SAYI 38
MAYIS 2021

İş'te İlham

www.isteilham.com.tr

YENİ NESİL DİJİTAL İŞ DERGİNİZ

@isteilhamdergi @isteilhamdergisi @isteilham



fonbulucu.com SPK'dan Paya Dayalı Kitle Fonlaması Platformu İşletme Lisansı aldı

Hayranlığı Sosyal Sorumlulukla Birleştiren Proje: POPİLE

SARAN Group 21. Spor Salonunu Elazığ'da Açtı

Mustafa Şenocak: "Hedefinizi Belirleyin, Aksiyona Geçin."

Kalpte Yaşanan Rahatsızlıklar Ciltte Nasıl Belirti Verir?

Pandemide Revaç Kazanan İş Fikirleri

Özcan Deniz'den Bir İlk: Paralel Evrenlerin Kapısını Aralayan 'Senkron' Dizisi

Burgan Bank Ashoka Türkiye ile Güç Birliği Yaptı

Moğolistan Son Beş Yılda Ne İthal ve İhraç Etti?

Fotoğraf: @inspiredimages

GELENEKSEL VE DİJİTAL MEDYA
TEK BİR TIKLA
PARMAĞINIZIN UCUNDA!

Ajans Press, markanız hakkında tüm mecralarda yer alan haberleri **yapay zekâ** modülleri ile takip ederek her sabah size toplu haber sunumu yapıyor.



AJANS PRESS
medyadaki gözünüz

444 7 212
info@ajanspress.com.tr
AjansPressMT AjansPress.Turkey

Sami Atmaca
Danışmanlık ve Mühendislik

GÜNEŞ ENERJİSİ
DANIŞMANLIK VE TEKNİK DENETLEME HİZMETLERİ



DANIŞMANLIK HİZMETLERİMİZ

- SAHA - ÇATI KEŞFİ , METRAJLARIN ÇIKARILMASI
- ÇATININ STATİK OLARAK ÖN İNCELEMESİ (DETAY İNCELEME MİMAR VEYA İNŞAAT MÜHENDİSİ TARAFINDAN YAPILMALIDIR.)
- PANEL VE EVİRİCİ SAYILARININ BELİRLENMESİ
- PANEL , EVİRİCİ VE DİĞER MALZEMELERİN BELİRLENMESİ
- DC VE AC KURULU GÜÇ TESPİTİ
- YATIRIM GERİ DÖNÜŞ SÜRELERİNİN HESAPLANMASI, FİZİBİLİTE ÇALIŞMALARI
- ÇAĞRI MEKTUBU VE İZİN SÜREÇLERİNİN YÜRÜTÜLMESİ
- TEKNİK ŞARTNAMENİN HAZIRLANMASI
- EN AZ 3 FİRMANIN TEKLİF VERME İÇİN DAVET EDİLMESİ
- GELEN TEKLİFLERİN TEKNİK OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ
- SÖZLEŞME HAZIRLANMASI

TEKNİK DENETLEME HİZMETLERİMİZ

- YÜKLENİCİ TARAFINDAN HAZIRLANAN PROJELERİN KONTROLÜ
- RESMİ İZİN SÜRECİNİN KONTROLÜ
- SAHAYA GELEN MALZEMELERİN SÖZLEŞMEYE UYGUNLUKLARININ DENETLENMESİ
- MALZEMELERİN GARANTİ BELGELERİNİN UYGUNLUK KONTROLÜ VE TAKİP EDİLMESİ
- KONSTRÜKSİYON MONTAJ KONTROLÜ
- PANEL MONTAJ AŞAMASI KONTROLÜ
- İNVERTER MONTAJ AŞAMASI KONTROLÜ
- KABLOLAMA AŞAMASI KONTROLÜ
- TOPRAKLAMA KONTROLÜ
- KAÇAK AKIM KONTROLLERİ
- ENERJİLENDİRME AŞAMASI KONTROLÜ
- İNVERTER PERFORMANS VE VERİM KONTROLÜ
- UZAKTAN İZLEME SİSTEMİ KONTROLÜ
- PANEL TERMAL KONTROLLERİ
- TÜM PANO VE İNVERTER TERMAL KONTROLLLERİ
- UYGULAMANIN HER AŞAMASININ PROJEYE, STANDARTLARA VE YÜRÜLÜKTEKİ MEVZUAT VE KANUNLARA UYGUNLUĞUNUN DENETLENMESİ
- GEÇİCİ KABUL AŞAMASI NEZARETİ

http:// www.samiatmaca.com
bilgi@samiatmaca.com
+90 216 807 07 79
+90 532 494 63 16
Merkez : Altıntepe Mh. Eski Bağdat Cd. Dümer Apt. No:19 / 5 Maltepe / İSTANBUL
İrtibat Ofisi : 150 Evler Mh. Türkel Minibaş Cd. 12. Sokak 1. Blok No:5 Ayvalık / BALIKESİR



Ocak 2020

İş'te İlham

YENI NESIL DİJİTAL İŞ DERGİNİZ

YAYINCI
Proto Mass Spare
Teknik Müh. Dış Tic. San.ve Tic. Ltd. Şti.

ADINA SAHİBİ
Canay GÜMÜŞLÜ SAFİ

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Esra ÖZKAN

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Canay GÜMÜŞLÜ SAFİ

REKLAM VE PAZARLAMA MÜDÜRÜ
H. Canan GÜMÜŞLÜ

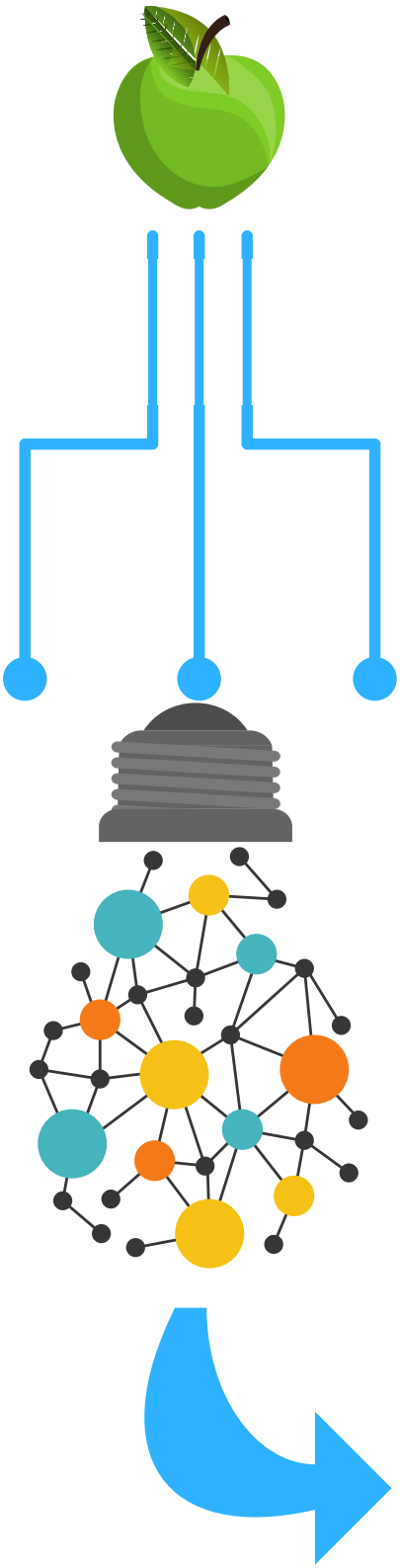
GÖRSEL YÖNETMEN
Esra ÖZKAN

GENEL MERKEZ
Bayramoğlu Mah. Fatih Sultan Mehmet Cad. No: 172/3
Darıca / KOCAELİ
iletisim@isteilham.com +90 544872 54 54
wwww.isteilham.com.tr
Aylık Ulusal Süreli Yayın

İŞ'te İlham
www.isteilham.com.tr
YENİ NESİL DİJİTAL İŞ DERGİNİZ

Bu sayıda neler var?

Sayı 38 / Mayıs 2021



07 - "Marka Oluşturma ve Dijital Pazarlama Derinliği" *Canay Gümüşlü Safi Yazıyor*
08 -"Türkiye'nin İlk Kadın Radyo Spikeri, Emel GAZİMİHAL" *Esra Özkan Yazıyor*
09 - SARAN Group 21. Spor Salonunu Elazığ'da Açtı
10 - Bosch Arıza Tespit Cihazı ile İkinci El Otomobilde Kilometre Manipülasyonuna Son!
12 - Gençlerin Yeni Kariyer Hedefi Esporcu Olmak
14 - " Oeko-Tex Made In Green Label" Belgesine Sahip Bir Tekstil Firması BLC Group
16 - Türkmenistan'dan Türkiye'ye Girişimci Bir Kadın Öyküsü: Gülnara Ovezova ve APL GO
18 - Adana'da Seyyar Tablada Temeli Atılan Levent Börek Dünyaya Açılıyor
19 - NielsenIQ: Ramazan'da Yiyecek ve İçecek Satışları %20 Artacak
22 - Fenomen Girişimciliği ve Doğru Fenomenler-3
24 - 43. Yapı Fuarı'nda 1 Milyar Euro'luk İş Hacmi Yakalandı
27 - Dijitalin En Kârlısı Kitap Sektörü
28 - Tüketici Aracını Üst Segment Araçlar ile Değiştirmek İstiyor
31 - Yerli Girişim Sosyopix, Endeavor'da Türkiye'yi Temsil Edecek.
32 - LeasePlan Dijital Yatırımlarında Hız Kesmiyor!
33 - Teknolojide Kadın Derneği'nin, Tarımda Teknolojik ve İnovatif Çözümler Yarışması Gerçekleşti
38 - Özcan Deniz'den Bir İlk Paralel Evrenlerin Kapısını Aralayan 'Senkron' Nisan Ayında Gain'de
39 - Deney Tasarlayarak Çözüm Geliştirenler Rekabette Öne Çıkacak
40 - "Tarım Turizminin Küresel Turizmdeki Yeri" *Prof.Dr. Orhan Özçatalbaş Yazıyor*
41 - *"Hedefinizi Belirleyin, Aksiyona Geçin..."* Mustafa Şenocak ile Röportaj
45 - Milyarder iş adamı Mohamed Hadid: "Türkiye fırsatlar ülkesi"
46 - Yükselen Değer E-Ticaret -3
48 - Aklınıza Takılan Tüm Soruların Kolayı Aegondirekt Blog'da
49 - SAĞLIK KÖŞESİ
    49 - Dişlerinizin Güzel Görünmediğini Düşünüyorsanız Ortodontik Tedaviye İhtiyacınız Olabilir!
    50 - Kalpte Yaşanan Rahatsızlıklar Ciltte Nasıl Belirti Verir?
    51 - Sağlıklı Beslenme ve Popüler Diyetler ile İlgili Merak Ettiğiniz Her Şey
    53 - Her 8 Kadından Birinde Görünüyor
    54- Ultra İşlenmiş Gıdalar Yoluyla Sağlıksız Beslenmek Bizi Obez Yapıyor!
    55 - Salgın Sürecinde Aşıyı Reddederek Çocuğunuzu ve Toplumu Riske Atmayın!
    56 - Diyabet Hastalarının Ramazan Ayında Oruç Tutmalarında Sakınca Var Mıdır?
57 - Çin Televizyonu Türkiye'den Evrim Kırmızıtaş Başaran'ı seçti..
58 - Sıfır Araçlardaki Üretim Sıkıntıları İkinci Ele Olan Talebi Artırabilir
62 - fonbulucu.com SPK'dan Paya Dayalı Kitle Fonlaması Platformu İşletme Lisansı aldı
64 - Ecoplas, Toyota Tarafından Avrupa Bölgesel Katkı Ödülü'ne Layık Görüldü
65 - Türk Madencilik Sektörünün Köklü Firması Çiftay İzmir ve Ege Bölgesine Değer Katacak
66 - Hayranlığı Sosyal Sorumlulukla Birleştiren Proje: POPİLE
68 - SİHA'ların Yeni Vurucu Gücü MAM-T, Göreve Hazır
70 - Pandemide Revaç Kazanan İş Fikirleri-3
72 - Moğolistan Son 5 Yılda Hangi Ürün Gruplarını İthal - İhraç Etti?
78 - Burgan Bank Ashoka Türkiye ile Güç Birliği Yaptı
80 - Hububat Bakliyat ve Yağlı Tohumlarda 2021'in İlk Çeyreğinde Yüzde 6'lık Artış
81 - Global Yatırım Holding, Bedelli Sermaye Artırımına Gidiyor
82- 24 Saatte İş'ten Kadın Adayların Güvenli Olarak İş Aramasını Sağlamak İçin Yeni Uygulama
84 - Enerjisa cihaza bağlı 2 bin 473 hastaya nefes oldu
85 - Otomotiv Sektöründe Dev İş Birliği
86 - "Matrah artırımı vergide temiz bir sayfa açacak"
87 - Kaybolan eşyaları bulmanın akıllı yolu: Yeni Galaxy SmartTag+

بر کناهکار کیجه دن صوکرا

مخابرات حقیقیه

BİR GÜNAHKÂR GECEDEN SONRA

MUHABERAT-I HAKİKİYE

MUHARRİRİ

SADİYE VEFİK

SADELEŞTİRİLMİŞ METİN

LATİN HARFLERİNE AKTARILMIŞ ORİJİNAL METİN

TEFRİKA

Marka Oluşturma ve Dijital Pazarlama Derinliği



İşte İlham'ın da bağlı bulunduğu PMS Teknik firmasının verdiği desteklerden biri de marka oluşum, konumlandırması konuları olduğu için son bir senede, özellikle pandeminin de etkisi ile insanların kendi markalarını oluşturup, ya üretimlerini kendileri yaptırarak ya da alım satım ile hızlı bir şekilde dijital mecralarda yer alarak para kazanma hedeflerini ve bu konudaki çalışmalarını daha yakından takip etme fırsatım oldu. Yaptığımız araştırma ve katıldığımız çalışmalardan yola çıkarak, bir firmada maaşlı bir çalışan ya da emekli biri ya da yeni mezun veya işini kaybetmiş biri olarak dünyadaki e-ticaret Pazar yerlerinden, sosyal medya araçlarından faydalanarak yeteneklerimizle ürettiğimiz bir ürünü ya da bir tedarikçiden bir ürün alarak nasıl satılabileceği ile ilgili karşılaştığım örnekleri ve araştırmalarımızın sonuçlarını bu sayıdaki köşemizde sizlerle paylaşmak istedim.

Her şeyden önce satmak istediğiniz şeyin ürün mü hizmet mi olacağının ve ardından bunu kendi yeteneğimizle mi üretebileceğimizin, yoksa aracılık mı yapacağımızın kararını vermemiz gerekmektedir. Örneğin çok iyi ahşap işçiliği yapabilen ve bu konuda bir hobisi ve çalışmaları olan bir kişi olarak el imalatı özel üretim ahşap ürünlerini pazarlamak bir hedef olmalıdır. Ya da bir yabancı dil eğitmeninin öğrettiği lisan ile ilgili online eğitim programları planlaması gerekmektedir. Neyi satacağımıza karar verdikten sonraki aşama ise, firmalaşma konusudur. Yapılan satışların faturalandırılması için en azından bir şahıs şirketi kurulması gerekecektir. Kendi el ürünlerini üretip pazarlayan ve her hangi bir sigorta kaydı olmayan ev hanımlarının evinden satış yapabilmesini kolaylaştırmak için Maliye Bakanlığı, Esnaf Muafiyet Belgesi ile evden çalışma başvuruları almaktadır. 2021 yılındaki güncel değerlere göre ilgili takvim yılında yapılacak satışta 240 bin TL üst tavan belirlenmiştir. Ev hanımları, internetten indirebileceği bu belgeyi doldurarak, ürettikleri ürünlerin numuneleri ile birlikte en yakın defterdarlığa ve mal müdürlüğüne başvurduklarında, uygun görüldüğü takdirde onaylı Esnaf Muafiyet Belgesini alabilirler.

Sonuçta fatura ve şirketleşme ile ilgili aşamayı da sonuçlandırdıktan sonra artık satacağınız ürün ya da vereceğiniz hizmet ile ilgili tüm satış öncesi çalışmaları ve pazarlama aşamalarını sırasıyla gerçekleştirmek oldukça büyük bir önem arz etmektedir. Bütün bu aşamalara başlamadan önceki adım bir marka adı ve logosu bulmaktır. Ürününüzü ve hizmetinizi dikkat çekecek şekilde ifade edebilecek bir isim, bir slogan ve görsel düşünün ve tespit ettiğiniz alternatifleri Türk Patent Enstitüsü'nün marka sorgulama ekranından sizin çalışacağınız sektördeki boşluğu olup olmadığını kontrol edecek ve görüşlerine önem verdiğiniz kişilere sorarak netleştirin ve nihai markanız, sloganınız ve logonuz hazır şekilde olsun. Ardından bu markanıza en uygun boşta bulunan ".com" ve ".com.tr" uzantılı web sitelerinin alan adlarını alın ve bir web siteniz üzerinden de servis sağlayıcı (hosting) hizmeti de alarak web sitenizin oluşturulması sürecini başlatın.

Web sitesi hosting paketlerini seçerken de, bu konuda size profesyonel hizmet sağlayan Web Tasarım firmasına, sitenizin sadece kurumsal olarak sadece yaptığınız işi mi tanıtmasını, ya da sadece e-ticaret odaklı olmasını ya da bir hizmet üreticisi iseniz, web sitenizi bir blog tarzında dinamik yapıda mı tasarlatmak istediğinizi bildirin. Ve sitenin tüm tasarım ve oluşum aşamalarında destek firma ile birlikte hareket edin. Bu arada sadece web sitesi değil, sosyal medya hesaplarını da markanıza en yakın isimlerle ve logonuz ile profesyonel bir şekilde açın. Bütün bu sosyal medya hesaplarınızı web sitenizle de ilişkilendirin.

Henüz daha internet üzerinden ürün satışına başlamadan, marka ve logo seçimi, web sitesi kurulumu ve sosyal medya hesaplarının açılması aşamaları mutlaka tamamlanmalıdır. Şahsi fikrim e-ticaret sisteminin, kargolama işlemlerinin ve satış sonrası aşamaların, şikâyet ve iade sürecinin yönetimini kavramak ve sattığımız ürünün internetten satış aşamasını kontrol altına almak için önce pazar yerlerinden ve mobil satış uygulamalarında satış deneyimi kazanmak daha uygun olacaktır. Hem bu sayede markanızın tanınırlığı da artmış olacaktır. Eğer satışlar ilk 6 ayda istenen düzeye yaklaşmaya başlamış ise ve güvenli bir e-ticaret sitesi yapılandırmak ve reklamlarını yapmak için gerekli yatırımı ayırabilmiş iseniz, kargo anlaşmalarınızı tamamlamışsanız kendi sitenizden satışlara geçmeniz daha avantajlıdır. Pazaryerlerinde satış yaptığınız süre içerisinde de ürünlerinizin satış linklerinizi kurumsal sitenizde paylaşabilir, kendi sitenizden de, ürünlerinize ziyaretçi ve hatta müşteri gönderebilirsiniz.

Eğer ürün satıyor iseniz ve ilk önce sadece bir tanıtım web sitesi hazırlama fikri size de mantıklı gelmiş ise, burada dikkat edeceğiniz şey ürünlerinizin fotoğraflarının oldukça net ve ürünün albenisi olan özelliklerini iyi yansıtıyor olmasıdır. Bu noktada, çözünürlüğü iyi bir akıllı telefon ya da en azından yarı profesyonel bir fotoğraf makinesi ve yeterli ışıklandırma sağlanmış bir foto çekim alanı gerekecektir. Sadece bununla da kalmayacak, çektiniz fotoğrafların arka planlarının temizlenip beyaz bir zemin üzerinde görünmesini sağlayacak fotoğraf düzenleme programına ihtiyaç duyacaksınız.

Vereceğiniz hizmet ya da satacağınız ürün ile ilgili piyasaya çıkış aşamasında belirleyeceğiniz fiyat çok önem kazanmaktadır. Ürününüzün rakiplerinize göre uygun fiyatlı olması ve daha tercih edilebilir özelliklerinin olması önemlidir. Pazar yerlerinde ve sosyal medya araçlarında satış yaparken bir diğer ihtiyacınız da sanal postur. İnternette araştırdığınızda sanal pos hizmeti veren çeşitli firma ile karşılaşacaksınızdır. Komisyon ve maliyetler açısından size en uygun olanı tercih edebilirsiniz. Sanal pos hizmetini aldığınız firmaların web sitesi üzerinden hesap açabilirsiniz ve ardından bu platform üzerinden, satış yapmak istediğiniz sosyal medya hesabınızı ilişkilendirebilirsiniz. Bu şekilde, kapıda ödeme sırasında müşterinin vazgeçme ve ödeme alamama riskini ortadan kaldırabilirsiniz.

Sosyal medya satışlarında ihtiyaç duyacağınız kargo indirim anlaşmaları için, şirket iseniz şirket evrakları ile ya da muaf durumda iseniz, Esnaf Muafiyet Belgesi ile size avantajlı olacağını düşündüğünüz kargo firmalarına başvurabilirsiniz. Kargo demişken, ürünlerinizi hediye paketlerinde göndermeniz ve içlerine paket kahveden ya da küçük çikolatadan atmanız, iyi dilekler içeren bir mesaj kartı göndermeniz, karşı tarafta oldukça olumlu bir etki bırakacaktır.

Nihayetinde, pazar yerlerinde ve sosyal medya araçlarında satışlarınız başladıktan sonra, en büyük ihtiyacınız daha çok hedef kitleye ulaşmak, bir başka deyişle doğru reklam stratejisi belirlemek olacaktır. Bunun için de, özellikle instagram ve facebook üzerinden aylık ortalama 500TL reklam vererek seçeceğiniz demografik özelliklere göre aylık ortalama 5000 civarında potansiyel müşteriye ulaşmak mümkündür. Burada önemli olan reklamı verdikten sonra geri dönüşleri, soruları ve talepleri zamanında ve tatmin edici şekilde cevaplayabilmektedir. Siparişlerin teslimi ve ardındaki müşteri memnuniyetini ya da şikâyet sürecini iyi koordine edebilirseniz ve tüm adımları kontrol altına alabilirseniz, satışlarınız artan bir grafik sağlayacaktır. Gördüğünüz üzere dijital pazarlama ve e-ticaret bir deniz. Sadece başlıkları verebildik bu sayımızda. İlerleyen aylarda, her bir konuyu ayrı ayrı ele almaya çalışacağız. Gönlünde kendi girişimini yapmak yatan herkese işinde başarılar, hayırlı ve bol satışlar dilerim.

CANAY GÜMÜŞLÜ SAFİ YAZIYOR
cgsafi@isteilham.com

ESRA ÖZKAN YAZIYOR
eozkan@isteilham.com

Türkiye'nin İlk Kadın Radyo Spikeri, Emel GAZİMİHAL

Dergimizin 2018'de yayın hayatına başladığı ilk sayılarımızda çok dikkat çeken bir yazı dizisi hazırlamıştık. Ve oldukça ilgi görmüştü. Türkiye'de ilkleri başaran kadınlarımızı, bizlere ilham olacak azim öykülerini, mücadelelerini ve başarılarını tanıtıyor ve anlatıyorduk. Bundan tam 3 yıl sonra tekrar bu sayımızdan devam etme kararı aldık. Bu sayımızda, Türkiye'nin ilk kadın radyo spikeri Emel GAZİMİHAL'in başarı oldu hayatına yer vereceğiz.



Emel Öget 1912'de bir memur çocuğu olarak İstanbul'da doğdu. Babasının adı Fevzi Öget'di . Tahsin Gazimihal ile evlendi. Önce İstanbul Telefon idaresinde memur olarak çalışmaktaydı. Her gün Ankara'daki avukat ablası ile sohbet ediyordu. Bir gün yine konuşurlarken Ankara Radyosu spikerlerinden Küçük Behzat'ın görevden ayrıldığını duyup ablasına söylüyor ve şakayla karışık olarak "Ben spiker olsam mı ki şu Ankara Radyosuna?" diyor. Bu görüşmelerin birkaç saat ardından müdürü çağırıyor ve "Hemen baş müdürlüğe gitmen gerek. Seni sınava alacaklar." Meğer baş müdür onu Ankara'ya spikerlik yapması için göndermek istiyormuş. Baş müdürlüğe gidiyor ve eline dört dilde, Türkçe, Almanca, İngilizce ve Fransızca olarak haber metni veriliyor. B u dilleri iyi bilmesinden ötürü, bütün metinleri oldukça düzgün bir şekilde okuyor ve onu Galatasaray semtindeki küçük stüdyo içerisindeki İstanbul Radyosu'na. Orada ses ve diksiyonu beğeniliyor. Aynı günde, gider gitmez haberleri sunmak üzere onu hemen Ankara'ya gönderiyorlar. Sadece Radyodaki tek kadın spiker olarak değil, radyodaki tek spiker olarak göreve başlıyor. Üstelik radyoda haftada yedi gün, sabah, öğle ve akşam yaptığı tüm yayınlar canlı yayın olarak gerçekleşiyor.


Turkish Woman Announcer

BAYAN (Madame) EMEL GAZIMIHAL—dark-eyed, olive-skinned, and slender—Turkey's 25-years-old woman announcer at Ankara, is the latest recruit to the BBC staff

school, where she started last Monday. Although she was married very recently, she still takes her career seriously.

It is not Bayan Gazimihal's first introduction to an

URKEY'S RADIO GIRL IS HERE

OTHING "INSCRUTABLE" ABOUT HER!

SPEAKS 3 TONGUES

A fair representative of Modern

TRT

O zamanki müdürü Ohan Veli Kanık'ın babası, Veli Kanık Bey'di. İlk stüdyoya girdiği zaman, stüdyonun ses geçirmemesi için dört duvarı da halılar ile kaplı olduğunu gördü. Buna rağmen sokaktaki satıcıların sesleri geliyordu. Bir gün haberleri okuduktan sonra, o zamanki bayındırlık bakanı Ali Çetinkaya telefona çağırdı ve telefonda kırk dakika boyunca birkaç soru sordu ve buna anlam veremedi Emel Gazimihal. Aradan bir iki gün geçti, telefon çaldı ve umum müdürü dedi ki; "Emel seni İngiltere'ye BBC'ye yolluyoruz, ne dersin?" Bu teklifi büyük bir sevinçle bunu kabul etti. Aslında bu teklif, Ankara'da Sıhhiye'deki yeni TRT Binası o dönemlerde yapılıyormuş ve yapan inşaat firması İngiliz firmasıydı. Firma eğitime Londra'ya başmühendis ve başmüdür ile birlikte 4 teknisyen gönderilmesi gerektiğini belirtiyor. Bu personelin yeni stüdyonun alt yapısını ve kullanımını öğrenmeleri gerektiğini söylüyor. Bununla ilgili bir şartname hazırlanıyor ve bu şartname Ali Çetinkaya tarafından Atatürk'e götürüldü. Atatürk derhal, "Spikerini neden göndermiyorsun?" dedi. Ve bu şekilde BBC ile temasa geçildi ve BBC'ye 1937 senesinin Eylül ayında gitti. .

Londra'da iken her gün aşağı yukarı her gün sabahtan akşama kadar gazeteciler geliyordu ve Emel Hanım ile röportaj yapılıyordu. Üç yabancı dili oldukça iyi düzeyde konuşabilen bir Türk kadınının Londra'ya, BBC'ye spikerlik eğitimi için gelmesine hayret ediyorlardı. Üstelik o zamanlar Londra'da bile bir kadın spiker yoktu. Sadece iki İngiliz kadın da Emel Hanım gibi spikerlik kursundaydı. Biri i kadınlar için program yapacaktı bir tanesi de çocuk saati yapıyordu. O dönem Londra'sında daha Türkiye Cumhuriyeti'ni bilmeyenler bile vardı. Gazeteler Emel Gazimihal'den bahsederken bir yandan da Atatürk'in kurduğu genç Türkiye Cumhuriyeti hakkında, gerçekleşen devrimler hakkında tanıtım yazıları hazırlıyorlardı.

Emel Gazimihal 6 boyunca mesleki yetkinliği ve hanımefendiliği ve başarısı ile ünlü bir Türk kadın spiker olarak dönüyor yurda. 1951'de İstanbul'a döndü ve yaklaşık on yıl görev yaptı. Ve yıllarca o yetkin sesi ve başarısı ile Türkiye'nin ve evlerin sesi oluyor. Oldukça üzüldüğü için Atatürk'ün ölüm haberini okuyamasa bile, İkinci Dünya Savaşı, Köy Enstitüleri, çok partili döneme geçiş ve 60 ihtilali hakkında tüm haberleri onun sesi ile dinledi tüm ülke. 1962'de emekli oldu. 1998'de hayata gözlerini yumdu ve Zincirlikuyu Mezarlığı'na gömüldü.

Bu bilgileri edinmede, TRT Arşiv'de yer alan röportaj ve belgeselinden, Vikipedia kayıtlarından ve TRT Spikeri Pınar Ayhan Hanımefendinin "Emel Gazimihal" isimli videosundan faydalandım.

Aslında Emel Hanım'ın yaşam öyküsünü araştırırken, şunu tekrar fark ettim ki, içtenlikle istenen bir dilek bir dua, eğer doğru zamanını bulmuş ise silsile halinde gerçekleşiveriyor. Postane memuru iken, yaptığı bir telefon görüşmesindeki şakayla karışık o dileği, aynı gün yaşadığı olaylarla tecelli etmeye başlıyor. O yüzden kıssadan hisse, her ne kadar istediklerimiz olmasa ve bir sürü zorluklar arasında kalsak bile, eğer doğru zaman gelmiş ise, bütün çarklar bizim bile takip edemeyeceğimiz şekilde hızla işliyor. Bütün her şeye rağmen ayakta kalabilmek ve bütün sorunların hızlı bir şekilde çözümlenmesi dileğiyle, salıklı ve mutlu bir Ramazan Bayramı yaşamanızı temenni ederim.

SARAN Group 21. Spor Salonunu Elazığ'da Açtı



Topluma faydalı bireyler yetiştirmek ve gençlere spor sevgisini aşılamak amacıyla sosyal sorumluluk çalışmalarına devam eden Saran Group; Türkiye'nin çeşitli illerinde kullanıma sunduğu spor salonlarına bir yenisini daha ekledi. Saran Group'un Atatürk adını verdiği 21. spor salonu 8 Nisan Perşembe günü salgın önlemleri kapsamında kısıtlı sayıda davetlinin katıldığı tören ile hizmete açıldı.

Haber Merkezi

Bilinçli ve sağlıklı bir nesil yetişmesine katkı sağlamak hedefiyle, eğitim ve spor alanlarında kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları yürüten ve Türkiye'ye pozitif katkı sağlayan Saran Group; geleceğin sporcularının yetişmesine destek olmaya devam ediyor. Bu amaç doğrultusunda Saran Group, 2000 yılında Hakkari Çukurca'da ilk spor salonunu açtı ve 21 yıldır Türkiye'nin her bölgesinde spor salonu açarak Milli Eğitim Bakanlığı'na devrediyor.

2020 yılında Türkiye'yi derinden sarsan büyük Elazığ depreminin ardından bölgenin yeniden ayağa kalkması için desteklerini sunan Saran Group, 21. spor salonunu da bu bölgede açma sözü vermişti. Her zaman olduğu gibi sarı - lacivert renklerle inşa edilen, Saran Group'un yaptırdığı 21. spor salonunu olan Atatürk Spor Salonu 8 Nisan Perşembe günü Elazığ'da gençlerin hizmetine sunuldu.

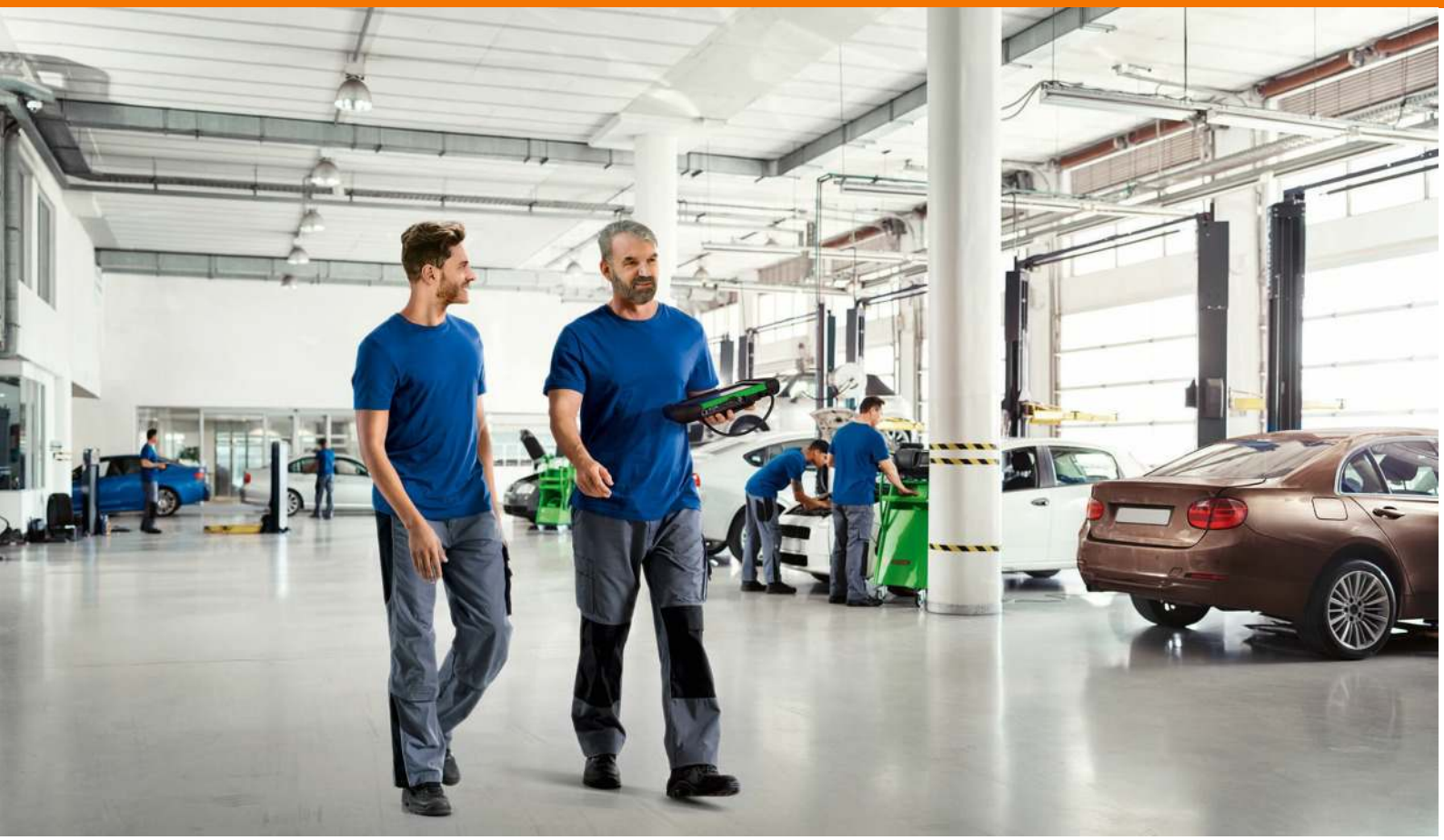
Pandemi nedeniyle yalnızca protokol ve sınırlı sayıda davetlinin katıldığı törenle hizmete sunulan Elazığ Atatürk Spor Salonu'nun açılışını Saran Group Yönetim Kurulu Başkanı Sadettin Saran yaptı. Elazığ CHP Milletvekili Gürsel Erol, Elazığ Cumhuriyet Başsavcısı Osman Köse, Vali Yardımcısı Yunus Emre Vural, Elazığ Gençlik Spor İl Müdürü Abdulsamet Eren, Belediye Başkan Vekili Nazif Bilginoğlu, Aksaray Mahalle Muhtarı Özcan Bal'ın da katıldığı törenin ardından spor salonu Elazığ Gençlik Spor İl Müdürlüğü'ne devredildi.



Saran Group Yönetim Kurulu Başkanı Sadettin Saran: Anadolu'nun Dört Bir Yanında Gençlere Sporu Sevdirmek İstiyoruz

Saran Group Yönetim Kurulu Başkanı Sadettin Saran, açılış konuşmasında: "Bugüne kadar Anadolu'nun dört bir yanında 20 spor salonu açtık ve Milli Eğitim Bakanlığı'mıza devrettik. Bugün 21. spor salonumuzun açılışı ve Elazığ Spor İl Gençlik Müdürlüğü'ne devri için buradayız. Ben bugün sahip olduğum her şeyi spora borçluyum. Spordan kazandığımızı yine spora yatırarak gençlerimize ve ülkemize katkı sağlamak en büyük amacımız. Bu ülkenin gençlerine umut olabiliyorsak, güzel şeyler yaşatabiliyorsak bizden mutlusu yok. Gençlere verebileceğim en iyi tavsiye çok okuyun, çok çalışın, kendinizi sürekli geliştirin, mutlaka spor yapın ve her zaman güçlünün yanında değil haklının yanında yer alın. Cumhuriyetimizin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün adını verdiğimiz 21. spor salonumuz herkese hayırlı olsun" dedi.

Bosch Arıza Tespit Cihazı ile İkinci El Otomobilde Kilometre Manipülasyonuna Son!



- **Bir bakışta aracın kilometre bilgisi ile ilgili tüm veriler tespit edilebiliyor**
- **Bosch KTS 250 arıza tespit cihazı kontrol ünitelerinde saklanan kilometre bilgisini okuyor**
- **Bilirkişi raporları, kiralamadan dönüş, ikinci el araç değerlemeleri ve mobil servis uygulamaları için geniş bir yelpazede uygulama olasılığı sunuyor**
- **Modern Android tabanlı kullanıcı arayüzü ile sezgisel kullanım sağlıyor**

Haber Merkezi

Almanya, Karlsruhe/Plochingen - İkinci el araçların gerçek kilometre bilgisini şüpheye düşmeyecek şekilde belirlemek her zaman kolay değildir. Kiralık araçlar iade edilirken veya bilirkişi raporları için dahi olsa kullanılmış araçların değerlemesi için gerçek kilometre ölçümü önemlidir. Çok sayıda motorlu araçta, kilometre sayaçları az bir teknik çabayla kolayca değiştirilebiliyor.

Bu tür olayların tümü kayda geçmemiş olsa da sayı oldukça yüksek: Alman otomobil kulübü ADAC'nin de bildirdiği üzere polis, Almanya'da satılan her üç kullanılmış araçtan birinde manipüle edilmiş kilometre sayacı olduğunu varsayıyor*. Kompakt Bosch KTS 250 arıza tespit cihazının yeni işlevi, otomotiv işletmelerinin ve bilirkişilerin aracın farklı kontrol ünitelerinde saklanan kilometre bilgilerini okuyabilmelerini sağlıyor. Bu veriyi kilometre sayacında gösterilen kilometre bilgisi ile karşılaştırarak, kilometre sayacının inandırıcı olup olmadığını veya diğer değerlerden farklı olup olmadığını kolayca belirleyebiliyorlar.

Bu, kullanılmış araç değerlemeleri, kiralamadan dönüş ve hatta araç değerine ilişkin bilirkişi raporları açısından aracın mevcut değeri üzerinde önemli bir etki yaratabilir. Sigorta şirketlerinin bu testi hasar değerlendirmelerine dâhil etmelerine ve hatta sözleşmeyle kararlaştırılan yıllık kilometre performans karşılaştırma yapmalarına imkân verir.

Farklı kontrol ünitelerinde saklanan kilometre bilgileri

Çoğu durumda, aracın kilometre bilgisi sadece aracın gösterge panelindeki kilometre sayacında değil, aynı zamanda çok çeşitli farklı elektronik kontrol ünitelerinde de saklanır. Koltuk hafızası veya park yardım kontrol ünitesi bile araç kilometre bilgisini içerebilir. Son yıllarda modern araçlar, giderek daha fazla sayıda kontrol ünitesiyle donatılıyor. Sonuç olarak, günümüz araçlarının gerçek kilometre bilgisi genellikle farklı kaynaklarda aynı anda saklanıyor.

Bosch KTS 250 arıza tespit cihazı OBD kablosuyla araca bağlandığında, kontrol ünitesinin ve hata belleğinin gerçek değerleri okunmasını sağlıyor. Yeni KTS 250 kilometre bilgisi okuma işlevi, farklı kontrol ünitelerinde saklanan ayrı kilometre değerlerinin bir listesini oluşturuyor. Daha sonra, servisin ağ yazıcısına göndererek tanı protokolünü yazdırmak veya bir ek olarak ve doğrudan KTS 250'den e-mail ile göndermek için kablosuz ağ bağlantısı kullanılabiliyor.

Esitronic arıza tespit yazılımı ile kapsamlı ECU tanılaması

Bosch'un, mobil uygulamalar için kompakt KTS 250 ECU arıza tespit cihazı sezgisel ve Android tabanlı ara yüzü, son derece kullanıcı dostu olmasıyla öne çıkıyor. Bosch Esitronic tanı yazılımına sahip KTS 250, piyasada bulunan neredeyse her tür binek otomobilde hızlı ECU tanılaması sağlıyor. Araç kimlik numarası (VIN) ile otomatik araç tanımlama işlemi tamamlandıktan sonra, araç üzerindeki tüm kontrol ünitelerine genel bir bakış sunuyor. Test cihazı, mobil uygulaması için gereken gücü sağlayan entegre bir lityum-iyon pille donatılmıştır. Tanı sırasında, test edilen aracın OBD konektörü aracılığıyla sağladığı enerji KTS 250'ye gönderiliyor.

Bosch, yeni kilometre bilgisi okuma işlevini de ekleyerek KTS 250 test cihazının uygulama alanını daha da genişletti. Kiralamadaki araçları iade edilen araç kiralama şirketleri veya satmak üzere ikinci el araçları kabul eden araç bayileri ve servisler için hasar değerlendirmesi artık çok daha kolay. KTS 250, araç değer raporunda kullanım açısından hem sigorta şirketleri hem de bilirkişiler için de artık aynı seviyede uygunluk sunuyor.

* Kaynak: 19 Ağustos 2020'de yayınlanan ADAC makalesi (sadece Almanca dilinde):
https://www.adac.de/rund-ums-fahrzeug/auto-kaufen verkaufen/gebrauchtwagenkauf/tacho-manipulation/



Gençlerin Yeni Kariyer Hedefi Esporcu



Son yıllarda hayatımızda yer edinen Espor dünyası hızla büyümeye devam ediyor. Gençler de artık klasik sporlardan Espora yöneliyor ve kariyerlerini Esporcu olmak üzerine planlıyor

Haber Merkezi

LG Electronics'in (LG) yeni LG UItraGear Monitörler, Esporcu olmak isteyen gençlerin de ilk tercihleri arasında yer alıyor. Özellikle Esporun hızlı yükselen grafiği, Esporcuların geleneksel sporcular kadar para kazanmaya başlaması gibi etkenler gençlerin Esporcu olma hayalleri kurmasına neden oluyor.

2019 yılında henüz 16 yaşındayken Fortnite şampiyonu olan Kyle 'Bugha' Giersdorf'un 3 milyon dolar kazandı. Aynı yılın Wimbledon Açık Tenis Turnuvası şampiyonu 32 yaşındaki Novak Djokoviç'in kazancı ise 2 milyon 350 bin sterlin civarında olunca akıllara kim daha çok kazanıyor sorusu geldi. Bu arada 3 milyon dolar ve 2 milyon 350 bin sterlin o günün kuruyla neredeyse birbirine eşit rakamlar.

16 yaşında ve dünyada sadece Espor camiası tarafından tanınan Giersdorf'un bu genç yaşında dünyaca ünlü Novak Djokoviç kadar turnuva geliri alması da gösteriyor ki Espor daha da büyüyen ve gelişen bir pazar olacak. Aslında 12-20 yaş arası gençler bu alandaki boşluğu çoktan gördü ve ve kariyerlerini Esporcu olmak üzerine kurgulamaya başladılar bile.

Pandemi öncesi rakamlara göre en çok kazanan Esporcular

Johann "N0tail" Sundstein

Danimarkalı Johann, katıldığı 109 turnuvadan (104 Dota ve 5 Heroes of Newerth) tam tamına 6,890.591 dolar kazandı. Üstelik Johann tüm bunları yaparken sadece 26 yaşındaydı.

En zengin kadın oyuncu: Sasha "Scarlett" Hostyn

2019 yılında 26 yaşına giren Kanadalı Sasha en zengin kadın oyuncu olma unvanını elinde tutuyor. Johann kadar olmasa da epeyce zengin sayılır: Kazancı toplam 357.238 dolar.

En zengin 18 yaş altı Esporcu: Kyle "Bugha" Giersdorf

İnanması güç ama 16 yaşındaki Kyle'ın Fortnite dünya kupasından kazandığı para 3 milyon dolar.

En çok kazanan Türk: XANTARES

Türkiye ile ilgili rakamlara ulaşmak gerçekten çok güç. 2018 yılında "E-Sports Earning" sitesinde yayınlanan verilere göre en çok kazanan Türk oyuncu XANTARES ismiyle oyunlara katılan Can Dörtkardeş. Counter Strike-Global Offensive oynayan Can Dörtkardeş'in aynı sitede yayınlanan toplam geliri ise 177 bin doların biraz üzerinde.

Şampiyonların tercihi LG 27GN950-B

Tabii iyi bir Esporcu olabilmek için de en kaliteli ekipmanlara sahip olmak gerekiyor. Esporcuların seçimini LG 27GN950-B monitörler de eşsiz teknolojisi, 4K UHD çözünürlüğe sahip olması, DCI-P3 renk gamının yüzde 98'ini ve 10 Bit rengi kapsaması ve dünyanın ilk 4K IPS 1 ms (GtG) oyun monitörü unvanına sahip olmasıyla Esporcuların gözdesi haline gelmiş durumda.

LG ULtraGear 27GN950-B ayrıca NVIDIA onaylı G-SYNC® uyumluluğuna da sahip. NVIDIA tarafından test edilen ve resmi olarak doğrulanan G-Sync® uyumluluğu sayesinde monitör, ekran yırtılmasının önüne geçip takılmayı en aza indirerek Esporculara daha sorunsuz ve daha hızlı bir oyun deneyimi de sunuyor.

Esporda görmek kadar duymak da önemli

Esporcuların mücadele sırasında rakiplerini görerek analiz etmelerinin dışında oynadıkları oyuna ya da Espor platformuna bağlı olarak rakiplerini duyarak da avantaj sağlamaları gerekebiliyor. Ses senkronizasyonu moduna sahip LG ULtraGear 27GN950-B, oyundaki dinamik seslere göre yanıp sönerek Esporcunun sürekli olarak oyunda kalmasını ve rakipleri karşısında üstünlük kurmasını sağlıyor. Ayrıca monitör sahip olduğu Sphere Lighting 2.0 özelliği ile göz yorgunluğunu azaltırken Esporcuyu da oyunun derinliklerine çekiyor.

Bir bakışta LG 27GN950-B:

Ekran Tipi: Nano IPS

Ekran Boyutu: 27-inch-68cm

Çözünürlük: 4K UHD (3,840 x 2,160)

Yenilenme Oranı: 144Hz

Tepki Süresi: 1ms GTG

HDR: VESA DisplayHDR 600

Adaptive Sync : NVIDIA G-SYNC Compatible

Bağlantı: HDMI x 2 / DP x 1 / USB 3.0 / H/P out (Maxx Audio)



" Oeko-Tex Made In Green Label" Belgesine Sahip Bir Tekstil Firması BLC Group





Sürekli gelişen dünyamızda özellikle sanayileşmenin hız kazanmasıyla birlikte mevcut kaynakların tüketimi de hızla artıyor. Hal böyleyken pek çok ülkede olduğu gibi ülkemizde de kaynakları doğru kullanmak ve atık yönetimi için sürdürülebilir bir yaklaşımla önlem almak gerekiyor. Tekstilin merkez üssü Kahramanmaraş'ta kurulan BLC Group, son yıllarda atık yönetimi ve geri dönüşüm alanlarında yaptığı değerli yatırımlarla adından söz ettiriyor.

Haber Merkezi

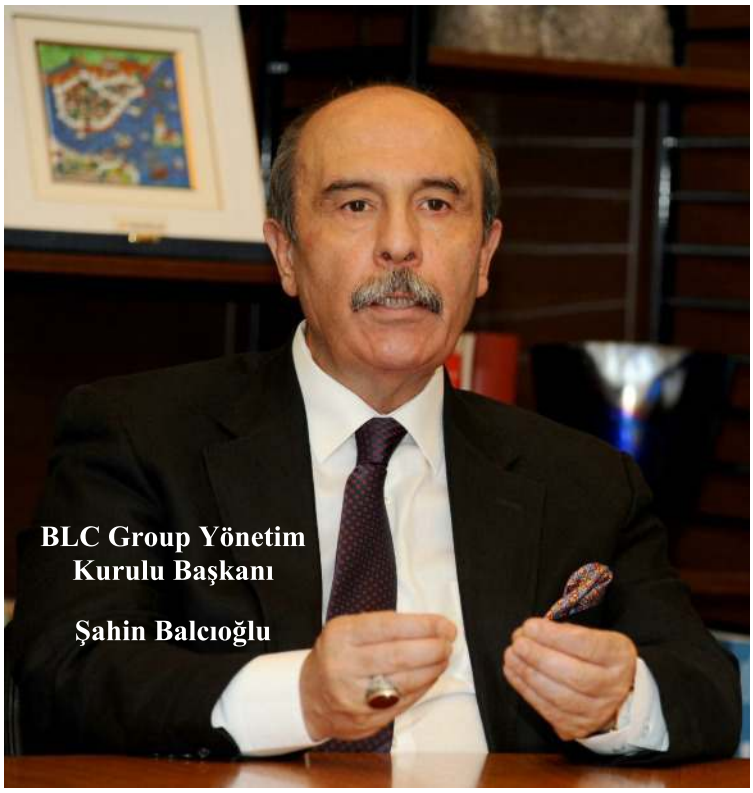
BLC Group, tekstil sektöründe sadece Kahramanmaraş'ta değil, tüm ülke genelinde lider şirketlerden biri olarak öne çıkıyor. Son yıllarda atık yönetimi ve geri dönüşüme dolayısıyla döngüsel ekonomiye önemli yatırım yaptıklarını açıklayan Şahin Balcıoğlu, "Yeşil Mutabakata hazırlık çalışmalarımızı gerçekleştirmeye devam ediyoruz. Üstelik bu çok uzun zamandır üzerinden durduğumuz ve BLC Group olarak çok önem verdiğimiz bir konu. Ürünlerimizi daha çevreci, daha ekolojik ve geri dönüşüme uygun yaklaşımla hazırlamanın yanı sıra doğal gaz çevrim santrali, temiz enerji kullanımı ve şirket araçlarının bu sisteme göre güncellemesine kadar birçok alanda çalışmalarımızı sürdürüyoruz" dedi. Geri dönüşüm ve döngüsel ekonomiye dair Gaziantep Üniversitesi Teknokent ile bir anlaşma imzaladıklarını söyleyen Balcıoğlu, "Bundan sonraki süreçte çalışmalarımızı daha da ileri seviyelere taşıyacağız. Geri dönüşüm alanındaki çalışma ve yatırımlarımızı katlayarak artıracağız. Bu uygulamalar tüm işletmelerimizde hakim olacak" dedi.

Oeko-Tex Made In Green Label sertifikasına sahip iki şirketten biri BLC Group

BLC Group, ürün portföylerinde yer alan ürünlerini çevreci ve geri dönüştürülmüş malzemelerden üretmeye yıllar önce başladı. Bu sayede dünya modasına yön veren markalar tarafından da uzun zamandır siparişler alıyor ve çözüm ortaklığını sürdürüyor. Balcıoğlu, geri dönüştürülmüş elyaflardan ve atıklardan hazırladıkları koleksiyonlarının dünyaca ünlü markalar tarafından büyük ilgi gördüğünü söylüyor. Dünyaca ünlü bir moda markası ile geri dönüştürülmüş malzemelerden yaptıkları ürün gamı üzerine görüşmelerinin sürdüğünü aktaran Balcıoğlu, "Türkiye'de Oeko-Tex Made in Green sertifikasına sahip iki şirketten biriyiz. Geri dönüşüm koleksiyonumuz marka tarafından çok beğenildi ve kendileriyle yakın temastayız. Karbon ayak izini silen ciddi proseslere sahibiz. Döngüsel ekonomiye katkı sağlamayı ilke edindik" dedi. Ayrıca yenilenebilir enerji konusunda da yatırımları olan grup, 2025'e kadar tüm enerji ihtiyacını yenilenebilir enerjiden sağlamayı hedefliyor.

BLC Group yaptığı son yatırımla işletmedeki atık suyunun %75'ini tekrar kullanabilecek şekilde arıtıyor. Bu sistem, aynı zamanda atık deşarjlarını elimine ederek doğaya sıvı atık atılmamasını da sağlıyor.

BLC Group'un üretiminin her aşamasında ve sonrasında sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen, adeta rol model niteliğindeki sertifikaları ise şu şekilde;


BLC Group Yönetim Kurulu Başkanı

Şahin Balcıoğlu

Global Organic Textile Standard(GOTS)
%100 organik pamuktan üretilen ipliklerle yapılan kumaşların zararlı içeriği sıfır olan kimyasallarla özel bir proses döngüsünde üretildiğini göstermektedir. Birçok mağazada gördüğümüz organik kumaşlar bu sertifika ile akreditasyon kazanmakta ve standart bir çevreci üretim skalasına oturtulmaktadır.

Global Recycled Standard(GRS)
Özellikle petrol bazlı olan polyester gibi ipliklerin kullanım sonrası ya da prosesler sonrası oluşan atıklarının geri dönüşümünden yapılmış ipliklerin ürünlerde kullanıldığını ve tıpkı GOTS gibi işlemlere tabi tutulup standartlara uygun bir şekilde sunulmasına yarayan sertifikadır.

Organic Content Standard(OCS)
GOTS standardında uygulanan proseslerle aynı standartlara sahip olan bu sertifikada, organik tarım ve konvansiyonel tarım ürünlerinin ortak bir karışımda buluşmasını sağlamak ve organik ürün karışımlı kumaşlar üretmek esastır.

Recycled Content Standard(RCS)
GOTS ile OCS arasındaki ilişki, RCS ile GRS arasında mevcuttur. RCS sertifikası, polyester ve benzeri ipliklerde üretimdeki elyaf harmanında belli bir oranda geri dönüşümlü ürün olduğunu göstermektedir.

Higg Index
Bağımsız kuruluşlar tarafından yapılan bir değerlendirme endeksi olan Higg Index ise, üretimin tamamen çevre dostu hammaddelerle, su gibi tabii kaynakları olabildiğince az kullanarak, yüzde yüz doğa dostu bir şekilde üretim yapıldığını göstermektedir. Üç seviyesi bulunan endekste, BLC Group'un bulunduğu seviye , atık suyun yüzde yetmişten fazla bir oranda proseste kullanılacak saf su haline getirildiğini fosil yakıt bacalarında oluşan kirliliğin olabilecek en minimum seviyede olduğuna ve işletmede uygulanan proseslerin tamamen çevreye zarar vermeden yapıldığına işaret etmektedir.

OekoTex STeP
Çevre politikalarından sosyal sorumluluk alanına, iş gücünün doğru ve Avrupa standartlarına uygun bir şekilde adil olarak muamele gördüğüne kadar işletmemizde olan bütün döngünün sorgusunun yapıldığı ve alabilen firmaların şeffaf bir üretim süreci geçirip, bir yandan da çevreye olan zararının sıfır olduğu, olabilecek en iyi seviyede geri dönüşüm yaptığı(atıksu geri dönüşümü, elyaf geri dönüşümü, karbon salınımının sıfıra yakın seviyeye gelmesi ve farklı endüstrilerde bu atıkların kullanılması gibi) olgularını gösteren sertifikadır. Şu anda hak kazanım sürecinde olduğumuz sertifikasyonda 3. Seviye yani en üst kademede olunacağı öngörülmektedir.

OekoTex Made in Green
Önceleri yeşil bir yaprakla sembolize edilen, şimdilerde ise yeşil renkte bir pamuk bitkisi silüetiyle sembolize edilen bu sertifikasyonun amacı, üretimlerin doğada ve kullanıcılarda yaratabileceği kötü etkilerin sıfır olduğunu ve tamamen doğaya katkıda bulunarak üretim yapıldığını göstermektir. BLC Group'un Türkiyede, örgü boyama konusunda ilk firma olmak adına çalıştığı bu belgenin Türkiyedeki tekstil sektöründe sadece bir tane daha hak ediş kazananı mevcuttur.

Zero Disposal of Hazardous Chemicals(ZDHC)
Bir değerlendirme kıstası olan ZDHC programı, atıksuyu yüksek oranda geri döndürüldüğünğ, bu suyu proseslerde tekrar ve tekrar kullanıp doğanın su dengesinin bozulmadığını, atıksuyun geri dönüşümü sonrası arda kalan parçasının doğaya bırakılmak yerine özel proseslerle atıksu döngüsüne geri kazandırılıp içindeki su miktarını birkaç döngüde maksimum miktarda alındığını, aynı zamanda da işletmede ekolojik olmayan hiçbir kimyasal kullanılmadığını gösterir. Partnerlik sistemiyle işleyen bu değerlendirme programının Türkiyede mevcut tek partneri ISKO denim işletmeleridir. Çabasan ise ikinci tekstil işletmesi, birinci örgü boyahanesi olmak adına başvurusunu yapmış ve olumlu değerlendirime almıştır.

OEKO-TEX®
INSPIRING CONFIDENCE
STeP

Türkmenistan'dan Türkiye'ye Girişimci Bir Kadın Öyküsü: Gülnara Ovezova ve APL GO



17 yıldır farklı sektörlerde çalışmalarını sürdüren Türkmenistan doğumlu Gülnara Ovezova, Türkiye'de gerçekleştirdiği başarıları ile övgü topluyor. Ukrayna'da ekonomi üzerine aldığı lisans ve yüksek eğitimlerinden sonra Türkmenistan'da başladığı ticaret hayatı, Türkiye'ye gelmesiyle birlikte bir girişimcilik örneğine dönüştü.

Haber Merkezi

Gülnara Ovezova Kimdir?

Ailesiyle birlikte Türkiye'ye yerleştiğinde ilk olarak çocukları düşünen Ovezova, hem onların aidiyet duygularını artırma hem de tüm çocuklara hayallerindeki gibi bir alan imkanı sunmak için "Miniklerin Masal Dünyası" isimli bir oyun evini kurdu. Çocuklar için masal kahramanlarıyla tanıştığı, keyifli ve eğitici vakitler geçirdiği Miniklerin Masal Dünyası kısa süre içerisinde büyük ilgi görerek ailelerin güvenilir tercihlerinden biri oldu.

Çocuklar için ortaya çıkardığı girişimle yetinmeyen Ovezova, doğrudan satış sistemi ile temsil ettiği uluslararası bir şirket olan APL Türkiye aracılığıyla da ekonomik özgürlüğünü daha da artırdı. Kişisel hayatında karşılaştığı rahatsızlıkların sorunsuz bir şekilde çözülmesini sağlayan inovatif ve özel teknolojiye sahip ürünleri diğer insanlarla da buluşturan Ovezova, sağlıklı yaşam için çalışırken hayallerini de gerçekleştiriyor.

Gülnara Ovezova'nın kariyer hayatına farklı bir bakış açısı katmasının bir diğer sebebi ise Live Academy Sinan Ergin liderliğinde aldığı kişisel gelişim eğitimleri, ICF onaylı koçluk ve PCC ünvanlı koçluk yolculuğunda Fatih Elibol'dan aldığı mentörlük seanslarına katılması oldu. Sürdürülebilir başarının sırrının kendisinde olduğunu keşfeden Ovezova, kendisini geliştirmeye ve hayatına yön vermeye devam ediyor.

Doğrudan satış sistemini biraz açıklayabilir misiniz?

Doğrudan satış sistemi kullanılan bir ürünün memnuniyeti ve o ürünün tavsiyesiyle gelir elde edilen yeni bir ticaret modeli. Doğrudan satışın gerek pazarlama gerekse kazanç elde etme yönünden geliştirilmiş şekildir. Doğrudan satış ise,

bir satıcı tarafından, ürün veya hizmetin tüketiciye evinde, iş yerinde veya satıcıya ait perakende satış yeri olmayan bir yerde anlatılarak ve/veya gösterilerek bir satış yöntemidir.
Doğrudan satış sisteminde iki farklı şekilde kazanç elde edilebilir. Bunların birincisi satışçıların kişisel olarak yaptıkları satıştan elde ettikleri kazançtır. Diğeri ise firmaların kazanç planına göre, organizasyonlarına kayıt ettikleri kişilerin ve sonra da bu kişilerin kayıt ettiklerinin satışlarından elde ettikleri kazançtır. Şirketlerin sunmuş olduğu plan doğrultusunda, tam veya yarı zamanlı çalışarak kazanç elde etmek amacı taşır. Bu sistemde amaç ve plan doğrultusunda sunulan ürün veya hizmetin, gerek kayıtlı satışçıların kişisel satışları, gerekse organizasyonlarına kayıt ettikleri kişiler ve onların kayıt ettiklerinin satışlarıyla, bir satış ağı oluşturmaktır.

Hangi ürünler mevcut, içerikleri ve faydaları neler?

APL GO şirketi insanların güzelliği ve sağlığı için özel teknolojide doğal ürünleri üretiyor.
APL GO yüz ve cilt bakım için kaliteli kozmetik ürünler üretir. Ama ana ürünleri 15 çeşit takviye edici gıdalar. Bitkilerin, meyvelerin, sebzelerin özlerinden bir karışım yapılıyor ve özel teknolojiyle bitkilerin faydasını defalarca güçlendirip bir pastil haline getiriyorlar. Zenginleştirilmiş bitkilerin karışımı sayesinde bu ürünlerin dil altında emilimle kullanılıyor ve direk kana karışıp çok hızla etkisini gösteriyor. Hücrelerimizi besleyip, sağlığımızı korumaya destekliyor.

APL GO sizin hayatınızı nasıl değiştirdi?

APL GO arkadaşımın tavsiyesiyle 2 yıl önce tanıdım, bana ürünleri ve şirketi anlattı. Ürünlerin bana çok faydalı olacağını söyledi, ben denemeye karar verdim, sisteme kayıt olup, sağlığım için faydalı olabilecek ürünleri satın aldım.
Benim yıllardır beni rahatsız eden ciddi sağlık sorunlarım vardı. Çok sık tedavi oluyordum, ama sonuç geçiciydi ve sık ilaç kullanımı nedeniyle vücutta yan etkileri oluyordu. APL GO ürünlerin bitkilerinin karışımı sayesinde tüm hastalıklarımdan kurtuldum.
Güzel sonuçları elde ettikten sonra merakla hem ürünleri hem şirketi araştırdım ve yakından tanımak istedim. Ben yıllardır farklı sektörlerde ticaret yapıyorum ve bir iş kadını olarak biliyorum ki bir iş kurup iş sahibi olmak için sermaye gerekiyor ve riski var. Doğrudan satış sisteminde, girişimci olmak isteyenlere az sermayeyle bir ürün satın alıp kullan ve tavsiye et sisteminde kazanmaları için çok iyi bir fırsat olduğunu gördüm.
Bu sistem insanın kendini geliştirmesi için, her zaman kendimin en iyi versiyonu olmasını sağlıyor.
APL GO hayatımın değişmesinin bir dönüm noktası oldu. Hem sağlığım için hem kendimi geliştirmem için.
Farklı ülkelerden, başarılı insanlarla tanışma fırsatım oldu. Bu sistemde yeni olduğum için kendimi geliştirdim önemli eğitmenlerden kaliteli eğitimleri aldım.

Siz APL Türkiye ile insanlara nasıl yardımcı oluyorsunuz?
Bu dönemde hepimiz için önemli olan sağlıklı beslenme, bağışıklık sistemimizin kuvvetlendirip sağlığımızı koruma ve APL GO ürünleriyle sağlığımızı desteklemek mümkün.
APL GO lokasyona bağımsız online iş modeli. Girişimciler için ücretsiz eğitimleriyle kendilerini geliştirip ekonomik özgürlüklerini kazanmaları için yol gösteriyoruz.

APL Türkiye ne gibi fırsatlar sunuyor?

APL GO uluslararası bir şirkettir 62 ülkede faaliyet gösteriyor ve hızla büyüyor.
Dünya değişiyor, teknoloji çok gelişiyor. Ve bu bir fırsat lokasyona bağlı olmayıp online üzerinden kendini geliştirip, ücretsiz eğitimlerden faydalanıp uluslararası bir organizasyon kurup, pasif gelire ulaşıp kendi işinin patronu olma imkanı.
Bu sistemde kazanç sınırsız, insanların kendilerine ve ailesiyle zaman geçirmeleri, esnek çalışma saatleri, ücretsiz eğitimler, yurt dışı geziler kazanma imkanları.



Adana'da Seyyar Tablada Temeli Atılan Levent Börek Dünyaya Açılıyor



Adana'nın Yüreğir ilçesinde küçük bir tablada börek satarak iş hayatına atılan ve bugün Levent Börek markasıyla Türkiye'de 140 şubeye ulaşan Levent Tamtürk, markasını yurt dışına taşıyor. Haziran ayından itibaren Almanya, Hollanda, Belçika, Fransa ve Macaristan'da Avrupalı tüketiciler Levent Börek ile tanışacak. Levent Börek'te hedef 5 yıl içinde yurt içi ve yurt dışında toplam 1.000 şubeye ulaşmak

Haber Merkezi

Babasından öğrendiği su böreğinin tarifini farklılaştırıp markalaştıran ve tüm Türkiye'ye yayan Levent Tamtürk dünyaya açılıyor. Adana'nın Yüreğir ilçesinde küçük bir tablada börek satarak iş hayatına atılan ve bugün Levent Börek markasıyla Türkiye genelinde 48 ilde 140 şubeye ulaşan Levent Tamtürk, yurt dışında şubeleşmeye Avrupa'dan başlıyor. Levent Tamtürk, Haziran ayından itibaren Almanya, Hollanda, Belçika, Fransa ve Macaristan'da Avrupalı tüketicilere Adana böreği yedirecek.

Türkiye'de bu yıl 75 yeni şube açmayı hedefleyen Levent Börek, 5 yıl içinde yurt içi ve yurt dışında 1.000 şubeye ulaşmayı hedefliyor. Dünyanın her yerine su böreğini taşımak istediklerini belirten Levent Tamtürk, Haziran ayından itibaren bu hedeflerini hayata geçireceklerini söyledi. Kıbrıs'ta şubeleri olduğunu kaydeden Tamtürk, yurt dışına açılımı Avrupa ülkelerinden başlatacaklarını anlattı. Tamtürk, "Adana'daki fabrikamızda üretim yapıyoruz. Buradan dünyanın çeşitli ülkelerine börek göndereceğiz. İki yıl içinde Türkiye ve yurt dışında 250 şubeye, 5 yıl içinde de 1.000 şubeye ulaşmayı hedefliyoruz" dedi.

Günde 2 bin tepsi üretiliyor

Adana'daki tesislerinde günlük ortalama 2000 tepsi börek ürettiklerini belirten Levent Tamtürk, "Börek üretimine ilk günkü usul ile devam ediyoruz. Günde 10 ton börek üretiyoruz. Şubelerimizde 1000 kişiye istihdam sağlıyoruz. Peynirli börekle birlikte kavurmalı, pastırmalı, kıymalı, ıspanaklı, sucuklu, sosisli ve çikolatalı börekler yapıyoruz. En çok peynirli böreğimiz satılıyor. Yeni çeşit denemelerine de devam ediyoruz" diye konuştu.

Levent Tamtürk, Adana'nın kebabı ve şalgamı gibi ünlü bir lezzeti haline gelen Levent Börek'in başarısı öyküsünü ise şöyle anlattı:

Tablada sıra fişiyle börek sattı

"Gençken babamdan motosiklet istedim, o bana tabla aldı ve "Motorunu da al buradan, kendi geçimini sağla" dedi. Her sabah saat 4'te Adana'da seyyar tabla kurup börek sattım. Önce klasik su böreğiyle başladım. Sonra dedim ki baklava gibi çıtır olsun, su böreği gibi yumuşak olsun, peynir künefedeki gibi kopmadan uzasın. Çok çalıştım ve sonunda bugünkü reçete oluştu. Adana'da ilk defa kaşar peynirle su böreği üretimini ben yaptım. Bu peynir özel olarak bir mandırada üretiliyor. Kısa sürede seyyar tezgâhın önünde uzun kuyruklar oluşmaya başladı. Kalabalığın kargaşasına çare bulmak için sıra fişini çıkarmak durumunda kaldım. Gün geçtikçe insanlar birbirlerine böreği anlattı, sosyal medyada namı duyuldu. Adana'ya il dışından gelenlerin sayısı artmaya başladı. Şehir dışı siparişlerini karşılayabilmek için kargoyla börek göndermeye başladık. Sonunda şube açmaya karar verdim. İlk olarak 2017 yılında İstanbul'un Bayrampaşa ilçesinde şube açtım. İlgi çok büyük oldu. Ortaklık teklifleri almaya başladım. Türkiye'nin güçlü bir grubuyla ortak oldum. 2018 yılında yaptığım ortaklık bana çok şey kattı. Hızla büyüdük. Şimdi yurt dışına açılıyoruz ve hedeflerimizi de sınırların ötesine taşıyoruz."

Reklam yüzü Onur Buldu oldu

Levent Börek'in reklam yüzü BKM oyuncularından Onur Buldu oldu. Mart ayında yayınlanan reklam filmlerinde; Onur Buldu ile "Benzeri değil, orijinali" sloganlarından yola çıkılıp, Levent Börek'in orijinalliğine vurgu yapıldı. Levent Börek, bu eğlenceli reklam filmiyle de ses getirdi.

NielsenIQ: Ramazan'da Yiyecek ve İçecek Satışları %20 Artacak



Dünyanın önde gelen pazar araştırma şirketlerinden NielsenIQ, hızlı tüketim ürünlerindeki büyümenin Ramazan ayında süreceğini öngörüyor. Türkiye, Endonezya, Malezya, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi çoğunluğu Müslüman olan ülkelerde, Ramazan ayı ve devamındaki bayram periyodu, hızlı tüketim ürünlerinin üreticileri ve perakendecileri için önemli satış fırsatları oluşturuyor.

Haber Merkezi

Dünyanın önde gelen pazar araştırma şirketlerinden **NielsenIQ**, hızlı tüketim ürünlerindeki büyümenin Ramazan ayında süreceğini öngörüyor. Restoran ve toplu organizasyonlardaki kısıtlamaların pandemi nedeniyle sürmesi, hızlı tüketim ürünlerindeki büyümenin ev içi tüketim odaklı olarak devam edeceğini gösteriyor.



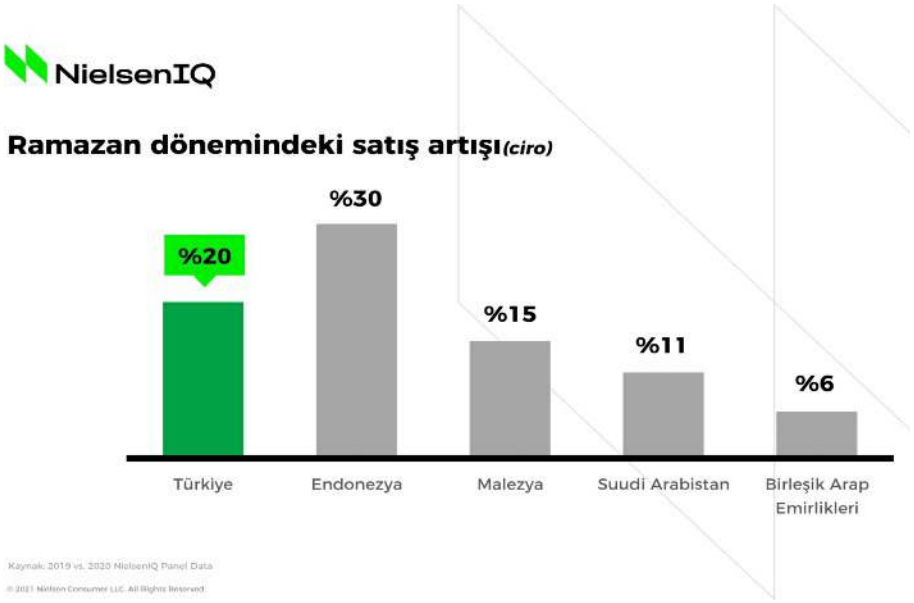
NielsenIQ APAC EEMEA Analitik Danışmanlık Başkan Yardımcısı ve NielsenIQ Türkiye Genel Müdürü Didem Şekerel

Türkiye, Endonezya, Malezya, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi çoğunluğu Müslüman olan ülkelerde, Ramazan ayı ve devamındaki bayram periyodu, hızlı tüketim ürünlerinin üreticileri ve perakendecileri için önemli satış fırsatları oluşturuyor. **NielsenIQ**'nun verilerine göre, 2020 yılında ülkemizde hızlı tüketim ürünlerinin satışı, Ramazan ayında diğer dönemlere kıyasla %20 oranında arttı. Malezya'da bu oran %15, Endonezya'da %30, Suudi Arabistan'da %11 ve Birleşik Arap Emirlikleri'nde ise %6 olarak gerçekleşti.

NielsenIQ APAC EEMEA Analitik Danışmanlık Başkan Yardımcısı ve NielsenIQ Türkiye Genel Müdürü Didem Şekerel Erdoğan "Ramazan ayı ve Ramazan Bayramı döneminde, hızlı tüketim ürünlerinde en

fazla büyümeye neden olan kategoriler yiyecek ve içecek oluyor. 2021 Ramazan ayı, pandemi etkisinde geçirdiğimiz ikinci Ramazan dönemi olacak. Hala bazı kısıtlamalar devam etse de, hızlı tüketim ürünlerinin satışları açısından bu yılın geçtiğimiz yıla göre daha iyi olacağı konusunda iyimseriz. Geçtiğimiz yıl Ramazan dönemi satışlarında, önceki aylarda panik altında yapılan ürün alımlarının ve ürün stoklanmasının etkisi bulunuyordu.” dedi.

Bu yıl hızlı tüketim ürünleri satışlarındaki iyileşme, aşılama sürecinin getirdiği iyimser ortam ve panik alımlarının bittiği bir dönemin etkisi ile gerçekleşecek.



Bu bayram, ev içi tüketim ürünlerinde büyüme daha fazla olacak.

NielsenIQ Türkiye ve Doğu Avrupa Analitik Danışmanlık Lideri Murat Yıldırım “Ramazan ayında özenle ve çeşitli hazırlanan iftar sofraları ve Ramazan Bayramı, yiyecek ve içecek kategorilerindeki satış artışını da sağlıyor. 2019 yılında Ramazan ayında en çok satan 5 ürün kategorisindeki büyüme; Türkiye için %20, Endonezya için %10, Malezya için %18, Suudi Arabistan için %14 ve Birleşik Arap Emirlikleri için %2 oldu. 2020 yılı Ramazan döneminde, bir önceki aylarda yapılan stoklamaların ve kısıtlamaların da etkisi ile Endonezya, Malezya ve Birleşik Arap Emirlikleri’nde daha önceki yıllardaki kadar ciddi satış artışları görülmedi.” dedi.

Ramazan ayı ve bayram dönemindeki kısıtlamalar, ev içi tüketim ve eve servis yemeklerde artışa yol açacak.



Didem Şekerel Erdoğan “Tüketicilerin kalplerini ve akıllarını fethetmek için, promosyonlar ve ürünlerin verdiği mesaj, tüketicinin gerçeğini de yansıtmalı. Örneğin, Türkiye’de her 4 kişiden 1’i geçtiğimiz sene, sanal bir Ramazan yemeğine katıldığını bildirdi, bu seneki kısıtlamalar düşünüldüğünde benzer durumun 2021’de de görünmesini bekliyoruz. Tüketiciler, en sevdikleri yemekleri evde yapmayı tercih edebilirler. Perakendeciler, eve servis yapılan ya da mağazadan alınabilecek ‘kendin yap’ yemek pişirme kitleri ile bu ihtiyaca destek olabilirler.” şeklinde konuştu.

Türkiye'de finansal durumundan bağımsız olarak dikkatli harcama yaptığını söyleyen tüketiciler, toplumun %99'unu oluşturmakta. Malezya’da bu oran %97 ve Birleşik Arap Emirlikleri’nde ise %98. Bu durum gösteriyor ki, perakendeciler ve üreticiler promosyonlarını bu veriyi göz önünde bulundurarak yapılandırmalı, diğer taraftan da daha premium ürünler ile kendilerini şımartmak isteyen, finansal durumu korunmuş kişilerin gereksinimlerini göz önünde bulundurmalı.

Ramazan’da ev içi tüketim, yiyecek ve içecekte büyümeyi artıracak.

Ramazan dönemi, Türkiye’deki en önemli satış sezonlarından birini oluşturuyor. **NielsenIQ** çalışmaları gösteriyor ki, alışverişçilerin %50’si bu dönemde Ramazan’a özel mağaza ziyareti gerçekleştiriyor ve Ramazan’ın öncesindeki hafta itibarıyla tüketiciler bu ay için alışveriş yapmaya başlıyor.

Ramazanda özellikle öne çıkan kategoriler ise gazlı içecekler (2020 Ramazan döneminde, Ramazan dışı döneme göre %150 satış artışı), kuru meyveler (%153), çay (%114), hazır yemek karışımları (%70) ve hazır çorbalar (%70) şeklinde sıralanıyor. Bulaşık makinesi deterjanları, pişirme kağıtları, alüminyum folyo ve streç filmlerde çift haneli büyüme rakamları görülen diğer kategoriler arasında.

Didem Şekerel Erdoğan “Geçen yılın Ramazan ayı satışları biraz olağan dışıydı. Mart 2020’deki stoklama etkisi ve panik alımları sebebiyle, Mayıs 2020’de olağan Ramazan dönemi artışını göremedik. Fakat stoklama etkisine rağmen ana yiyecek ve içecek kategorileri yine de çift haneli büyüme rakamları gösterdi, bu da pandemi şartlarında bile Ramazan’ın ne kadar önemli bir dönem olduğunu ortaya koyuyor. Pandemi kısıtlamaları halen devam etse de alışverişçiler panik etkisinden daha uzak, daha güvende hissediyorlar ve stoklama durumu söz konusu değil. Dolayısıyla bu yıl Ramazan döneminde, 2020’den önceki yıllarda alışık olunan satış etkileri görülmesi bekleniyor.” tespitinde bulundu.



Aşılama süreci Türkiye’de devam etse de Ramazan ayında yasaklar tamamen kalkacak gibi görünmüyor. Bu sebeple ev içi tüketimdeki önemli kategorilerden pirinç, yağ, bulgur, mercimek, peynir, süt, yoğurt, un, maden suyu, gazlı içecekler ve meyve suyu gibi kategorilerdeki büyüme etkilenecek. Üretici ve perakendeciler, Ramazan alışverişçilerinin kalbini ve aklını kazanmak için promosyon güçlerini; bulyon, salça, konserve gıda, kuru meyve, çay, meyve suyu ve gazlı içecek gibi yiyecek ve içecek kategorilerine odaklamalı.


İNOVASYON
İLE DEĞER KATANLAR
İÇİN
İNOVASYON YÖNETİM SİSTEMİ
REHBER KİTABI
MÜJGAN ÇETİN
artıkel
akademi

Fenomen Girişimciliği ve Doğru Fenomenler-3



Mart ayından bu yana sizlerle buluşturmaya çalıştığımız ve özellikle youtube kanalları sosyal medya hesapları ile size ilham veren ve aynı zamanda bilgiye ulaşmanız sağlayan fenomenleri sizlere tanıtmaya çalışıyoruz.
Özellikle Girişimci olmak isteyen ya da ruhunda Girişimciyim ben diye uyanışa geçen okurlarımız için bu ay ki konuğumuz Tuger Akkaya.

Haber Merkezi

Hikayesi aslında çok ilginç rutin çalışma hayatının içinde aslında bir anda kendini e-ticarette bulmuş devam etmiş, batmış, çıkmış ama yine bizlerin de mottosu olan pes etmeyenler kulübüne üye olmuş bir youtuber…

Sayfasını incelediğimizde bir çok e-ticaret uzmanının yüksek ücretlerle verdiği bilgileri ücretsiz olarak yayınlıyor, tecribelerini paylaşıyor, izleyicilerine yol göstermek adına ilham veren fikirleri de sıralıyor Tuger Akkaya…

Daha önce sizlere tanıtımını yaptığımız diğer fonomenler gibi gerçekten kaliteli duruşu ve anlatım dili ile ilgimizi çeken Akkaya'nın sayfasını sizler için incelemeye aldık..

Öncelikle kendisi gibi e-ticarette başarıyı yakalamış meslekteşları ile yaptığı söyleşiler bir çok girişimciye örnek olacak türden..

Pandemi süreci ile birlikte ekonomik kaygılar içinde olan bir çok insana yeni fikirler vermek üzere pazaryerlerini ayrı ayrı anlatan, hatta karşılaştırmalı anlatan videoları ise izlemeye değer..

Sadece çok bilinen ülkemiz pazaryerleri dışında özellikle dikkatimizi çeken ve türk girişimcilerinin perakende olarak yurtdışına ihracatını sağlayabilecek, amazon fba sistemi üzerindeki eğitimleri ise sıralı izlendiğinde bir çok düğümü çözebiliyor, Eğitimlerinin sonrasında bu işlerde başarılı olmuş kişilerin hayat hikayelerinin anlatıldığı videolar ise bir çok girişimci için yüreklendirici oluyor..

O da pes etmeyenlerden anlayacağınız…

Sadece bu iş çok iyi süper hadi siz de girin diye teşvik etmiyor, işin zarar noktalarından da bahsediyor Tuger Akkaya…

106 binin üzerinde abonesi ile yayın hayatına devam eden Akkaya'nın ilgi çeken anlatımları, söyleşileri ve para kazanmanın nasıl bir emek gerektirdiğine dair videolarından esinlenmeniz ve anlattığı püf noktalarına dikkat etmeniz size mutlaka fayda sağlayacaktır.

Nisan ayında yeni bir fenomen anlatımı ile yine sizlerle birlikte olmak,

Görüşmek Gülüşmek dileğiyle…

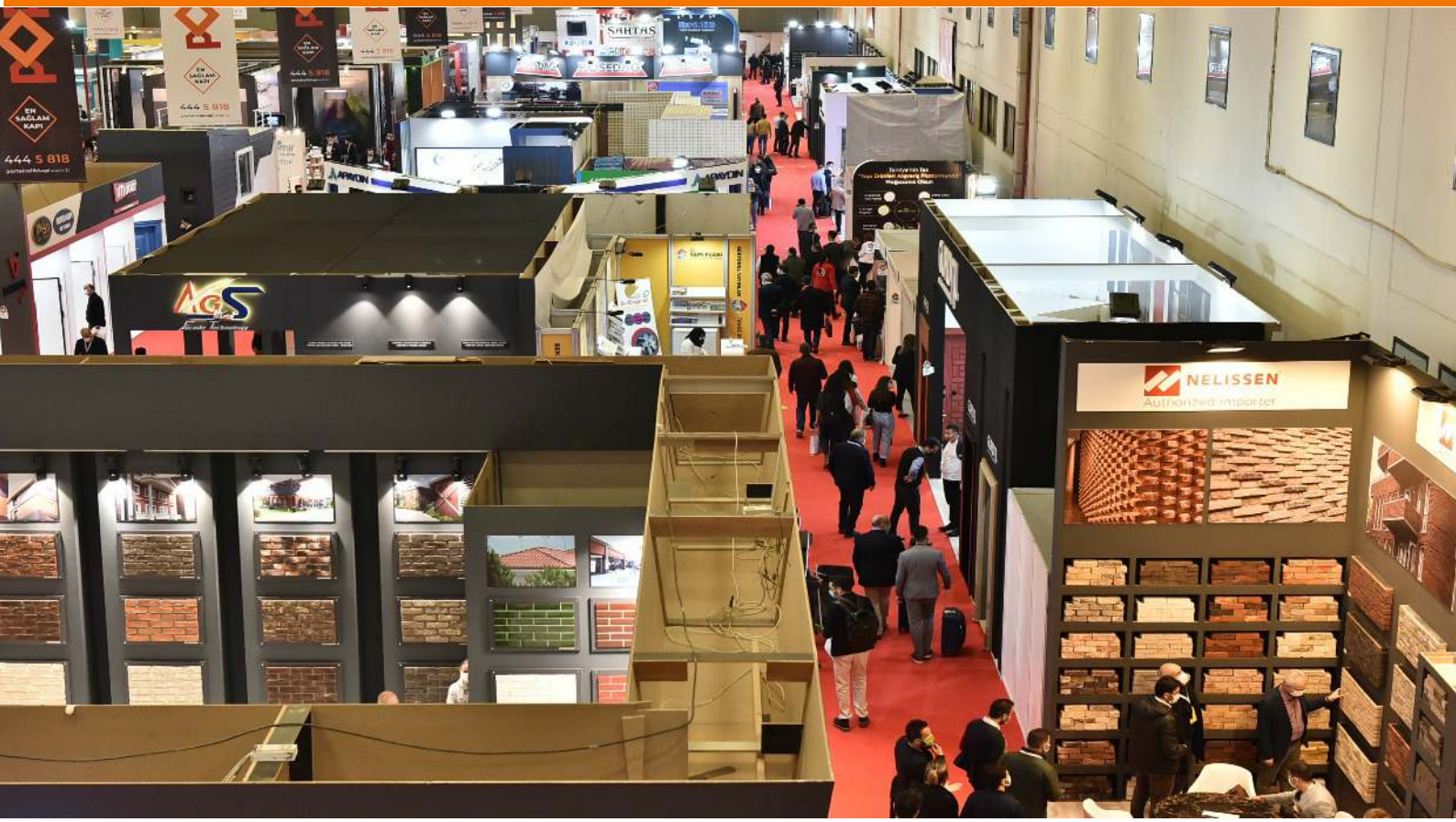
DERLEYENLER **Kerem Tınaz · Oscar Aguirre-Mandujano**

Sefarad Güzergâhları

Arşivler, Nesneler ve
ABD'de
Osmanlı Yahudilerinin Tarihi



43. Yapı Fuarı'nda 1 Milyar Euro'luk İş Hacmi Yakalandı



Balkanlar, BDT ülkeleri, Orta Doğu ve Kuzey Afrika'yı kapsayan geniş bölgedeki en büyük, dünyada ise sektöründe ilk 5'te yer alan Yapı, İnşaat Malzemeleri ve Teknolojileri Fuarı Yapı-Turkeybuild Istanbul'u toplamda 16.899 kişi ziyaret ederken, bu rakamın yüzde 17'sini yabancı ziyaretçiler oluşturdu. Fuarda, pandemi ile birlikte değişen ihtiyaçlar ve yaşam koşulları çerçevesinde özellikle yapı sektörü açısından öne çıkan fırsatlar değerlendirildi.

Haber Merkezi

Türkiye'nin taşıyıcı sektörlerinde düzenlediği fuarlar ile öne çıkan Hyve Group, bu yıl 43'üncüsünü düzenlediği Yapı Fuarı – Turkeybuild Istanbul, sektör için büyük bir moral kaynağı oldu. 9 ülkeden 250'nin üzerinde katılımcı firmanın ağırlandığı fuarda yerli katılımcılar ile yabancı alıcılar arasında hedeflenen 1 milyar euro'luk iş hacmi yakalandı.

Fuar toplamda 16 bin 899 ziyaretçi tarafından ziyaret edilirken, bu rakamın yüzde 17'sini yabancı ziyaretçiler oluşturdu. Böylece Yapı Fuarı tarihinin en yüksek yabancı katılımını ağırladı. Yanı sıra, katılımcı başına düşen ziyaretçi oranı ise yüzde 54 arttı.

Ticari hacmin yanı sıra sektöründe gelişim alanlarının tespit edilerek bu alanların iyileştirilmeleri için nelerin yapılabileceği, sektörün kanaat önderi katılımcılar tarafından detaylı bir biçimde tartışıldı. Yenilikçi yaklaşımlar ile sektörü teknoloji ile buluşturacak, sürdürülebilir ve çevreci yaklaşımlara yardımcı olması beklenen girişimlerin de boy gösterdiği Yapı Tech Garage etkinliği kapsamında 9tekno-girişim, ürün ve hizmetlerini fuar boyunca sektör paydaşlarına tanıtma imkânı buldu.

Yapı Malzemeleri Sektöründe Büyüme Fırsatları Yeni Normalde

"Güvenli Ticaret, 365 Gün Fuarcılık" yaklaşımı ile pandemi döneminde ikinci fuarlarını gerçekleştirdiklerini hatırlatan Hyve Group Bölge Direktörü Kemal Ülgen, katılımcılardan gelen geri bildirimler doğrultusunda fuarın herkes için çok güçlü bir moral ve motivasyon sağladığını söyledi. Ülgen, şöyle devam etti:

"Hyve Group olarak pandeminin ilk ortaya çıktığı ve yaşanan belirsizliği yönetilebilir bir duruma gelmesinin ardından, geçtiğimiz yıl Kasım 2020'de WorldFood Istanbul Fuarı'mızı düzenledik. Bu yıl ise 43. Yapı Fuarımızda yerli ve yabancı sektör paydaşlarını, Dünya Sağlık Örgütü ve Sağlık Bakanlığı rehberliğinde, uluslararası tecrübelerimizle geliştirdiğimiz Safe & Secure standartlarımız çerçevesinde bir araya getirdik. Hedefimiz el birliği ile yaklaşık 3 yıldır 21 milyar dolar seviyesine takılan ihracat rakamını 23 milyar dolar seviyesine çıkarmak. Bunun da nasıl mümkün olduğunu, Fuarımızda gerçekleştirilen oturumlarda, sektörün kanaat önderleri

tarafından değerlendirilen ve tespit edilen fırsat alanları ile gerçekleştirilebileceği detaylı bir biçimde konuşuldu." Pandemi ile birlikte değişen yaşam koşulları ve bireylerin daha fazla evde vakit geçirmesi nedeniyle, yaşam alanlarını daha konforlu ve ferah alanlara dönüştürme çabasını hatırlatan Ülgen, bunun sektöre de bir hareket getirdiğini, ilerleyen günlerde bu dinamizmin sektörü daha da hareketlendirebileceğinin altını çizdi. Ülgen; fuar katılımcılarının gerek ziyaretçi gerekse yabancı alıcıların gösterdiği önemli katılım nedeniyle çok memnun olduklarını da ekledi.

218 Yabancı Alıcı, Yerli Üreticiler ile Bir Araya Geldi

Fuar her yıl olduğu gibi bu yıl da düzenlenen VIP Yurt Dışı Alım Heyeti programları kapsamında Fas, Tunus, Cezayir, Kamerun, Gürcistan, Uganda, Nijerya, Pakistan, Lübnan, Sudan, Umman, Ürdün, Azerbaycan, Kosova gibi toplam 11 ülkeden 218 satın alma profesyonelini ağırladı. 2018 yılından bu yana kullandığımız sanal ticaret uygulaması Hyve Connect (Matchmaking Sistemi) ile bu yıl da tüm katılımcılar ve yabancı alıcılar ücretsiz olarak tek bir platform üzerinden hızlı ve etkili bir şekilde birbirleriyle iletişim kurarak 1000'in üzerinde toplantı gerçekleştirdi ve yeni iş birliklerine imza atma fırsatı yakaladı.



Sektörün Geleceği, Değişen İhtiyaçları Karşılayabilecek, Sürdürülebilir Yaklaşımlarda

Fuarın ilk günü gerçekleştirilen Başkanlar Forumu'nda ekonomist Dr. Can Fuat Gürlesel moderatörlüğünde; Türkiye İMSAD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Çetin Tecdelioğlu, GYODER Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Kalyoncu, Deprem İzolasyon Derneği Başkanı Mehmet Emre Özcanlı ve ÇEDBİK Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Süleyman Akım , yapı sektörü ihracatı ve sürdürülebilir yenilik fırsatlarını paylaştı. Sektörün kanaat önderleri, 2021 ve sonrası için Türkiye yapı sektörünün hangi fırsatları değerlendirebileceğine dair öngörülerini aktardı. Artan nüfus nedeniyle değişen ihtiyaçlara uygun, daha az katlı ve insanların dış alan ile daha fazla temas edebileceği, sürdürülebilir yapıların öne çıkacağı, deprem izolasyonunun öneminin artacağı yapıların Türkiye'nin gelecekteki yapı haritasında yer alacağı belirtildi. Ayrıca, pandemi nedeniyle insanların evlerinde daha fazla vakit geçirmesi sonucunda, yaşam alanlarına daha özenli davranmalarının sektörü canlandıracağını, bunun da önemli bir fırsat olduğu dile getirildi.

GF Hakan Plastik sponsorluğunda ve Yapı Medya İletişim iş birliği ile, "Sağlıklı Yapılaşmanın Anahtarı: Suyu Tasarlamak ve Yönetmek" oturumunda sürdürülebilir bir su yönetimi gerçekleştirebilmek adına, su israfını önlemek için yapılması gerekenler detaylandırıldı. Konu, Yapı Medya İletişim İçerik ve Etkinlik Yöneticisi Ezgi Tezcan'ın moderatörlüğünde; GF Hakan Plastik Ürün ve Pazarlama Direktörü Hüseyin Ünlüyol, İSKİ Strateji Geliştirme Dairesi Başkanı Prof. Dr. Tuğba Ölmez Hancı ve Akım Mühendislik Kurucusu Süleyman Akım tarafından değerlendirildi.

Fuarın ikinci gününde Nobon iş birliği ile gerçekleştirilen "Yapı Masterclass Buluşma, Tanışma ve Fuar Özel Turu – İklim, Çevre ve Dijital Üretim" etkinliğine ziyaretçiler, Fuar Alanı içindeki katılımcı firmalar ile bir araya gelerek etkileşimli tematik sohbetler gerçekleştirildi, malzemeler yerinde deneyimlendi. Usta mimar ve mühendisle doğrudan bağlantı kurma fırsatını bulan katılımcılara sertifika takdim edildi. Bu etkinlik kapsamında gerçekleştirilen oturumda ise çevre ve mimarlık ilişkisini ve yeni nesil tasarlama ve üretim pratikleri NOBON Kurucusu Dr. Hasan Cenk Dereli'nin yönettiği, PIN Mimarlık Kurucu Ortağı Salih Küçüktuna, Yüksek İnşaat Mühendisi Ümit Özkan ve degostudio Kurucu Ortağı Volkan Taşkın tarafından yeniden ele alındı.

Değişim Mimarı İnovatif Yönetim Danışmanlığı iş birliğinde düzenlenen "Yapı Sektöründe Sürdürülebilir Büyümenin Sırrı: Çevik Dönüşüm" oturumunda ise çevik dönüşüm ile yeni nesil yönetim yaklaşımlarını işletme ihtiyaçlarına uyarlama tartışıldı. Oturumda, Değişim Mimarı İnovatif Yönetim Danışmanlığı Kurucusu, Çevik Dönüşüm Koçu ve İşletme Mentoru Demet Demirer moderatörlüğünde düzenlenecek oturumda, Sigma Mühendislik Tasarım Departman Direktörü İlhan Ergüney, SOCAR Türkiye İnşaat Proje Baş Mühendisi Kadir Tolga Erpınar ve MAA Melike Altınışık Mimarlık Kurucusu ve Y. Mimar Melike Altınışık söz aldı.

Fuarın üçüncü gününde devam eden "Yapı Masterclass" etkinliğinin kapsamında mimari ustalık sınıfı katılımcılarının stant ziyaretlerinın ardından, "Salgınlar ve Dirençli Kamusal Alanlar" başlığında Nobon kurucusu Dr. Hasan Cenk Dereli eşliğinde, Deniz Aslan, Nergiz Arifoğlu ve Samim Magriso, açık alanlarda bulunmanın ve mesafeli buluşmaların ne kadar önemli olduğunu öğreten pandemi süreci sonrasında dirençli kamusal alanların işlevlendirme ve malzeme desteği ile nasıl kurgulanabileceği tartışıldı.

Fuarın üçüncü günü son etkinliğinde ise Başkanlar Forumunun ikinci ayağı gerçekleştirildi. “Fikir Önderleri İnovatif Üretim ve Yatırım Modellerini Tartışıyor” başlığında; Bilişim Vadisi Tasarım Kümelenme Merkezi Direktörü Dr. Pınar Sipahi moderatörlüğünde, İzmir Serbest Mimarlar Derneği (İzmirSMD) Başkanı Hüseyin Egeli, Gayrimenkul ve İnşaat Birliği Platformu (GİİP) Gen. Skr. Mehmet Ali Kandemir, Gayrimenkul için Strateji Platformu (GİSP) Yön. Kr. Üyesi Mehmet Ersül, Türk Serbest Mimarlar Derneği (TürkSMD) Başkanı Önder Kaya ve Urban Land Institute Türkiye (ULI Türkiye) Başkanı Zafer Baysal tecrübelerini ve öngörülerini aktardı.

Tekno-Girişimler Yapı Tech Garage Alanında Sektörle Buluştu

Girişimcilerin sektörle daha sık bir araya gelmeleri yaklaşımından hareketle Değişim Mimarı İnovatif Yönetim Danışmanlığı iş birliğiyle ortaya çıkan ve 4 gün boyunca sektöre damga vuran girişimcileri ağırlayan Yapı Tech Garage alanı, aynı zamanda fuarın son günü “Maraton Sunumlar”ına ev sahipliği yaptı. 9 farklı tekno girişimci, “Yapı Tech Garage Maraton Sunumları” ile yeni iş ve ürün modelleri hakkında sektör paydaşlarını bilgilendirdi. Yenilikçi ürün ve teknolojilerin tanıldığı bu özel alanda; sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, yapı bilgi modellemesi, ileri dönüşüm, yapay zeka, şantiye yönetim araçları, yapı mobil uygulamaları, 3B üretim, online pazaryeri, bulut yazılım ve nesnelerin interneti gibi konularda girişimler, tasarım aşamasından bina teslim aşamasına kadar mimarlara, mühendislere, proje yöneticilerine, üreticilere, yüklenicilere, geliştiricilere, pazarlamacılara ve kullanıcılara farklı olanaklar sunduğu teknolojileri tanıtıldı.

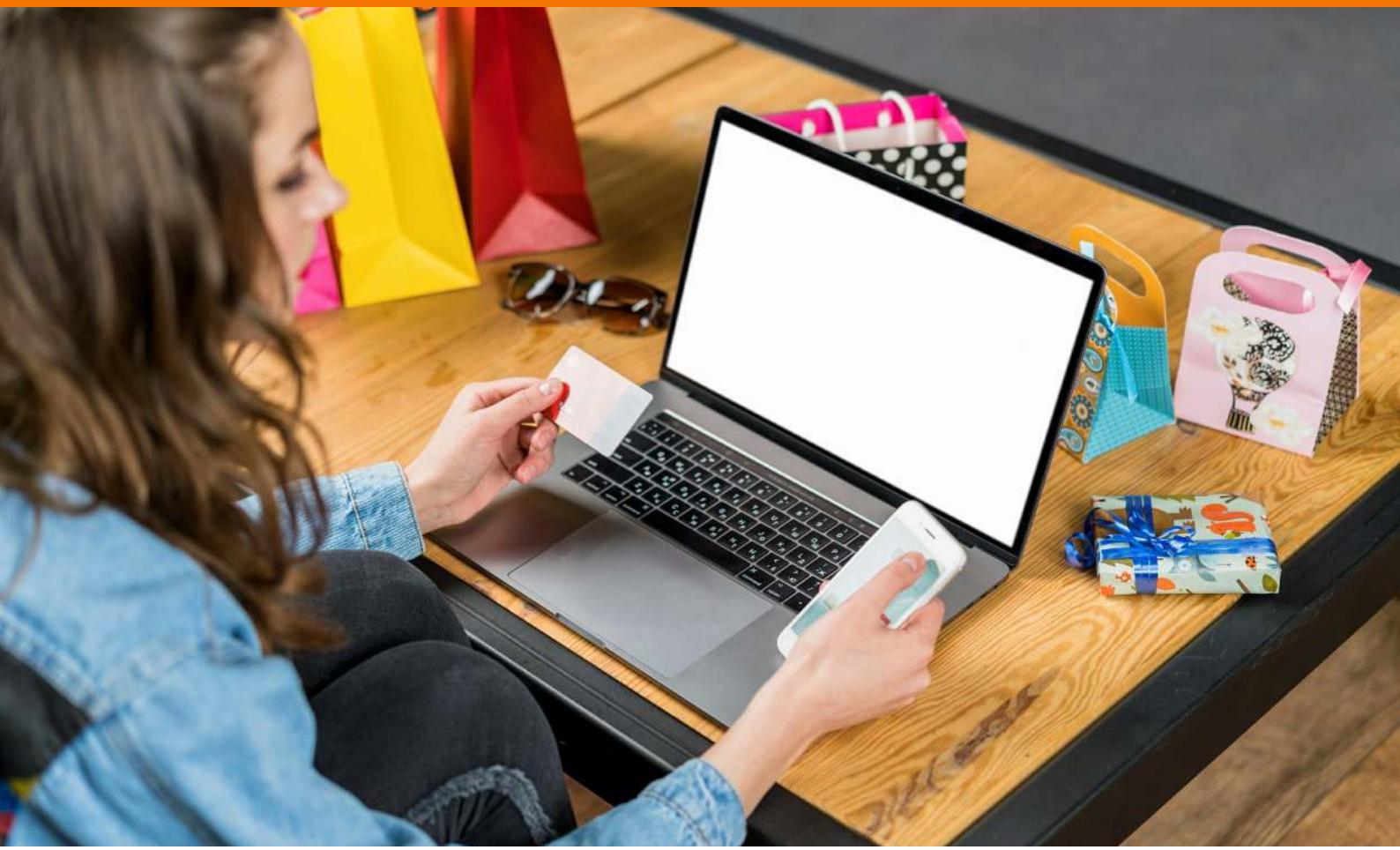
43. Altın Mıknatıs Sahiplerini Buldu

Fuarın ilk yılından bugüne düzenlenen Altın Mıknatıs Stant Tasarım Ödülleri, stant tasarımında markalarını ve ürünlerini ziyaretçiler için bir çekim noktasına dönüştüren firmalar ile buluştu. Sektörün en değerli tasarımcısı, iç mimarı, mühendisi ve profesyonellerinden oluşan deneyimli, bağımsız jüri üyelerinin birbirinden farklı kriteri değerlendirdiği yarışmada; ürünle kurdukları bağlantı, ürünün belirtilmek istenen niteliklerini en iyi şekilde vurgulaması, 3 boyutlu tasarım nesnesi olarak düzenlenmesi, görsel malzeme kullanımındaki estetik, standın modülerliği ve tekrar farklı mekanlarda kullanılabilirliği baz alındı. Altın Mıknatıs Stant Tasarımı Ödülleri’nde birincilik ödülü MG Demir Çelik San. ve Ticaret Ltd. Şti.’nin, ikincilik Tantımber - Tanwood Orman Ürünleri San. Tic. A.Ş.’nin, üçüncülük Arfen Alüminyum San. ve Tic. A.Ş.’nin, Mansiyon San Deco’nun, Hyve Group Teşvik Ödülü ise Portland Çelik Kapı İnşaat San. Tic. Ltd. Şti.’nin oldu.

2022 yılında 24-27 Mart tarihleri arasında gerçekleştirilmesi hedeflenen, yapı sektörünün uluslararası buluşma noktası 44. Yapı Fuarı – Turkeybuild Istanbul için birçok marka şimdiden yerini ayırttı.



Dijitalin En Kârlısı Kitap Sektörü



EG Bilişim Teknolojileri tarafından farklı sektörlerden 601 işletmenin dahil edildiği araştırmaya göre, dijitale yatırım yaparak en karlı çıkan sektör, yayıncılık sektörü. Araştırma verilerine göre, kitap pazarında dijitale yatırım yapılarak yüzde 1.400 oranında geri dönüş sağlandığı belirlendi.

Haber Merkezi

Hedef kitleye ulaşmak için dijital pazarlamayı kullanan sektörleri inceleyen dijital performans ajansı EG Bilişim Teknolojileri, sektörlerin dijital medya yatırımlarından elde edebilecekleri ortalama kazancı açıkladı. Araştırmada, marka bilinirliğine göre değişkenlik gösterse de kozmetik sektöründe aylık 40 bin TL dijital medya yatırımı ile yüzde 600 gelir sağlamanın mümkün olduğu belirtiliyor. Ayakkabı sektöründe ise aylık 40 bin TL dijital medya yatırımı ile yüzde 500 kazanç elde ediliyor.

Giyim, kitap ve fast-food sektörleri gelirlerini dijitalle katladı

Pandemi döneminde dijitale yatırım yaparak en karlı çıkan sektör olarak belirtilen yayıncılıkta, aylık 40 bin TL'lik yatırımın sağladığı geri dönüşün yüzde 1.400'ü bulması dikkat çekiyor. Dijitalin ikinci sıradaki kazananı olarak gösterilen giyim sektöründe aylık 40 bin TL'lik yatırım karşılığında yüzde 1.100 gelir elde edilirken; fast-food sektöründe aynı yatırım tutarıyla yüzde 800'lük dönüş elde ediliyor.

Şirketler ya dijitalde olacak ya da çemberin dışında kalacak

Yaptıkları araştırma hakkında değerlendirmede bulunan EG Bilişim Teknolojileri CEO'su Gökhan Bülbül şu bilgileri aktardı: "Pandemiyle artan dijital medya yatırımlarını sektör bazında mercek altına aldık. Araştırmanın sektörel verileri ve yatırımın geri dönüş oranlarını göstermesinin yanı sıra, dijital farkındalığın artmasına da fayda sağlayacağını düşünüyoruz. Dijitale yatırım yapan ve dijital pazarlama verilerini kullanan işletmelerin elde ettiği yüksek karlılık oranları buz dağının sadece görünen kısmı. Dijitale yatırım yapan şirketler aslında geleceklerine yatırım yapıyorlar. Büyüme hedefi olan işletmelerin, dijitalde yer almadıkça hedeflerine ulaşmaları günümüz rekabet koşullarında çok zor fakat gelecekte mümkün dahi olmayacak."

Dijitalde uçtan uca çözüm

Dijital reklamcılık alanında hizmet veren EG Bilişim Teknolojileri, arama motoru reklamcılığı, arama motoru optimizasyonu ve sosyal medya reklam yönetim hizmetleri konusunda 10 yıldır hizmet veriyor. 2016 yılında Google SMB Premier Partner Programı'na dahil olarak Türkiye'nin ilk Google SMB Premier Partnerlerinden olan ajansın 90'dan fazla çözüm ortağı bulunuyor.

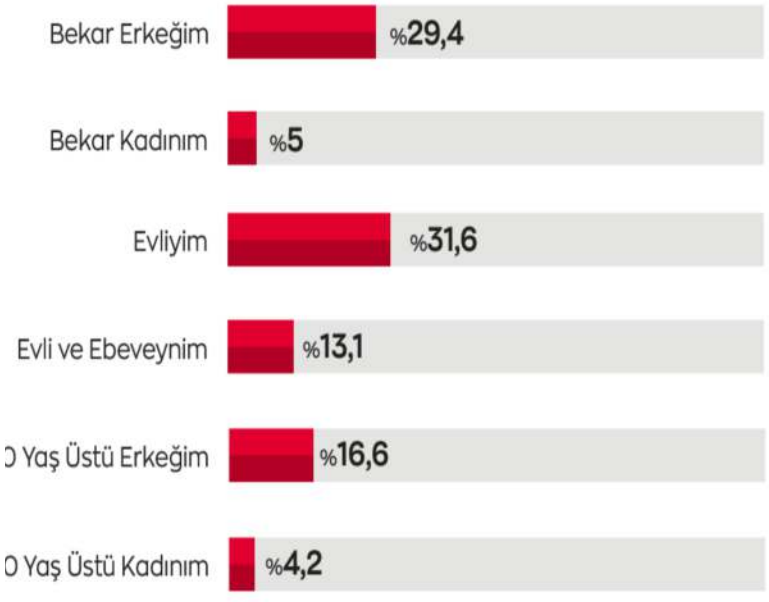
Tüketici Aracını Üst Segment Araçlar ile Değiştirmek İstiyor



Otomotiv sektörlerindeki gelişmeler tüketicilerin ulaşım konusundaki tercihlerini etkiliyor. Değişen tüketici ihtiyaçları, otomotiv firmalarının ürünlerini nasıl geliştireceklerini de şekillendiriyor. Tüketicilerin ulaşım ve araç tercihlerini anlamak üzere arabam.com, 2548 kişinin katılımıyla bir araştırma gerçekleştirdi. Bu çalışma, demografik bilgilere göre tüketicilerin ihtiyaçlarını ve tercihlerini etkileyen faktörlere ışık tutmayı amaçlıyor.

Haber Merkezi

Türkiye'nin önde gelen 2.el otomobil ilan platformu arabam.com, Nisan ayında ebeveynler, bekar kadınlar, bekar erkekler ve 50 yaş üstü bireyleri baz alan, tüketicilerin nabzını tutacak bir araştırmaya imza attı. arabam.com, 2548 kişinin katılımıyla gerçekleştirdiği araştırma sonuçlarını derleyerek, otomotiv sektörüne ışık tutacak istatistikleri paylaştı. Araştırmaya göre tüketicilerin otomobil sahibi olmamalarının en büyük nedeni %57,8 oranı ile bütçe yetersizliği. Otomobili olan tüketicilerin %64,4'ü ise imkanı olsa aracını değiştirmek istediğini söylüyor. Aracını değiştirmek isteyenlerin çoğunluğu ise daha üst segment araçları kullanmak istediği için aracını değiştirmek istiyor. Tüketicilerin hayallerindeki otomobil ise %20,3 oranı ile Mercedes.



arabam.com'un gerçekleştirdiği araştırma sonuçlarına göre ankete katılan kişilerin demografik bilgileri yandaki gibidir:

Tüketici Bütçesi Yeterli Olmadığı için Araç Sahibi Değil

Anket katılımcılarının %64,4'ü araç sahibi iken %35,6'sı araç sahibi değil. Otomobil sahibi olmama sebepleri sorulduğunda kişilerin %57,8'i bütçesinin yeterli olmamasını gerekçe gösterdi. Katılımcıların %19,1'i toplu taşımanın ihtiyaçlarını karşıladığı için, %12,8'i otomobil almak yerine farklı yatırımlar yapmayı tercih ettiği için, %10,3'ü ise ehliyeti olmadığı için araç sahibi olmadığını söyledi. Özellikle bekar kadınlar, bekar erkekler ve ebeveyn olmayan evliler, aracı olmayan en büyük kesimi oluşturuyor ve gerekçe olarak bütçe yetersizliğini belirtiyor.



Tüketici İmkanı Olsa Aracını Değiştirmek İstiyor

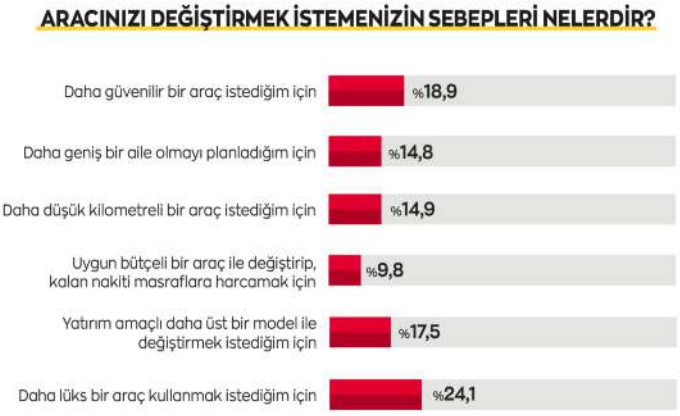
Aracı olan tüketicilere hangi marka araçlara sahip olduklarını sorduğumuzda en çok verilen cevaplar sırasıyla Renault, Fiat, Ford, Hyundai oldu. Ayrıca tüketicilerin %64,4'ü imkanı olsa aracını değiştirmek istiyor, tüketicilerin %35,6'sı ise aracından memnun ve aracını değiştirmek istemiyor.



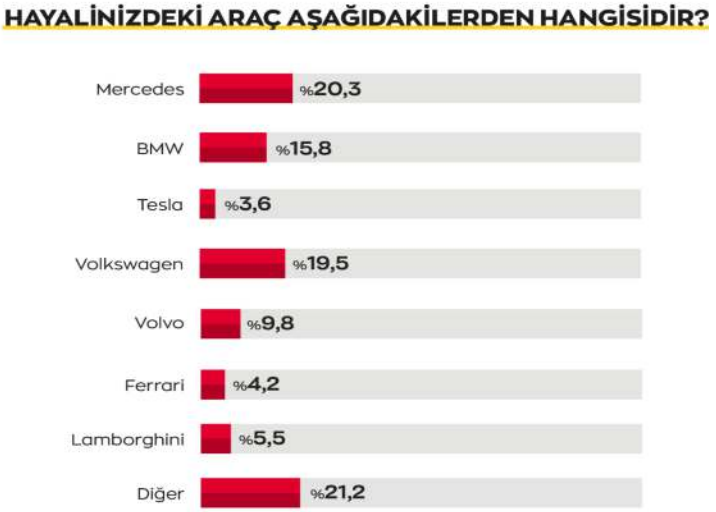


Tüketici Daha Üst Segment Araçlar Kullanmak İstiyor

Aracını değiştirmek isteyen tüketicilere bunun sebebi sorulduğunda ise %24,1'i üst segment araç kullanmak istediğini söylüyor. Tüketicilerin %18,9'u daha güvenilir bir araç istediği için, %17,5'i yatırım amaçlı daha üst model ile değiştirmek istediği için, %14,9'u daha düşük kilometreli bir araç ile değiştirmek istediği için, %14,8'i ileride daha geniş bir aile olmayı düşündüğü için, %9,8'i ise aracını uygun bütçeli bir araç ile değiştirip kalan nakiti masraflara harcamak istediği için aracını değiştirmek istiyor. Evliler ve evli olup ebeveyn olan katılımcılar daha geniş bir aile kurmayı düşündüğü için, daha geniş araç ile aracını değiştirmek istiyor. Bekar kadınlar ve bekar erkekler ise yatırım amacı ile üst model araç istiyor ve daha üst model araçlara binmeyi tercih ettiği için aracını değiştirmek isteyeceğini söylüyor.



Tüketicilerin hayallerindeki araç sorulduğunda ise sırasıyla verilen yanıtlar şu şekilde: Mercedes, Volkswagen, BMW, Volvo, Lamborghini, Ferrari, Tesla, Toyota, Ford, Fiat, Audi, Honda ve Hyundai.



T.U.H.A.F.
MARKA YÖNETİMİ

M. İmer Özer



İş ve Yönetim Serisi

elma

Yerli Girişim Sosyopix, Endeavor'da Türkiye'yi Temsil Edecek.



Kişiselleştirilmiş hediye sektörünün önde gelen oyuncuları arasında yer alan yerli girişim Sosyopix, uluslararası girişimci ağı Endeavor tarafından "Ülke Adayı" seçildi. Geçen yıl 1.2 milyon üye sayısına ulaşan girişimin kurucuları şimdi de Türkiye'yi temsilen, uluslararası seçmelere katılmaya hazırlanıyor.

Haber Merkezi

Girişimcileri destekleyen uluslararası girişimci ağı Endeavor; bu yıl 65. kez düzenlediği Türkiye Yerel Seçim Paneli'nde ülkeyi temsil edecek adayları belirledi. 9 Nisan 2021 tarihinde online olarak düzenlenen panelde fotoğraf baskı ürünleriyle kişiselleştirilmiş hediye pazarının önde gelen girişimlerinden Sosyopix, jüri tarafından "Ülke Adayı" olarak seçildi. Yerli girişimin kurucuları Emre Abat, Erdem Gezer ve Sezgi Abat, bir sonraki aşamada Türkiye'yi temsilen Endeavor Uluslararası Seçim Panelleri'ne katılacak. Türkiye ve dünyadan önde gelen risk sermaye şirketi temsilcileri, girişimciler ve iş insanlarıyla tanışma ve şirketlerini değerlendirme fırsatı elde edecek.

"Türkiye'yi uluslararası arenada temsil edeceğimiz için çok gururluyuz."

2014 yılında kurulan ve globalde de hizmet veren Sosyopix'in Kurucularından Emre Abat, konuya ilişkin şu açıklamalarda bulundu: "Endeavor tarafından 'Yılın Girişimi Ülke Adayı' seçildiğimiz ve Türkiye'yi uluslararası arenada temsil edeceğimiz için çok gururluyuz. Sosyopix'te bu yolculuğa kullanıcılarımızın anılarını hep hatırlayacakları şekilde hediyeler üreterek başladık. Ekip olarak, mutlu ettiğimiz 1 milyonun üzerinde kullanıcılarımızdan ilham alarak yolumuzda ilerliyoruz. Türkiye'den çıkan yerli bir girişim olarak, her gün yeni bir şeyler üretmenin, her gün daha fazla kullanıcıyı mutlu etmenin keyfini sadece Türkiye'de değil daha geniş coğrafyalarda yaşamayı hedefliyoruz. Her gün büyüyen ekibimizle, aldığımız hızlı ve cesur kararların Türkiye'de doğmuş başka girişimlere de cesaret vereceğine inanıyoruz." dedi.

Zorlu pandemi yılında 4.5 kat büyüdü

Gelecek dönemdeki hedeflerine de değinen Emre Abat, "Girişim olarak online fotoğraf baskı kategorisinde çıktığımız bu yolculukta, 'hediyenin yeri' olmaya odaklanıyoruz. Ürün gamımıza 2020'nin son çeyreğinde eklediğimiz konsept hediye kutuları sayesinde, kullanıcıların 'kişiselleştirilebilir, hızlı ve kaliteli hediye' talebini tam anlamıyla karşılıyoruz. Fotoğraf baskı ürünlerinin yanı sıra, alt markalarımızı da oluşturarak so.craft, Nature & Love, Cielo ve Grind Co. markaları ile deri u¨ru¨n, çay ve kahve kategorisinde ilgi odağı olmayı başardık. Pandemiye rağmen istihdamımızı artırarak ekibimizi büyütmeye odaklandık. Operasyon merkezimizin kapasitesini 4 katına çıkardık ve 1.2 milyondan fazla kullanıcıya ulaşarak bu zorlu yılı 4.5 kat büyümeyle kapattık. 2 yıl önce başladığımız yurt dışı satışlara da tüm hızımızla devam ediyoruz. Amerika, İngiltere, İtalya, Almanya, Fransa ve İspanya başta olmak üzere 85'ten fazla ülkeye de gönderim yapıyoruz. 80 kişiye ulaşan genç ve dinamik bir ekiple kişiselleştirilmiş hediye pazarını domine etmeye hazırlanıyoruz." dedi.

LeasePlan Dijital Yatırımlarında Hız Kesmiyor!



LeasePlan Türkiye Genel Müdürü

Türkay Oktay

LeasePlan Türkiye, sunduğu dijital ve esnek çözümler ile 2021 yılına da hızlı bir başlangıç yaptı. Yeni kontrat sayılarını artıran ve yüksek adetli yeni araç yatırımı yapan markanın online platformu Tıkla Kirala ise pandemi döneminde gördüğü ilgiyi daha da artırdı. LeasePlan Türkiye Genel Müdürü Türkay Oktay, "Pandemi dönemiyle toplu taşımadan uzaklaşılması ve kişilerin araç ihtiyacının daha da artması, özellikle yükselen maliyetler ve faizler; araç ihtiyaçlarının çözümlenmesi için kiralamayı daha cazip hale getirdi. LeasePlan Türkiye olarak pandemi öncesinde dijital yatırımlarımıza büyük önem verdiğimiz için bu döneme hazırlıklı girdik diyebiliriz. Var olan hizmetlerimizi daha da geliştirdik ve içinde bulunduğumuz döneme uygun yeni çözümler ekledik. Kullanıcı dostu çözümlerimiz bizi rakiplerimizden farklı kıldı ve 2021 yılına oldukça iyi bir başlangıç yaptık" dedi.

Haber Merkezi

2021 yılına oldukça iyi bir başlangıç yaptık" dedi.

Pandeminin ilk aşamasından itibaren müşteri ve kullanıcı ihtiyaçlarına odaklanmaya devam ettiklerini ve değişen alışkanlıklara özel çözümler üretmeyi hedeflediklerini vurgulayan LeasePlan Genel Müdürü Türkay Oktay, "Örneğin 2012'de hayata geçirdiğimiz Türkiye'nin ilk online filo kiralama sitesi olan tiklakirala.com sitemizi geçtiğimiz Haziran ayında bütün ön yüzünü yepyeni bir kullanıcı deneyimi ile ihtiyaçlara daha hızlı cevap verebilecek şekilde yenileyerek relansmanını yaptık. Şirketlerin ihtiyaçlarına uygun olarak ister ikinci el ister sıfır kilometre kampanyalardan seçim yapabildikleri tiklakirala.com'da her bütçeye ve ihtiyaca uygun binek ve hafif ticari araç teklifleriyle müşterilerimize diledikleri yerden ister akıllı telefonlarından ister bilgisayarından dakikalar içerisinde gerçekleştirebilecekleri bir kiralama deneyimi sunuyoruz" değerlendirmesinde bulundu.

Türkay Oktay sözlerine şu şekilde devam etti: "Pandemi koşulları neticesinde firmaların ihtiyaç ve planlamalarındaki belirsizliklere çözüm olabilmek adınaysa EsnekPlan sistemini devreye soktuk. EsnekPlan'ın sunduğu aylık kiralama kolaylığı ile müşterilerimize operasyonel kiralamanın tüm avantajlarını sunmaya başladık, böylece uzun vadeli taahhütlerde bulunmak istemeyen firmalar için yeni bir çözüm oluşturduk. Diğer yandan, ödüllü platformumuz "İş Ortağım"ı hem yeni hem de mevcut iş ortaklarımızın ihtiyaçlarına göre güncellemeye devam ettik. Bu platform aracılığı ile Türkiye'nin dört bir yanındaki broker'larımız ve white-label iş ortaklarımızın bayileri hedef müşterilerimize ihtiyaç duydukları araca dair teklifi yine dakikalar içerisinde hazırlayıp sunabiliyor. Ayrıca, filo sahibi orta ve büyük ölçekli şirketler için, hızla değişen dünyada araç ve filo politikalarını tüm değişkenlere göre sektörden iyi uygulamalar ışığında 1 saat gibi bir sürede hazırlayabilecekleri, ihtiyaçları değiştiğinde ise kolayca güncelleyip çalışan iletişimini yapabilecekleri Araç Politika Yapılandırıcısı hizmetini sunmaya da başladık."

Teknolojide Kadın Derneği'nin, Tarımda Teknolojik ve İnovatif Çözümler yarışmasında ödüller sahiplerini buldu



Teknolojide Kadın Derneği (WTECH) tarafından düzenlenen ve tarımın sürdürülebilirliğine katkı verecek fikir ve projeleri teşvik etmeyi hedefleyen "Tarımda Teknolojik ve İnovatif Çözümler" yarışmasında ödüller sahiplerini buldu. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı'nın desteğini de alan yarışmada, erken aşama tarım girişimi Nanomik, 100 bin TL'lik ödülün sahibi olurken, üniversite kategorisinin birincisi Confarm ekibi de 30.000 TL'lik ödüle hak kazandı.

Haber Merkezi

Yarışma 7 Nisan 2021 tarihinde, çevrimiçi olarak gerçekleştirildi. Programda konuşmacı olarak T.C. Cumhurbaşkanlığı Ekonomi Politikaları Kurulu Üyesi Hakan Yurdakul, Teknolojide Kadın Derneği Kurucu Yönetim Kurulu Başkanı Zehra Öney, Global Compact Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı ve Akkök Holding CEO'su Ahmet Dördüncü yer aldı.


T.C. Cumhurbaşkanlığı Ekonomi Politikaları Kurulu Üyesi Hakan Yurdakul

TEKNOLOJİDE Kadın Derneği'nin (Wtech), kadın girişimcilere yönelik, tarımın sürdürülebilirliğine katkı sağlayacak ve etkisini güçlendirecek yeni fikir, proje, ürün ve hizmetleri teşvik etmek amacıyla düzenlediği Tarım ve Orman Bakanlığı'nın da desteğini alan "**Tarımda Teknolojik ve İnovatif Çözümler**" yarışmasında ödüller sahiplerini buldu.

Kadın girişimcilerin sürdürülebilir tarım teknolojilerine yoğunlaşmasını sağlamayı amaçlayan yarışma, UNDP'nin Küresel Amaçları kapsamında, "Açlığa Son" başlığı çerçevesinde kurgulandı. Tarımda dönüşüm yaratacak yenilikçi çözümleri olan kadın mühendis, veteriner hekim ve girişimcileri destekleyen "Tarımda Teknolojik ve İnovatif Çözümler" yarışması ile aynı zamanda, gençlerde sürdürülebilirlik, takım çalışması, proje geliştirme, sorun çözme, liderlik ve sorumluluk alma bilincinin de geliştirilmesi hedeflendi. Avrupa Yatırım ve Kalkınma Bankası (EBRD), Hollanda Yatırım Bankası (FMO), Amazon Web Service, Tekfen, Cargill, Yemek Sepeti, Kredi



Kayıt Bürosu, SAS ve ADColony'nin destekleriyle hayata geçen yarışmaya ilgi yoğun oldu.

Üniversite Öğrencileri ve Erken Aşama Girişimler Katıldı

"Üniversite" ve "Girişimci" olmak üzere iki ayrı kategoride düzenlenen yarışmada ön elemeyi geçen girişimciler, jüri değerlendirmesinden önce düzenlenen girişimcilik kampı ile gelişim desteği de aldılar.
7 Nisan 2021 tarihinde çevrimiçi gerçekleştirilen yarışmada başvuru sahipleri jüriye sunumlarını gerçekleştirdi. Yarışma jürisi şu isimlerden oluştu: **Öğrenciler Yarışması Jürisi**: Başak Kural Uslu, (eLogo), Dr. Nevzat Birişik, (TAGEM) Nurcan Bıçakçı Arcan (SAS), Sonat Akat (Cargill), Emre Özmen (FMO Bank), Tunç Berkman (TBS Investments), **Girişimciler Jürisi** Zehra Öney (Wtech), Elif Dağdeviren (EDGE All-In-One), Tunç Özgül (AWS), Barış Öney (Globalturk Capital), Emre Alaman (HP Turkey), Mehmet Uvez (EBRD), Koray Kaya (KKB), Altan Küçükçınar (DCP) Mustafa Tercan (Esas Holding)

Toplam 145 Bin TL Ödül Verildi
Ön elemeyi geçen 10 üniversite ve 10 erken aşama girişim ekibi arasından, jüri değerlendirmesi sonucunda erken aşama girişimci ödülünün sahibi, gıda ve tarım ürünlerine yönelik yüzde 100 doğal çözümler geliştiren bir biyoteknoloji firması olan Nanomik ile Buse Berber Örçen oldu. **Üniversite kategorisinde ise Confarm ekibi birinci, Mühendis Beyinler ikinci, Kybele's Garden ekibi ise üçüncü seçildi.** Girişimci kategorisinde birinci seçilen girişim **100.000 TL,** üniversite kategorisinde birinci **30.000 TL,** ikinci **10.000 TL,** üçüncü ise **5.000 TL** para ödülüne hak kazandı.

Tarım ve Orman Bakan Yardımcısı Ayşe Ayşin Işıkgece konuyla ilgili şunları söyledi:

"Günümüzde teknolojinin, savunma sanayiden sonra en çok kullanıldığı alan şüphesiz ki tarımdır. Önümüzdeki süreçte dünyamızı bekleyen iki büyük tehlike söz konusudur: Kuraklık ve açlık. Bunun yanı sıra tüm dünyada küresel bir salgınla mücadele devam etmektedir. Bu süreçte tarım ve gıdanın tüm insanlık için ne kadar önemli olduğu bir kez daha öne çıkmakta, bu sorunlarla mücadelede tarımın önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Kadınlarımızın Anadolu'nun bereketli topraklarına uzanan elleriyle tohuma can vermelerini, girişimci ruhlarıyla tarımda teknolojinin mutfağında yer alarak önemli projeleri hayata geçirmelerini son derece önemsiyor ve destekliyorum. Bu ve buna benzer başka platformlarda başarı sağlayan kadınlarımızın herkese örnek olacağını, cesaret vereceğini biliyor, tarımda kadının gücünün artarak devam edeceğine yürekten inanıyorum."

Programda bir konuşma gerçekleştiren **T.C. Cumhurbaşkanlığı Ekonomi Politikaları Kurulu Üyesi Hakan Yurdakul** şunları söyledi: "*Öncelikle böyle ilgi çekici ve gerçek üretimle ilişkili bir yarışmayla kadınların istihdama, girişim dünyasına ve çok büyüyeceği belli olan tarım ve gıda sektörüne dahil olmalarını sağlayanları tebrik ederim. Covid-19'un ciddi bir değişim ve dönüşümü de beraberinde getirdiğini görüyoruz. Ekonomide herkesin ölçekten kaynaklı pazar sınırları olmadan kendi işini yapabileceği yepyeni bir dünyaya doğru gidiyoruz. Yeni normalde iki sektör çok öne çıkıyor; sağlık ve gıda sektörü. Tarım ve gıda sektörü dünyanın geleceğinde çok önemli bir yer oynayacak. Türkiye'nin burada ciddi rekabet avantajları var. Ülkemiz tarımsal üretimde Avrupa'da ilk sırada. 2019 verilerine göre tarım ve gıda ürünlerindeki ihracatımız 17.7 milyar olarak gerçekleşmişti ve bu sektör bizim dış ticaret fazlası verdiğimiz önemli sektörlerden birisi.*"

Zehra Öney: "Tarımda Kadının Gücünü Ortaya Çıkarmalıyız."
"Kurulduğumuz günden bu yana özellikle STEM alanındaki kadın sayısını arttırarak, sektördeki istihdam açığına görünür bir katkı sağlamaya çalışıyoruz" diyen Teknolojide Kadın Derneği Kurucu Başkanı Zehra Öney şunları söyledi: "*Teknolojide Kadın Derneği olarak kadınların iş gücünü arkamıza alıyoruz. 2025 yılına kadar eğer tam cinsiyet eşitliği sağlanırsa dünya ekonomisine 28 trilyon dolarlık ek katkı sağlamak mümkün. Pandemiyle* birlikte, *dünyanın geleceği için tarımda sürdürülebilirlik konusu, önceliğini arttırdı. BM tahminlerine göre 2050 yılında dünya nüfusu 10 milyara ulaşacak. Bu da gelecekte yeterli yiyecek bulma ve gıda güvenliği konusunda insanlığı endişelendiriyor. BM Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) 2050'de öngörülen nüfusu beslemek için, gıda üretiminin yüzde 70 oranında artması gerektiği açıkladı. Bunun yolu ise yüksek teknolojiyi tarıma entegre etmekten geçiyor. Türkiye tarım alanında büyük bir potansiyele sahip. GSYH'da tarımın payı 2020 yılında yüzde 6,5'e ulaştı. Ülkemizin tarım sektörü için 2023 itibarıyla ulaşmayı planladığı; tarımsal gayrisafi yurt içi hasılayı 150 milyar dolara ve tarım ihracatını 40 milyar dolara çıkarma hedefi önemli göstergelerdir. Biz de bu yarışmayla teknolojideki eğitim, bilgi ve birikimini tarım sektörünün inovasyonla gelişmesine aktaran kadınlarımızı destekleyerek, tarım sektörünün büyümesine katkı sağlamayı hedefledik.*"

TEKNOLOJİDE KADIN DERNEĞİ (WTECH) Hakkında: Teknolojide Kadın Derneği (Wtech), 31 Ocak 2019 tarihinde, bilim ve teknoloji alanlarında eksik olan ve gittikçe de eksikliği artacak olan, alanında uzman insan ihtiyacını kapatmak, uzmanlık eğitimlerine yatırım yapıp yetişmiş birey sayısını artırmak, Türkiye'yi teknoloji konusunda güçlü bir şekilde, küresel rekabette avantajlı bir ülke haline getirmek; Türkiye'nin refah gücünü arttırmak için kuruldu. Teknolojide Kadın Derneği'nin amacı; bilim ve teknoloji dünyasında, kadının kendi potansiyelini keşfetmesini ve fırsat eşitliğini sağlamak.

Yarışmada ödül kazanan projeler:

Erken Aşama Girişimci Ödülü: NANOMİK



Buse Berber Örçen'in kurucu olduğu Nanomik, gıda ve tarım ürünlerine yönelik yüzde 100 doğal çözümler geliştiren bir biyoteknoloji firması. Girişimin Mottosu ise Tarladan Sofraya Doğadan Gelen Koruma" Nanomik, geleceğin en önemli sentetik pestisit alternatifi olan biyopestisit pazarına, bitkisel moleküllerin çevresel koşullara karşı dayanımını arttıran, sentetik koruyucular kadar stabil ve etkili olmalarını sağlayan mikroenkapsülasyon teknolojisi geliştirdi. Patentli mikroenkapsülasyon teknolojisi ile geliştirdiği ürünler kullanıcıların alışık olduğu sistemi değiştirmeden uygulayabilecekleri kullanıcı dostu çözümler. Ayrıca yüzde 90'ın üzerinde yerli kaynaklardan üretiliyor.

Üniversite Kategorisi
Birincilik Ödülü: Confarm



Elif Nisa Güler'in liderlik ettiği Confarm konteynerlar içerisinde hidroponik tarım yöntemi kullanarak gelişmiş şehirlerin beton meydanlarından Afrika'nın uzak köylerine kadar her yerde geleceğin tarımını yapmak hedefiyle çalışıyor" ConFarm transparan konteynerleriyle üretiyoruz çok daha dar alanda, 8 kat daha az su kullanarak, 10 kat daha fazla verim alan Confarm pestisit kullanmıyor.

İkincilik Ödülü: Mühendis Beyinler

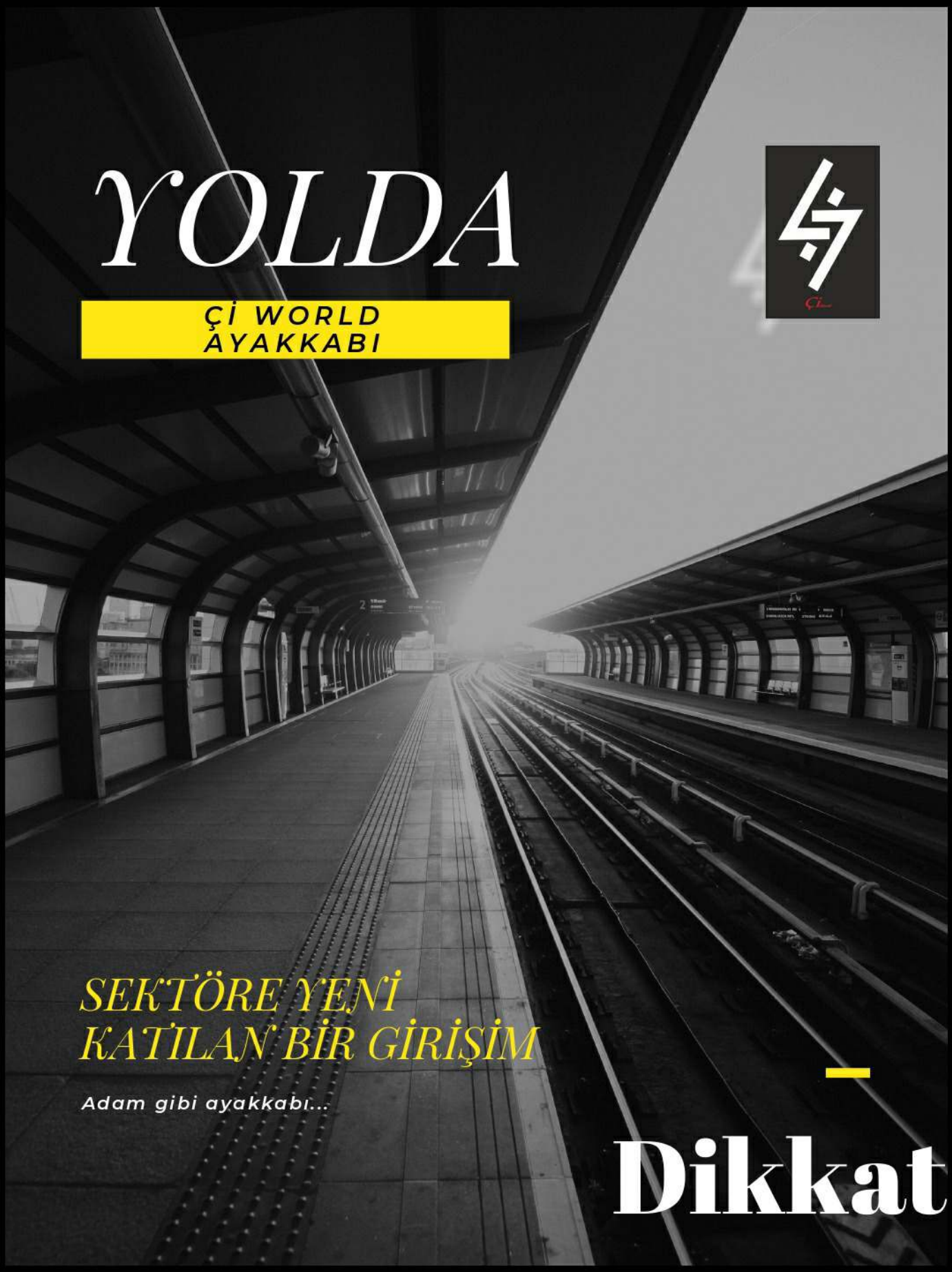
Betül Demir'in liderlik ettiği Mühendis Beyinler Uydudan ve dronelardan alınan verilere göre arazideki hastalığın varlığının tespit edilerek, drone uçuşları ile hastalıklı alanlardan görüntü elde edilmesi ve üreticilere bilgi akışını sağlayan bir proje geliştirdi.



Üçüncülük Ödülü: Kybele's Garden

Aygen Savaş Alkan'ın liderlik ettiği Kybele's Garden Mikroalg yetiştirmek amacıyla hayata geçirilecek üretim platformları üzerinde ikinci bir eşzamanlı üretim katmanı olarak hidrpponik akıllı dikey tarım sistemi kurma ve alg besi ortamıyla uyumlu tarım ürünlerinin üretimi sağlama projesi geliştirdi.




YOLDA
Çİ WORLD
AYAKKABI
SEKTÖRE YENİ
KATILAN BİR GİRİŞİM
Adam gibi ayakkabı...
Dikkat





Silikonlu Ayakkabı

Kadın ve Erkek ayakkabı sektöründe, ezberleri bozan üretim adımları sayesinde, hem rahat, hem sağlıklı, hem de şık ayakkabı üretimini sağlamak ve daha da iddialı olarak Türkiye'nin markası olmaya adaylığını ilan eden Çİ WORLD, yolculuğuna KOS'GEB den AR_GE İnovasyon desteği alarak başlamış, fikri maddeye dönüştürdüğü süreçte de "Proje başarılıdır " raporu ile yolculuğunun ilk adımını tamamlamıştır.

AYAKLARINIZI GÜLDÜREN AYAKKABI....

@ci_world

Çİ WORLD markası, ezberleri bozan üretim teknikleri ve geliştirdiği SİLİKON formu sayesinde mevcutta üretilen ayakkabılardan rahatlığı, şıklığı ve kalitesiyle farklılık göstermektedir. Özellikle klasik ayakkabılarda bedenin tüm yükünü çeken ayakların bu kadar rahatsız kabının olması markamızın çözüm bulma konusunda çıkış noktasıdır. Bilindiği üzere bir çok ayak rahatsızlığının sebebi rahatsız ayakkabılardan kaynaklanmaktadır. Özellikle tırnak batması, kemik çıkması ve topuk dikeni rahatsızlıklarının temelini oluşturan rahatsız ayakkabılar ne kadar şık olsalar da kullanıcılarına yaşattığı rahatsızlık sebebi ile kullanım süresini azaltmakta sadece ayakkabı dolaplarımızı süslemektedir. Rahatlık şıklık ve kalite yönünden iddialı olan Çİ WORLD markası ile bir kez tanışmanız yeterlidir.

Özcan Deniz'den Bir İlk Paralel Evrenlerin Kapısını Aralayan 'Senkron' Nisan Ayında Gain'de



Türkiye'nin yeni nesil dijital içerik platformu GAİN, farklı tarzdaki dizileri ile izleyicilerine geniş bir yelpazede seyir deneyimi sunmaya devam ediyor.

GAİN'in suç ve gerilim türündeki yeni dizisi 'Senkron', izleyicileri paralel evrenlerde geçen sürükleyici bir zaman yolculuğuna davet ediyor. 'Senkron'un oyuncu kadrosunda ise dizinin hem yönetmenliğini hem de senaristliğini üstlenen Özcan Deniz'in yanı sıra Feyza Aktan, Cansel Elçin ve Uygar Özçelik yer alıyor.



Haber Merkezi

Zamanda yolculuk mümkün mü? Paralel evrenler gerçekten var mı? Hayallerimiz, yarım kalan aşklarımız, pişmanlıklarımız veya kayıplarımız başka bir evrende varlığını sürdürüyor olabilir mi? 21. yüzyılda herkesin kafasının bir köşesini meşgul eden bu soruları konu alan **'SENKRON'** Nisan ayından itibaren Gain'de tüm bölümleriyle izleyicisi ile buluşuyor.



GAİN'in distopik gerilim ve suç temalarındaki ilk orijinal dizisi olma özelliğine de sahip olan 'SENKRON', 6 bölümden oluşuyor. Yaşadıkları gizemli bir olayla kendilerini bir anda paralel evrenlerinde bulan Sedat ve Mina'nın hikayesine odaklanan Senkron, hızlı temposu ve sürükleyici hikayesiyle zaman hakkındaki düşüncelerimizi değiştirecek farklı bir seyir keyfi vaad ediyor.

GAİN'in yepyeni dizisi 'Senkron'un oyuncu kadrosunda Özcan Deniz, Feyza Aktan, Cansel Elçin, Uygar Özçelik, Zeynep Tuğçe Bayat, Kuzey Deniz, Emre Akkuş, Melis Gürhan, Semra Dinçer ve Mazlum Kiper yer alıyor.

Deney Tasarlayarak Çözüm Geliştirenler Rekabette Öne Çıkacak



İş dünyası pandemi nedeniyle artık daha fazla belirsizlik ve frekansı değişen oranda yeni problemle karşı karşıya geliyor. Sadece mevcut problemlere yeni çözümler bulmak değil, aynı zamanda oluşabilecek yeni problemler için farkındalık giderek önem kazanmış durumda.

Haber Merkezi

İş dünyası global ölçekte pandeminin de etkisiyle belirsizlikle mücadele etmenin yeni yollarını aramaya başladı. Tedarik zincirlerinde yaşanan ani değişimler, uzaktan çalışmanın artması ve dijitalleşmenin yoğun şekilde iş yapma biçimlerine yaptığı yıkıcı değişimler, mevcut süreçlerle yola devam etmeyi artık imkansız hale getirdi. Öneri sistemleri kurmayan, problem çözme süreçlerini etkin tanımlamayan şirketlerin rekabette adının bile geçmeyeceği günlere gidildiğini vurgulayan Podera İş Geliştirme ve Pazarlama Direktörü Rıfat Çetin, kurumlarda belirsizliğe karşı değişim yönetiminin öne çıktığını, yeni süreçte insan kaynakları, eğitim ve iş mükemmelliği yöneticilerine çok iş düştüğünü kaydetti.

"Çalışanların artık herhangi bir yönlendirme beklemeksizin problem tanımlama, hipotez geliştirme, problem çözme adımlarını belirleme ve tüm süreç sonunda yeni bir öneri sistemi kurmak veya mevcut bir öneri sistemine eklemeler yapmak noktasında hem sorumlu hem de bilinçli olması gerekiyor" diye konuşan Çetin, katılımcılık kültürünü geliştiren şirketlerin rekabette sürekli olarak önde kalacağını ifade etti. İş dünyasının kanaat liderleri ve yöneticileri ile yaptıkları görüşmelerde inovasyona farklı bir bakış açısı arandığını belirlediklerini aktaran Çetin, Podera olarak bu kapsamda özgün metodolojilere sahip ExpeBiz'i geliştirdiklerini söyledi.

"Sorumluluk Bilinci Artıyor"

Otomotiv yan sanayisinde yer alan bir şirket ile bilişim teknolojileri alanında yer alan öncü bir şirkette fikirleri hayata geçirme servisinin ilk uygulamalarını yaptıklarını ExpeBiz ile şirketlerde problem farkındalığı sürecinin önemini gördüklerini paylaşan Çetin, öngörülmeyen sayıda problemin ortaya çıktığını ve buna bağlı hipotez geliştirildiğini, oluşturulan çalıştay grupları ile hem sorumluluk artışının hem de potansiyel kullanımının çevik bir yaklaşımla gerçekleştirilebildiğini gördüklerini sözlerine ekledi.



Podera İş Geliştirme ve Pazarlama Direktörü Rıfat Çetin

Tarım Turizminin Küresel Turizmdeki Yeri

PROF. DR. ORHAN ÖZÇATALBAŞ YAZIYOR
ozcatalbas@isteilham.com



D ünya toplam turizm endüstrisi 3,2 trilyon Amerikan doları düzeyindedir. Küresel turizm endüstrisinde tarım turizminin payı yaklaşık yüzde 5 kadar olup, mutlak değer olarak 60-160 milyar dolar arasında olduğu tahmin edilmektedir. İlk sırada ise yaklaşık yüzde 32'lik pay ile kültürel turizm yer alırken yüzde 16'lık pay ile mutfak turizmi ikinci sırada ve yüzde 14'luk pay ile ekolojik turizm üçüncü sırada yer almaktadır. Küresel turizm endüstrisinin yaklaşık yüzde 13'ünü sağlık turizmi, yüzde 11'ini spor turizmi, , yüzde 4'ünü seyahat turizmi, yüzde 2'sini medikal turizm, yüzde 1'ini dinsel turizm ve yüzde 0,6'sını gönüllü(yardım) turizmi oluşturmaktadır(Anonim, 2013). Bu veriler her ne kadar tarım turizminin yüksek paylara sahip olduğunu göstermese de kırsal alan dikkate alındığında yüzde 20'nin üzerine çıkmaktadır.

Çizelge 1. Dünya Turizm Gelirlerinin Alt Segmentlere Göre Dağılımı

Turizm Çeşidi	*Değer* (Milyar ABD $)	*Payı (%)*
Tarım Turizmi	*60-160*	*4,73*
Kültürel Turizm	800-1100	32,54
Mutfak/Gastronomi Turizmi	350-550	16,27
Ekolojik Turizm	325-480	14,20
Sağlık Turizmi	439	12,98
Spor Turizmi	250-375	11,09
Seyahat Turizmi	115-150	4,44
Medikal Turizm	50-60	1,77
Dinsel Turizm	37-47	1,39
Gönüllü Yardım Turizmi	10-20	0,59

Kaynak: Anonim, 2013.

Günümüzde kırsal alanlarını turizme açan ve kurdukları organizasyonlarla önemli kırsal turizm ve tarım turizmi merkezlerine sahip olan ülkelerin önemli sayıda olduğunu belirtmek gerekir. Türkiye'de de farklı boyutlarda olmak üzere geleneksel olarak gelişmeye sahne olmuş yayla turizmi gibi çeşitli kırsal turizm örnekleri bulunmakla birlikte (Özçatalbaş, 2000), sistematik ve kamu desteği ile kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik projeli çalışmalar iki binli yıllarda başlamıştır. Özellikle 2006 yılında bölgeler arası eşitsizliklerin azaltılması ve bölgesel kalkınmanın sağlanması amacıyla kurulan ve özerk kamu kuruluşları statüsünde hizmet veren Kalkınma Ajansları ve AB Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma Programları(IPARD) bu alandaki gelişmelere ivme sağlamak bakımından önemli etkilerde bulunmuştur. Bilindiği gibi AB'ne aday ülke statüsünde bulunan Türkiye'nin Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikası gereğince tarım sektörü ve kırsal alanda sürdürülebilirliği sağlamak üzere uyumu öngören IPARD Programı(Pre-Accession to European Union Rural Development Program; IPARD-1:2007-2013; IPARD-2:2014-2020) kapsamında kırsal alanda turizmin geliştirilmesini de içeren bir sürecin başlamamasında önemli rol oynamıştır.

Ancak halen Türkiye'de yöresel zenginliği bulunan kırsal alanlar sayıca fazla olduğu halde tarım turizminin yaygınlaşmış ve kurumsallaşmış olduğunu söylemek güçtür. Kentlere yakın kırsal alanlarda günübirlik rekreasyon etkinlikleri önemli ölçüde dikkate değer yoğunluktayken, kırsal yerleşimlerde konaklamalı etkinlikler (bazı bölgeler dışında) yeterince gelişmemiştir. Yerel kültür özelliklerinin korunarak, özgün yöresel ürünlere sahip kırsal yerleşim alanlarının turizm amaçlı değerlendirilmesinin kırsal ekonomiye sağlayacağı dinamizm önemlidir(Ukav ve Çetinsöz, 2015). Bu nedenle kırsal alanlarda üretim faaliyetinde bulunan tarım üreticilerinin ve ailelerinin tarım turizminin getirilerinden yararlandırılmasına yönelik çalışmalara ağırlık verilmesinin önemli olacağını belirtmek gerekir.

Bu çerçevede niş pazar özelliği taşıyan farklı uygulamalar üzerinde durmak yukarıda belirtilen ilgili alanlarda avantaj sağlamaktadır. Bu kapsamda coğrafi işaretli(GI:Geographical Indication) ürünlerin son yıllarda kırsal turizm açısından da önemli bir araç olarak kullanıldığı görülmektedir. Tabii coğrafi işaret (Cİ) yerel değerlerin korunması yanında Cİ'li ürünlerin pazar büyüklüğünün dünya genelinde 200 milyar dolara ulaştığı dikkate alındığında ekonomiye de önemli katkı sağlamakta olduğu görülmektedir. Bu veriler içinde coğrafi işaretli ürünlerin tarım turizmiyle entegre edilmesinin önemini görmek bakımından anlamlıdır(EC, 2012). Bununla birlikte coğrafi işaretlerde olduğu gibi organik yetiştiriciliğe ve işlemeye dayalı girişimler de kırsal turizmde önemli avantaj sağlamaktadır. Bu kapsamda örneğin İtalya gibi bazı ülkelerde Organik Tarım Turizmi (agro-organic tourism) ile farklı bir niş pazar alanları da oluşmaktadır (Boz ve ark., 2011).

Hedefinizi Belirleyin, Aksiyona Geçin…



İşte İlham Dergisi okurları için bu ay, Türkiye'nin Markasını yaratmak üzerine büyük uğraş veren İstanbul Deri ve Deri Mamülleri İhracatçılar Birliğinin Başarılı Başkanı Mustafa Şenocak ile İhracatı ve Girişimciliği konuştuk…
Birliğin çalışmaları hakkında detaylı bilgiler aldığımız Sayın Şenocak Pandemi sürecinde de hiç ara vermediklerini ve bir çok yeniliği de Birliğin çalışmalarına eklediklerini detaylı olarak anlattı..
Özellikle İhracat yapmak isteyen ve Deri sektöründe faaliyet göstermek isteyen tüm Girişimciler için işte ayrıntılar…

Haber Merkezi

Mustafa Bey sizi biraz tanıyabilir miyiz? Deri ile olan bağınız ne zaman başladı? Deri işine girişle ilgili bir hikayeniz var mı?

1959 Trabzon, Dernekpazarı doğumluyum. 1983'te İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nden mezun oldum. 30 yılı aşkın süredir; Derimsa Deri Mamulleri San. ve Tic. Ltd. Şti., GR Deri Tekstil Ayakkabı ve Hediyelik Eşya Ürünleri Ltd. Şti., İkon Deri San. ve Dış. Tic. A.Ş., Fimaks Plastik A.Ş., Şenocak Konut Proje Yapı San. ve Tic. A.Ş. ve MYM Gayrimenkul İnşaat San. ve Tic. A.Ş. gibi firmalarla deri ve deri mamulleri başta olmak üzere farklı sektörlerde faaliyetlerimi sürdürüyorum.

2004 yılından bu yana İDMİB Yönetim Kurulu Üyesiyim. 2014'ten itibaren ise İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yapıyorum. İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanlığımın yanı sıra Türkiye Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Yönetim Kurulu Üyesi ve İstanbul Ticaret Odası (İTO) Meclis Üyesi olarak da hizmetlerime devam ediyorum.

Pes etmeyi değil devam etmeyi seçtim…

Özellikle okurlarımız genç girişimcilerden oluşmaktadır. Girişimci olmak bir hikaye yazmaktır. Öyle ya da böyle pes etmemek anlamına da gelir. Hatta kimilerine göre normalin dışında olmaktır. Sizin pes etmek üzere olduğunuz ama hayır devam etmeliyim dediğiniz ve buradan bir başarı öyküsü yazdığınız bir kırılma anınız var mı?

Öncelikle ulaşmak istediğiniz bir hedef belirlemelisiniz. Yapmak istediğiniz işe uygun hazırlık ve girişimlerde

bulunmalısınız. Ben Siyasal okuduğum halde kamuda çalışmak istemediğim için bazı haklarım olmasın diye üç aylık süre için yatay geçişle İktisat diploması aldım. Hedefim ticaret yapmaktı. Çıraklıkla iş hayatına başladım. Kısa bir süre sonra patronumla ayrı bir şirket kurup ortak oldum. Ortaklığımın ilk yılında sermayenin iki katı bir müşteride paramız takıldı. Bu an benim ticari hayatımdaki en önemli andır. Ya pes deyip ticari hayatıma nokta koyacaktım veya üstesinden gelip gerekli dersi alıp devam edecektim. Devam ettim. Ancak çok önemli bir ders almış oldum. 38 yıllık ticari hayatımda buradan aldığım dersle devam ediyorum. Hiçbir zaman bir müşterinize (ne kadar sağlam, güçlü olursa olsun) sermayenizin belli bir oranından fazla kredili mal vermemelisiniz.

İhracatçılar Birliği olarak faaliyetleriniz yakından takip eden bir medya kuruluşu olarak, geleneksel bir sektör olan deri mamulleri sektöründe her dönemden farklı ve özellikle Pandemi Dönemine göre artış gösterdiğini biliyoruz… Bu aşamada farklı olarak üyelerinize nasıl imkanlar sağlıyorsunuz? Web sitenizde belirtilen desteklerinizin dışında destek için bir politikanız var mı?

Dijital dönüşüm, eğitim ve tanıtım çalışmaları ile firmalarımızın gelişimini ayrıca destekliyoruz. İhracatçıların finansal sorunlarını çözmek adına da çalışmalar yürütüyoruz. Bu anlamda yıllık aidatı kaldıran ilk İhracatçı Birliklerinden biri olarak da diğer kuruluşlara örnek olduk.

Ayrıca, Koronavirüs salgını ile yaşanan ihracat kaybımızı telafi etmek ve ihracatımızı daha da artırmak adına "B2B Portal" projemizi hayata geçirdik. Tabii ki buradaki asıl amacımız yurtdışındaki alıcılarla firmalarımızı sanal ortamda bir araya getirmek. 25 Ocak 2021 itibariyle yayına başlayan turkishleather.com B2B portalımızda 136 firmamız 2200'ün üzerinde ürünle yer alıyor. İngilizce ve Rusça dilinde hazırladığımız portalımızın Almancası için de çalışmalarımız sürüyor. Dijital tanıtımlarına yakın zamanda başladığımız portalımıza başta İngiltere, Rusya ve ABD olmak üzere 18 ülkeden 100'ün üzerinde alıcı da kayıt yaptırmış durumda. Katılımcı ve alıcı firma sayımız her geçen gün artmaya devam ediyor.

Dijital dönüşümde pilot uygulamamız olan Türkiye'nin ilk dijital Ur-Ge projemizi de bu dönemde hayata geçirdik. "Dijitalleşme ve E-ticaret Ur-Ge Projemiz" Ticaret Bakanlığımızın onayları ile çalışmalarına başladı.
Firmalarımız için dijital içerikler üretmeye de devam ediyoruz. Hem genel hem de ülke özelinde gerçekleştirdiğimiz online trend seminerleri ile bu alanda firmalarımıza destek olmaya devam ediyoruz.
Tanıtım çalışmalarımızda bu dönemde hız kesmedi. Pandeminin hemen başında "Üretmeye Hazırız" filmimizi İngilizce ve Rusça olarak hazırladık. Hedef pazarlarımızda sosyal medya aracılığıyla milyonlarca kişiye sektörümüzü anlattık. Ayrıca, Türkiye Tanıtım Grubunun desteğiyle tamamladığımız sektör tanıtım filmlerimizi de yakın zamanda yayınlamaya başladık.

Bunun yanında pandemi sonrası döneme de hazırlık yapılması gerektiğini düşünüyoruz. Bu noktada global alıcıların özellikle sorguladığı sosyal uygunluk konusunda da firmalarımıza destek sağlanması taleplerimiz arasında. Ayrıca, tamamı yabancı alıcılara yönelik yurt içi butik fuarların destek kriterlerinin revize edilmesi sektörümüz için oldukça stratejik bir konu. Yurtdışı ticari alacak sigortasında tahsis onay sürelerinin kısalması ve ihtilaflı alacaklarda mahkeme sonucunu beklemeye gerek kalmadan süreçlerin hızlandırılması bir diğer talebimiz.
Pandemi sürecinde alınan tedbirler ve değişen tüketim alışkanlıklarından en çok sektörümüz etkilendi. Bu sebeple sektörümüzün öncelikli desteklenecek sektörler arasına alınması bir diğer talebimiz. İDMİB olarak bizler de sektörümüzün gelecek planlamaları konusunda Ticaret Bakanlığımız ve TİM ile yoğun şekilde istişarelerimizi sürdürüyoruz.

Deri Sektörüne (Ayakkabı, çanta, giyim v.s) girmek isteyen bir çok Girişimci (Ar-Ge projeleri geliştirmesine rağmen) yeterli destek göremediğini ve mucit olmasına rağmen yatırımcıları ile buluşamadığından şikayetçi… Zaten bu yazı dizimizin sebebi de aslında bu durum… Bir İhracatçı Birliği olmanıza rağmen, Girişimci olan, fikir geliştiren ve bu fikri gerçeğe dönüştürmek isteyen fikir insanları için projeleriniz ya da yatırımlarınız var mı?

Sektörümüzün gelişimi için en önemli konunun eğitim ve tasarım olduğunu biliyoruz. Bu konuda da ciddi adımlar atıyoruz.

Yeni tasarımcıların sektörümüze kazandırılması amacıyla İDMİB olarak Ticaret Bakanlığı'nın destekleriyle Tasarım Yarışmaları düzenliyoruz. Gerçekleştirdiğimiz bu yarışmalarla sektöre çok değerli tasarımcılar kazandırıyoruz.
Tasarımcıların deri konfeksiyon ve saraciye kategorilerinde yarıştığı yarışmalarımızda başarılı tasarımcılar ödüllendiriliyor. İlk üçe giren tasarımcılar eğitim ve para ödüllerinin yanı sıra Bakanlığın tercihi ile yurt dışı eğitime gönderiliyorlar. Özellikle genç kuşakların deri ve deri mamulleri sektöründe daha fazla yer almasını hedefliyoruz. Bu amaçla Nisan ayı itibariyle Girişimci Tasarımcılar programımızı başlattık. İlk etapta Birliğimiz yarışmalarında dereceye giren finalistlerimizle başlattığımız program ile geleceğin tasarımcılarını sektörümüze kazandırmak istiyoruz.

Ülke Ekonomisini güçlendirmek istiyoruz…

İhracatçılar Birliği olarak farkınız nedir? Net olarak sizi diğer birliklerden öne taşıyan özellikleriniz nelerdir?

İhracatçı Birlikleri olarak katma değeri yüksek ihracatı arttırmayı hedefliyoruz. İhracat yoluyla ülke ekonomisini güçlendirmek istiyoruz. Dış ticaret fazlası veren Türkiye hedefiyle birlik üyelerinin ihtiyaçlarını karşılayacak çözümler üretiyoruz. İDMİB olarak bizlerde son dönemde sektörümüzün sorunlarını çözmek adına ciddi mesafeler kaydettik.

Bunun yanında sektörümüzün sürdürülebilir ihracat artışı için pazar araştırma raporları, sektör analizleri ve ülke profilleri hazırlıyoruz. Fuar, ticaret heyeti ve alım heyeti gibi etkinliklerle alıcı portföyümüzü her geçen dönem daha da genişletiyoruz. Bu anlamda bütüncül bir bakış açısıyla ihracatçıyı desteklemenin yanında çoğunluğu KOBİ olan firmalarımızın gelişimini de yakından takip ediyoruz.

Bir Üretici size kaydolduğunda hangi anlamda avantajlarla karşılaşacaktır? İşe yeni başlayan Üreticiler için ihracat anlamında bir start-up planı oluşturuyor musunuz? Yoksa herkesin belli bir noktaya geldikten sonra mı üyeliğini kabul ediyorsunuz?

İhracat yapacak gerçek veya tüzel kişilerin ihraç edecekleri malın ait olduğu sektörde faaliyet gösteren Birliklere üye olmaları gerekiyor. 5910 sayılı Türkiye İhracatçılar Meclisi İle İhracatçı Birliklerinin Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun gereğince bu zorunlu tutuluyor. Deri ve deri mamulleri sektöründe faaliyet gösteren her firma, gerekli evrakları tamamlayarak Birliğimize üyeliklerini gerçekleştirebilirler.

Türk deri ve deri mamullerini bir marka olarak kalitesi ve üretim gücüyle global anlamda tanınır hale getireceğiz..

Türkiye'nin Markasını yaratmak sözü İş'te İlham Dergisinin en çok önemsediği cümleniz oldu. Bu konuda nasıl çalışmalar yapıyorsunuz? Bu konuda bir Aksiyon planınız var ise adımlarınız ve desteklerinizi okurlarımızla paylaşır mısınız?

Bunun için gerçekleştirdiğimiz çalışmamız sektörümüzün tanıtımıyla ilgili. Milli katılım gerçekleştirdiğimiz fuarlarda gerek fiziki tanıtımlarla gerekse sosyal medya aracılığıyla Türk malı algısını geliştiriyoruz.
Bunun yanı sıra Türkiye Tanıtım Grubumuz ile çok yakın bir iş birliği içerisinde çalışıyoruz. Sektörümüzün dünya genelinde daha da fazla tanınması için önemli iş birlikleri yapıyoruz. İnanıyoruz ki bu sayede Türk deri ve deri mamullerini bir marka olarak kalitesi ve üretim gücüyle global anlamda tanınır hale getireceğiz.

Dünya markaları ile yarışabilecek markalarımızın tanıtımında ne gibi bir rol üsteleniyorsunuz? Tanıtım yaparken en çok hangi özelliği vurgulamak önemli oluyor? Kalite mi? Ekonomi mi? Geleneksellik mi? Ya da çok bulunurluk mu? Siz hangisine öncelik verilmesi taraftarısınız?

Deri ve deri mamulleri sektörümüz ülkemizde kadim bir tarihe sahip. Geleneksel sanat anlayışını modern trendler ile aynı potada eritebiliyoruz. Ayrıca, kaliteyi ön planda tutan sektörümüz yetişmiş üretim gücüyle de büyük bir potansiyele sahip. Dolayısıyla tek bir yönümüzü vurgulamaktan ziyade zanaat, tasarım ve inovasyonu içeren üretim kabiliyetine sahip olduğumuzu anlatmak önceliğimiz oluyor. Sektörümüz uluslararası standartlara uygun üretim konusunda da oldukça hassas. Biz de gerçekleştirdiğimiz tüm tanıtım çalışmalarımızda hem çevreye duyarlı üretimimizi hem de çok yönlü üretim kabiliyetimizi vurguluyoruz.

Türkiye'nin dünyanın en büyük 10 deri ve deri mamulleri ihracatçısından biri olma hedefine ulaşacağımıza yürekten inanıyoruz.

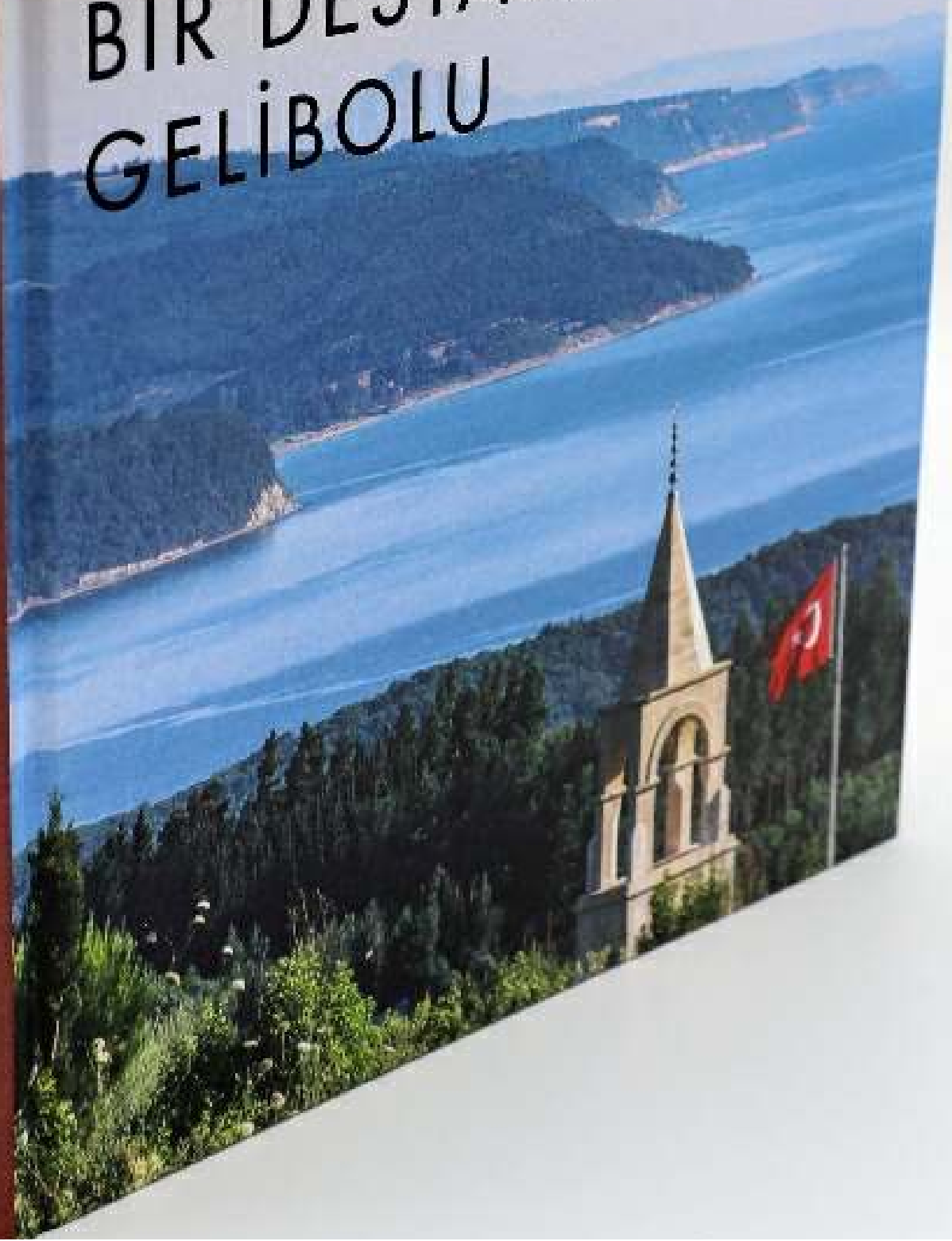
2021 yılı Pandemi dönemi nedeniyle neredeyse 2020 yılının devamı gibi görünüyor… İhracat ve Birliğinizin faaliyetleri konusunda nasıl bir eylem adımları gerçekleştireceksiniz?

Sektör olarak küresel rekabette daha da öne çıkmak istiyoruz. Ar-Ge ve inovasyon süreçlerimizi dijitalleşme ile aynı potada birleştiriyoruz. Teknolojik değişime odaklanmış, uzun soluklu projeler üretmeyi hedefliyoruz. Sürdürülebilir ve rekabetçi üstünlükler kazanmak adına dünyadaki gelişmeleri yakından takip ediyoruz.
Pandemi sonrası yaşanan belirsizliğin yeni ticari fırsatları da doğurabileceğini göz önüne alıyoruz. Bu sürece en hızlı şekilde dahil olan ülke ve sektörlerin tedarikçi ağında önemli alternatifler olarak ortaya çıkmasını bekliyoruz. Bunun yanında global tedarikçilerin yerini lokal ve küçük ölçekli tedarikçilerin alacağını özellikle değerlendiriyoruz. Bu noktada deri ve deri mamulleri sektörümüzün büyük çoğunluğunu oluşturan KOBİ'lerimizin gücünü daha etkin kullanmak adına yeni fırsatlar doğmuş durumda.
2021 yılının ilk 3 ayında deri ve deri mamulleri sektörü olarak 397 milyon dolar ihracat rakamına ulaştık. Mart ayında ise bir önceki senenin aynı dönemine göre yüzde 21 artışla 158 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik. Deri ve deri mamulleri sektöründe 2021 Mart döneminde 141 ülkeye ihracat gerçekleştirdik. Mart ayında sektörümüzde en fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz ilk 3 ülke; Almanya, Rusya ve Irak oldu. İDMİB olarak 2021 yılının sonunda pandeminin etkilerinin azalmasıyla 2 milyar dolarlık ihracat hedefimize ulaşacağımıza inanıyoruz. 2021 yılı için sektörümüzün gündemi ise oldukça yoğun. Yeni nesil ticaret heyetleri, sanal ve fiziki fuarlar, e-ihracat, dijital platformlar, AB Yeşil Mutabakatına uyum ve Gümrük Birliği anlaşmasının güncellenmesi ile Türkiye lojistik merkezleri gibi faaliyet alanlarında da çalışmalarımız hız kesmeden sürdüreceğiz. Türkiye'nin dünyanın en büyük 10 deri ve deri mamulleri ihracatçısından biri olma hedefine ulaşacağımıza yürekten inanıyoruz.
Bunun yanında önümüzdeki dönemde dünyanın Covid-19 salgınından bir an önce kurtulması ile günlük hayatın normale dönmesini ayrıca temenni ediyorum.

OPET
TARİHE
SAYGI
PROJESİ

BİR DESTANDIR GELİBOLU

opet
TARİHE SAYGI PROJESİ



BİR DESTANDIR GELİBOLU

Milyarder iş adamı Mohamed Hadid: "Türkiye fırsatlar ülkesi"



Dünyanın ilk tahin butiği olma özelliği taşıyan 'The Levant' Tarihi Fişekhane'de açıldı. The Levant'ın açılışına Gigi Hadid'in babası ünlü gayrimenkulcü Mohamed Hadid ile Memaar Al Morshedy'in CEO'su Hassan Morshedy de katıldı.

Haber Merkezi

'Yatırımlar yapacağız'

Açılışta konuşma yapan emlak kralı Mohamed Hadid yatırımlarına hız kesmeden devam edeceğini söyledi. Ünlü iş adamı Hadid, Türkiye'nin yatırımlar için birçok fırsat sunduğunu belirterek, ''Mevcutta Mısır'da dünyanın en büyük apartman binasını inşa ettiğimiz proje bulunuyor. Bu projemizde Hassan Morshedy ile ortak hareket ediyoruz. Türkiye de yatırımlar için birçok fırsat barındırıyor. Türkiye'ye daha çok geleceğiz. Türkiye'de birçok ilgi çekici yer var. İstanbul, Bodrum ilgi çekici yerler buralarda önümüzdeki dönemde yatırımlarımız olabilir'' dedi.

İkinci şube ABD'de

Tahinli lezzetleri çok sevdiğini belirten Hadid, "Bu mekân dünyada bir ilki yaparak tahin butiği olarak hizmet verecek. Ben de tahini çok seviyorum. İkinci şubeyi ise Beverly Hills'de beraber açacağız" ifadelerini kullandı.

Dünyada ilk

Susam ticareti yapan Çelikler Gıda'nın sahibi Hüseyin Çelik ise yabancı yatırımcıları ağırlamaktan mutluluk duyduklarını dile getirerek "The Levant, tahin butiği dünyada ilk olma özelliği taşıyor. 14 ülkeden farklı türde susamları getirdik. Müşteriler susam çeşitlerini seçerek gözlerinin önünde tahine dönüşmesini izleyip satın alabilecekler. Tahin çok özel bir ürün farkındalık oluşturmayı amaçladık'' diye konuştu.

Lüks dekoruyla dikkat çekiyor

Arzu Kalaylı ve Evrim Kırmızıtaş Başaran'ın organizasyonuyla açılışı gerçekleştirilen The Levant'ta tahinin yanı sıra özel formüllerle hazırlanan kahvaltı, havyarlı humus, çikolatalar ve pastalar da mekânın öne çıkan lezzetlerinden. The Levant sunduğu lezzetlerin yanı sıra Hermes marka tabak, çatal, bıçaklar, Baccarat markalı bardaklar, 60 bin dolarlık antik kitap koleksiyonu ve lüks dekoruyla da misafirlerinize unutulmaz bir deneyim sunmaya vadediyor.

Yükselen Değer E-Ticaret -3



Mart ayında başladığımız büyük ilgi gören E- Ticaret eğitimlerine bu ay özellikle Kadın Girişimciler için aydınlatıcı bilgiler vermeye çalışacağız.
Hiç sermayeniz yok ise ve sadece elinizde bir hobiniz ya da üretimine yakın olduğunuz bir ürün ya da hizmetiniz var ise bu adımları birlikte nasıl atabiliriz ? Ona bakacağız…

Haber Merkezi

Öncelikle hayat değeriniz olan yapmaktan ya da üretmekten keyif aldığınız bir ürün ya da hizmet konusu bulmakla başlamalısınız. Bir çok Spiritüel Koça göre şu an neyi yapmakta iseniz kesinlikle bu sizin hayat değeriniz ve bu konunun her ne ise bunun iş modeline dönüşmesi sizin aksiyon adımlarınız ile oluşacaktır.

Burada Başarılı bir İş Kadını olma hedefinizi aksiyon adımlarınızın en başına hedef olarak yazmalısınız. Emin olun emek verdiğiniz her şey büyür ve hiçbir emek asla ve kata boşuna değildir.

İlk etapta ürüne karar verdiğiniz an en önemli andır. Bu yüzden iyi araştırmalı bu sektörde olan diğer rakiplerinizi incelemeli detaylı bir analiz çıkarmalısınız.

Ürüne ya da hizmete karar verdiğiniz andan itibaren ilk iş bir mail hesabı almak olmalıdır. Arkasından sosyal medya hesaplarını açmak ve bu alanı büyütebilmek için sürekli paylaşım yapmak ve etkileşimde olmak gerekmektedir. Ürününüze ve ya hizmetinize özel postlar hazırlamak ve belirli sürelerle sosyal medya hesaplarınızda paylaşma size epey bir tanınırlık kazandıracaktır. Bu ciddi bir emektir. Ancak emek olmadan yemek olmaz.

Belli bir kitleye ulaştıktan sonra satış aşamasına geçebilirsiniz. Ürününüzün detaylı araştırmasını yaparken doğru fiyatlandırma ve kalitesini ölçme gibi adımları asla es geçmeyin.. Özellikle diğerlerinden farklı olan tarafları vurgulayın. Özellikle vereceğiniz hizmet ya da ürün mutlaka ama mutlaka insanlığa faydalı ve hatta sorunlarına bir çözüm önerisi getirecek türden olsun.

Satış aşamasında yine sosyal medya hesaplarınızdan tanıtım yaparak geçebilirsiniz. Ancak son dönemde e- ticaret sitelerinden ziyade pazaryerlerindeki satış trafiğini göz

önünde bulundurarak o sitelere kaydınızı yaptırabilir ve satışlarınızı yönlendirebilirsiniz.
Bir marka adı altında bu işi yapmayı başarıranız bir çok platformda olmanız bilinirliğinizi de arttıracak ve satışlarınızı hızlandıracaktır.

Reklam ve kampanya hazırlamak ise üzerinde en çok duracağınız konular arasında yer almalıdır. Her kese satmak isteyen hiç kimseye satamaz prensibi ile özellikle hedef kitlenizi çok iyi belirlemeli ve reklamlarınızı buna göre yönlendirmelisiniz.

Sadece sosyal medya kanalları üzerinden değil son dönemlerde çok revaçta olan cep telefonu uygulamalarında oluşturulan gruplarınızda da bu yayınları yapabilir ve reklamınızı sıfır bütçe ile sağlayabilirsiniz. Hatta buradaki arkadaşlarınızı sosyal medya hesaplarına yönlendirebilirsiniz.

Elinizdeki ürünün tanıtımı, kalitesi ve güveni ile aynı paralellikte olmalıdır. Yani sadece satışı sağlamaktan ziyade satış sonrası adımları da iyi planlamalısınız. Müşteri memnuniyeti bir o kadar önemlidir. Hazırladığınız paketlerden tutun paketin müşterinize ulaşım hızını da programlamalı ve tek bir ürün satmak yerine devamlı müşteri sağlamak hedefinde olmalısınız.
Ayrıca kapasitenizi de sürekli belirtmek sizin adınıza ürün ya da hizmet bekleyen müşterileriniz için doğru olacaktır. Bizler sizin satışlarınızın çok fazla olacağını düşünerek bu hatırlatmayı yapıyoruz. Zira bir çok Girişimci en başta işler yolunda giderken işi yetiştiremediği ve doğru bilgi vermediği için sıkıntı yaşamış ve güven kaybı oluşmuştur. O sebeple şişi,rme bilgiler değil net ve doğru kapasite bilgilerini paylaşmanız sizin hayrınıza olacaktır.

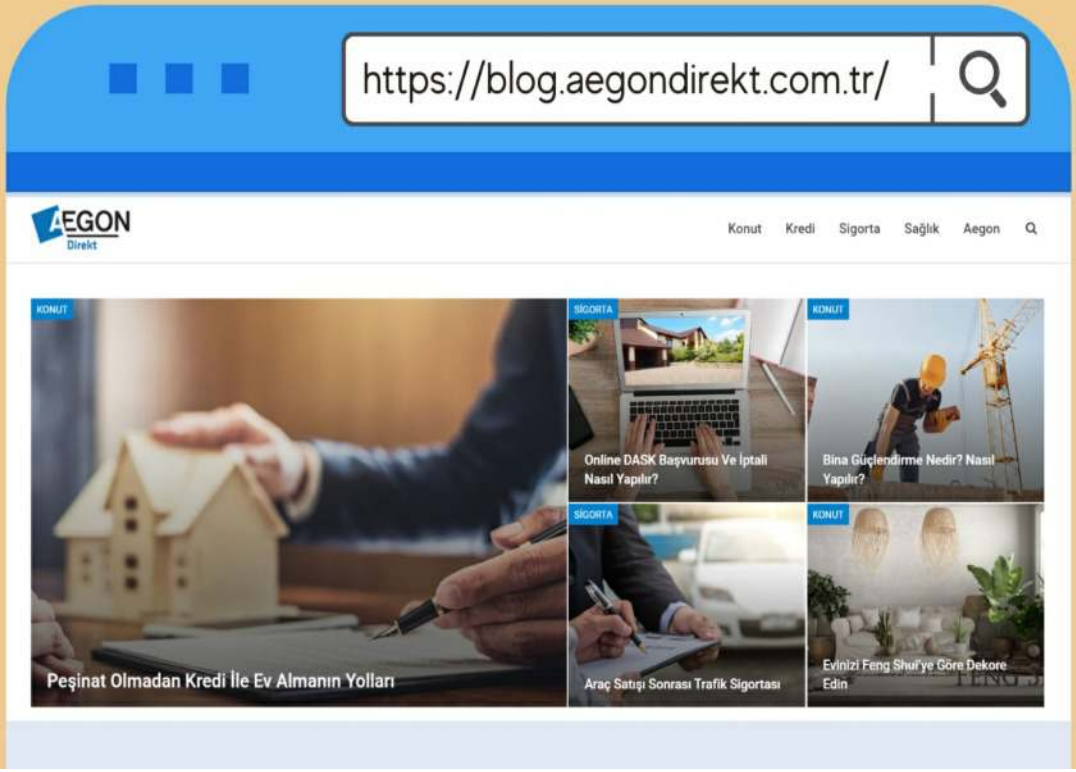
Ayrıca bir çok kadın girişimcinin bu süreçte sahada olduğunu gıdadan tutun el ürünleri pazarına girdiğini hatta al sat yaparak karlı iş modelleri çıkardığını biliyoruz. İşte İlham dergisi olarak biz de kadın Girişimcilerimizin sayısının artmasını ve kadının proje üretme ve yayma konusundaki becerilerini sonuna kadar destekliyoruz…

Başarılarınız daim olsun…

Görüşmek Gülüşmek dileğiyle…



Aklınıza Takılan Tüm Soruların Kolayı Aegondirekt Blog'da



Bankalara ve finansman şirketlerine yapılan kredi başvurularında ihtiyaç duyulan zorunlu hayat sigortasının online olarak kolayca hesaplanıp avantajlı fiyatlara satın alınabilmesini sağlayan Aegondirekt, sigorta ve kredi süreçleri hakkında tüm merak edilenleri blog.aegondirekt.com.tr adresinde yanıtlıyor.

Haber Merkezi

Türkiye'nin ilk ve tek online Kredi Hayat Sigortası Platformu Aegondirekt, sigorta ve kredi süreçlerine değinen zengin içerikleri ile birçok konuda olayın kolayını sunarak tüketicilerin araştırmalarına yardımcı oluyor.

Tüketicileri yasal hakları konusunda aydınlatarak kredi ve sigorta yolculuklarında onlara en doğru bilgiyi sunmayı amaçlayan Aegondirekt Blog'da; kredi çekerken hayat sigortasının nasıl alınabileceğinden kredi notu yükseltme yollarına, kullanıma kapatılan kredi kartının yeniden açılmasından oturulan konutun kentsel dönüşüme nasıl girebileceğine kadar merak edilen pek çok soru yanıt buluyor.

Sigorta ve özellikle Kredilere bağlı Hayat Sigortalarında olayın kolayını sunan Aegondirekt, güncel ihtiyaçlara göre sürekli geliştirdiği blog sayfasında sigorta ve kredi süreçleri hakkında detaylı bilgilere yer verirken, tüketicileri en doğru şekilde yönlendirmeye çalışıyor. Konut, kredi, sigorta ve sağlık branşlarında sık karşılaşılan soru ve sorunlara yanıt olan site, sürekli güncellenen içeriğiyle ziyaretçilerinin online bilgi kaynağı olmaya devam ediyor.

Detaylı Bilgi İçin: https://blog.aegondirekt.com.tr/

Aegon Hakkında:

Aegon, 1844'te Hollanda'da kuruldu. 171 yıllık deneyimini dinç, çevik ve dinamik bir şekilde bugüne adapte ederek gelişiyor. 20'den fazla ülkede 40 milyonu aşan müşterisi bulunuyor ve siz bu yazıyı okurken bile büyümeyi sürdürüyor. Hayat sigortası, emeklilik ve fon yönetimi konularında durmadan gelişen ve büyüyen Aegon dünyadaki payını 2008'de Türkiye'ye gelerek artırdı. 2015'te www.aegondirekt.com.tr ile müşterilerine hayat sigortası ürünlerini online satın alma imkanı sunarak hızlı, pratik ve kolay bir satın alma deneyimi geliştirdi ve yeni ürünlerle bu deneyimi gün geçtikçe daha da güçlendirmeye devam ediyor. Türkiye'de faaliyet göstermeye başladığı günden beri birçok ilke imza atan Aegon, hız kesmeden yeniliklerini sürdürüyor.

"Dişlerim Sağlıklı, Ama Gülüşüm Hiç Güzel Değil Diyorsanız, Ortodontik Tedaviye İhtiyacınız Olabilir!



Cep telefonu ve "selfie" hayatımıza gireli, yüzümüzün yakın çekim görüntülerine aşina olduk. Bu yüzden, içinde yaşadığımız "estetik ve imaj çağında", yüzümüzün ve gülüşümüzün güzelliği eskiye nazaran çok daha önemli oldu- dişlerimizin güzelliği de öyle! İstanbul Okan Üniversitesi Diş Hastanesi Ortodonti Uzmanı Prof. Dr. Arzu Arı Demirkaya, ortodontik tedaviler hakkında önemli bilgiler paylaştı.

Haber Merkezi

Ortodontik bozuklukların çok büyük bir oranı doğumsaldır. Yani dişlerin ve çenelerin konumları birbiriyle uyumlu olmaları genlere bağlıdır. Ancak kazanılmış ortodontik bozukluklar da vardır. Kazanılmış ortodontik bozukluklar en çok süt dişlerindeki çürüklerin tedavi edilmemesinden ve ağızdan nefes alma, parmak emme gibi hatalı alışkanlıklardan kaynaklanır ve halkın bilinç ve eğitim düzeyi arttıkça azalır. Son yıllarda diş tellerine daha sık rastlanır olması da anne ve babaların bilinç ve eğitim düzeylerinin artmasına bağlıdır. Eskiden bozuk bir ağız yapısı normal kabul edilebilirken, bugün artık bu durumun düzeltilebileceği biliniyor. Bu nedenle artık çocuk hastalar kadar, erişkinler de ortodontik tedavi yaptırıyor. Çocukken dişleri düzeltilmeyenler, bu konuda bilinçlendikçe tedavi olmanın yollarını arıyorlar.

Hem dişlerin diziliminin hatalı olduğu, yer darlığı ve yer fazlalığı gibi durumlarda; hem de çenelerin birbirlerine göre ve yüze göre konumlarının hatalı olduğu, çenelerin önde ya da geride olma durumlarında, ortodontik tedavi uygulamak gerekir. En basit bir diş çapraşıklığı bile en azından ağızda daha çok bakteri tutunmasına neden olduğu için sağlığa zararlıdır. Daha büyük ortodontik sorunlar dişeti sağlığını tehdit eder, konuşma şeklini bozar, düzgün çiğnemeyi, ısırmayı imkânsız kılar ve çene eklemlerinin bozulmasına etki eder. Konuşurken, gülümserken dişlerin çirkin görünmesi veya çeneler nedeniyle yüzün güzel görünmemesi insanın kendine güvenini azaltır, sosyal hayatını ve hatta ruh sağlığını etkiler. Bütün bu nedenlerle ortodontik tedavinin sadece estetik amaçla yapıldığını söylemek yanlış olur. Çenelerin normal gelişimini etkileyebilecek bozuklukların hiç vakit kaybetmeden erken yaşlarda tedavi edilmesi gerekir. Fonksiyonel çene kayması gibi, 7-10 yaşlarında kısa bir tedaviyle düzelebilecek bir sorun tedavi edilmezse, ileri yaşlarda ancak ameliyatla düzelebilecek büyük bir anomaliye dönüşebilir. Anne-babalar çocuklarında altçenenin konuşurken veya çiğnerken öne veya tek bir tarafa doğru kaydığını gözlemlerlerse, hiç vakit kaybetmeden bir ortodontiste danışmalıdır. Ancak kalıcı dişlerin hepsi sürmeden önce görülen ufak tefek çapraşıklıklar normal kabul edilir. Diş çapraşıklıklarının tedavisi için 10-12 yaşlarına kadar, yani bütün dişler değişene kadar beklenir. Ağızda değişecek diş kalmadığı andan itibaren çapraşıklık düzeltme yaşının üst sınırı yoktur. Dişler ve dişetleri sağlıklı olduğu sürece her yaşta ortodontik tedavi uygulanabilir. Ancak dişlerle birlikte çene konumları da bozuksa ortodontik tedavinin çocukların en hızlı gelişim gösterdiği 11-14 yaşlarında yapılması büyük önem taşır. Bu yüzden çocukların diş ve çene gelişiminin bir ortodontist tarafından düzenli olarak takip edilmesi en doğrusudur.

Dişlere yapıştırılan sabit tellerle yapılan kapsamlı ortodontik tedaviler çoğunlukla 18-24 ay sürer. Bu tedavi boyunca ortodontistiniz sizi 6-8 haftalık aralıklarla görmek isteyecektir. Ancak ortodontik tedavi süresinin düzeltilmek istenen bozukluğun kapsamına göre değiştiğini unutmamak gerekir. Sadece alt ön dişlerdeki hafif bir çapraşıklık 3-4 ayda düzelebilirken, örneğin gömük kalan köpek dişlerinin sürdürülmesi bazen 3-4 yıl alabilir.

Prof. Dr. Arzu Arı Demirkaya, "Ortodontistin telleri takarken ya da tedavinin devamında yapacağı hiçbir şey acı vermez. Sadece teller ilk uygulandığında 1 haftalık bir alışma dönemi olur. Özellikle ilk günlerde dişler yemek yerken sızlayabilir, dudaklar ve dil tellere alışırken tahriş olabilir, ama bu rahatsızlıkların hepsi geçicidir" dedi.

Ortodontik tedavi, doktor ve hastasının en üst düzeyde işbirliği yaptığı durumlarda son derece olumlu sonuçlar verir. Tedavi gören kişi en çok ağız hijyenine dikkat etmelidir. Tellerin, dişlerin ve dişetlerinin düzenli olarak bakterilerden ve onların oluşturduğu bakteri plağından tamamen arındırılması gerekir. Yetersiz bakım, dişlerde ve dişetlerinde kalıcı hasara yol açabilir. Ayrıca tedavi boyunca yemek yerken aşırı sert gıdalardan kaçınmak ve tellere zarar gelmesini önlemek şarttır. Tedavide takılıp çıkartılabilen aygıtlar ve lastikler kullanılıyorsa, bunların doktorun önerdiği sürelerin altında kullanılması tedavinin başarısını olumsuz yönde etkiler. Uzun soluklu ve sabır gerektiren bu tedavide ortodontistin önerilerine tam olarak uyulmalı, randevulara zamanında gidilmelidir.

Dişhekimliğinin birçok dalında olduğu gibi, ortodontide de son yıllarda kullanılan malzeme ve tekniklerdeki ilerlemeye bağlı olarak önemli gelişmeler olmaktadır. Her şeyden önce artık hastanın damağını kaplayan büyük destek aygıtları yerine çoğu kez minicik vidalarla çene kemiğinden destek alınabilmekte, bu sayede daha az diş çekimine gereksinim duyulmakta, enselik veya kafalık gibi ağız dışı aygıtlara tedavide çok daha az yer verilmekte, bazı işlemler daha kısa sürede tamamlanabilmektedir. Daha hafif kuvvetlerle çalışmaya olanak sağlayan kapaklı braketler sayesinde başka birçok avantajın yanı sıra, hasta daha az rahatsızlık hissetmekte, braket etrafında bakteri birikimi azalmakta, tedavi süresi kısalmaktadır. Diğer bir gelişme de giderek daha estetik tellerin, hatta takılıp çıkartılabilen şeffaf plakların kullanılmasıdır. Dişlerin arka yüzeylerine yapıştırılan lingual teller çok yassı oldukları için konuşmayı neredeyse hiç etkilemeden aynı sonuçların alınmasını sağlamaktadır.

SAĞLIK KÖŞESİ

Kalpte Yaşanan Rahatsızlıklar Ciltte Nasıl Belirti Verir?



Kalp hastalıkları günümüzde en sık hastalık ve ölüm sebebidir. Yaşla birlikte sıklığı artmakla birlikte şeker hastalığı, yüksek kolesterol, sigara, yüksek tansiyon, bel bölgesinde yağlanma, hareketsiz yaşam bilinen en önemli risk faktörleridir. Risk faktörlerinin artması ile birlikte sıklığı da artmaktadır. Risk faktörleri neticesinde kişide ani kalp krizi olarak ya da yaşla birlikte ilerlemiş aterosklerotik hastalık olarak karşımıza çıkmaktadır. İstanbul Okan Üniversitesi Hastanesi Kardiyoloji Uzmanı Dr. Öğr. Üyesi Ceyhan Türkkan, kalpte yaşanan rahatsızlıkların ciltte nasıl belirti gösterdiğini anlattı.

Haber Merkezi

Ateroskleroz en basit anlatım ile damar duvarında yağ birikmesidir ve genetik, beslenme, hareket gibi birçok faktörün rol oynadığı ilerleyici bir hastalıktır. Ateroskleroz kalp damarları ile birlikte beyin damarları, bacak damarları, böbrek ve barsak damarları öncellikli olmak üzere vücuttaki bütün damarları etkiler. Kişiden kişiye de öncelik sırası değişir. Damarlar dışında kalp kasını veya kalp kapakları etkileyen hastalıklar da kalp yetmezliği veya ritim bozuklukları olarak da karşımıza çıkabilir.

Tüm bu hastalıklar bazen gözle görülür şekilde bize ipuçları verebilir. Bunları fark etmek, erken tanı koyup, risk faktörlerini azaltmamızı ve hastalığın seyrini yavaşlatmamızı veya durdurmamızı sağlayabilir. Peki bunlar nelerdir?

1.Göz çevresinde yağ birikintileri: Yüksek kolesterol varlığında bazı kişilerde göz çevresinde düzensiz sınırlı, sarımtırak renkli yağ birikintileri olabilir, ateroskleroz ve artmış kalp krizi riski ile ilişkilidir.

2.Yağlanmış göbek: Göbekten alınan kilolar herkeste şeker hastalığı, yüksek tansiyon, ateroskleroz ve artmış kalp krizi riski ile ilişkilidir.

3.Yemek sonrası karın ağrısı: Kişinin kilosundan bağımsız yemek sonrası gelişen, bir süre devam eden ve sonra geçen karın ağrısı ateroskleroz hastalığının belirtisi olabilir.

4.Bacak ve ayaklarda şişme: Her iki bacakta gelişen, bastırınca iz bırakan, cildi geren bazen kaşıntıya sebep olan şişlikler kalp yetmezliğinin bulgusu olabilir, tek taraflı olması genelde toplardamar hastalıklarında görülür.

5. Saçlarda dökülme: Erken yaşta ortaya çıkan kellik mekanizması net olmasa da saç köklerini besleyen ince damarın yetersizliği sonucu olabilir, bu da genel damar hastalığının bir belirtisi olabilir.
6. Bacak kıllarında azalma: Ateroskleroz sonucu bacak damarlarında darlıklar ve tıkanmalar bacaklara giden kan akımında azalmaya ve bacak kıllarında dökülmelere sebep olabilir, genelde yürümekle bacak ağrısı ile birliktedir.
7. Yanaklarda kızarıklık: Kalp kapak hastalıklarında, özellikle de mitral kapak darlıklarında özlenir ve hastalığın ilerlemiş olabileceğini gösterir.
8. Dudaklarda morarma: Özellikle doğuştan gelen kalp hastalıklarında görülen, bebeklik çağında ağlamakla artan, ilerleyen yaşlarda efor sonucu belirginleşen, kirli ve temiz kanın karışması sonucu dudaklarda morarma görülebilir.
9. Cinsel fonksiyonlarda azalma: Sertleşme sorunu ateroskleroz sonucu damar hastalığının belirtisi olabilir, sigara kullanımı ile çok yakın ilişkilidir.
10. Nabız atışlarında belirginleşme veya düzensizleşme: Kalp ritim bozukluklarında, kalp kapak hastalıkları ile birlikte veya yüksek tansiyon sonucu görülebilir. Yaşla birlikte felç riskinde artış görülür.

Sağlıklı Beslenme ve Popüler Diyetler ile İlgili Merak Ettiğiniz Her Şey



İstanbul Okan Üniversitesi Hastanesi Beslenme ve Diyet Uzmanı Dyt. Derya Fidan, popüler diyetler, sağlıklı beslenme ve yeme alışkanlıkları ile ilgili birçok altın önerilerde bulundu.

Haber Merkezi

Özellikle eve kapandığımız dönem sonrası psikolojik durumlarımız beslenmemize yansıdı; başlıca mutluluk veren besinleri sayabilir misiniz? Ve bunların vücuda etkilerini?

Yemek yemenin güven, bağlanma, kaçma ve doyum sağlama gibi duygularla ilişkisi vardır. Aslında, bebeklikte anne sütü ile birlikte yemeğin ve besinin güven ve sevgi verdiğini öğrenmekteyiz.

Özellikle son dönemlerde besin tüketme isteğimizin olmasının arkasında ise hem içerisinde bulunduğumuz koşullardan "kaçma" hem de güvensiz olan dünyada müdahale edilmeyen kısıtlı aktivitelerden birinin yeme eylemi olması yatmaktadır.

Duygusal yeme durumunda siz daha ne olduğunu bile anlamamışken kendinizi buzdolabının önünde bulabilirsiniz. Ancak tam o sırada kendinize 1 dakika müsaade edip derin nefes alın. Kendinize farklı bir karar şansı verin.

Asla kendinize yasaklar koymayın. Yasak olan hep cazip değil midir?
Sadece kendinize yemek yemeden önce 5 dakika daha beklemeyi hatırlatın.

Beklerken kendinizi dinleyin. Bu sırada neler oluyor ne hissediyorsunuz bir bakın.

Peki duygusal açlığı kontrol altında tutabilmek için nasıl beslenmeliyiz?

Yeterli miktarda protein tüketin.
Kompleks karbonhidratlardan zengin beslenin.
Omega 3 kaynaklarından zengin beslenin.
Antioksidanlardan zengin beslenin.
Probiyotik desteği alın.

Hangi besibler size mutluluk verir diye düşünüyorsanız, yapılan çalışmaların güçlü bağırsakların mutlu bir beyni sinyalize ettiğini söylüyor. Bu sebeple probiyotik bazlı besinlerden kefir, ayran, yoğurt gibi besinleri daha fazla alan insanlarda iritabl yani huzursuz bağırsak sendromu daha az görülüyor.

En çok sevilenler arasında çikolata başta geliyor diyebiliriz. Bitter çikolata içinde bulunan “feniletilamin” isimli maddenin uyarıcı etkisi bulunuyor ve bu madde kişinin daha mutlu hissetmesine neden oluyor.

Muz potasyum açısından yüksek olan bir meyvedir. Beden ve zihin sağlığı açısından etkisi büyük olduğundan, özellikle çocuk gelişiminde etkisi büyüktür ve bir seratonin kaynağı olarak da nitelendirilebilir.

Yağlı tohumlar sınıfında Ceviz yapısında bulunan triptofan isimli aminoasit sayesinde vücudun serotonin üretimini arttırdığından, mutluluk verici bir keyifte tüketilebilir.

Yeme alışkanlıklarını değiştirmek için nasıl bir plan yapmalıyız? Örneğin stresli bir dönemde değil de daha rahat bir dönemde bunu yapmak vb.

"Kendimi olduğum gibi kabul ettiğimde, değişebiliyorum. " diyen Carl Rogers değişim paradoksları içinde en önemlisinden bahsetmiştir.

"Kendi değişimimiz"

Bununla birlikte pek çok alışkanlıkla yeme kavramını düşünüyoruz, acaba oda gerçekten değişken midir? Diye.

Evett yeme alışkanlıkları da değişkendir. Zaman, tad, besine ulaşabilme, kültür, çevresel ve ekonomik faktörler gibi birçok dış faktör beslenme alışkanlıklarımızı şekillendirir.

Aklımızda bazı besinler için doğru ve yanlışlar oluşur. Bazı besinler iyi bazı besinler kötü olarak şekillenebilir. Fakat bir besinin iyi yönlerinin çok sağlıklı olduğu, hiç zararının olmadığı anlamına gelmez. Bu besin birimize çok iyi gelirken, diğerimiz için kötü bir tercih olabilir. Çünkü iyi veya kötü besin yoktur. Farklı kalorilerde farklı içeriğe sahip besinler vardır. Zararlı olan aslında besinler değil onları nasıl pişirdiğimiz, hangi sıklıkta hangi porsiyonda tüketti̇ğimizdir. Bu yüzden sağlıklı beslenme, diyet yapma süreçlerinizde besinleri "iyi" ve "kötü" şekilde sınıflandırmayın.

Kendinizi bu besinsel değişime hazır hissettiğiniz anda mutfak alışverişinizden başlayarak size uygun olduğunu düşündüğünüz değişimleri adım adım izleyerek yeme alışkanlıklarınız değiştirebilirsiniz.

Son dönemde ABD'de popülerleşen F-Faktör Diyeti de kişilerin sosyal hayatını aksatmadan yapabileceği beslenme biçimi ortaya koyuyor, bu konuda neler düşünüyorsunuz?

F-Factor Diyet, üç öğün yemek ve günde bir atıştırmalık yemeyi hedefliyor. Yağsız proteinleri yüksek lifli gıdalarla birleştirir ve kalorileri düşük, uzun süre tam kalmanızı sağlamak ve yoksunluk hissini önlemek için tasarlanmıştır.

F-Faktör Diyetinin birkaç aşaması var ve her biri, karbonhidrat hedefinize ulaşana kadar net karbonhidrat alımınızı artırır. Genellikle bir porsiyon yiyecek içindeki karbonhidrat miktarından lif içeriğinin çıkarılmasıyla hesaplanırlar.

Diyetinin günde 20-130 gram karbonhidrattan oluşan düşük karbonhidratlı bir diyet olarak kabul edilir.

1. aşamada diyet, günde 35 gramdan daha az net karbonhidrat içerir. Bu yaklaşık 3 porsiyon karbonhidrat üzerine yayılmıştır. Bu, kilo kaybınızı başlatmak içindir.

2. aşamada, günde 75 gramdan daha az net karbonhidrat içerir. Bu yaklaşık 6 porsiyon karbonhidrat üzerine yayılmıştır.

F-Factor Diyet'in son aşaması, süresiz olarak kalacağınız bakım aşamasıdır. Bu aşamada günde yaklaşık 9 porsiyon karbonhidrat veya 125 gramdan az net karbonhidrat içerir. Diyet, zayıflama yolunu destekleyebilecek, minimum düzeyde işlenmiş sağlıklı ve bütün yiyecekleri yemeyi vurgular.

Diyet'te önerilen yiyecekler, sağlıklı bir kilo almanıza ve korumanıza yardım ettiği bilinen bir besin maddesi olan lif bakımından da yüksektir. Lif yavaşça sindirilir, bu da sizi öğünler arasında daha uzun süre tok tutar

F-Faktör Diyetiyle ilişkili olası sağlık yararlarına rağmen, bu tür bir beslenme yöntemini benimsemeden önce bazı potansiyel olumsuzlukların göz önünde bulundurulması gerekir. Diyet, egzersiz kilo kaybınızın rutininin bir parçası olarak önemini en aza indirir. Hatta egzersiz iştahınızı artırabilir, daha fazla yemenize ve kilo kaybını önlemenize yardımcı olur.

Ayrıca, temel besin maddesi olarak lif üzerine yapılan vurgu, diyetinizdeki diğer önemli besin maddelerini görme yeteneğinizi kaybetmenize neden olabilir. Lif önemli olmasına rağmen, sağlıklı ve sürdürülebilir bir kiloyu korumak için gereken tek besin değildir. Örneğin, protein ve yağ kilo kaybında önemli rol oynar. Çünkü sizi daha uzun süre tam tutabilir ve yakacağınız toplam kalori miktarını artırabilir

Dahası, aynı anda çok miktarda lif yemek şişkinliğe, krampa, gaza ve hatta ishale yol açabilir. Bunlar lifin işini yaptığını gösteren normal yan etkiler olsa da, fazla miktarda lif yemeye alışık değilseniz, alımınızı yavaşça artırmak en iyisi olabilir

Her 8 Kadından Birinde Görünüyor



Dünya Sağlık Örgütü tarafından her yıl Ekim ayı "Meme Kanseri Farkındalık Ayı" olarak kabul ediliyor. Bu kapsamda tüm dünyada düzenlenen etkinliklerle meme kanseri konusunda bilinç oluşturulması amaçlanıyor. "Yapılan kampanyalar sayesinde meme kanseri vakalarında artış olmasına rağmen erken tanı sayesinde hayatı kaybetme oranın azaldığını görüyoruz" açıklamasında bulunan Acıbadem Ankara Hastanesi Genel Cerrahi Uzmanı Prof. Dr. Tuğbay Tuğ, meme kanserinin belirtilerini ve erken tedavi yöntemlerini şu sözlerle anlatıyor: " 'Kanserden korkma, geç kalmaktan kork' sloganı meme kanseri için de geçerlidir. Meme kanserinde de başarılı tedavinin ilk koşulu erken tanıdır. Kişinin meme kanseri açısından bireysel riskinin bilinmesi, düzenli takip, düzenli hekim muayenesi, tarama testlerinin düzenli yapılması ve kadınların kendi kendine meme muayenelerini doğru ve düzenli olarak uygulamalarıyla erken tanı mümkün olmaktadır.

Haber Merkezi

Kendi kendine muayene şart

Tüm kadınların her ay adet dönemini takip eden hafta içerisinde mutlaka kendi kendine meme muayenesi yapması gerektiğini söyleyen Prof. Dr. Tuğbay Tuğ "Belirtilen risk faktörlerine sahip olan kadınlar, en az yılda bir kez hekim muayenesinden geçmeli, meme ultrasonografisi ve mammografi gibi ilk basamak tarama testlerini yaptırmalıdır. Meme kanseri tanısı alan bir kadına hekimi tarafından mutlaka tüm vücut tarama incelemeleri yapılmalı ve hastalığın hangi evresinde olduğu belirlenmelidir. Hastalığın tekrarlamadan ve vücuda yayılmadan başarılı bir şekilde tedavi edilebilmesi için evreleme şarttır" ifadelerini kullanıyor.

Bu belirtiler varsa dikkat!

-Meme derisinde çekinti,
-Deride renk değişikliği,
-Meme başı çekintisi,
-Kanlı meme başı akıntısı
-Memede ele gelen sertlikler,
-Koltukaltında lenf bezi büyümeleri gibi belirtilerle ortaya çıkar.

Kimler risk altında?

-Geç menapoza girerek uzun süre kadınlık hormonuna (östrojen) maruz kalmak
-Hiç doğum yapmamak
-İlk doğumu 35 yaşından sonra yapmak
-Bebek emzirmemek
-Dışarıdan uzun süreli kadınlık hormonu kullanmak (doğum kontrol ilacı, tüp bebek tedavisi gibi)
-Ailede meme, rahim ya da yumurtalık kanseri bulunması
-Fibrokistik meme yapısında görülen bazı doku değişiklikleri
-Kilolu olmak
-Yağlı beslenme
-Stresli hayat tarzı
-Alkol ve sigara kullanımı olarak belirtilebilir.

Meme kanseri tedavi edilebilir hastalıktır

Hastalığın ileri evrelerinde tanı konulan hastalarda, tümör hücrelerini öldüren ilaç uygulamalarıyla tedaviye başlamanın gerektiğini aktaran Prof. Dr. Tuğbay Tuğ "Günümüzde meme kanseri tedavisinde kullanılan ilaçların gelişmesi tedavi olabilme şansını da arttırmaktadır. İlaç tedavisiyle hastalık kontrol altına alınıp tümör geriletildikten sonra cerrahi tedaviler uygulanabilir. Meme kanseri tedavisinde uygulanan cerrahi yöntemler hastanın içinde bulunduğu evreye, tümörün büyüklüğüne ve meme içerisindeki yerleşim yerine göre değişebilmektedir" ifadelerini kullandı.

Meme kanserinde doğru iletişim çok önemli

Uygulanan tedavi yöntemlerinden ve hasta doktor arasındaki iletişimden bahseden Tuğbay Tuğ "Cerrahi yöntemler arasında memenin kanserli olan kısmının alınarak, kalan meme dokusuna radyoterapi (ışın tedavisi) verilmesi ile uygulanan meme koruyucu cerrahi, memenin tümünün alınması (mastektomi), meme derisinin korunarak memenin içinin boşaltılması ve silikon protez veya kişinin kendi dokularının kullanılarak yeni meme yapılması (rekonstrüksiyon) sayılabilir. Tüm hastalıklarda olduğu gibi hekim- hasta arasındaki doğru iletişim meme kanserinin tedavisinde de son derece önemlidir. Hastanın tedavisine başlarken kendisine uygulanacak ilaç tedavileri ve uygulanacak cerrahi yöntemlerle ilgili detaylı bilgi verilmeli ve cerrahi yöntemin seçimine hasta ve hekim birlikte karar vermelidir. Unutulmamalıdır ki meme kanseri tedavi edilebilir bir hastalıktır" açıklamasında bulundu.

SAĞLIK KÖŞESİ

Ultra İşlenmiş Gıdalar Yoluyla Sağlıksız Beslenmek Bizi Obez Yapıyor!



Dünyadaki obezite oranı ve sağlıksız beslenme arasında doğru orantılı bir denge bulunuyor. Böylelikle sağlıklı beslenmenin yetersiz olduğu popülasyonlarda obezite, dolayısıyla beraberinde getirdiği diyabet, kalp damar hastalıkları, karaciğer yağlanması, eklem rahatsızlıkları gibi birçok sağlık sorunu ile karşı karşıya kalınabiliyor. İstanbul Okan Üniversitesi Hastanesi Beslenme ve Diyet Uzmanı Dyt. İrem Aksoy ultra işlenmiş gıdalar yoluyla sağlıksız beslenmenin nelere yol açtığını anlattı.

Haber Merkezi

Dyt. İrem Aksoy, "Beden sağlığı açısından hedeflenmesi gereken en önemli adım sağlıklı, yeterli ve dengeli beslenmektir. Dünyada ve ülkemizde ne yazık ki sağlıklı ve dengeli beslenmenin istenilen düzeyde yürütülemediği nüfustaki obezite oranlarından anlaşılmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü obeziteyi "sağlığı bozacak ölçüde vücutta aşırı yağ birikmesi" olarak tanımlanmaktadır. Obezite tüm dünyada yaygın bir şekilde görülen ciddi bir sağlık problemidir. Dünyadaki obezite oranı ve sağlıksız beslenme arasında doğru orantılı bir denge bulunuyor. Böylelikle sağlıklı beslenmenin yetersiz olduğu popülasyonlarda obezite, dolayısıyla beraberinde getirdiği diyabet, kalp damar hastalıkları, karaciğer yağlanması, eklem rahatsızlıkları gibi birçok sağlık sorunu ile karşı karşıya kalınabiliyor. Sağlıklı ve dengeli bir beslenme planını sürdürmek öncelikle obeziteye ve beraberinde getirdiği sağlık problemlerine karşı önlem almanızı sağlar" dedi.

Dengeli ve yeterli beslenme nedir?

Ülkemize özgü geliştirilmiş beslenme modeline göre; tahıl grubu, süt ve süt ürünleri, meyve-sebzeler ve protein grubundan besinlerin dengeli ve yeterli şekilde bulunmasıdır. Buna ek olarak;

-Diyette taze sebze ve meyveleri porsiyonlara dikkat ederek tüketmeye özen göstermek,
-Günde birkaç porsiyon tahıl grubundan besinleri tüketmek,
-Yeterli miktarda süt ve süt ürünleri tüketmek,
-Diyetle yağ alımını sınırlandırmak; doymuş yağları kısıtlamak, doymamış yağları yeterli ve dengeli bir şekilde beslenmeye dahil etmek,
-İstenilmeyen derecede tuzlu, şekerli, yağlı ve basit karbonhidratlı besinlerden uzak durmak,
-Diyette işlenmiş gıdaları ve alkolü minimalize etmek,
-Yemeklerin hazırlanmasında hijyene dikkat etmek ve sağlıklı pişirme yöntemlerini kullanmak.

Sağlıklı ve dengeli beslenmeyi mümkün kılmayan nedenler nelerdir?

Sağlıklı beslenmeyi engelleyen en önemli faktörlerden biri zaman problemidir. Özellikle yoğun işlerde çalışan insanların sağlıklı ev yemeğine ulaşması ve sağlıklı tercihler yapması oldukça zor olabiliyor. Diğer yandan ekonomik nedenler de sağlıklı beslenmenin önünde bir engeldir. Sağlıklı besinlere ulaşmak her toplumda kolay olmayabiliyor.

Bu durumda ultra işlenmiş gıdaların; ekonomik, kolay ulaşılabilir, ilgi çekici ve daha hızlı tüketilebilir olması sağlıksız beslenmeye yönelimi artırıyor.

Ultra işlenmiş gıdalardan bahsetmek gerekirse; cipsler, paketli atıştırmalıklar, şekerlemeler, tatlandırılmış ve gazlı içecekler, dondurulmuş ve raf ömrü uzun yiyecekler kısacası trans yağ, katkı ve koruyucu maddeler içeren bir dizi işlem görmüş besinlerdir. Bu gıdaları sağlıklı beslenme açısından değerlendirecek olursak, toplam yağ, doymuş yağ, şeker ve tuz içeriği yüksek, ancak protein ve diyet lif içeriği düşük besinlerdir. Bu durumda ultra işlenmiş gıdalara sağlıklı beslenme listesinde sınırlandırmak hatta yer vermemek gereklidir.

Yapılan çalışmalara göre ultra işlenmiş gıdaların ve bulunan emülgatörlerin yarattığı etkiler:

-Kan şekerini yükseltebilir,
-Kısa süreli tokluğun ardından hemen aşırı açlığa neden olabilir,
-Vücut yağ ağırlığını artırabilir,
-Karaciğer ve böbrek başta olmak üzere organlara zarar verebilir,
-Kolesterolü yükseltebilir,
-Sindirim sistemi rahatsızlıklarına sebep olabilir,
-Hızlı yemeye sebep olduğundan aşırı yeme problemi yaratabilir.

Geçtiğimiz yıl yapılan bir klinik çalışmanın sonucuna göre; Ultra işlenmiş gıdalarla beslenen deneklerin gün geçtikçe enerji alımlarında artış gözlemlenmiş ayrıca işlenmemiş diyetle beslenenlere göre de kilo artışı ve vücut yağ artışı tespit edilmiş.

Ultra işlenmiş gıdaların tüketiminin sınırlandırılması; daha az enerji alımı, daha fazla vücut yağı-kilo kaybı sağlayabilir ayrıca obezitenin önlenmesi ve tedavisi için etkili bir strateji olabilir.

Tükettiğiniz besinlerin etiketlerini okumak sizlere farkındalık kazandıracak, artık besin seçimlerinizde daha doğru ve sağlıklı seçimler yapabileceksiniz.

Salgın Sürecinde Aşıyı Reddederek Çocuğunuzu ve Toplumu Riske Atmayın! (24-30 Nisan Dünya Aşı Haftası)



"Koronavirüs süreci aşının önemli olduğunu bir kez daha gösterdi. Aşı karşıtlığı; toplum bağışıklığının aksamasında ve buna bağlı aşıyla korunabilen hastalık ve salgınların oluşmasındaki en büyük tehditlerden biridir. Bundan dolayı aşı karşıtlığı ve aşı reddi sorunu; kötü sonuçlarla karşılaşmadan önce, ciddiyet ile ele alınması gereken bir konudur" diyen İstanbul Okan Üniversitesi Hastanesi Çocuk Enfeksiyon Hastalıkları Uzmanı Dr. Serkan Atıcı, 24-30 Nisan Dünya Aşı Haftası'nda aşı karşıtlığı konusunda bilgiler verdi.

Haber Merkezi

Çocukluk yaş grubunun en önemli sağlık sorunlarından bir tanesi de, çoğu bulaşıcı olan enfeksiyon hastalıklarıdır. Bu hastalıklardan korunmaya yönelik uygulamalar ise her zaman tıp uygulamaları içerisinde önemini korumuştur. Bu kapsamda aşılar, çocukluklarda koruyucu sağlık hizmetlerinin en önemli yapı taşlarından olup, sadece çocuğu korumakla kalmayarak toplum sağlığına da önemli katkılar sağlar. Aşı olanlar sayesinde, toplumdaki kırılgan grupların da belli oranda korunabildiğini söyleyebiliriz. Gebeler, çok küçük bebekler, savunma sistemi yetersizliği olanlar, organ nakli yapılanlar, kanser hastaları, kemoterapi gibi savunma sistemini baskılayan tedavi alanların sayısı, ülkemizde de gün geçtikçe artmaktadır. Bazılarında aşılama yapılamayan bu kırılgan grup ve bireyleri düşündüğümüzde, aşılamanın bir toplumsal dayanışma olduğunu söylemek mümkündür.

Artan Aşı Karşıtlığı Sorunu Acilen Ele Alınmalı!

Aşı karşıtlığı ilk olarak, İngiltere'de gündeme gelmiş; bu dönemde bir din bilgini olan E. Massey, hastalıkların tanrı tarafından insanlara bir ceza olarak gönderildiğini; bu nedenle de hastalıkları önlemeye çalışmanın, tanrıya karşı gelmek olduğunu ileri sürmüş ve aşılama girişimlerini şeytana uymak olarak nitelendirerek kendisine geniş bir taraftar kitlesi de bulmuştur. Günümüzde de aşı karşıtı kişi ve gruplar, bulunduğumuz çağın olanaklarından yararlanarak internet ve bazı medya organları aracılığı ile toplumu etkilemeyi sürdürmektedirler. Koronavirüs süreci aşının önemli olduğunu bir kez daha gösterdi. Aşı karşıtlığı; toplum bağışıklığını aksatarak, aşıyla korunabilen hastalıklar hatta salgınların oluşmasındaki en büyük tehditlerden biridir. Bundan dolayı giderek artan aşı karşıtlığı ve aşı reddi sorunu; toplumsal olarak kötü sonuçlarla karşılaşmadan önce, ciddiyet ile ele alınması gereken ve somut adımlarla çözümlenmesi gereken bir konudur. Ne yazık ki ülkemizde bu konu ile ilgili yeterli duyarlılık oluşmamıştır. Yapılmış geniş kapsamlı bir klinik çalışma ve/veya veri de bulunmamaktadır. İstanbul Okan Üniversitesi Hastanesi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları kliniği olarak; anne babaların aşı karşıtlığı ile ilgili görüş ve tutumlarını içeren, aşı reddi veya karşıtı olan ailelerin verilerini analiz etmeyi amaçlayan bir çalışma projemiz planlama aşamasında olup en kısa sürede çalışmaya başlamayı ümit ediyoruz.

"Aşı Karşıtı Düşünceler Çürütülmüştür"

Aşı karşıtı ailelerin en sık endişelerinden bir tanesi, ilaç ve aşı şirketlerinin toplumun sağlığını değil kendi kazançlarını önemsediklerini düşünmeleridir. Ancak bu endişeler, eldeki aşıların etkinlik ve güvenliliği karşısında, insanlığın sağlık alanındaki en etkin mücadele araçlarından birini kullanmayı bırakması için yeterli değildir. Aşı karşıtı ailelerin öne sürdüğü diğer nedenler; aşıların otizm gibi bazı hastalıklara neden olduğu, aşılanmanın savunma sistemini olumsuz biçimde etkilediği, yan etki görülme sıklığının kasıtlı olarak gizlenmekte olduğu, içerisinde alkol veya domuz ürünleri barındırdığı inanışıyla bazı grupların inançlarına ters düşmesi gibi başlıklar altında toplanabilir. Her ne olursa olsun, aşı karşıtı tezlerin hemen hepsi binlerce olguyu içeren çalışmalarla, bu çalışmaların derlendiği 14 milyonluk dev vaka serisini içeren kohreyn analizleri ile çürütülmüştür.

"Aşılama Hizmetleri Kamusal Bir Sorumluluktur"

Aşı konusunda; hiç yan etki olmaması, hiç riskin bulunmaması gibi bir durum söz konusu değildir. Ancak tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de, aşıların olası yan etkileri özenle izlenilmekte, kayıtları tutulmakta, aşıya bağlı gerçek olumsuzluklar ile rastlantısal gelişmelerin yakından takibi yapılmaktadır. Aşılama hizmetleri kamusal bir sorumluluktur. Bu nedenle; kamuoyunun bilimsel veriler ışığında aşıyla korunabilen hastalıklar konusunda aydınlatılması, aşı karşıtı tezlerin çürütüleceği eğitsel araçların geliştirilmesi ve risk altındaki kişilerin bağışıklama ile korunması konusunda yasal düzenlemelerin yapılması gereklidir. Başta toplumun bilinçlenmesinde, temel rolü olan yazılı veya görsel medya olmak üzere, kamu kurumları da dahil çeşitli alandaki tüm yetkililerin bu konuda bilimsellikle örtüşen davranışlar sergilemesi gerekmektedir. Çocuklarımız başta olmak üzere tüm toplumun sağlığı için; gerçeği yansıtmayan, bilimsel çalışmalarla örtüşmeyen, hatta çelişen; eksik, hatalı veya yanlış bilgilerin yaygınlaşmasının önlenmesi de çok önemli ve gerekli bir sorumluluktur.

SAĞLIK KÖŞESİ

Diyabet Hastalarının Ramazan Ayında Oruç Tutmalarında Sakınca Var Mıdır?



Diyabet toplumumuzda oldukça sık görülen ve ciddi komplikasyonlarla seyredebilen bir hastalıktır. Diyabet hastaları, dini vecibelerimizden olan Ramazan orucunu tutma konusunda talep ve soruları olmaktadır. Bu konu aslında oldukça karmaşık bir konudur. Her hasta özel olarak değerlendirilmelidir. İstanbul Okan Üniversitesi Hastanesi Endokrinoloji ve Metabolizma Hastalıkları Uzmanı Doç. Dr. Yusuf Aydın, diyabet hastalarının oruç tutmaları ile ilgili olarak genel prensiplerden bahsetti.

Haber Merkezi

Tip 1 Diyabet Hastalarının Oruç Tutmaları Mümkün Değildir!

Tip 1 diyabet hastalarının hayat boyu insülin kullanmaları gerekmektedir. Bu insülinler genel olarak günde 3 veya 4 doz şeklinde olmaktadır. Kimi Tip 1 diyabet hastaları da insülin pompası ile kan şekerlerini kontrol altına almaya çalışmaktadırlar. Bu yüzden bu hastaların oruç tutmaları mümkün değildir. Kısa bir dönem insülin yapmazlar ise yüksek şeker (hiperglisemi), ketoasidoz komasına girebilirler. Dolayısıyla, bu hastaların kesinlikle oruç tutma teşebbüsünde bulunmamaları gerekmektedir.

Oruç Tutan Tip 2 Diyabet Hastalarında Hayatı Tehdit Eden Sonuçlar Ortaya Çıkabilir!

Tip 2 diyabeti olan hastalarımız ise çok farklı gruplar şeklinde tedavi almaktadırlar. O yüzden her hasta kendi özelinde değerlendirilmelidir. Temel olarak hipoglisemi, yani şeker düşüklüğü ve hiperglisemi yani şeker yüksekliğine açmayacak şekilde tedavi planlaması yapılmalıdır. Oruç tutan diyabet hastalarına bu klinik durum gelişirse hayatı tehdit eden sonuçlar ortaya çıkabilmektedir.

Birinci Grup ve İkinci Grup Tip 2 Diyabet Hastaları İlaç Dozları Ayarlanarak Oruç Tutabilirler!

Birinci grup hasta; çok düşük dozda ilaç kullanan ve kan şekerleri kontrol altında olan ve ek hastalıkları olmayan Tip 2 diyabet hastalarıdır. Bu hastalar ilaç dozları ayarlanarak oruç tutabilirler. Bu hastaların birçoğu tek veya iki şeker hapı kullanmaktadırlar. Özellikle hipoglisemiye yol açan sülfonilüre grubu (glibenklamid, gliclazid, glimeprid) ilaçlar iftara kaydırılarak tedavi değiştirilebilir. Eğer sadece metformin kullanıyorsa ve kan şekeri düzenli ise oruç tutmasında herhangi bir sakınca olmayacaktır.

İkinci grup hasta ise tek doz insülin ile beraber şeker düşürücü ilaçlar kullanan hastalardır. Bu hastalarda insülin hemen iftar sonrasında uygulanır ve sahurda hipoglisemiye yol açmayan ilaçlar tedaviye eklenerek oruç tutmaları sağlanabilir. Bu hastalar insülin kullandıkları için mutlaka hipoglisemi riski açısından yakın kan şekeri yakın takibi yapılmalıdır. Özellikle bu kişiler öğleden sonra, saat 15-16'dan sonra hipoglisemi açısından yakın takip olmalıdır. Kan şekeri 70 mg/dl altına düşerse orucunu bozarak kan şekerini normale getirmelidir.

Üçüncü Grup ve Dördüncü Grup Tip 2 Diyabet Hastalarının Oruç Tutmaları Uygun Değildir!

Üçüncü grup Tip 2 diyabet hastaları ise, iki veya daha fazla insülin tedavisi kullanan hastalardır. Bu hasta grubunda aynen Tip 1 diyabet hastalarında olduğu gibi oruç tutmaları kan şekeri regülasyonunu daha da kötüleştirebileceği ve hipoglisemilere yol açacağı için oruç tutmaları uygun değildir.

Dördüncü grup Tip 2 diyabet hastaları ise kan şekerleri çok oynak seyreden ve ciddi komplikasyonları olan hastalardır. Örneğin bypaslı veya stent öyküsü olan, kontrolsüz hipertansiyonu olan, ciddi diyabet göz hastalıları olan, yakın zamanda felç geçirmiş hastaların kan şekerleri iyi bile olsa oruç tutmaları çok uygun değildir. Çünkü gelişecek hipoglisemi veya hiperglisemi durumunda hayatı tehdit edecek sonuçlar oluşabilir.

Doç. Dr. Yusuf Aydın, ''Gruplar genel öneri şeklinde değerlendirilmelidir. Oruç tutmak isteyen her diyabetli, ramazan öncesinde mutlaka kan şekerlerinin genel durumu, ek hastalıklarının son durumunu değerlendirmek için hekimlerine başvurmalıdır. Özellikle HbA1c değeri yani 3 aylık kan şekeri ortalaması %8,5 üzerinde ise bu hastanın kan şekeri kontrolü kötü olarak kabul edilmelidir. Bu diyabet hastalarının da oruç tutmasının uygun olmadığını düşünüyorum'' dedi.

Oruç tutmayı planlayan ve hekimlerinin izin verdiği hastalar, Ramazan döneminde mutlaka oruç tutacakları zaman sahur yapmaları gerekmektedir. Sahurda özellikle protein içeriği yüksek gıdaları (yumurta, peynir, baklagil ve proteinli çorbalar) gıdaları bol almaları gerekmektedir. Ayrıca sıcak bölgelerde oruç tutan kişilerde sıvı kaybı riski fazla olduğundan sahurda yeterli oranda su ve sıvı gıdaları almaları gerekmektedir. Ayrıca oruçlu oldukları dönemde mutlaka kan şekerlerini yakın ve daha sıkı takibi gereklidir.

Oruç ibadetini yapmayı planlayan hastalarımızın mutlaka Ramazan öncesi hekimleri ile görüşmelerini, klinik durum değerlendirmelerini yaptırmalarını öneriyorum. Sonuç olarak daha öncede belirtiğim gibi her hasta kendi özel durumuna göre hekiminin izin vermesi halinde oruç tutabilir.

Çin Televizyonu Türkiye'den Evrim Kırmızıtaş Başaran'ı seçti..



Gayrimenkul Danışmanı Evrim Kırmızıtaş Başaran'nın görüşlerine yer verilen CCTV'nin haberi Çin'in yanı sıra Amerika ve Yeni Zelanda başta olmak üzere dünyanın pek çok ülkesindeki TV kanallarında da yayınlandı.

Haber Merkezi

Konut fiyat artışında Türkiye'nin şampiyonluğu Çin'in ilgisini çekti

Türkiye, konut fiyat artışında şampiyon oldu. Ankara, İzmir ve İstanbul'un konut fiyatlarında dünyada zirvede olması tüm dünyanın gözünü Türkiye'ye çevirdi. Son olarak Çin Devlet Televizyonu CCTV, bu konuda detaylı bir haber dosyası hazırladı.

Dünyada birinci sırada

İngiltere merkezli küresel gayrimenkul danışmanlık şirketi Knight Frank'in Global Konut Fiyatları Endeksi 2020 dördüncü çeyrek sonuçları hakkında bilgi veren Evrim Kırmızıtaş Başaran, "Dünyadaki 150 kenti kapsayan rapora, Türkiye damga vurdu. Son bir yıllık fiyat artışına bakıldığında dünyada konutların en fazla değer kazandığı yer, yüzde 30 ile başkent Ankara oldu. İzmir yüzde 29.4 ile ikinci, İstanbul yüzde 27.9 ile üçüncü sırada yer aldı" dedi.



Rapor nedeniyle dünyadaki yatırımcıların Türkiye'yi merceğe aldığını aktaran Başaran, "Son dönemde yabancı yatırımcılardan sık sık sorular alıyorduk. Son olarak Çin'in Devlet Televizyonu CCTV'nin de bu durum ilgisini çektiği için özel bir dosya haber hazırladı" diye konuştu.

Türkiye'den Kırmızıtaş'ı seçtiler

Portföyünde milyon dolarlık gayrimenkullere sahip olan, pek çok ünlü yapının satışını gerçekleştiren ve emlak satışında dünya şampiyonlukları bulunduğu için Başaran'la röportaj yapan CCTV'nin haberi Çin, Amerika, Yeni Zelanda olmak üzere dünyanın pek çok ülkesindeki TV kanallarında, gazetelerde ve haber sitelerinde yayınlandı.

Haberde, Türkiye'deki gayrimenkul sektöründen bilgilerin yanı sıra Çin'de başlayan pandeminin dünyada ve Türkiye'deki yansımaları, İstanbul Boğazı'ndaki yalılar, pandemi sonrası Türkiye'de değişen gayrimenkul tercihleri gibi konulara da yer verildi.

Sıfır Araçlardaki Üretim Sıkıntıları İkinci Ele Olan Talebi Artırabilir



Covid 19 sürecinde küresel elektronik mikroçip tedarik sıkıntısı yaşanması ile gözler ikinci el otomotiv piyasasına çevrildi. Ramazan Bayramı boyunca kısıtlamalar tekrar devam edecek ancak bayram sonrası kademeli olarak yasaklar kalkar ise yaz aylarının da yaklaşmasıyla beraber ikinci el otomobil satışları artabilir. Öte yandan Ticaret Bakanlığı'nın 120.000 TL ve altındaki taşıt satışlarında 60 aya kadar taksit imkanı getirmesi ile birlikte önümüzdeki aylarda sıfır km araçlara olan talep artabilir, pandemi dolayısıyla talep karşılanamadığında ise gözler ikinci ele kayabilir, bu durumda 120.000 TL altındaki araçların ilanlarda daha çok görülmesi olası. Mart ayında arabam.com'da yayınlanan ilanlarda en çok ilgiyi 200.000 km. - 300.000 km. aralığındaki araçlar gördü. 1.2 - 1.4 arası motor hacmine sahip araçların ilan oranlarının %11 artış göstermesi ve 1.4 - 1.6 arası motor hacmine sahip araçların ise ilan oranlarının %7 artış göstermesi dikkat çekiyor. Motor hacmi arttıkça yakıt tüketimi ve MTV miktarları da arttığı için, tüketicilerin ilgisini daha çok çekiyor.

Haber Merkezi

Türkiye'nin önde gelen 2.el otomobil ilan platformu arabam.com, geçtiğimiz mart ayının ilan verilerini derleyerek, otomotiv pazarına ışık tutacak istatistikleri paylaştı. Mart ayı boyunca en çok ilan verilen 5 kategori, 10 marka, 10 otomobil modeli ve yılı, 10 arazi/SUV/Pick-up modeli, yakıt türleri, vites türleri, motor hacimleri, km. değerleri gibi temel verilere göre arabam.com analizi şöyle:

En Çok İlan Verilen Kategoriler

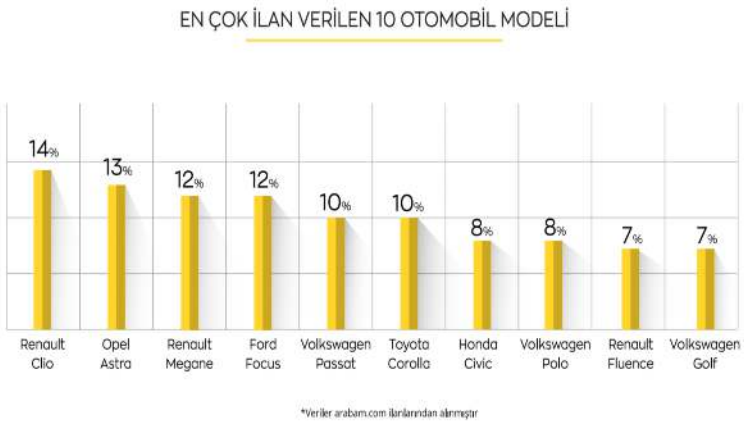
arabam.com'daki ilanların %70'ini otomobiller oluşturuyor. Otomobilleri hafif ticari araçlar, arazi araçları, ticari araçlar ve motosikletler izliyor. Traktör ve tarım iş makinaları gibi ilanlar ise %2'lik dilimde yer alıyor. En Çok İlan Verilen 10 Marka Renault, mart ayında da %20 ile birinciliğini koruyor. Fiat ise %18 ile yine ikinci sırada. Fiat markasını sırasıyla Volkswagen, Ford, Opel, Hyundai, Peugeot, Toyota, Citroen ve Honda izliyor. Mart ayında da Mercedes Benz ve BMW ilk 10 listesinde bulunmuyor.





Clio, Astra ve Megane En Çok Tercih Edilen Otomobil Modelleri

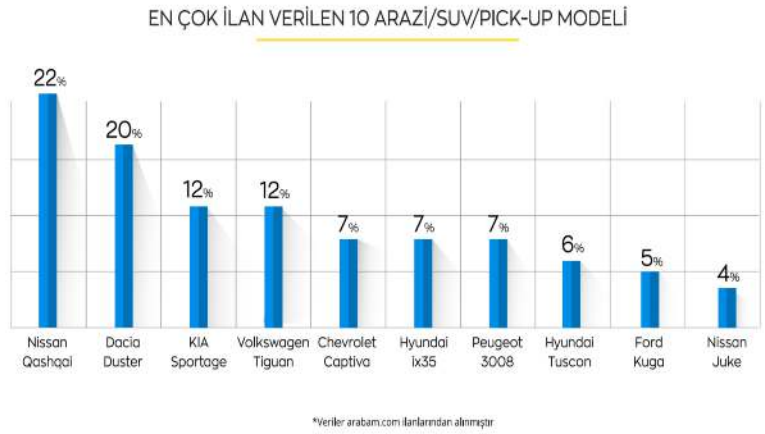
İlanlara model özelinde bakıldığında mart ayında en çok ilan verilen otomobil modelleri Clio, Astra ve Megane oldu. Astra ve Focus'un tercih edilme oranı %1 düştü. Bu üç modeli ise sırasıyla



Focus, Passat ve Corolla takip ediyor.

Arazi, SUV ve Pick-Up Kasa Tiplerinde, Markaların Mart Ayı Oranları

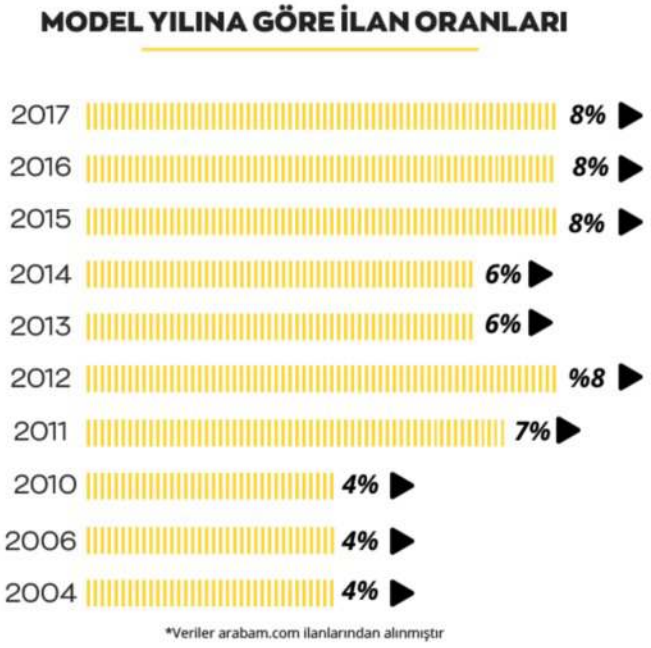
arabam.com`da yayınlanan 2.el Arazi/SUV/Pick-up ilanlarının oransal olarak değerlendirmesine bakıldığında en yüksek ilan sayısı, %22 ile yine Nissan Qashqai`nin oldu. Onu sırasıyla Dacia Duster, Kia Sportage, Volkswagen Tiguan, Chevrolet Captiva,



Hyundai ix35, Peugeot 3008 ve Hyundai Tucson izliyor.

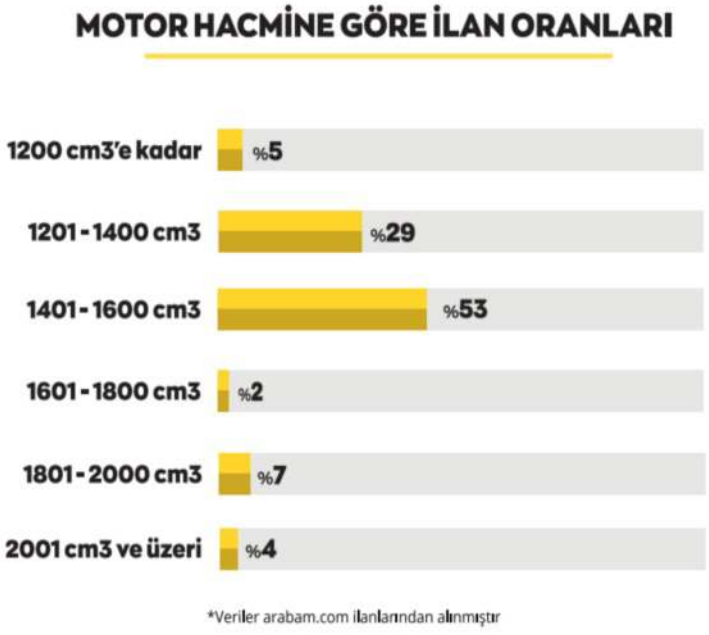
Mart Ayında En Çok 2017, 2016, 2015 ve 2012 Model Araç İlanları Verildi

arabam.com'da mart ayında en fazla ilan verilen araç model yılı %8,2 oranı ile 2017 modeller oldu. Bunu sırasıyla 2016, 2015 ve 2012 model araçlar takip etti. 2000 yılı ve öncesine ait araçlar ise ilanların %13'ünü oluşturuyor. İlanların model yılına göre oranları yandaki gibidir:



Motor Hacmine Göre İlanların Dağılımı

Motor hacmi arttıkça yakıt tüketimi ve MTV miktarları da arttığı için 1.6 altındaki motorların 2.el araç alımında ideal olduğu gözlemleniyor. Diğer aylarda olduğu gibi 1.2 – 1.4 arası ve 1.4-1.6 arası motor hacimlerine sahip araç ilanları liderliklerini korumaya devam ediyor ancak Şubat ayında

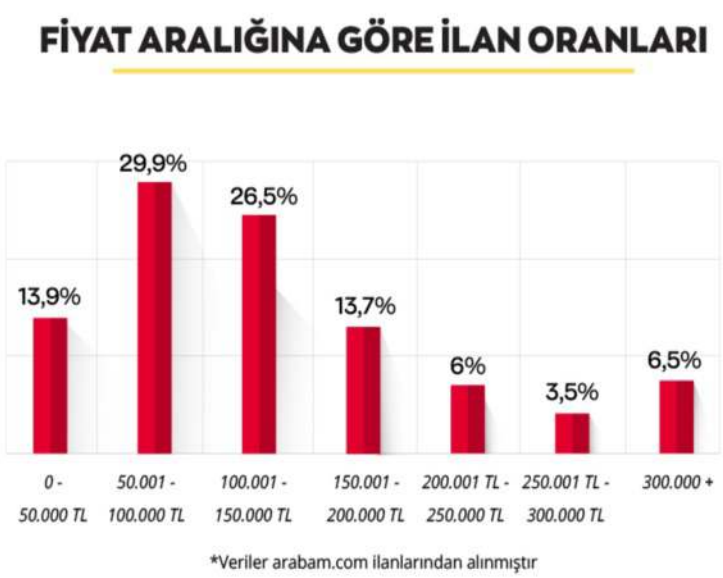


1.2 – 1.4 arası motor hacmine sahip araçların ilan oranlarında %7'lik düşüş yaşanırken mart ayında 1.2 – 1.4 arası motor hacmine sahip araçların ilan oranları %11 artış gösterdi ve ilanların %29'unu oluşturdu, 1.4 – 1.6 arası motor hacmine sahip araçların ise ilan oranları %7 artış gösterdi ve ilanların %53'ünü oluşturdu. 2001 cm3 ve üzeri motor hacmine sahip ilanların oranı geçtiğimiz aralık – ocak aylarında artış gösterirken mart ayında %8 oranında düşüş yaşadı ve ilanların sadece %4'ünü oluşturdu.

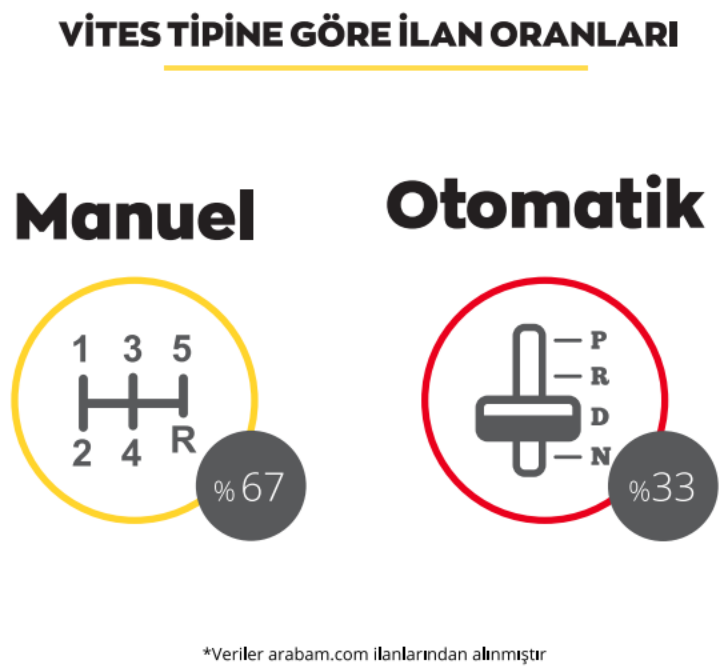
50 Bin TL - 100 Bin TL Aralığındaki İlan Sayıları Mart Ayında da Lider

İlanlar içinde en yüksek payı mart ayında da 50 bin - 100 bin TL aralığındaki araçlar alıyor. Diğer fiyat aralığındaki ilan sayılarında ise genel bir düşüş söz konusu. 100 bin - 150 bin TL aralığındaki araçlarda ise %1'lik artış görünüyor.

Yarı Otomatik Vitesli Araçlara İlgi Arttı

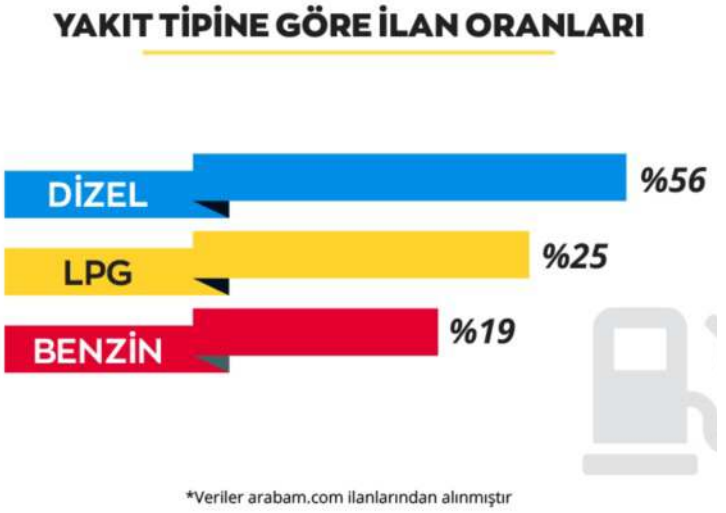


Şanzıman tipine göre ilanların dağılımında en büyük payın düz vitesli araçlarda olduğu görülüyor ancak düz vitesli araçlar mart ayında %2'lik düşüş yaşayarak ilanların %67'sini oluşturuyor. Yarı otomatik vitesli araçlar ise %2'lik artış göstererek ilanların %17'sini oluşturuyor. Düz vitesli araçlarda yakıt tüketimi daha az olduğundan ve otomatik vitesli araçlara göre daha ucuz olduğundan tüketicilerin uygun bütçeli araçlara yöneliminin olduğunu söylemek mümkün. Otomatik vitesli araçların ilan oranı ise %16 olarak devam ediyor. Mart ayı ilanlarının şanzıman tipine göre dağılımı aşağıdaki gibi:



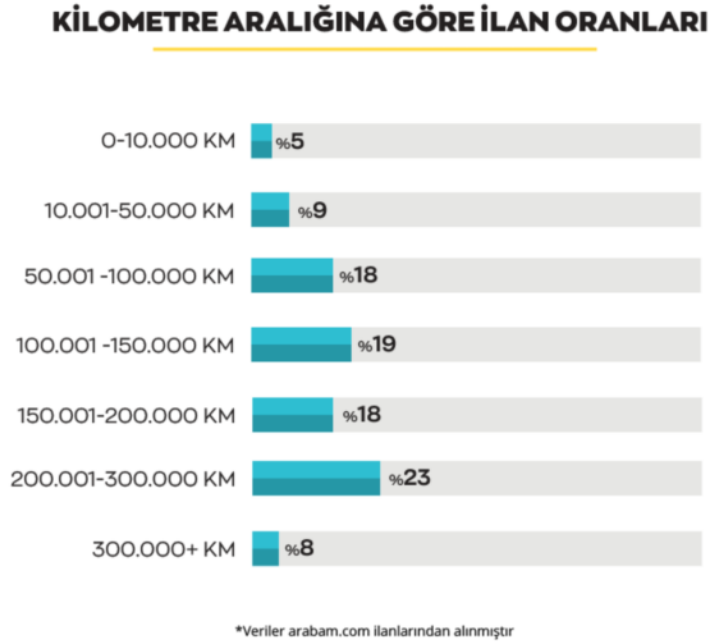
Elektrikli Araç İlan Sayısı Artmaya Devam Ediyor

Şubat ayında arabam.com ilanları yakıt tipine göre incelendiğinde, benzinli araçların oranı %18,71 oldu. Dizel motorlu araçlar ise %56,56 oranı ile birinciliği kaptırmıyor. Dizel araçları sırasıyla LPG, elektrikli ve hibrit araçlar oluşturuyor. arabam.com'da mart ayında 50 adet elektrikli araç ilanı varken mart ayında bu sayı 66'ya yükseldi.



200 Bin - 300 Bin km. Aralığındaki Araçlara İlgi Yüksek

İkinci el ilan piyasasında mart ayında en çok ilgiliyi 200.000 km.- 300.000 km. arasındaki araçlar görüyor. Uygun fiyatlı, yüksek kilometreli araçlara da talep devam ediyor. 50.000 - 100.000 km. aralığındaki ilan oranlarında ise %2'lik düşüş yaşanıyor.



Özetle; 2021 yılı mart ayında en çok "otomobil" ilanı verildi ve ilanların dominant markası Renault, modeli ise Renault Clio, Opel Astra ve Megane oldu. Motor hacmi 1.2-1.4 ve 1.4-1.6 aralığında olan araçların satışa sunulma oranı yüksek. İkinci el ilan piyasasında 200.000-300.000 km aralığındaki araçlar daha çok görülüyor. Ayrıca en fazla ilan da 50.000 TL-100.000 TL aralığındaki araçlar için verilmiş.

Ada Lovelace ve Sayıların Başını Döndüren Makine



Zoë Tucker Rachel Katstaller

fonbulucu.com SPK'dan Paya Dayalı Kitle Fonlaması Platformu İşletme Lisansı aldı



fonbulucu.com Platformları Kurucusu ve Genel Müdürü Hakan Yıldız

fonbulucu.com platformları, "Paya Dayalı Kitle Fonlama" hizmetleri sunmak üzere SPK'dan lisans aldı. Bu yeni nesil finansman modeliyle girişimci ve yatırımcı ekosisteminde yepyeni bir dönem başlatan fonbulucu.com ile yatırımcılar, 1 TL ile dahi yatırımcı olabilecekler.

Haber Merkezi

Yardımlaşma ve dayanışma mirasımızın sembolü, Anadolu'nun kadim geleneği imeceyi online platformda yeniden canlandırarak Türkiye'de girişimcilik ve yatırımcılık ekosistemini geliştirmek ve sermayeyi tabana yaymak için yola çıkan **fonbulucu.com platformları**, "Paya Dayalı Kitle Fonlaması" alanında Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)'ndan lisans alan ilk platformlardan biri oldu.

Daha önce ödül/bağış temelli kitlesel fonlama çalışmaları yürüterek 25 bini aşan üye sayısına ulaşan fonbulucu.com, kurulduğu 2016 yılından bu yana Paya Dayalı Kitle Fonlama hizmetlerini sunmak üzere tüm hazırlıklarını tamamlamış, Merkezi Kayıt Kuruluşu (MKK), e-devlet ve İstanbul Takas ve Saklama Bankası (Takasbank) ile yazılım entegrasyonlarını başarı ile gerçekleştirmişti. Paya Dayalı Kitle Fonlaması'na ilişkin tebliğin yayınlanmasının ardından gerekli izin için başvuruda bulunan ilk şirket olan fonbulucu.com, SPK'dan aldığı lisansla Türkiye'de girişimci ve yatırımcılar için yepyeni bir dönem başlatıyor.

2017 yılında yasallaşan ve 2019 yılında SPK tarafından ikincil mevzuatı yayınlanan Paya Dayalı Kitle Fonlaması, girişimcinin projesinin veya girişim şirketinin paylarının bir kısmını finansman temin etmek amacıyla lisanslı bir platform üzerinden satışa sunması anlamına geliyor. Satışa sunulan paylarla yatırımcılardan kampanya süresi içerisinde para toplanması sağlanırken, bu yeni nesil finansman aracı ile ihtiyaç duyulan fon temin edilmiş oluyor. Sistem sayesinde yatırımcılar, erken aşama girişimlere doğru zamanda ve güvenli bir şekilde yatırım yaparak daha yüksek getiri elde edebiliyorlar.

Hızlı, kolay, teminatsız, faizsiz ve düşük maliyetli fon bulma imkânı

Girişimlerini kurmak veya büyütmek için finansman arayan girişimcilerin banka kredilerine, yüksek finansman maliyetlerine ya da borçlanmalarına gerek kalmadan girişimleri için kaynak bulabilecekleri bir platform olan fonbulucu.com, yepyeni bir finansman yaklaşımı sunuyor.

Online olarak gerçekleşen işlemler, fonbulucu.com tarafından hazırlanan kullanımı son derece hızlı ve kolay bir sistemle gerçekleşiyor. Sunulan bu yeni nesil finansman aracından, neredeyse her ölçekteki girişimciler yararlanabiliyor. Girişimciler, KOBİ'ler, Ar-Ge yapmak isteyenler ve inovasyon geliştiricileri, tüm üreticiler, teknoloji girişimcileri ve sosyal girişimciler gibi çok geniş bir kitle fonbulucu.com'un sunduğu avantajlarından yararlanarak kendilerine destekçi veya yatırımcı bulabiliyor.

Türkiye'den yepyeni unicorn'lar çıkacak

Girişimlere borsaya kote olmadan hisseleri karşılığı yatırım bulma fırsatı sunan Paya Dayalı Kitle Fonlaması modeli, özellikle erken aşama ve ölçeklenmeye yeni başlayan girişimler için eşsiz fırsatlar sunarken, yeni yatırım veya proje yapmak isteyen orta ölçekli girişimler de kaynaklara hızlı ve kolay ulaşabiliyorlar. Birikimlerini değerlendirmek isteyen 'ev tipi yatırımcılardan daha büyük kurumsal yatırımcılara kadar her ölçekten yatırımcılar ise yenilikçi fikirler ve girişimlerden pay alarak geleceğin milyar dolarlık girişimlerine şimdiden yatırım yapma şansını yakalıyorlar.

Yeni nesil finansman modeli girişimci ve yatırımcıları geleceğe taşıyacak

Bu yeni nesil finansman modeliyle girişimlere ortak olmak cep telefonlarıyla bile mümkün hale getirildi. Yatırım yapmak isteyenler sisteme kolaylıkla üye olarak 1 TL'ye ya da diledikleri miktarla girişimlerden pay satın alabilecekler. Yatırımcılar, birikimlerini değerlendirirken sistemin bir parçası olan MKK ve Takasbank ile işlemlerini gönül rahatlığı içerisinde güvenli bir şekilde gerçekleştirecekler.

Konuya ilişkin açıklama yapan **fonbulucu.com Platformları Kurucusu ve Genel Müdürü Hakan Yıldız**; fonbulucu.com bünyesinde hayata geçen Paya Dayalı Kitle Fonlaması modelinin, girişimcilerin finansmana erişimlerini hızlandıracağını, ucuzlatacağını ve kolaylaştıracağını vurguladı. "Unicorn olarak tabir ettiğimiz milyar dolarlık girişimleri ülkemizde daha fazla görmek istiyorsak çok fazla girişimcimizin finansmana kolay, hızlı ve düşük maliyetli erişmelerini sağlamak durumundayız" diyen Yıldız, sözlerine şöyle devam etti:

"Sistemimiz sayesinde yepyeni bir dönem başlatıyoruz. Bu kapsamda öncü bir rol üstlendiğimizi biliyoruz ve hem girişimciyi hem de yatırımcıyı koruyan bir model ile çalışıyoruz. Sisteme herkes kolayca dahil olabiliyor ve karmaşadan uzak bir sistem kullanarak işlem yapabiliyor. Öte yandan kurduğumuz Reinves Ventures Kitle Fonlama Girişim Sermayesi Yatırım Fonu ile 2021 yılı içerisinde platformumuzda kampanya yapan en az 10 girişime doğrudan nitelikli yatırımcı olarak yatırım yapacağız. Bunun için 15 milyon TL kaynak ayırdık. Ayrıca Reinves Angels Melek Yatırımcı Ağı ile de yine bu kampanyalardan melek yatırımcılarımız pay alacak. Bu fonlama destekleri ile kampanyaların başarısını artırarak girişimlerin ihtiyaç duydukları fonu sağlayacağız. Girişimcileri bekliyoruz. Hemen başvuru yapabilirler."

Sistem içerisinde Sermaye Piyasası Kurulu, MKK, e-devlet ve Takasbank'ın bulunmasının önemine dikkat çeken Yıldız, "Girişimciler için toplanan fonlar, Takasbank tarafından bloke ediliyor. Bu sayede yatırımcıların paraları güvende kalırken işlem sonunda MKK, payları yatırımcılar adına kayıt altına alıyor. Kampanyanın gereken fonu toplamada başarısız olması durumunda ise yatırımcılara hiçbir kesinti olmadan ödemeleri iade ediliyor. Dolayısı ile herkesi kampanyalardan güvenli bir şekilde pay almaya, güçlü bir ekonomi ve güçlü bir Türkiye için üretime destek olacak bu hareketin bir parçası olmaya davet ediyorum" dedi.

fonbulucu.com Platformları Hakkında:

"Gelecekte var olmak üretimle ve teknolojiyle olacak! Araştıran, üreten, geliştiren bir toplum olmalıyız" görüşünü içselleştiren fonbulucu.com platformları, Anadolu'nun kadim geleneği imeceyi online platformlarda yeniden canlandırarak Türkiye'de girişimcilik ve yatırımcılık ekosistemini geliştirmek ve sermayeyi tabana yaymak için 2016 yılında kuruldu. İlk olarak Ödül ve Bağış Temelli Kitle Fonlama modeliyle fikir, proje ve buluş sahiplerini, girişimlere finansal destek sağlayanlarla bir araya getirerek kısa sürede 25 bin kayıtlı üyeye ulaştı. fonbulucu.com, kurulduğu günden bugüne kadar 200 milyon TL'yi aşan fonlama talebi alarak girişimci ve yatırımcılara 360 derece fayda sağlayan yenilikçi bir finansman ve yatırımcılık sistemi oluşturdu. Geçen kısa sürede 30 projeye 5 milyon TL fon sağladı.

08 Nisan 2021 tarihinde Sermaye Piyasası Kurulu'ndan faaliyet izni alarak Türkiye'de Paya Dayalı Kitle Fonlamasını hayata geçiren ilk platform olan fonbulucu.com, yatırımcı bariyerini 1 TL'ye düşürdüğü iş modeliyle Türkiye yatırımcı ekosistemine de yeni bir boyut kazandırdı.

fonbulucu.com şemsiyesi altında dört ana platform bulunuyor. Ayrıca bir Girişim Sermayesi Yatırım Fonu ve bir Melek Yatırım Ağı da bulunan ana yapı, bu çalışmalarını girişimcilere ve yatırımcılara ek destekler vererek sürdürüyor. Platform, kalkınmanın toplumsal üretim ve sosyal fayda sağlayarak gerçekleşeceği inancıyla, ulusal boyutta 'Kitlesel Kalkınma Destek Programı' ve BM/IsDB ile birlikte 57 ülkede yoksulluğun azaltılmasına yönelik 'Sivil Toplum Kuruluşlarının Güçlendirilmesi' projelerini de yürütüyor.

www.fonbulucu.com

Ecoplas, Toyota Tarafından Avrupa Bölgesel Katkı Ödülü'ne Layık Görüldü



Türk tedarik sanayinin öncü şirketleri arasında yer alan Ecoplas, sektörde elde ettiği başarıları aldığı ödüllerle taçlandırmaya devam ediyor. Ecoplas, bu kapsamda Toyota tarafından, dünya genelinde bölgesel başarılarıyla öne çıkan şirketlere verilen Regional Contribution Awards- Bölgesel Katkı Ödülü'ne layık görüldü. Bu ödül ile Avrupa bölgesinin en iyi firmalarından birisi olarak seçilmenin gururunu yaşadıklarını söyleyen Ecoplas Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Yazıcı, söz konusu ödülün aynı zamanda Türk otomotiv tedarik sanayisi açısından gerek Avrupa ve gerek dünya çapında önemli bir başarı anlamına geldiğinin altını çizdi.

Haber Merkezi

Otomotiv üreticilerine yönelik iç ve dış giydirme parçaları, hava üfleçleri, orta konsol ve boyalı parçalar üreten Ecoplas, örnek proje ve uygulamalarının ardından elde ettiği ödüllere bir yenisini daha ekledi. Ecoplas, Toyota tarafından, tüm dünya genelinde bölgesel başarılarıyla öne çıkan şirketlere verilen "Regional Contribution Awards- Bölgesel Katkı Ödülü"nün sahibi oldu. Toyota'nın küresel olarak tüm tedarikçilerine yönelik değerlendirme sürecinin ardından her yıl Japonya Nagoya kentinde gerçekleştirdiği tören ile Toyota Japonya Başkanı ve CEO'su Akio Toyoda tarafından sahiplerine verilen ödül kapsamında; bu yıl pandemi çerçevesince alınan önlemler gereği tören düzenlenmedi. Ödül Toyota Türkiye Satınalma yöneticileri tarafından Ecoplas'ın Sakarya fabrikası ziyareti sırasında Ecoplas Otomotiv yöneticilerine takdim edildi.



Konu hakkında açıklamalarda bulunan Ecoplas Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Yazıcı, Toyota Türkiye'nin en önemli tedarikçileri arasında yer aldıklarını dile getirdi. Toyota'nın hem Türkiye'deki fabrikasına parça tedariki yaptıklarını hem de Fransa, İngiltere, Rusya, Güney Afrika ve Japonya'daki fabrikalarına parça ihraç ettiklerini anlatan Yazıcı, faaliyetleri kapsamında Türk tedarik sanayini başarı ile temsil ettiklerini söyledi.

"Ecoplas olarak birçok alanda Avrupalı rakiplerimizin önündeyiz"

Söz konusu ödül ile Avrupa bölgesinin en iyi firmalarından birisi olarak seçildiklerini, ödülün aynı zamanda, Türk otomotiv tedarik sanayisinin Avrupa ve dünyadaki önemli bir başarısı olduğunun altını çizen Yazıcı, "Bir Türk firması olarak; birçok alanda Avrupalı rakiplerimizin önünde olmaktan dolayı çok mutluyuz. Üstün başarıları için tüm çalışanlarımızı kutluyorum" dedi. Toyota'nın Avrupa organizasyonlarından çok sayıda ödül aldıklarını ancak Toyota'nın merkezi Japonya'dan alınan bu ödülün Ecoplas'ın başarılarını taçlandırması anlamına geldiğini vurgulayan Yazıcı, söz konusu ödülün Ecoplas'ın kusursuz proje yönetimi ile şirket çalışanlarının kaliteli ve tam zamanında üretimde gösterdikleri üstün başarının sonucu olduğunun altını çizdi.

Türk Madencilik Sektörünün Köklü Firması Çiftay İzmir ve Ege Bölgesine Değer Katacak



ÇiftayA.Ş.
Payidarlarından
Serkan Aydın

İzmir ve Ege bölgesinin en değerli yatırımlarından biri olan Batı Anadolu Çimento Sanayii A.Ş'de (Batıçim) bir süredir devam eden hisse satışı görüşmeleri anlaşmayla sonuçlandı. Türkiye'nin maden, enerji ve turizm sektörlerinin önde gelen kuruluşlarından Çiftay İnşaat Taahhüt ve Ticaret A.Ş,İzmir ve Söke'de iki fabrikası bulunan Batıçim grubunun yüzde 30 hissesine sahip olacak.
Çiftay A.Ş. Payidarlarından Serkan Aydın: "Babamız Ziya Aydın, hep bir emekçi olarak yaşadı ve o şekilde hayata gözlerini yumdu. O, maddi veya maddesel büyüklükten ziyade yarattığı istihdam ve katma değerle gurur duydu. Batıçim yatırımıyla babamızın en büyük hayalini yerine getirdik. İzmir'e ve ülkemize hayırlı olsun."

Haber Merkezi

Maden, enerji ve turizm sektörlerindeki köklü tecrübesiyle ülke ekonomisine katma değer sağlayan Çiftay, İzmir Batıçim grubunun bazı hissedarları ile sürdürdüğü hisse devri görüşmelerinde anlaşmaya vardı. Gerçekleşen satışla, Egeli, Grebene, Bükey ve Günel ailelerinin sahip olduğu toplam yüzde 30 A ve B grubu hisse, maden ve enerji sektörlerinde faaliyet gösteren Çiftay İnşaat Taahhüt ve Ticaret AŞ'nin oldu. Hisse devir işlem değeri 774 milyon TL (95 milyon dolar) olarak açıklanırken şirketin toplam değeri ise 521 milyon doları buldu. 2021'e bünyesinde barındırdığı 6 şirket, bini bulan istihdam ve 1.5 milyar TL ciro hedefiyle giren Batıçim'de satışın kesinleşmesi süreci yasal izinlerin ardından sonuçlanacak.

"Babamın En Büyük Hayaliydi…"

Batıçim Grubu hisse devri anlaşmasını değerlendiren ÇiftayA.Ş. Payidarlarından Serkan Aydın, bir çimento fabrikası sahibi olmanın babası Ziya Aydın'ın en büyük hayallerinden biri olduğunu söyledi:

"Babamın 60'lı yıllarda Çimento fabrikalarında önce işçi sonra taşeronluk gibi işlerde çalışmasıyla başladı bizim hikâyemiz… Sevgili babam, 1987 yılında Çiftay A.Ş. adıyla kurduğu şirketi 2017 Ekimine kadar gururla ve onurla yönetti. Bizler de 2. nesil olarak O'nun bize gösterdiği yoldan gururla ve onurla devam ediyoruz. Babam hep bir emekçi olarak yaşadı ve o şekilde hayata gözlerini yumdu. O, maddi veya maddesel büyüklükten ziyade hep yarattığı istihdam ve katma değerle gurur duydu. "

"Batı Grubu'na Gururla Talip Olduk"

Serkan Aydın: "Biz de böyle bir babanın evlatları olarak Batı Grubuna gururla talip olduk. Hem babamızın hayalini gerçekleştirdik hemde firmamız adına önemli bir yatırım yaptık.Sıfırdan başlayıp 1'e getirmek çok zordur, biri katlayıp on yapmak, yüz yapmak daha kolaydır. Yoktan bir şeyi oluşturmak en zoru iken bunu başarmış bir babanın evlatları olarak kolayı yapmakta yani üzerine bir şeyler koymak da bizim boynumuzun borcudur."

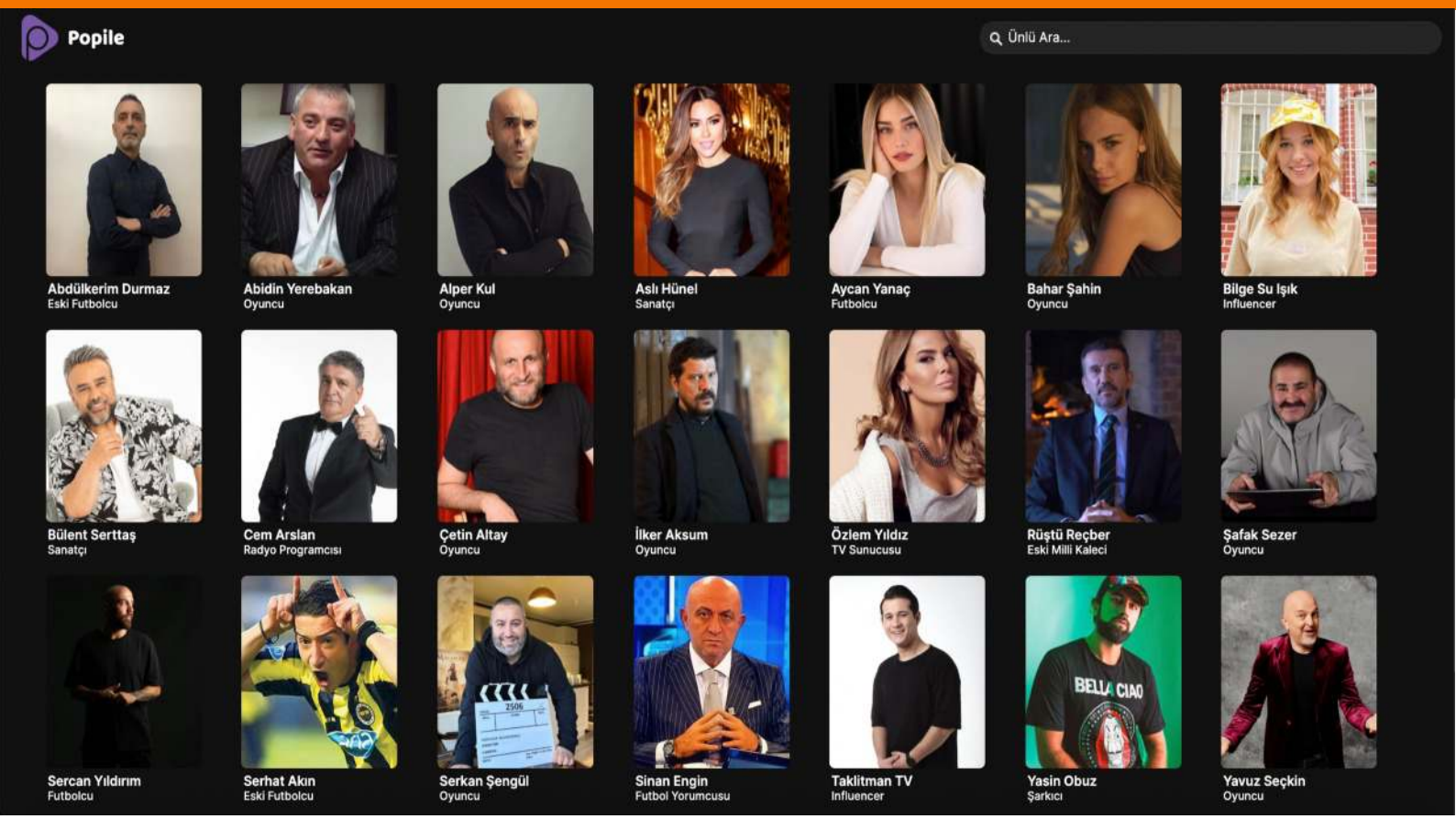
"İzmir'e ve Ülkemize Hayırlı Olsun"

"Çiftay Grubu olarak madencilik, enerji, turizm ve geri dönüşüm gibi birçok sektörde sürdürülebilirlik ilkesiyle çalışıyoruz" diyen Serkan Aydın açıklamasına şöyle devam etti: "Çiftay Grubu olarak maden, enerji ve turizm sektörlerinde 3 bine yakın çalışanımız ve mevcut 125 şirketimiz ile sürdürülebilirlik ilkesiyle faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Tüm bunlarla ülke ekonomisine katkı sağlamayı ve istihdamı arttırmayı hedefliyoruz.Bu doğrultuda Avrupa'da ve tüm dünyada kullanımı yaygınlaşan alümine çimento, beyaz çimento, yüksek mukavemetli portland çimento gibi özel çimento üretimlerine ağırlık vererek sektörde fark yaratan yatırımlar yapacağız. Şimdiden İzmir'imize ve ülkemize hayırlı ve uğurlu olsun."

"Bu Dönemde de Yatırım Yapılması Gerektiğini Düşünüyoruz"

"Biz grup olarak her zaman durmak yok üretmeye, istihdam yaratmaya devam ilkesi ile İzmir'imize yeni müjdeler vermeye devam edeceğiz Şu anda pandemi yaşanıyor. Ancak herkes dönemi bahane edip çalışmalarını durdurursa hem ekonomiye hem de istihdama ciddi zararı olur. Biz bu dönemde de yatırım yapılması gerektiğini düşünüyoruz. Vatansever insanların da bunu yapması gerekir. "

Hayranlığı Sosyal Sorumlulukla Birleştiren Proje, POPİLE



Hepimizin ulaşmak istediği ve hayranlık duyduğu sanatçılar vardır. Ve aynı şekilde sevdiklerimizin de, önemli dünlerde sesini duymak istediği ünlü isimler mevcuttur. Bazen de bu kişilerle iletişime geçmek için sosyal medya hesaplarından denemeler yapar sevenleri ama çoğu talep gerek yoğunluktan, gerekse zamansızlıktan fark edilemez bile. İşte Popile, sevdiğiniz birine unutulmayacak özel bir hediye verirken, istediğiniz yardım kuruluşuna da aynı anda yardımda bulunabilmenizi sağlayan oldukça anlamlı bir proje. Bu sayımızda, Popile'yi tanıtan güzel bir röportaj hazırladık.

Haber Merkezi

Popile fikri nasıl ortaya çıktı?

Yeni hediye arayışı bizi bu girişime iten en büyük unsur oldu. İnsanlar özel günler için her zaman daha yaratıcı ve farklı bir hediye alternatifi arıyorlar. Bu talep bizi sonuca götürdü diyebiliriz. “Nasıl farklı hediye alternatifi sunarız?” sorusunun cevabını da ünlülerde bulduk. Sosyal medyanın hayatımızın içine bu kadar girmesiyle beraber insanlar ünlülerle kişisel iletişim kurmak istedi. Ünlülerin sosyal medya hesapları bu ricalarla doldu, ancak tabii ki çoğu cevapsız kaldı. Biz de bu iki ihtiyacı birleştirdiğimiz bir girişimi hayata geçirerek Popile’yi ortaya çıkardık.

Projeyi duyan ünlüler nasıl tepkiler verdi?

Sevenleriyle, takipçileriyle, fanlarıyla, arkadaşlarıyla artık nasıl hitap etmek isterseniz hedef kitlesiyle daha içten iletişim kurabileceği bir platform olduğunu duyan ünlü dostlarımız bu işe inanılmaz sıcak baktı. İşin bir güzel tarafı da bir yandan getirdiğimiz sosyal sorumluluk ayağı oldu. Bu da Popile’yi bu günlere getiren en büyük unsur tabii.

Popile’nin kuruluş amacı ve işleyişini biraz anlatabilir misiniz?

Kuruluş amacımızdaki temel motivasyonumuz ulaşılmazı ulaşılır kılmaktı. Türkiye’de farklı, eğlenceli ve yeni nesil bir hediye seçenekleri sunan ve insanların “hayallerini gerçekleştiren” bir marka olmak istedik.
Bu kapsamda kişiselleştirilmiş videolar üreterek kişilere daha önce sahip olmadıkları eşsiz bir hediye deneyimi sunarak özel günlerinde daha özel hissetmelerini sağlıyoruz.

Popile'nin aynı zamanda bir sosyal sorumluk yanı da var bunu da anlatır mısınız? Bu hangi kuruluşları kapsıyor ve yardımların boyutu nedir?

Sipariş verilen her videodan, müşterilerimizin seçtiği sivil toplum kuruşlarına bağışta bulunuyoruz. Bu kuruluşlar arasında Haçiko (Hayvanları Çaresizlik ve İlgisizlikten Koruma Derneği), Parıltı (Görmeyen Çocuk Destek Derneği), SMA Derneği (SMA Hastalığı ile Mücadele Derneği) ve TEGV (Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı) yer alıyor.

Kullanıcıların tepkileri nasıl oluyor, geri dönüşler var mı?

Sipariş veren kullanıcılarımızdan da, videonun hediye gittiği kişilerden de oldukça memnun geri dönüşler alıyoruz. Her iki taraf da bu eşsiz hediye deneyiminden mutlu ayrılıyor. Sosyal medya hesaplarında yaptıkları paylaşımlar ile takipçi kitleleri tarafından da seviliyor. Hizmeti satın almayan takipçilerimiz dahi güzel destek mesajları ve gelecekteki özel günleri için düşündüklerini söyledikleri mesajlar atıyorlar. Bu konuda çok şanslıyız.

Popile'nin kurulmasında dört kişinin emeği var. Bu girişim nasıl sağlandı?

2020 Mart ayında ilk fikir tohumu ortaya atıldı. Uzun çalışmalarımız sonucunda Aralık 2020'de projemiz hayata geçti ve ilk siparişimizi aldık. Mevcutta devam eden ortaklarımız Kemal Tepret, Ertuğrul Uçar, Mete Acar ve İsmet Berkay Çelik.

Yeni ünlüler de dahil olup proje genişleyecek mi?

Elbette her geçen gün yeni ünlü dostlarımız Popile ailesine katılıyor. Yakında güzel projelerin geleceğini ilk buradan duyurmuş olalım.

Dijitalleşen çağı artı yönde kullanmışsınız, peki bu dijital çağın size göre eksi yanları var mıdır?

Popile ile Türkiye'deki dijitalleşmeye yeni bir konsept getirdik aslında. Hediye kategorisinde dijital bir alt başlık açarak sektöre bir nefer olduk. Bizim için her açıdan olumlu bir süreç. Hediyenin bile dijitali oluyor, Popile ulaşılmazı ulaşılır kılıyor. Bizce dijitalleşmenin eksisi yok, artısı çok.

En çok hangi ünlüye talep var?

Popilemeye gelenlerin favori ismi Şafak Sezer. "Altın kapılarımız kan oldu Tayfun!" repliğini canlandırmasını isteyen o kadar çok fanı var ki. Kendisine buradan sevgiler.

Sizin gibi farkı işler yapmak isteyen genç girişimcilere söylemek istediğiniz bir şey var mı?

Çok klasik olacak ama hedefinize giden yoldan hiç şaşmayın arkadaşlar. Tabii ki zorluklar olacak. Hayalleriniz size altın tepside sunulmayacak. Ancak peşinden koşarsanız dilediğiniz noktaya gelebilirsiniz. Biz de daha yolun çok başındayız. Bu noktaya geldiğimiz inanç ve hevesle koşmaya devam edeceğiz ve daha güzel günler göreceğiz, inanıyoruz.



SİHA'ların Yeni Vurucu Gücü MAM-T, Göreve Hazır



Ülkemizin İnsansız Hava Araçları (İHA) filosunun vuruş gücü etkinliği görevini üstlenen Roketsan'ın, daha yüksek harp başlığı etkinliği ve daha uzun menzil ihtiyacını karşılamak amacıyla geliştirdiği MAM-T'nin ilk test atışları başarıyla gerçekleştirildi.

Haber Merkezi

Yerli ve milli olarak geliştirilen ve ağırlık/etkinlik optimizasyonu yapılmış olan MAM-T, zırhlı ya da zırhsız araçlar, binalar ve su üstü hedeflerine karşı kullanılabiliyor. Küresel Konumlama ve Ataletsel Navigasyon Sistemleri (KKS/ANS) ile desteklenebilecek ara safha güdüm yeteneklerinin yanında, Blok-1 konfigürasyonunda hareketli ve sabit hedeflere karşı yüksek hassasiyet sağlayan mühimmat, yarı aktif lazer arayıcı başlığa da sahip. Farklı platformlara uyumlu geliştirilen ailenin yeni üyesi MAM-T; İHA'larda 30+ km, hafif taarruz uçaklarında 60 km ve savaş uçaklarında 80 km'den uzun menzil kabiliyeti ile ailenin oyun değiştirici kimliğini taşımaya devam edecek gözüküyor.

Daha Yüksek Etkinlik, Daha Uzun Menzil

MAM-T mühimmatının Bayraktar AKINCI TİHA'dan ilk atış testine, projeye liderlik eden Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayii Başkanı Prof. Dr. İsmail DEMİR'in yanı sıra Roketsan Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Faruk YİĞİT ile Roketsan Genel Müdürü Murat İKİNCİ katıldı. Atış faaliyeti Baykar Genel Müdürü Haluk BAYRAKTAR ve Baykar Teknoloji Lideri Selçuk BAYRAKTAR'ın ev sahipliğinde gerçekleştirildi.

Test atışları başarıyla tamamlanan MAM-T mühimmatı hakkında bilgi veren Roketsan Genel Müdürü Murat İKİNCİ, "Kısaca MAM olarak isimlendirdiğimiz Mini Akıllı Mühimmat ailemiz, geldiğimiz noktada dünyadaki muadillerinden çok daha önde bir konumda. İHA'larda görev süresini maksimuma çıkaran MAM ailemizin yeni üyesi MAM-T de yüksek harp başlığı kapasitesi ve yüksek menzil performansıyla, ülkemizin yeni tip İHA filosunu yine dünya standartlarının üzerinde bir etkinlik ve güce ulaştırmış olacak" dedi. İKİNCİ, şöyle devam etti: "Türkiye, yerli ve milli kaynaklarıyla, farklı görevleri icra edebilecek kabiliyetlerle donatarak son teknolojiyle geliştirdiği insansız hava araçlarında, bugün artık küresel bir güç olmuş

durumda. Yakın tarihte Türk Silahlı Kuvvetlerimiz (TSK) tarafından kullanılmaya başlaması planlanan AKINCI İHA platformunun kabiliyetleriyle uyumlu olarak geliştirdiğimiz MAM-T, daha yüksek etkinlik ve daha uzun menzil performansıyla göreve hazır olduğunu kanıtladı."

Teslimatlar 2021 Yılında

İKİNCİ, "AKINCI İHA'nın 1. fazı için belirlenmiş olan teslimat takvimine paralel olarak, bu yılın içerisinde İHA ile beraber ilk mühimmat teslimatlarını yapmayı hedefliyoruz. Kalifikasyon ve diğer test faaliyetlerinin tamamlanmasının ardından, 2021'in ikinci yarısında tam kapasiteyle seri üretime geçmeyi öngörüyoruz" şeklinde konuştu.

R*oketsan Hakkında*

1988'de çekirdek bir kadro ile faaliyete geçmiş olan Roketsan, bugün "Ülkemizin geleceği için özgün, güvenilir ve çığır açan roket ve füze çözümlerinin lideri olmak" vizyonuyla, 1400'ü Ar-Ge olmak üzere 3000'i aşkın personeliyle Ankara'daki toplam 6 milyon m² alanlık tesislerinde; farklı özelliklerdeki roket, füze, güdümlü mühimmat ve bunların fırlatıldığı silah sistemlerini, roket yakıtlarını, arayıcı başlıklarını, güdüm ve kontrol sistemlerini, yazılımlarını, tapalarını, harp başlıklarını, mekanik aksamlarını üretmek, bu sistemlerin kara, hava, deniz ve denizaltı platformlarına entegrasyonunu yapmak, bina, araç ve tankların korunması için balistik koruma sistemlerini üretmek, satışını gerçekleştirdiği ürünler için satış sonrası hizmetlerini vermek ve uydu fırlatma sistemleri geliştirmek çerçevesinde faaliyetlerini yürütmektedir.





Pandemide Revaç Kazanan İş Fikirleri - 3



Pandemi Dönemi, 2021 yılı için de aynı senaryoları üretmeye devam ediyor. Aşı çalışmaları ve ülkemizdeki aşılanma oranı artsa da maalesef özellikle içinde bulunduğumuz Mayıs ayını da etkileyecek gibi duruyor. Bilim insanları, Hükumetler hatta astrologlar bile bu durumun nereye kadar gideceğini bilemezken süreç aslında yeni bir değişim dönüşümün sinyallerini veriyor. Süreç sancılı tabii..Ama sürecin evrildiği noktayı az çok tahmin ediyor olmamız olası…Yeni Dünya düzeni diye tanımlansa da mecburi bir dünya düzeni gibi görünüyor. Aslında bir çok insan için yeni iş fikirleri krizin fırsata çevrilebileceğini de bizlere net olarak gösteriyor.

Haber Merkezi

Yeni Dünya düzeni diye tanımlansa da mecburi bir dünya düzeni gibi görünüyor. Aslında bir çok insan için yeni iş fikirleri krizin fırsata çevrilebileceğini de bizlere net olarak gösteriyor.

Aslında insan faktörünün tıpkı bir bilgisayar gibi çalışabileceği mantığıyla, mecburi düzen bir çok teknolojiyi de beraberinde hızlıca hayatımıza sokuyor. Özellikle Gıda sektörünün revaçta olduğu bu dönemde ve eve teslim yemek yeme alışkanlıkları, e-ticaretteki artış, ülkelerin yönetimlerine ve bankalarına olan güvensizlik kaygıları ile kripto para ve cüzdan teknolojilerini hayatımızın baş köşesine oturuyor. Bunca olumsuzluk içinde hayatın matematiği gereği bir bu kadar da olumluluk olması muhtemel. Görünen o ki insanın beden gücünden ziyade bilgisayar başında yapabileceği bir çok şey ortaya çıkmış ve yükselen değer olmaya başlamış oluyor.

Krizlerin içinde bir çok fırsatı barındırdığı temel evrensel prensibe göre İşte İlham dergisi olarak her ay size ilham olmak adına bir takım iş fikirlerinden bahsetmek bizim için de değerli bir yazı dizisi oldu.

Olayların karanlık bir yüzü var ise dualite dünyasında bu dünyanın bir de aydınlık yüzü muhakkak olacaktır. Yani aslında sizin için bu kadar mükemmel olmayan gibi gözüken dünyada mükemmel tarafında mevcut olduğu biraz felsefi gibi gelse de muhakkak doüğrudur.

Her ay düzenli olarak yaptığımız araştırmalar neticesinde yeni iş fikirleri konusunda hem karlı olabilecek hem de ya sermayesiz ya da az sermaye ile karlı iş fikirlerini sizlerle paylaşmak istiyoruz…

1- KARGO HİZMETİ VERMEK;

Tabi ki bu sürecin en önde gelen sektörü e- ticaret hacmi her geçen gün arttıkça sektördeki eksiklikler de gün yüzüne çıkmaktadır. Birden bire böyle bir hacimdeki artış öngörülebilir bir durum olmadığı için hepinizin bildiği gibi kargo hizmetleri de çok ciddi aksaklıklar göstermiştir. Bu yüzden bazı e- ticaret siteleri kendi araçları ile kargo hizmeti vermek isteyen bireysel çalışanları işe alıp, hizmetin kalitesini arttırmak yoluna gitti. Bu işler için uygun bir aracınız ve deponuz var ise sermayesiz olarak girilebilecek işler arasında kazançlı bir fikir olabilir.

2. DROPSHİPPİNG:



E- Ticaretin zirveye oturması ile sermayesiz olarak ben bu işe nasıl başlarım diyorsanız Dropshipping mantığını bilmeniz ve detaylarını öğrenmeniz sizin için kazançlı olacaktır. Elinizde stokta ürünler olmadan online pazaryerlerinde satış yapabileceğiniz bir sistemdir. Biraz daha açarsak, şirket kurmak, dükkan tutup binlerce lira kira vermeden ve en önemlisi hiç sermayeniz olmadan yapabileceğiniz kazançlı bir iş fikri olarak değerlendirilebilir.

3. ONLİNE ÖZEL DERS:

Ülkemizde özellikle son bir yıldır neredeyse okulların hiç açılamadığı süreçte bir çok öğrenci ve daha çok veli eğitim noktasında gelecek kaygılarının zirvesini yaşamakta… Mevcutta geleceğinize yön veren sınavların ertelenmediği ancak derslerin yapılamadığı bu dönemde bu farkı kapatmak isteyen öğrenciler sizin müşteri kitleniz olabilir. Eğitim vereceğiniz konuya odaklı olarak internette özel ders vermek hem sağlık açısından hem de devamlılık açısından karlı ve faydalı bir iş modelidir.

4. HOBİLERİNİZİ İŞE DÖNÜŞTÜRÜN:

Son dönemlerde özellikle sosyal medya hesaplarında çokça rastladığımız el işi ürünlerinin yaygınlaştığı ve hatta talebin de çoğaldığını görmek mümkün… Sizlerde bence hiç küçümsemeden hobi olarak yaptığınız her türlü el ürününü yine hiç dükkan açmadan, hiç Şirket kurmadan bu işe merağı olan ve ilgisini çeken takipçilerinize satabilirsiniz. Satışlarınız belli bir dereceye gelene kadar ev ekonomisine destek olan kadınlardan vergi alınmayacağını da belirtmek isteriz.

5. YOGA, PİLATES, FİTNESS EĞİTMENLİĞİ

Pandemi sürecinin tabii ki evlerimize yansıyan en büyük olumsuzluğu hareketsizlik ve akabinde alınan kocaman kocam kilolar… Bu yine bir çok spor eğitmeni için krizin fırsata dönüştüğü andır. Evinizin bir odasını bu eğitimler için ayırabilir steril bir ortam yaratabilir ve yakın çevrenizde kilo problemi yaşayan kişilere bu hizmeti verebilirsiniz. Bu da epey karlı bir iş modeli olacaktır.

Moğolistan Son Beş Yılda Hangi Ürün Gruplarını İthal Etti?



Moğolistan, Doğu ve Orta Asya'da bulunan denize kıyısı olmayan bir ülkedir. Ülke toprakları tarihî Dış Moğolistan bölgesine denk düşer. Kuzeyde Moğolistan; güney, doğu ve batısında Çin'e bağlı İç Moğolistan ile Sincan Uygur Özerk Bölgesi vardır. 2019'daki Gayrisafi Yurtiçi Hasılası yaklaşık 14 milyar USD'a ulaşmıştır. 2019 ülke nüfusu 3,225 milyon olan ve 1.556.000 km ² yüzölçümüne sahip Moğolistan'da 2019'de yaklaşık 7,7 milyar USD hacminde ihracat ve 6,1 milyar USD hacminde ithalat yapılmıştır. 2015'ten 2019'e geçişte ithalat %61 oranında artmıştır.

Makale: Canay Gümüşlü Safi

2015-2019 MOĞOLİSTAN'IN İTHALAT NOTLARI

Bu bölümde, Moğolistan'ın son beş yıllık ithalat parasal değerini ve ürün gruplarını inceleyeceğiz:

Moğolistan'ın 2019'daki toplam ithalat parasal değeri 6 milyar 127 milyon 353 bin USD'dır.

- 2019 yılında ithalatı yapılmış parasal değeri en fazla olan üç ürün grubu şu şekildedir:

o Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler, bitümenli maddeler, mineral mumlar

o Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı

o Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları

- "Hava taşıtları, uzay taşıtları ve bunların aksam ve parçalar" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ithalat parasal değeri, 2015'e göre 32,8 kat artmıştır.
- "Metal cevherleri, cüruf ve kül" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ithalat parasal değeri, 2015'e göre 17,8 kat artmıştır.
- "Çinko ve çinkodan eşya" sınıfındaki ürünlerin 2019'deki ithalat parasal değeri, 2015'e göre 15 kat artmıştır.
- "Örme eşya" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ithalat parasal değeri, 2015'e göre 7 kat artmıştır.
- "Saatler ve bunların aksam ve parçaları" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ithalat parasal değeri, 2015'e göre 2,6 kat artmıştır.
- "Demiryolu vb hatlara ait taşıtlar ve malzemeler, bunların aksam-parçaları, mekanik trafik sinyalizasyon cihazları" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ithalat parasal değeri, 2015'e göre 2 kat artmıştır.
- "Albüminoid maddeler, değişikliğe uğramış nişasta esaslı ürünler, tutkallar, enzimler" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ithalat parasal değeri, 2015'e göre 2 kat artmıştır.

Son beş yılda gerçekleşen en büyük ithalat düşüş oranı, "Sanat eserleri, kolleksiyon eşyası ve antikalar" ürün grubunda oldu. 2019'deki ithalat, 2015'ya göre % 95 düşmüştür.

Detaylara girersek, bazı ürün gruplarının 2019 ithalatına bakalım:

o "Diğer adi metaller (tungsten, molibden, tantal, magnezyum, kobalt, bizmut, kadmiyum, vb.), sermetler, bunlardan eşya" sınıfındaki ürünlerin 2019 ithalatının parasal değeri 2016 yılına göre % 87 azalma göstermiştir. 2019 ithalat değeri: 588 bin USD.

o "Mantar ve mantardan eşya" sınıfındaki ürünlerin 2019 ithalatının parasal değeri 2016 yılına göre % 81 azalma göstermiştir. 2019 ithalat değeri: 11 bin USD.

o “Tuz, kükürt, topraklar ve taşlar, alçılar, kireçler ve çimento” sınıfındaki ürünlerin 2019 ithalatının parasal değeri 2016 yılına göre % 80 azalma göstermiştir. 2019 ithalat değeri: 12 milyon 056 bin USD.

o “Hazırlanmış ince ve kalın kuş tüyleri ve bunlardan eşya, yapma çiçekler, insan saçından eşya” ürün grubunun son beş yıldaki ithalat parasal değeri % 72 oranında azalma göstermiştir. 2019 yılındaki ithalat parasal değeri: 51 bin USD’dir.

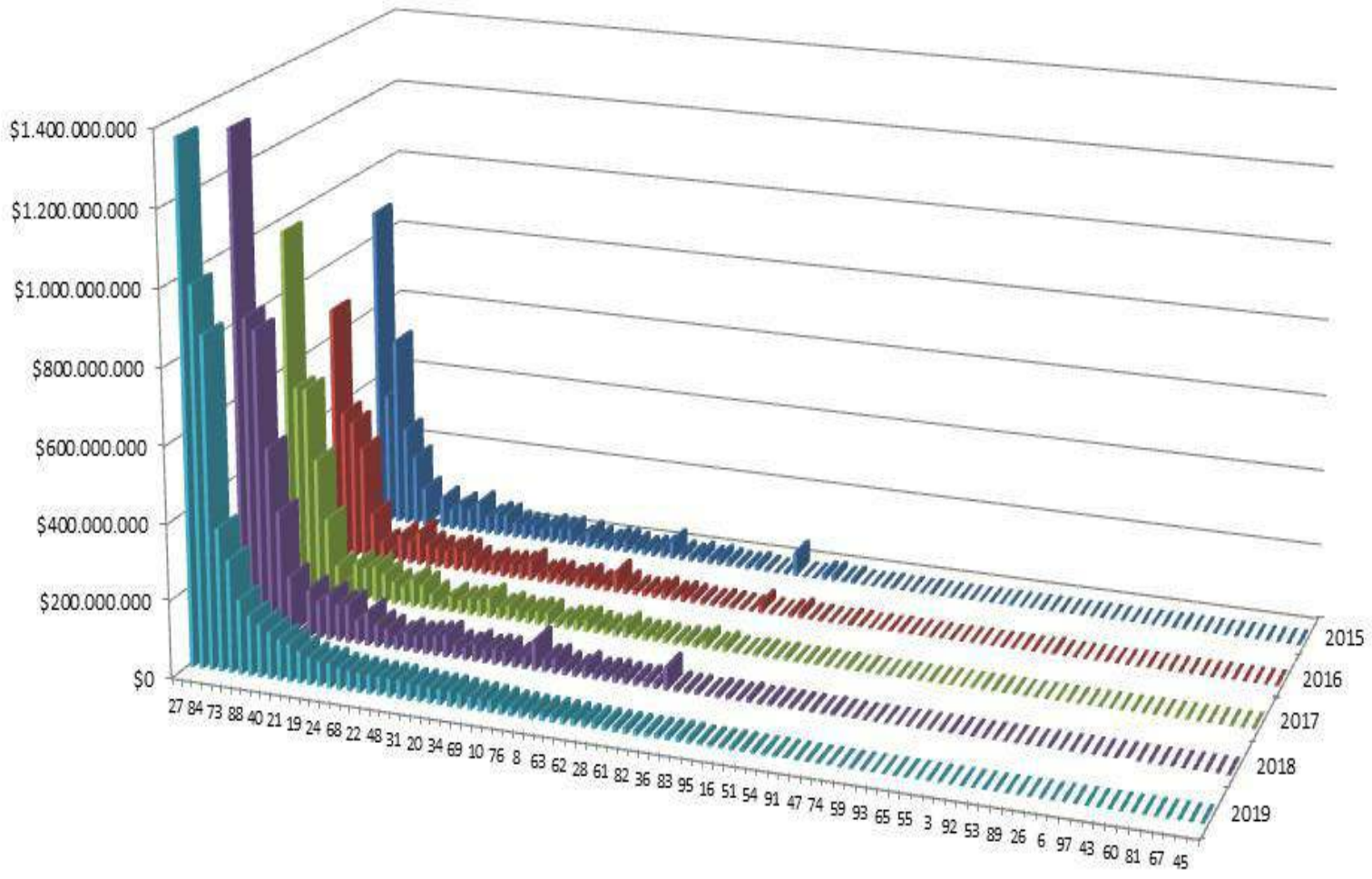
o “Kurşun ve kurşundan eşya” sınıfındaki ürünlerin 2019 ithalatının parasal değeri 2015 yılına göre % 62 azalma göstermiştir. 2019 ithalat değeri: 197 bin USD.

o Yine aynı şekilde “Kürkler ve taklit kürkler, bunların mamulleri” ürün grubunun son beş yıldaki ithalat parasal değeri % 53 oranında azalma göstermiştir. 2019 yılındaki ithalat parasal değeri: 128 bin’dir.

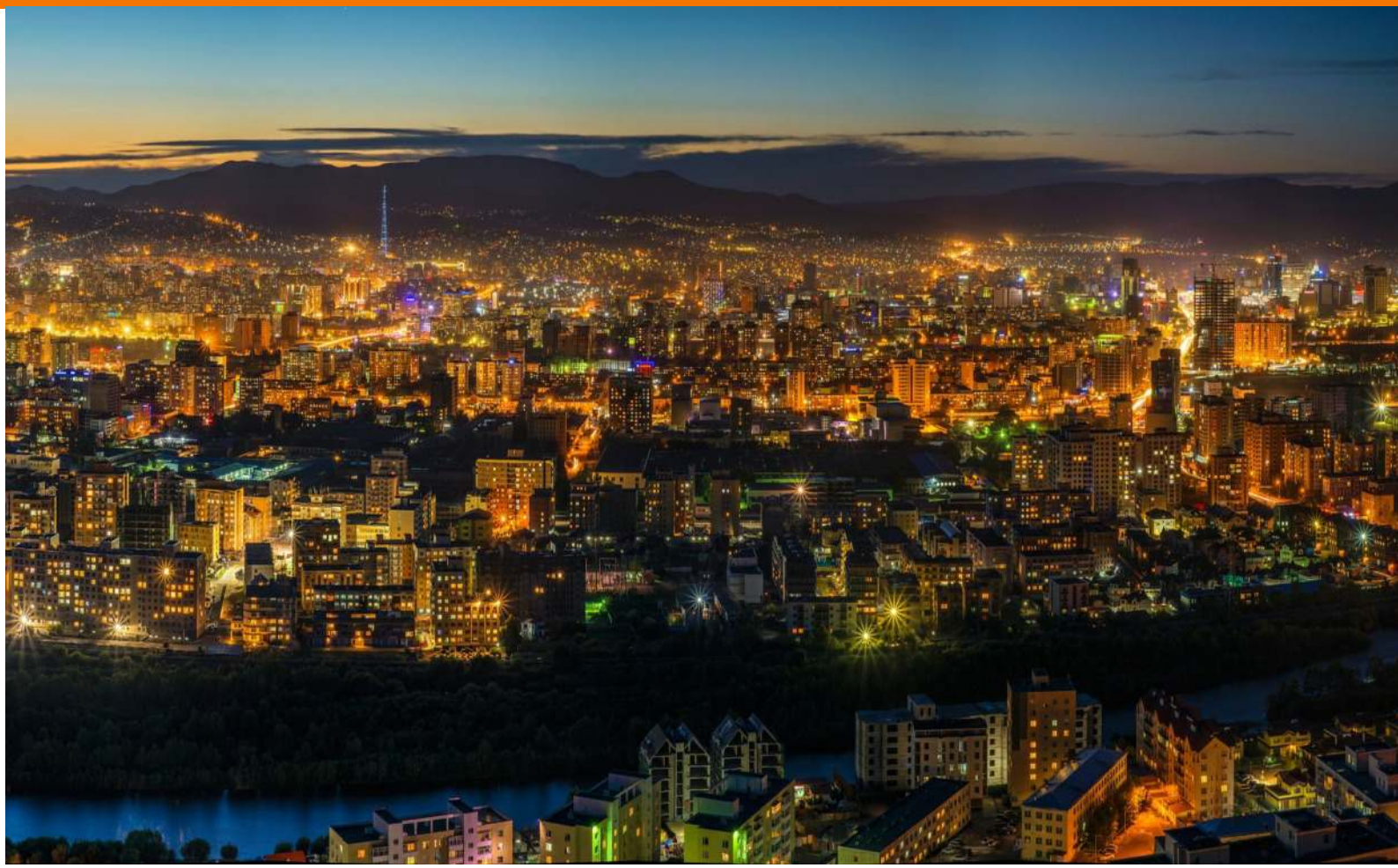


Grafik-1’de ithalat grafiğini bulabilirsiniz.

GRAFİK-1: MOĞOLİSTAN 2015-2019 İTHALAT GRAFİĞİ



Moğolistan Son Beş Yılda Hangi Ürün Gruplarını İhraç Etti?



2015-2019 MOĞOLİSTAN'IN İHRACAT NOTLARI

Bu bölümde, Moğolistan'ın son beş yıllık ihracat parasal değerini ve ürün gruplarını inceleyeceğiz:

- Moğolistan'ın 2019'daki toplam ihracat parasal değeri 7 milyar 619 milyon 759 bin USD'dir.
- 2019 yılında ihracatı yapılmış parasal değeri en fazla olan üç ürün grubu şu şekildedir:

o Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler, bitümenli maddeler, mineral mumlar

o Metal cevherleri, cüruf ve kül

o Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, inciler, taklit mücevherci eşyası, metal paralar

- "Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar veya diğer su omurgasızlarının müstahzarları" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ihracat parasal değeri, 2015'e göre 80,6 kat artmıştır.
- "Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ihracat parasal değeri, 2015'e göre 10,1 kat artmıştır.
- "Seramik mamulleri" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ihracat parasal değeri, 2015'e göre 8,4 kat artmıştır.
- "Hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar, yemeklik katı yağlar, hayvansal ve bitkisel mumlar" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ihracat parasal değeri, 2015'e göre 8,1 kat artmıştır.
- "Etler ve yenilen sakatat" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ihracat parasal değeri, 2015'e göre 7,3 kat artmıştır.
- "Hava taşıtları, uzay taşıtları ve bunların aksam ve parçalar" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ihracat parasal değeri, 2015'e göre 6,7 kat artmıştır.
- "Alüminyum ve alüminyumdan eşya" sınıfındaki ürünlerin 2019'daki ihracat parasal değeri, 2015'e göre 3,21 artmıştır.

Detaylara girersek, bazı ürün gruplarının 2019 ihracatına bakalım:

o "Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler" ürün grubunun son beş yıldaki ihracat parasal değeri % 99 oranında azalma göstermiştir. 2019 yılındaki ihracat parasal değeri: 88 bin USD

o "İnorganik kimyasallar, kıymetli metal, radyoaktif element, metal ve izotopların organik-anorganik

bileşikleri" sınıfındaki ürünlerin 2019 ihracatının parasal değeri 2016 yılına göre % 99 oranında azalma göstermiştir. 2019 ihracat değeri: 1 bin USD

o "Canlı ağaçlar ve diğer bitkiler, yumrular, kökler ve benzerleri, kesme çiçekler ve süs yaprakları" ürün grubunun son beş yıldaki ihracat parasal değeri % 99 oranında azalma göstermiştir. 2019 yılındaki ihracat parasal değeri: 4 bin USD

o "Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inülin, buğday gluteni" ürün grubunun son beş yıldaki ihracat parasal değeri % 98 oranında azalma göstermiştir. 2019 yılındaki ihracat parasal değeri: 11 bin USD'dir.

o "Lak, sakız, reçine ve diğer bitkisel özsu ve hülasalar" ürün grubunun son beş yıldaki ihracat parasal değeri % 97 olarak azalma göstermiştir. 2019 yılındaki ihracat parasal değeri: 9 bin USD

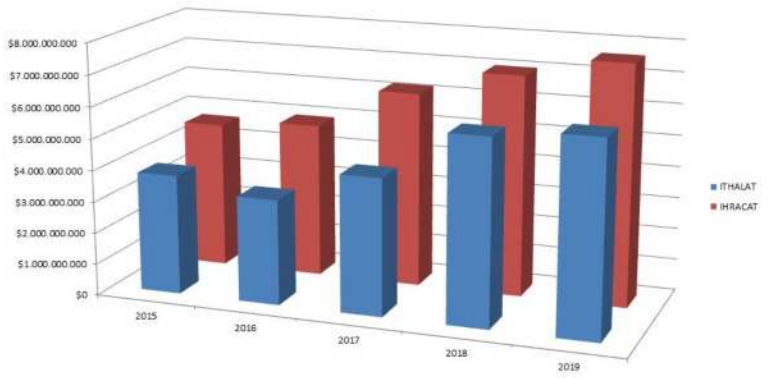
o "Saatler ve bunların aksam ve parçaları" ürün grubunun son beş yıldaki ihracat parasal değeri % 95 olarak azalma göstermiştir. 2019 yılındaki ihracat parasal değeri: 40 bin USD

o "Sebzeler, meyvalar, sert kabuklu meyvalar ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar" sınıfındaki ürünlerin 2019 ihracatının parasal değeri 2016 yılına göre % 85 oranında azalma göstermiştir. 2019 ihracat değeri 172 bin USD

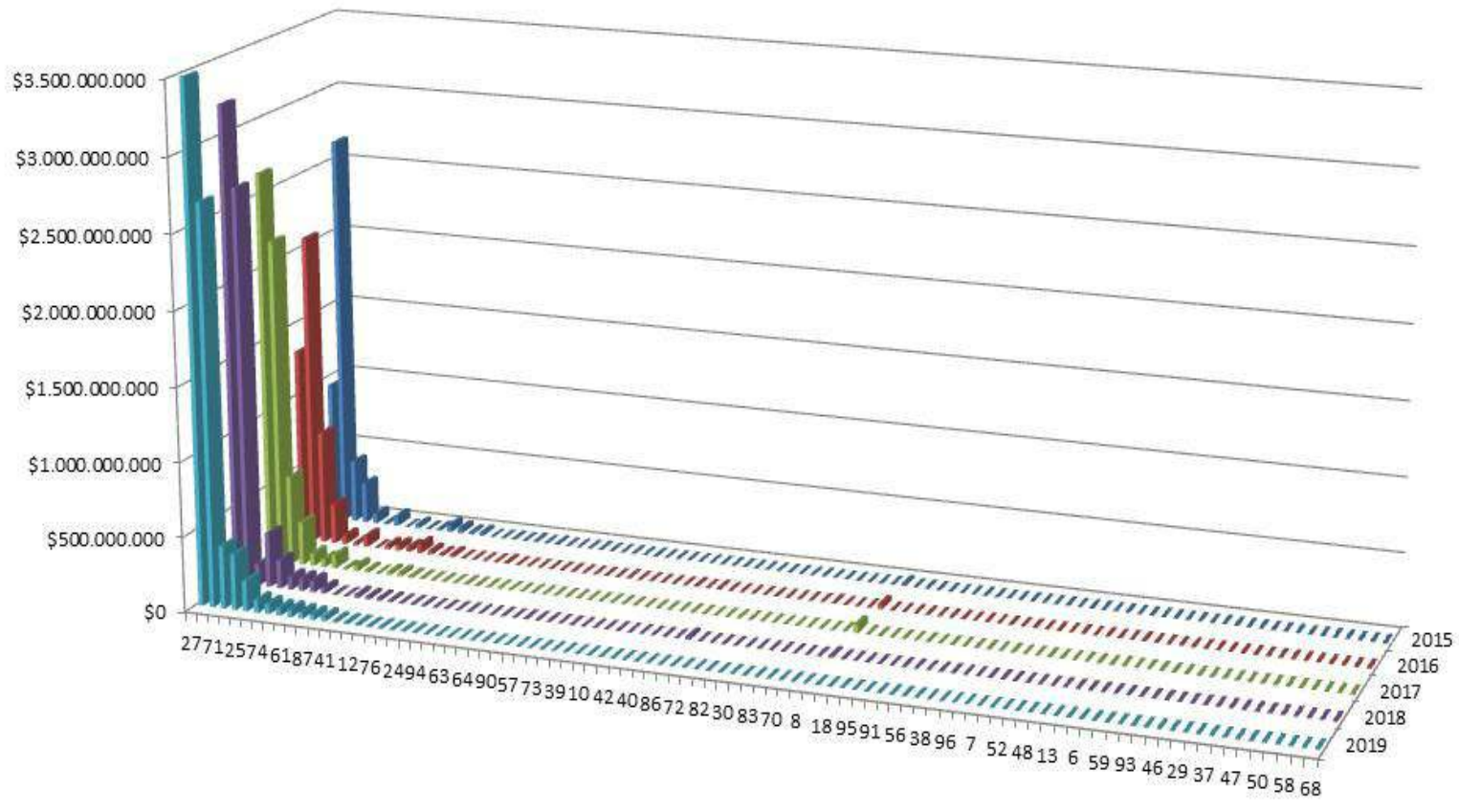
Grafik-2'de ihracat grafiğini bulabilirsiniz.
Grafik-3'te ise ithalat-ihracat karşılaştırma grafiğini bulabilirsiniz.



GRAFİK-3: MOĞOLİSTAN 2015-2019 İTHALAT-İHRACAT



GRAFİK-2: MOĞOLİSTAN 2015-2019 İHRACAT GRAFİĞİ



KOD	GTIP ANA GRUPLAR
1	Canlı hayvanlar
2	Etler ve yenilen sakatat
3	Balıklar, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar ve suda yaşayan diğer omurgasız hayvanlar
4	Süt ürünleri, yumurtalar, tabii bal, diğer yenilebilir hayvansal menşeli ürünler
5	Diğer hayvansal menşeli ürünler (kıl, kemik, boynuz, fildişi, mercan, bağırsak, vb.)
6	Canlı ağaçlar ve diğer bitkiler, yumrular, kökler ve benzerleri, kesme çiçekler ve süs yaprakları
7	Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular
8	Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler
9	Kahve, çay, paraguay çayı ve baharat
10	Hububat
11	Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inülin, buğday gluteni
12	Yağlı tohum ve meyvalar, muhtelif tane, tohum ve meyvalar,sanayiide ve tıpta kullanılan bitkiler, saman ve kaba yem
13	Lak, sakız, reçine ve diğer bitkisel özsu ve hülasalar
14	Örülmeye elverişli bitkisel maddeler, tarifenin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan bitkisel ürünler
15	Hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar, yemeklik katı yağlar, hayvansal ve bitkisel mumlar
16	Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar veya diğer su omurgasızlarının müstahzarları
17	Şeker ve şeker mamulleri
18	Kakao ve kakao müstahzarları
19	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri
20	Sebzeler, meyvalar, sert kabuklu meyvalar ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar
21	Yenilen çeşitli gıda müstahzarları (kahve hülasaları, çay hülasaları, mayalar, soslar, diyet mamaları, vb.)
22	Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke
23	Gıda sanayiinin kalıntı ve döküntüleri, hayvanlar için hazırlanmış kaba yemler
24	Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler
25	Tuz, kükürt, topraklar ve taşlar, alçılar, kireçler ve çimento
26	Metal cevherleri, cüruf ve kül
27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler, bitümenli maddeler, mineral mumlar
28	İnorganik kimyasallar, kıymetli metal, radyoaktif element, metal ve izotopların organik-anorganik bileşikleri
29	Organik kimyasal ürünler
30	Eczacılık ürünleri
31	Gübreler
32	Debagatte ve boyacılıkta kullanılan hülasalar, tanenler, boyalar, pigmentler,vb, vernikler, vb, macunlar, mürekkepler
33	Uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümeri, kozmetik veya tuvalet müstahzarları
34	Sabunlar, yüzey-aktif organik maddeler, yıkama-yağlama müstahzarları, mumlar,bakım müstahzarları, dişçilik müstahzarları
35	Albüminoid maddeler, değişikliğe uğramış nişasta esaslı ürünler, tutkallar, enzimler
36	Barut ve patlayıcı maddeler, pirotekni mamulleri, kibritler, piroforik alaşımlar, ateş alıcı maddeler
37	Fotoğrafçılıkta veya sinemacılıkta kullanılan eşya
38	Muhtelif kimyasal maddeler (biodizel, yangın söndürme maddeleri, dezenfektanlar, haşarat öldürücüler, vb.)
39	Plastikler ve mamulleri
40	Kauçuk ve kauçuktan eşya
41	Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler
42	Deri-saraciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası, el çantaları vb mahfazalar, hayvan bağırsağından mamul eşya
43	Kürkler ve taklit kürkler, bunların mamulleri
44	Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü
45	Mantar ve mantardan eşya
46	Hasırdan, sazdan veya örülmeye elverişli diğer maddelerden mamuller, sepetçi ve hasırcı eşyası
47	Odun veya diğer lifli selülozik maddelerin hamurları, geri kazanılmış kağıt veya karton (döküntü, kırpıntı ve hurdalar)
48	Kağıt ve karton, kağıt hamurundan, kağıttan veya kartondan eşya
49	Basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayiinin diğer mamulleri, el ve makina yazısı metinler ve planlar
50	İpek

KOD	GTIP ANA GRUPLAR
51	Yapağı ve yün, ince veya kaba hayvan kılı, at kılından iplik ve dokunmuş mensucat
52	Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat
53	Dokumaya elverişli diğer bitkisel lifler, kağıt ipliği ve kağıt ipliğinden
54	Sentetik ve suni filamentler, şeritler ve benzeri sentetik ve suni dokumaya elverişli maddeler
55	Sentetik ve suni devamsız lifler
56	Vatka, keçe ve dokunmamış mensucat, özel iplikler, sicim, kordon, ip, halat ve bunlardan mamul eşya
57	Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları
58	Özel dokunmuş mensucat, tufte edilmiş dokunabilir mensucat,dantela,duvar halıları, şeritçi ve kaytancı eşyası, işlemeler
59	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş dokunabilir mensucat, dokunabilir maddelerden teknik eşya
60	Örme eşya
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarı
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı
63	Dokunabilir maddelerden hazır eşya, takımlar, kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya, paçavralar
64	Ayakkabılar, getrler, tozluklar ve benzeri eşya, bunların aksamı
65	Başlıklar ve aksamı (şapka, kasket, koruyucu başlıklar vb.)
66	Şemsiyeler, güneş şemsiyeleri, bastonlar, iskemle bastonlar, kamçılar, kırbaçlar ve bunların aksamı
67	Hazırlanmış ince ve kalın kuş tüyleri ve bunlardan eşya, yapma çiçekler, insan saçından eşya
68	Taş, alçı, çimento, amyant, mika veya benzeri maddelerden eşya
69	Seramik mamulleri
70	Cam ve cam eşya
71	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, inciler, taklit mücevherci eşyası, metal paralar
72	Demir ve çelik
73	Demir veya çelikten eşya
74	Bakır ve bakırdan eşya
75	Nikel ve nikelden eşya
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya
78	Kurşun ve kurşundan eşya
79	Çinko ve çinkodan eşya
80	Kalay ve kalaydan eşya
81	Diğer adi metaller (tungsten, molibden, tantal, magnezyum, kobalt, bizmut, kadmiyum, vb.), sermetler, bunlardan eşya
82	Adi metallerden aletler, bıçakcı eşyası ve sofra takımları, adi metallerden bunların aksam ve parçaları
83	Adi metallerden çeşitli eşya (kilit, kasa, mobilya tertibatı, vb.)
84	Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları
85	Elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları,aksam-parça-aksesuarı
86	Demiryolu vb hatlara ait taşıtlar ve malzemeler, bunların aksam-parçaları, mekanik trafik sinyalizasyon cihazları
87	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı
88	Hava taşıtları, uzay taşıtları ve bunların aksam ve parçalar
89	Gemiler ve suda yüzen taşıt ve araçlar
90	Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar, tıbbi, cerrahi alet ve cihazlar, bunların aksam, parça ve aksesuarı
91	Saatler ve bunların aksam ve parçaları
92	Müzik aletleri, bunların aksam, parça ve aksesuarı
93	Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı
94	Mobilyalar, yatak takımları, aydınlatma cihazları, reklam lambaları, ışıklı tabelalar vb, prefabrik yapılar
95	Oyuncaklar, oyun ve spor malzemeleri, bunların aksam, parça ve aksesuarı-
96	Çeşitli mamul eşya (hijyenik havlu, bebek bezi, kalem, çakmak, fermuar, fırça vb.)
97	Sanat eserleri, kolleksiyon eşyası ve antikalar
99	Kişisel eşyalar, deniz ve hava taşıtlarına verilen kumanya ve malzeme (yakıtlar hariç)

Burgan Bank Ashoka Türkiye ile Güç Birliği Yaptı



Burgan Bank ile dünyanın ilk ve en geniş sosyal girişimcilik platformu Ashoka, Türkiye'ye fayda sağlayacak bir sosyal girişime hayat verecek. Ashoka ortaklığında, toplumsal bir soruna yenilikçi, kalıcı ve sistemi dönüştürücü çözüm sunan bir sosyal girişimciyi 3 yıl boyunca destekleyecek olan Burgan Bank, Türkiye'de sosyal girişimcilik ekosistemine de katkıda bulanacak. Aynı zamanda banka, bu ortaklık ile sosyal girişimcilerin küresel Ashoka Ağı ile buluşmasını ve Ashoka'nın küresel desteklerinden bütüncül olarak faydalanmasını sağlayan Türkiye'deki ilk kurum oldu.

Haber Merkezi

Butik bankacılık anlayışı ile tüketicilerin ihtiyaçlarına özel ürün ve hizmetler sunan Burgan Bank, öncelikli toplumsal sorunlara etkin, kalıcı çözümler getiren, sosyal girişimcileri bulan ve onları destekleyen Ashoka Türkiye ile güç birliği yaptı. Burgan Bank, Ashoka Fellowship Programı kapsamında **"Teknoloji ve İnsan"** odağında çalışan bir sosyal girişimciyi destekleyecek.


Burgan Bank Genel Müdürü Murat Dinç

Ashokalı sosyal girişimciler için beş temel kriter

Ashoka, Fellowship Program'ı kapsamında seçim sürecini 'yenilikçi fikir, sosyal etki, yaratıcılık, girişimcilik ve etik doku kriterlerine odaklanarak yönetiyor. Ashoka Ağı'na dahil olan sosyal girişimciler, uluslararası bir ağın parçası olmanın yanı sıra alanında lider kişi ve kurumlardan gönüllü danışmanlık ve ihtiyaç halinde üç yıl boyunca finansal destekten faydalanabiliyor.

"Teknolojinin getirdiği sorunlara etki odaklı çözüm arıyoruz"

Burgan Bank Genel Müdürü Murat Dinç, "*Banka olarak içinde bulunduğumuz toplumun ihtiyaçlarının yanı sıra gelişimine de odaklanmak önceliklerimiz arasında yer alıyor. Bu*

doğrultuda Ashoka ile yollarımız kesişti. Bankamızın dijitalleşme hedefleri kapsamında ***"Teknoloji ve İnsan"*** *konusunu odağımıza alarak, ülkemize ve insanlarımıza fayda sağlayacak bir sosyal girişimciye destek olacağız. İş birliğimizle, banka kurum kültürüyle örtüşen, teknolojiyi insanların faydalanması için ele alan, teknolojinin getirdiği sorunlara ve fırsat eşitliğine çözüm sunmak üzere kurgulanan bir sosyal girişimciyi hem maddi hem de profesyonel anlamda destekleyeceğiz. Ashoka ortaklığında bir sosyal girişimcinin hayallerini gerçekleştirip, ülkemizde birçok alanda farkındalık yaratacağımıza ve pozitif anlamda birçok değişimin başlangıcı olacağımıza inanıyoruz. Güç birliğimizin bir diğer önemli yanı da destekleyeceğimiz sosyal girişimcinin küresel Ashoka Ağı'yla buluşmasını ve Ashoka'nın küresel desteklerinden bütüncül olarak faydalanmasını sağlayan Türkiye'den ilk kurum olmamızdır*" dedi.



Toplumsal sorunlara etkin ve kalıcı çözümler

Toplumsal dönüşümün katalizörleri olan sosyal girişimcilere 41 yıldır ev sahipliği yaptıklarını belirten **Ashoka Türkiye Eş Direktörü Zeynep Meydanoğlu**, "*Türkiye'deki sosyal girişimcilik alanının kapasitesini artırıp sürdürülebilirliğini sağlamak için kolektif olarak hareket etmemiz ve sistem düzeyinde dönüşüm sağlayacak uzun soluklu müdahaleleri desteklememiz ekosistemin geleceği için çok kıymetli. Bu perspektif ile Türkiye'nin önde gelen sosyal girişimcilerini, işlerini ve yarattıkları faydayı büyütmek hedefiyle Burgan Bank'la yaptığımız güç birliği bizi hem heyecanlandırıyor hem de umutlandırıyor. Günümüzün en karmaşık sorunlarından biri olan teknoloji ve insan odağında çalışan, bu soruna sistem dönüşümü potansiyelinde çözüm sunan sosyal girişimcileri tespit ederek Burgan Bank'ın katkısıyla ihtiyaç duydukları finansal desteğe ulaşmaları çok kıymetli. Sektörler arası iş birliklerine en çok ihtiyaç duyduğumuz bu zamanlarda Burgan Bank'ın bu vizyoner desteğinin diğer kurumlara ilham olmasını ümit ediyoruz"* diye konuştu.



Hububat Bakliyat ve Yağlı Tohumlarda 2021'in İlk Çeyreğinde Yüzde 6'lık Artış



Hububat bakliyat yağlı tohumlar sektörü 2021'in ilk üç ayında Türkiye geneli ihracatını yüzde 12'lik artışla 2 milyar dolara, Ege Bölgesi ise ihracatını yüzde 6 artışla 141 milyon dolara çıkardı.

Haber Merkezi

Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Mustafa Terci, 2019 yılında 443 milyon dolar olan ihracatlarını 2020 yılında yüzde 14 artışla 505 milyon dolara taşıdıklarını hatırlattı.

“Geçen sene pandemiye rağmen 500 milyon dolar ihracat hedefimizi aştık. 2021’e Ocak ayında 39 milyon dolarlık, Şubat ayında ise önemli bir ivme kaydederek yüzde 64 artışla 53 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirerek başladık. Mart ayında 49 milyon dolarlık ihracatımız var. 2021’in ilk çeyreğinde Ocak-Mart döneminde ihracatımızı yüzde 6 artırmayı başararak 141 milyon dolara taşıdık. Son bir yıllık dönemde hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar sektörü yakaladığı yüzde 7’lik ihracat artış hızıyla ihracatını 514 milyon dolara çıkardı. Bu dönemde en çok artış gerçekleşen ihracat kalemlerimizden biri yüzde 74’lük yükselişle hububat oldu. Gıda müstahzarları yüzde 60, küspeler ve hayvansal yemler yüzde 61, şekercilik mamulleri yüzde 15, bitkisel yağlar yüzde 12 artışla en fazla ihracat artışı gösteren diğer ürünlerimiz.”



Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Mustafa Terci

En fazla ihracat artışı Suriye, Hong Kong ve Bangladeş’e

En çok ihracat gerçekleştiren ilk 5 alt sektörün 75 milyon dolarla bitkisel yağlar, 14 milyon dolarla küspeler ve hayvansal yemler, 11 milyon dolarla yağlı tohumlar, 8 milyon dolarla gıda müstahzarları ve 7 milyon dolarla çikolatalı şekercilik mamulleri olduğunu açıklayan Terci, sözlerine şöyle devam etti:

“2021’in ilk çeyreğinde ihracat gerçekleştirdiğimiz 125 ülke arasında; yüzde 316 yükselişle 21 milyon dolarla Libya, 9 milyon dolarla Yemen, yüzde 24’lük artışla 7 milyon dolarla Almanya, yüzde 116’lık artışla 6 milyon dolarla Hindistan ve Cezayir öne çıktı. 5 milyon dolarla yüzde 39’luk artışla Avustralya ve yüzde 239’luk artışla Lübnan, yüzde 262’lik yükselişle 4 milyon dolarla Çin, BAE ve ABD ihracatımızda ilk 10 ülke arasında yer alıyor. Ocak-Mart döneminde en çok ihracat artışı yaşadığımız üç ülke ise Suriye, Hong Kong ve Bangladeş. Türkiye’nin 2020 yılındaki 18 milyar dolarlık gıda ihracatının 7 milyar dolarlık kısmını sektörümüz gerçekleştirdi. Hububat bakliyat ve yağlı tohumlar sektörü yüzde 41 ile geniş ürün gamıyla ülkemizin gıda ihracatını sırtlayan lokomotif sektörlerden biri. 2021 yılı için ihracatımızı yüzde 10 artırarak, 550 milyon doların üzerine çıkarmak için çalışmaya devam edeceğiz.”

Global Yatırım Holding, Bedelli Sermaye Artırımına Gidiyor

Çeşitli iş kollarında yatırımlarıyla 4 kıta ve 13 ülkede faaliyet gösteren Global Yatırım Holding (GYH), borçları azaltma stratejisine devam ediyor. Bedelli sermaye artırımına gitme kararı alan GYH, bu yolla daha istikrarlı bir sermaye yapısına kavuşacak.
Borçluluğu azaltma stratejisi kapsamında Global Liman İşletmeleri'nin (GLİ) 250 milyon dolar tutarındaki Kasım 2021 vadeli Eurobond refinansmanı için Artırma Süreci (Dutch Auction) de tamamlandı. Süreç sonunda, 49,7 milyon dolar nominal bedelli Eurobond'u geri alarak iptal eden GLİ, Eurobond bakiyesinin vadesinden önce itfa edilmesi amacıyla ekstra likidite sağlamaya yönelik görüşmelerde de son aşamaya geldiğini duyurdu.
Öte yandan Naturelgaz halka arzında, GYH'ye ait olan payların satışından elde edilen 127.627.581 TL'lik brüt gelir de borçluluğu azaltma stratejisi kapsamında değerlendirildi.

Haber Merkezi

Çeşitli iş kollarında yatırımlarıyla 4 kıta ve 13 ülkede faaliyet gösteren Global Yatırım Holding (GYH) 2021 yılını borçları bitirme yılı ilan etti. Bu strateji doğrultusunda art arda önemli adımlar atan GYH, bedelli sermaye artırımı kararı aldı.

GYH tarafından Kamuyu Aydınlatma Platformu'na (KAP) yapılan açıklamada, 22 Nisan tarihli yönetim kurulunda "Şirket Esas Sözleşmesi'nin "Sermaye ve Payların Türü" başlıklı 6. ve "Sermayenin Artırılması" başlıklı 8. maddesinde verilmiş bulunan yetkiye istinaden, Şirket'in 650.000.000 TL kayıtlı sermaye tavanı içerisinde 325.888.409,93 TL olan çıkarılmış sermayesinin 324.111.590,07 artırılarak tamamı nakden karşılanmak üzere 650.000.000 TL'ye artırılması" kararı alındığına yer verildi.

Daha istikrarlı sermaye yapısına kavuşacak
KAP'a yapılan açıklamada bedelli sermaye artırımına ilişkin Global Menkul Değerler AŞ'nin yetkilendirildiği duyurulurken, Çıkarılmış sermayenin 650.000.000TL'ye artırılması için gerekli izin için Sermaye Piyasası Kurulu'na başvuru yapılmasının kararlaştırıldığı açıklandı.

Kısa ve uzun vadeli borç yükümlülüklerini azaltmak için etkili adımlar atan GYH, sermaye artırımı ile likidite pozisyonunu güçlendirecek. Şirket bedelli sermaye artırımı ile daha istikrarlı bir sermaye yapısına kavuşacak.

GLİ Eurobond için alternatif süreci başlatmıştı
GYH iştiraki ve dünyanın en büyük kruvaziyer liman işletmecisi Global Ports Holding Plc'nin %100 bağlı ortaklığı GLİ de, borçluluğu azaltma stratejisi kapsamında attığı adımları sürdürüyor.

Port Akdeniz'in 140 milyon dolar karşılığında Katar merkezli QTerminals'e devriyle buradan elde edilen gelir ile 250 milyon dolar tutarlı ve Kasım 2021 vadeli Eurobond'un refinansmanının önemli bir kısmını karşılamıştı. Daha önce kalan kısmın refinansman sürecine Artırma Süreci (Dutch Auction) ile devam eden GLİ, Artırma Sürecine ilişkin teklif alımını 16 Nisan 2021 tarihinde tamamladı. 49,7 milyon dolar nominal bedelli Eurobond'u makul piyasa şartlarında geri alan ve iptal eden GLİ, Eurobond bakiyesinin vadesinden önce itfa edilmesi amacıyla ekstra likidite sağlamaya yönelik görüşmelerde de son aşamaya geldiğini duyurdu.

Öte yandan Naturelgaz halka arzında da GYH'ye ait olan payların satışından elde edilen 127.627.581 TL'lik brüt gelir de borçluluğu azaltma stratejisi kapsamında değerlendirildi.

24 Saatte İş'ten Kadın Adayların Güvenli Bir Şekilde İş Aramasını Sağlamak İçin Yeni Uygulama



24 Saatte İş, iş arayan kadınların karşılaştıkları olumsuz deneyimleri önlemek için bugüne kadar aldığı önlemlere bir yenisini ekledi: Uyku modu. Bu mod sayesinde iş arayan kadınlar akşam 21.00, sabah 08.00 aralığındaki saatlerde işverenden mesaj almamayı tercih edebilecekler. Ayrıca işverenler kadınlara rahatsız edici mesajlar attığında yapay zekâ sistemi tarafından otomatik olarak tespit edilip, işveren anında sistem dışı bırakılacak. Özellikle mavi ve gri yaka çalışan kadınların karşılaştıkları sorunların pek fazla dile getirilmediğini ifade eden uygulama, bu konu özelinde bir anket de düzenledi. Ankete katılan kadınların yüzde 51'i iş görüşmelerinde uygunsuz bir davranışla karşılaşacaklarından kaygı duyduğunu belirtirken, yüzde 40'ı iş görüşmesinde özel hayatıyla ilgili sorulara maruz kaldığını ifade ediyor. 24 Saatte İş kurucusu Gizem Yasa, bu bakış açısını değiştirmeye kararlı olduğunu ifade ediyor.

Haber Merkezi

Adaylarla işvereni bir araya getiren uygulama 24 Saatte İş, kadınların iş arama süreçlerinde maruz kaldığı taciz olaylarını önlemek için 'uyku modu' özelliğini devreye aldı. Bu mod sayesinde uygulama üzerinden iş arayan kadınlar isterlerse 'uyku modu' özelliğini devreye sokarak akşam 21.00 ile sabah 08.00 saat aralığında işverenden mesaj almamayı tercih edebilecekler. Gönderilen mesajları bu saatler dışında görüntüleyebilecekler. Ayrıca işverenler kadınlara rahatsız edici mesajlar attığında yapay zekâ sistemi tarafından otomatik olarak tespit edilip, işveren anında sistem dışı bırakılacak.

Mavi ve gri yaka çalışan kadınların sorunları araştırıldı

Genelde beyaz yaka çalışan kadınlarla ilgili konuların ele alındığını ancak mavi ve gri yaka çalışan kadınlar özelinde fazla araştırma yapılmadığını vurgulayan 24 Saatte İş, iş arayan mavi ve gri yaka çalışan kadınların uğradıkları taciz vakalarına dikkat çekmek için bir anket de düzenledi. Ankete katılan kadınların yüzde 51'i iş görüşmelerinde uygunsuz bir davranışla karşılaşacaklarından kaygı duyduğunu belirtiyor. Kadınların yüzde 59'u ise yapacakları işle ilgili olarak eşleri, kardeşleri veya babaları tarafından baskı gördüğünü ifade ediyor.

'Kadının yapacağı iş' ayrımcılığı

Ankete katılan kadınların dörtte biri işe başvuru esnasında rahatsız edici davranışlarla karşılaştıklarını söylüyorlar. Katılımcıların yüzde 35'i mesai saatleri dışında erkek işverenlerden mesaj aldıklarını belirtiyorlar. Yüzde 40'ı ise iş görüşmesinde özel hayatıyla ilgili sorular alıyor. Bu oran erkeklerde sadece yüzde 23. Anket sonuçlarına göre kadınlar yalnızca iş ararken değil, çalışırken de birtakım ayrımcılıklara maruz kalıyor. Kadınların üçte biri aynı pozisyonda çalışacak bir erkeğe daha fazla maaş teklif

edildiğini belirtiyor. Ayrıca yüzde 58'i iş yerlerinde 'kadının yapacağı iş' gibi ayrımcı tanımlamalarla karşılaştıklarını ifade ediyor.

'Uyku modu' özelliği devrede

İş arayışında kadınların yaşadığı tacizleri önlemek için 24 Saatte İş olarak yeni geliştirdikleri uygulamalarla önlem aldıklarını belirten Gizem Yasa, bu uygulamaları şöyle anlatıyor:
"24 Saatte İş olarak profesyonellik dışı mesajlaşmanın önüne geçmek ve kadın kullanıcılarımızı korumak için kurulduğumuz günden beri çok fazla özellik devreye aldık. Bu konuda en yakın zamanda geliştirdiğimiz özellik ise 'uyku modu' özelliği. 'Uyku modunu' devreye alan kadınlar artık mesai saatleri dışında işverenlerden mesaj almayacaklar. Gönderilen mesajlar bir sonraki iş gününde gönderilecek. Buna ek olarak işveren kadınlara rahatsız edici mesajlar attığında yapay zekâ sistemimiz tarafından otomatik olarak tespit edilip sistem dışı bırakılacaklar. Geçmişte de potansiyel sorunları fark ettiğimiz andan itibaren moderasyon konusuna büyük önem vererek ilerledik. Tüm sistemimizi problemli olabilecek hesapları yakalayabilmesi ve sorunu oluşmadan tespit edebilmek üzere kurguladık. En ufak bir şikâyette dahi anında değerlendirmeye alıp inceleme sonuçlanıncaya kadar şirket hesaplarını kapadık ve ilanları dondurduk. Geldiğimiz noktada veriyi kullanarak bir problemi henüz oluşmadan tespit edebilme kasımızı geliştirdik. Bu anlamda kadın adayların güven duyabileceği bir ortam yaratmak için ilk günden beri yaptığımız çalışmalar karşılık buldu ve sistemimizde yüzde 45 oranında kadın aday mevcut. Türkiye'de iş gücüne katılabilecek yaşta olan kadınların sadece yüzde 30'u işgücüne iştirak ederken, erkeklerde bu oran yüzde 60'a çıkıyor. Fakat 24 Saatte İş'in sisteminin içerisindeki kadın-erkek dengesi neredeyse yarı yarıya. Bu bizim kuruluştan beri en önemli hedeflerimizden biriydi ve başarabildiğimiz için çok mutluyuz."

"Mikro politikalara önem vermeliyiz"

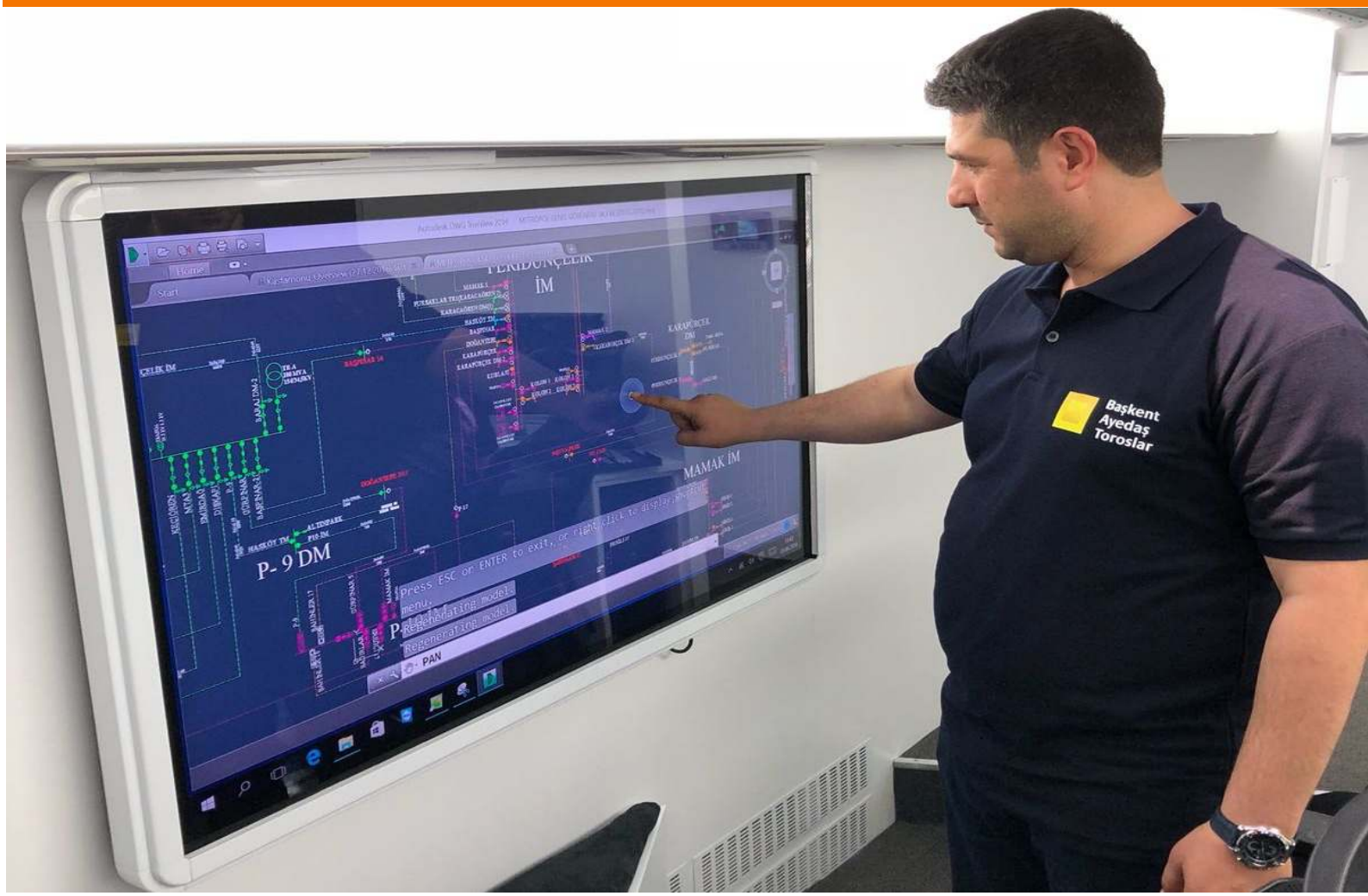
24 Saatte İş kurucu ortaklarından Mert Yıldız, kadın adaylar özelindeki zorlukları fark edip, kadın adayların daha güvenli bir şekilde iş arayabilmesini sağlamak için daha şirketin kuruluşunun ilk günlerinden itibaren çalışmalara başladıklarını belirterek şunları söylüyor:
"Ülkemizde çalışacak yaşta olan 32 milyon kadının sadece 10 milyonu iş gücünde. Çalışabilecek nüfusunun üçte birini iş gücünün dışında bırakan bir ülkenin kalkınması çok zor. Daha fazla kadını iş gücüne dâhil etmek için önce kadınların iş hayatında yaşadıkları zorlukları anlamamız gerekiyor. Ankete katılanların yüzde 87'si kadın istihdamının arttırılması gerektiğini belirtiyor. Bu oranın artması için makro politikalardan önce mikro politikalara önem



vermeliyiz. Değişimi beklemek yerine değişimi kendimiz yaratmalıyız. Burada en büyük iş erkeklere düşüyor. Kadınların da iş hayatında gördükleri adaletsizlikleri, uygunsuzlukları gerekli mercilere şikâyet etmekten çekinmemesi gerekli. Anketimize katılan kadınların sadece yüzde 15'i olumsuz bir durum yaşadığında kime şikâyet edeceklerini biliyorlar. Bu yüzden bu konuda bilinçlendirmenin artması şart."



Enerjisa cihaza bağlı 2 bin 473 hastaya nefes oldu



Hasta Var sistemi, Enerjisa Dağıtım Şirketleri, Başkent EDAŞ, Ayedaş ve Toroslar EDAŞ'ın hizmet bölgelerinde yaşamlarını cihaza bağlı olarak sürdüren vatandaşların, kesintisiz elektrikten yararlanmasını sağlıyor. 2020 sonu itibariyle bin 632 olan cihaza bağlı yaşayan ve sistemden yararlanan müşteri sayısı 2021 Mart sonu itibariyle toplam 2 bin 473'e ulaştı. Sistemden yararlanmak için Sağlık Bakanlığı'na elektriğe bağlı cihaz kullanan hasta olduğunu belirten belge almak için başvuru yapılıyor.

Haber Merkezi

Türkiye elektrik dağıtım sektöründe en geniş şebekenin yönetiminden sorumlu Enerjisa Dağıtım Şirketleri; Başkent EDAŞ, Ayedaş ve Toroslar EDAŞ tarafından, cihaza bağlı hastaların enerjisiz kalmaması için Türkiye'de ilk kez devreye alınan Hasta Var sisteminden yararlanan kullanıcı sayısı 2 bin 473'e ulaştı.

Çeşitli nedenlerle yaşamsal faaliyetlerini elektrikli cihazlarla sürdüren hastaların bulunduğu bölgedeki planlı kesintilerde, anında merkezi uyaran Hasta Var sistemiyle, ilgili bölgenin enerjisiz kalması engelleniyor.

Hasta ve şirketin, Merkezi Uzaktan Kontrol ve Veri İzleme (SCADA) sistemi üzerinden entegre edildiği Hasta Var Sisteminde, kayıtlı vatandaşların bulunduğu bölgede arıza kaynaklı bir kesinti olması durumunda ise, bölgeye acilen mobil jeneratörler sevk edilerek hastaların hayata tutunması için gayret gösteriliyor.

Enerjisa Dağıtım Şirketlerinden Başkent Elektrik Dağıtım AŞ (Başkent EDAŞ) bölgesinde bin 142, Toroslar Elektrik Dağıtım AŞ'de (Toroslar EDAŞ) 863, İstanbul Anadolu Yakası Elektrik Dağıtım AŞ'de (AYEDAŞ) ise 468 kayıtlı vatandaş bu sistem kapsamında enerji alıyor. Böylece 2020 sonu itibariyle bin 632 olan cihaza bağlı yaşayan ve sistemden yararlanan sayısı 2021 Mart sonu itibariyle toplam 2 bin 473'e ulaşmış durumda.

Sağlık Bakanlığı onayı ile kayıt yapılıyor

Sistemden yararlanmak için önce Sağlık Bakanlığı'na elektriğe bağlı cihaz kullanan hasta olduğunu belirten belge almak için başvuru yapılıyor. Bakanlıktan alınan onaylı formlar, nüfus bilgileri, ikametgâh adresi ve ikametgâha ait tesisat numarası bölgedeki Enerjisa Dağıtım Şirketi Müşteri Hizmetleri Müdürlüğü'ne veriliyor.

Sisteme kayıtlı hastaların bağlı bulunduğu bölgede elektriklerin kesilmesi durumunda, SCADA kontrol merkezinde canlı olarak kesinti bilgisi durumu alarm şeklinde gösteriliyor. Alarm gelen bölgedeki elektrik kesintilerine öncelik verilerek, hastalar için acil enerji sağlanıyor.

Söz konusu sistem, Ankara, Bartın, Çankırı, Karabük, Kastamonu, Kırıkkale ve Zonguldak'ta faaliyet gösteren Başkent EDAŞ'ta 2014 yılında, AYEDAŞ ile Adana, Osmaniye, Gaziantep, Mersin, Kilis ve Hatay'da faaliyet gösteren Toroslar EDAŞ'ta ise 2017 yılında devreye alındı.

Otomotiv Sektöründe Dev İş Birliği



İki Türk firması Dinamo Danışmanlık ve Innoway Danışmanlık, otomotiv sektörünün dünya çapındaki online platformu Global Auto Industry ile iş ortağı oldu.

Haber Merkezi

Proje Finansmanı, Şirket Birleşme ve Satın Almaları (M&A) konularında global ve lokal çözümler sunan Dinamo Danışmanlık ve Innoway Danışmanlık, 1 milyondan fazla oto endüstri sektörü profesyoneli ve 35.000 otomotiv sektörü firmasının yer aldığı, Global Auto Industry ile iş ortaklığı anlaşması imzaladı. Global Auto Industry, otomotiv sektörü alanında dünyanın en büyük online platformlarından biri olarak biliniyor.

Ortaklık kapsamında Dinamo Danışmanlık ve Innoway Danışmanlık, Global Auto Industry ile Şirket Birleşme ve Satın Almaları (M&A) konusunda, Türkiye için münhasır bazda olmak üzere globalde birlikte çalışacaklar.

Anlaşmanın Türkiye otomotiv sektörü açısından çok önemli olduğunun altını çizen **Dinamo Danışmanlık Kurucu Ortağı, Kamu Özel Ortaklığı (PPP) ve Proje Finansmanı Uzmanı Fatih Kuran** ve **Innoway Danışmanlık Kurucusu Süheyl Baybalı**, yaptıkları ortak açıklamada, "Öncelikle global anlamda otomotiv sektörünün devi olan bir online platform ile partner olmaktan dolayı çok mutluyuz. Yaptığımız çalışmalarla global ve Türkiye otomotiv sektörüne büyük katma değer sağlayacağımızı söyleyebiliriz. Bu ortaklık vasıtasıyla gerek yurtdışından Türkiye'ye yatırımcı çekmeyi, gerekse de Türk yatırımcıların global yatırımlarını doğru şekilde yönlendirmeyi amaçlıyoruz. İş birliğimiz kapsamına, M&A çatısı altında iş ortaklıkları ve satın alma dahilinde teknoloji ile know-how transferleri de giriyor. Ayrıca Türkiye açısından büyük öneme haiz otomotiv sektörünün yurtdışına daha iyi tanıtımına katkı sağlayacağımızı da düşünüyoruz.

Otomotiv sektöründe pandemi krizinden bağımsız, büyük bir teknolojik değişim ve dönüşüm yaşanmaktadır. Bu sürecin en az önümüzdeki on yıla damgasını vuracağını rahatlıkla ifade edebiliriz. Değişimin büyük ya da küçük tüm oyuncuları etkisi altına alması kaçınılmazdır ve yeni duruma adapte olmak için işletmelerin büyük ölçekli yatırımlar yapma ihtiyacı söz konusu olacaktır. Yatırımların bir kısmı makine, ekipman, donanım şeklinde sabit yatırım ve kalan kısmının da teknoloji transferi ile araştırma geliştirme yatırımları başta olmak üzere entelektüel sermaye şeklinde olmasını beklemekteyiz. Değişim sürecinin gerektireceği büyük ölçekteki yatırımları özellikle küçük ve orta boy işletmelerin tek başlarına gerçekleştirmeleri ve yeni ekonomide rekabet güçlerini koruyabilmeleri çoğu işletme için mümkün olamayacaktır. Bu nedenle daha büyük hacimlere ulaşarak ölçek ekonomisinden faydalanıp maliyetleri düşürmek, Ar-Ge maliyetlerinden tasarruf etmek, teknoloji transferi sağlamak, satış ile dağıtım kanallarını daha verimli yönetebilmek ve yeni pazarlara açılmak amacı ile şirket satın alma ve birleşme işlemlerinde önümüzdeki yıllarda global düzeyde önemli bir artış gerçekleşmesini beklemekteyiz." dediler.

Ayrıntılı Bilgi: www.dinamo.co

innoway DANIŞMANLIK LİMİTED ŞİRKETİ

DINAMO CONSULTING TORONTO • İSTANBUL

"Matrah artırımı vergide temiz bir sayfa açacak"



Pandeminin tüm dünyada yarattığı ekonomik sıkıntılar, hem vatandaşın hem de şirketlerin vergi borçlarının birikmesine neden oldu. Kamuya olan borç 500 milyar TL'ye ulaşırken matrah artırımına yönelik yeni düzenlemeler gündeme geldi. Mali Müşavir Mustafa Köksoya, "Politika ve kanun yapıcılar yeni düzenlemelerle tüm kesimleri rahatlatabilir" dedi.

Haber Merkezi

Türkiye'de kamuya olan borç artarken, vergi matrahlarında düzenleme yapılmasına dair haberler son günlerde basında sıkça yer buldu. Bu kapsamda gözler, gelir ve kurumlar vergisinin yanı sıra, KDV ve bazı gelir ve kurumlar vergisi stopajlarına yönelik 2015-2020 yıllarını kapsayacak şekilde yapılması öngörülen düzenlemelere çevrildi. Konuya ilişkin değerlendirmede bulunan Universal Partners İcra Kurulu Üyesi Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Mustafa Köksoya, pandeminin etkilerinin özellikle şirketler açısından yeni hissedilmeye başlandığına dikkat çekerek "Devletlerin gelir kaynağı vergidir ve bu her vatandaşın sorumluluğudur. Ancak bazen öyle şartlar oluşur ki gerek vatandaş gerekse şirketler bu sorumluluğu yerine getirmekte zorlanabilir, isteseler de sıra bir türlü vergiye gelmeyebilir. Bu sebeple vergide temiz bir sayfa açmanın tam zamanı. Politika ve kanun yapıcılar yeni düzenlemelerle tüm kesimleri rahatlatabilir" dedi.

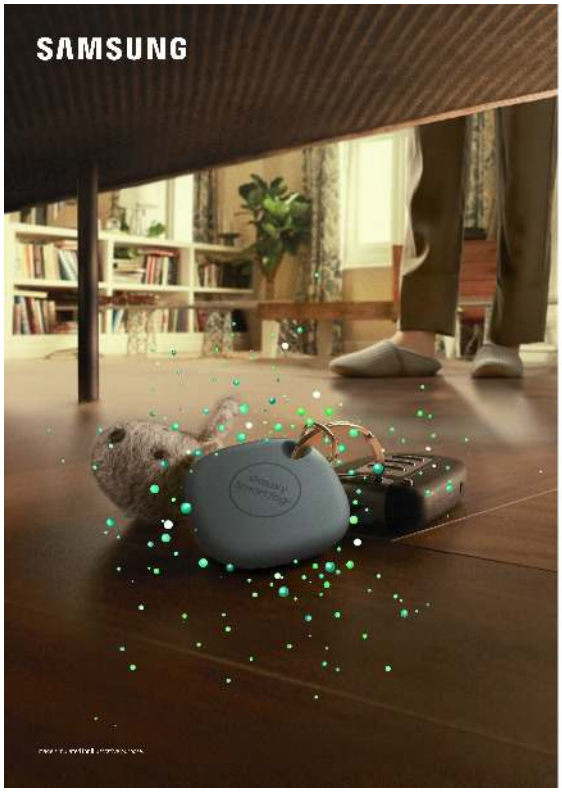
"Düzenleme, pandeminin üzerimize örttüğü ölü toprağının kaldırılmasını sağlayabilir"

Kriz dönemlerinde devletlerin vergi toplamakta zorlanması olağan bir durum olup, zaman zaman toplumda istenmeyen tepkilere yol açabileceğini belirten Mustafa Köksoya, "Devletin şefkatli kolları böyle zamanlarda açılır ve vatandaşlarına yardım eli uzatmak, yeniden başlama kuvveti vermek için birtakım uygulamalar geliştirir. Düşük faizli krediler, SGK prim ve vergi borcu ertelemeleri ve yapılandırmaları, mücbir sebep hallerinde istihdam destek paketleri, ihracatçılara verilen nakit döviz kredileri, personele yönelik kısa çalışma ödenekleri gibi doğrudan destekler, devletin kasasından nakit çıkışına sebep olan ve devletin ekonomik olarak zayıflamasına yol açan uygulamalardır. Çünkü burada karşılıksız verilen bir yardım söz konusudur ve orta vadede ekonomiye enflasyon etkisi olarak geri döner. Vergi oranlarının düşürülmesi, matrah artırımları, vergi affı ve varlık barışı gibi uygulamalar ise esnaf veya iş insanlarının yükümlülüklerini rahatlatarak mevcut haliyle geleceğe daha özgüvenli bakmaya başlamasına yardımcı olur. Ayrıca kamudaki esnek çalışma uygulaması nedeniyle biriken iş yüklerinin de önüne geçilerek pandeminin üzerimize örttüğü ölü toprağının kaldırılması sağlanabilir" diye konuştu.

Hem devletin hem de vatandaşların daha zor günler görmemesi için önemli

Mustafa Köksoya, geçmişte uygulamaya koyulan ve kamuda matrah artırımı olarak bilinen kanunlara da değinerek şu ifadeleri kullandı: "Uygulamaya konan 1983/2801, 1992/3787, 2003/4811, 2011/6111, 2016/6736 ve 2018 yılında 7143 sayılı kanunlar, istatistiksel olarak ödeme oranları en başarılı uygulamalar olmayı başarmıştır. Bu uygulamanın getirilmesinin, idarenin mükellefin halinden anladığını göstermesi ve mükellefin de yükümlülüklerinin hafiflediğini anlayarak vergi ödevini yerine getirmesi bakımından son derece önemli olduğunu düşünüyorum. Dilerim bu tür bir uygulama olağandışı bir süreçten geçtiğimiz bu dönemde hayata geçirilir. Aksi halde her ay düzenlenen beyannameler ve ödenemeyen vergiler sebebiyle istenilen tahsilat yapılamayacağı gibi, vatandaşlarımız da kendilerine iletilen vergi ceza ihbarnameleri nedeniyle çok daha zor günler geçirebilir."

Kaybolan eşyaları bulmanın akıllı yolu: Yeni Galaxy SmartTag+





Samsung'un AR teknolojisi kullanan yeni Galaxy SmartTag+ cihazı sayesinde bulamadığınız eşyaların nerede olduğunu görüntüleyebiliyorsunuz.



Haber Merkezi

Samsung Electronics, yeni Galaxy SmartTag+ cihazının dünya çapında 16 Nisan'da satışa sunulacağını duyurdu. Hem Bluetooth Düşük Enerji (BLE) hem de geniş paylaşım ağı (UWB) teknolojisiyle donatılan Galaxy SmartTag+ sayesinde, eşyalarınızın konumunu artık çok daha doğru bir biçimde tespit etmeniz mümkün . Galaxy SmartTag+ ayrıca, kullandığı artırılmış gerçeklik (AR) teknolojisiyle, akıllı telefonunuzun kamerasını kullanarak kaybolan eşyanızın bulunduğu yeri görüntülemenizi de sağlıyor .

Kaybettiğiniz eşyaları kolayca bulun

Galaxy SmartTag'in en yeni sürümü Galaxy SmartTag+ cihazını, günlük olarak kullandığınız sırt çantası ya da anahtar gibi eşyalarınıza takarak, bu eşyalarınızı kaybetmeniz durumunda Galaxy cihazınızdaki SmartThings Find hizmetiyle konumlarını kolayca ve doğru bir şekilde tespit edebiliyorsunuz .

Yeni AR Finder teknolojisiyle eşyalarınızın yerlerini görüntüleyebiliyorsunuz

Hem BLE hem de UWB teknolojisine sahip olan Galaxy SmartTag+ cihazı, bu sayede artık kaybettiğiniz eşyalarınızı bulurken AR teknolojisinden faydalanmanıza olanak sağlıyor . AR Finder, Galaxy S21+ ya da Galaxy S21 Ultra gibi UWB destekli akıllı telefonunuzda kullanıcı dostu arayüzüyle size rehberlik ederken Galaxy SmartTag+ cihazınızdan ne kadar uzakta olduğunuzu gösteriyor ve sizi onun olduğu tarafa doğru yönlendiriyor. Üstelik Galaxy SmartTag+'a yaklaştığınızda sesli uyarı da alabiliyorsunuz. Böylece SmartTag+ koltuğun altında veya erişimi zor bir yerde kalmış olsa da onu bulmakta zorluk çekmiyorsunuz.

Akıllı etiketinizin yerini uzaktan bulabiliyorsunuz

Galaxy SmartTag+, SmartThings Find'ın güçlü konumlandırma kapasitesini daha da artırıyor, etiketin bulunduğu eşyaları, sizden çok uzakta olsalar dahi harita üzerinde tespit edebilmenizi sağlıyor. Bunun nedeni ise etiketlerde kullanılan BLE teknolojisi ve Galaxy cihaz ağının gücü. SmartThings uygulaması üzerinden SmartThings Find hizmetini kullananlar, akıllı telefonları veya tabletleri ile kaybolmuş akıllı etiketlerini veya cihazlarını bulabiliyor. SmartThings Find hizmetine akıllı etiketinizin kaybolduğunu bildirdiğinizde, yakında bulunan herhangi bir etkinleştirilmiş Galaxy cihazı SmartThings sunucusuna konumu bildiriyor ve siz de bunun üzerine bildirim alıyorsunuz. SmartThings Find hizmetinde tüm veriler şifrelenip korunduğundan etiketin konumu sadece sizinle paylaşılıyor.

Akıllı cihazlarınızı tek dokunuşla yönetin

Galaxy SmartTag+ ve SmartTag, yalnızca kayıp eşyaları bulmakla da kalmıyor. Örneğin, evden çıkarken ışığı açık unuttuğunuzda, eve geri dönmek yerine SmartTag+ veya SmartTag akıllı etiketinizi kullanarak ışığı uzaktan kapatabiliyorsunuz . SmartThings uygulamasını kullanarak, etiket butonu üzerinden bu farklı fonksiyonları etiketinizle etkinleştirebiliyorsunuz.

Samsung Electronics Mobil İletişim Bölümünden Başkan Yardımcısı ve Mobil Ar-Ge Ofisi Başkanı KJ Kim, konuyla ilgili şunları söyledi: "Oyunun kurallarını yeniden belirleyen UWB teknolojisi, herhangi bir nesnenin konumunun çok daha büyük bir hassasiyetle tespit edilmesini sağlıyor. Biz de Samsung olarak kullanıcıların günlük yaşamlarını daha kolay ve konforlu hale getirmek amacıyla UWB'yi Galaxy ekosistemi içinde genişletmeye devam ediyoruz."

Dünyada 16 Nisan'dan itibaren satışta sunulacak olan cihazın Türkiye satış tarihi ise önümüzdeki günlerde belli olacak.

ANTHONY GOTTLIEB

Aydınlanma Rüyası:

Modern Felsefenin Yükselişi

TÜRKÇESİ CANSEN MAVİTUNA



FELSEFE

vb.
VAKIFBANK KÜLTÜR YAYINLARI

Y A Z I K A L I R

Aliya İzetbegoviç'in bütün eserleri orijinal dilinden çevirileriyle Ketebe'de yeniden vücut buluyor!



ketebe.com ketebe ketebe ketebe

KETEBE

www.isteilham.com.tr



Dergilik

TÜRKİYE'NİN İLK

Yeni Nesil Dijital İş Dergisi !

@isteilhamdergisi
@isteilhamdergi
Iste_Ilham Magazine
ste_Ilham Magazine
@isteilham
ISTE ILHAM DERGISI

+90 544 872 54 54

iletisim@isteilham.com