci içine alıyor. Müşterilerimiz, tedarikçilerimiz, hizmet sağlayıcılarımız ve biz aynı ekosistemde yer alıyoruz.

Ford Otosan olarak Türkiye'nin en değerli ve en çok tercih edilen sanayi şirketi olmak vizyonu ile devam ettiğimiz yolculuğumuzda dijital dönüşümden inovasyona, akıllı üretimden yalınlaşmaya kadar pek çok alanda önemli adımlar atıyoruz. Bu adımları atarken ekosistem ile senkronize hareket etmenin önemine inanıyoruz. Bu nedenle paydaşlarımız ile sürdürülebilir ve güçlü ilişkiler kurmak adına ortak bir kültürün de tohumlarını ekliyoruz. Ford Otosan MP & L organizasyonu olarak bu vizyon ve yaklaşım ile tedarikçilerimiz ve servis sağlayıcılarımıza rol model olduğumuzu düşünüyorum ve bu yönde çalışmalarımıza devam ediyoruz. Bu dönüşüm ile beraber Ford Otosan'da rekor üretim adetlerine imza atmayı ve Türk Otomotiv Sana-yisini daha da ileriye taşımayı hedefliyoruz.



Yazar
Dr. Öğr. Üyesi
Metin Saygılı

MAKALE

Yeni ve Gelişen Bir Alan: Dış Ticaret Girişimciliği

Dr. Öğr. Üyesi Metin Saygılı, 2009 yılında Sakarya Üniversitesi Pazarlama Bölümü'nde ön lisans eğitimi almıştır. Lisans eğitimi, 2012 yılında Sakarya Üniversitesi İşletme Bölümü'nde tamamlamıştır. 2015 yılında Sakarya Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı'ndan yüksek lisans diplomasını alan Saygılı, ayrıca 2019 yılında Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı tezli yüksek lisans programından da mezun olmuştur. Dr. Öğr. Üyesi Metin Saygılı, 2019 yılında Sakarya Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı'nda doktora eğitimini tamamlayarak "Bilim Doktoru" unvanı almaya hak

kazanmıştır. Dr. Öğr. Üyesi Metin Saygılı, Pazarlama Araştırmaları, Tüketici Davranışları, Dış Ticaret Girişimciliği ve Uluslararası Pazarlama Stratejileri alanlarında bilimsel çalışmalarını sürdürmektedir.

Literatürde uluslararasılaşma yurt dışı faaliyetlerin organizasyonel boyutunu ele alırken, dış ticaret dış alım veya dış satım yolu ile ortaya çıkan katma değerler ve bu katma değerlerin parasal karşılıklarıyla ilgilenmektedir. İşte tam bu noktada karşımıza bizim dış ticaret girişimciliği olarak ele aldığımız yeni bir kavram çıkıyor. Dış ticaret girişimciliğinin ne olduğu, Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Yağmur Ersoy'un "Foreign Trade

Entrepreneurship: Concept, Scope and Theory" çalışmasında ele alındığı şekliyle şu ifade ile açıklanabilir: "Yerli sanayiler tarafından yaratılan katma değerlerin ulusal sınırların ötesinde satılarak elde edilen parasal karşılıklarla yine ülke içerisinde yeni katma değerler yaratılması sürecidir. Dış ticaret girişimciliği ile ulusal sınırların ötesinde bir katma değer yaratmak hedeflenmemektedir. Ayrıca dış satım neticesinde elde edilen parasal karşılıkların ulusal sınırların ötesinde değerlendirilmesi amacı da söz konusu değildir."

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Yağmur Ersoy ile Dr. Metin Saygılı, "A Study



on The Meaning Attributed to Foreign Trade Entrepreneurship and Features of Foreign Trade Entrepreneurship” adlı çalışmalarında dış ticaret girişimcilik özelliklerinin neler olduğu, dış ticaret ve dış ticaret girişimcilik kavramlarına yüklenen anlamın ne olduğunu incelediler. Ana kütlesini Sakarya Ticaret ve Sanayi Odası’na kayıtlı olan ve dış ticaret yapan firmaların oluşturduğu çalışmanın sonuçları, dış ticaret girişimcisinde bulunması gereken özelliklerin başında, analiz yeteneğine sahip olma ve yabancı dil bilmenin geldiğini ortaya koydu. Ayrıca sonuçlar, dış ticaret girişimcisinin fırsatları görebilme ve coğrafi bilgi/lokasyon bilgisine sahip olma özelliğini taşıması gerektiğini de gösterdi. Araştırmanın sonuçları dış ticaret girişimciliğine yüklenen anlam açısından değerlendirildiğinde para, inovasyon, risk ve fırsat kavramları ön plana çıktı. Dış ticarete yüklenen anlam söz konusu olduğunda ise ithalat / ihracat ve prestij kavramları dış ticaret girişimcileri tarafından öncelikle ifade edilen kavramlar olarak ortaya çıktı.



Dış ticaret girişimciliğinin sektördeki karşılığını derinlemesine inceleyen güncel çalışmalardan biri de Uluslararası Ticaret Bölümümüzde Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Yağmur Ersoy danışmanlığında Dr. Metin Saygılı tarafından gerçekleştirilen dış ticaret girişimciliğinin politik, ticari ve girişimcilik temelli ele alındığı yüksek lisans tezidir. Bu çalışmada, Makine İmalatı, Tekstil, Metal, Otomotiv, Gıda, Tarım ve Hayvancılık, Mobilya, İnşaat Malzemeleri gibi farklı sektörlerde yer alan ve en az 5 yıldır dış ticaret yapıp üretici/imalatçı olarak endüstride yer alan 22 firmanın;

- Yurt dışı ticari faaliyetlerinden elde ettikleri geliri nasıl değerlendirdikleri
- Yurt dışı ticari faaliyette bulunurken neleri amaçladıkları
- Devlet tarafından yurt dışı ticari faaliyetler için verilen teşviklerden yararlanıp yararlanmadıkları
- Yurt dışı yatırım onlar için ne anlam ifade ettiği
- Yurt dışı ticari faaliyetlerinizden

neleri fırsat, neleri tehdit olarak gördükleri

- Ticari faaliyetleri göz önünde bulundurduklarında hedef pazarlarının ağırlıklı olarak iç pazar mı yoksa dış pazar mı olduğu
- Önümüzdeki 5 yılda firmalarının ticari ya da genel hedeflerinin neler olduğu incelendi.

Araştırmanın sonucu dış ticaret girişimcisi olan firmaların yurt dışı ticari faaliyetlerden elde ettikleri gelirleri yine işletme içerisinde hem iyi üretim yapabilmek için gerekli ekipmana sahip olmak hem de yurt dışı faaliyetleri artırmak amacıyla kullanırken aynı zamanda, yurt dışı ticari faaliyetlerden elde ettikleri gelirleri işlerini büyütmek için kullanmakta, ham madde almakta, makine ve teçhizat alarak şirket içi kapasite artırımına da gittiklerini gösteriyor. Ayrıca, üretim alanlarını çoğaltarak kalite ve standartlara önem verip teknoloji, yenilik ve Ar-Ge çalışmalarını da ağır-

lık vermektedirler. Bu nedenle dış ticaret girişimcileri, yurt dışı ticari faaliyetlerden elde ettikleri gelirleri yine firma içi yatırıma dönüştürerek işe yatırım yapmayı ön planda tutuyorlar.

Bu çalışmaya dahil olan dış ticaret girişimcileri için yurt dışı yatırım, öncelikle ülke ekonomisine katkıda bulunmayı ifade ediyor. Bu bağlamda yerli mallar kullanan firmaların varlığı, ülke ekonomisine katkıda bulunma isteği ve bu durumu milli gelir olarak görme ülke ekonomisine olan önemi destekler nitelikte... Diğer taraftan yurt dışı yatırım, firmalar için gelişen pazarlardan bilgi akışı sağlamak ve pazar sayısının yükseltilmesinde önemli bir rol oynadığı görülüyor. Yukarıda sayılanlar ve bunların dışındaki dış ticaret girişimciliği konusunda yapılan çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde, dış ticaret girişimcileri kur dalgalanmasını fırsat olarak görmemekte aksine kurdan etkilenmeyi risk olarak algılıyorlar. Ayrıca, dış ticaret girişimcilerini yurt dışı pazarlara motive eden unsurların başında iç pazarda vadeli yapılan satışların büyük risk oluşturması, dış pazarda peşin ödeme ile satış yapılmasının riskleri azaltıcı bir durum olarak görülüyor.

Dış ticaret girişimcileri nitelikli iş gücü bulamamaktan yakınmaktadır. Dış pazar hedefleri bu durumdan etkilenmemekle birlikte dış ticaret girişimcilerinin büyük çoğunluğu gelecek beş yıl içerisinde yine dış ticaret girişimcisi olmaya devam etme eğilimindedir. Diğer taraftan dış ticaret girişimcilerinin “marka ve markalaşma vurguları” dış pazarda markalarını daha iyi bir şekilde tanıtip marka bilinirliği sağlama istekliliklerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Dış ticaret girişimcilerinin ekonomik milliyetçi bir yapı sergileyerek devlet teşviklerinden yararlanma istekliliği de görülmektedir.

Dr. Öğr. Üyesi Metin Saygılı
Sakarya Uygulamalı Bilimler
Üniversitesi Öğretim Üyesi



Yazar

Uluslararası Ticaret
Anabilim Dalı Yüksek
Lisans Öğrencisi
Ayhan Bekar

MAKALE

Ihracatta Müşteri Bulmanın ve Kaybetmenin Yolları? Yeni Mezunlar İçin Öneriler



Ayhan Bekar lise mezuniyeti sonrası Aksaray Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Bölümü'nde öğrenimine devam etti. Sonrasında Çukurova Üniversitesi İngilizce Maliye Bölümü'nden mezun oldu. EVİSSA Mobilya firmasında Dış Ticaret Sorumlusu olan Bekar aynı zamanda Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı'nda yüksek lisans öğrencisi olarak öğrenimine devam etmektedir. Evli ve üç çocuk babası olan Ayhan Bekar hayatta en değerli varlığının ailesi olduğunu söylüyor.

Bundan tam 20 yıl önce üniversite mezuniyetimin hemen ardından, İngilizce öğrenmiş olmanın da verdiği cesaret ve heyecan ile küçük bir aile işletmesinde çalışma hayatıma başladım. Doğal olarak henüz öğrenciyken gelecekte beklediğiniz ile sonrasında ortaya çıkan fırsatlar ve zorluklar insanı farklı yerlere taşıyabiliyor.

Örneğin, benim kariyer tasarımımda, bugünkü nesil için çok önemli olan, yurt dışına çıkmak gibi bir hayalim ve merakım yok iken, şu zamana kadar birbirinden farklı 13 ülkeye iş gezisi yaptım. Bu gezilerimi, uluslararası ticaretin geniş yelpazesine yansıtır biçimde; fuarlara katılma, pazar araştırması yapma, müşteri bulma, makine alımları, ham madde tedariki ürün kontrolleri ve ürünlerle ilgili çıkan sorunların çözümü gibi oldukça farklı amaçlara yönelik olarak gerçekleştirdim.

Bu yazımda, uluslararası ticaret alanında uzun yıllardır çalışan biri olarak, bu alanda yeni mezun olan müstakbel meslektaşlarıma, kendi deneyimlerim üzerinden bir nebze olsun yol göstermeyi amaçladım. Özellikle, burada anlatılanları okurken ihracat ve ithalata ilk başladığım yıllardaki teknolojik gelişme

ve araçların bugünkünden oldukça farklı olduğunu göreceksiniz. Bugünkü iletişim altyapısı ve araçları ile bu süreçlerin artık ne kadar kolay olduğunu da anlayacaksınız.

Gelelim benim hikayeme... Yukarıda bahsettiğim küçük işletmede, bana gösterilen masaya oturduktan bir gün sonra patronum yanıma geldi ve yurt dışı ile telefon üzerinden görüşüp müşteri bulmamı istedi. Üniversite yıllarımda Antalya'daki otellerde harçlığımı çıkarmak için çalışırken İngilizcem bir yabancı ile telefonda konuşabileceğim kadar gelişmişti ve bu nedenle patronumun beklentisinden tedirgin olmadım. Bu noktada müstakbel meslektaşlarıma; yazları mutlaka İngilizcelelerini geliştirebilecek ve farklı kültürden insanları birebir görerek ve iletişime geçerek tanımlarını sağlayacak bu tür bir çalışma içerisine girmelerini tavsi-

ye ederim. Dil öğrenmek için kursa gitmek de oldukça değerli olabilir ancak kanımca ihracatta kültürler arası etkileşim çok önemli olduğu için, karşılıklı iletişime geçilebilecek bu tür gerçek ortamlar onlara daha fazla katkı sağlayacaktır. İhracat ve ithalat faaliyetleriniz sadece ofiste oturup gelen e-postalara ya da mesajlara cevap vermekle olmayacak; yurt dışı müşteri ziyaretleriniz olacak, uluslararası fuarlara katılacaksınız, gelen müşterilerinizi havaalanından karşılayıp fabrikanızı gezdireceksiniz, onlarla akşam yemekleri yiyeceksiniz, bazen uçak biletlerini alıp başka bir ülkeye gitmelerini sağlayacaksınız, bazen patronunuzla ya da iş ortağınızla üretim için makine vb. araştırmaya başka bir ülkeye gideceksiniz. İşte tüm bunlar ve daha fazlası dil ve etkileşim içeren ortamlar olarak karşınıza çıkacaktır.

Bu küçük işletmenin dış ticarete benimle birlikte başlamış olması, işin uluslararası pazarlama ve operasyonel boyutunu birebir görerek ve yaşayarak öğrenmeye imkan sağladı. Daha büyük ve kurumsal bir firmada işe başlamış olsaydım belki sadece ihracat-ithalat boyutunun bir kısmını öğrenecektim. Dolayısıyla yeni mezun meslektaşlarıma önerim; mezuniyet sonrası yüksek maaş beklentisi olmadan kendilerini çok farklı alanlarda geliştirebilecekleri bir ortamda iş hayatlarına başlamalarıdır.

İşe ilk başladığım 20 yıl öncesinde, firmanın sadece sınırlı olarak internete bağlanabilen bir bilgisayarı ve bir faks makinesi vardı. Dahası kurumsal mail yerine kendime ait olan Hotmail uzantılı mail adresimi kullanıyordum. Hatta ne bir web sitesi, ne bir katalog ne de örnek alabileceğim bir ihracat çalışması dahi yoktu.

Firma sahibi işe başladıktan yaklaşık bir hafta sonra yanıma geldi ve bana bir etiket uzattı. Bu etiket; üretimde kullandıkları ham maddenin adının yazılı olduğu ve paletin üzerinden sökülmüş bir kağıt parçasıydı. Patronum benden bu ham maddeyi Çin'den bulmamı istedi. Ben de Hotmail uzantılı mail

adresim ve faks üzerinden Çin'deki tedarikçi firmalar ile yazışmaya başladım. Çin'den gelen cevaplara çok seviniyordum ve patronumun yanına gidip bu konuda bilgi veriyordum. Ancak her seferinde "bu işimizi görmez" ve "araştırmaya devam et" diyordu. Bulduğum firma ve ürünlerin neden kabul görmediğini bile soramıyordum. Yaklaşık iki hafta araştırma yaptıktan sonra gelen bir mail patronumu sevindirdi. Çünkü fiyatı ve teslim şekilleri çok uygundu. Burada dikkatinizi çekmek istediğim nokta firmalar ile yazışırken nasıl bir firma ile yazıştığınızı anlamaya çalışmanızdır. Çünkü karşı taraftaki firmanın üretici mi, satıcı mı, aracı mı hatta dolandırıcı mı olduğunu tespit etmeniz gerekecektir. İşte bu yazışmalar bana, bunu ve daha fazlasını anlamama yardımcı olmalı. Örneğin; dış ticaret yazışmaları nasıl yapılır? Hangi e-postalar ya da mesajlar sizi hedefe götürür? Hangi e-postalarınız dikkate alınır? Bunların zamanla kazanılabilecek nitelikler olduğunu anladım. Özellikle e-postaların kısa ve öz olmasının çok önemli olduğunu gördüm. Unutmayın! Günümüzde iş insanları çok yoğunlar ve firmalara benzer içerikte çok sayıda mesaj geliyor. Bu nedenle e-postaların genellikle ilk iki ya da üç cümlesi okunur bazen de uzun mailler okunmadan doğrudan silinir.

Ben çocukluğumdan beri balık tutmayı çok severim ve yazları iki haftada bir çocuklarımla mutlaka balık tutmaya giderim. Aracımın bagajında her zaman olta takımım ve çadırım vardır. Bazen gölde, bazen akarsuda balık tutuyorum. Gölde bulunan sazan balığı mısır, ekme ve hamur sever. Akarsudaki balıklar canlı yemler ve böcekler severler ve oltaya çabuk gelirler. İşte ihracatta balık tutmaya benziyor. Hangi ülke hedefinizde ise oradaki balıkların neleri sevdiğini ya da nelerin onları çektiğini ve cezbettiğini bilmeniz gerekiyor. Balıkların hangi zamanda oltaya geldiğini bilmeniz de önemli. Sabah mı akşam mı? Yemleri suyun dibine mi atacaksınız yoksa görünür mü kılacaksınız? İhracatta ürünlerinizin görünür kılınması da önemli. Ancak dipteki



balıklar daha büyük olur. Dipten balık tutuyorsanız; beklemeniz gerekebilir. İhracatta büyük müşteriler bulmak dipten balık tutmaya benzer... Hamuru dibe atarsınız, kokusu bir süre suya yayılır ve büyük balık bunu aldığı anda oltanız suya gömülür. İşte ihracatta da alıcınızın güvenini kazanmanız bazen uzun bir bekleyiş sonucu olabilir.

Müşterimizi nasıl bulacağız?

Müşteri arayışına girmeden önce yapmamız gereken çağımızın olmazsa olmazları var. Bunların başında web sitesi ve web sitemizin uzantısı olan bir e-mail adresi geliyor. Şirket web sitesinin hedef ülkelerin dilinde ve hatta birkaç dilde inşa edilmesi gerekiyor. Ürün görselleri açıklayıcı ve üzerine tıklanıldığında resimleri büyüyen boyutta olması önem arz ediyor. Ürünlerin ölçüleri ve paketleme detaylarının da sitede verilmesi müşterilerin anlık satın alma kararının süresini azaltacaktır. Web sitesinin bağlı olduğu bir blog ve sosyal medya ağı ürünlerin görünürlüğünü artıracaktır. İş dünyasında kendi sektörünüzden bahsedebileceğiniz LinkedIn'in bu alanda oldukça başarılı bir platform olduğunu vurgulamalıyım.

Özellikle Whatsapp kullanımı günümüzde e-posta ile yazışmanın önüne geçmiş gözüküyor. Ayrıca

Türkiye'nin birçok ülkede ticaret müşavirlikleri bulunuyor ve bu müşavirlikler sizlere yardımcı olacaktır. Üretimini yaptığınız ya da satmak istediğiniz ürünle ilgili bu müşavirliklere kısa bir firma tanıtım yazısı gönderdiğinizde size bu sektörde ilgili firmaların adresleri ya da e-posta adreslerinin olduğu bilgileri ulaştıracaktırlar.

Ülke ziyaretleri yapan ticaret heyetleri ile bir araya gelmek de oldukça sonuç getiren yöntemlerden biridir. Yalnız, bu ticaret heyetleri veya alım heyetlerinin ne zaman ve nereye geleceklerini önceden bilmek için de birlik ve odaların duyurularını takip etmeniz gerekiyor. Pazar araştırması veya yerinde pazar ziyaretleri de müşteri bulmada diğer önemli bir yöntemdir. Ancak maliyetinin yüksek olduğunu ve olumlu geri dönüş almanın zaman alabileceğini unutmamak gerekir. İlk ziyaretten sonra, müşterinizi olumlu sonuç alana kadar birkaç defa daha ziyaret etmeniz gerekebilir. Müşteri bulmada belki de en önemli bir diğer yöntem uluslararası fuarlardır. Bu tür fuarlara katılarak ürünlerinizi sergilemeniz sonucunda potansiyel alıcıların onlara dokunmalarını ve yakından görmelerini sağlayarak, ihracatta müşteri bulma maliyetinizi düşürebilirsiniz.

Yapılan Hatalar Nelerdir?

İnternette sadece talep bazlı yapılan aramaların faydası vardır ancak genellikle zaman kaybına sebep olur. Öncelikle ürününüzü çok iyi tanımalısınız. Artısını, eksisini, üretiminde kullanılan malzemeleri ve ham maddesini, kullanım alanlarını, üründe meydana gelecek sorunları, paketleme, ağırlık ve hacim bilgileri vb. birçok detaya, pazarlama faaliyetine girmeden önce hakim olmalısınız. Müşteriniz size ürünle ilgili bir soru sorduğunda ya da ürününüzün kendi pazarına uyarlanmasını istediğinde ne gibi bir cevap vereceğinizi önceden tasarlamamız gerekebilir. Gelen soru karşısında bocalarsanız müşteri sizden almaktan o anda vazgeçebilir. Tereddüt dahi etmemelisiniz. Tabii burada yazdığım cümleler karşılıklı bir iş görüşmesi sırasında olacaktır. Mesela bir fuar ortamında ya da müşteri ziyaretinde...

İhracat uzun soluklu bir süreçtir ancak firmalar hemen sonuç almak isterler. Fakat ihracatta karşılıklı güven hemen oluşmaz. Düşünün, sizden ilk kez mal ithalatı yapacak bir kişi var ve malın toplam tutarı 40.000 \$ değerinde... Bu kişi fabrikanızı gelip ziyaret etti ve ülkesine döndü. Siz de ürünü hazırlayıp konteynere yüklediniz. Alıcınızın ülkesine göndereceksiniz. Alıcınızın konteyner içine yüklediğiniz malda herhangi bir sorun çıkmayacağına inanması gerekir. Bu güven sizin iş yapma biçiminize, ikna kabiliyetinize ve yeteneğinize bağlı olarak ancak zamanla oluşur. Sonuç olarak, ihracatta güven çok önemli bir unsurdur. Artık güven, üründen ya da fiyattan daha önemli bir konuma gelmiştir. Başka bir ifade ile müşteri size güvenmiyorsa daha yüksek bir fiyata başka bir üreticiden almayı bile tercih edebilir. Dahası, ihracatta süreklilik esas olmalıdır. Bu da güvenilir olmaktan geçer. Yoksa bir kez mal alan bir daha sizden mal almaz. Siz tekrar o piyasada ya da ülkede başka müşteri bulmak için bir daha uğraşmak zorunda kalırsınız.

Çoğu firma ihracata başlamaktan korkar veya çekinir. Çoğu zaman yurt içi pazar doyduğunda veya bir





sorun olduğunda ihracat olanaklarını araştırmaya başlar. Bazen de şarkı yarışmalarında olduğu gibi akraba, eş dost tavsiyesi veya zorlaması ile sahneye çıkar. Senin sesin güzel sen de söyle... İhracattan korkmamalıyız ve bir an önce bir yerden başlamalıyız.

Ürünümüz belli bir standart dahilinde olsa da, bu, o ürünün her ülkede aynı biçimde satılacak anlamı taşımamaktadır. Ürünümüzde ufak değişiklikler yaparak o ülkede satılır hale getirebiliriz. Genelleme yapmak hatadır. Mesela Azerbaycan gümrüğü diğer ülkelerin gümrüğünden farklıdır her ülkenin olduğu gibi. Buraya göndereceğiniz ürünlerin demonte olması çok büyük önem arz etmektedir. Navlun veya nakliye giderleri ile vergiler yüksek olabilir. Demonte ürünler buradaki ithalatçıların maliyetlerini düşürdüğü için sizi tercih edebilirler. Aynı ürünleri montelenmiş şekilde Gürcistan'a gönderebilirsiniz. Ya da işçilik giderlerinin yüksek olduğu Viyana'ya ürünlerinizi montelenmiş şekilde göndermeniz gerekebilir. Ya da 180 cm ene sahip karyolanızı Suudi Arabistan'da hiç satamayabilirsiniz. Çünkü burada genellikle 2 m genişlikte karyola kullanıldığını bilmiyorsunuzdur. İhracatta pazar araştırması ve kültür farklılıklarını bilmek çok önemlidir. Uzun süreli ve güvenilir bir iş ortaklığı kurmak istiyorsanız o ülkenin kültürel yapısını, pazar yapısını ve demografik özelliklerini

mutlaka biliyor olmanız gerekir. Nijerya'da ürünlerimiz ile ilgili sektörel bir fuara katılmışım ve yan stantta bulunan çelik kapı üreticisi bir Türk firmasının sahibi ile birlikte fuar alanından çıkıp, otelimize çok da uzak olmayan caddelerde dolaşmaya başladık. Dolaşırken çelik kapı üreticisinin yaptığı bir tespit dikkatimi çekti. Dedi ki " Biz buraya geldik ancak burada insanların evlerinde saklayabilecekleri kadar değerli olan hiçbir şeyleri yok" Bu tespit geç yapılmış ve pazar araştırması yapılmadan gelinmiş bir fuardı. Nijerya'da can ve mal güvenliği çok değer verilen bir şey değildi ve burada çelik kapı üreticisinin yerine ahşap kapı üreticisi olması gerekiyordu. Ya da tuvalet kültürü olmayan bu ülkede tuvalet kağıdı satmaya uğraşmak belli bir zaman alırdı.

Bu örnekleri artırmak mümkün. Mesela benim yaptığım gibi bir kabile şefine sarılmaması gerektiğini böyle bir fuarda geç de olsa fark edebilirsiniz. Ya da Çin'de bir iş yemeğinde oturduğunuz büyük yuvarlak masada, ev sahibinin sağına mı yoksa soluna mı oturmanız gerektiğini ya da önünüze gelen yemeği en azından tatmanızın beklendiğini bilmeniz gerekir. Ya da iş yemeklerinde kimlere nasıl iltifat edileceğini önceden sormanız önem arz eder.

İhracatta teslim şekilleri ve fiyatlandırma konusunda ülkeler ara-

sındaki farklılıkları bilmemek sizi sıkıntılara sokabilir. Verdiğiniz fiyatlar ve hazırladığınız proforma faturalar üzerine ne tür ek maliyetler gelecek bunları düzgün şekilde hesaplamamız gerekmektedir.

Firmaların hemen hepsi ihracatlarını nakit ya da peşin bir şekilde gerçekleştirmek ister. Ancak uluslararası ticarete ülkelerin belirli yasaları olduğu için her ülke yasası buna müsaade etmeyebilir. Mesela Cezayir'e ihracat yapacaksanız akreditifsiz bu işlemi sonuçlandıramazsınız. Bazı ürünlerin ülkeye girişi yasaklanmıştır. Gümrüklerdeki ortaya çıkabilecek birtakım sorunları soğukkanlılıkla ve sürekli takip ile üstesinden gelmeniz gerekebilir.

İhracat ve ithalatı zevkli ve bol kazançlı bir macera haline sokmak sizin dikkat ve itinalı çalışmanıza ve size bağlıdır. Aksi halde hem sizin hem de firmanızın içinden çıkamayabileceği bir hale de sokabilirsiniz. Buradaki uyarım sizleri korkutmasın her sorunun sonuçta bir çözüm yolu vardır.

Ayhan Bekar

Uluslararası Ticaret
Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi



THY'yi bir dünya devine dönüştüren,
Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş. (TUSAŞ)
Genel Müdürü Temel Kotil ile
Kariyer ve Savunma Sanayimiz
üzerine Röportaj

RÖPORTAJ



Yazar
Röportaj Takımı

RÖPORTAJ



Temel Kotil, 1983 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi Uçak Mühendisliği bölümünde lisansını tamamlamıştır. 1986 yılında ABD'nin Ann Arbor kentindeki Michigan Üniversitesi'nin Uçak Mühendisliği bölümünde yüksek lisansını tamamlamıştır.

1987 yılında Michigan Üniversitesi'nde Makine Mühendisliği bölümünde ikinci yüksek lisansını yapmıştır. 1991'de yine Michigan Üniversitesi'nde Makine Mühendisliği bölümünde doktorasını tamamlamıştır. 1991-1993 yıllarında İTÜ Uçak ve Uzay Bilimleri Fakültesi'nde Havacılık ve Uzay Kompozit Laboratuvarlarının kurucusu ve yöneticiliğini yapmıştır. 1993-1994 yıllarında İstanbul Teknik Üniversitesi'nde Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi Dekan Yardımcılığı yapmıştır. 2001-2002'de University of Illinois at Urbana - Champaign'da misafir profesör olarak görev almıştır. 2003 yılında THY'de Teknik Genel Müdür Yardımcısı olarak çalışmaya başlamıştır.

2005 yılında da THY Genel Müdür ve Yönetim Kurulu Başkan Vekilliğine atanmıştır. 2017-2019 yıllarında TUSAŞ Motor Sanayi A.Ş (TEI)'de Yönetim Kurulu Başkanlığı yapmıştır. Şu anda Türk Havacılık ve Uzay Sanayi'de Başkan ve CEO olarak çalışmaktadır.

Akademik düzeyde birçok başarınız olmuş. İTÜ'de doçentlik, Dekan Yardımcılığı ve Amerika'da Illinois Üniversitesi'nde misafir profesör olarak görev yaptınız. Sizi akademik konumdan iş dünyasına iten sebep ne oldu?

Önce Amerika'da başladığı iş hayatım. İlk paramı ABD'de kazandım. Casio'm vardı, sekiz kilobyte'lık RAM'i vardı. Bilgisayar yazılım programı hazırladım. Kaynak Element dersimize giren hocam bu projeyi çok beğendi. Proje, iki bin dolar kazandırmıştı bana.

Havacılık hayali birçoğumuzda vardır. 1974 yılındaki Kıbrıs Barış Harekatı herkesi etkilemiştir. O dönemde bir gazetede, Türk Hava Kuvvetleri'ne ait bir hava jetinin bir 'gasket'i (conta) eksik olduğu için uçamadığını yazmıştı. Tüm bunlar beni çok etkiledi.

Hayalimde TUSAŞ vardı ama TUSAŞ'a gelmedim... O dönemde İTÜ Uçak ve Uzay Bilimleri Fakültesi Dekanı rahmetli Prof. Dr. Ahmet Nuri Yüksel, bana "Oraya gideceğine, okula gelip öğrencileri yetiştir" dedi. Bu sözün ardından TUSAŞ'ı teğet geçtim ve 10 yılım İTÜ'de geçti. Öğrencilerle öğrenci olmak çok güzel bir duyguydu.

Teknik konular, teknisyenlik bir sanattır. Teknik konular mesai mefhumu ile olmaz. Kendinizi kaptırır-sınız; akşam uyursunuz rüyanızda görürsünüz, sabah kalkarsınız kahvaltıda bunu düşünürsünüz. Bu, bir şey yapıp dokunma arzusuyla ilgili aslında. Kişide dokunma arzusu yoksa, o alanda yaşama şansı yok. Benim çocukluğum da bu şekilde geçti. Bulduğum ortam bana bunu sağladı. Girip çıkmadığım kapı kalmadı, eksik kapı bırakmadım bu konuda.

"Oyunun kurallarını değiştirmek" için çabaladığınızı söylemişsiniz. Ne tür bir değişiklik istiyorsunuz ve bu değişikliğin sizi hangi konuma getirmesini istiyorsunuz?

Türk Havacılık ve Uzay Sanayii'nde üç yıl önce göreve başladım. Geldiğimde beş bin civarında olan istihdam sayısını artırmak için kolları sıvadık. Projelerimizin mevcut durumlarından yola çıkarak ve gerçekleştirmek istediğimiz yeni projeleri hayata geçirebilmek adına nitelikli iş gücünü şirketimize kazandırmak için çalışmalara başladık. Şu an Türkiye'nin en iyi üniversitelerinden en yüksek puanlarla mezun olan 3.000'in üzerinde mühendis ve 5.000'in üzerinde maharetli teknisyenlerimiz başta



olmak üzere 10.000 civarında çalış-
ma arkadaşımızla çalışmalarımıza
devam ediyoruz. Bu sayede geçti-
ğimiz yıla göre %43 ciro büyümesi
ile 2,3 milyar ABD Doları ciro elde
ettik ve bu rakamın yaklaşık 1 mil-
yar ABD Doları Airbus, Boeing gibi
firmaların ürettikleri hava araçları-
nın önemli parçalarını üretip ger-
çekleştirdiğimiz ihracat kalemlerinden
oluşuyor.

**TUSAŞ yabancılara ait hisseleri
aldı ve TAİ milli şirket haline gel-
di. Peki bundan sonra bizleri ne-
ler bekliyor? Türk Havacılık ve
Uzay Sanayii'nin yeni hedefleri
nelerdir?**

Bugün dünyada yaşanan global-
leşme sayesinde her alanda ger-
çekleşen gelişmeler kapalı kapılar
ardında değil, açık ortada yaşa-
nıyor ve bu, en fazla Türkiye'nin
işine yarayacak. En iyisi olma şan-
sımız var. Gençler bunu becerecek
ve biz de onlara yardımcı olacağız.
En yeni projeleri yapıyoruz. Ülke
savunmasında önemli görevler
icra eden T129 Atak Taarruz Heli-
kopterimizin teslimatlarına, T625
GÖKBAY Genel Maksat Helikopte-
rimizin ise test uçuşlarına devam
ediyoruz. Geçtiğimiz yıl iştirakimiz
olan Türk Motor Sanayii (TEİ) tara-
fından geliştirilen yerli motor PD
170 ile ilk uçuşunu gerçekleştiren
ANKA İnsansız Hava Aracı Sistemimiz
bu yıl itibarı ile motorun seri
üretimine geçmesi ile tamamen yer-
li motorla uçacak. 17 ay gibi kısa
bir sürede tasarım ve üretimini
gerçekleştirdiğimiz AKSUNGUR İns-
sansız Hava Aracı Sistemimiz daha
yüksek irtifa ve daha fazla faydalı
yük kapasitesi ile yakın zamanda
göreve başlayacak. HÜRKUŞ Geliş-
miş Eğitim Uçağımızı bu yıl içinde
silahlı kuvvetlerimize teslim etmeyi
planlıyoruz. Aynı zamanda HÜRJET
Jet Eğitim Uçağımızı da geliştirmeye
devam ediyoruz. Geçtiğimiz yıl
Savunma Sanayii Başkanlığımız ile
imzaladığımız protokolle geliştirmeye
başladığımız Ağır Sınıf Taar-
ruz Helikopteri için de çalışmalara
devam ediyoruz. Beşinci nesil sa-
vaş uçağı olarak 2026 yılında gök-
lerde görmeyi planladığımız Milli
Muharip Uçağımız dünyada ABD,
Rusya ve Çin'den sonra ülkemizde

TUSAŞ tarafından üretilecek. Uzay
alanında Small GEO ve Türksat 6A
gibi önemli haberleşme uydularını
tesislerimizde geliştirmeye devam
ediyoruz.

**Asya ülkeleri ile devam eden
olumlu iş birliklerini güçlendirme-
yi ve yeni iş birlikleri geliştirmeye
amaçlayan TUSAŞ bunlar için ne
gibi yollar izliyor ?**

2019 bu açıdan çok verimli bir yıl
oldu. Güney Kore, Tayland ve Ma-
lezya'da gerçekleşen havacılık fu-

tan Başbakanı Sayın İmran Khan
gerçekleştirdi. 2020 yılında Asya
ülkeleri ile olan ilişkilerimizi daha
da geliştirerek devam edeceğiz.

**HÜRKUŞ-C merakla beklenen bir
proje bu projeyi nasıl değerlendirmeyi
planlıyorsunuz ağırlık olarak envantere mi,
ihracat amaçla mı yapılmış bir yatırım mıdır?**

HÜRKUŞ Geliştirilmiş Eğitim Uçağı
farklı görev senaryolarını destek-
leyecek şekilde tasarlanmıştır. Son
teknoloji ile geliştirilmiş aviyonik



arlarına katıldık. Askeri makam
yetkililerine sunular gerçekleştirdik.
Yeni iş birliği modelleri geliştirmek için
temaslarda bulunduk. Malezya Başbakanı
Tun Mahathir Mohamed'i tesislerimizde
ağırladık, kendilerine hava araçlarımızın
kabiliyetlerini sergiledik. Geçtiğimiz
aylarda Kuala Lumpur Zirvesi'ne katılmak için
Malezya'ya gittik. Burada da Sayın Mahathir ile
görüşme fırsatımız oldu. Projelerimizdeki
son durumları kendileri ile istişare ettik.
Aynı zirve kapsamında Malezya'nın kompozit
malzeme üreticisi CTRM firması ile iş birliği
protokolü imzaladık. Hali hazırda ticari
ilişkilerimizin devam ettiği Pakistan'da,
Pakistan'ın ilk teknoloji parkı National Science
and Technology'de yer alan ilk Türk şirketi
olduk ve ofisimizin açılışını Pakis-

sistemleri ile günümüz koşullarına
uygun bir eğitim uçağıdır. HÜRKUŞ C ise
silahlı versiyonu olarak hizmet vermesini
planlıyoruz. Faydalı yük kapasitesi ve üstün
manevra kabiliyetleri ile elbette ilk hedefimiz
silahlı kuvvetler envanterinde yer alması
yönünde. Uçtuğu ülkelerde göz dolduran
HÜRKUŞ silahlı versiyonu ile de değişik
coğrafyalardan talepler alacaktır.

**Sizin için en önemli pazar bölgeniz
neresidir? Şu an çalıştığınız ülkeler
hangileridir ?**

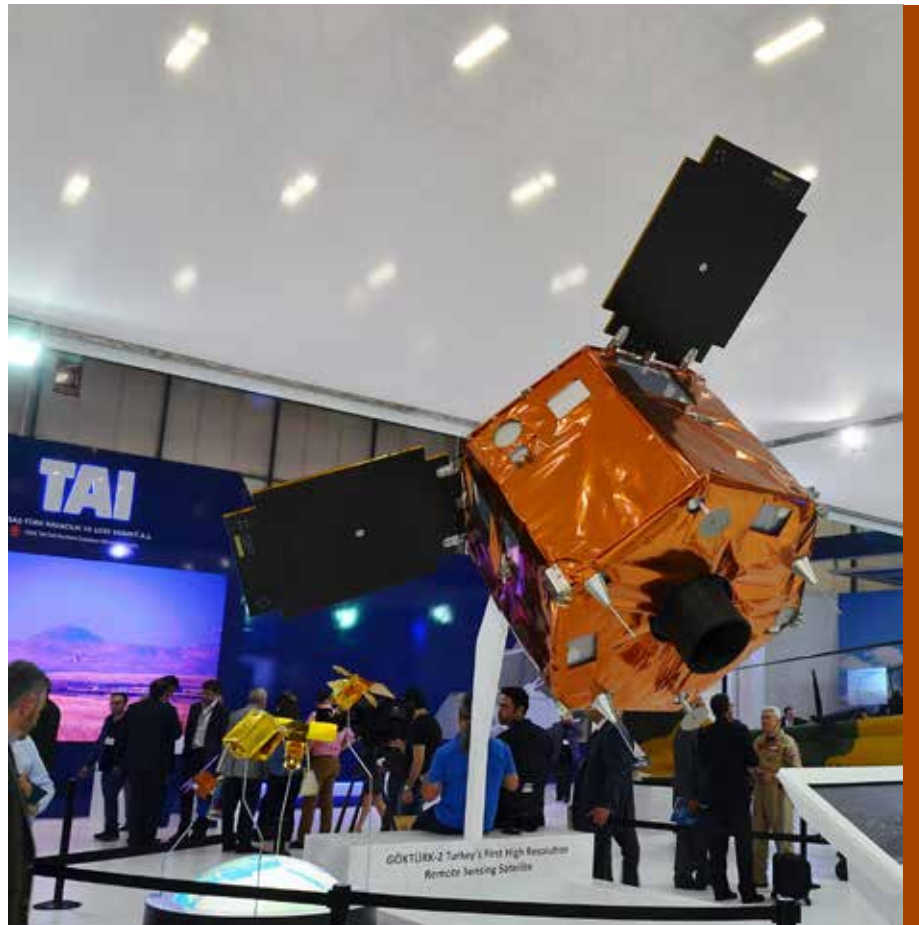
Bayrağımızı dalgalandırdığımız her
coğrafya bizim için önemlidir. Pakistan,
Malezya gibi gönül birliğimizin olduğu
ülkelerle iş birlikleri geliştirmeye devam
ediyoruz. Bu ülkeler haricinde temasta
olduğu-



muz ülkeler mevcut; iş birliği anlaşmaları imzaladığımızda haberdar olacaksınız.

Bize biraz yeni projelerinizden bahseder misiniz? Bu projelerle ilgili stratejik planlarınız nelerdir?

AKSUNGUR daha yüksek irtifa ve daha fazla faydalı yük kapasitesi ile silahlı kuvvetlerimizin yakın zamanda en çok faydalanacağı hava araçlarından olacak. Aynı zamanda HÜRJET Jet Eğitim Uçağı Projemiz, Jet Eğitimi kapsamında kullanılan T-38 uçakları ile Akrotim gösterilerinde kullanılan F-5 uçaklarının yerine silahlı kuvvetlerimizin envanterinde yerini alması için geliştirmeye devam ediyoruz. Ağır Sınıf Taarruz Helikopterimiz, daha yüksek bölgelerde ve daha fazla faydalı yük gerektiren durumlarda görevler icra edebilecek kapasite ile geliştirmeye devam ettiğimiz bir diğer projemiz. Milli Muharip Uçak projemiz ise dünyaya "biz de varız" demenin diğer adı olacak. 2026 yılında göklerde görmeyi planlıyoruz. Projelerimizi gerçekleştirmek suretiyle 10 yıl içinde dünyanın en büyük 10 havacılık şirketi arasında yer almak için çalışmalarımıza gece gündüz devam ediyoruz.





Yazar

Arş.Gör. Dr. Halil Şimdi

MAKALE

Ayrılmalıyız Artık!

Brexit Meselesi



Lisans eğitimini 2010 yılında İstanbul Bilgi Üniversitesi "Uluslararası İlişkiler" ve "Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik" bölümlerinde tamamlayan Halil Şimdi, 2012 yılında akademik kariyerine Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümünde başladı. Yüksek lisans eğitimini aynı bölümde tamamlayan Şimdi doktora derecesini Yalova Üniversitesi Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü doktora programını tamamlayarak aldı. Halen Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümünde görevine devam eden Halil Şimdi aynı zamanda Yıldız Teknik Üniversitesi İngilizce İktisat Bölümünde doktora devam etmektedir.

31 Ocak 2020, Birleşik Krallık için 1973'ten beri üyesi olduğu Avrupa Birliği'ne (AB) elveda deme vaktiydi. Büyük dedesi Çankırı Kalfat köyünden olan İngiltere Başbakanı Boris Johnson ülkesini Birlik'ten çıkarmayı başardı. Oysa İskoçya (%62) ve Kuzey İrlanda'daki (%56) seçmenler AB'de kalmayı tercih etmişlerdi. Ancak Krallık genelinde referandum sonucu %52 AB'den ayrılmak oldu.

AB'nin en büyük ekonomilerinden birinin Birlik'ten çıkması referandumun ardından sürekli gündemdediydi. Ayrılmanın bedelini peşin ödeyenler (Theresa May) olduğu gibi gelecekte de bu bedeli ödeyecekler olacak. Konuya dair yazılıp

çizilenlere baktığımızda farklı senaryolarla karşılaşmaktayız. Bloomberg'in yapmış olduğu tahminlere göre 2020 sonu itibarıyla BREXIT'in maliyetinin 200 milyar £ olması beklenmektedir. Bu miktar Birleşik Krallık'ın AB üyeliğinin sürdüğü 47 yıllık dönemde birlik bütçesine sağlamış olduğu katkıyla hemen hemen aynı seviyede. Avam Kamarası'nın hesaplamalarına göre 1973'ten beri AB bütçesine Birleşik Krallık 215 milyar £'luk ödeme gerçekleştirmiş.

Peki bu kadar masraflıysa Birleşik Krallık niçin AB'den ayrılmak istedi? BREXIT sonrası AB ile nasıl bir ilişki kurulacağına dair gelecek planlamasına geçmeden seçmenlerin ne-

den AB'den ayrılmak istediklerine bakalım. İnternette çeşitli forum sitelerinde İngilizlerin bu konuya ilişkin çeşitli nedenler sundukları görülmektedir. BREXIT oylamasında ayrılma lehinde oy veren İngilizlerden bazılarının görüşleri:

- AB'den yeni göç dalgalarının gelmesini önleyerek kendimizi daha güvende hissetmek,
- AB'ye göre bizdeki demokrasi ve kurumlar daha güvenilirdir.
- Burada İsviçre, Norveç ve İzlanda'ya (AB üyesi olmayan Avrupa'daki ülkeler) karşı büyük bir saygı var.
- Tek para birimi (Euro) bana göre bir başarısızlık.
- AB'nin balıkçılık ve çiftçilik gibi ortak politikaları, İngiltere'nin çıkarlarını optimal seviyede savunmamaktadır.
- Egemenlik yetkimiz AB üyeliği ile darbe aldı.
- Kendi ticaret anlaşmalarımızı kendi ulusal çıkarlarımıza uygun olarak imzalamalıyız.
- Ülkemizdeki niteliksiz işgücüne ödenen ücretler farklı ülkelerden

gelen insanlar nedeniyle gittikçe düştü.

- Avrupa kıtasıyla bağlantımız var kabul ediyorum. Hatta AB ile bizim hem ekonomik hem de politik olarak iyi ilişkiler içinde olmamızı da istiyorum ama AB tarafından yönetilmek istemiyorum.
- Avrupa Komisyonu Başkanı 500 binlik nüfusuyla Lüksemburg Başbakanı olunca bu kişinin Birleşik Krallık tarafından ciddiye alınmasını bekleyemezsiniz.

Yukarıda sıralanan nedenler dikkate alındığında İngiltere'de AB'den ayrılmak için oy verenlerin daha milliyetçi kesim oldukları gözlemlenebilir. Ancak ne AB için ne de Birleşik Krallık için gelecek eskisi gibi olmayacak.

Arkadaş Kalalım

Avrupa'nın İkinci Dünya Savaşı sırasında yaşamış olduğu travma sonrasında bölge ülkeleri yeni bir savaşı yaşamak istemediler. Kendilerini koruyacak yolun ise ekonomik açıdan birbirlerine

bağlanmak olduğunu düşündüler. Ekonomik entegrasyonlar düştüğünde safha safha ilerleyen bir tarihi sürece sahip olan AB için bu ayrılık kararı pek hoş olmadı. İlerleyen dönemlerde eğer BREXIT tahmin edildiği gibi maliyetli olmazsa diğer ülkelerin de birlikten ayrılma ihtimalleri artabilir. Ancak unutulmaması gereken nokta AB için Birleşik Krallık'tan da ayrılmalar gerçekleşebilir.

BREXIT'in maliyetli olmaması adına Başbakan Boris Johnson, AB ile bağların karşılıklı olarak koparılmasını gerektirdiğine ve Kanada tipi bir ticaret anlaşmasıyla bunun mümkün olacağına inanıyor. Kanada ile AB arasındaki serbest ticaret anlaşmasında belirlenecek ürünlerden (örneğin yumurta ve tavuk anlaşma kapsamında değil) alınan gümrük vergisinin kaldırılması öngörülmektedir. İngiltere için önemli olan bankacılık sektörüne yönelik bu anlaşmada kısıtlı bir düzenleme olduğu bilinmektedir. Bu nedenle AB ile Birleşik Krallık karşılıklı olarak oturup imzalanması düşünülen serbest ticaret anlaşmasının detaylarını belirlemek zorundalar.

AB başmüzakerecisi Michel Barnier Birleşik Krallık ile AB'nin serbest ticaret anlaşması imzalamak istediğini belirtse de AB'nin mevzuatına uyumlu şekilde Birleşik Krallık'ın üretim yapması gerektiğini vurgulamaktadır. Açıkçası AB bir bakıma İngiltere'nin hegemonyasını tanımadığını dile getirmektedir. Bu duruma ek olarak İngiltere'nin uluslararası sermaye sahipleri için AB'nin çok fazla üzerine gitmesi çeşitli riskleri de beraberinde getirecektir. Diğer taraftan AB ekonomisi için de durumun pek parlak olacağını söylemek zor. ABD Doları karşısında Euro'nun değer kaybettiği ve EUR/USD paritesinin 1,09 seviyelerine geldiği dikkate alınırsa Avrupa'da ekonomik sıkıntıların yaşanabilmesi muhtemel.

Her iki taraf için de ayrılık süreci kadar uzun olmayan bir serbest ticaret anlaşması müzakeresi ve anlaşmanın kısa sürede imzalanması görünen o ki en akılcı çözüm olacak.





Yazar
Mikail Aydoğan

MAKALE

Being an Expat in the European Operations of a World Leader Japanese Company

2007 yılında Sakarya Üniversitesi Dış Ticaret Bölümü'nden mezun olduktan sonra Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nü tamamlamıştır. 2015 yılında Galatasaray Üniversitesi Mikro - MBA programını bitirmiştir. 2007 yılında Yamanlar Tekstil A.Ş.'de Dış Ticaret Sorumlusu olarak çalışmıştır. 2009 yılında Na Yapı ve İnşaat'ta Tedarik Zinciri Uzmanı olarak görev almıştır. 2012 yılında FANUC firmasında Vice Operations Leader olarak ve 2013 yılında Supply Chain Manager (Tedarik Zinciri Yöneticisi) olarak çalışmıştır. 2015 yılından beri Supply Chain Product Customisation Team Leader olarak bir Japon firmasının Avrupa operasyonlarında görev yapmaktadır.

Hello Friends, I would like to express my gratitude to you for being a guest author of UTIC Magazine as a graduate from your school desks. I hope to provide you some information in this page about today's business world and give some hints for your career plans. Also, I am going to share my experiences with you about being an Expat.

If we need to start with the term "Expat", it will not be wrong to call

it the modern name of expatriate for easy understanding. If we ask what Expat is; let me define it as "to live and work in a country different from your own country for your professional career and job opportunities and to replace your life in a new country". It sounds exciting, but let's take a look at some different aspects.

There are very important points in the concept of Expat and firstly we need to consider them realistically. If we briefly list them; Expat itself, which means you; your company that allows you to be expat and the main denominator is the country or city accepts you as Expat, are through the main stakeholders.

Due to the rapidly increasing mobility in the world, being an expat have become a very easy subject. First, are you ready to change of your life and ready for challenges and opportunities other than the routine in your life in your homeland? This is really the first and prior question to be answered. I believe you must be realistic to answer and I strongly advise you to prepare yourself for the possibilities.

Sponsorship of your company for your expat adventure is very important, because you will need your company's guidance to figure it out challenges you will face. In fact, your closest partner will be your company supporting you.

The country and / or city that embraces you and your company will shape your life. That is why it is so important to love it. It is definitely not your country and you will see and learn many new and different things compared to your experiences. Therefore, you must be open minded.

I would like to share my own story with you. As I mentioned before I was studying (and still missing) in your classes until 2007 and as of 2015, I have been a part of FANUC's European head office in Luxembourg, where I continue my professional work life.

My story of being an expat is started in FANUC, worldwide leader in the field of factory automation which consists, the main cells of CNC machines used in production centers, control and drive units, motors, industrial robots, cutting, drilling and plastic injection tech-



niques with machine groups, offering high-precision solutions. Today, all research and developments and productions are managed from the skirt of well-known Mount Fuji in Japan (as shown in the picture above). I am sure that you have seen some of our yellow robots and machines in the smart factories and at various media environments;

FANUC has more than 7.000 highly skilled employees who have produced more than 20 million motors, 4.2 million CNC control systems, 630 thousands industrial robots and 350 thousands robomachines are vertical machining centres, EDM wire cutting machines and all electric moulding machines are installed worldwide.

FANUC was listed as the most innovative company in the field of robots and 19th most innovative company in the general industry by a leading media organisation in Germany.

knowledge in the field of foreign/international trade and general business. My university has been certainly the cornerstones of my career, Thanks to opportunity of high quality training and respected professors.

I met with FANUC's division of robotics in Turkey. Thanks to confidence and leadership of FANUC's management and its potential, by 2015 I have taken over the responsibility at the European headquarter where there are more than thirty people in the team from thirteen different countries and we support our European offices.

Working in a head office of an organization like FANUC is certainly a pleasure with our highly skilled colleagues from many different cultures. There are some general assumptions that there may be some communication difficulties, possible clashes of different cultures and complexity in such organisations. Working in a multinational company which engages

cultures, you can't really feel that you are expat, because everyone is expat.

Our company still maintains the disciplined Japanese working culture in its core subjects, and we are advancing with a blended version of European culture in local subjects. We feel the effects of our own cultures in this concept very clearly, we learn from each other, we create and shape individual concepts that we call expat together in our own style. It would not be right to think that any culture is wrong or incomplete; you should only aim to achieve the goal together while showing differences in methods. How do we achieve this; each one of us is primarily committed to our responsibilities with passion, respects our differences together and progresses towards the same purpose, our ultimate goal is to provide our customers with quality products and services as an usual process, these concepts will be seen below



Today, We are providing sales, service, technical support and logistic operations over Europe with the strong local presence from offices in 26 different countries and the headquarter in Luxembourg where I also bear a part of the responsibility.

First, it is exciting to be in a high-tech sector and in such a successful company.

A little bit about my career journey... As I was graduated from SAU's Foreign Trade Division in 2007 where I still believe that I got the best education, training and

large operations and is a world leader shaping the future and the cultures are blended is not always easy, even though it seems as I have mentioned, we accept that communication is the main factor and we are transforming challenges into an exciting adventure.

Although it is a fact that Luxembourg is one of the highest expat populated country in the world (if I remember correctly, there are people from 175 different countries) makes the concept of expat even easier. Considering the fact that everyone is from different

in three separate headlines in our company and as a serious company in general. We shape our operations in this direction.

We are all observing that our world and cultures have changed drastically, but it is truly amazing how Japanese society has gone so far in the world to preserve their own culture. It is unbelievable that a society that nurtures the world in terms of technology and innovations is preserving its deep-rooted culture from the past. Almost every one of us can somehow predict the colourful lights of Tokyo, but it

厳密

GENMITSU

exactitude,
stringency,
perfection

透明

TOMEI

transparency,
sincerity

is great that the centuries-old fragrant Japanese traditions are alive and that we see it somehow in the business. I strongly recommend everybody to examine this culture.

The European headquarter in Luxembourg is responsible for the marketing across Europe and the surrounding regions. As we have Japanese management members from our mother company in Japan, we are having occasion to work with in harmonisation of Japanese culture. Therefore, we have really variety of cultures that allows us feel and enjoy different cultures and learn from each other, offering us the opportunity to discover and be educated on daily basis. Our mother company has two Japanese concepts for many years: Genmitsu and Tomei, Thanks to our Japanese CEO in Europe, he reminds and directs us in those concepts that we have the opportunity to learn both in our own language and in Japanese.

Genmitsu (presiceness) and Tomei (transparency) may seem simple, but when you go into the details of these Japanese concepts, you feel a bit more depth. I think that

one of the biggest reasons for success is the leadership style which is known with a very serious discipline and the ability to follow a strict working style.

I want to write about being expat again. It may seem difficult in the first place, but believe me; it is very easy. First of all, it is very important to trust your own personal knowledge and experience. Afterwards, if you are open to change and learn, everything can proceed in a very comfortable way.

I mentioned the most important factors are you, your sponsoring company and the country that you are going to be in. If you are ready for change and adventure, your company will not leave you alone in this event and will offer you opportunities within the rules and practices in your country.

You need to be ready for change, because you will have to change and adapt yourself to your new world. You will have to follow a different path in it, taking into account the conditions and circumstances in your country, which is a very normal situation, as the world

has changed, and you must proceed within this wind of change.

You can increase your diversity by turning to the question of how we can understand our own differences without seeing the differences and turn into a well-equipped individual in your field. People can determine the change or changeable elements in their lives much more clearly. If you are able to identify these elements and ready to change, please do not stop exploring. Reaching a truth can require different methods according to people, you can reach step by step, you can express yourself and your culture very clearly, then sharing values and tolerance drags you inside.

We must accept that the global world is now smaller, we need to open up more and express ourselves correctly and move forward with understanding.

Wishing for you to have endless learning and development desires,



Doç. Dr.
Hakan Tunahan
Sakarya Üniversitesi
Uluslararası Ticaret
Bölüm Başkanı

MAKALE

“ İyisi mi Siz İhracat Yapmayın! ”

*Doç. Dr. Hakan Tunahan
Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölüm Başkanı
ve İşletme Enstitüsü Uluslararası Tedarik Zinciri Yönetimi Anabilim Dalı
Başkanı olan Doç. Dr. Hakan Tunahan, İstanbul Üniversitesi İktisat
Fakültesi'nde İngilizce İktisat bölümünde lisans eğitimini tamamlamıştır.
Daha sonrasında aynı üniversitenin Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde
Uluslararası Finans yüksek lisansını alan Tunahan, Sakarya Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Muhasebe ve Finansman doktoru olmuştur.*

Eğer sabrınız yoksa,

İhracat hamlenizin başarısını ihracat teşviklerine bağlıyorsanız,
Sadece yurt içi piyasada işler kötü gittiğinde ihracat yapacaksınız,
Ticaretin yurt içi olanı ile yurt dışı olanı arasında fark olmadığını düşünüyorsanız,
Risk ve risk yönetimi konusunda teknik bilginiz yoksa,
İhracatın stratejik bir süreç olduğunu düşünmüyorsanız,
Hedeflerle çalışmayacaksınız,
İhracata yönelik insan kaynağınızı doğru oluşturmadıysanız veya onları firmada doğ-
ru konumlandırmadıysanız,
Yeter ki ihracat yapayım; tek pazar, tek müşteri bana yeter diyorsanız,
Malınızın maliyetini, tahmini ve geleneksel yollarla hesaplıyorsanız,
Malınızın ihraç fiyatını, önlenebilir riskler için abartarak belirliyorsunuz,
E-ticareti istiyor ama altyapınızı ve zihniyetinizi bu kanala göre dönüştürmüyorsunuz,
Hedef pazarınızı haritada kendinize yer beğenerek ya da sadece rakibinizin girmesi,
dostunuzun tavsiyesi ile belirliyorsunuz,
Ürününüz hedef pazarınızın yapısına, standartlarına hitap etmiyorsa,
Size ilk yaklaşan distribütöre veya acenteye o ülkedeki tek satıcılık hakkını verecek-
seniz,
Sürdürülebilirlik dendiğinde sizin aklınıza sadece kar geliyorsa,
Dahilde İşleme Rejimini, Dahilde (Devleti) İşletme Rejimi
olarak görecekseniz,
Çoğu aza satarım diyorsanız,
Kümelenmeye karşı çıkıyor ve birlikte çalışmayı önemsemiyorsanız,
Gönlünüz sadece coğrafyanız ile sınırlı ise,
Memlekete yeşil para kazandırmaktan ziyade sadece Yeşil Pasaport için ihracat yap-
mayı istiyorsanız,
Bölgemizdeki üniversiteler, odalar, dernekler ve birliklerle çalışılmaz diyorsanız,
Ülkenin ihracat hedeflerini benimsemiyorsanız,
Akademiye, kitap kurdu ama piyasa kedisi gözüyle bakıyorsanız,

İyisi mi Siz İhracat Yapmayın!



Yazar

Dr. Öğr. Üyesi Esra Dil

MAKALE

Küresel İklim Krizi ile Yüzleşirken

Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölümü'nde öğretim üyesi olan Dr. Öğr. Üyesi Esra DİL, Stratejik Yönetim, İşletme Tarihi ve Uluslararası İşletmecilik konularında lisans ve yüksek lisans düzeyinde dersler vermekte ve araştırmalarını sürdürmektedir. 2017-2018 süresince Harvard Business School Business History Initiative'de misafir öğretim üyesi olan Dil, işletme tarihi çalışmalarına katılmış, yöntem ve disiplin hakkındaki bilgi birikimini arttırmıştır. 2013 yılında Doktora derecesini, 2006 yılında Yüksek Lisans Derecesini Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon Bilim dalından alan Dr. Dil, Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü mezunudur.

23 Eylül 2019'da ABD'nin New York şehrinde gerçekleştirilen İklim Hareketi Zirvesi, gündemde 'geç kalınmış bir farkındalık' olarak yerini aldı. Bu konuda daha fazla gecikmeyelim diyerek Uluslararası Ticaret Dergisi'nin bu sayısında bu önemli meseleye eğilmek istedik.

Üzerinde Düşünülmesi Gereken Soru

Bilimin üzerinde mutabık olduğu durum; Sanayi Devrimi'nin etkilerinin küre çapına yayılmasından bugüne kadar geçen süre zarfında dünyanın ortama sıcaklığının 1,5 °C yükseldiği ve yükselme eğiliminin süreceğidir. Son birkaç yılda ısınmanın yol açtığı tahribat nedeniyle dünyada meydana gelen pek çok doğal afet ve buna bağlı elim kayıplar, 'Küresel Isınma' kavramının konunun vahametini anlatacak kadar çarpıcı olmadığı, bunun yerine 'Küresel İklim Krizi' tanımlama-

sının daha uygun olacağı kabulünü ortaya çıkardı. Sıcaklığın artma eğiliminin, öncelikle yavaşlatılması ve sonra durdurulması bir tercih meselesi olmaktan çıkıp ülke yönetimlerinin acilen karar alarak, uygulamaya dökmesi gereken bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak konunun çözümü noktasında uzlaşmaya varıldığını söylemekten oldukça uzaktayız. Pekâlâ, daha fazla tüketmek üzerine kurulu bu eko-politik düzeni sürdürerek kendi felaketimize yöneldiğimiz, dönülmez bir akşamın ufkunda mıyız?

Her bireysel görüşün, duruşun ifadesinde olduğu gibi bu sorunun yanıtı da hayata durup bakılan noktaya göre değişmektedir. Bireylerin eylemlerinin fark yaratacağına inanan biri olarak, felaket senaryosunun gerçekleşmemesi için mücadele etmeye değer olduğunu düşünenlerden olduğumu söylemeliyim. O halde dönüşüm için neler yapmalıyız?

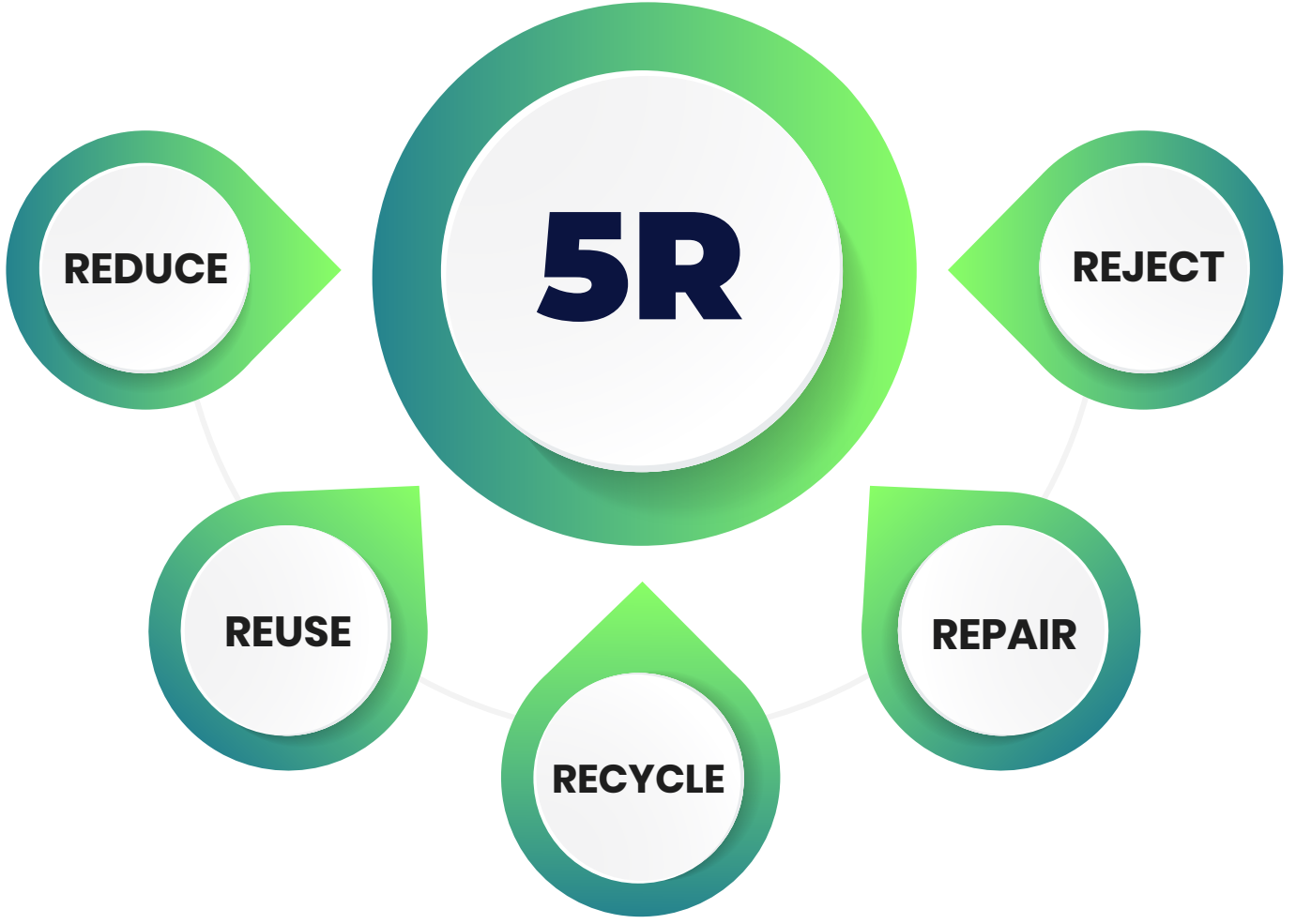
Bir Yaşam Pratiği olarak 5R

Yapılması gerekenler için öneriler muhtelif. Bunlardan ilki, tüketimcilik karşıtlığı ekseninde konumlanıyor. Tüketimcilik karşıtı akımlar, başta tüketimde minimalizm olmak üzere, paylaşım ekonomileri kavramını hayatımıza soktu (Çevik, 2019). Bu tür yaşantı biçimlerini benimseyenler özetle 'daha az' tüketmenin, 'daha fazla' hayata yer açtığı fikrini savunuyor. Bireysel farkındalığın artırılmasının önemi üzerinde duran bu görüşler, paylaşmanın insan hayatına katacağı faydalar ve tüketimden özgürleşmenin hafifliği üzerinden kendi-

lerini konumlandırmakta. Reuse (kullanım amacı dışında başka bir amaçla yeniden kullan), recycle (geri dönüştür), reject (çevre dostu malzemelerden üretilmeyen her ürünü reddet), repair (tamir ederek kullanıma sok) ve reduce (tüketimi azalt) kelimelerinin baş harflerinden oluşan ve 5R Şeması olarak isimlendirilen bir yaşam pratiği, küresel iklim krizinin önüne geçilmesinde bireysel alanda takip edilebilecek seçeneklerden biri olarak karşımıza çıkmakta. Tüketimde maksimalist bir yaklaşımı benimseyenler dahi bu şemanın içinde kendilerine uygun bir konum bulabilecektir.

Ekonominin Aktörlerinden Ne Bekliyoruz?

Bireylerin gösterdikleri özenin sistem düzeyinde karşılık bulabilmesi için işletmelerin ve sektör birliklerinin de yapması gerekenler olduğu kuşkusuz. Burada işletme yöneticilerinin karlılık dışındaki amaçlar setini hızlıca gözden geçirerek, çevrenin sürdürülebilirliği olmadan işletmelerinin sürdürülebilirliğinin mümkün olmadığı gerçeğini kendilerine ve paydaşlarına anlatabilmeleri elzem. Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinde, ürünlerin içeriğinde ve ambalajında çevre dostu malzeme kullanımının bir değer olarak peşinen kabulü, küresel çaptaki felaketin yavaşlatılmasında en büyük katkılardan biri olacaktır. Bu çözüm maliyetli olmakla birlikte, farkındalığı yükselen tüketicilerin uzun vadedeki taleplerinin bu yönde olacağı görüldüğünde, erkenden harekete geçmenin firmalar açısından getirileri bu maliyete katlanmaya değer olacaktır. Üze-



rinde durulması gereken tek başlık ürünlerin içerik ve ambalajları değil, aynı zamanda taşıma biçimleridir. Lojistik sektöründe karbon ayak izinin minimum seviyelere çekilmesi için sevindirici çalışmalar yapılmakla birlikte (Karataş ve Dil, 2015), bu durumun küresel ölçekte henüz yaygınlaşmadığı bilinmektedir. İntermodal taşımacılık çözümlerinde karbon ayak izini düşürmeye yönelik her çalışma, uluslararası ticaretin meşruiyetini artıracaktır. E-ticaretin geleneksel ticaretin önüne geçmesinin beklendiği bir dünyada, taşıma modelleri ve taşıma sırasında hasarı azaltmaya yönelik kullanılan ambalajların içeriği çevre konusunda tartışılacak önceliklerimizden olacaktır. Zira, ABD menşeli Black Friday (Kara Cuma) indirimlerinin dünyanın pek çok ülkesinde 'kasım ayı indirim haftaları' olarak yaygınlaşması ile birlikte, bu gibi uygulamaların dünyaya verdiği zararlar protesto konusu haline

gelmiştir (<https://qz.com/1758551/black-fridays-environmental-cost-leads-to-worldwide-protests/>)

Kurulacak yeni girişimlerin tüketicilerin 'yeşil ürün' taleplerini karşılayacak kreatif çözümler bulması, hem marka imajlarını güçlendirmekte hem de rekabetçiliklerini artırmaktadır. Yeşil ürünlerin bir kısmını organik ürün üretimine yönelen firmalar, bir kısmını da geri dönüşüme odaklanan firmalar üretmektedir. Yakın dönemde, pet şişeleri geri dönüştürerek protez kol ve bacak, ayakkabı, kullanılmış kahve çekirdeklerinden spor kıyafet, çiğnenmiş sakızlardan kahve termosu üreten yeni nesil firmalar dikkat çekmektedir. Öte yandan ürünlerini tamamen doğada çözünen malzemeler ile ambalajlayan firmalar kadar, sıfır atık konseptini benimseyen yeni marketler de revaçtadır. Önemi giderek artacak bu alanda yatırım yapmak yeni gi-

rişimler için cazip bir fırsat olarak düşünülebilir.

Her Şeyi Devletten Beklemek İçin Güzel Bir Neden

Yasa koyucu olarak devletlerin yapılacaklar listesindeki rolü oldukça önemli olmakla birlikte, ülke ekonomileri kendi rekabetçiliklerini artırmak uğruna bu konuda beklenen hassasiyeti göstermediği açıktır. Umalım ki, AB'nin 2021'den itibaren tek kullanımlık plastikleri yasaklaması (<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/abden-tek-kullanimli-plastik-urunlere-yasak-41220994>) bu konuda devamı gelecek önlemlerden ilki olsun. Hükümetleri harekete geçirecek gücün yine bireylerin taleplerinde olduğu düşüncesindeyim. Küresel iklim krizi yüzleşmemiz gereken bireysel bir kriz...



Yazar
Röportaj Takımı

RÖPORTAJ

Özdilek Tekstil Pazarlama ve Satış Operasyonları Direktörü

Özhan Bingöl ile Özdilek Holding Üzerine Bir Röportaj



Geçtiğimiz sene çıkarttığımız bölüm dergimizi takdim ederken.

Özdilek, 1971 yılında sadece iki dokuma tezgahı ile sanayi sektörüne atıldı. O yıllardan günümüze kadar geçen süreçte Özdilek ismini nasıl duyurdunuz?

Özdilek yapı itibarıyla, her zaman iyi kalite mal üretmek, zamanında üretmek ve doğru şeyleri üretmek üzerine programlanmıştır ve müşteri isteklerini her zaman göz önünde tutar. Müşteri karşılığını bulduğu için her zaman Özdilek'i tercih etmiştir. Bu şekilde de bugüne kadar geldik ve Türkiye'nin en büyük ev tekstili şirketi olduk.

İthalatçılarınız neden sizi tercih ediyorlar?

Özdilek, ilk olarak havlu üretimine başladığı 1971 yılından beri kaliteye ve müşteri isteklerine her za-

man önem vermiştir. Hiçbir zaman maliyeti düşürmek için kaliteden ödün vermedik; bu da bize, pazardaki rakiplerimizden sıyrılma imkanı verdi. Uzun yıllar boyunca Avrupa ve Amerika'ya istikrarlı şekilde yapılan ihracatlar sonucunda dış piyasalarda Özdilek adı iyice yerleşti. Dünyadaki büyük alıcılar Özdilek'i oldukça iyi tanır. Gerçekten de Hindistan, Çin ve Pakistan üçgeni dışında havlu üretiminde en büyük üretici Özdilek'tir. Amerika'da artık üretici kalmadı, Avrupa'daki üreticiler de bizim üçte birimiz büyüklüğünde... Portekiz var fakat oradaki firmalar butik üretim gerçekleştiriyorlar.

Yurtdışında bulunan mağazalarınız ile Türkiye'dekiler arasındaki satış politikası anlamında farklılıklar var mı?

Yurt dışında çok fazla mağazamız yok. Bu anlamda ev tekstili deneyimlerimiz oldu fakat bunlar çok kârlı sonuçlanmadı. Yalnız önemli bir nokta var; Amerika ve Avrupa dahil hiçbir ülkede sadece ev tekstiline odaklanan mağaza yoktur. Çünkü bu mağazalar kiralari ve yönetim giderlerini karşılayamazlar. Bu nedenledir ki yurt dışındaki mağazalarımızın sayısı 10 taneyi geçmez onlar da franchise ve aile işletmeleri olarak yönetilirler.

Türkiye'nin marka değeri yüksek şirketleri arasındasınız. Size göre başarınızın sırrı nedir?

Şirketimiz her sene yapılan araştırmaların sonucunda, perakende sektörünün en güvenilir firması olarak belirleniyor. Tüketicinin bu tespitinin en önemli nedeni her

zaman doğru ürünü, doğru kalitede, doğru fiyatla vermemizdir. Kendi ürettiğimiz ürünlerin yarısını iç piyasada, iç piyasanın yarısını da kendi mağazalarımızda satıyoruz. Yani 1500 ton havluyu 12 bayimizin haricindeki Özdilek mağazalarında satıyoruz. Geri kalan yüzde ellisini de ihraç ediyoruz. İhracatımızın da hemen hemen yüzde ellisi Avrupa'ya, yüzde ellisi ABD'ye yapılıyor.

Özdilek Holding olarak şirketinizin temellerini attığınızda Türkiye'deki diğer büyük ve köklü şirketler ile rekabete girebilecek kadar büyüyebileceğinizi düşünüyor muydunuz?

Rekabet her zaman olacaktır. Biz öncelikle işinizi doğru yapıp; doğru fiyata, doğru malı, müşteriyle doğru zamanda buluşturmayı Özdilek olarak hedefledik. Bu anlayış bizi farklılaştırdı.

İşletmenizi büyütmek için devletin desteğine ihtiyaç duydunuz mu veya kredi kullandınız mı?

Şirketler, devlet bankalarının veya özel bankaların verdiği kredilerle yatırım yapabilir. Teşvikten de faydalanılır. Biz de devletin bu sektör için veya ihracat için verdiği her türlü teşvikten faydalandık.

Kurulduğunuz dönem ile bu dönem arasında iç ve dış piyasadaki değişimlerin oluşturduğu farklılıklar şirketin anlayışını ve politikasını değiştirdi mi? Değiştirdiyse hangi yönde değişimler oldu?

Özdilek yolculuğuna ihracat ile başladı ve ihracatla büyüyerek bu noktaya geldi. Her zaman ihracat önceliğimiz oldu. Hatta iç piyasaya yavaş yavaş ihracattan kalanları vererek girdik. Şu anda satışlarımızın yüzde ellisi iç piyasa yüzde ellisi dış piyasa olarak yapılıyor. Bizim stratejimiz pazarları bölmektir. Biz pazarları bölerek büyüdük. Tek bir pazarda büyürseniz o pazar sıkıntıya girdiği anda olumsuzluk yaşarsınız.

Özdilek Holding olarak birçok sektörde yer alıyorsunuz. Medya ve enerji gibi alanlarda bulunma-

ma sebebiniz nedir? Bu yönde herhangi bir girişiminiz olacak mı?

Medya ve enerjiye çok uzak olduğumuz için bu işe yatırım yapmak istemedik. Tam olarak bilmediğimiz bir işe yatırım yapmamız doğru olmazdı.

İstanbul Özdilek Park'ın açılması görünürlük ve bilinirliğinizi artırdı mı?

İstanbul merkez olduğu için bize yansımaları tam olarak ölçemedik, fakat tanınırlığımızın artmış olduğu doğrudur.



Bu seviyeye gelene kadar yaşadığınız zorluklar nelerdir?

Bizim için önemli olan bir ülkenin istikrarıdır. Bu ekonomik bir olaydır. Bir de bazen siyasi çalkantıların da getirdiği dezavantajlar oluyor.

Sizi diğer firmalardan ayıran en güçlü özelliğiniz nedir?

Maliyeti ne olursa olsun biz kaliteden ödün vermeyiz. Her türlü kalite sorununa hızlı şekilde eğiliriz.

Müşteri memnuniyetine önem veririz.

Özdilek Holding 2019 yılında geçen yıla oranla ne kadar büyüdü?

2019 yılı bizim için dinlenme yılı oldu. Çünkü bizim İstanbul'da yaklaşık 300 milyon dolarlık yatırımımız var. Özdilek Park, otel ve arkasındaki iş merkezi 300 milyon dolar civarındaki yatırımdır. Bu yatırımın geri ödemeleri var ve bunun için bizim bir süre yatırımdan uzak durmamız gerekiyor. Sektörün ve ekonominin 2019'da yavaşlaması nedeniyle yatırımları durdurduk. 2021'den itibaren tekrar başlayacağız.

50. yılına yaklaşırken hedeflediğiniz bir nokta var mıydı? Ve o noktaya ulaştığınızı düşünüyor musunuz?

Yolunuz doğruysa mutlaka bir hedefe ulaşırsınız. Büyük riskler almadan istikrarlı büyüme önemlidir. Hedeflediğimiz nokta her zaman en iyi kaliteyi hızlı bir şekilde sunmaktır.

Peki bundan sonra Özdilek Holdingin hedefi nedir?

Hedefimiz ülkenin şartları elverdiği sürece bu istikrarlı büyümeyi sürdürürken, perakende sektöründe çeşitlenmek olacak. Tekstil şu anda doymuş durumda; dünyada bir arz fazlası bulunuyor. Hindistan'da devasa fabrikalar var fakat yarısı boş. Onlar en büyük benim demek için makine alıyor fakat çalıştırmıyorlar. Pazarlarda çok fazla mal var fakat o kadar alıcı yok. Üretim fazla olunca piyasa tıkanıyor. O zaman rekabetten dolayı fiyatlar geriliyor ve sonucunda iş yapamaz hale geliyorsunuz. Bu nedenle üretimi fazla arttırmanın Türkiye için de bir anlamı yok. Çünkü iç piyasada zaten yeterli derecede üretici var.



Yazar
Özkan Ağırkaya

MAKALE

GarantiBank Int'l NV (BBVA) Direktörü Özkan Ağırkaya'dan Ticaret ve Finansman

Özkan Ağırkaya, İstanbul Üniversitesi'nde Mühendislik eğitiminin ardından Hes-Amsterdam (Amsterdam Üniversitesi'nde) International MBA yüksek lisans programını tamamlamıştır. Toplam 30 yıllık iş hayatında; catering şirketlerinde satın alma müdürlüğü, bankalarda dış ticaret merkezleri müdürlüğü, dış ticaret operasyonları müdürlüğü, grup müdürlüğü ve direktörlüğü görevlerinde bulunmuştur. Halen Garanti Bank NV'ta Direktör olarak görev yapmaktadır. Ayrıca "Yapılandırılmış Ticaret ve Emtia Finansmanı" kitabının yazarıdır.

Yapılandırılmış Ticaret ve Emtia Finansmanı

Günümüzde İngilizce ismiyle de kullanılmakta olan ve "Trader" olarak tabir edilen tacir firmalar ya da yeni kurulan şirketler ki; genelde daha önce büyük firmaların kadrolarında çalışmış, ürünleri, pazarları ve oyuncuları bilen, konusunda tecrübeli kişilerden oluşan bu firmalar nasıl destek alabilecekler, finansman imkânlarından nasıl faydalanacaklar? Modern dünyanın ticaret koşullarının gerektirdiği yeni tekniklerin geliştirilmesi bu sebeplerden doğmuştur. Literatürde farklı tanımlamalar yapılsa da, yapılandırılmış ticaret ve emtia finansmanı teknikleri bu ihtiyaçlara çözüm getirmektedir.

Bu yöntemler ilk bakışta riskli görünen ticari faaliyetlerin aşamalara ayrıldığı ve her aşama için risklerin belirlenerek bu riskleri azaltma veya yok etme tekniklerinin uygulandığı işlemler zinciri olarak değerlendirilebilir.

Yapılandırılmış ticaret, henüz söz

konusu emtianın üretilmediği bir aşamadan başlamak üzere, yüklemesinin, nakliyesinin, işleme tabi tutulmasının, depolanmasının ve tekrar yurt içi veya yurt dışı pazarlara satılması aşamalarının herhangi bir noktasından başlayabilen ya da sürecin tamamını kapsayabilen bir yöntem olarak düşünülebilir.

Emtia finansmanı ise çek, senet veya mülk ipoteği vermek yerine, ticarete konu olan ürünün kendisinin (belirli bir marj uygulanarak) teminat olacağı ve her aşamada söz konusu ürünün mülkiyetinin ya da kontrolünün finansmanı sağlayan kuruluşta olabileceği bir yöntemdir.

Bu yöntemler uygulanırken bağımsız uluslararası gözetim firmalarının ya da üçüncü şahısların kontrol veya sorumluluğu altında emtianın teminata alınmasıyla, müşterilerine gereken zamanda ve uygun fiyattan ürünü satın alma imkânı tanıyıp, stokların güncel fiyatlar üzerinden değerlendirilmesi ve piyasa fiyatlarının en uygun olduğu zamanda satılması fırsatını sağlamaktadır.

ANA FİNANSMAN TİPLERİ

FCR (Forwarder's Certificate Of Receipt) Finansmanı

Üretilen malların yüklemesinin yapılmasını teminen, sevkiyatçı firmanın malları teslim aldığı gösteren Alındı Belgesi (FCR) karşılığında finansman sağlanmasıdır. Yükleme firmasının güvenilirliği büyük önem taşır. Alındı belgeleri ciro edilemeyen, içerisinde kullanılan ifadelerle bağlı olarak genelde malın sevk edilmek üzere teslim alındığını belirten bir "Alındı" veya "Makbuz" niteliğinde bir belgedir.

Güvencesi belgeyi imzalayan ve veren firmanın sağlamlığı kadardır. Herhangi bir sahtecilik veya problem halinde sevkiyatçı firmanın muhtemel zararı karşılayabilecek kapasitede olmama ihtimali mevcuttur.

Küçük miktarlarda alınabilen veya birçok tedarikçiden gelecek parça parça ürünlerin bir araya getirilerek limana yakın bir bölgede stoklanması ve ancak bir gemiyi doldurabilecek miktara ulaştığında yükleme yapılarak alıcılarına ulaştırılabilen durumlarda navlun komisyoncusu olarak ifade edebileceğimiz (freight forwarder) firmalarından faydalanılır. Navlun komisyoncuları genel olarak gönderen veya gönderilenin temsilcisi olarak, belgede bahsedilen miktar ve özellikteki malları, belirtilen durumda ve lokasyonda, yüklenmek üzere teslim aldıklarını belirtirler. Buna ek olarak güçlü konumda olan veya yükleme ile ilgilenmek istemeyen birtakım üreticiler veya tedarikçiler yükleme sorumluluğu almak istemeyebilirler. Alıcılar da bu gibi durumlarda da gemi nomine edilip yükleme organize edilinceye kadar FCR güvencesi talep edebilirler.

Navlun Finansmanı

Navlun finansmanı sadece ürüne yönelik kullanılan diğer finansman yöntemlerinin yanında firmalara sağlanabilecek ek bir hizmet şeklinde düşünülmelidir. Örneğin ithalatta EXW, FCA veya FOB teslim şekline göre satın alınması için finansman sağlanacak bir ürünün ana nakliye kısmını da kontrol altına alabilmek için firmalara navlun finansmanı sağlanabilir ya da diğer teslim şekillerine göre satışı yapı-



lacak ihracat işlemlerinde bu ürün kullanılabilir. Kredi kullandırımı için navlun faturası talep edilir.

Kargo Finansmanı

Malların yüklemesi yapılmış ve varış noktasına doğru harekete geçmiş olduğunu gösteren nakliye evrağına istinaden sağlanan finansman yöntemidir. Burada nakliyenin hangi şekilde yapılacağı, nakliye evrağının mallar üzerindeki mülkiyet haklarını temsil edip etmediği, nakliye firmasının güvenilirliği, nakliye rotası, uğranacak ülkeler, nakliye şartları muhtemel risk konularındandır. En sık kullanılan hava yolu taşıma belgeleri AWB, demir yolu nakliye belgeleri (Hamule Senedi) CIM, karayolu nakliye belgeleri CMR malın mülkiyetini temsil eden ve ciro edilebilir nitelikte evraklar değildir. Deniz yolu taşımacılığında kullanılan konşimentolar (B/L) duruma göre ciro edilebilir niteliktedir. Bununla beraber en sık karşılaşılan deniz yolu taşıma evraklarından Charter Party konşimentolar, belirli bir ücret karşılığında geminin tamamının veya bir kısmının belirli bir sefer ya da süre için gemi sahibi veya gemi işleticisi ile taşıtan arasında yapılan sözleşmelere dayanmaktadır. Alıcı veya finansman sağlayan bankalar sözleşme ayrıntılarından haberdar olmadıklarından dolayı, herhangi bir anlaşmazlık halinde, sözleşme hükümleri alıcı veya alıcının bankası aleyhine çalışabilir, istenmeyen sonuçlar doğurabilir. Örneğin; Charter Party Sözleşmesindeki bir şarta dayanılarak kira/navlun bedelinin ödenmemesi sebebiyle malların teslimatı yapılmayabilir vs.

İşleme konu tarafların ve nakliye firmasının seçimi, rotanın ve uğranacak ülkelerin detaylı incelenmesi, banka emrine düzenlenecek mülkiyeti temsil eden bir nakliye evrağı istenmesi riski azaltmak açısından önemlidir.

Stok (Depo) Finansmanı

Üretim süreci tamamlanmış olan malların finansmanını sağlayacak olan kurum tarafından kabul edilebilecek bir depo, tank, silo veya

fabrikaya alınması ve finansman sağlayacak kurumun kontrolünde bulunması koşullarıyla kullanılabilen bir finansman yöntemidir. İç veya dış piyasadan alınan, işlem görecektir veya uygun satış dönemine kadar hareketsiz kalacak, emtia niteliğine sahip kolay satılabilir malların teminata alınması karşılığında kullanılabilir. Müşterinin mali yapısı, ürünün cinsi, saklama koşulları ve benzeri durumlara bağlı olarak rehin alınacak olan ürünün takip ve kontrolü depo/lojistik firmaları, gözetim firmaları

veya yediemin aracılığıyla yapılabilmektedir. Yurt içi stok finansmanı doğal olarak ters yönde de, yani ihracatı yapılacak malların muhtelif süreçlerinde de kullanılabilir. Türk Hukuku açısından taşınır rehini tesis edilmesi, medeni kanuna göre veya Tares sistemi üzerinden noterler aracılığıyla işlem yapılması ile mümkündür. Lojistik firmalarına ait yurt içi depolarda veya antrepo işletmecileri yedi emanetinde teminata alın-

Alacak Finansmanı

Satın alınıp ana nakliyesi tamamlanmış ürünlerin vadeli satılmaları durumunda, tedarikçi firmalar tahsilat yapılıncaya kadar finansmana ihtiyaç duyabilmektedir. Nakliyesi tamamlanmış ve alıcıya teslimi gerçekleşmiş ürünler için artık bir alacak doğmuş ve farklı ülkelerin kanunlarına göre gerekli aksiyonlar alınmak suretiyle finansmana uygun hale gelmiş olurlar. Bu işlemlerin finansal yönünün yanında bir de risk değerlendirmesinin yapılması önemlidir. Açık hesap



veya yediemin aracılığıyla yapılabilmektedir.

Yurt içi stok finansmanı doğal olarak ters yönde de, yani ihracatı yapılacak malların muhtelif süreçlerinde de kullanılabilir.

Türk Hukuku açısından taşınır rehini tesis edilmesi, medeni kanuna göre veya Tares sistemi üzerinden noterler aracılığıyla işlem yapılması ile mümkündür.

Lojistik firmalarına ait yurt içi depolarda veya antrepo işletmecileri yedi emanetinde teminata alın-

poliçe veya sertifikalar ibraz edilemeyebilir. Bu durumlarda genel sigortanın bir kopyasının alınarak ihtiyaç duyulan şartların kapsandığının tespiti yeterli olabilecektir.

Lojistik firmalarını veya antrepo işletmecilerini seçerken uzun zamandır bu işleri yapan, moralitesi ve reytingi yüksek, güvenilir olarak kabul edilen büyük firmalar tercih edilmelidir. Bu koşulların gerçekleştiği durumlarda, yediemin sözleşmesi yerine, bu firmalardan alınacak olan depo alındı makbuzu 'Warehouse Receipt' ya da aynı içerikte makbuzlar da kabul edilebilir.

olarak satılan bu ürünler için tedarikçi firmalar, alıcı bazında limitler belirleyerek bu risklerin ne kadarını kendilerinin taşımak isteyeceği, ne kadarı için sigortaya ihtiyaç duyacağına karar verilir ve alacak sigortası ürünleri değerlendirilir. Bankalardan finansman sağlanması durumunda bankalar da bir çeşit alacak sigortasının olup olmadığı, muhtemel bir finansman karşılığında bu alacakların kendilerine temlik edilmesi, bu temliklerin ilgili ülke kanununa göre borçluya bildirim ve/veya borçlunun teyidi gibi birtakım hukuki gereksinimler talep edilebilmektedir.

Akreditif Yolu ile Finansman Devredilebilir Akreditif (Transferable LC)

Bir tacirin iyi ilişkileri bulunduğu bir tedarikçiden ürün satın alıp müşterisine satabilmesi için, eğer tedarikçi akreditif açılmasını istiyorsa, alıcı müşteri de akreditif açabilecek limitlere sahipse devredilebilir akreditifler kullanılabilir. Tacir firmanın akreditif açtırabilmek için banka limitlerinin olmadığı veya mevcut limitlerinin tamamen dolu olduğu durumlarda en uygun çözüm olarak ortaya çıkmaktadır. Bu

zerv oluşabilmektedir. Bu işlemler ciddi derecede tecrübeye dayanmakta olup firmaların ve bankaların operasyon birimlerine önemli görevler düşmektedir.

Karşılıklı Akreditif (Back-To-Back LC)

Alıcı ve satıcının birbirini görmemesi ve birtakım bilgilere ulaşmaması gereken durumlarda, devredilebilir akreditiflerdeki sınırlamaları aşabilmek için karşılıklı akreditifler kullanılmaktadır. Birbirinden bağımsız iki farklı akreditif

biyle çok daha fazla risk içermekte olup bunun yanında ana akreditif üzerinde çok daha fazla değişiklik yapılabilmesi imkânı oluşmaktadır. Aracı firmaların alıcı ve satıcıyı birbirleriyle tanıştırmada, alım fiyatı ve koşullarının görülmesinin sakıncalı olabileceği durumlar için çözüm olabilmektedirler.

Bu makale, Legal Kitabevi'nden 2017 yılında çıkan "Yapılandırılmış Ticaret ve Emtia Finansmanı" kitabından, yazarı tarafından derlenmiştir.



yöntemde alıcının açtığı ana akreditif devredilirken müdahale edilebilecek alanlar UCP 600 madde 38 de belirtilenlerle sınırlıdır.

Devir bankası açısından, özellikle teyit eklenmeden devredilen durumlarda, finansal bir risk alınmıyor olmasına rağmen, operasyonel açıdan risk taşınabilmektedir. Değiştirilebilir konular dışında orijinal akreditif şartlarının aynı şekilde devredilmesi gerekmektedir. Bu konuda yapılacak bir hata sonucunda devredilen akreditif altında ödeme yükümlülüğü oluşabilecekte iken orijinal akreditif altında re-

işleminden oluşur ve ilk akreditif lehtarının ikinci akreditifin amiri olduğu bir akreditif türü şeklinde tanımlanabilir. Gelen ihracat akreditifi teminat olarak kabul edilerek karşılığında ithalat akreditifi açılır. Herhangi bir sebeple devredilebilir akreditiflerin kullanılmadığı durumlarda gelen ilk akreditifin lehtarı bu akreditife karşılık ikinci bir akreditifin açılması için bankasına talimat verir. Gelen akreditif ana / master akreditif olarak, açılan ikinci akreditif de karşılık akreditifi olarak isimlendirilebilir. Devredilebilir akreditiflerle kıyaslandığında, iki ayrı akreditif bulunması sebe-

RTYazar
Röportaj Takımı

RÖPORTAJ

DEİK (Türkiye - Afrika İş Konseyleri Koordinatör Başkanı)

Tamer Taşkın ile Biz Bize



Tamer Taşkın, Öğrenim hayatına ortaokul ve lisesi İzmir'de bulunan Özel Türk kolejinde başladı. Üniversiteden Tekstil Mühendisi olarak mezun oldu. Tamer Taşkın iş hayatından birçok şirkette farklı pozisyonlarda çalıştı. Çalıştığı şirketlerden bazıları;

- APEKS A.Ş. Kurucu Ortağ, Yönetim Kurulu Başkanı
- TROYA Dış Ticaret A.Ş. Kurucu Ortağı, Yönetim Kurulu Üyesi
- KİPA Kitle Pazarlama A.Ş. Hipermarket Zinciri Kurucu Ortağı
- BİLİSOY Demir Çelik Ürünleri San. A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı
- İSTAŞ Isıl İşlem San. ve Tic. A.Ş. (ADANA, BURSA, ANKARA, İSTANBUL, İZMİR) Yönetim Kurulu Başkanı olarak sıralanabilir.

Kendinizi tanıtır, Afrika ile olan ticari ve gönül bağınızı anlatır mısınız?

İzmirli bir sanayiciyim. Geçmiş dönemde de Ege Bölgesi Sanayi Odası başkanlığı yaptım. Daha sonra TOBB Yönetim Kurulu'nda ve sporda da Çeşme Yelken Kulübü başkanlığında bulundum. İlk olarak 1989 yılında "Siyah Afrika"yı içine alacak şekilde Güney Afrika Cumhuriyeti'ne turistik ziyarette

bulunduk. Oraları çok sevdik. Daha sonraları bu sevgimiz tüm Afrika'ya yayıldı. Bugün 54 ülkesi olan Afrika kıtasında 35 ülkeye iş dünyası ailemizle beraber yayılmış durumdayız. Çünkü oraları, ortamıyla, güler yüzlü insanlarıyla, her şeyiyle bugünlerde sevilmesi gereken bir kıta ve ülkeler olarak görmekteyiz. Çünkü dünya bu hızla gittiği müddetçe, ülkemizde de gördüğümüz üzere, tabiat güzellikleri ve varlıkları gitgide kalabalıklaşan bir etkiyle bozulmaya devam edecek. Onun için herkese tabiatı ve güzellikleri bozulmadan gidip Afrika'yı gezmelerini tavsiye ediyorum.

Neden Kara Kıta bu kadar gözde olmaya başladı?

Doğal olarak, bu 54 ülkenin bir milyardan üzerindeki nüfusu zenginleştikçe, Afrika bütün dünyanın ve özellikle gelişmiş ülkelerin, yeni pazar olarak gördüğü bir kıta oluyor. Neticede bir trilyon dolar ticaret hacmi var. Tarım, madenler, doğalgaz ve petrole sahip bir Afrika kıtası, son yıllarda bilhassa Çin'in büyüme periyodunda dikkat çekiyor. Böyle olduğu için de, son yıllarda gerilese de, Çin'in %

15 büyüdüğü yıllarda, doğal olarak minerallere olan ihtiyaç, maden doğalgaz ve petrol fiyatlarının yükselmesi ile birlikte Afrika kıtasının da zenginleşmesine vesile oldu. Bu zenginleşme hayat standartlarının yükselmesine sebep oldu. Ancak sanayi olmadığı için, Afrika, mütihş bir şekilde ithalat için değerli bir pazar haline geldi. 2002 yılından itibaren devletimizin istikrarlı şekilde Afrika'ya yeni pazar olarak bakması ve sonucunda da Türkiye ile Afrika kıtasındaki ülkelerin ilişkilerinin gelişmesi büyük bir imkan doğurdu. 2002 yılında koca Afrika kıtasında sadece dokuz büyükelçilik varken, bugün 45'in üstünde büyükelçiliğimiz faaliyet gösteriyor. Biz eskiden Afrika'yı sadece Kuzey Afrika'daki Arap Afrika'sı olarak tanıyorduk. Mısır'dan itibaren Libya, Tunus, Cezayir, Fas'tan başka tanıdığımız bir yer yoktu. Siyah Afrika'nın tanınması 2002'den sonra bilhassa 2005'te yapılan Afrika zirvesinden sonra başladı ve büyük elçiliklerimizin akabinde bu kıtaya olan en büyük ilişkimizi THY kurdu. Yine sadece Kuzey Afrika'ya uçan THY bugün, Afrika'da en az 50 tane destinasyona uçuyor ve büyük bir bağlantı kuruyor. Esasın-

da Afrika kıtasının sadece Türkiye ile değil dünyayla olan bağlantısını kuruyor. Şimdiki beklentimiz; büyükelçilikler ve THY'den sonra Türk sanayicisinin, tüccarının ve Türk yatırımcılarının da Afrika kıtasında etkin olabilmesi için kıtanın bankacılık sisteminin geliştirilmesidir. Bu anlamda, nasıl THY Afrika kıtasına açıldıysa ve her yere ulaştıysa, Türk bankalarımız da burada yer almalı ve Türk iş adamlarının o ülkelerle ticaret yaparken kendi bankalarımızı kullanmalarını sağlamalıyız. O yüzden Afrika'da Türkiye'nin yapması gereken en önemli şey; Afrika bankacılık sisteminin geliştirilmesidir.

Afrika'da kısa süre içerisinde parlayacak ülkeler sizce hangileri olabilir?

Afrika'daki ülkeleri değerlendirdiğimizde, Doğu Afrika kıyasındaki Tanzanya ve Kenya'nın büyük bir potansiyel sunduğunu görüyoruz. Ayrıca, Mozambik doğalgazı ve petrolüyle dikkate alınması gereken bir ülke... Dahası, Güney Afrika Cumhuriyeti, Doğu Afrika'da yukarıdan aşağıya yer alan ülkeler; Senegal, Gana, Fildişi Sahili aşağıda ise Angola büyük potansiyeli olan ülkeler. Bu saydığım ülkelerin her biri sahil ülkesi ve her birinin bizim İzmir, İstanbul ve Mersin gibi deniz kıyısında limanı var ve arkalarında da karaya kilitlenmiş ülkeler var. Mesela Kenya ve Tanzanya'nın arkasında Güney Sudan ve Uganda var. Bütün bu ülkeler doğal olarak ticaretleriyle doğrudan bu liman şehirlerinin olduğu ülkelere bağlılar. Diğer tarafa gittiğimizde de Orta Afrika ve Nijer var. Bunlar da hep iç ülkeler ve bütün ticaretleri sahildeki ülkelere ve onların limanlarına bağlı. Bu nedenle ticaret ve yatırım alanı olarak bu 54 ülkeyi değerlendirdiğimizde; biz Türklerin yüksek nüfuslu, ulaşılabilir ve öncelikle liman şehirli ülkelere gitmemiz gerektiğini düşünüyorum. Mesela nüfusu ele alalım: Şimdi Afrika'da 2 milyon olan bir ülkeye mi bakalım? yoksa 200 milyon nüfusu aşan Nijerya'ya mı bakalım? ya da 60 milyon nüfusu aşan Güney Afrika Cumhuriyeti'ne mi bakalım? Bir ülkeye yabancı sermaye, öncelikle

neye bakarak gidiyor? O ülkenin iç dinamiklerine, potansiyeline ve komşu ülkelerinin potansiyeline bakıyor. Bugün Türkiye'ye gelen bütün yatırımcılar niye geliyor? 80 milyonluk Türkiye'nin iç dinamiklerini ve iç potansiyelini dikkate alıyorlar. Sonrasında yanımızda bulunan Gürcistan, Ermenistan, İran, Irak, Suriye ve Ukrayna'yı değerlendiriyorlar.

Afrika pazarına girmeye çalışan Türk ihracatçı ve yatırımcıların en sık yaptığı hatalar nelerdir?

Afrika'da bulunan en büyük sorun finansa ulaşma zorluğudur. Bizler de maalesef Afrika'yla iş yapmanın hevesi ve hırsı içinde bazen cid-



di araştırmalar yapmadığımız için belli paralar ve sermayeler kaybedebiliyoruz. Şimdi burada dikkat edilmesi gereken eğer tüccarsanız ve Afrika'daki bir ülkeye mal satıyorsanız karşımızdaki insan ile peşin iş yapmayı öğreneceksiniz. Paranız gelecek, malınız gidecek. Ya da karşınızdaki tüccar, yatırımcı, sanayici size Türk bankalarının kabul ettiği bir Afrika bankasından akreditif açtırdığı zaman ona belli vadeler tanıyabilirsiniz. Ama açık hesap bir mal gönderdiğiniz zaman bilin ki üzüleceksiniz. Biz Türkler belli adetlere uymadan satış yapmayı seven milletiz. Eğer yabancı bir yatırımcı olarak bir ülkeye gidiyorsanız o ülkede önce bir avukatlık bürosuna sonra da ulus-

lararası bir finans - muhasebe bürosuna gidip o ülkenin kanunlarını, ülkede yapmamanız gerekenleri ve potansiyel hataları çok iyi bir şekilde öğrenmeniz lazım. Biz bazen işleri pratik çözümlerle yapıyoruz. O firmalara, avukatlık ve finans bürolarını ödeyeceğimiz parayı masraf gibi görüyoruz ve daha sonra 10 katını kaybediyoruz.

Afrika Gümrük Birliği Antlaşmasını nasıl okuyorsunuz? Türkiye için fırsatlar var mı?

Afrika Gümrük Birliği Türkiye'den gidecek mallara yani Türkiye'nin ihracatçısına hiçbir faydası yoktur. Çünkü Afrika Gümrük Birliği, Afrika ülkelerinden birinde üretilen herhangi bir malın bütün Afrika kıtasına gümrüksüz gitmesi anlamına gelir. Eğer bir Türk firması Afrika kıtasındaki seçtiği bir ülkeye yatırım yaparsa orada yaptığı üretimi, o ülkeye komşu ülkelere satışının dışında bütün Afrika kıtasına da gümrüksüz satarak büyük bir avantaj elde eder. Ama gümrük birliği Türkiye'den gidecek mallara avantaj sağlamaz. Onun için bugünden sonra Türk yatırımcılar Afrika'da yapacakları yatırımları daha iyi düşünmeleri lazım. Karşılıklarına çıkacak zorluk şudur: Bir ülkede ürettikleri zaman o ülkeden karayoluyla komşu ülkelere satabilirler ama oradan ben bütün Afrika'ya satalım dediğinizde, o limandan geçen gemilerin o malları alıp öbür ülkelerin limanına götürmesi lazım. İşte o zaman yine Afrika'nın bir zorluğu çıkıyor. O da limanlardaki sıkışıklık ve gemilerin beklemesidir. Bununla birlikte, bugün Afrika'nın birçok ülkesinde liman inşaatları devam ediyor. Eğer sorunları sıralarsam; ilk olarak limandaki sıkışıklık ve ithalat ihracattaki gecikmeleri söyleyebilirim. İkinci olarak enerji sorunundan bahsetmek gerekir. Afrika'da enerji olmadığından dolayı yatırımlar sekteye uğramaktadır. Günümüzde bazı ülkelerde 15 - 18 saat enerji olmuyor. Böyle bir ülkede nasıl yatırım yaparsınız?



Yazar
Yazı Takımı

MAKALE

Yerli Üretim Nitelikli Ürün İthalatını İkame Edebilir mi?

Ülkemizin imalat sektöründe özellikle büyüme dönemlerinde ihracat arttıkça buna bağlı olarak ithalat da artıyor. İthalat ve ihracat arasındaki makasın büyümesi dış ticaret açığını ve cari açığı zaman zaman tehlikeli noktalara taşıyor. Bu durum hem dış finansman ihtiyacını artırıyor hem de kırılgan ve dış müdahaleye açık ekonomik yapı oluşmasına neden oluyor. Dahası yurt içinde ara malların üretimi aleyhine bir durum ortaya çıkıyor. Bu da istihdam ve gelir fırsatlarının kullanılmamasına yol açıyor.

Bu sorunun çözümüne katkı sağlamak amacıyla Sakarya Makina İmalatçıları Birliği'nin (SAMİB) Doğu Marmara Kalkınma Ajansı'na desteklenmesi için yazdığı projenin yürütücülüğünü Uluslararası Ticaret Bölümü olarak üstlendik. Bölümümüz eski öğretim üyelerinden Doç. Dr. Sinan Esen ile araştırma görevlilerimiz Dr. Ayşegül Karataş, Dr. Halil Şimdi ve yüksek lisans mezunumuz Tuğba Onur Sakarya'ya yönelik Sürdürülebilir İhracat Yönetilebilir İthalat Projesi'nde görev aldılar.

Sürdürülebilir İhracat Yönetilebilir İthalat Projesi Nasıl Yürütüldü?

Proje kapsamında SAMİB üyesi 47 işletmenin yöneticilerine cevaplandırılmaları için mülakat soruları yöneltilti ve bu süreçte toplam süresi bin dakika olan bir ses kaydı elde edilip yazılı bir metin haline dönüştürüldü. Elde edilen verilerle hazırlanan ithalat haritası kapsamında hangi firmanın hangi ürünü, ne kadar sürede ve neden ithal ettiği ve ithal girdi oranları tespit edildi. Aynı zamanda firmaların ithal malların daha ucuza ve daha yüksek kalitede ilimizde imal edilmesi potansiyeline yönelik olarak, ithal ikame ürünlere bakış açıları derlendi ve tespitlerde bulunuldu.

Projenin Tespitleri

Proje kapsamında varılan sonuçlardan bazıları şöyle:

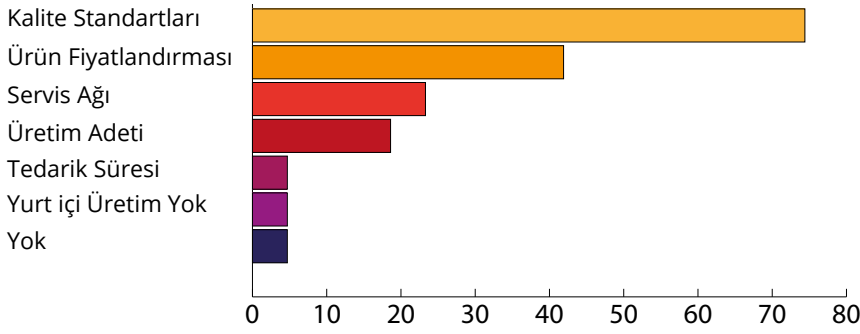
- Firmalar yerlisi olsa alırım diyor. Ama şartları var: Katılımcı işletmelerin ithal ikame ürünlere % 95,1 oranında olumlu bir algı ile dönüş yaptıkları belirlendi. Katılımcılar, ithal ettikleri ürün-

lerin benzer fiyat ve kalitelerde Türkiye'de üretildiği takdirde ürünleri kullanmak istiyorlar. Firmalar aynı mali yurt içinde üretmemelerinin en önemli sebeplerini devlet teşviklerinin azlığı ve marka algısı olarak görüyorlar. Makinecilere göre Türkiye'de Üretilmesi Gereken en önemli stratejik ürün Nitelikli (İşlenmiş) demir - çelik.

Elde edilen sonuçlara göre makine sektöründe ithal girdi kullanımına; ürünün Türkiye'de üretiminin olmaması, ithal ikame ürünlerin kalitelerinin göreceli düşüklüğü ve fiyatlarının göreceli yüksekliği, ithal ikame ara malların yerli nihai ürünlerde kullanılması durumunda ihracatın mümkün olmaması, markalaşma ve ham madde konusundaki yetersizlikler sebep olmaktadır.

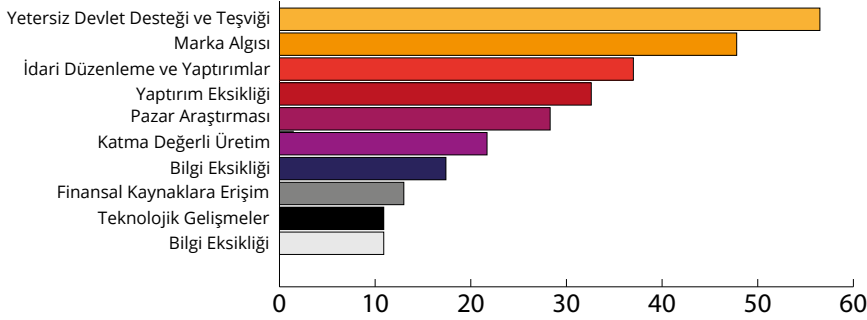
Türkiye'de üretimi olmayan ve bu sebeple ithal edilen ürünlerin üretilmesinde teknolojik yetersizlikler olduğu gibi üretimin rantabl olmaması sebebiyle de üretimin gerçekleşmediği tespit edilmiştir. İthal





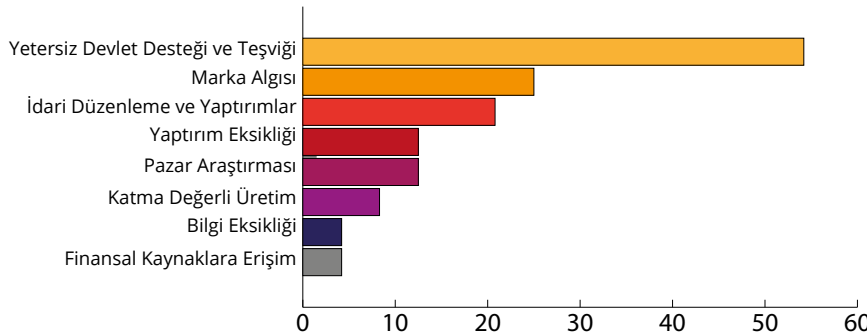
Grafik - 1: Neden İthal Ediyorlar?

ikame ürünlerin birçoğunun muadillerine göre kalitesinin düşük olması, ülkemizdeki imalat ve kalite süreçlerinin gelişmeye ihtiyacı olduğunu göstermektedir. İthal ikame ürünlerin fiyatlarının çoğu, üründe göreceli yüksekliği ölçek ekonomisi kaynaklı olup, üretim adetlerinin düşük olmasının birim maliyetleri yükselttiği bilinmektedir. Yerli ara malların dış pazarlarda tanınmaması sebebiyle negatif algı doğurması, bu ürünlerin yurt dışında servis ağının olmaması sebebiyle oluşan sorunlarda yurt dışı müşterilerin mağdur olması, ihraç üründe dünyaca tanınmış ithal ara mallarının kullanılması durumunda olası sorunlarda bu ürünlerin marka algısının arkasına saklanmanın kolay olması gibi gerekçeler ile yerli ara



Grafik - 2: İthal İkamenin Önündeki Engeller

mallarının ihracata yönelik yapılan üretimlerde kullanılması zorlaşmaktadır. Ayrıca ham madde konusunda yaşanan sıkıntılar ithalatı cazip hale getirmektedir. Üretimde kullanılan kaynaklara uzak olunması durumunda sıradan ve basit üretim süreçleri ile bu kaynakların kullanılarak imalat yapılması mümkün değildir. Gelişmiş, etkin ve verimli imalat teknikleri, ileri teknolojinin kullanıldığı üretim süreçleri, kaynaklara uzak olursa dahi imalatı mümkün kılmaktadır.



Grafik - 3: Türkiye'de Üretilmesi Gereken Stratejik Ürünler Neler?



Yazar
Haber Ekibi

MAKALE

Ticarette Global ve Yerel Yenilikçi Uygulamalar

Merkezi İsviçre'nin Cenevre kentinde bulunan ve Dünyanın en tanınmış işadamları ile siyasetçilerinin bir araya geldiği, küresel sorunların tartışıldığı Davos kasabesindeki konferansları ile tanınan Dünya Ekonomik Forumu (WEF) Vakfı, küresel ticareti temellerinden değiştirecek beş yeniliği aşağıdaki gibi açıkladı:

1. Blockchain

We'ye göre dergimizin 4. sayısında da detaylı olarak ele alınan Blockchain ve Blockchain tabanlı dağıtık defter teknolojileri, küresel tedarik

zinciri üzerinde büyük bir etkiye sahip olabilir. Örneğin, blockchain tabanlı çözümler, ticaret finansmanı dünyasının işleyişini radikal biçimde değiştirmeye başladı bile.

İşte örnekler: Blockchain artık uluslararası ticarette oldukça fazla kullanılan bir ödeme mekanizması olan akreditifin uzun ve zorlayıcı sürecini basitleştirmek için kullanılıyor. Deloitte, bir Hindistan özel sektör bankasında yaptığı çalışma ile akreditif açma sürecini 20-30 günden birkaç saate indirdi. Hatta Ethereum platformuna dayalı

bir blockchain çözümü geliştirerek Skuchain gibi şirketler, oluşturdukları blockchain tabanlı envanter finansmanı ve RFID teknolojisini kullanan bir takip ve izleme sistemi ile akreditife ihtiyacı ortadan kaldırmış görünüyorlar.

2. Yapay Zeka ve Makine Öğrenmesi

Yapay Zeka ve Makine Öğrenmesi, rotaları optimize etmek, limanlarda gemi ve kamyon trafiğini yönetmek ve e-ticaret arama sorgularını bir dilden diğer dillere çevirmek için kullanılıyor. Bunun dışında ya-

İşlem Maliyetlerinin Azalması

- Nesnelerin İnterneti
- E-ticaret
- Blokzincir
- Dijitalleşmiş Belge İşleme Süreci

İşlem maliyeti azaldıkça, 2030'a kadar dünya ticaretinde 4.7 trilyon dolar artış olacak.

Üretim Süreçlerinin Değişmesi

- Yapay Zeka
- Otomasyon
- 3D Yazıcı

Üretim müşteriye yaklaştıkça 2030'a kadar Dünya ticaretinde 4 Trilyon Dolardan fazla artış olacak.

Yeni ürünler

- Elektrikli Araçlar
- Yenilenebilir Ürünler
- Dijital Ürünler

Malların yapısında ve ticaretinin yapılabirliğindeki değişim 2030'a kadar dünya ticaretini 310 milyar dolar azaltacak.

Kaynak: McKinsey Global Institute (2019), *Globalization in transition: The future of trade and value chains*, January

pay zekaya, küresel ticareti sürdürülebilir kılmak için de başvuruluyor. Örneğin, Google 2016'da yasa dışı balıkçılıkla mücadele için makine öğrenmesine dayanan, gerçek zamanlı bir araç olan Global Fishing Watch'u başlattı. Bu platform devletler ve diğer kuruluşlar tarafından şüpheli davranışları belirlemek ve sürdürülebilir politikalar geliştirmek için kullanılabilir.

3. Dijital Platformlar Üzerinden Ticaret Hizmetlerinin Verilmesi

Çevrim içi ortamda hizmet ticareti yapmak giderek daha kolaylaşıyor. Upwork gibi dijital platformlar, kullanıcılarının, çok çeşitli hizmetler için dünyanın her yerinden hizmet sağlayıcıları bulmalarına olanak tanıyor. Bu platform vasıtasıyla Sırbistan'daki bir web geliştiricisinden Pakistan'daki bir muhasebeciye ve bir sanal sunucuya kadar her şeyi bulabilmek mümkün. Mesela uluslararası bir öğrenme platformu VIPKID gibi girişimler çevrim içi İngilizce öğretileri Çinli çocukları Amerikalı eğitmenler ile için eşleştiriyor.

4. 3D Baskı

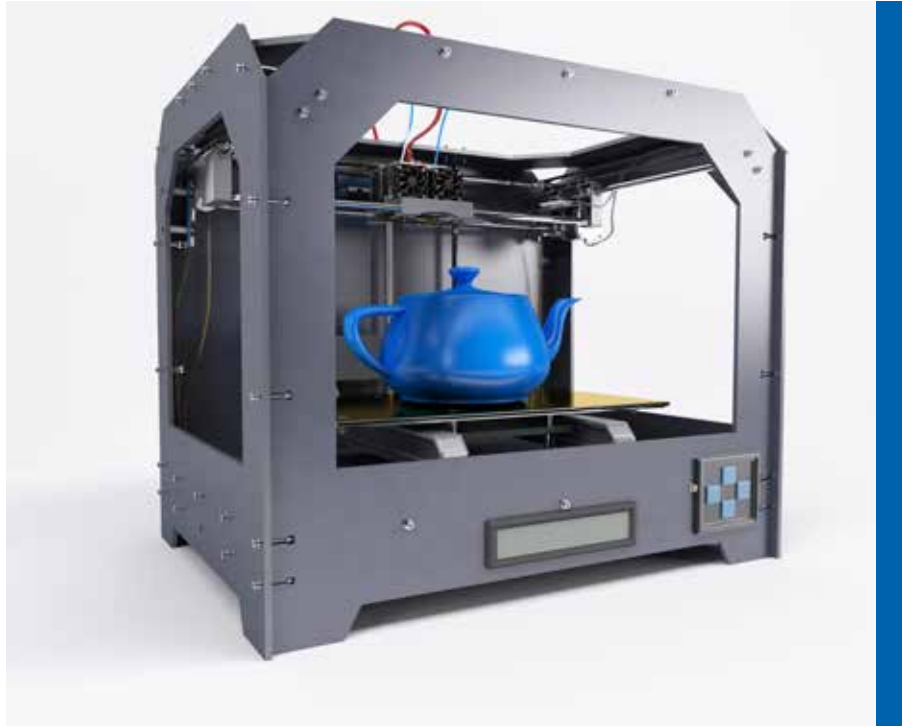
Wefin hesaplamasına göre, 3D Baskı daha az işçilik gerektirdiği ve ithalat ihtiyacını azalttığı için dünya ticaretini %25 azaltma gücüne sahip görünüyor. Bazıları bu hesaplamanın çok iyimser olduğunu ve seri üretimin karmaşıklığını ile gerçekliğini dikkate almadığını savunsa da 3D baskının küresel ticaret üzerindeki etkisinin ilerleyen zamanlarda daha fazla hissedileceği aşikar.

5. Mobil Ödemeler

Alipay'den Apple Pay'e ve M-Pesa'ya kadar, mobil ödemeler yaşam şeklimizi değiştiriyor ve daha fazla insanı pazar fırsatlarına bağlıyor. Bu teknolojiler özellikle gelişmekte olan ülkelerde daha fazla insanın finansla erişimini kolaylaştırıyor.

McKinsey, teknolojiye meydana gelen bu ve başka değişimlerin dünya ticaretine etkisini aşağıdaki şekilde özetliyor.

Dünyada bu yıkıcı teknolojik gelişmeler olurken Türkiye'de uluslara-



rası ticaret alanındaki dijital dönüşümünü hızlandırmış görünüyor. İşte ülkemizden dijital gümrük uygulamaları:

İhracatta Dijital Gümrük Projesi

İhracatta Dijital Gümrük Projesi ile gümrük beyannamesine ekli belgeler ile gümrük işlemleri ve bu işlemlerin tesisi esnasında kullanılan belgelerin tamamen elektronik ortamda işlem görmesi amaçlanıyor. 20.08.2019 tarihi itibarıyla artık ihracat beyannameleri gümrük memurlarınca e-imzalı olarak imzalanıyor ve bu tarihten itibaren işlemlerde gümrük idarelerince kâğıt nüsha kullanılmıyor.

Tek Pencere Sistemleri

Gümrük işlemlerinde kağıtsız ortamın hayata geçirilmesini sağlamak üzere tasarlanan Gümrük Tek Pencere Sisteminin yanında artık Liman Tek Pencere Sistemi ile geminin limana varışından ve çıkışından önce acenteler tarafından yapılan bildirimler tek bir veri tabanından giriliyor; farklı kurum ve kuruluşlar ile liman işletmelerince ihtiyaç duyulan bilgilerin bu veri tabanından alınması, kamu kurum ve kuruluşlarınca verilen izinlerin ve yapılan işlemlerin sonuçlarının oluşturulan sistem üzerinden görülmesi sağlanıyor.

Konteyner Ve Liman Takip Sistemi

Konteyner ve Liman Takip Sistemi ile az insan ve kağıtsız ortamda daha etkin bir denetleme amaçlanırken aynı zamanda limanlarda oluşan trafiğinde azaltılmasının hedefleniyor.

Süre Hesaplama Ve İzleme Programı (SHIP)

2017 yılı Kasım ayında başlayan Gümrük Eşya Takip ve Analitik Performans Programı (GET-APP) ile yükümlüler ithalat ve ihracat işlemlerinin hangi aşamada olduğunu anlık takip edebiliyor, gümrük işlemlerinde kullandıkları elektronik belgelere toplu halde erişebiliyor ve bu da iş yapma yeteneğine önemli bir katkı sunuyor. Bu program ile birlikte geliştirilen SHIP uygulamasında ise ülkemizdeki ihracat ve ithalat süreçlerine ilişkin eşya, ülke, gümrük idaresi bazında süre ölçümlerini gerçekleştiriyor ve elde edilen süre ölçüm sonuçlarını istatistiki olarak analiz ederek dış ticaret erbabımıza devam eden işlemleri için tahmini bir bitiş süresi sunuyor.



24. Finans Sempozyumu'nu Sakarya'da Gerçekleştiriyoruz

Finans Bilim Platformu tarafından gerçekleştirilen Finans Sempozyumları, alanında ulusal çapta düzenlenen en köklü ve geniş katımlı organizasyondur. 21-24 Ekim 2020 tarihleri arasında Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi ve Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi'nin ortaklaşa ev sahipliği yapacağı 24. Finans Sempozyumu Sakarya'da gerçekleştirilecek. T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi'nin Ana Destekçi olduğu ve Kurum Başkanı Sayın Prof. Dr. Göksel AŞAN'ın davetli konuşmacı olduğu sempozyumun özel oturumunda İstanbul Finans Merkezi Projesi, akademisyenler ve finans temsilcileri tarafından tartışılacak.

Sempozyum başkanlıklarını SAÜ Uluslararası Ticaret Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Hakan TUNAHAN ile bölümümüz eski öğretim üyesi Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Kaynarca Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekan Vekili Doç. Dr. Sinan ESEN'in yaptıkları Sempozyum'un çağrısı aşağıda yer alıyor:

Değerli bilim insanları, 1995 yılından günümüze finans alanında çalışan en kıdemli akademisyenlerden, henüz ilk bildirimlerini yazan genç finansçılara kadar geniş bir topluluğu bir araya getiren Finans Sempozyumu'nun 24.sünü Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi ve Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi işbirliğinde 21 - 24 Ekim 2020 tarihleri arasında Sakarya'da organize ediyoruz.

Son üç yıllık istatistikleri dikkate alındığında; yaklaşık 70 farklı kurumdan hemen hemen %40'ını kadınların oluşturduğu ortalama 275 katılımcının, 100 civarında bildiri sunduğu Türkiye'nin en eski akademik platformlarından biri olan Finans Sempozyumu'nda, bu yıl da finans alanına katkı yapacak çalışmaların yer almasını bekliyoruz.

Post Küreselleşme dönemine girdiğimiz dünyada; insanoglu bir yandan yapay zekaya dayalı büyük veri ve bilgi oluştururken, diğer yandan tezat biçimde, sorunları daha karmaşık hale gelmekte, öngörülemezlik artmakta ve sürdürülebilirlik ajandasının en üstünde yerini almaktadır. Bu "yeni normal paradigmadaki" finansal akımlara



T.C. CUMHURBAŞKANLIĞI FİNANS OFİSİ

Destekleriyle

<http://finans24.sakarya.edu.tr/>



ve enstrümanlara dayalı küreselleşme ve büyüme sorgulanırken, hala özellikle gelişmiş ülkelerin en zeki ve yetenekli gençleri finans sektörüne girmeye devam ediyor. 1200'li yıllarda poliçenin kullanılması ile başlayan, 1950'li yıllarda bugünkü anlamında bilim haline dönüşen ve 2000'li yıllarda kripto paraya kadar evrilen bir hikayede artık saha, finans mühendislerinden, finans veri bilimcilerine geçmiş gözüküyor. İşte bu ortamda 24. Finans Sempozyumu'nu birlikte gerçekleştireceğiz.

24. Finans Sempozyumuna bu yıl T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi de destek veriyor. Görevleri arasında İstanbul Finans Merkezi projesini yürütmek ve gelişmeleri takip

etmek de olan Ofis'in katkılarıyla daha etkin bir tartışma platformu oluşturmayı amaçlıyoruz.

Bir Sakarya atasözü der ki: "Misafirin sevileni ekmeğın yapıldığı gün gelir." Ekmeğimizin yapıldığı 24. Finans Sempozyumu'nda finans alanında çalışma yapan tüm misafirlerimizi ağırlamaktan memnuniyet duyacağız.

Sempozyum Başkanları
Doç. Dr. Hakan Tunahan
Doç. Dr. Sinan Esen

Tarih

21 - 24 Ekim 2020

Yer

Sakarya Üniversitesi



Sempozyum Sayfasına
Gitmek için Kodu
Okutabilirsiniz



uTRader Kuruldu!

Tüm öğrencilerimizi Onursal Başkanlığını Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Hakan TUNAHAN'ın yaptığı, bölüm hocalarımızın maddi ve manevi destek verdiği ve temel amacı başta burslar olmak üzere eğitime destek vermeyi amaçlayan Uluslararası Ticaret Ağı Derneği (uTRader)'ni sosyal medya hesaplarından takip etmeye ve faaliyetlerine dahil olmaya çağırıyoruz.

Web Sitesi

<https://utrader.org/>

Twitter

<https://twitter.com/UtraderOrg>

Facebook

<https://www.facebook.com/utraderorg>

LinkedIn

<https://www.linkedin.com/company/utrader/>

Birlikteliğin Global Gücü | uTRader

Uluslararası Ticaret Ağı Derneği (uTRader) Kuruldu

Onursal başkanlığını Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölüm Başkanı Doç. Dr. Hakan TUNAHAN'ın yaptığı Uluslararası Ticaret Ağı Derneği kuruldu. Beş yılı aşkın bir süredir akademiye destek vermek amacıyla organize olarak bir araya gelen ve alanda çalışan mezunlar ile akademisyenlerden oluşan dernek, kuruluşunu Kasım 2019'da tamamladı.

Kısa adını da uTRader "Sen Tüccar-sın" İngilizce benzetmesi ile belirleyen dernek, benzer derneklere akademik ayağının güçlü olması hedefi ile farklılaşıyor. Bunun için de başta alanda eğitim alan öğrenciler ve mezunlar olmak üzere, üniversiteler, iş dünyası, hane halkı, kamu kuruluşları ve sivil toplum örgütleri ile iş birlikleri geliştirerek, hem küresel hem de ülke düzeyinde uluslararası ticaretin gelişmesine katkıda bulunmayı amaçlıyor.

Bu yeni yapıdan önce de Mezunlar Komitesi adını verdikleri oluşum ile üniversitelere burs, ders, konferans, eğitim, staj ve istihdam desteği veren dernek, evrildiği kurumsal yapı ile daha etkin ve kapsayıcı olmayı hedefliyor. uTRader'ın öne çıkan bazı çalışma alanları şu şekilde;

Farklı eğitim seviyelerindeki öğrencilere burslar vermek,

İş dünyası-üniversite iş birliğini tesis ederek, iş dünyası için gerekli nitelikli eleman yetiştirilmesi amacıyla ortak projeler üretmek, aktiviteler düzenlemek,

Derneğin amacına yönelik olarak tek başına veya diğer paydaşlar ile ulusal ve uluslararası düzeyde konferans, sempozyum, kongre, kurs, seminer, eğitim ve panel gibi etkinlikleri düzenlemek, Eğitim kuruluşlarının değerlendirilmesi ve akreditasyonu için çalışmalarda bulunmak.

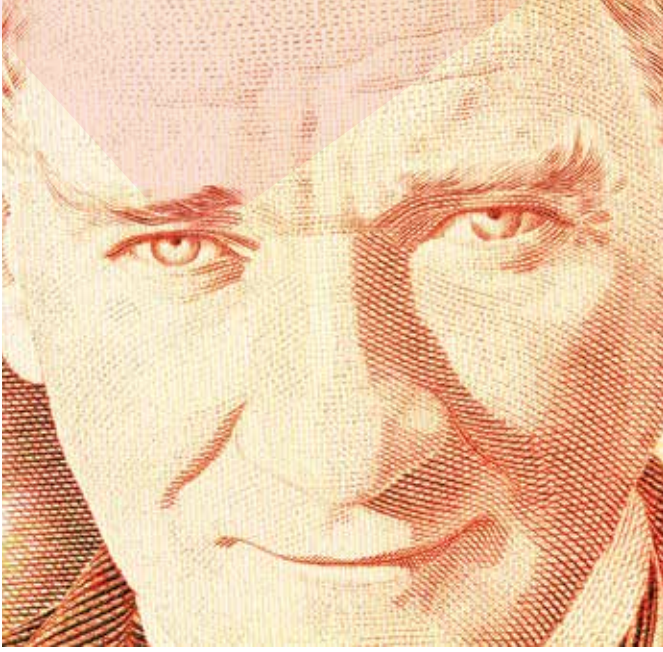
Mottolarını "Birlikteliğin Global Gücü" olarak belirleyen derneğin kuruluşunda Uluslararası Ticaret alanından 28 mezun ve üç farklı üniversiteden beş öğretim elemanı yer aldı.

Uluslararası Ticaret Ağı Derneği, bu yıl, 24'üncüsü Sakarya Üniversitesi ve Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi İşbirliğinde gerçekleştirilecek olan Türkiye'nin en eski ve etkili akademik organizasyonlarından biri olan ve SAÜ İşletme Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölümü'nün de etkin olduğu Finans Sempozyumu'na da katkı veriyor.

Derneğe ve faaliyetlerine ulaşmak için:

<https://uTRader.org/>

Hayata Dair



En Değerli Para Birimleri

B2Press'in 25 Nisan 2019 tarihinde yayınladığı araştırmasına göre 2019'da dünyanın en değerli para birimlerinin ilk 10 sıralaması şöyle;

1. Kuveyt Dinarı: 19,37 TL
2. Bahreyn Dinarı: 15,62 TL
3. Umman Riyali: 15,31 TL
4. Ürdün Dinarı: 8,32 TL
5. İngiliz Sterlini 7,61 TL
6. Cayman Adaları Doları: 7,04 TL
7. Euro: 6,57 TL
8. Amerikan Doları: 5,90 TL
9. Küba Pezosu: 5,90 TL
10. İsviçre Frangı: 5,77 TL

Türk Lirası 193 ülke arasında 38'inci sırada bulunuyor. Dünyanın en değersiz para birimi İran Riyali olurken, onu Vietnam Dongu ve Endonezya Rupisi takip ediyor.

Ticaretin Sanat Yüzü

2019'un en pahalı sanat eseri Fransız ressam Claude Monet'in 1891 yılında tamamladığı ve doğaya övgüsünü konu alan Les Meules (Saman Yığınları) tablosu oldu.

Sotheby's Müzayede Evi tarafından New York'ta yapılan açık artırmada 8 dakika içinde kimliği bilinmeyen bir alıcıya yaklaşık 110 milyon \$ satıldı ve böylece eser, dünyanın en pahalı dokuzuncu tablosu oldu.



Taş Yerinde Ağırdır

Rai taşları, Pasifik Okyanusu'nun güneyindeki Yap Adası'nda, para olarak kullanılan dev taşlardır. Günümüzden 100 yıl öncesine kadar para yerine kullanılmaya devam eden bu taşların ağırlığı 5 ton kadardı.

Geçmişte alışverişlerde bu taşları insanlar yanlarında taşıırken sonrasında taşlara numaralar verilerek bu numaraların yazılı olduğu belgelerle alışveriş yapılmasına başlanmıştır.



Her Şey Elektrik

Bilgisayar oyunları, hizmet ihracatının önemli bir kalemi olmaya başladı. Teorik olarak bakıldığında bilgisayar oyunlarındaki lambalar gerçek elektrik tüketir. Oyunda bir lamba yandığı zaman ekranınızın parlaklığı artar. Ekranın parlaklığının artması da elektrik tüketimini artırır. Yani oyunda yanan lambalar da elektrik faturanıza yansır.





İspanya'da Covid-19 nedeniyle fiziksel mağazalara gidemeyen tüketiciler e-ticarete yöneldi. Bu sayede İspanya'da e-ticaret bu yıl itibarıyla %55 büyümeye gösterdi.



Suların altında kalması en olası ülke Maldivler'dir. Küresel ısınma ile suların yükselmesi en çok Maldivler'i endişelendirmektedir. Maldivler deniz seviyesinden sadece 1.8 metre yüksektirler.



Türkiye'nin ilk elektrikli arabası 1888 yılında II. Abdülhamid tarafından İngiltere'den sipariş edildi.



Birçok Orta doğu Arap ülkesi İsrail'i devlet olarak tanımamaktadır. Bundan dolayı İsrail limanlarını kullanan gemiler aracılığıyla yürütülen dış ticaret işlemlerine izin vermemektedirler.



Sahip olduğu tüm toprakları göz önünde bulundurulduğunda, en fazla zaman diliminde toprağı olan ülke Fransa'dır. Ardından gelen ABD 11, Rusya ise 9 zaman dilimine sahiptir.



Dünyanın ilk borsası, Kütahya Çavdarhisar'da kurulmuştur.



Sakarya'dan, 2020'nin ilk ayında 108 ülkeye ihracat gerçekleştirildi.



Nüfus Referans Bürosu'na (PRB) göre, Hindistan 2050 yılına kadar Çin'i geride bırakarak dünyanın en kalabalık ülkesi haline gelecek.



Samsung, 1938 yılında Çin'e kurulmuş balık ihraç etmek için kurulmuştur.



Çin'deki Shanghai Limanı dünyada gemi trafiğinin en yoğun olduğu limandır. Ayrıca dünyadaki en büyük on limandan yedi tanesi Çin'de bulunmaktadır.



Türkiye ihracatını yaklaşık 3 bin kilometrelik bir alanda gerçekleştiriyor. Dünya ticareti 6 bin 500 ortalaması civarındadır.



İtfaiye vanasını kimin icat ettiği bilinmemektedir. Çünkü bu icadın patenti bir yangında yok olmuştur.



SAÜ UTİC Öğretim Elemanlarının 2019 Yılındaki Akademik Çalışmalarından Seçmeler

(Walkscore), binanın yaşı, dairenin metrekaresi, bulunduğu kat ve ilçenin geliri arasındaki ilişkiye yönelik En Küçük Kareler yöntemi ile analiz yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, konut çevresinde günlük yaşam aktivitelerine yürüme erişilebilirliğinin konut fiyatları üzerinde önemli bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

• Araş. Gör. Dr. Ayşegül Karataş, Prof. Dr. Ayşegül Altunışık. "Döviz Kuru Şoklarının Sektörel Dış Ticarete Etkisi". Uluslararası Marmara Fen ve Sosyal Bilimler Kongresi. 23-25 Kasım 2018. Kocaeli, Türkiye

Türkiye'de 14 Ağustos 2018 tarihinde USD/TL kuru 5.41'den 6.89'a yükselerek ülke ekonomisi için şok etkisi yaratmıştır. Kur şoklarını inceleyen bu çalışma hangi sektörlerde en yüksek değişimin yaşandığı Net Pay Kayması Analizi (Huff ve Sherr, 1967) yöntemi ile yapılırken en yüksek daralma ve en yüksek artışın yaşandığı ürün grupları arasındaki farklılaşmanın fiyat elastikiyeti ve ithal ikamesinin varlığı faktörleri ön plana çıkmıştır.

• Araş. Gör. Dr. Büşra Gezikol, Doç. Dr. Sinan Esen, Doç. Dr. Hakan Tunahan. "An Analysis on the Relationship Between Housing Values and House-Specific Factors and Its Neighbouring Amenities in Turkey". İşletme Bilimi Dergisi. 7(1), 65-75. 2019

Bu çalışma, temel olarak çoğunlukla konut fiyatlarında, konutun çevresindeki günlük yaşam aktivitelerine yürüyerek erişilebilirliğin etkili olup olmadığını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma kapsamında İstanbul'un 29 ilçesinin 2109 satılık ev ilanındaki konut fiyatları ile Yürünebilirlik Skoru

• Araş. Gör. Büşra Gezikol, Araş. Gör. Dr. Ayşegül Karataş, Doktora Öğrencisi Tuğba Onur. "İthal İkamesinin Önündeki Engellere Yönelik Algılar ve Makro Gerçekler". 9. Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi. Kuşadası, Uluslararası Bildiri. 2019

Türkiye'nin 2023 yılında "dünyanın en büyük 10 ekonomisi arasına girme" hedefinin gerçekleştirebilmesi için son zamanlarda ithal ikameci bir yaklaşıma yönelik vurguların yapıldığı görülmektedir. Bu nedenle çalışma, son dönemlerde sıklıkla vurgulanan ithal ikame yaklaşımının önündeki engellere odaklanmaktadır. Analiz sonucunda engel olarak; "ithal ikamesinin üretiminin önündeki engeller" ve "ithal ikamesinin pazarlanmasının önündeki engeller" olarak iki ana tema ortaya çıkmıştır. Bu ana tema ve altındaki kodlara yönelik söylemler ikincil verilerle incelendiğinde imalat sektöründeki algıların, gerçeklerle uyduğu görülmektedir.

• Araş. Gör. Büşra Gezikol, Doktora Öğrencisi Tuğba Onur, Doç. Dr. Hakan Tunahan. "Kuşak ve Yol İnisiyatifinin Kodları: Bir Medya İçerik Analizi" 3. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal, Gaziantep. Ulusal Bildiri. 2019

Tek Kuşak Tek Yol Projesi (One belt one road- OBOR) ilk kez 2013 yılının Kasım ayında Çin Devlet Başkanı Xi Jinping tarafından dile getirilen Eski İpek Yolunun canlandırılması amacının yanında yeni ekonomik, denizyolu, enerji ve dijital koridorlar oluşturmayı vizyon olarak benimseyen bir girişimdir. Bu çalışmanın amacı ise; Çin'in bu küresel projesinin, kendisini stratejik rakip olan gören ABD



basınındaki yansımalarını medya içerik analizi ile incelemektir. Yapılan medya içerik analizi doğrultusunda; Deniz İpek Yolu kategorisi, OBOR Üyesi ülkeler kategorisinde yer alan Pakistan, Çin ve Kazakistan kodları, OBOR Proje öncelikleri kategorisinde yer alan Altyapı Entegrasyonu, Finansal Entegrasyon, Politik İlişkiler ve Sektörel İşbirliği kodları, Diğer Ülkeler kategorisinde yer alan İtalya ve Amerika kodlarının öne çıktığı görülmektedir.

• Araş. Gör. Seren Özsoy, • Araş. Gör. Büşra Gezikol. “Ulaştırma ve Depolama Sektöründe Taşınan Yük Miktarı ve Firma Verimliliğinin Belirleyicileri”. 3. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi. Gaziantep, Türkiye. 2019

Çalışmanın temel amacı taşıma ve depolama sektörünün uluslararası taşıdığı yük miktarı ile verimliliğini etkileyen faktörleri analiz etmektir. Bu anlamda çalışmada öncelikle, uluslararası taşınan yük miktarı üzerinde yabancı/yerli firma sayısı, yatırım miktarı ve sektör verimliliğinin etkisi ele alınmıştır. Çalışma sonucunda bir ülkedeki taşıma ve depolama sektöründeki yabancı şirket sayısı, sektördeki maddi varlıklarda yatırım miktarı ve görünen iş gücü verimliliği ülkenin uluslararası taşımacılık miktarı üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı etkiye sahip olduğu görülmektedir.

• Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Yağmur Ersoy, Dr. Öğr. Üyesi Metin Saygılı. “Dış Ticaret Girişimciliğinin Temellerine Keşifsel Bir Bakış”. II. Business and Organization Research Conference - BOR

Conference, Yaşar Üniversitesi. İzmir, Türkiye. 2019

Bu araştırmanın amacı, iktisat politikasının temel bileşenlerinden biri olan dış ticaret politikası açısından korumacı bir yaklaşımı ifade eden ekonomik milliyetçilik bağlamında dış ticaret girişimciliği ve eğilimini ortaya koymaktır. Veri analizi sonucunda elde edilen bulgular, bireyin benimsediği dış ticaret politikasının ticari faaliyetinin temelini oluşturduğunu, ticari faaliyetinin yapısının da girişimci faaliyetinin yapısına temel oluşturduğunu göstermiştir. Bu bağlamda çalışmanın bulguları ekonomik milliyetçiliğin dış ticaret girişimciliğine, ticari milliyetçiliğin de uluslararası girişimcilğe temel oluşturduğunu göstermiştir. Araştırmanın sonuçları, dış ticaret ile dış ticaret girişimciliğinin, uluslararası ticaret ile uluslararası girişimciliğin birlikte ortaya çıktığını doğrular niteliktedir.

• Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Yağmur Ersoy, Semanur Yalçın. “Dış Ticaret Girişimcilerinin Avrupa Birliği Özelinde Karşılaştıkları Engeller”. Turkish Studies Economics, Finance, Politics International Academic Journal. International Balkan University. 2019

Bu araştırma Türkiye’de yerleşik dış ticaret girişimcilerinin en büyük pazarımız olan Avrupa’ya yaptıkları ihracatlara engel teşkil eden problemleri ele almak, Gümrük Birliği Anlaşması’nda dış ticaret girişimcilerinin ihracatlarını engelleyen problemleri çözmek için yapılması gereken değişiklikleri dış ticaret girişimcilerinin bakış açısından belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada ayrıca Avrupa Birliği’ne katılımın gerekliliği tartışılmıştır. Araştırmanın örneklemini İstanbul ilinde yerleşik dış ticaret girişimcileri oluşturmaktadır. Örneklem, kasti örnekleme yöntemi ile araştırmaya katılmayı kabul eden 10 adet dış ticaret girişimcisinden oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı biçimlendirilmiş mülakat tekniğinden yararlanılmıştır.

• Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Yağmur Ersoy, Maitikuerban Abuduaini. “Türkiye’deki Doğrudan Yabancı Yatırımların Makroekonomik Belirleyicileri: Ardl Modeli Üzerinde Ampirik Bir Çalışma”. TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi. Sayı:42. Haziran 2019

Çalışmamızda makroekonomik belirleyicilerin Türkiye’deki doğrudan yabancı yatırımlara etkilerinin araştırılması amaçlanmaktadır. Çalışma sonuçları, uzun vadede Türkiye’de bağımlı değişken DYY ile bağımsız değişkenler GSYİH, GSYİH büyüme oranı, ticaret açıklığı, faiz oranı ve işsizlik oranı arasındaki istatistiksel olarak pozitif ilişkinin olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, Türkiye’de Enflasyon Oranının DYY girişleri üzerindeki istatistiksel olarak olumsuz etkisi ampirik analizlerle belirlenmiştir. Çalışma bulguları ayrıca, Reel Etkili Döviz Kurunun, Türkiye’de uzun vadeli doğrudan yabancı yatırım üzerinde istatistiksel olarak bir etkisi olmadığını göstermektedir.

• Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Yağmur Ersoy, Tuğba Tansı. “Bir Yalın Tedarik Zinciri Yönetimi Olarak Milk - Run Sisteminin Çok Uluslu Bir Firma Operasyonları Üzerinden Değerlendirilmesi”. XI. IBANESS Kongreler Serisi. Tekirdağ, Türkiye. Mart 2019.

Bu çalışmanın amacı uluslararası ticaret disiplini içerisinde önemli bir yeri olan lojistik yönetimindeki gelişmeleri bir çok uluslu firma özelinde değerlendirmektir. Ayrıca bu araştırmada, tedarik zinciri yönetiminde son zamanlarda yaygın ve etkin bir biçimde kullanılan yalın lojistik kavramlarından biri olan ve tek bir araç ile tüm tedarikçilerin dolaşılmasına dayanan aynı zamanda literatürde “Milk-run” olarak adlandırılan döngüsel sefer uygulaması çok uluslu bir firma olarak ele alınan Toyota firması özelinde araştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda, çalışmanın öznesi konumunda olan Toyota firması açısından Milk-run sisteminin, “stok, hacim, plan-planlama, maliyet ve

verimlilik, paketleme, iş yükü, iş gücü, denge/heijunka, iyileştirme/kaizen, esneklik, kalite, simülasyon" yetkinlikleri açısından avantaj sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, Toyota'nın Milk-run sistemiyle hem ana sanayi hem lojistik partnerler hem de yan sanayi olan tedarikçiler ile ilgili süreçlerin optimizasyonunda avantaj sağladığı görülmüştür.

• **Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Yağmur Ersoy, Dr. Öğr. Üyesi Gökhan Gürler, Prof. Dr. Ali Taş. "Girişimcilik Temel Kavramlar Ve Bir Süreç Önerisi". Sakarya Üniversitesi Yayınları No: 199. Sakarya, Türkiye. 2019**

Hazırlanan bu kitapta temel olarak amacı girişimcilik süreçlerini doğrusal ve basit bir mantıkla açıklayarak, girişimcilerin girişimlerini hayata geçirirken atacakları temel adımlara ilişkin genel bir yaklaşım sunmaktır. Bu kitabın öncelikli hedef kitlesini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır ve başlangıç noktasındaki girişimcilere rehberlik edecek pratik bir kullanım için de uygundur.

• **Araş. Gör. Dr. Ayşegül Karataş, Araş. Gör. Dr. Halil Şimdi, Doç. Dr. Hakan Tunahan. "Öğrencilerin Öğretim Üyelerine Yönelik Memnuniyetlerinin İncelenmesi". Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Vol.47.2019**

Bu araştırmanın amacı sınıf farklılıklarının öğretim elemanlarına yönelik memnuniyeti belirleyen faktörler üzerinde bir etkisi olup olmadığını tartışmaktır. Araştırmanın veri setini, Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü'nde 2014 yılından 2019 yılına kadarki tüm dönemlerde ders alan öğrencilerin her dönem derslerin öğretim üyelerini değerlendirdiği anketler oluşturmaktadır ve böylece çalışmada yazındakinin aksine boylamsal veri kullanılmaktadır. Çalışmanın sonucunda yola çıkarak birinci sınıftan dördüncü sınıfa kadar devam eden öğrenim süresince öğrencilerin beklentilerinin farklılaştığı görülmektedir.

• **Araş. Gör. Dr. Ayşegül Karataş, Araş. Gör. Dr. Halil Şimdi. "Türkiye Uluslararası Gemi Sicili Kanunu Amacına Ulaştı mı?". Alpha-numeric Journal, Vol.7 ,pp.71-86. 2019**

Küresel anlamda rekabetçi olabilmek adına "kolay bayrak ülkeleri" adı verilen ülkeler armatörlere, vergi muafiyeti/indirimi, tescil kolaylıkları, denetim azlığı gibi bazı avantajlar sunarak gemi filolarını büyütmektedirler. Türkiye de 1999 yılında küresel anlamda rekabetçi olabilmek ve armatörlerin kolay bayrak ülkelere yönelimini engellemek amacıyla 4490 sayılı "Türk Uluslararası Gemi Sicil Kanunu" nu yürürlüğe koymuştur. Bu kapsamda, çalışmada uygulamaya konulan bu kanunun işlevselliği daha önceki çalışmalardan farklı olarak, Türkiye dış ticaret hacmi ve dünya dış ticaret hacmi üzerinden açıklanmaktadır. Ayrıca dünyanın en büyük gemi yük taşıma kapasitesine sahip olan ve ayrıca bir kolay bayrak ülkesi olan Panama için de aynı analizler tekrarlanarak karşılaştırma yapılmaktadır. Araştırma bulgularında, hem Panama hem de Türkiye'nin uluslararası gemi siciline kayıtlı filosunun yük taşıma kapasitesi ile dünya dış ticaret hacmi arasında eşbütünlük ilişkisi olduğu görülmektedir.

• **Araş. Gör. Dr. Halil Şimdi, Dr. Öğr. Üyesi Ayberk Şeker, Tuğçe Ünal, Dr. Öğr. Üyesi Ali Rıza Gökbnar. "21. Yüzyılda Doğu Avrupa Ülkelerinin İhracat Yakınsaması". Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kongresi. Antalya: Ekim 2019.**

Bu çalışmada yazında pek rastlanılmayan Doğu Avrupa ülkelerinde kişi başına düşen ihracat miktarı yakınsaması incelenmiştir. AB üyesi, AB adayı ve AB'ye aday olması muhtemel ülkeleri kapsayan bu çalışmada, 21. yüzyılda Doğu Avrupa ülkelerinin ihracat rakamları, Phillips ve Sul (2007) tarafından geliştirilen "log-t" yakınsaması yardımıyla ele alınmıştır. Sonuç olarak Doğu Avrupa ülkeleri genel olarak kişi başına düşen ihracat miktarı açısından birbirlerine yakınsamaktadır. Böylece Doğu Avrupa coğ-

rafyasında ülkelerin birbirlerinden kişi başına düşen ihracat açısından ayrılmadıkları söylenebilir.

• **Doç. Dr. Sinan Esen, Doç. Dr. Hakan Tunahan, Araş. Gör. Dr. Halil Şimdi. "İthal İkame Algısı: Sakarya Makine İmalatçıları Örneği". 9. Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi. İzmir. Ekim 2019.**

Yapılan bu çalışmada ülkemizin imalat sektörü dikkate alınarak makine imalatçılarının ithalat bağımlılıkları ve ithal ikameye yönelik algıları ortaya koyulmuştur. Sonuç olarak ithal ikame üretiminin girişimciler tarafından fizibilitesinin rasyonel şekilde değerlendirilip piyasa sorunlarını da dikkate alarak ithal ikame üretimlerinin yapılması ülke ekonomisine katkı sağlayacaktır.



• Araş. Gör. Seren Özsoy, Doç. Dr. Hakan Tunahan, Doç. Dr. Sinan Esen. "Effect of Knowledge Spillover on the Logistics Performance". *Alphanumeric Journal*, 7, 45-58. 2019

Bu çalışmanın amacı, doğrudan yabancı sermaye girişlerinin ve yenilikçi faaliyetlerin ülkelerin lojistik performanslarını artıran bir bilgi yayılım kanalı olarak hareket edip etmediğini araştırmaktır. Çalışma sonucunda, bilgi yayılım kanalı olarak ele alınan doğrudan yabancı yatırımlarının, AR-GE yatırımlarının ve patent başvurularının ülkelerin lojistik performansları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca gelişmiş ülkelere kıyasla gelişmekte olan ülkelerde bu etkinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

• Araş. Gör. Seren Özsoy, Araş. Gör. Büşra Gezikol. "Ulaştırma ve Depolama Sektöründe Taşınan Yük Miktarı ve Firma Verimliliğinin Belirleyicileri". *3. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi, Gaziantep.2019*

Çalışmanın temel amacı ulaştırma ve depolama sektörünün uluslararası taşıdığı yük miktarı ile verimliliğini etkileyen faktörleri analiz etmektir. Çalışma sonucunda, bir ülkedeki ulaştırma ve depolama sektöründeki yabancı şirket sayısı, sektördeki maddi varlıklarda yatırım miktarı ve görünen iş gücü verimliliği ülkenin uluslararası taşımacılık miktarı üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı etkiye sahip olduğu görülmektedir.

• Araş. Gör. Dr. Halil Şimdi, Dr. Dr. Öğr. Üyesi Ayberk Şeker. "The Relationship Between Economic Complexity Index and Export: The Case of Turkey and Central Asian and Turkic Republics". *Ekonomika Regiona - Economy of Region.Vol.15.pp.659*

Bu çalışma ile ortak din ve etnik kökenlere sahip ülkeler olan Türkiye ile Orta Asya ve Türki Cumhuriyetleri arasındaki ihracat yapısının bu ülkelerin ECI skoru üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Analiz sonuçlarına göre, Türkiye'nin Orta Asya ve Türki Cumhuriyetlerine gerçekleştirdiği ihracat ile Türkiye'nin ekonomik karmaşıklık endeksi arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.



21.12.2018 AMATÖR DENİZCİ BELGESİ EĞİTİMİ

Uluslararası Ticaret Bölümü , 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu'nun Ereğli Liman Başkanlığı tarafından düzenlenen kısa adıyla ADB, UTİC Bölümü öğrencilerine tanınan ayrıcalıklardan olup Türkiye sularında 24 metre boya kadar motoryat veya yelkenli, özel kayıtlı teknelere yasal kaptan sıfatıyla kullanabilmenizi sağlayan ADB, öğrencilerimizin karşısına bir fırsat olarak sunuldu.



21.02.2019 YERELDEN GLOBALE 3

Bölümümüz öğrencilerinin birleştiği 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu'nun düzenlediği Yerelden Globale 3 etkinliğinin konusu Ecoplas Genel Müdürü Bülent Yazıcı'nın katılımlarıyla gerçekleşti. Ecoplas'ın nasıl büyüdüğünü, nasıl globalleştiğini ve tecrübelerini öğrencilerimize aktardı.



19.03.2019 İŞARET DİLİ EĞİTİMİ

21 Gün 37 Derece engel tanımıyor. İşaret dili eğitimiyle öğrencilerimize yeni bir dil öğretmek için özel dostlarımızla aramızdaki engeli kaldırdık.



15.03.2019 UTİC ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN KÜLTÜR TANITIM ETKİNLİĞİ

Uluslararası kültür sanat etkinliği çerçevesinde yurt dışından gelen yabancı öğrenci misafirlerimizi ağırladık. Kazakistan, Moğolistan, Çin, Afganistan, Endonezya, Filistin ve birçok ülkeden gelen misafirlerimiz; kendi kültürlerini, yemeklerini, danslarını ve yeteneklerini bizlerle paylaşma fırsatı buldu.

21.12.2018 SAKARYA'NIN YILDIZLARI ÖDÜL TÖRENİ

Bölümümüzün düzenlediği Sakarya'nın Yıldızları adlı ödül töreninde, ülke ekonomisine katkıda bulunan Sakarya'nın değerli markaları ve iş insanlarının ödülleri ile buluşacağı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı Sayın M.Rifat Hisarcıklıoğlu'nun katılımları ile bu ödül töreninde öğrencilerimize ödül alan katılımcılar tarafından tecrübe aktarımı gerçekleştirildi.



11.03.2019 TRICON

Uluslararası bir şirket olan Tricon firmasının Ürün Müdürü Ebru Canbeyli öğrencilerimizi "çok uluslu firmalarda kariyer edinme" hakkında bilgilendirdi.



25.04.2019 - 26.04.2019 ULUSLARARASI TİCARET GÜNLERİ'19

Sakarya Üniversitesi 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu geleneksel uluslararası ticaret günleri 25 - 26 Nisan'da gerçekleştirildi. 25 Nisan günü ZER E-Ticaret Müdürü Murat Gürsoy, ePTTAVM Genel Müdür Yardımcısı Merve Günel İpek, Fütüristler Derneği Onursal Başkan Murat Şahin, revolutionDM Firması Kurucusu Yılmaz Bozan; 26 Nisan Ikea E-Ticaret Müdürü Ayşe Gedikli, Gemius Ülke Müdürü İdil Kesten katılımlarıyla ve bizlere kattıkları değerli bilgilerle tüm UTİC öğrencilerine ışık tutmuşlardır.

Uluslararası Ticaret Bölümü
Zaman Tüneli
#sauutic #21g37d



30.09.19 "SANAYİ VE TİCARET ŞEHİRİ SAKARYA" KONULU SERGİ

Sakarya Ticaret Sanayi Odası (SATSO) tarafından düzenlenen "Sanayi ve Ticaret Şehri Sakarya" konulu fotoğraf yarışmasının ödül kazanan ve sergilenmeyi hak eden değerli fotoğrafları; Satso, Uluslararası Ticaret Bölümü ve 21 Gün 37 Derece işbirliği ile İşletme Fakültesi'nde sergilendi.



14.10.19 TECRÜBE KONUŞUYOR

Sakarya Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu'nun düzenlediği "Tecrübe Konuşuyor" etkinliği öğrenciler tarafından büyük ilgi gördü. Girişimci öğrenciler, öğrenicilik dönemlerinde gerçekleştirdikleri projeleri ve bu projelerden edindikleri tecrübelerini arkadaşları ile paylaştılar.



03.10.19 BÖLÜM KAHVALTIMIZ

Gelenekselleşen bölüm kahvaltımız 2019 - 2020 döneminde yeni gelen öğrencilerimiz ile birlikte düzenlendi.

Kahvaltımızda öğretim görevlilerimizle tanışma imkanı sağlayan öğrencilerimize, aktif ve girişken olmanın önemi vurgulandı.



04.12.19 YENİDEN DAIKIN

Düzenlenen "Yeniden Daikin" adlı etkinlikte, kariyerinde birçok başarıya imza atmış ve girişimci öğrencilere ilham olacak olan Daikin Türkiye CEO'su Hasan Önder bizlere tecrübelerini aktardı.



10.12.19 DEVLERİN PAZARLAMASI ARÇELİK

Bölümümüzün öğrenci topluluğu 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu tarafından düzenlenen "Markanın Yolculuğu" adlı etkinlikte Arçelik CMO'su Mehmet Tüfekçi misafir edildi.

Tüfekçi bölüm öğrencilerimize Arçelik ve Beko firması hakkında bilgiler aktardı. Arçelik'in Genç girişimci öğrencilere yönelik çalışmalarından bahsetti.



02.12.2019 OPERASYON TAKIM İÇİ EĞİTİMİ

21 Gün 37 Derece İş Topluluğu Operasyon takımı, takım içi eğitimini gerçekleştirdi. 2017 mezunlarından, İsapur Plastik ve Ambalaj Sanayi İthalat İhracat Sorumlusu Muhammet Şahin öğrencilere operasyon alanının önemini anlattı ve öğrencilerin sorularını cevapladı.



13.12.2019 ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN KÜLTÜR TANITIM ETKİNLİĞİ

Bünyesindeki Sakarya Üniversitesi'nde okumakta olan birçok uluslararası öğrenci var ve ülkemiz öğrencileri de uluslararası öğrencilerimizle iç içe ve de kültürümüzü yakından tanıma fırsatı yakalıyorlar. Fakat bizim de onların kültürlerini biraz da olsa tanıma fırsatı yakalamamız ve daha sıkı bir bağ kurmamız için kurulan "Uluslararası Öğrencilerin Kültür Tanıtım Etkinliği" buna bir kapı araladı ve birçok yöreden kopup gelen öğrenciler kendilerine özgü kıyafetler ile yeteneklerini sahneye, içlerindeki enerji ve de o mutluluğu ise izleyenlere doyasıya yaşattılar.



03.12.2019 ENGELSİZ CAFE VE KANADA ÖZEL EĞİTİM OKULU ETKİNLİĞİ

Topluluk ve bölümümüz olarak geleneksel Engelsiz Kafe ve Kanada Özel Eğitim Okulu ziyaretimizi gerçekleştirdik. Engelsiz arkadaşlarımızla çeşitli etkinlikler yaptık ve eğitici oyunlar oynadık. Bu güzel ve geleneksel etkinliğimizde topluluğumuzu bir kez daha bilinçlendirmiş olduk. Sizleri seviyoruz engelsiz dostlarımız :)



17.12.2019 GLOBAL TÜRK TEKNOLOJİSİ SUNNY

SUNNY Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Adem Atmaca Sakarya Üniversitesi Kongre Merkezi'nde öğrencilerle bir araya geldi ve öğrencilere hayat hikayesini anlattı. Bunun yanı sıra Sunny'deki hayatının başlangıcını, nasıl ilerlediğini ve bu noktaya nasıl gelebildiklerini öğrencilere samimi bir dille aktardı.

18.12.2019 ÖĞRENCİYKEN ŞİRKET KURMA TEMALI ETKİNLİK

"Öğrenciyken Şirket Kurmak" temalı konferansımıza konuk olan SMM Ersin Cehiz Bey'in değerli tecrübelerinden faydalandık. Ersin Bey konferansta üniversite okurken iş kurmak ve ticaret yapmak isteyen öğrencilerimiz için en uygun şirket tipleri, maliyet avantajları, şirket türleri, vergi ve diğer istisnalar hakkında bilgi verdi.



07.12.2019 / 21.12.2019 TEMEL EXCEL EĞİTİMİ

07.12.2019 ve 21.12.2019 tarihleri arasında Daikin Süreç İyileştirme Departman Müdürü Nuri Adamcı tarafından öğrencilerimiz iki hafta boyunca gruplar halinde Temel Excel eğitimi aldı. Eğitimde; Excel kullanmanın önemi, programında yapılan hatalar ve dikkat edilmesi gereken konular başta olmak üzere birçok nokta üstüne değinildi.



19.12.2019 İNSAN KAYNAKLARI TAKIM İÇİ ETKİNLİĞİ

21 Gün 37 Derece İş Topluluğu'muzun İnsan Kaynakları takım içi eğitimi yapıldı. Bu eğitimde Sağlamış Çelik Tel Mamülleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. Genel Müdürü Ali Dursun Kara öğrencilerimize insan kaynaklarının; şirketler için önemini, şirketlerin içindeki yerini ve şirketlerin işleyişindeki en önemli nokta olduğunu vurguladı.



05.02.2020 YENİ YÖNETİM KURULU

21 Gün 37 Derece İş Topluluğu'muzun yeni yönetim kurulu için oylama yapıldı. Oylamanın sonucunda Berkay Alkaç ve ekibi 2020 - 2021 döneminin yeni yönetim kurulu olarak seçildi. Devir teslim töreni gerçekleştirilerek; yeni ve eski yönetimin birlikte olduğu aile fotoğrafı ile gün tamamlandı.



03.01.2020 BOZA DAĞITIMI

03.01.2020 final haftası dolayısıyla kütüphaneye final hazırlığı için gelen öğrencilere motivasyon ve moral amacıyla öğrencilere 21 Gün 37 Derece İş Topluluğu'muz tarafından boza dağıtıldı. Yoğun ilgiyle karşılanan bu yardımsever hareket dolayısıyla öğrencilerimizi tebrik ediyoruz.

08.03.2020 KADINLAR GÜNÜ KUTLAMASI

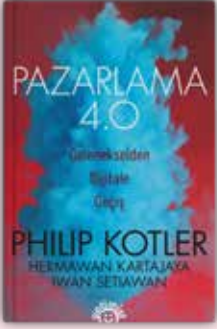
8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nde değerli hocalarımıza hediyelerini takdim ettik. Vermiş oldukları emeklerden dolayı kendilerine sonsuz teşekkür ederiz.





Kitap Tavsiyelerimiz

Yıl boyunca okuyabileceğiniz, kültürel bilgi birikiminizi arttırabileceğiniz, kelime dağarcığınızı uluslararası seviyeye çıkartabileceğiniz ve ticaretin sürdürülebilirliğini destekleyecek fikirler üretebileceğiniz deneyimler için kaynak olmasını dilediğimiz kitap ve film tavsiyelerimiz hoş geldiniz.



Pazarlama 4.0
Philip Kotler



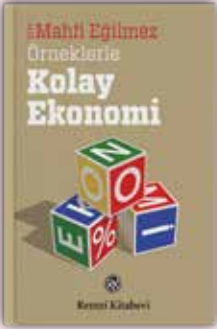
G20 Gezegeni
Bahadır Kaleağası



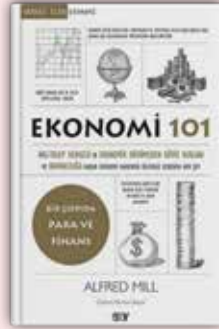
Yönetim 101
Stephen Soundering



Karanlıkta Gol Atmak
Fırat Ataklı



Kolay Ekonomi
Mahfi Eğilmez



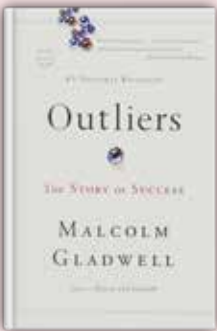
Ekonomi 101
Alfred Mill



Ekonomiyle İlgili Her Şey
Faruk Türkoğlu



50 ekonomi fikri
Edmund Conway



Outliers
Malcolm Gladwell



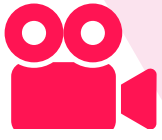
İnovasyon ve Girişimcilik
Prof. Dr.
Ali R. Büyüksulu



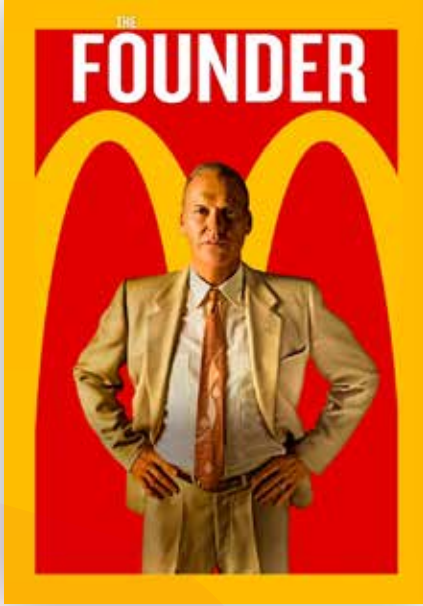
Dar Koridor
Daron Acemoğlu
-
James A. Robinson



Paranın Yükselişi
Dünya'nın
Finansal Tarihi
-
Niall Ferguson



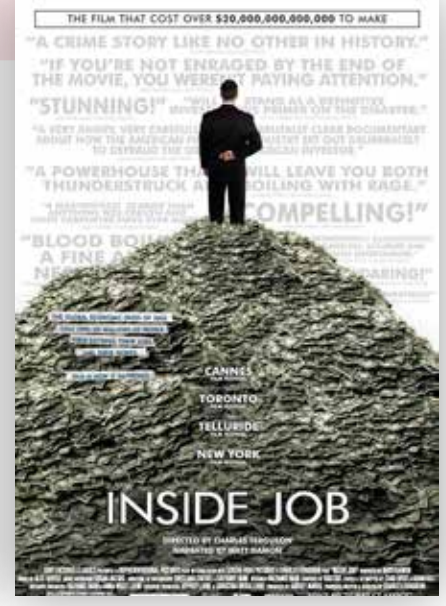
Film Tavsiyelerimiz



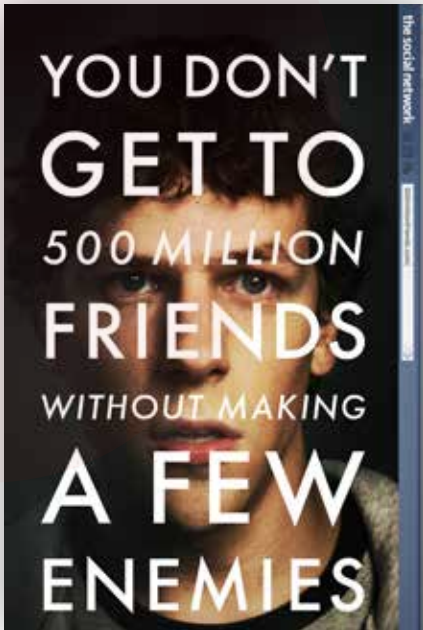
The Founder
2016
Dram / Tarihi Kurgu
1 saat 55 dakika



Flash of Genius
2008
Dram / Yarı Belgesel Film
2 saat



Inside Job
2010
Belgesel / Suç
1 saat 48 dakika



The Social Network
2010
Dram / Tarihi Kurgu
2 saat 1 dakika



The Big Short
2015
Dram / Komedi-drama
2 saat 10 dakika



Crazy Rich Asians
2018
Romantik/Dram
2 saat 1 dakika

**WE ARE
EVERYWHERE**



**LAND
TRANSPORT**

KARAYOLU
TAŞIMACILIĞI



**RAILWAY
TRANSPORT**

DEMİRYOLU
TAŞIMACILIĞI



**SEAWAY
TRANSPORT**

DENİZYOLU
TAŞIMACILIĞI



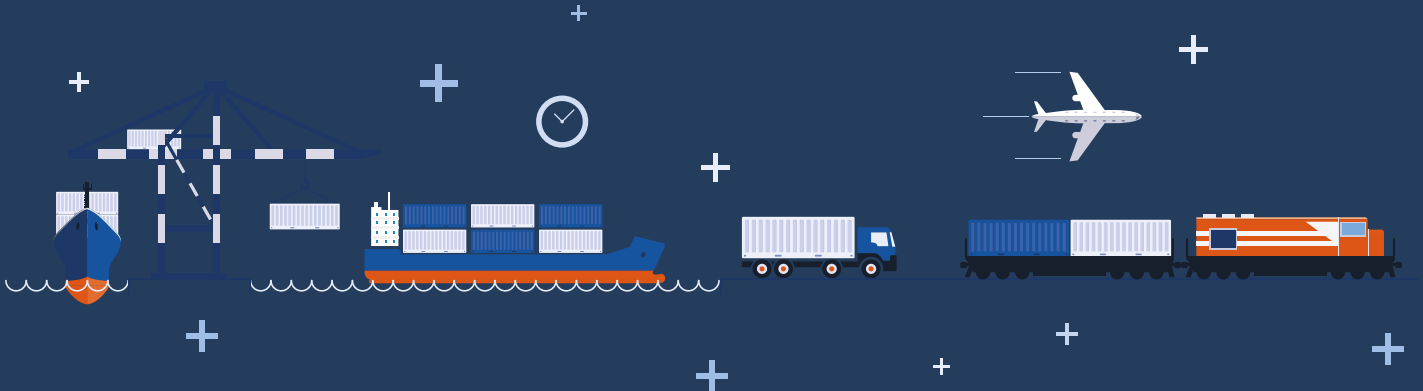
**AIRWAY
TRANSPORT**

HAVAYOLU
TAŞIMACILIĞI



**OWERSIZE AND
PROJECT
TRANSPORT**

GABARI DIŞI VE
PROJE TAŞIMACILIĞI



Turkey Office

Türkiye Ofis
Şekerpinar Mh. Altınay Sk.
No:1/1 Çayırova - Kocaeli/Turkey
T : +90 216 995 00 76
F : +90 262 658 95 54

Germany Office

Almanya Ofis
Josef-Dinges-Str.4 63743
Aschaffenburg
T : +49 6021 1308406
F : +49 6021 1308408

Uzbekistan Office

Özbekistan Ofis
Çilanzarski Rayon Mahalya
Novza Bunedkor Da: 16 K: 6
Taskent / Özbekistan
T: +90 533 703 73 05
T: + 998 99 817 77 31

Azerbaijan Office

Azərbaycan Ofis
Bakı, Neriman
Nerimanov Rayonu
Yusifzade Küçesi 1967
T : + 994 50 374 92 76