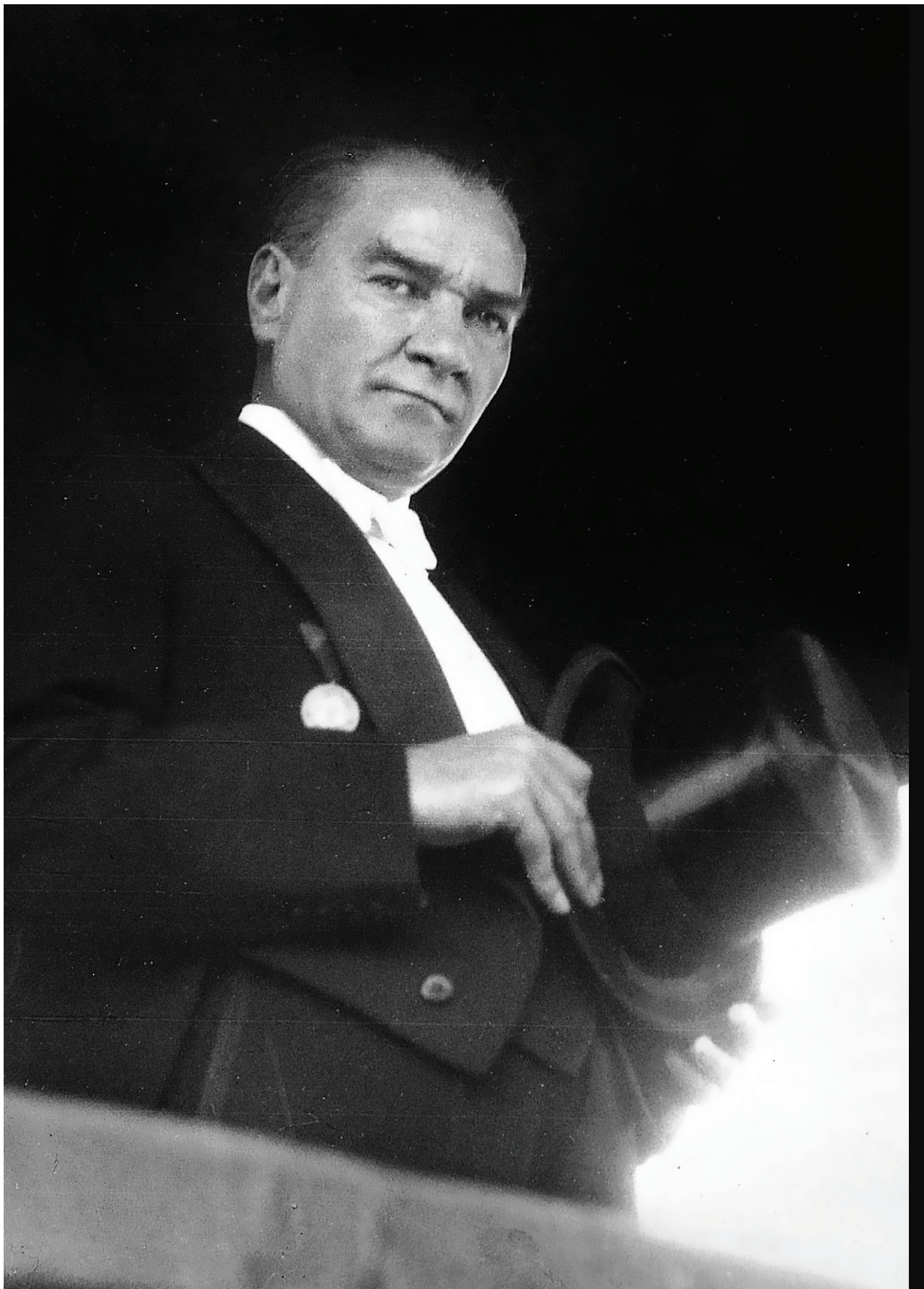




BİZDEN HABERİNİZ OLSUN!



ESKİŞEHİR TİCARET ODASI
CHAMBER OF COMMERCE



*E*konomik kalkınma,
Türkiye'nin özgür, bağımsız,
daima daha kuvvetli,
daima daha refahlı
Türkiye idealinin
belkemiğidir.

K. Atatürk



Merhaba...

Eskişehir Ticaret Odası Dergisi aracılığıyla siz kıymetli üyelerimize yeniden ulaşmanın mutluluğu içindeyim.

Sizlerin takdiri ve teveccühü ile bir dönem daha Eskişehir Ticaret Odası başkanı olarak görev yapacak olmanın gururunu yaşıyorum. Bu görevi layık gören tüm üyelerimize teşekkür ediyor; önümüzdeki dönemde yine aynı kararlılıkla tüccarımıza, sanayicimize, girişimcimize öncülük edecek olmaktan kıvanç duyuyorum.

Seçimlerle birlikte odamızda çok büyük bir değişim yaşandı. Hem meclisimize yeni yüzler ve isimler geldi hem de odamızın geleceğinde çok önemli bir yer tutan meclisimiz gençleşti. Bu sayede önümüzdeki dönemde meclisimizin her alanda aktif, girişken ve etken olacağına yürekten inanıyorum.

Önümüzdeki dönemde de şüphesiz en büyük önceliğimiz siz üyelerimizin talepleri ve sorunları olacak. Bu sorunları tespit etmek için de sürekli sahada olacak, üye ilişkileri birimimiz, meslek komitelerimiz ve meclisimizle birlikte sorunların çözümü için çalışacağız.

Diğer bir önceliğimiz de ETO üyesi olan işletmelerimizin ticaretten ve sanayiden aldığı payı artırmak, Eskişehir ekonomisini büyütmek, istihdamı artırmak olacak. Bu hedeflere ulaşmak için de tüm organ üyelerimizle birlikte, gerek kurum ve kuruluşların temsilcileriyle temaslar gerçekleştirecek, siz üyelerimizin

talep ve sorunlarını ilgili kurumlara ileteceğiz.

Öte yandan Eskişehir ekonomisinin geleceğini ilgilendiren sorunlarda da sorumluluk üstlenmeye ve Eskişehir Ticaret Odası'nı her platformda başarıyla temsil etmeye devam edeceğiz.

Tüm dünya genelindeki ekonomide, politika-da, ulaşım, teknoloji, sanatta kısacası hayatın her alanda sürekli bir değişim yaşıyor. Bu değişime Eskişehir ve Eskişehir Ticaret Odası camiası olarak uyum sağlamamız da büyük önem taşıyor. İşte bu düşünceden hareketle dijital dönüşüme de hassasiyet gösteriyoruz.

Bu hedefimize hizmet edecek ve gelecekte de çok fayda sağlayacağına inandığımız bir uygulamayı hayata geçirdik. Siz üyelerimizin indirimli olarak alışveriş yapmalarına imkan tanıyan ETO Avantaj uygulamasını başlattık. Artık cep telefonunuza indireceğiniz ETO Avantaj uygulaması ile sisteme dahil olan iş yerlerinde yapacağınız alışverişlerinizde indirimli fiyatlardan yararlanabilirsiniz. İsterseniz işletmeniz de bu sisteme dahil olabilir. ETO Avantaj sayesinde aynı zamanda odamızın sağlamış olduğu eğitim ve seminerlerden de yararlanabilirsiniz.

Eskişehir Ticaret Odası olarak yeniliklere imza atmaya, siz üyelerimizin işlerini kolaylaştırmaya, teknolojinin sunduğu imkanlarla birlikte dijital dönüşümde de öncülük etmeye devam edeceğiz. Yeni yılla birlikte hem odamızın 2022-2026 yılları arasındaki vizyonu ve

yol haritası doğrultusundaki çalışmalarımıza hem de dijital dönüşüm noktasındaki projelerimize hız vereceğiz.

Zaman hızla akıp geçiyor. 2022 yılını da tamamlamak ve 2023 yılına erişmek üzereyiz. 2023 yılında da tüccarımıza, sanayicimize ve girişimcilerimize yeni ufuklar açmak, eğitimden fuar ziyaretlerine, iş gezilerinden seminerlere kadar çok yönlü faaliyetlerimize devam edeceğiz.

Hizmet kalitemizi artırarak, projelerimize yenilerini ekleyerek, tüm organ üyelerimizle siz üyelerimizin taleplerini yerine getirmek, ekonomideki sorunları tespit ederek çözüme kavuşturmak, Eskişehir ekonomisine yeni kazanımlar sağlamak için canla başla çalışacağız. Bu duygu ve düşüncelerle yeni yılınızı içtenlikle kutluyor; 2023 yılının Eskişehir Ticaret Odası camiamıza, şehrimize ve ülkemize hayırlı olmasını diliyorum. 2022 yılında yaşadığımız tüm sıkıntıların sona ermesini, 2023'ün üyelerimizin ve Eskişehir'in yılı olmasını diliyorum.

Saygı ve sevgilerimle...

Metin GÜLER

Eskişehir Ticaret Odası Başkanı

8

HABER

Başkan Güler
Güven Tazeledi

Meclis Divanı ve Kurulların
Seçimi Yapıldı

ETO'dan Ankara Çıkarması

ETO'ya İlk Tebrik Ziyaretini
Hisarcıkloğlu Gerçekleştirdi



56

KONUK BAŞKAN

Ömer GÜLSOY
Kayseri Ticaret Odası
Yönetim Kurulu Başkanı

33

KAPAK KONUSU

E-TİCARET

Berkay ÇELİKKAYA
Rhyme Export Kurucu Ortağı

Ömer NART
WORLDEF Başkanı

Arda SUVAY
İKAS
Key Account Sales Executive

Emre DEMİR
aZall.com
Yönetim Kurulu Başkanı



62

GÜÇLÜ KADINLAR

Esin GÜRAL ARGAT
Kütahya Ticaret ve Sanayi Odası
Yönetim Kurulu Başkanı

66

ÇEVRE

Çevre ve İklim için
Pedal Çeviriyoruz

Gökhan Can ÇOBANSOY
Eskişehir Ticaret Odası
AB Bilgi Merkezi Koordinatörü



DERGİ KÜNYESİ
ESKİŞEHİR TİCARET ODASI
DERGİSİ
ISSN 1300 – 3682

Aralık 2022
Yıl : 40 Sayı : 131
Yerel Süreli Yayın

Eskişehir Ticaret Odası Adına

İmtiyaz Sahibi
Metin Güler
Yönetim Kurulu Başkanı

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Ali Varol

Yayın Kurulu
Prof. Dr. Erol Kutlu
Prof. Erol İpekli
Ali Ateş
Yasin Bakılan
Kerem Can Apaydın
Lokman Can
Arda Genç

Yayın Koordinatörü
Aysun Cengiz

Haber Sorumlusu
İsmail İlksevi

Tasarım
Aysun Cengiz
Gökhan Güçlü
Elçin Alptekin

Fotoğraf
Murat Toksöz
Fırat Turhan

70 KÜLTÜR SANAT

Doğa Fotoğrafçılığı

Lokman CAN

Eskişehir Ticaret Odası
Meclis Üyesi

Eskişehir Mutfağı

Ferit OKTAŞ

Gastronomi Yazarı



78 GEZGİN

Özgürlük, Macera ve
Tutku Dolu Bir Yaşam
Biçimi; **Karavan...**

Erhan BULUT

Beden Eğitimi
Öğretmeni



82 UZMAN GÖRÜŞÜ

Nedir Bu Arabuluculuk?

Av. İnci YILDIRIM BALCI

Eskişehir Ticaret Odası
Hukuk Danışmanı



86 KOMİTELERDEN

İnşaat Sektörünün
Dünü, Bugünü, Yarını

İsmail ÇAVDAR

Eskişehir Ticaret Odası
Yönetim Kurulu Sayman Üyesi

İdare Yeri
2 Eylül Cad. No: 28/6
Odunpazarı / ESKİŞEHİR

İletişim
Tel: 0 222 222 26 26
Fax: 0 222 230 72 33

www.etonet.org.tr
etodergisi@etonet.org.tr

Reklam ve Baskı Sorumlusu
Eskişehir Ticaret Odası
0 222 222 26 26 / 219

Baskı
Sonsöz Gazetecilik Matbaacılık
www.sonsoz.com.tr
(0312) 312 12 82

Yayın Türü
Yerel, Süreli. Dergimiz 4 ayda bir
yayınlanır. Dergide yayımlanan
yazılar yazarların kişisel görüşlerini
yansıtmaktadır. Yazılarla ilgili her
türü hukuki ve etik sorumluluk
yazarlara aittir. İzinsiz alıntı
yapılamaz. Para ile satılmaz.



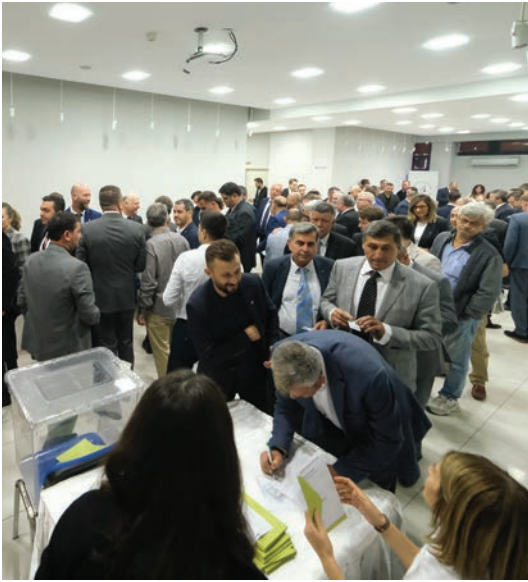
BAŞKAN GÜLER GÜVEN TAZELEDİ

Eskişehir Ticaret Odası üyeleri sandık başına giderek, 2022-2026 yılları arasında görev yapacak olan meclis ve komite üyelerini belirledi. ETO Tüyük Fuar Merkezi'nde gerçekleşen seçim neticesinde 36. Meslek Komitesi'nden Beyaz Liste ile seçimlere giren ETO Başkanı Metin Güler tüm meslek gruplarında üyelerden

onay aldı. ETO Başkanı Güler'in listesinde yer alan 92 iş insanı meclis üyesi ve 225 iş insanı da meslek komitesi üyesi oldu. Seçimler neticesinde geçtiğimiz döneme göre meclis üyelerinin % 55'i değişti ve meclisteki yaş ortalaması düştü. Seçimler hakkında değerlendirmede bulunan ETO Başkanı Metin Güler, seçimlerde oy kullanmak üzere sandık başına giden üyelerle teşekkür etti. Güler, üyelerin gösterdiği teveccüh dolayısıyla hem kendisinin hem de tüm seçilen organ üyelerinin sorumluluğunun daha da arttığını söyledi.

MECLİS DİVANI VE KURULLARIN SEÇİMİ YAPILDI

Meclis divanı seçimleri neticesinde Halil İbrahim Ara yeniden meclis başkanı olurken, Metin Öztürk ve İbrahim Atilla Sabahcı meclis başkan yardımcısı görevine ikinci kez seçildi.





Eskişehir Ticaret Odası'nda ETO TüYAP Fuar Merkezi'nde gerçekleşen seçimlerin ardından 2022-2026 yılları arasında görev yapacak olan meclis divanı, yönetim kurulu, disiplin kurulu, TOBB delegeleri ve

komite başkanları belirlendi. Halil İbrahim Ara yeniden meclis başkanı olurken, Metin Öztürk ve İbrahim Atilla Sabahcı meclis başkan yardımcısı olarak yeniden seçildi. Meclis divan katibi ise Çağrı Cansever oldu.



Yapılan seçim neticesinde Metin Güler Yönetim Kurulu Başkanı, Ali Ateş, Emre Demir, Hüsnü Ünalın, İsmail Çavdar, Kaan Toraman, Mehmet Kahya, Orhan Köksal, Özgür Alp ve Yasin Bakılan ETO yönetim kurulu asil üyeleri olarak belirlendi. Ali Ufuk Yılmaz, Emirhan Çoçaygil, Gürbüz Özkaya, Halil İbrahim Ara, Hürçan Alhan, İbrahim Eldem, İrfan Gümüş, İsmail

Çavdar, Kerem Can Apaydın, Metin Çavuşoğlu, Metin Güler, Metin Öztürk, Mithat Yatır, Murat Destici, Orhan Köksal, Özgür Alp, Recep Can ve Sermet Özgöde TOBB Genel Kurulu Delegesi olarak belirlendi. Ali Şemseddin Koşar, Ayhan Oskaylar, Bülent Şarlar, Volkan Ay ve Yusuf Gür Türk ise disiplin kurulu asil üyesi oldu.



MESLEK KOMİTELERİNDE YENİ DÖNEM

Eskişehir Ticaret Odası'nda 41 meslek komitesinin başkan, başkan yardımcıları ve komite üyeleri seçimle belirlendi.

İnşaat Taahhüt

Meslek Komitesi Başkanı Kemal Keser
Başkan Yardımcısı Emre Dinç

Gıda Maddeleri Perakende Ticareti

Meslek Komitesi Başkanı Hikmet Kartkaya
Başkan Yardımcısı Abdulkadir Eker

Makine ve Yedekleri İmalatı

Meslek Komitesi Başkanı Harun Söğüt
Başkan Yardımcısı Barış Şimşirel

Seyahat Acenteleri ve Yolcu Taşımacılığı

Meslek Komitesi Başkanı Şahin Çildir
Başkan Yardımcısı Selahattin Büyükkıdan

Bankalar ve Sigorta Acenteleri

Meslek Komitesi Başkanı Mahmut Koşak
Başkan Yardımcısı Necmettin Gürçan

Konfeksiyon ve Deri Ürünleri İmalat ve Ticareti

Meslek Komitesi Başkanı Mutlu Akavioğlu
Başkan Yardımcısı Songül Eryiğit

Otomotiv, Yedek Parça Satış ve Servis Hizmetleri

Meslek Komitesi Başkanı Emin Uyak
Başkan Yardımcısı Adnan Sarıca

Hayvansal Ürünler İmalat ve Ticareti

Meslek Komitesi Başkanı Hasan Basri Aslan
Başkan Yardımcısı Elif Yaman

Madenden Mamul Ürünler İmalatı

Meslek Komitesi Başkanı Ziya Arslangiray
Başkan Yardımcısı İlknur Tatar

İnşaat Malzemeleri Ticareti

Meslek Komitesi Başkanı Murat Çelik
Başkan Yardımcısı Kemal Arslan

Tarım Ürünleri İmalat ve Ticareti

Meslek Komitesi Başkanı Bahadır Çağlar
Başkan Yardımcısı Ayhan Babaloğlu

Mobilya Ürünleri ve Kereste İmalatı

Meslek Komitesi Başkanı Hakan Alptekin
Başkan Yardımcısı Umut Şahin

Enerji, Otomasyon, Dönüşüm, Servis ve Onarım

Meslek Komitesi Başkanı Umut Güçlüoğlu
Başkan Yardımcısı Burak İndir

Restaurant Hizmetleri

Meslek Komitesi Başkanı Müslüm Okan
Başkan Yardımcısı Halil Demirkala

Gelinlik ve Mefruşat

Meslek Komitesi Başkanı Tamer Demir
Başkan Yardımcısı Leyla Dindar

Unlu Mamuller İmalatı ve Ticareti

Meslek Komitesi Başkanı Tahsin Gülyüz
Başkan Yardımcısı Hüseyin Topçu

Akaryakıt Ürünleri ve LPG Ticareti

Meslek Komitesi Başkanı Yavuz Metin
Başkan Yardımcısı Ömer Bülent Ünal

Kültür, Sanat Eğlence, Dinlence ve Spor

Meslek Komitesi Başkanı Didar Açıkkeller
Başkan Yardımcısı Osman Tansu Tanaçan

Telekomünikasyon ve Bilişim

Meslek Komitesi Başkanı Serdar Günsever
Başkan Yardımcısı Tekin Büyükkaya

Madencilik ve Mahrukat

Meslek Komitesi Başkanı Yavuz Çekiç
Başkan Yardımcısı Hakan Tinas

Dayanıklı Tüketim Malları Ticareti

Meslek Komitesi Başkanı İbrahim Hüsrev Destici
Başkan Yardımcısı Murat Alfıtlı

Tabldot, Kantin ve İçecek Sunum Hizmetleri

Meslek Komitesi Başkanı Özgür Özçetin
Başkan Yardımcısı Coşkun Düzgün

Sağlık Hizmetleri

Meslek Komitesi Başkanı Kemal Yönet
Başkan Yardımcısı Meltem Yıldırım

Kırtasiye, Matbaa, Reklam ve Fotoğrafçılık

Meslek Komitesi Başkanı Ferhan İşler
Başkan Yardımcısı Murat Nişan

Sarraf, Optik ve Hediyeelik Ürünler

Meslek Komitesi Başkanı Mehmet Bakır
Başkan Yardımcısı Mustafa Kılınç

Temizlik Sektörü

Meslek Komitesi Başkanı Yasin Atışkan
Başkan Yardımcısı Can Ahmet Çakmak

Eğitim ve Rehabilitasyon

Meslek Komitesi Başkanı Erdinç Saylıöz
Başkan Yardımcısı Ramazan Anıl

Hırdavat ve El Aletleri Ticareti

Meslek Komitesi Başkanı Hilal Özdoğru
Başkan Yardımcısı Ufuk Nazlı

Gıda Maddeleri Toptan Ticareti

Meslek Komitesi Başkanı Erim Tuzlu
Başkan Yardımcısı Serdar Ülçer

Tarım Orman ve Hayvancılık

Meslek Komitesi Başkanı Necati Sinan Girgin
Başkan Yardımcısı Yaşar Ol

Yazılım ve Programlama Hizmetleri

Meslek Komitesi Başkanı Ozan Aycan
Başkan Yardımcısı Safa Ay

Altyapı ve Bina Tamamlayıcı İşler

Meslek Komitesi Başkanı Fikret Aydın
Başkan Yardımcısı Önder Erkul

Konaklama ve Hizmet Faaliyetleri

Meslek Komitesi Başkanı Erkan Duyar
Başkan Yardımcısı Zülküf Oğuz

Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler

Meslek Komitesi Başkanı Mustafa Keskin
Başkan Yardımcısı Merve Edizkan

Plastik ve Kimyasal Ürünler İmalat ve Ticareti

Meslek Komitesi Başkanı Neşet Gürsoy
Başkan Yardımcısı Abdullah Raşit Kurtarıcı

Metalden Mamul Ürünler ve Diğer İmalat

Meslek Komitesi Başkanı Oğuz Dikici
Başkan Yardımcısı Suat Akbıyık

Doğalgaz, Hafriyat, Tesisat Hizmetleri

Meslek Komitesi Başkanı Feridun Atıcı
Başkan Yardımcısı İse Recep Ertuğ

Yük ve Kargo Taşımacılığı

Meslek Komitesi Başkanı Halis Çopur
Başkan Yardımcısı Barış Cansızoglu

Mobilya ve Ahşap Ürünleri Ticareti

Meslek Komitesi Başkanı Cihangir Malcı
Başkan Yardımcısı Birol Olçay

Dış Ticaret, Danışmanlık, Müşavirlik Hizmetleri

Meslek Komitesi Başkanı Tahsun Kozanoğlu
Başkan Yardımcısı Sureyya Öngel

Gayrimenkul Aracılık Hizmetleri

Meslek Komitesi Başkanı Nuri Çaylı
Başkan Yardımcısı Sedat Durmaz

ETO'DAN ANKARA ÇIKARMASI



Eskişehir Ticaret Odası heyeti, Ankara'da ziyaretler gerçekleştirdi. ETO Başkanı Metin Güler, Meclis Başkanı Halil İbrahim Ara, yönetim kurulu ve meclis üyelerinden oluşan heyetin Ankara ziyaretlerine TOBB Eskişehir İl Kadın Girişimciler Kurulu da eşlik etti. İlk olarak Cumhurbaşkimimizin Kurucusu ve Büyük Önderimiz Mustafa Kemal Atatürk'ü ebedi istirahatgahı Anıtkabir'de ziyaret eden ETO heyeti, ardından Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu ile bir araya geldi. Ziyarette ETO Başkanı Metin Güler, odanın faaliyetleri ve yeni dönemki planları hakkında bilgi verdi. Ziyaretten duyduğu memnuniyeti belirten TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, ETO'nun çalışmaları ve projeleriyle örnek olduğunu ve Eskişehir ekonomisine güç kattığını dile getirdi.





ETO'YA İLK TEBRİK ZİYARETİNİ HİSARCİKLIOĞLU GERÇEKLEŞTİRDİ



Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, seçimlerde güven tazeleyen Eskişehir Ticaret Odası (ETO) Başkanı Metin Güler'e tebrik ziyareti gerçekleştirdi. Hisarcıklıoğlu'nun ziyaretine TOBB ETÜ Hastanesi Sorumlusu ve Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası Meclis Başkanı Mustafa Şadan Eren, Kredi Garanti Fonu (KGF) Yönetim Kurulu Başkanı Erdoğan Özegen eşlik etti. Ziyarette konuşan Hisarcıklıoğlu, tüm

meslek gruplarında ipi göğüsleyen ETO Başkanı Metin Güler'e ve çalışma arkadaşlarına yeni dönem için başarı dileklerini iletti. Ziyaretten duyduğu memnuniyeti ifade eden ETO Başkanı Metin Güler, önümüzdeki dönemde yeni yönetim ve organ üyeleriyle birlikte ETO'nun Eskişehir ekonomisine ve üyelere güç katmaya devam edeceğini kaydetti.



FİNLANDİYA BÜYÜKELÇİSİ MAKİ İLE İŞ BİRLİĞİ GÖRÜŞMESİ

ETO Başkanı Metin Güler, ETO Yönetim Kurulu Üyesi Ali Ateş ile birlikte Finlandiya'nın Ankara Büyükelçisi Ari Maki ile bir araya geldi. Finlandiya Ankara Büyükelçiliği Ticaret Müşaviri Joona Selin, Finlandiya Ankara Büyükelçiliği İkinci Katibi Janne Leskinen'in de yer aldığı görüşmede Eskişehir ve Finlandiya arasındaki karşılıklı ticaretin geliştirilmesi için atılabilecek adımlar hakkında görüş alışverişi yapıldı. Toplantıda konuşan Finlandiya'nın Ankara Büyükelçisi Ari Maki Finlandiya ve Eskişehir arasındaki ekonomik ve sosyal ilişkileri geliştirmeyi amaçladıklarını ve bu amaçla Eskişehir'in en güçlü ve köklü ekonomi kuruluşlarından olan ETO ile de temaslarda bulunmak istediklerini söyledi. Toplantıda Eskişehir'in ticaret ve sanayi potansiyeli hakkında



bilgi veren ETO Başkanı Metin Güler, Eskişehir'in uluslararası ticaretinin büyümesine katkı sağlamak için destek vermeye hazır olduklarını kaydetti. Eskişehir ve Finlandiya arasındaki ekonomik ilişkilerin gelişmesi için ETO'nun zemin hazırlayabileceğini belirten Güler, odanın sürdürdüğü Eskişehir İnovasyon, Yazılım ve AR-GE Kümelenmesi (ESİYAK) projesi hakkında da bilgi verdi.

ESKİŞEHİR AB BİLGİ MERKEZİ ÜNİVERSİTELİ GENÇLERİ BULUŞTURDU



ETO bünyesinde faaliyetlerini sürdüren Eskişehir AB Bilgi Merkezi, #EUYouth4Days (Gençlik için AB) etkinliğinde üniversiteli gençleri bir araya getirdi. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun desteğiyle gerçekleştirilen etkinlikte belediye gençlik merkezi çalışanları, üniversite öğrencileri, dernek ve sivil toplumdan temsilciler buluştu. Gün boyu devam eden etkinlikte öğrenciler ve katılımcılar Brüksel'den yapılan canlı yayınları takip ederek, dijitalleşme, girişimcilik, küresel iklim değişikliği, AB Komşu ülke gençlerinin temel talepleri, savaş ve kriz durumlarında gençlerin tutumu, istihdam gibi konularda görüş alışverişinde bulundular. Moderatörlüğünü Osmangazi Üniversitesi İİBF Öğretim Görevlisi Doç. Dr. Ali Onur Özçelik'in yaptığı oturumlarda ise küresel sorunların gençler üzerindeki etkileri ve gençlerin tüm bu konulardaki tutumu üzerinde duruldu. Eskişehirli gençlerin kırılganlık yaşadığı sorunların başında işsizlik, ekonomik yetersizlik, iklim ve enerji krizi, salgın, eğitim konularının olduğunu dile getirdiler.

ETO TÜYAP FUAR MERKEZİ'NDE İKİNCİ ENDÜSTRİ BULUŞMASI



Türkiye'nin önde gelen havacılık, savunma sanayi ve endüstri firmaları ikinci kez ETO TÜYAP Fuar Merkezi'nin ev sahipliğinde Eskişehir'de buluştu. Aselsan, Havelan, İşbir

Elektrik, Roketsan, STM Savunma, TEI-TUSAŞ Motor Sanayii A.Ş., TUSAŞ Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş. gibi Türkiye'nin öncü firmalarının stant açtığı fuarda 14 ülkeden 157 firma ve temsilciliği yer aldı. Fuarın açılış töreni Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayi Başkan Yardımcısı Harun Çelik, Vali Yardımcısı Salih Altun, Eskişehir Büyükşehir Belediyesi Başkan Vekili Hasan Ünal, Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi Başkanı Nadir Küpeli, Eskişehir Sanayi Odası Başkanı Celalettin Kesikbaş, TÜYAP Anadolu Fuarları A.Ş. Genel Müdürü İlhan Ersözlü, protokol ve yabancı misyon temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildi.



Endüstri fuarına ilgi artarak devam ediyor

Törende konuşan Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayi Başkan Yardımcısı Harun Çelik, Savunma Sanayi Başkanlığı'nın bu yıl düzenlenen endüstri fuarında çok daha güçlü bir katılımı yer aldığını belirterek, Eskişehir Endüstri Fuarına olan ilginin artarak devam ettiğini kaydetti. Törende konuşan ETO Başkanı Metin Güler, fuarla birlikte eş zamanlı gerçekleşen ikili iş görüşmeleri sayesinde Eskişehir'deki firmaların savunma sanayinin önemli firmalarıyla bir araya gelme ve işbirliği için zemin oluşturma imkanı bulunduğunu ifade etti. Açılış konuşmalarının ardından Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayi Başkan Yardımcısı Harun Çelik ve protokol fuarda stant açan firmaları ziyaret etti.



İKİLİ İŞ GÖRÜŞMELERİ ENDÜSTRİ FUARINA DAMGA VURDU

Eskişehir 2. Endüstri Fuarı ile eş zamanlı olarak B2B ikili iş görüşmeleri düzenlendi. T.C Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayii Başkanlığı, Eskişehir Ticaret Odası ve TÜ-YAP işbirliğinde gerçekleşen ikili iş görüşmelerine firmalar yoğun talep gösterdi. İkili iş görüşmeleri sayesinde Eskişehirli firmalar Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme

Vakfı bünyesindeki Aselsan, Havelsan, İşbir Elektrik, Roketsan, STM Savunma, TEI-TUSAŞ Motor Sanayii, TUSAŞ Türk Havacılık ve Uzay Sanayii'nin temsilcileri ve satın alma yöneticileriyle bir araya geldi. 4 gün boyunca süren ikili iş görüşmelerinde 700'ün üzerinde firma Türkiye'nin öncü kuruluşlarıyla temaslar gerçekleştirdi.





21. KALİTE ŞÖLENİ VEHBI KOÇ KONGRE MERKEZİ'NDE DÜZENLENDİ

21. Eskişehir Kalite Şöleni, Vehbi Koç Kongre Merkezi'nin ev sahipliğinde gerçekleşti. KALDER Eskişehir Şubesi ve Eskişehir Ticaret Odası'nın işbirliğinde gerçekleşen kalite şöleninin açılış törenine, ETO Başkanı Metin Güler, Eskişehir OSB Başkanı Nadir Küpeli, KALDER Yönetim Kurulu Başkanı Yılmaz Bayraktar ve çok sayıda konuk katıldı. Kalite şöleninin açılışında konuşan ETO Başkanı Metin Güler, KALDER Eskişehir Şubesi ile çok sayıda işbirliğine imza attığını belirterek hem odanın hem de üye firmaların kalite, hizmet ve memnuniyet çalışmalarına destek vermeye devam edeceklerini söyledi. Açılış töreninde konuşan KALDER Yönetim Kurulu Başkanı Yılmaz Bayraktar ise



Türkiye'nin refahını ve rekabet gücünü yükseltmek adına çalışmalar yaptıklarını belirterek, 21. Eskişehir Kalite Şöleni'nin düzenlenmesine verdiği destekten dolayı Eskişehir Ticaret Odası'na teşekkür etti. 4 farklı panelin ve final özel oturumunun gerçekleştiği kalite şöleninde Kayseri Model Fabrika Genel Müdürü Salih Yalçın, Milenyum Metal Yönetim Kurulu Başkanı Metin Kantarcı, Armor Isı Transferleri Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Köksal, Seçkin Danışmanlık Genel Müdürü Celal Seçkin ve Maysan Mando Genel Müdürü Tülay Hacıoğlu Şengül, Haier Kurutma ve Bulaşık Fabrikaları Direktörü Kemal Çayırılı, Ford Otosan Eskişehir Fabrikası Kamyon Alan Lideri Namık Kemal Keskin, Demir Döküm Yönetim Kurulu Üyesi (Endüstriyel) ve Fabrika Direktörü Ahmet Şen tecrübelerini paylaştı. Klinik Psikolog Beyhan Budak da özel oturumda kalitenin iş hayatında ve yaşamdaki önemine dair değerlendirmelerde bulundu.

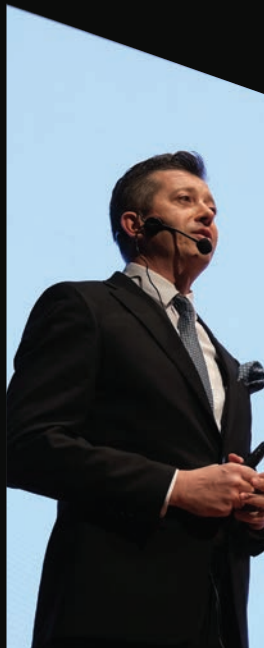




E-TİCARETİN ÖNDE GELEN İSİMLERİ VEHBI KOÇ KONGRE MERKEZİ'NDE

Eskişehir Ticaret Odası ve WORLDEF işbirliğinde e-ticaretin ve e-ihracatın yıldız isimleri Eskişehir'de buluştu. Türkiye İş Bankası ana sponsorluğunda ve aZall.com organizasyon partnerliği ile Vehbi Koç Kongre Merkezi'nde gün boyunca panel ve söyleşiler gerçekleştirildi. Konferanslar öncesinde açılış konuşması yapan ETO Başkanı Metin Güler, e-ticaretin tüm dünyada büyük önem kazandığını belirterek, işini e-ticarete entegre edenlerin hızla büyüdüğünü söyledi. ETO'nun üyelerine e-ticaret yapabilmeleri için destek verdiğini hatırlatan Güler, Eskişehir E-Ticaret Merkezi'nin de bu vizyonla ortaya çıktığını dile getirdi. WORLDEF Başkanı Ömer Nart ise yaptığı konuşmada WORLDEF Prime konferanslarının e-ticaret ekosistemine katkı sağladığını ifade etti.

Türkiye İş Bankası, Moka Satış Müdürü Ahmet Kolukırık, aZall.com CEO'su Emre Demir ve Elektronik Ticaret Derneği Hakan Cırcır'ın da konuk olduğu etkinlikte, Growth Lead CEO'su Can Akalın, RAZORUS.com Kurucusu Noyan Sakarya ve Oksit Giyim Kurucusu Mustafa Cihan Bozat, Arvato Dijital Ürünler İş Ortağı Ayşe Gedikli, Savran Holding E-Ticaret Genel Müdürü Mustafa Levent Elmas, OMID E-Ticaret Direktörü Koray Dinç, Kargoist İş Geliştirme Baş Sorumlusu Fahri Çırak, Atık Market E-Ticaret Direktörü Cem İlgün, Digital360 Kurucusu Özge Karadaş, A101 E-Ticaret Müdürü Recep Murat Dağlı, Lojistik Express Kurye Satış Müdürü Bülent Ayan tecrübelerini paylaştı.



ETO AVANTAJ BASIN TOPLANTISIYLA TANITILDI

ETO üyelerine indirimli alışveriş yapma imkanı sağlayan ve daha birçok yenilik sunan mobil uygulama "ETO Avantaj" basın toplantısı ile tanıtıldı. Basın toplantısına meclis divanı ve yönetim kurulundan oluşan heyetle birlikte katılan ETO Başkanı Metin Güler, ETO Avantaj mobil uygulamasının sadakat kart uygulamasından yola çıkılarak tasarlandığını ve günümüz teknolojisine uyarlanarak hizmete sunulduğunu söyledi. Üyelerin cep telefonuna indirdikleri uygulamayı sisteme dahil olan iş yerlerinde okutarak indirimli fiyatlardan yararlanabildiğini belirten Güler, bu sayede ETO üyelerinin farklı sektörlerde %50'ye varan indirimlerle alışveriş yapabileceğini kaydetti.

Üyelere %50'ye varan indirimli fiyat ayrıcalığı

ETO Avantaj sayesinde üyelerin akaryakıt, konaklama, eğitim, sağlık hizmetleri, araç kiralama, kafe, restoran ve daha birçok alanda harcamalarında indirimli fiyatlardan yararlandığını belirten Güler, üyelere özel hastanelerde %20, araç kiralamada %35, restoranlarda %20, eğitim kurumlarında %25, konaklamada %10, akaryakıtta %3'e varan indirimler sağlandığını



kaydetti. ETO Avantaj uygulaması sayesinde üyelerin odanın verdiği hizmetlerden de mobil olarak yararlanabileceğini belirten Güler, uygulama sayesinde üyelerin ETO tarafından yapılan eğitimlere, fuarlara başvuruda bulunabileceğini ve üye işlemlerini yapabileceğini söyledi.

Üyelerin işlerini kolaylaştıracak uygulama

ETO Avantaj ile tüm üyelerin Eskişehir Ticaret Odası üyesi olmanın ayrıcalığını yaşayacaklarını belirten Güler, ETO olarak üyelerin hem cebine katkı sağlayacak hem de işlerini kolaylaştıracak bir uygulamayı hizmete sunmanın mutluluğunu yaşadıklarını dile getirdi. ETO Başkanı Metin Güler'in ardından ETO Avantaj projesinden sorumlu Genel Sekreter Yardımcısı Okan Adıyaman uygulama hakkında sunum yaparak, uygulamanın detayları ve kullanım alanları hakkında bilgi verdi.

ETO Avantaj Uygulaması nedir?

800'den fazla üye ile yapılan anket neticesinde tasarlanan ETO Avantaj uygulaması, en çok harcama yapılan ve indirim beklenen sektörlerde indirimli fiyatlar sunuyor. ETO Avantaj uygulaması ile üyeler akaryakıt, konaklama, sağlık, eğitim, kafe ve restoranlarda harcamalarını indirimli olarak yapabiliyor. ETO Avantaj mobil uygulamasını cep telefonuna indiren üyeler, sisteme dahil olan işyerlerinde yapacakları alışverişlerde QR kodunu mobil uygulama üzerinden okutarak farklı sektörlerde %3'ten %50'e varan indirimli fiyatlardan yararlanıyor.

MUSTAFA ÇEKİÇ'İN İSMİ MECLİS SALONUNA VERİLDİ



ETO Meclis Toplantı Salonu'nun adı değıştirdi. Elim bir trafik kazası sonucu çok erken yaşta yitirdiğimiz Meclis Divan Katibi Merhum Mustafa Çekiç'in ismi ETO Meclis Salonu'na verildi. ETO Meclis Salonu'nun isim değışikliğı için gerçekleştirilen törene Meclis Divan Katibi Merhum Mustafa Çekiç'in babası Hasan Çekiç, ETO Başkanı Metin Güler, Meclis Başkanı Halil İbrahim Ara katıldı. Törende konuşan Hasan Çekiç, ETO Başkanı ve oda yönetimine gösterdiği vefa ve nezaket dolayısıyla teşekkür etti. Törende konuşan ETO Başkanı Metin Güler, Meclis Divan Katibi Mustafa Çekiç'i eşiyle birlikte geçirdiği kaza sonucu kaybetmenin üzüntüsünü yaşadıklarını belirterek, Meclis Divan Katibi Merhum Mustafa Çekiç'in adını ETO meclis salonunda yaşatacaklarını söyledi.



ETO'NUN YAZILIM VE BİLİŞİM SEKTÖRÜNDEKİ ÜYELERİ HOLLANDA'DA



Bilişim ve yazılım sektöründeki ETO üyelerini küresel marka haline getirmek amacıyla sürdürülen ESİYAK projesi kapsamında Hollanda'da bir dizi temas ve toplantı gerçekleştirildi.

Eskişehir Ticaret Odası'nın, ATAP A.Ş. (Anadolu Teknoloji Araştırma Parkı) işbirliğinde sürdürdüğü Eskişehir İnovasyon Yazılım ve AR-GE Kümelenmesi (ESİYAK) projesinin yurt dışı pazarlama faaliyetleri başladı. Ticaret Bakanlığı tarafından, HİSER (Hizmet Sektöründe Rekabet Gücünün Artırılması Programı) kapsamında desteklenen proje kapsamında Hollanda'da bir dizi temas ve toplantı gerçekleştirildi. Görüşme ve temaslarda ETO Başkanı Metin Güler ve beraberindeki yönetim kurulu üyeleri yer aldı. ETO heyetinin Hollanda temaları kapsamındaki ilk durağı Türkiye'nin Amsterdam Başkonsolosluğu oldu. Türkiye'nin Amsterdam Başkonsolosu Engin Arıkan'ı ziyaret eden ETO heyeti, proje kapsamında sürdürülen çalışmalar hakkında bilgi verdi. ETO heyeti Türkiye'nin Amsterdam Başkonsolosluğu temalarının ardından uluslararası CMS law-tax-future firmasıyla bir araya geldi. Toplantıda ETO'nun bilişim ve yazılım sektöründeki üyelerine CMS uzmanları tarafından yapılan sunumla AB ülkelerinde şirket kurulabilmek için uygulanan prosedürler, vergilendirmeler ve hukuki süreçler anlatıldı.





Hollandalı firmalarla yüz yüze iş görüşmesi gerçekleştirildi

CMS bilgilendirme toplantısının ardından ESİ-YAK projesinde yer alan ETO üyeleri, Hollanda'da yer alan ve uluslararası alanda yazılım, bilişim ve donanım alanında faaliyet gösteren firmalarla yüz yüze iş görüşmesi gerçekleştirdi. Ticaret Bakanlığı Uzman Yardımcısı Derviş Doğruer'in de katıldığı görüşmelerde firmalar faaliyetlerini sürdürdükleri projeler hakkında bilgi verdi. ETO heyetinin Hollanda'daki bir diğer durağı ise T.C. Lahey Büyükelçiliği oldu. T.C. Lahey Büyükelçisi Şaban Dişli ve Ticaret Müşaviri Aşkın Pekel ile bir araya gelen ETO Başkanı Metin Güler ve beraberindeki heyet, ESİYAK projesi hakkında bilgi verdi.

Hollanda'nın teknoloji üssünde temaslarda bulunuldu

ETO heyeti Hollanda temalarına bilişim ve yazılım sektörünün kalbi olan Amsterdam Science Park ziyareti ile devam etti. Araştırma enstitülerinin, üniversitelerin ve yaklaşık 170 şirketin faaliyet gösterdiği Amsterdam Science Park'ın ziyaretinin ardından ETO heyeti Startup Amsterdam'a dahil olan firmalarla görüşmeler gerçekleştirdi. Bilişim ve yazılım sektöründeki ETO heyetinin Hollanda temasları DevOps Summit çevreçevesindeki toplantılarla son buldu.





BELÇİKA'NIN EN GÜÇLÜ ODASIYLA İŞ BİRLİĞİ PROTOKOLÜ

Eskişehir Ticaret Odası küresel iş birliklerine bir halka daha ekledi. ETO ve Belçika ekonomisinin %70'ini temsil eden ve ülkenin en güçlü ekonomi kuruluşu olan Doğu Flaman Ticaret ve Sanayi Odası VOKA arasında iş birliği protokolü imzalandı. Protokol törenine ETO Başkanı Metin Güler ve beraberindeki yönetim kurulu ve meclis divanı, VOKA Yönetim Kurulu Başkanı Geert Moerman, VOKA Gent Bölgesi Müdürü Hilde Schuddinck, VOKA Kuzey Denizi Limanı Bölgesi Müdürü Stefan Derluyn, Belçika Bölge Milletvekili Veli Yüksel ve TOBB Eskişehir İl Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Elif Gürkaynak katıldı.

İş birliği yapılan ülke sayısı 24'e ulaştı

Törende konuşan ETO Başkanı Metin Güler, Discover Eskişehir temasları kapsamında VOKA ile temas kurduklarını belirterek, bu görüşmenin iş birliğine dönmesinden memnuniyet duyduklarını söyledi. VOKA ile yapılan anlaşmayla, ETO'nun 24 ülkeyle iş birliği sağlamış olduğunu kaydeden Güler, Eskişehir'in ihracatına katkı sağlamaya devam edeceklerini dile getirdi. Güler ayrıca VOKA ile gerçekleşen iş birliğine sağladığı destek dolayısıyla Bölge Milletvekili Veli Yüksel'e teşekkür etti.





VOKA Başkanı Moerman'dan ETO'ya övgü

Protokol töreninde konuşan Doğu Flaman Ticaret ve Sanayi Odası VOKA Yönetim Kurulu Başkanı Geert Moerman, iş birliği protokolünü Belçika ve Eskişehir arasındaki ticaretin zirveye ulaştırılması için başlangıç noktası olarak gördüklerini söyledi. ETO'nun kendisine ait bir fuar ve kongre merkezi olmasından çok etkilendiklerini belirten Moerman, her iki ülkenin iş insanlarını bir araya getirmek istediklerini dile getirdi. Toplantıda konuşan Belçika Bölge Milletvekili Veli Yüksel ise gerçekleşen işbirliği ile karşılıklı yatırımların ve ticaretin artmasını umduğunu söyledi. Protokolün ardından ETO ve VOKA heyeti Eskişehir Fuar Kongre Merkezi'nde gerçekleşen Eskişehir 3. Tarım Fuarını ziyaret etti.



İş birliği protokolünü Belçika ve Eskişehir arasındaki ticaretin zirveye ulaştırılması için başlangıç noktası olarak görüyoruz.

Doğu Flaman Ticaret ve Sanayi Odası
VOKA Yönetim Kurulu Başkanı
Geert Moerman





EFKM'DE 3'NCÜ TARIM FUARI

Eskişehir Fuar Kongre Merkezi çatısı altında 3'ncü kez Eskişehir Tarım Fuarı düzenlendi. Eskişehir Tarım Fuarı'nın açılış törenine Eskişehir Valisi Erol Ayyıldız, İYİ Parti Eskişehir Milletvekili Arslan Kabukçuoğlu, Eskişehir Jandarma Alay Komutanı J. Alb. Ercan Atasoy, Han Belediye Başkanı Erdal Şanlı, Bilim Sanayi ve Teknoloji İl Müdürü Muhammet Taha Güven,

Eskişehir Tarım İl Müdürü Ender Muhammed Gümüş, AK Parti İl Başkanı Zihni Çalışkan, ETO Başkanı Metin Güler, ESO Başkanı Celallettin Kesikbaş, Eskişehir OSB Başkanı Nadir Küpeli katıldı. Fuar hakkında değerlendirmede bulunan ETO Başkanı Metin Güler, Eskişehir Fuar Kongre Merkezi çatısı altında düzenlenen fuarlar ve etkinliklerle Eskişehir ekonomisine 2 milyar lira katkı sağlandığını söyledi. Güler, ETO'nun projeleriyle ve kalıcı eserleriyle Eskişehir'in ticaret ve sanayisine katkı sağlamaya devam edeceğinin altını çizdi.



ETO AKADEMİ'DEN YENİ DÖNEMDE 34 EĞİTİM VE SEMİNER

Covid-19 salgını sebebiyle faaliyetlerini iki yıl boyunca ETOTV aracılığıyla yürüten ETO Akademi'de yüz yüze eğitim ve seminerler yeniden başladı. Mayıs 2023'e kadar sürecek yeni dönem etkinlik takviminde 34 eğitim ve seminer planlandı. Eği-



timler planlanırken üyelerin talepleri ve ihtiyaç duydukları konular, meslek komitelerinden gelen görüşler ve öneriler dikkate alındı. www.etonet.org.tr/etoakademi adresinden başvuru yapılan eğitim ve seminerlerde müşteri memnuniyetinden reklam ve tanıtıma, sosyal medya eğitiminden dijital dönüşüme kadar çok geniş bir konu yelpazesi oluşturuldu. Ayrıca yeni dönem takviminde herkesin merakla takip ettiği kripto varlıklar ve blokzincir teknolojisi, metaverse gibi güncel konulara da yer verildi.

ESKİŞEHİR E-TİCARET MERKEZİ ÇEVİRİMİÇİ TOPLANTIYLA ANLATILDI



ESKİŞEHİR E-TİCARET MERKEZİ

Eskişehir Ticaret Odası tarafından Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı'nın (BE-BKA) desteğiyle hayata geçirilen Eskişehir E-Ticaret Merkezi projesinin tanıtımı ve Gelecekte Geleceğe Ticaret: E-Ticaret paneli ETOTV YouTube kanalında gerçekleştirildi. Çevrimiçi toplantıda ETO Genel Sekreter Yardımcısı Arda Genç, Eskişehir E-Ticaret Merkezi hakkında sunum yaptı. Çevrimiçi tanıtım toplantısında konuşan ETO Başkanı Metin Güler, e-ticaretin önemini her geçen gün arttığını ve üyelerin bu yöndeki ihtiyaçlarına cevap verebilmek amacıyla Eskişehir E-Ticaret Merkezi projesini başlattıklarını kaydetti. Açılış konuşmasının ardından İKAS CEO'su Mustafa Namoğlu ve aZall.com CEO'su Emre Demir'in konuşmacı olarak yer aldığı çevrimiçi Gelenekselden Geleceğe Ticaret: E-Ticaret paneli gerçekleştirildi. Çevrimiçi panelde konuşan İKAS CEO'su Mustafa Namoğlu, e-ticarete başlamak isteyen firmalar için tecrübelerini paylaştı. Panelde konuşan aZall.com CEO'su ve ETO Yönetim Kurulu Üyesi Emre Demir ise Eskişehir E-Ticaret Merkezi'nin e-ticaret yapmak isteyen firmalar için önemli bir fırsat olduğunu altını çizdi.

ETO ATATÜRK'Ü ANDI

Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, yönetim kurulu ve meclis divanı, meclis üyeleri ve meslek komitesi başkanları, kadın girişimciler kurulu ve oda çalışanlarından oluşan heyetle birlikte Atatürk'ü Anma Töreni'ne katıldı. Cumhuriyetimizin Kurucusu ve Büyük Önderimiz Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün ebediyete uğurlanışının 84. yıldönümü dolayısıyla düzenlenen anma töreninde Eskişehir İl Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Elif Gürkaynak da yer aldı.



ETO ÜYELERİ İSTANBUL'DA OPTİK FUARINA KATILDI



ETO'nun optik sektöründe faaliyet gösteren üyeleri, ETO Meclis Üyesi Murat Destici ve Komite Üyesi Mustafa Kılınç'la birlikte İstanbul'da düzenlenen Silmo İstanbul Optik Fuarı'nı ziyaret etti. ETO üyelerinin fuar ziyaretinde ETO üyelerinin yanı sıra Osmangazi Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Optisyonluk Programı öğrencileri de yer aldı. İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleşen 800 civarında markanın yer aldığı fuar ziyareti sayesinde ETO üyeleri ve ESOGÜ Optisyonluk Programı öğrencileri optik sektöründeki gelişmeleri takip etme fırsatı buldular.



700 ÖĞRENCİYE KIŞLIK AYAKKABI YARDIMI



ETO tarafından Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin (TOBB) desteğiyle ilk ve orta dereceli okullarda öğrenim gören ihtiyaç sahibi öğrencilere kışlık ayakkabı yardımı gerçekleştirildi. Okul müdürlükleri aracılığıyla belirlenen 700 öğrenciye yapılan ayakkabı yardımı hakkında değerlendirmede bulunan ETO Başkanı Metin Güler, Eskişehir'in ve ülkemizin geleceği olan öğrencilerin eğitim hayatına katkı sağlamaya devam edeceklerini söyledi.

İŞİMİZ TEMİZ PROJESİ DÜZENLENEN TOPLANTIYLA DEĞERLENDİRİLDİ



Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü, TOBB Eskişehir İl Kadın Girişimciler Kurulu ve OPET'in iş birliği ile Eskişehir'de düzenlenen İşimiz Temiz Projesi'nin değerlendirme toplantısı ETO'da yapıldı. Eskişehir Vali Yardımcısı Ali Çetin'in başkanlık yaptığı toplantıda, TOBB Eskişehir İl Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Elif Gürkaynak, Milli Eğitim Bakanlığı'ndan Hayat Boyu Öğrenme Proje Koordinatörü Yusuf Taner Tekin, Proje Yöneticisi

Ebru Şule Ateş, Proje Asistanı Gizem Gürbüz, Opet Kurumsal İletişim Direktörü İpek Duman Ökek yer aldı. Toplantıda İşimiz Temiz Projesi kapsamında verilen eğitimlerin son durumu ve eğitime katılacak kişi sayısının artırılması için atılabilecek adımlar görüşüldü. Toplantıda konuşan TOBB Eskişehir İl Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Elif Gürkaynak, eğitimlerin kadın işletmelere değer katacağını kaydetti.



ETO METSEM DOĞU VE GÜNEY DOĞU ANADOLU'DA



Eskişehir Ticaret Odası tarafından madencilik sektöründeki firmalara sınav ve belgelendirme hizmeti vermek amacıyla kurulan ETO-METSEM (Eskişehir Ticaret Odası Mesleki Test ve Sertifikasyon Merkezi) faaliyet ağını her geçen gün genişletiyor. ETO METSEM Şanlıurfa, Diyarbakır, Gümüşhane, Elazığ, Erzurum, Ağrı, Van ve Muş'taki üretim tesislerinde sınav düzenledi. Böylece ETO METSEM'in sınav ve belgelendirme yaptığı şehir sayısı 30'u aşmış oldu.



ETO ÜYELERİNE ELEKTRONİK BELGE HİZMETİ

ETO dijital dönüşüm çalışmaları kapsamındaki yeniliklerine bir halka daha ekledi. Uzaktan hizmet uygulamalarıyla ilklere imza atan ETO, çevrimiçi belge uygulamasını da başlattı. ETO üyelerine çevrimiçi eğitim ve fuar kaydı, uzaktan vize başvurusu ve üye sorgulama gibi uygulamalara ek olarak uzaktan belge temin edebilme imkanı sağlandı. Bu sayede ETO üyeleri www.etonet.org.tr adresinde yer alan online işlemler menüsünden odaya gelmeden Oda Kayıt Belgesi, Faaliyet Belgesi ve İhale Durum Belgesi alabiliyor.





KAPAK KONUSU



E-TİCARET

GELENEKSEL TİCARETİN DİJİTAL İZİ: ETSY

5 dakikada emeğinizi tüm dünyaya döviz ile satın!

Hikaye yıllar önce bir grup antikacı ve evlerinden iş yapan ev kadınlarının hikayesi olarak 2005 yılında ABD'nin Brooklyn eyaletinde başladı.



Berkay ÇELİKKAYA

Rhyme Export Kurucu Ortağı

Selamlar, yerel bir üretici olarak herkes neredeyse artık internetten ürün satma fikriyle tanışmış durumda, hayatımızın bir normal olan bu durum artık her ticaret yapan bireyin gerçekliğine dönüştü biliyorum.

Ancak bu gün size iyinde iyisini tanıtmak için buradayım! Dövizin değerli olduğu bir dünyada ekonomik olarak şirketinizin darbe almadan daha iyi satışlar yapmasını sağlayacak en başarılı yol; ETSY.

Aslında hikaye yıllar önce bir grup antikacı ve evlerinden iş yapan ev kadınlarının hikayesi olarak 2005 yılında ABD'nin Brooklyn eyaletinde başladı. İnsanların el emeklerini veyahut değerli antikalarını satmaya yarayan bu pazar şu an dünyanın en büyük 6. büyük pazaryeri olmuş durumda. Peki nedir bu Etsy'nin alametifarıkası, Etsy'i eşsiz kılan şeyleri saymakla bitmez ancak sizler için bir kaç tanesini yazmakla başlamak istiyorum;

- Ücretsiz şekilde mağaza açabilirsiniz.
- Mağazanızı açmak tam anlamıyla 5 dakika sürer.

“

Dövizin değerli olduğu bir dünyada ekonomik olarak şirketinizin darbe almadan daha iyi satışlar yapmasını sağlayacak en başarılı yol; ETSY.

”



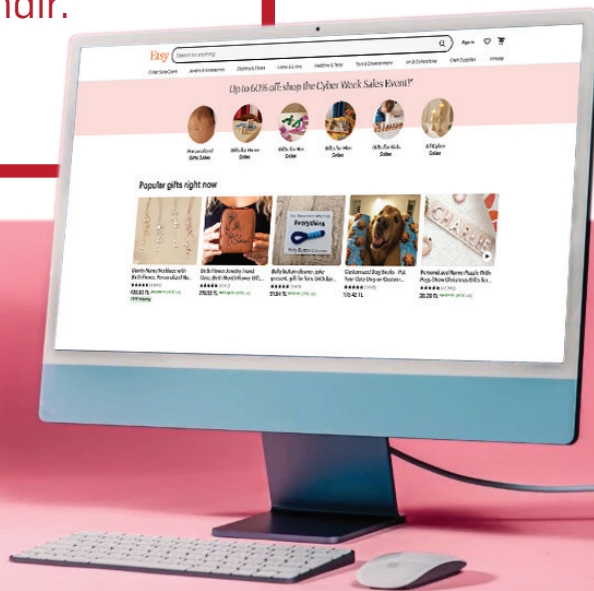
- Uluslararası sularda illegal olmayan tüm ürünleri satabilirsiniz.
- Sadece satış yaptığınızda sizden çok cüzi bir komisyon alırlar Türkiye için bu komisyona yuvarlama yaparak %15 diyebiliriz.
- Sistemi özel kılan şeylerden biri bir arama motoru algoritması vardır bu yüzden kişiler Türkiye'deki sitelerde olduğu gibi torpille satış yapamazlar sadece hak edenler satış yapar.
- Döviz ile para kazanacağınız için Türkiye'deki satış fiyatının ortalama 5 katına satış yaparsınız.
- Müşterisine değer veren veyahüt niş ürün satan insanlar her zaman başarılı olurlar.

- En önemlisi, büyük firmalarla rekabet etmezsiniz. Bu konu çok önemli. Etsy'nin sloganı #staysmall yani sürekli küçük kalmanız amatör ruhla sanat icra etmeniz içindir.

Peki bu kadar övdük nasıl oluyorda bu sistem sizler için daha avantajlı biraz ondan bahsedelim. Esnaf olarak büyük fabrikaların veyahüt büyük toptancıların satın aldığı fiyata ham madde alamıyoruz. Bunun yanında Türkiye'deki büyük firmalarda Trendyol gibi pazar yerlerinde inanılmaz fiyatlar kırarak ürün satıyor. Bu da piyasanın kalitesini ve volatilitisini inanılmaz zorluyor. Yani ürününüz özel bir emekle veya hammaddeyle piyasaya çıkıyor olsa dahi ikame olan bir mal çok düşük fiyatlarda sizin ürününüzü deyim yerindeyse süpürüp geçiyor. Tüm bunların bir kurtuluşu var! Etsy sizler için farklı bir müşteri deneyimi sunuyor. Bu tarz durumlarda en değerli şey aslında ürünün emeğine karşılık verecek müşteridir. Etsy'nin müşteri kitlesinin neredeyse %80'i Amerikalı insanlardan oluşuyor, geri kalan taraf ise Avrupa birliği ülkeleri İngiltere, Kanada gibi ülkeler tarafından bölüşülüyor diyebiliriz. Türkiye'de 2022 Kasım ayı güncel kuruyla 19 liraya yaklaşmış olan dolar sayesinde birçok şeyi çok rahat başarabiliyoruz. Nedir bunlar? Sizler ürünlerinizi Türkiye'de 5 katına satınca bir uçurum oluşuyor olabilir ancak yurt dışında bu ürünler ikamesi olan ürünlerin yanında ucuz bile kalıyor



Etsy'nin sloganı
#staysmall yani
sürekli küçük kalmanız
amatör ruhla sanat icra
etmeniz içindir.



diyebiliriz. Türkiye'de 5000 liraya yastık kılıfı satmak zor oluyor olabilir. Ancak Etsy'de Amerika'daki müşterinize özel olarak diktığınız su geçirmez bir yastık kılıfı 200 dolar olabiliyor.

Finansal Özgürlük Her Şeyin Başı!

Hikayemiz burada sonlanmıyor. Diğer en büyük avantajlar özel üretim ve stoksuz çalışmak, bir ürünü satmak için bir kere üretip fotoğrafını çekmeniz yeterli. Sonrasında sipariş geldikçe üretim yapıyorsunuz ve en güzeli kişiler sizlerden özel şeyler istediklerinde (mesela bir yastık kılıfında aile soy adlarının yazılması) inanılmaz fiyatlara kişiselleştirilmiş ürün satmak mümkün oluyor.

Tüm bunlar madalyonun bir yüzü, diğer yüzünde aklınıza gelen soruları biliyorum ve bu yazıyı okuduktan sonra sadece iyi yanları anlatılmış veya promosyon yapılmış bir ürünmüş gibi hissetmenizi istemem. Diğer taraftaki en büyük problemlerden biri kadın girişimciler veya esnaf için yurt dışına nasıl ürün göndereceğim sorusu. Bu alanda Türkiye'de bir çok firma var Yurtiçi Kargo ve PTT bunun en büyük örnekleri arasında kargonuzu kolaylıkla gönderebilirsiniz. Anlaşma yaptığınızda zaten büyük indirimler sizler için gerçekleşecek ancak başlangıçta ürünü göndermek bile yeterli. Bir diğer sorun fatura kesmek ve vergi, eğer işlerin başındaysanız bu konuda sizlere en çok yardımcı olacak şey Etna Vergi Muafiyet belgesi sadece %4 vergi ödeyeceksiniz ve ihracat yaptığınız için KDV'den muafta olacaksınız. EGBT gibi gümrükle alakalı yaşayacağınız eksik bilgi durumlarında ise ben ve şirketim hep sizlerin yanında. Takıldığınız her konu için Google'a Rhyme Export yazıp bizleri aratmanız yeterli. soracağınız her sorunun cevabını önden sizler için cevapladık.

Umarım okuyan herkes için eşsiz bir deneyim olmuştur. Ufkumuzu genişletmek, ihracat yapmak ve tüm bunları yaparken döviz kazanmak, herkesin yapabileceği bir şey olduğunu anlatmak istedim.

Unutmayın ki hiçbir şey görüldüğü kadar zor, anlatıldığı kadar da kolay değildir.



Türkiyede 5000 liraya yastık kılıfı satmak zor oluyor olabilir. Ancak ETSY'de Amerika'daki müşterinize özel olarak diktığınız su geçirmez bir yastık kılıfı 200 dolar olabiliyor.





ESKİŞEHİR TİCARET ODASI
CHAMBER OF COMMERCE



ÜYELERE ÖZEL

ETO
AVANTAJ

İNDİRİM FIRSATI



www.etoavantaj.com

GELENEKSEL TİCARET E-TİCARETE EVRİLİYOR!

E-ticarette kaynak odağı talep tarafından; mal arzı tüketicilerin talebine bağlıdır. Geleneksel ticarette kaynak odağı arz tarafından; arz ne kadar fazlaysa talep de o kadar fazla olacaktır.



Ömer NART
WORLDEF Başkanı

Geleneksel ticaret, geçmiş milattan önceye dayanan ticari alışveriş uygulamalarını ifade ediyor. Tarihi İpek Yolu ticaretinden modern uluslararası ticarete, mağazalardan bakkal alışverişine kadar çok farklı ticaret modelleri hala “geleneksel ticaret” modeli olarak kullanılıyor. Bu ticaret modellerini “offline ticaret”, “çevrim dışı ticaret” ve “fiziksel ticaret” olarak da adlandırabiliriz. Bu modelde alıcı ile satıcı arasında doğrudan ya da dolaylı etkileşim var! Ürünü fiziksel ortamda görme, ürüne dokunma, hissederek karar verme gibi eylemler var. Bu, geleneksel ticarettir! Fiziksel bir mağazada, çevrim dışı olarak, yüz yüze alışveriş; ürünleri bizzat alıp satmak anlamına gelir.

Madalyonun bir de diğer yüzü var; e-ticaret... “Elektronik ticaret” olarak da bilinen bu iş modelini “online alışveriş” ve “çevrim içi ticaret” olarak da adlandırıyoruz. E-ticaret ile geleneksel ticareti keskin bir şekilde ayıran bazı noktalar var. Buradaki temel fark, “dokunmak” ile ilgilidir. E-ticarette “dokunmadan” alışveriş yapabilirsiniz; geleneksel ticarette görerek ve “dokunarak” ürünü almaya karar verebilirsiniz.

“

Tarihi İpek Yolu ticaretinden modern uluslararası ticarete, mağazalardan bakkal alışverişine kadar çok farklı ticaret modelleri hala “geleneksel ticaret” modeli olarak kullanılıyor.

”

WORLDEF

E-ticaret ile geleneksel ticaret arasındaki farklara kısaca göz atalım:

- E-ticaret; internet üzerinden elektronik ortamda mal, ürün veya hizmet alım satımı işlemlerini ifade eder. Geleneksel ticaret; ürün ve hizmetlerin para veya başka yollarla değiş tokuş edilmesidir.
- E-ticarete işlemler otomatik olarak gerçekleştirilir; bunun için bilgisayar, tablet veya mobil cihaz gibi elektronik araçlar kullanılır; alıcıların ve satıcıların fiziki varlığı gerekli veya söz konusu değildir. Geleneksel ticarette ise, işlemler manuel olarak gerçekleştirilir; alışverişlerde hem satıcının hem de alıcının varlığı gereklidir.
- E-ticarete satış yapan bütün mağazalar her zaman çevrim içidir; yani online mağazalar 7 gün 24 saat kesintisiz açıktır, zamandan ve mekandan bağımsız olarak bu mağazalardan alışveriş yapılabilir. Geleneksel ticarete ise, tam tersi bir durum vardır; müşteriler ya da tüketiciler, fiziksel mağazalarda sadece sınırlı bir süre içinde alışveriş yapabilir; fiziksel mağazalar genellikle 09:00 ila akşam 22:00 saatleri arasında çalışır.
- E-ticarete etkileşim, elektronik bir ekran ve müşteri arasındadır. Geleneksel ticarete ise, müşteriler ve satıcılar arasında yüz yüze etkileşim vardır.



E-ticarete birebir pazarlama vardır; bireyselleştirilmiş ve kişiselleştirilmiş pazarlama yapılabilir. Geleneksel ticarete mal veya hizmetlerle ilgili tüm tüketicilere yönelik tek yönlü pazarlama vardır.



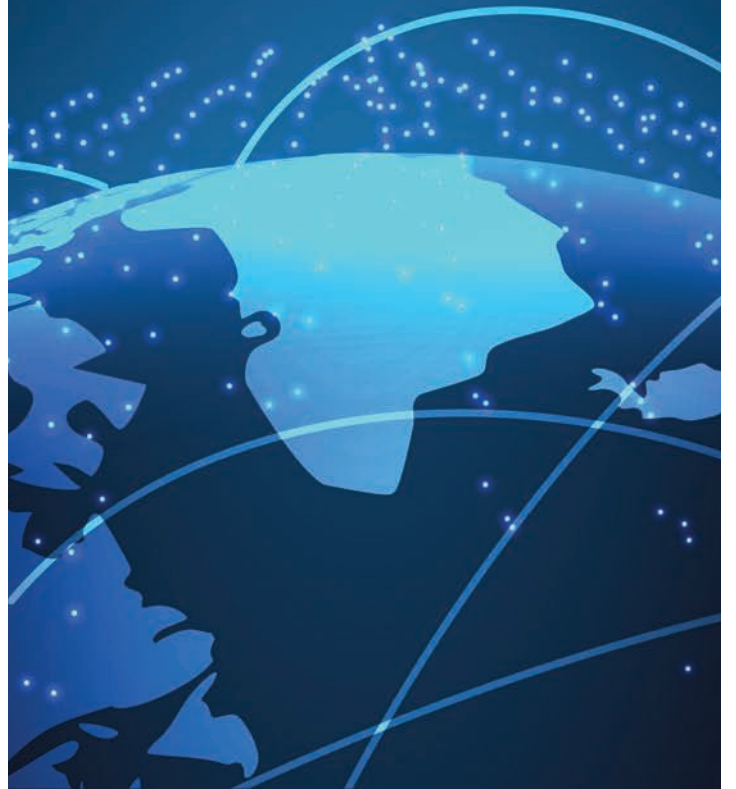
- E-ticaret, dünya çapında erişim imkanı sunar; bir şirketin e-ticaret sitesi ile yerel, lokal ve global olarak herkes ürün veya hizmetlere erişebilir. Geleneksel ticaret belirli alanlarla sınırlıdır; iş alanını genişletmek için büyük yatırımlar gerekir.
- E-ticarete enformasyon, bilgi akışı veya reklamcılık, e-ticaret sitesi ile birlikte sosyal medya, mail veya SMS gibi farklı mecralar aracılığı ile yapılabilir. Geleneksel ticarete, bilgi alışverişi için genellikle fiziksel mevcudiyet gereklidir.
- E-ticarete kaynak odağı talep tarafından; mal arzı tüketicilerin talebine bağlıdır. Geleneksel ticarete kaynak odağı arz tarafından; arz ne kadar fazlaysa talep de o kadar fazla olacaktır.
- E-ticarete birebir pazarlama vardır; bireyselleştirilmiş ve kişiselleştirilmiş pazarlama yapılabilir. Geleneksel ticarete mal veya hizmetlerle ilgili tüm tüketicilere yönelik tek yönlü pazarlama vardır.
- E-ticarete ödemeler kredi kartı, banka kartı, havale, EFT, dijital cüzdan ve fon transferi gibi ödeme araçları ile yapılabilir. Geleneksel ticarete ödeme nakit, senet veya çek gibi araçlarla yapılır.
- E-ticarete ürün teslimatı zaman alır. Geleneksel ticarete teslimat anında gerçekleşir.

Yukarıda anlattığımız e-ticaret ile geleneksel ticaret arasındaki farklar, aslında başlığı yeteri kadar açıklıyor! Yani geleneksel ticaret, e-ticarete dönüşüyor. E-ticaretin sunduğu konfor alanı, geleneksel ticaretin zorluklarının yerini alıyor. E-ticaret için alışveriş alışkanlıkları değişiyor; dünya genelinde internet penetrasyonunun yüzde 65'e yaklaştığı bir ortamda online tüketicilerin sayısı giderek artıyor.

Bunlarla birlikte geleneksel ticarete e-ticaretin payı da giderek artıyor. Ticaret Bakanlığı'nın Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS) verilerine göre, 2022 yılının ilk 6 ayında e-ticaretin geleneksel ticarete oranı yüzde 18.5 olarak gerçekleşti. Küresel e-ticarete bu oran, yüzde 20'yi aşmış durumda. Türkiye'de e-ticaret



Türkiye'de e-ticaret hacminin 2022 sonu itibariyle 650 milyar liraya ulaşması; küresel e-ticaretin de 5.7 trilyon doları aşması bekleniyor.



hacminin 2022 sonu itibarıyla 650 milyar liraya ulaşması; küresel e-ticaretin de 5.7 trilyon doları aşması bekleniyor.

Bundan 10-15 yıl önce bu rakamları telaffuz etmek veya öngörmek pek olası değildi. İnternet altyapısındaki güvenlik sorunları ve siber dolandırıcılık vakaları, tüketicilerin e-ticarete mesafeli durmasına sebep oldu. Bununla birlikte internet penetrasyonu çok düşük seviyelerdeydi; bu durum ticari markaların e-ticarete temkinli yaklaşmasına yol açtı. Ancak gelecek öngörülerini olan markalar, e-ticarete yatırım yapmayı tercih etti. Bugün o markaların cirolarında e-ticaretin payının yüzde 60-70'lere ulaştığını görüyoruz. E-ticareti arka plana iten markalar ise bugün yavaş yavaş sahneden siliniyor ya da e-ticarete bir şekilde yer almak için çaba sarf ediyorlar! Pandemi, e-ticaretin patlama yaptığı bir dönem oldu ve şirketler pandemi e-ticaretin önemini fark etti.

Bu örnekleri çoğaltmak mümkün! E-ticaret artık sınırları aştı. Bugün artık e-ihracatı daha fazla konuşuyoruz. Web 3.0 ile birlikte metaverse'ü konuşuyoruz. Kısa vadede ticari markaların rekabeti metaverse ortamında olacak. Metaverse'te şimdiden yerini alanlar rekabette bir adım önce olacak! Orta vadede perakende e-ticaretin genel ticaretteki payının yüzde 40 ila 50'leri aşacağını öngörüyoruz. Bu bir gerçek ve bu gerçeği gören markalar e-ticarete ve e-ihracata daha fazla yatırım yapmak için her yolu deniyor!

WORLDEF olarak e-ticaretin geleceğini çok iyi görebiliyoruz. Geleneksel ticaretin yerini alan e-ticarete farkındalık oluşturmak için çeşitli etkinlikler ve eğitimler düzenliyoruz. Türkiye'nin ilk e-ticaret ve e-ihracat okulu WORLDEF BUSINESS SCHOOL'u bünyemizde barındırıyoruz. Türkiye'nin ilk ve tek c-level e-ticaret kulübü ECOM LEADERS CLUB'ta e-ticaret yöneticilerini bir araya getiriyoruz. Global B2B e-ticaret etkinliğimiz WORLD E-COMMERCE FORUM ile global e-ticaret ekosistemini Türk firmalarla buluşturuyoruz! WORLDEF E-TİCARET VAKFI kısa süre içinde global bir misyon-



la kuruluyor. Türkiye'nin ilk e-ticaret dergisi WORLDEF E-TİCARET ile ekosistemin nabzını tutuyoruz. Bölgesel e-ticaret ve e-ihracat konferansları ile misyonumuzu Anadolu'nun farklı illerinde yerine getiriyoruz. Bu çerçevede Eskişehir Ticaret Odası ile işbirliği içinde Eskişehir'de de e-ticaret ve e-ihracat farkındalığı için konferanslar düzenledik.

Tek bir vizyonumuz var; Türkiye'yi bölgesel e-ticaret merkezi haline getirmek! Bu konuda eşsiz bir networka sahibiz. 2016 yılından bu yana partnerlerimiz ve paydaşlarımız ile e-ticaret ve e-ihracat için var gücümüzle çalışıyoruz.

Çünkü biliyoruz ki geleneksel ticaret e-ticarete evriliyor. Yani e-ticaret, ana akım ticaret oluyor. Daha da net bir şekilde ifade edecek olursak; e-ticaret, ticaretin ta kendisi oluyor!

Saygılarımla...

GELENEKSEL TİCARETTEN E-TİCARETE GEÇERKEN YAŞANILAN ZORLUKLAR

Akıllı telefonların ve internetin yaygınlaşması ile birlikte e-ticaret hayatımızda önemli ölçüde dahil olmaktadır.



Arda SUVAY

İKAS

Key Account Sales Executive

E-Ticaretin, paydaşlarına ve müşterilerine sunduğu kolaylık ile paralel olarak kullanım sıklığı da artış göstermektedir. Akıllı telefonların ve internetin yaygınlaşması ile birlikte e-ticaret hayatımızda önemli ölçüde dahil olmaktadır.

Günümüzde birçok pazarlama çalışması e-ticaret üzerinden sağlanmaktadır. Tekstilden, kozmetiğe, gıdaya ve hatta teknolojiye kadar neredeyse tüm ihtiyaçlarımız online pazarlardan karşılanmaktadır. Online pazarlamaya dahil olan hizmet sektörü de e-ticarettten payını almakta ve kuruluşlarını daha geniş kitlelere tanıtabilmektedir.

E-Ticaret sadece üretici ve tüketici arasında bir köprü görevi görmekle kalmaz. Aynı zamanda tüketicileri de birbiri arasında alışverişe dahil ederek devasa sanal pazarlar oluşturmaktadır.

Fakat günümüzde dahi birçok işletme, e-ticarete geçiş sürecinde zorluklar yaşamaktadır. Yaşanılan zorluklara ve çözüm önerilerine, aşağıda değinmiş olduğumuz maddeler aracılığıyla ulaşabilirsiniz.

“

E-Ticaret sadece üretici ve tüketici arasında bir köprü görevi görmekle kalmaz. Aynı zamanda tüketicileri de birbiri arasında alışverişe dahil ederek devasa sanal pazarlar oluşturmaktadır.

”





Geleneksel ticaret ile uğraşan iş insanlarının e-ticarete geçerken yaşadığını en büyük zorluklarından biri, dijital olarak müşteri ilişkilerini sürdürmek ve geliştirmektir.

1. E-Ticaret ile Müşteri İlişkilerini Sürdürmek

Geleneksel ticaret ile uğraşan iş insanlarının e-ticarete geçerken yaşadığını en büyük zorluklarından biri, dijital olarak müşteri ilişkilerini sürdürmek ve geliştirmektir.

Fakat bu süreç her zaman beklendiği kadar problem yaratmaz. Aksine işletmeler, sahip olduğu dijital kanallar aracılığıyla müşterilere zaman ve mekan fark etmeksizin hizmet sağlayabilir.

Günümüzde birçok işletmenin satın alma süreçlerini çevrimiçi olarak yürüttüğünü varsayarsak, müşteri ilişkileri sürecinin de dijital dönüşüme uğraması bir o kadar elzemdir.

Müşterileriniz ile çevrimiçi ortamda güçlü ilişkiler geliştirmenin anahtarı, olağanüstü bir

müşteri deneyimi sunmaktır. Bu da müşterilerinize ihtiyaç duydukları anda, ihtiyaç duydukları yerden; güvenilir, şeffaf ve doğru bilgiler sağlayan hızlı, kullanımı kolay bir e-ticaret mağazası ile mümkün olabilir.

2. Doğru Pazar ve Rakip Analizinin Yapılması

E-ticaret işletmeleri, geleneksel ticarete nazaran daha fazla rekabete maruz kalabilir. Tüketiciler, çoğu durumda yalnızca çevresinde bulunan mağazaları dolaşmanın aksine, telefonundan kolaylıkla alışveriş yapmayı tercih edebilir. Bu da e-ticaret ile işletmenizin yeni müşterilerin radarına girmesine yardımcı olur. Müşterilerin radarında kalmayı sürdürebilmek, e-ticaretin büyük bir zorluğudur. Bu nedenle, çevrimiçi mağazaların doğru pazarı bulması ve o pazarda faaliyet gösteren rakipleri anlaması, aynı zamanda incelemesi çok önemlidir.

Yapılacak güçlü rakip analizleri, e-ticaret işletmelerinin hedef pazarlarını ve müşteri beklentilerini daha iyi anlamasını sağlar.

Başarılı bir e-ticaret pazarlama stratejisi oluşturmak için aşağıdaki adımları izleyebilir, güçlü bir rakip analizi oluşturabilirsiniz:

- Rakiplerin sunduğu ürün ve hizmetleri araştırmak
- Rakip fiyat politikalarını gözden geçirmek
- Nerede ve nasıl reklam verdikleri de dahil olmak üzere rakip pazarlama stratejileri hakkında bilgi edinmek
- Rakiplerin sunduğu promosyonları, indirimleri ve avantajları araştırmak

Rakip işletmelere ve ürünlere dair yaptığınız analizler, işletmenizin hangi özelliklerini öne çıkarmanız gerektiğini gösterir. Tüm bu sebepler doğrultusunda, pazar ve rakip analizinin yapılması atlanmaması gereken bir adımdır.

3. Sadık Müşterileri Elde Tutma

İşletmesini e-ticarete taşıyan kişi veya kurumlar, tüketicilerini sadık müşterilere dönüştürmenin yollarını aramayı ihmal etmemelidir.

Bu süreçte popüler yollardan bir tanesi, geniş ve detaylı bir e-posta listesine sahip olmaktır.

Sahip olduğunuz liste aracılığıyla; işletmenizi, tekliflerinizi, promosyonlarınızı, yeni ürünlerinizi, hizmetlerinizi vb. tüm aksiyonlarınızı müşterilerinize hatırlatan mesajlar gönderebilirsiniz.

Markanızı hedef kitlenize doğru zamanlarda hatırlatmak, işinizi sürdürülebilir kılmanın en etkili yollarından bir tanesidir. Yaptığınız hatırlatmaları iyi bir kullanıcı deneyimi ile desteklemeniz, müşteri sadakati yaratmanızı da oldukça kolay hale getirecektir.

4. Doğru Altyapıyı Seçmek

E-Ticarete yakalayacağınız başarı için doğru teknoloji ve doğru altyapı çok önemlidir. Kullanıcılarınıza profesyonel bir alışveriş deneyimi yaşatmak için doğru bir e-ticaret altyapısı seçmeniz gerekir. İlgili e-ticaret altyapıları ile işletmenizi Google'da üst sıralara çıkarabilir, pazaryerleri ile entegre olabilir ve uygun kargo ücretlerinden faydalanabilirsiniz. Işık hızında e-ticaret siteleri ile müşterilerinizi sepete yönlendirmeniz kolaylaşır ve dolayısıyla satışlarınızda pozitif bir etki yaratır.



7/24 müşteri desteği olan işletmeler sayesinde, e-ticaret sitenizde yaşadığınız her sorunu kısa sürede çözebilirsiniz. Böylelikle zaman ve para kaybını büyük ölçüde engellemiş olursunuz.

Ayrıca bu altyapıları kullanmak için ekstra yazılım bilgisine sahip olmanız gerekmez. Basit adımlar ile kendi e-ticaret sitenizi kurabilirsiniz. 7/24 müşteri desteği olan işletmeler sayesinde, e-ticaret sitenizde yaşadığınız her sorunu kısa sürede çözebilirsiniz. Böylelikle zaman ve para kaybını büyük ölçüde engellemiş olursunuz.

Özet

Geleneksel olarak gerçekleştirdiğiniz olan ticari faaliyetlerinizi internet ortamına taşımak bazı durumlarda göz korkutucu olabilse de doğru zamanda ve doğru araçlar ile yola çıktığınızda son derece kolaydır. Değişen ve gelişen zamana uyum sağlamayı öğrenmek kaçınılmaz olduğu gibi aslında birçok faydayı da beraberinde getirir.

Gittikçe yaygınlaşan internet kullanımı ve dönüşen alışveriş alışkanlıkları, hedef kitlenizi genişletmeye yardımcı olabilir. Daha fazla kullanıcı, bir ürün veya hizmet satın almak için fiziksel bir mağazaya gitmek yerine online araçları tercih etmektedir. Bu sebeple, işletmelerin dijital dönüşüm sürecine geç kalmadan ayak yudurmaları oldukça önemlidir.



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



ESKİŞEHİR TİCARET ODASI
CHAMBER OF COMMERCE



BEBKA
Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı

ESKİŞEHİR E-TİCARET MERKEZİ

E-TİCARETE İLK ADIMINIZI BİZİMLE ATIN

www.eskisehiretm.org



Eskişehir E-Ticaret Merkezi projesi, Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı tarafından finanse edilen Yenilik ve Verimlilik Mali Destek Programı kapsamında desteklenmiştir.



İstiklal Mh. İki Eylül Caddesi No: 28/4
Odunpazarı / ESKİŞEHİR



0 (222) 222 26 26 – 267-259



eskisehiretm@etonet.org.tr

E-ticaret sektöründe hızla ilerleyen, pazaryeri e-ticaret sitesi www.azall.com'un Yönetim Kurulu Başkanı Emre Demir ile iş hayatını konuştuk. E-ticaret sektörünü, başarılı olmanın kurallarını, büyüyen markası www.azall.com'u ve kendisinden bu yola girmeye niyetli olanlar için tavsiyelerini aldık.



Emre DEMİR

aZall.com

Yönetim Kurulu Başkanı

◆ **Bir e-pazaryeri platformu fikri nereden ortaya çıktı?**

Dünyanın ticari alışkanlığı artık değişkenlik gösteriyor, ticaret artık online tarafa evrildi. Zira insanlar geleneksel ve yorucu alışveriş yerine, evlerinin konforunda istedikleri ürünün ayaklarına gelmesini tercih ediyorlar. Bu doğrultuda, değişen dünyadaki alışveriş trendine entegre olabilmek için, ülkemize kazandırabileceğimiz yeni ve inovatif bir pazaryeri fikri doğdu.

◆ **Sizi diğer e-pazaryeri sitelerinden ayıran özellik nedir?**

aZall.com, DNA'sında bulunan güçlü iletişim yeteneği sayesinde müşterileri ile arasında güven bağıni organik olarak oluşturmaktadır. www.azall.com bünyesinde her işletme mağaza açamaz; e-ticaret sektöründe yeterliliğini ispatlayan ve güvenilir işletmelerin mağaza açmasına onay verilir. Bu noktada aZall.com, müşteriler ile mağazalar arasında köprü görevi görerek, e-ticareti güvenilir kılmaktadır. Kullanıcılar genellikle online alışverişlerinde, sitelerin güvenilir olup olmadığını sorgulama noktasındalar.

“

www.azall.com bünyesinde her işletme mağaza açamaz; e-ticaret sektöründe yeterliliğini ispatlayan ve güvenilir işletmelerin mağaza açmasına onay verilir.

”



Öyle ki e-ticaret sitelerinin çoğu için google aramaları ile ilgili yapılan araştırmalarda, bu site güvenli mi? Site kimin? gibi soruların çokca aratıldığını görmekteyiz. Kullanıcıların güvenererek alışveriş yapabileceği platformumuz www.azall.com'dan yapılacak olan alışverişlerde BDDK onaylı ödeme sistemi kullanılmaktadır. Böylece hem müşterilerin ödemeleri, hem de mağazaların alacakları devlet güvencesi altındadır. Bu noktada tüm kullanıcılar güvenilir bir şekilde gönül rahatlığı ile aZall.com'u kullanabilirler.

www.azall.com olarak biz sadece e-ticarete değil, sosyal sorumluluk alanında da üzerine düşen görevleri yerine getirmeyi hedeflemekteyiz. Projelerimizi hayata geçirirken topluma öncülük etme bilinci ile hareket etmekteyiz.

◆ Sosyal sorumluluk projelerini biraz açar mısınız?

www.azall.com vasıtasıyla alışveriş yapan her birey, aZall.com'daki derneklerden birini seçerek, alışverişinden hemen sonra ilave bir tutar ödmeden, aZall.com iş birliği ile dernek başışı yapabilmektedir. Burada yapılacak olan başışta kullanıcının cebinden herhangi bir para çıkmayacağını, başışın, aZall.com kazancından aktarılacağını vurgulamak isterim. Kullanıcının hayatlarına dokunmak için yapacağı tek şey, alışverişini yaparken aZall.com'u tercih etmek olacak. Şeffaflığı ilke edinen anlayışımız doğrultusunda; sizlerin alışverişisi sayesinde hayatlarına dokunduğumuz aileleri her ay düzenli çıkan bültenlerimizde paylaşıyoruz. Türk Eğitim Vakfı, Kelebek Çocuklar Derneği, SMA hastalığı ile mücadele derneği ile yapmış olduğumuz sözleşmeler gereği, kullanıcı ödeme sayfasında bu 3 dernekten birini seçerek, ihtiyacı olan hayatlara dokunmanın mutluluğunu yaşayarak alışverişini tamamlıyor ve sertifikası tarafına gönderiliyor.

◆ aZall.com da hangi kategoriler mevcut?

Ev & Yaşam, Moda, Elektronik, Anne Bebek, Kozmetik, Kırtasiye, Süper Market, Spor Out-

Peki Emre Demir Kimdir? ve aZall projesi öncesinde ne yapıyordu?

1977 Eskişehir doğumluyum. Tamamen ticaretten gelen bir ailenin evladıyım. Ticaretin içerisinde uzun yıllardır yer almama rağmen aynı zamanda mühendisim, Demir Şirketler Grubunun yönetim kurulu başkanayım 20 yılı aşkın tecrübemle inşaat, mekanik ve enerji sistemleri projelerinde yatırımlarım mevcut.





door, Otomobil, Kitap, Müzik, Eğlence gibi kullanıcıların A'dan Z'ye tüm ihtiyacını karşılayacak, tüm kategorilerde hizmet vermekle birlikte, Ev Yaşam kategorisi bizim için çok değerli bir kategori, kullanıcılarımızın evinin tüm ihtiyaçlarını gelip bulabilceği, bahçe dekorasyonundan, ev tekstiline, mutfak servis veya yemek pişirme ekipmanlarından, banyo dekorasyonuna kadar. Geniş bir yelpazede tutmayı ve en iyi hizmeti sunmayı amaçlıyoruz.

◆ aZall isminin anlamı nedir?

Bu projeye başladığımızda A'dan Z'ye tüm ürünler olacağı için, kısa ve akılda kalıcı olması açısından A'dan Z'ye al anlamına gelen azal olması gerektiğini düşündük. Projemizi uluslararası boyuta taşıma hedefimiz olduğundan, domainin İngilizce olması gerektiğine karar verdik. İngilizcede a'dan Z'ye her şey anlamını taşıyan aZ all isminde karar verdik. Ve domaini Amerika'dan satın aldık. Bu domain ile birlikte karar verdiğimiz sloganlarımızda... 'A dan Z ye All ', 'aZ al hep All', 'aZ al yine All' şeklinde... aZall logosu ise, mouse imlecini temsil eden bir ok ve kuyruğunda e-ticaretin en önemli unsurlarından biri olan hızı, temsil eden çizgilerden oluşmakta.

◆ aZall'ı kurarken ne gibi zorluklarla karşılaştınız?

Proje tüm kategorilerden tüm ürünlerin satıldığı bir proje olduğu için, çok büyük bir proje ve böyle bir projeyi hayata geçirmek kolay bir süreç değil, dolayısı ile projeyi profesyonel bir ekiple yürütmek gerekiyor. Hem yazılımsal hem operasyonel olarak deneyimli bir kadroyu bir araya getirerek, projenin şekillenmesini sağlamak hiç kolay olmadı, zira binlerce kategoride milyonlarca ürünün bulunduğu bir platform kurabilmek ve bunu yönetebilmek, ciddi anlamda profesyonellik gerektirmekte. Yazılım sürecinin şekillenmesi ve ayrıca pazar-yeri entegrasyon firmaları ile işbirliği sürecini yönetmek, kargo entegrasyonlarını sağlamak ve bitirmek zaman aldı. Bu zorlukları aşarak, projemizi hayata geçirmenin mutluluğunu yaşıyoruz.

◆ Türkiye'de online satış sektörünü nasıl görüyorsunuz?

Pandemi dönemi ve sonrasında tüketici davranışları değişim yaşandı. Tüketiciler, pandemi süreci ve sonrasında işletmelere dijital

kanallardan daha fazla ulaşmaya başladılar. Pandemi tedbirlerinin getirdiği fiziki kısıtlamaları aşp e-ticarete yatırım yapan, hizmetlerini dijitale taşıyan, dijital pazarlama verilerini kullanan işletmelerde bu yatırımların karşılığı olarak yüksek oranda karlılık elde etmeye başladılar. Geleneksel ticaretle devam eden işletmeler, değişen pazar dinamiklerine ayak uydurabilmek için dijital pazarlamaya ağırlık vermek zorunda kaldılar. Bu bağlamda kayıtlı e-ticaret satıcı sayısı ise 70 bin civarına ulaştı. Büyümeye paralel olarak kayıtlı e-ticaret satıcı sayısının 100 bini aşmasını bekliyorum. 2021 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı'na göre, 2021'de yüzde 36,5 seviyesine yükselen internet üzerinden alışveriş yapanların oranının ise 2022'de yüzde 38'e çıkacağı tahmin ediliyor. Geçen yıl 381 milyar TL üzerinde bulunan e-ticaret hacminin bu yıl 500 milyar TL'yi aşması bekleniyor.



◆ aZall'ı ileride nerede görüyorsunuz?

Projemizin birinci fazında Türkiye'nin 81 iline hizmet veren bir proje haline getirmek bizim ilk hedefimizdi. Bundan sonrasında ise Avrupa'da Türklerin yoğun yaşadığı bölgelerde, vatandaşlarımızın ülkemizde satılan tüm ürünlere rahatlıkla ulaşmasını sağlayacak Yurtdışındaki vatandaşlarımıza hizmet vermek projemizin 2. fazı, ardından www.azall.com'u tüm dünyada güvenilir olarak alışveriş yapılabilen, ülkemizin gururu haline gelmiş bir proje olarak görüyorum.



Geleneksel ticaretle devam eden işletmeler, değişen pazar dinamiklerine ayak uydurabilmek için dijital pazarlamaya ağırlık vermek zorunda kaldılar.

E-TİCARET SONRASI DEĞİŞEN İŞ KAVRAMI

Durmaksızın değişen ve gelişen teknolojiyle birlikte ekonomide köklü birçok değişim yaşanmıştır.



Prof. Dr. Erol KUTLU

Anadolu Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF)
Öğretim Üyesi



Burak ARSLAN

Anadolu Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF)
İktisat Bölümü Araş. Gör.

E-ticaret

Ekonomi günümüzde bilgi ve iletişim çağı olarak adlandırılmakta olup, bilgi ekonomisi olarak ifade edilmektedir. Durmaksızın değişen ve gelişen teknolojiyle birlikte ekonomide köklü birçok değişim yaşanmıştır. Bu değişimle birlikte “Yeni Ekonomi” ve “Dijital Ekonomi” olarak adlandırılan dünya ekonomisinde, geleneksel ticaret işlemlerine ek olarak “Elektronik Ticaret” olarak adlandırılan E-ticaret ve dış ticaret işlemlerine de E-ihracat türleri dahil olmuştur (Akpınar, 2017).

E-ticaret, her türlü mal ve hizmet satışının güvenli olarak internet üzerinden gerçekleştirilmesi olarak tanımlanabilir. E-ticarette tanıtım, satış, ödeme, müşteri desteği ve teslimat gibi ticarete konu olan tüm süreç internet üzerinden yapılmaktadır.

E-ticaret temelde 3 aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar;

- Ticaret öncesi firma ve tüketicilerin elektronik ortamda bilgilenmesi ve araştırma yürütmesi,
- Alıcı ve satıcıların elektronik ortamda buluşması ve satın alma sonrası ödeme sürecinin yerine getirilmesi,
- Taahhüdün yerine getirilmesi, mal veya hizmetin müşteriye teslimi ile satış sonrası bakım ve destek gibi hizmetlerin temin edilmesinden oluşmaktadır.

İnternet üzerinden gerçekleştirilen e-ticaret faaliyetleri, ürün ve hizmetlerin niteliğine göre tüketicileri ya da diğer işletmeleri hedefleyebilmektedir. Firmaların tüketicilere yaptığı satışlar B2C (Business to consumer) olarak adlandırılırken, diğer işletmelere yapılan satışlar ise B2B olarak adlandırılmaktadır.

Grafik 1

E-Ticaret İşletmelerine İlişkin Veriler



Kaynak (E-ticaret Bilgi Platformu, 2022)

Yukarıda verilen grafik 1'de e-ticaret işletmelerine ilişkin veriler yer almaktadır. Ticaret Bakanlığına kayıtlı toplam e-ticaret işletme sayısı 484 bin 347 adettir. Ticaret Bakanlığına bağlı e-ticaret bilgi sistemine (ETBİS) bağlı yalnızca 26 bin 442 adet kayıtlı işletme bulunurken, pazaryerinde faaliyet gösteren işletme sayısı 472 bin 604 adettir.

Aşağıda verilen grafik 2'de e-ticaretin aylara göre, toplam ticaret oranı verilmektedir. 2020 yılı geneli için bu oran %15.7 iken, 2021 yılında bu oran %17.7'ye ulaşmıştır. Buradan ticaretle ilgili yapılan tüm işlemlerin yaklaşık 5'te birinin e-ticaret kanalıyla yapıldığı ifade edilebilir.



Ticaretle ilgili yapılan tüm işlemlerin yaklaşık 5'te birinin e-ticaret kanalıyla yapıldığı ifade edilebilir.

Grafik 2

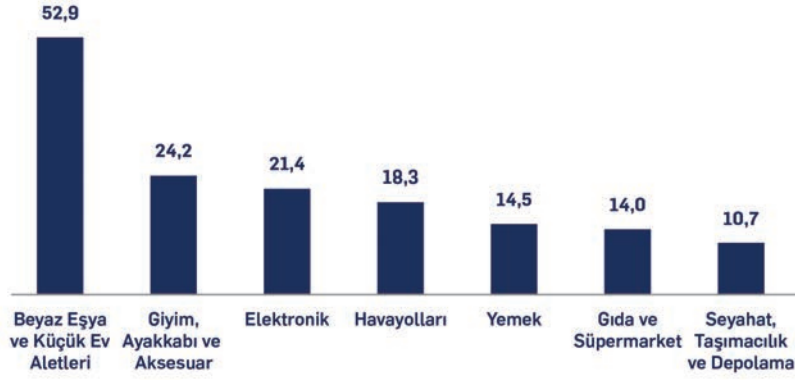
E-Ticaretin Genel Ticarete Oranının Aylara Göre Dağılımı



Kaynak (E-ticaret Bilgi Platformu, 2022)

Grafik 3

E-Ticaretin Hacminin Sektörel Dağılımı (Milyar TL)



Kaynak (E-ticaret Bilgi Platformu, 2022)

Türkiye'nin e-ticaret pazarının sektörel dağılımları ise aşağıda yer alan grafik 3'te gösterilmiştir. E-ticaret pazarında en yüksek hacimli sektörü 52,9 milyar tl ile beyaz eşya ve küçük ev aletleri iken, ikinci en yüksek hacimli sektör ise 24.2 milyar tl ile giyim, ayakkabı ve aksesuar sektörüdür.

E-ticaret ve İstihdam

Günümüzde ticari faaliyetlerin hemen hemen tamamının internet ortamında gerçekleşmesinin en önemli sebeplerinden bir tanesi firmaların konumunun, büyüklüğünün ve gelirlerinden ziyade, müşterilerle internet ortamında doğru ürün ve stratejiyle ulaşabilmesiyle ilgilidir. Bu durum firmaların ürünlerini pazarlama noktasında rekabet şartlarının iyileştirilmesi bakımından önemli bir

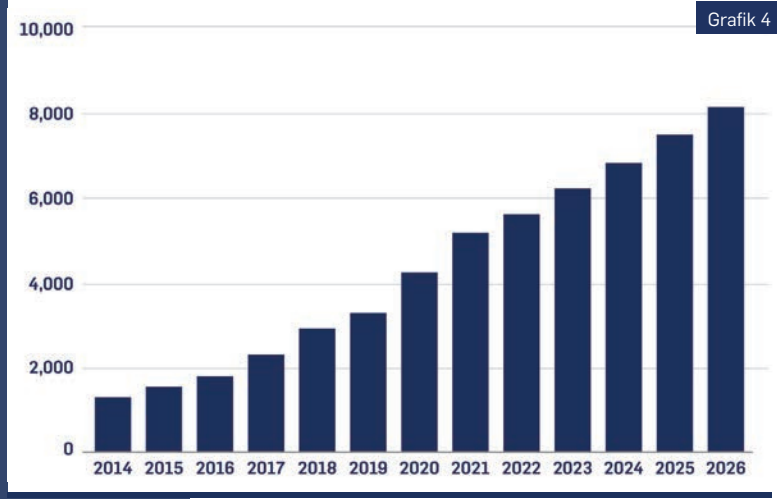
gelişmedir. Dolayısıyla aslolan firmaların büyüklüğü değil, internetten seslerini duyurabilmeleri sebebiyle sunulan ürünlerdeki yaratıcılık ve hedef kitleye sunulan kullanıcı deneyimidir.

E-ticaret sayesinde arzulanan ürüne dünyanın herhangi bir yerinden ulaşım imkanı bulunmaktadır. Bu durum ürüne ulaşımın kolaylaşması yönünden ticaret hacmini artırma noktasında faydalı olmakla birlikte, söz konusu ürünün ücretinin ödenmesi, faturalandırma ve vergilendirilmesi işlemleri de online platformlar üzerinden gerçekleştirilecektir (Akpınar, 2017). Bu nedenle geleneksel satış, pazarlama ve muhasebe işlemlerinde değişikliğe





2026 yılına kadar e-ticarete beklenen ciddi artış göz önüne alındığında firmaların bu alanda yapacakları düzenlemeler daha fazla pazar payı alma noktasında önem arz etmektedir.



Kaynak: (Statista, 2022)

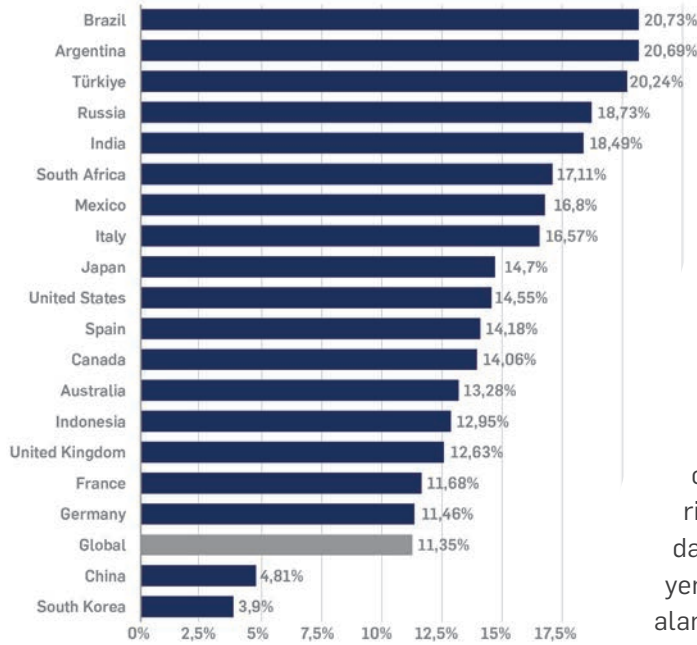
gidilmiştir. Dolayısıyla e-ticaret işlemlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, yeni düzende istihdam edilecek çalışanlarda aranan şartlar da sektörün ihtiyaçlarına göre değişiklik göstermiştir. Bazı meslek dallarına duyulan ihtiyaç, dijitalleşmeyle birlikte azalmakta, bazı iş alanlarında ise çağın gerektirdiği koşullara göre çalışanların kendilerini güncel tutması beklenmektedir.

Grafik 4'te Statista'nın yayımladığı küresel olarak perakende e-ticaret satış grafiği verilmiştir. 2021 yılı küresel perakende satışları yaklaşık olarak 5.2 milyar dolardır. 2026 yılına kadar %56 artarak 8.1 milyar dolara ulaşması beklenmektedir.

2026 yılına kadar e-ticarete beklenen bu ciddi artış göz önüne alındığında firmaların bu alanda yapacakları düzenlemeler daha fazla pazar payı alma noktasında önem arz etmektedir.

Perakende e-ticaret pazarında meydana gelen olumlu gelişmeler ve küresel pazarda gerçekleşmesi beklenen e-ticaret satışlarındaki ciddi artış göz önüne alındığında, Türkiye'nin bu pazardaki yerinin tespit edilmesi ve e-ticaret pazarında göstermiş olduğu performansın değerlendirilmesi, sektör ihtiyaçlarının tespit edilmesi ve bu alanda uygulanacak politika-ların tespiti noktasında önemli olacaktır. Aşa-

Grafik 5



Kaynak: (Statista, 2022)

ğıda yer alan grafik 5'de Statista araştırma bölümünün yayımlamış olduğu, 2022-2025 yılları arasında ülkelere göre perakende e-ticaret satışlarının bileşik yıllık büyüme oranı (YBBO) tahminleri verilmiştir. Ülkelere ilişkin e-ticaret satışlarının bileşik yıllık büyüme oranı tahminleri incelendiğinde Türkiye'nin bu konuda dünyada en iyi performans gösteren ve büyümesi beklenen 10 ülkeden birisi olduğunun tahmin edildiğini söyleyebiliriz. Perakende e-ticaret satışları noktasında en yüksek 3. YBBO'su bulunan Türkiye'nin, yıllık beklenen bileşik büyüme oranı %20.24 olarak karşımıza çıkmaktadır. 2. sırada yer alan Arjantin'in beklenen büyüme oranı %20.69 iken, 1. Sırada %20.73 ile Brezilya yer almaktadır. Bu istatistiğe bağlı olarak 2025 yılına kadar Türkiye perakende e-ticaret pazarının yaklaşık olarak 2.5 kat büyümesinin beklendiğini söyleyebiliriz.

Ticaretin tüm faaliyet alanlarında etkisini gösteren elektronikleşme süreci yalnızca ticari faaliyetleri etkilememekte olup, aynı zamanda iş kollarının genişlemesi ve sistemde

meydana gelen değişimler sonucu firmaların istihdam edeceği çalışanlarda da elektronikleşme süreci baş göstermiştir. Bunun sonucu olarak e-istihdam kavramı da hayatımıza girmiştir. Bu durum kısaca çalışanların online veya uzaktan çalışması olarak değerlendirilebilir. E-ticaret dönüşümünün gerçekleşmesi sürecinde geleneksel çalışma yöntemlerine devam eden işgücü, mevcut çalışma alanlarının yok olması durumunda işlerini kaybetme riskine maruz kalacaktır. İş alanlarında meydana gelecek değişimle birlikte, yeni iş alanları oluşması dolayısıyla, bu iş alanlarında istihdam ihtiyacı da artacaktır. Dolayısıyla globalleşmeyle birlikte yeni düzene adapte olabilen kişilerin istihdam şansı yüksek olurken, bu konuda yeteri başarıyı gösteremeyen kişilerin işsizlik problemi yaşamaları öngörülmektedir (Akpınar, 2017).

E-ticaret pazarının büyümesiyle birlikte, artan ticaret hacmi dolayısıyla istihdam artmaktadır. Fakat konvansiyonel yollarla ticaretlerini gerçekleştiren firmalara kıyasla, alışveriş merkezleri, depolama ve marketlere oranla, e-ticaret gerçekleştiren firmalarda çalışan oranları çok daha az yer almaktadır. Bunun sebebi e-ticaretin doğrudan ya da dolaylı olarak yeni sektörler yaratırken, bazı sektörleri de yok etmesi dolayısıyladır. Doğrudan yeni iş alanları daha çok bilgi ve iletişim teknolojileri alanında gerçekleşirken, dolaylı olarak doğan yeni istihdam alanları artan talep ve verimlilik dolayısıyla oluşacaktır. Buna karşılık bazı sektörlerde iş yapılış şekli değişmesi sebebiyle istihdam da azalmalar veya bu işlere daha fazla ihtiyaç duyulmaması söz konusu olacaktır. E-ticaretin istihdama olan etkisini net olarak ifade etmek güçtür. Bu etki ülkeden ülkeye, bölgeye, endüstriye ve çalışanların beceri düzeylerine göre değişiklik gösterecektir. (Terzi, 2011)

E-ticaretle birlikte değişen iş olgularından birisi de çalışma ortamı olmuştur. Firmaların fiziki çalışma koşullarında değişiklikler meydana gelmiştir. Özellikle Covid-19 pandemisinin dünya genelinde etkisinin gözlemlenmesiyle home-Office (evden çalışma) çalışma şeklinde ciddi artışlar gözlemlenmiş olup, birçok kurumsal firma fiziki çalışma kapasitelerini azaltıp, uzaktan çalışma yoluyla faaliyet göstermeyi tercih etmiştir. Kısaca her meslek dalında fiziki mesai anlayışı gerekmemesi sebebiyle birçok işin uzaktan da sorunsuz yapılabilmesi, firmaların fiziki mesaiye bakış açısını değiştirmiştir.

Süreç içerisinde uzaktan çalışarak işlemlerini sorunsuz yerine getirebildiğini fark eden firmalar karlılıklarını, elektrik, kira, yol masrafları ve yeme içme gibi birçok alanda daha az maliyete maruz kalmaları sebebiyle arttırmıştır. Dolayısıyla pandemi sonrası da mevcut uzaktan çalışma döneminin büyük oranda devam etmesi öngörülmektedir.

Sonuç

Bilgi ve iletişim çağının hayatımızda yer edinmesiyle birlikte, dijitalleşme neredeyse her alanda etkisini göstermekte olup, geleneksel yöntemlerle faaliyet gösteren kurumları değişime mecbur bırakmıştır. Bu durum dış ticaret yapan firmalar açısından e-ticareti ön plana çıkarırken, emek piyasası açısından ise e-istihdam çalışma türü ön plana çıkmıştır. E-ticaret gerçekleştiren firmalarda, geleneksel yöntemlerle dış ticaret gerçekleştiren firmalara kıyasla, daha az işgücüne ihtiyaç duymaktadır. Bu sebeple e-ticaretin istihdam

Her meslek dalında fiziki mesai anlayışı gerekmemesi sebebiyle birçok işin uzaktan da sorunsuz yapılabilmesi, firmaların fiziki mesaiye bakış açısını değiştirmiştir.

üzerinde olumsuz bir etki yarattığı düşünülmektedir. Fakat e-ticaretin son kullanıcıya ulaşma ve alıcı ve satıcıyı buluşturma noktasında sağladığı kolaylıklar sebebiyle pazar payında ciddi artışlar yaşanmaktadır. Yeni çalışma düzeninin getirdiği farklılıklar dolayısıyla yeni istihdam alanları oluşmakta ve bu durumun istihdam üzerinde olumlu etkilerinin olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle e-ticaretin istihdam üzerindeki net etkilerini ifade etmek çok kolay olmayacaktır. Fakat E-ticaretle birlikte değişen iş olgularından birisi çalışma ortamı olarak karşımıza çıkmıştır. Artan evden çalışma oranları şirketlerin maliyetlerini önemli ölçüde düşürürken, çalışanların maliyetlerini ise arttırdığını söyleyebiliriz. Uzaktan çalışmanın getirdiği önemli sorunlardan bir tanesi de kayıt dışı istihdamın denetimini zorlaştırmasıdır.



KAYNAKLAR

- Akpınar, E. N. (2017, Kasım). ELEKTRONİK DIŞ TİCARET VE İSTİHDAM İLİŞKİSİ. The Journal of International Lingual, Social and Educational Sciences, 2(3), s. 208-217.
- E-ticaret Bilgi Platformu. (2022, 11 12). İstatistikler. E-ticaret Bilgi Platformu: <https://www.eticaret.gov.tr/>
- Statista. (2022, 8 18). Retail e-commerce sales CAGR from 2022 to 2025, by country. Statista: <https://www.statista.com/forecasts/220177/b2c-e-commerce-sales-cagr-forecast-for-selected-countries#statisticContainer>
- Statista. (2022, Temmuz). Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2026. Statista: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
- Terzi, N. (2011). The impact of e-commerce on international trade and. Procedia Social and Behavioral Sciences(24), s. 745-753.

**Ömer GÜLSOY**

Kayseri Ticaret Odası
Yönetim Kurulu Başkanı

E-Ticarete, E-İhracatta
başarılı olmanın yolu;
markalaşma ve
kurumsallaşmadan geçiyor.
Kayseri Ticaret Odası
olarak markalaşmaya,
kurumsallaşmaya
önem veriyoruz.

Dijitalleşme, firmalarımızın geleceği için büyük önem taşıyor

Tüm dünyada yaşanan COVID-19 salgını ve son dönemdeki Rusya – Ukrayna savaşı, küresel toparlanmayı ciddi manada etkilemiştir. Dünyanın önemli sorunlarından bir tanesi olan yüksek enflasyonun yarattığı belirsizlik yatırımcıları çekingen davranmaya sevk etmektedir. Yaşanılan tüm olumsuzluklara rağmen dijitalleşme süreci tüm dünyada artan bir ivmeyle değer kazanmaya devam etmektedir.

Dünya bir değişimin ve dönüşümün eşiğindedir. Biz de bu değişimin karşısında duramayız. Değişim ve dönüşümün modern teknoloji imkanlar paralelinde dijital dönüşümü de beraberinde ilerlettiği kaçınılmaz bir gerçektir.

Pandemi süreciyle birlikte tüm sektörlerde büyük dönüşümlere tanıklık ettik. Dünya genelinde yeni iş modelleri ortaya çıktı, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki inovatif çıktılar yeni çalışma

“

Türkiye'nin bölgesel ve küresel anlamda rekabet avantajı elde etmesi yolunda, internet teknolojilerinin çok daha yaygın kullanımı ve e-ticaretin yaygınlaştırılması hem tüketiciler hem de işletmeler için çok büyük avantajlar getirmektedir. Ekonomide devler ligine yükselmek için katma değerli üretim ve teknolojik ürünlere ihtiyaç vardır.

”

ve iletişim kanallarını ortaya çıkardı. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de internet kullanımı da hızla arttı. Günümüzde nüfusumuzun yaklaşık yüzde 79'u internet kullanmakta, yapılan toplam perakende satışların yüzde 3.6'si online olarak gerçekleştirilmektedir.

Toplam istihdam içerisindeki yüzde 72.4'lük payı KOBİ'ler oluşturmaktadır. KOBİ'ler açısından da önemli bir sürdürülebilirlik faktörü olan e-ticaret, hem ülke çapında hem de uluslararası platformda onlara çeşitli imkanlar sağlamaktadır. KOBİ'lerin e-ticaret potansiyellerini artırması; hem ülkemizin ekonomik gelişimi, hem de uluslararası arenada daha rekabetçi bir konuma gelmesi adına önemlidir.

Türkiye'nin bölgesel ve küresel anlamda rekabet avantajı elde etmesi yolunda, internet teknolojilerinin çok daha yaygın kullanımı ve e-ticaretin yaygınlaştırılması hem tüketiciler hem de işletmeler için çok büyük avantajlar getirmektedir. Ekonomide devler ligine yükselmek için katma değerli üretim ve teknolojik ürünlere ihtiyaç vardır. Türk müteşebbisin elinde çantasıyla, dilini, kültürünü bilmediği ülkelere gidip, kapı kapı dolaştığı günleri hepimiz hatırlarız. Bu yöntemlerle 1980'lerde ihracatımızı ancak 3 milyar dolara



çıkartırken ülkemiz şu anda mevcut inovatif süreçleri kullanarak 225 milyar dolar ihracatı aşmıştır.

Bu vesileyle ifade etmek isterim ki Kayseri, geride bıraktığımız 2021 yılında yaklaşık 186 ülkeye 3.6 milyar dolarlık ihracat yapmış olup, 2022 yılı ihracat hedefimizi 4.2 milyar doların üzerine çıkarmayı hedefliyoruz. Ayrıca ifade etmek isterim ki, şehrimiz cari fazla veren bir şehirdir. Bu rakam Kayserili sanayicinin alın terinin ürünüdür ve bu rakamlar kesinlikle hormonlu değildir. Kayseri Ticaret Odası olarak üyelerimize sürekli yeni ihracat pazarlarına açılmaları konusunda teşvik etmekte ve onlara bilgilendirme, eğitim vb. alanlarda destekler sağlamaktayız.



Ticari manada zenginliğe sahip olan şehrimizin dünyanın gelişen ve değişen şartlarına da seri olarak ayak uydurup geri kalmaması gerekir.

“

Türkiye'de 2021 yılında online alışveriş harcamaları geçen yıla göre büyüme ivmesini devam ettirerek cirosal bazda 400 milyar TL'lik işlem hacmine ulaşmış olup 2022 yılında bu hedef yaklaşık yüzde 40 büyümeye 560 milyar TL'ye ulaşması hedeflenmektedir.

”

Sektörler bazında ele aldığımızda şehrimizde Demir ve Demir Dışı Metaller, Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri, Çelik, Elektrik ve Elektronik, Madencilik Ürünleri, Kimyevi Maddeler ve Mamulleri, İklimlendirme Sanayi, Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri, Otomotiv Endüstrisi, Hazır giyim ve Konfeksiyon gibi sektörlerin ön sıralarda yer aldığını ifade edebilirim.

Artık eski satış ve pazarlama yöntemlerini kullanarak, ihracat hedeflerimize ulaşmamız mümkün değildir. Bizler dijital ortamın sağladığı imkânlardan yararlanmalı, e- ticaretle yeni müşteriler, yeni pazarlar bulmalıyız. 2023 hedeflerine ancak böyle ulaşabiliriz. Türkiye'de 2021 yılında online alışveriş harcamaları geçen yıla göre büyüme ivmesini devam ettirerek cirosal bazda 400 milyar TL'lik işlem hacmine ulaşmış olup 2022 yılında bu hedef yaklaşık yüzde 40 büyümeye 560 milyar TL'ye ulaşması hedeflenmektedir. Bu nedenle bizlerinde mevcut bu potansiyelden yararlanması ve pastadan payını alması önem arz etmektedir.



Dünyada sınır ötesi e-ticaret hacmi 1 trilyon doların üzerindedir. Bu ticaret içerisinde ülkemizin aldığı pay henüz arzulanan düzeye ulaşmamıştır. 2023'te ise e-ticaretin de büyümesiyle perakende sektörünün büyüklüğünün 60 trilyon dolara, e-ticaret pazar payının ise 15 trilyon dolara çıkması öngörülmektedir. Kayseri Ticaret Odası olarak yaptığımız çağrılar ve etkinlikler sonucu çoğu iş insanımız e-ticaret faaliyetlerine yönelmeye başlamıştır. Ama bu işin profesyonel pazarlamasını düşünerek, lojistik kısmını da planlarsak çok ileriye gitmek gerçekten mümkündür. Anadolu'nun ticaret ve sanayi şehirlerinin başında gelen Kayseri'de e-ticaret yapan firma sayısı 6 bin civarındadır. Bu girişimciliği ve kurumsal dönüşümü süreç içerisinde dijital dönüşüm ile entegre ederek yeni bir boyut kazandırmanın önemli bir sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlayacağı kanısındayım. Dünyada daha çok Türkiye, Türkiye'de daha çok Kayseri için daha fazla üretmeli ve ihracat ağırlıklı olarak çalışmamız gerektiğinin farkındayız. 186 ülkeye ihracat yapan firmalarımıza sürekli olarak yeni pazarlar bulmaları yönünde tavsiyelerde bulunuyoruz. Örneğin; Hindistan ve Pakistan'ın asla göz ardı edilmesi gereken pazarlardan bir kaçıdır.



Dijital çağın şartlarına ayak uyduramazsak yok olup gideriz

Dijitalleşme; firmalarımızın, şehrimizin ve ülkemizin geleceği için büyük önem taşımaktadır. Tüm dünya farkında olsa da olmasa da dijital çağın içerisinde bir dönüşüm sürecindedir. E-ticarette, e-ihracatta başarılı olmanın yolu; markalaşma ve kurumsallaşmadan geçmektedir. Güçlü bir marka olmadan, e-ticaret sitelerini farklılaştırmamız ve sonuçta uzun vadeli bir kârlılık sağlamamız çok zordur. İnsanlar artık marka ve kurumsal firmalara daha çok rağbet etmektedirler. Bizler de kurumsallaşmaya hız vererek yeni markalar oluşturmalıyız. Kayseri Ticaret Odası olarak markalaşmaya, kurumsallaşmaya



büyük önem veriyoruz. Rekabetin hız kazandığı günümüzde artık tüm dünyayı hem rakip hem de müşteri potansiyeli olarak görmeliyiz. Buna göre çalışmalarımıza hız vermek suretiyle rekabette kendimize güçlü bir yer edinmiş oluruz. Yeni dünya düzeninde bizde üreticiler ve tüccarlar olarak yerimizi kesinlikle almamız gerekmektedir.

Kayseri Ticaret Odası (KTO) üyelerini dijital ticarete taşıyor

Kayseri Ticaret Odası olarak üyelerimizin dijital ticaretten daha çok faydalanmaları için Sanayi Teknoloji Bakanlığı Üreten Şehirler Programı kapsamında Orta Anadolu Kalkınma Ajansı Finansmanı ile 'Kayseri E-ticaret, E-ihracat Danışmanlık Ofisi' projesini hayata geçirdik. Kayseri Sanayi Odamızın da ortak olduğu bu proje ile şehrimizdeki firmalara E-ticaret, E-ihracat konusunda daha nitelikli danışmanlık hizmeti vereceğimizi öngörüyoruz. Göreve geldiğimiz günden bu yana da 5 yıldır bütün üyelerimize hep şunu söylüyoruz. 'Ne alıp satıyorsanız, ne üretiyorsanız bunların her birini mutlaka dijital platformlara taşıyın.' Çünkü değişen ve dönüşen bir dünyada artık dijital platformlarda daha çok var olmanız gerekiyor. Pandemi dönemi E-ticaret, E-ihracatın ve dijitalleşmenin ne kadar önemli olduğunu bir kere daha ispatlamış oldu. Pandemi yılı olan 2020 ve 2021 yılı dijitalleşmenin ön

“
**KTO Bünyesinde "Kayseri
E-Ticaret ve E-Ihracat
Danışmanlık Ofisi" kuruldu.**

..... ”
sıraya geçtiği yıllar olarak hatırlanacak diye düşünüyorum.

"Kayseri E-Ticaret ve E-Ihracat Danışmanlık Ofisi" projesi ile üretici KOBİ üyelerimizin E-ticaret ve E-ihracat alanında nitelikli şekilde desteklenmesini planlamaktayız. 15 ay sürecek projemiz kapsamında Hizmet binamızda Danışmanlık Ofisi kurduk. Odamız üyesi firmalara E-ticaret ve E-ihracat konusunda nitelikli danışmanlık hizmetleri kapsamında üye firmalarımızda istihdam edilen 120 kişiye uzmanlık ve yöneticilik eğitimi vermeyi planladık. Eğitimlerimiz ise uzman ekiplerimiz eşliğinde sürdürülecektir. Bu proje kapsamında Sanayi Odamız ile birlikte kurumumuzdan 10 adet montör yetişecek ve 15 ay boyunca sürdürülebilir bir eğitim programı olacaktır.

Proje ile üye firmaların ticari kapasitelerinin artırılması, yeni satış kanallarının oluşturulması, Şehrimizin ihracatının artırılması ve ihracat pazarlarının çeşitlendirilmesine katkıda bulunulması hedeflenmektedir.

Projemiz kapsamında, Tekstil Ürünlerinin İmalatı, Ana Metal Sanayii, Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı, Elektrikli Teçhizat İmalatı, Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Teçhizat İmalatı, Mobilya İmalatı Sektörlerindeki 120 üretici KOBİ firmanın ilgili personeli e-ticaret ve e-ihracat konularında kapsamlı eğitimler alacak. Bu sektörlerdeki 20 firma da 4 ay sürecek kapsamlı profesyonel danışmanlık desteğinden faydalanacaktır.

Ticaretin merkezi olan Kayserimizin dijital ticaret kanallarında da hak ettiği yeri alması için proje geliştirmeye ve bu projelerimizi hayata geçirmeye devam edeceğiz. Sürekli yapılan eğitimler ve bilgilendirme toplantıları yanında, Orta Anadolu Kalkınma Ajansı desteği ile başladığımız projemiz ile üyelerimizin E-ticaret ve özellikle E-ihracat konusunda kapasitesinin artırılmasını ni hedefliyoruz.

Türkiye uluslararası e-ticaretin yeni merkezi olabilir

Türkiye bulunduğu stratejik konum itibarıyla, uluslararası E-ticaretin yeni merkezlerinden biri olabilecek büyük bir potansiyele sahiptir. Bu kapsamda hepimiz proaktif bir şekilde işletmelerimizin yönetim ve pazarlama anlayışını revize etmeliyiz. Salgın süresince hepimiz çok olumsuzluklar yaşadık. Sağlık, gıda, hijyen gibi bazı sektörlerin dışında neredeyse tüm alanlarda ticaret yavaşladı, çarklar durma noktasına geldi. Ama bu süreçte E-ticaret hiç durmadı, bilakis E-ticaret hacmi, 7-8 yılda alacağı yolu 1 yıl gibi kısa bir zamanda ulaştı. Geçmişte çağa ayak uyduramayanlar nasıl yok olduysa, hem sektörler hem işverenler hem de çalışanlar olarak bu çağın şartlarına ayak uydurmak zorundayız. Aksi



takdirde çok geride kalır, yarının dünyasında yer alamayız. Her anlamda dikkatli olup fırsatları iyi değerlendirmeliyiz. Üretim süreçlerinde ve sürdürdüğümüz çalışmalarda bilgiyi paylaşarak başarılı olabiliriz. Dijital çağdaki değişime ayak uydurarak, birlik ve beraberlik içerisinde başarılı olacağımıza yürekten inanıyorum. Sizler de kendi markalarınızla ülkenize değer katın, rekabetimize güç katın.

Öte yandan Yeşil ekonomiye kapsamında güncel uygulamaları ve alınması gereken önlemlere biran önce yatırım kararlarınıza dahil edin. Çevre dostu makineler, projeler tercih edin. Yatırım yaparken mutlaka bunları göz önünde bulundurun. Ayrıca dijitalleşmeyi de yeşil ekonomi perspektifi çerçevesinde eş zamanlı olarak süreçlerinize adapte edin. Çünkü geleceğin sektör başarısında dijitalleşme ve yeşil ekonomi önemli bir yer tutacaktır.

Bizlere satırlarında yer ayıran Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Sayın Metin GÜLER başta olmak üzere yönetim kurulu üyelerine teşekkür ediyorum.

Saygı ve selamlarımla.



Esin GÜRAL ARGAT

Kütahya Ticaret ve Sanayi Odası
Yönetim Kurulu Başkanı

“

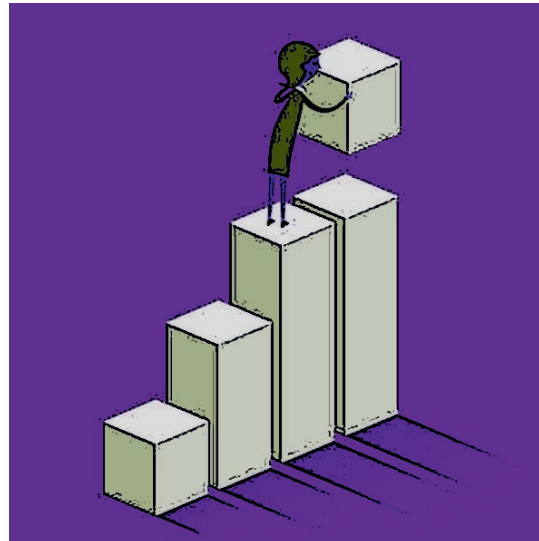
Kütahya'yı pozitif ayrıştıracak unsurları biliyoruz, ancak tüm paydaşların katılımı ile 60 gün içinde önce bir Yıkıcı - Değişim Planı hazırlayacağız ve hemen uygulamaya geçeceğiz. Somut, hesap verebilir ve BM Kalkınma Amaç ve Göstergelerini sürekli dikkate alan adımlar ile süratle ilerleyeceğiz.

”

Türkiye'nin seçimle gelen
ilk kadın TSO başkanı
Esin Gural Argat

**Somut ve hesap verebilir adımlarla
Kütahya'nın potansiyelini açığa
çıkacağız**

96 yıllık Kütahya Ticaret ve Sanayi Odası (KUTSO) tarihinin ve Türkiye'nin seçimle gelen ilk kadın TSO başkanı olan Gürok Yönetim Kurulu Başkan Vekili Esin Gural Argat, görevi süresince gerçekleştirmeyi planladığı hedeflerini açıkladı.



“

Kadınların karar mekanizmalarında daha fazla yer alması ve sosyal hayatın her alanında kadınların güçlendirilmesi çalışmalarına destek sunan Gürok Grup'ta kadın liderlere büyük önem verildiğinin altını çizen Argat şirketin 2015 yılından bu yana Birleşmiş Milletler Kadının Güçlendirilmesi İlkeleri'nin (UN WEPs) imzacısı olduğunu hatırlattı.

”



Ticaret Bakanlığı verilerine bakıldığında Kütahya'nın en güçlü olduğu ihracat alanlarının cam seramik ve toprak ürünleri, demir ve demir dışı metaller olduğunu görüldüğü. TÜİK verilerine göre, Kütahya'da 2021 yılı ihracat rakamlarına baktığımızda porselen, seramik, cam vb. ihracatta yüzde 81,59 payla en çok öne çıkan sektörler. Bu sektörlerde Türkiye genel ihracatında İstanbul ve İzmir'den sonra en çok ihracat Kütahya'dan yapıldığını belirten Argat, "İhracatımızı da bir önceki yıla göre ilk 9 ayda yüzde 26,2 oranında artırdık. Kütahya'yı bu alanda global pazarda bir ihtisas üretim ve planlama şehri haline getirmeyi hedefliyoruz" dedi.

Kütahya'yı pozitif ayrıştıracak unsurları biliyoruz

Kütahya'nın ülke kalkınmasına potansiyelinin altında destek sağladığını belirten Argat şöyle konuştu: "Kütahya'yı pozitif ayrıştıracak unsurları biliyoruz, ancak tüm paydaşların katılımı ile 60 gün içinde önce bir Yıkıcı - Değişim Planı hazırlayacağız ve hemen uygulamaya geçeceğiz. Somut, hesap verebilir ve BM Kalkınma Amaç ve Göstergelerini sürekli dikkate alan adımlar ile süratle ilerleyeceğiz. Kütahya ekonomisi Türkiye kişi başına gelirinin yüzde 70'i kadar gelir üretirken 2020 yılında bu oran yüzde 80'e ulaştı. Bu düzeyi orta vadede (6-7 yıl) Türkiye ortalamasına ve belki üstüne çıkarmak hedefinin peşine paydaşlarımızla beraber düşeceğiz."

Kadın liderler ön planda

Kadınların karar mekanizmalarında daha fazla yer alması ve sosyal hayatın her alanında kadınların güçlendirilmesi çalışmalarına destek sunan Gürok Grup'ta kadın liderlere büyük önem verildiğinin altını çizen Argat şirketin 2015 yılından bu yana Birleşmiş Milletler Kadının Güçlendirilmesi İlkeleri'nin (UN WEPs) imzacısı olduğunu hatırlattı. Gürok bünyesinde



faaliyetlerini sürdüren ve dünyanın en büyük 5. cam üreticisi konumunda olan LAV markasında ise kadın çalışanlarımızın oranı yaklaşık yüzde 50 olması da bu çalışmaların bir sonucu.

Sanayide Kadın Eli projesi ile kadınları desteklemeye Kütahya'dan başladık

Grup olarak kadın çalışan sayısını artırmanın ve karar verici pozisyonlarda kadın istihdamına öncelik vermenin başat hedeflerinden olduğunu belirten Argat şöyle konuştu: "Bu konuda grubumuzda yönetici pozisyonundaki kadın çalışan oranımızın yüzde 32 olduğunu söylemek isterim. Erkek işi olarak görülen birçok pozisyonda kadın çalışanlarımız var. GCA tarafında kadın operatörlerimiz var. Kiremit sektöründe çalışan kadın çalışanlarımız mevcut. Alışılmamış sektörlerde yöneticilerimiz kadın. Yapı firmamızın genel müdürü kadın, otellerimizden birine de kadın genel müdürümüz liderlik yapıyor. Bu bakış açısının tüm Türkiye'ye yayıl-



Sanayide Kadın Eli projesi ile sanayide kadın istihdamını artırmak amaçlanıyor. Proje ile mesleğin cinsiyeti olmadığını, kadınların fırsat eşitliği verildiğinde çalışma hayatının her alanında başarıyla var olabileceğini göstermek hedefleniyor.

masını arzu ediyoruz. Bunun için de 'Sanayide Kadın Eli' projesini iyi bir araç olarak görüyoruz. Kütahya'da pilot olarak başlayan TOBB tarafından yürütülen "Sanayide Kadın Eli" projesi ile sanayide kadın istihdamını artırmak amaçlanıyor. Proje ile mesleğin cinsiyeti olmadığını, kadınların fırsat eşitliği verildiğinde çalışma hayatının her alanında başarıyla var olabileceğini göstermek hedefleniyor. Önümüzdeki dönemde bu ve benzeri projelere desteğimiz sürecektir."





VEHbİ KOÇ
KONGRE MERKEZİ



#MutluluğuKeşfet

Tiyatro, gösteri, konser, stand-up ve iş toplantılarının
yeni merkezi sizi çağırıyor!



www.efkm.com.tr

Eskişehir Fuar Kongre Merkezi ve Vehbi Koç Kongre Merkezi
Eskişehir Ticaret Odası'nın tescilli markalarıdır.



ESKİŞEHİR TİCARET ODASI
CHAMBER OF COMMERCE



Gökhan Can ÇOBANSOY

Eskişehir Ticaret Odası
AB Bilgi Merkezi Koordinatörü

ÇEVRE VE İKLİM İÇİN PEDAL ÇEVİRİYORUZ

Eskişehir Ticaret Odası çatısı altında 2010 yılından beri faaliyetlerini sürdüren AB Bilgi Merkezi, şehrimiz ve hatta çevre iller de dahil olmak üzere Avrupa arasında başta ticari, kültürel ve sosyal ilişkilerin gelişmesi için köprü vazifesi ile faaliyetler yürütmektedir. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun finansal desteği ile düzenlediği organizasyonlar, kültür sanat etkinlikleri, panel ve seminerlerle çiftçilerden, polislere, ilkokul, ortaokul ve lise öğrencilerinden, üniversite öğrencilerine, sanatseverlerden sivil toplum kuruluşlarına kadar toplumun her kesimi için etkinlikler gerçekleştirmiştir.

Ayrıca önemli gün ve haftalarda farkındalık ve bilinçlendirme faaliyetleri de yürütmektedir. Yine her sene olduğu gibi bu sene de "İklim Diplomasi Haftası"nı ilimizde dikkat çeken bir farkındalığa imza atmıştır.



Ekonomik büyümeyi iklim gündemini göz önünde tutarak gerçekleştirmek ve yatırımcılar ile işletmelerin küresel ısınmayı sınırlandıran bir senaryo ile uyumlu faaliyet göstermelerini teşvik etmek için küresel düzeyde ilave reformlara duyulan ihtiyaç, iklim değişikliği ile mücadeleyi uluslararası ekonomi ve ticaret politikalarının merkezine taşımıştır.





Baktığımızda, Avrupa Birliği İklim Diplomasisi Haftası kapsamında gerçekleştirilen kampanya ve etkinliklerle iklim değişikliği ile mücadeleye önemli bölgesel katkılar sağlanmaktadır. Bu kapsamda Avrupa Birliği Bilgi Merkezlerinin yer aldığı 19 ilde; sahil temizleme, konferans, seminer, bisiklet turu, ağaç dikimi gibi etkinlikler gerçekleştirilmiştir.

2020'de insani desteğin yanı sıra yaklaşık 28 milyar dolar destek sağlayarak dünyanın en büyük iklim finansmanı bağışçısı olan Avrupa Birliği'nin, 2022'deki İklim Diplomasisi Haftasında enerji tasarrufu, enerji verimliliği ve yenilenebilir kaynakların hızlandırılması konuları öne çıktığını görmekteyiz.

İklim değişikliğiyle mücadele sürecinde, iklim değişikliğinin, ekonomi, uluslararası ticaret, sağlık, göç, güvenlik gibi diğer küresel sorunlarla bağlantılı olarak ele alınması kaçınılmaz hale gelmiştir. Ekonomik büyümeyi iklim gündemini göz önünde tutarak gerçekleştirmek





ve yatırımcılar ile işletmelerin küresel ısınmayı sınırlandıran bir senaryo ile uyumlu faaliyet göstermelerini teşvik etmek için küresel düzeyde ilave reformlara duyulan ihtiyaç, iklim değişikliği ile mücadeleyi uluslararası ekonomi ve ticaret politikalarının merkezine taşımıştır.¹

AB, 2019 yılında açıkladığı Avrupa Yeşil Mutabakatı ile 2050 yılına kadar küresel ısınmayı yavaşlatmak ve etkilerini azaltmak suretiyle ilk iklim-nötr kıta olma hedefini belirlemiştir. Aynı zamanda ticaret, enerji, ulaşım, sanayi,

finans, inşaat, tarım dahil olmak üzere Avrupa Birliği ekonomisini tekrar şekillendirecek ve yeni bir dönüşümün temellerini teşkil edecektir.

Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) tarafından yeşil ekonomi, birtakım çevresel riskleri ve ekolojik kısıtları azaltırken aynı zamanda toplum refahını da sağlayan ekonomik bir model olarak tanımlanmaktadır.²

7.7 Kilometrelik Parkurda Pedallar Farkındalık için Çevrildi

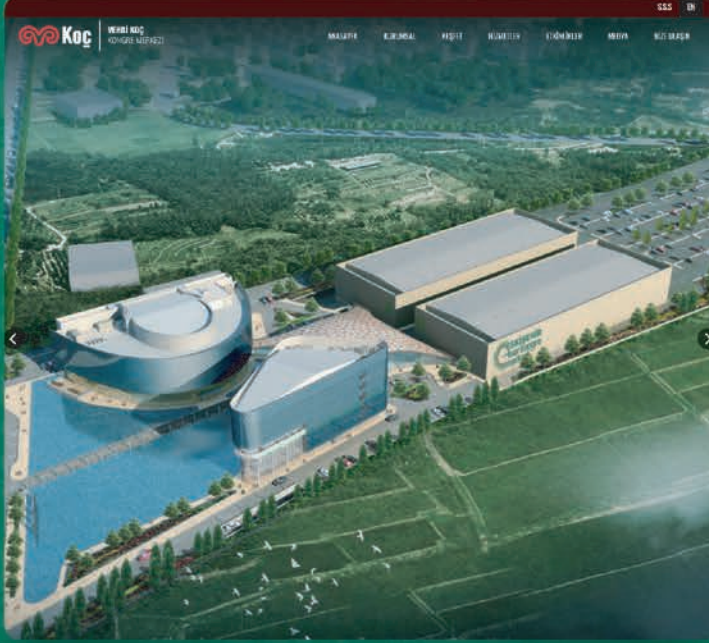
Biz de Eskişehir AB Bilgi Merkezi olarak; bu önemli haftada, Tepebaşı Belediyesi İklim Değişikliği ve Sıfır Atık Müdürlüğü iş birliğinde "Çevre ve İklim İçin Pedal Çeviriyoruz" isimli bisiklet turu düzenledik. Vecihi Hürkuş Havacılık Müzesi ve Teknoloji Parkı önünden başlayıp şehir merkezinin ana caddelerinden oluşan 7,7km'lik parkur tamamlanmıştır. Yaklaşık 300 bisiklet kullanıcısının katıldığı etkinlikte, temiz enerji, iklim değişikliği ile mücadele konularında farkındalık yaratmak için pedallar çevrildi.. Bisiklet turunun başlangıcı Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, Meclis Başkanı Halil İbrahim Ara ve yönetim kurulu üyeleri, Tepebaşı Belediyesi Başkan Yardımcısı Suat Yalınzoğlu tarafından verildi.

¹ Ticaret Bakanlığı Yeşil Mutakabat Eylem Planı 2021
<https://ticaret.gov.tr/data/60f1200013b876eb28421b23/MUTABAKAT%20YE%C5%9E%C4%B0L.pdf>

² BM Çevre Programı, <https://www.unenvironment.org/explore-topics/green-economy/about-green-economy>



BİZDEN HABERİNİZ OLSUN!



www.efkm.com.tr



eskisehirfkm



eskisehirfkm



eskisehirfkm

DOĞA FOTOĞRAFÇILIĞI



Lokman CAN

Eskişehir Ticaret Odası
Meclis Üyesi

“

Safari ve doğa fotoğrafçılığına uygun olmayan ekipmanlarım ile bile güzel kareler yakalamak, yakalamanın da ötesinde o anlara şahitlik etmek gerçekten de bu uğraşın bana göre olduğunun sinyallerini vermişti.

”

Gençlik yıllarında fotoğraf makineleri karşısında bir türlü gülümseyemeyen, sürekli asık ve sert ifadelerle poz veren ben şimdi doğadaki canlıların fotoğraflarda bana özel pozlar vermeleri için gayret ediyorum. Aslında yazıya kendimden bir özeleştirisi ile başladım. Düşünsenize en özel anlarınızı ölümsüzleştirmek için kamera karşısındasınız ve o heyecanı objektife yansıtamıyorsunuz. Aslında en neşeli haliniz olması gereken doğum günü fotoğrafına bakan kişi sizin zorla orada olduğunuzu düşünüyor. Bu özeleştirmeden hareketle aslında fotoğraf çeken kişinin işinin ne kadar da zor olduğuna dikkat çekmek istiyorum. Doğal yaşamda canlıları en doğal halleri ile çekmek oldukça zor ve zahmetli bir iş. Çekilen her kare o ana dair ipuçları ve yaşamsal döngüde bir bilgi içerir. Bir mesleki kongre için gittiğim Afrika'da safari turu ile başlayan yaban hayat fotoğraf tutkum zaman içerisinde merak ve öğrenme arzusu ile hobiye dönüştü. Safari ve doğa fotoğrafçılığına uygun olmayan ekipmanlarım ile bile güzel kareler yakalamak, yakalamanın da ötesinde o anlara şahitlik etmek gerçekten de bu uğraşın bana göre olduğunun sinyallerini vermişti. Böylelikle ilk işim bu konuda fotoğraf makinesi ve telelens almak oldu. Hem huzur bulmak hem de biyolojik çeşitliliğin içinde yer alarak o anlara şahit olmak ve görüntülemek doğasever birisi için çok keyiflidir. Sabahın erken saatlerinde başlayan ve bazen saatlerce kıpırdamadan farklı iklim şartlarında bir canlının fotoğraf karelerini çekmek, sonrasında heyecan ile eve gelip bu anları tekrar yaşamak ve sosyal medyadan takipçilerle paylaşmak bizleri fazlasıyla mutlu eder.

Tabii bu güzel kareleri çekerken bulunduğumuz ortamda misafir olduğumuzu, o ortamın canlılara ait olduğunu unutmamak gerekir.



Farkında olmadan fotoğrafçılığın ve o anlara şahit olmanın heyecanı ile canlı dostlarımızı ürkütmüş, ortamından uzaklaştırmış olabiliriz. Çok zor şartlarda üremek, barınmak ya da besin ihtiyaçlarını karşılamak için o bölgede bulunan canlıyı oradan kaçırmak doğal yaşam döngüsüne zarar vermekle kalmaz aynı zamanda doğanın dengesini bozar. En muhteşem fotoğraf kareleri bir canlının doğal akışına müdahale etmekten daha önemli olamaz. Her işin olduğu gibi doğal yaşam fotoğrafçılığının da etik kuralları vardır.

Koşullar ne olursa olsun, fotoğrafçı önce canlıları ve doğal çevreyi, sonra da fotoğrafçılığını korumalıdır. Fotoğrafçı, doğal ortamda meydana gelen hiçbir doğal olay müdahale etmemelidir. Doğanın bir dengesi olduğunu asla unutmamalıdır. Fotoğraf çekmek; fiziksel zarar, avlanma, kaygı veya üreme bozukluğu tehdidi ne maruz bırakacaksa yaban hayatı fotoğrafı çekilmemelidir. Doğal yaşam, fotoğrafçılık amacıyla hiçbir şekilde manipüle edilmemeli veya ele alınmamalıdır; kesinlikle gerekliyse, bunun



Doğal yaşam, fotoğrafçılık amacıyla hiçbir şekilde manipüle edilmemeli veya ele alınmamalıdır; kesinlikle gerekliyse, bunun için eğitimli bir uzman bulunmalıdır. Fotoğraf çekimi yaparken yaban hayatı ve çevrelerinizi olabildiğince az rahatsız etmelisiniz.



için eğitimli bir uzman bulunmalıdır. Fotoğraf çekimi yaparken yaban hayatı ve çevrelerinizi olabildiğince az rahatsız etmelisiniz. Çekimden önce, çekim sırasında ve hatta çekimden sonra meydana gelebilecek rahatsızlıkları en aza indirmek için her türlü çabayı göstermeli ve bunun için gerekli önlemleri almalısınız. Özellikle küçük memelileri çekerken doğrudan flaş kullanmaktan kaçınılması önerilir. Yapay bir ışık kaynağı kullanıyorsanız, onu canlılardan mümkün olduğunca uzak tutun, bazı canlıların ışığa ekstra duyarlı olabileceğini asla unutmayın. Doğal yaşam fotoğrafçısı flora ve fauna, doğal tarih ve jeoloji ve zooloji gibi ilgili konular hakkında bilgi sahibi olmalıdır. En azından, fotoğraf çektiği hayvanlar hakkında çalışma yapabilme bilgisine ihtiyaç duymalıdır. İçinde bulunduğunuz ortam hakkında bilgi sahibi olmadan çekim yapmak hem sizin hem de karşılaştığınız vahşi yaşam için tehlikeli olabilir. Yaygın veya nadir, endemik veya göçmen, tüm hayvanlar ve flora eşit

Doğal yaşam fotoğrafçısı flora ve fauna, doğal tarih ve jeoloji ve zooloji gibi ilgili konular hakkında bilgi sahibi olmalıdır.

haklara sahiptir. Nadir türleri çekmek için ortak alanı kullanan türleri rahatsız etmek kabul edilemez.

Fotoğrafçı, alana çıkmadan önce bulundukları ülkenin doğal yaşamı ve doğasıyla ilgili kuralları ve düzenlemeleri baştan öğrenmeli ve anlamalıdır. Bu kurallara uygun hareket etmeli ve aynı zamanda ilgili devlet makamları tarafından (örneğin doğa koruma ve milli parklar çalışanları gibi) sunulan tüm yönergelere ve tavsiyelere uymalıdır. Belirli bir yerde çekim yapmaya hazırlanırken, fotoğrafçı orada çekim yapmak için izin gerekip gerekmediğini kontrol etmeli ve gerekirse ilgili makamdan izin almalıdır. Bu, özellikle özel mülkte çekim yapmak istiyorsanız geçerlidir. Arazideyken diğer insanların doğal yaşam odaklı çalışmalarını rahatsız etmemeye dikkat edin. Çektiğiniz alanda araştırma çalışmaları veya koruma faaliyetleri varsa, bu projelere dikkat edin. Bulunduğunuz alanda başka fotoğrafçılar da çekim yapıyorsa, görüş alanlarının farkında olun. Bir grupta fotoğraf çekerken, çekimlerinizi dikkatli bir

şekilde seçerek ve gerektiğinde diğer fotoğrafçılarınza yer açarak yarattığınız rahatsızlığı en aza indirin. Bir fotoğraf uğruna yaban hayatını veya çevresini manipüle etmek uygun değildir. Kabul edilemeyen bazı örnekler aşağıdadır:

- *Yapay yağmur oluşturmak için su püskürtme.*
- *Nesneleri doğal olmayan pozlara zorlamak.*
- *Hareketi durdurmak için nesneleri yapıştırma veya kısıtlama.*
- *Nesneleri yakalama veya sınırlama.*
- *Fotoğraf uğruna canlıları besleme.*

Hayvanların yemlerle çekilmesi tavsiye edilmez, canlı yemlerin kullanılması uygun değildir ve hayvanları beslemek de uygun değildir. Bunun doğal besin dengesi ve vahşi yaşamın besin zincirinin bozulmasına sebep olacağını asla unutmayın. Kamuflej desenli kıyafetler, fotoğrafçıların varlığından kaynaklanan görsel dikkat dağınıklığını azaltmanın bir aracı olarak sahada ciddi önem taşır. Fotoğrafçı çekim yaparken çevrelerindeki doğal yaşam alanlarına zarar vermemeli veya rahatsız etmemelidir. Ortam, ayrıldığınızda geldiğiniz gibi aynı şekilde görünmelidir. Bir kuş yuvasının etrafındaki dalları çıkarmak gibi küçük eylemler bile bir hayvanın yaşam alanı için yıkıcı olabilir. Bilmediğiniz bir yerde çekim yapıyorsanız, bölgeyi iyi bilen bir rehber getirmeniz önerilir. Çevre hakkında kapsamlı bilgi sahibi olmak kendi güvenliğiniz ve karşılaştığınız bitki ve hayvanlar için faydalıdır. Vahşi bir hayvana yaklaşmak büyük bir dikkatle yapılmalı ve sadece söz konusu hayvanın davranışı hakkında iyi bilgiye sahip olanlar tarafından yapılmalıdır. Yakın çekim yapmak, yakın kareler almak güzel; ancak vahşi yaşam için sıkıntıya neden oluyorsa bunu asla yapmayın. Çektiğiniz hayvana yaklaşmanın güvenli ve uygun olup olmadığını araştırdığınızdan emin olun. Telefoto lensler bu işler için herhangi bir doğal yaşam fotoğrafçısı için yararlı bir yatırım olacaktır. Vahşi hayvanları fotoğraflarken fotoğraf çekmeye çalışmaktan kaçının. Bu özçekim yapamayacağınız anlamına geliyor demektir. Cazip olabilir, ancak



çektiğiniz hayvanları bozabilir veya alarm verebilir. Bir hayvan tehlikede veya kaçak avlanma hedefi olarak biliniyorsa, fotoğraflarını yayınlamanın olumsuz sonuçları olabilir. Eğer kaçak avcılık bir endişe ise bu bilgiyi kaçak avcılara vermekten kaçınmak için görüntünün ne zaman ve nerede çekildiğini paylaşmaktan kaçınmanızı tavsiye ederiz. Nesli tükenmekte olan hayvanlar söz konusu olduğunda, fotoğraf paylaşmanın hayvanı ve yaşam alanını daha fazla tehlikeye sokup bozmayacağına daima dikkat edin. Fotoğraftan EXIF verilerini kaldırıp, GPS koordinatlarını kesinlikle paylaşmayınız.

Yoğun iş hayatı ve çevresel faktörlerin yarattığı streslerden uzaklaşmak, doğada diğer canlılar ile vakit geçirmek ve şahit olduğunuz bu güzel anları sosyal mecralarda paylaşmak bu işin en keyifli tarafı. Yaptığımız paylaşım, gösteri ve sunumlarla insanımızı bilinçlendirmek, doğa ve doğadaki canlılar hakkında farkındalık yaratmak, onların hak ettikleri saygıyı görmelerini sağlamak ise doğadaki dostlarımızın fotoğraf kadrasına verdikleri pozların bedeli olarak onlara dönmelidir. Birlikte yaşadığımız dünyamızda her canlının hak ettiği değeri görmesi dileğiyle.

Hoşça kalın.

ESKİŞEHİR MUTFAĞI



Ferit OKTAŞ

Gastronomi Yazarı

“

Eskişehir mutfağı denildiği zaman; Eskişehir’de manav diye tabir edilen yerli halkının mutfağından oluşan “Odunpazarı Mutfağı”, “Kırım ve Tatar Mutfağı” ve Balkan etkilerinin bariz görüldüğü “Muhacir Mutfağı” akla ilk gelenlerdir.

”

Eskişehir’in binlerce yıllık tarih sürecine baktığında birçok uygarlığa ev sahipliği yaptığı görülür. Ayrıca önemli tarihi olayların yaşandığı bir bölgede yer almıştır bu şehir. Önce Frig ve Bizans sonra Selçuklu daha sonra Osmanlı imparatorluğunun kuruluş makamı olarak yemek kültürü bakımında da ilginç bir beldedir... Eskişehir, farklı etnik kültürlerin buluştuğu bir bölge olması nedeniyle de kendi mutfağı bu kültür zenginliğinden nasibini fazlasıyla almış.

Eskişehir mutfağı denildiği zaman;

Eskişehir’de manav diye tabir edilen yerli halkının mutfağından oluşan “Odunpazarı Mutfağı”, “Kırım ve Tatar Mutfağı” ve Balkan etkilerinin bariz görüldüğü “Muhacir Mutfağı” akla ilk gelenlerdir. Kuşkusuz Odunpazarı veya manav mutfağı, gelen göçlerden ve farklı diğer mutfaqlardan da etkilenmiştir.

Bölgede Manav, Türkmen ve Yörük yemekleri muhakkak ki çok benzer. Manav mutfağının temelinde başta un olmak üzere bulgur, göçe/yarma ve makarna olarak çeşitlendirilen daha çok tahıl ürünlerinin olduğu görülür. Hamur işi yemeklerini sebze yemekleri takip eder. Haşhaş yağı börek, çörek ve gözlemelere de bolca kullanılır. Haşhaş yağının yanı sıra susam yağı, kuyruk yağı ve tereyağı da geleneksel yemeklerde sıkça kullanılmaktadır.

Kentleşme ile birlikte kullanımı arttığı ileri sürülen pirinç ise, bulgurun yerini alarak yaygınlaşmış. Bunu tüketimde fasulye, barbunya ve nohut izliyor. Sebze olarak ise; ağırlıklı olarak kişilere ait küçük bahçelerde yetişen domates, taze fasulye, patlıcan, biber, patates, beyaz lahana/kelem, pırasa, kabak gibi sebzelerin tüketildiği görülür.

Başta yoğurt olmak üzere peynir, çökelek ve tereyağı gibi süt ürünleri de çokça tüketilmektedir. İlçelerde ise; özellikle Seyitgazi ve Sivri-



hisar'ın kendine has nitelikler taşıdığı görülür. Ancak ilçe içinde kendi etnik özellikleri daha baskın olan muhacir grupların yemek kültürlerinin ilçe kültürleriyle uyumlu olmadığı da anlaşılıyor. Sivrihisar'a ait olan her özel günde ve önemli sayılan misafirler ağırladığında yapılan etli kuru bamya çorbası, su böreği ve muska baklavası sıkça yapılır.

Seyitgazi ilçesinde ise ağız açık ve bükme böreği, göçe tarhanası (komşu il Afyon'dan etki- leşecek) özel günlerde bolca tüketilir. Bazı et- nik toplulukların yemek kültürlerinin birleştiği noktalar da olduğu görülmüştür. Özellikle Tar- tar ve Muhacir yemekleri ile Abaza ve Çerkes yemekleri arasında benzerliklerde oluyor.

Bununla ilgili örnekler ise;



Eskişehir ve yöresinde, yemek kültürü içinde toyga çorbası, yaprak sarması, su böreği ve ev baklavası bayramlarda vazgeçilmez yiyeceklerin başında gelir.

Kuskus (ortak ad),-saraylı/kıvırma (Tatar)-kır- ma (Muhacir)-kirde (Tatar)- dızmana (Muhacir) vb. Ayrıca Tatarlar (saraylı)-Muhacirler (kırma)- Boşnaklar pita dedikleri börekleri ünlüdür. Börek yapılacak yufka" yellendirilerek kurutulur. Daha sonra bez üstünde serpilip kısa süre nemi alın- dıktan veya kurutulduktan sonra börek için kul- lanılıyor.

Eskişehir ve yöresinde, yemek kültürü içinde toyga çorbası, yaprak sarması, su böreği ve ev baklavası bayramlarda vazgeçilmez yiyeceklerin başında gelir. Eskişehir'in yeme-içme kültüründe göçle gelen toplulukların etkisiyle zaman içinde farklı gelişmelerde kendini göstermiştir. Yeme-iç- me kültüründe yeni değişimlerle veya eskilerin yeniden biçimlenmesiyle beslenme konusunda hızlı gelişmelere bu şehir de tanık olacağız.



ŞİRİNLER VEHBİ KOÇ KONGRE MERKEZİ'NDE



Vehbi Koç Kongre Merkezi, minik izleyicilerini Şirinler çocuk oyunuyla buluşturdu. Yediden yetmişe herkesin yakından bildiği ve yıllara meydan okuyan çizgi filmin karakterleri ço-

cuk izleyicilere keyifli anlar yaşattı. Minik izleyiciler, interaktif tiyatro oyununda parti hazırlığında olan Şirinler'in ortadan kaybolan Şirin Baba'yı bulmak için gösterdiği mücadeleye ortak oldu.

KELOĞLAN MASALI MİNİK İZLEYİCİLERLE BULUŞTU

Vehbi Koç Kongre Merkezi'ne konuk olan Keloğlan Masalı minik izleyicilere keyifli anlar yaşattı. Tek perde süren tiyatro oyununda minik izleyiciler Keloğlan'ın eşeğini kaçıranlarla girdiği mücadeleyi kazanmasına destek verdi.



BARIŞ ÖZAYDEMİR İÇİN ANMA GECESİ DÜZENLENDİ

Vehbi Koç Kongre Merkezi'nde "Barış Y. Özaydemir'i anma programı" ve "Kılıçoğlu 95.Yıl Özel Gösterisi" etkinliği gerçekleştirildi. Sunay Akın ve Metin Uca'nın konuk olduğu anma gecesinde genç yaşta hayatını kaybeden Barış Y. Özaydemir anıldı. Anma töreninin açılışında konuşan Savaş M. Özaydemir, oğlu Barış Y.

Özaydemir'in sosyal, arkadaş canlısı ve neşeli biri olduğunu ve toplum yararı için çok fazla sayıdaki proje için çaba gösterdiğini söyledi. Barış Y. Özaydemir için yapılan konuşmaların ardından, "Geleceği Kurmak-Barış Özaydemir" adlı film ve Kılıçoğlu'nun 95. Yılı için hazırlanan özel gösteri sergilendi.



ÖZGÜRLÜK, MACERA VE TUTKU dolu bir yaşam biçimi; **KARAVAN...**

Erhan BULUT

Beden Eğitimi Öğretmeni

Seyahat etmenin ve özgür olmanın en güzel hallerinden biri şüphesiz karavanla yapılan tatillerdir. Sahip olanlar için yaşam motivasyonu ve bir aşk olan karavan, diğerleri için ise güzel ve büyük bir hayaldir.

Kızılderililerin, çingenelerin ve sirk çalışanlarının yolculuk yaparken bazı ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla başlayan, günümüzün teknolojisi ile artık her türlü konforu sunabilen karavanlara ulaşma hayalinin tavan yaptığı zamanlardayız. Tüm dünyayı etkisi altına alan ve insanları birbirinden uzaklaştıran Covid-19 virüsü ve ardından gelen sosyal mesafeyi koruma zorunluluğundan doğan sıkıntıların, tatil ihtiyaçlarında karavanlara yönelmeyi üst seviyelere taşıdığı günleri yakın zamanda yaşadık ve yaşıyoruz.

Güvenli bir şekilde konaklayarak, temel ihtiyaçlarınızın karşılandığı, dilediğiniz yerlerde

kamp yapıp doğal hayatın bir parçası olurken, ruhunuzu ve zihninizi dinlendiren, zorluklar karşısında pratik çözümler yaratırken az ile yetinmeyi öğreten bir deneyim tatiline kim hayır diyebilir? Bunu karavan ile yapmak ise vazgeçilemeyecek bir alışkanlık yaratır. Seyahat etmenin ve özgür olmanın en güzel hallerinden biri şüphesiz karavanla yapılan tatillerdir. Sahip olanlar için yaşam motivasyonu ve bir aşk olan karavan, diğerleri için ise güzel ve büyük bir hayaldir.

Sahip olanlara diyecek hiçbir lafımız yokken, güzel ve büyük hayalleri olanlara bazı tavsiyelerimiz olacak. Öncelikle akla takılan ilk soru; motokaravan mı, çekme karavan mı? İşte bu sorunun cevabını bilen tek bir uzman var; O da sizsiniz! Tatil amacınız nedir, nasıl bir tatilden hoşlanırsınız, kaç kişi tatil yapacaksınız, rotalarınız genelde nasıldır? İşte bu soruların cevabı sizi karavanınıza bir adım daha yaklaştıracaktır. Şartlar ve ekonomik unsurları da yabana atmamak lazım tabii ki. Ama şu da bir gerçek ki bugün çoğumuzun bindiği arabayı satarak bir karavana ulaşması çok zor değil, abartıldığı kadar pahalı değil karavanlar. Motokaravanlar ile çekme karavanlar, aslında donanım olarak birbirine yakın unsurları size sunarken, yolculuk konforu olarak farklılıkları beraberinde getirirler. Çekme karavanla yolculuk yapmak daha temkinli olmayı gerektirir. Ayrıca, öncesinde römorklu araç kullanmayanlar için, özellikle geri manevralarda sıkıntılar yaşanabilir. Birçok kampımda, manevra yapamayacağı yerlerde çekme karavanını sökerek elle çevirmesine yardımcı olduğum karavancı çoktur. Fakat tatil anlayışından ötürü, karavanı yani evi bir yerde sabit dururken, çevredeki koyuları, tarihi ve güzellikleri arabasıyla rahat rahat gezmek isteyenlerin tercihi de saygı duyuyorum. Çekme karavancıların; ekmek, su, market gibi ihtiyaçlarını, kurulu düzenlerini bozmadan rahatlıkla giderebilmelelerine karşılık motokaravancıların da yanlarında taşıdıkları bisiklet ya da motosiklet ile bu sorunu çözmeleri mümkündür.





Gelelim bir karavana sahip olma yollarına; eğer gerekli bilgi ve beceriye sahip iseniz ikinci el bir karavan almak yerine kendi karavanınızı yapmak daha mantıklı görünmektedir. Bu yolla edinilen bir karavanda, arıza riski daha az iken neyin nerede olduğunu bilmek büyük avantaj sağlayacaktır. Ayrıca, istemediğiniz veya ihtiyaç duymayacağınız donanımlara da fazladan para vermek zorunda kalmazsınız. Birinci ve üçüncü karavanını da kendisi yapan, yedi yıllık bir karavancı olarak şunu özellikle belirtmek isterim, gerçekten fazla mesai yapmanız gereken bir durumla karşı karşıyasınız! Eski ve tecrübeli karavancıların beni onaylayacağından şüphe duymayarak, boş zamanlarımda yapar altı ayda bitiririm yalanına kendinizi kaptırırsanız iki yıl sonraki yazı belki bitirirsiniz. Yardım alacağınız, ki şüphesiz olacaktır, arkadaş, dost, usta ve tamircinizle bile ilişkilerinizi zorlayacağınız anlar yaşarsınız. Bu iş eve bir dolap yaptırmaya benzemez. Hatta ilk karavanımda beş kez tekrar yapmak zorunda kaldığımız durumlarla bile boğuşmuştuk. “Şunu şuraya koyalım” deyip, elimizin, kolumuzun, başımızın çarptığı şeyler kendine çok yer aramıştır. Planlı ve programlı olmak sizi birçok dertten kurtaracaktır. Kağıt üzerinde çok mesai harcamanızı tavsiye ederim. Listeler ve çizimler yapın, yaptırın, gerekirse araç içinde kartondan maketlerle canlandırmalar yaratın. Bu, beş kez yaptırmaktan daha iyi ve ucuz olacaktır. Önceliğin ısı, ses ve sıvı yalıtımı olduğunu unutmadan, sonrasında da iyi bir planlama ile elektrik ve su tesisatına sırayı vererek kolları sıvayın.

Yeterli imkânı olanlar için, bir firma tarafından yapılmış ya da yaptıracağınız bir karavanı almak güzel olabilir. Ama çok iyi araştırarak, işinin arkasında duran, hatta ömür boyu garanti verebilen, işinde isim yapmış ve tecrübeli, size sabit paketler sunmayarak sadece ihtiyaçlarınıza yönelik ama opsiyonel çalışabilen firmaları tercih etmeniz ileride huzurlu tatiller yaşamamanızın garantisi olacaktır. Çekme karavan alacak olanlarda ise 750 kg altı olacak ise 01 Belgeli, 750 kg üstü olanlarda ise 02 Belgeli olmasının zorunlu olduğunu hatırlatmak isterim. Bu belgeler bazı standartları temsil edip trafikte sorun yaşamamanız anlamına gelmektedir.

Karavanını kendisi yapacakların izleyecekleri yola dönecek olursak, karavanınız artık şekillenmeye başladığında işi bu olan bir mühendisle çalışarak karavanınızı projelendirmeniz gerekecek. Çizilen proje 3,5 ton sınırını ve 8+1 koltuk sayısını aşmamak şartı ile, TSE'den alınacak “Projeye Uygun” belgesiyle, araç muayenesi olsa dahi tekrar araç muayenesi yaptırmanız gerekiyor. Eğer bir sorun yok ise, ki TÜVTÜRK karavanın iç donanımıyla ilgilenmeyip sadece normal standart araç muayenesini yapıyor ve size yeni M1 sınıfı, yani karavan (Özel Amaçlı Taşıt) ruhsatınızı vererek o muhtemelen dünyanın kapılarını açıyor...

Artık kendimize uygun bir karavanımız var. Nerede ve nasıl kamp yapacağız? Kış tatili mi, yaz tatili mi? Dağ, orman ya da yaylada mı? Deniz,



göl ya da akarsu kenarı mı? Her ne kadar tercih sizin olsa da, bir planınız olsa da uymayacağı-
nız zamanlar olacaktır. Hani özgürüz ya... Siz
siz olun, gideceğiniz yerlerin önceden bir araş-
tırmasını yapın! Nereelerde konaklayabilir, ne
yiyebilirsiniz? O kadar yol gitmişken dünya
gözüyle görmeniz gereken yerlerin listesi de
önceden mutlaka hazırlanmalı. Kadınlar bu
konuda sanki biraz daha başarılı. En azından
bizim evde öyle. Zaten biz erkeklerin karava-
nın birçok işiyle ve hazırlanmasıyla uğraşırken
eşiyle iş bölümü yapmasında fayda var. Bu ara-
da bana danışan birçok insana ilk sorduğum
soru evli mi bekar mı olduğudur. Bekarlarda
sıkıntı yokken evli olanların eşinin ona ne ka-
dar uyum sağlayacağı bence önemli bir ayrıntı-
dır. Yani börtü böcek korkusu olan ya da dar
alanlarda kendisini rahat hissetmeyecek olan
bir eş ya da çocukla maalesef bu iş zor dostlar.
Böyle şüpheleri olanlara tavsiyem ise çok uzun
olmayacak ve karavan kiralama yoluyla ya-
pılacak bir deneme kampı, yol yakırken size
dönme şansı verecektir. Sonuçta bu hayat her-
kese göre olmayabilir.

Karavan kamp alanlarına gelecek olursak, bu
alanlar genellikle karavancılardan bir eksikliğini
kapatmak amacıyla oluşturulmuş alanlardır.
Örneğin elektriği olmayan bir karavana elektrik
sağlamak, buzdolabı olmayana buzdolabı kira-
lamak, güvenlik ihtiyacı hissedenlere güvenli
bir ortam, duş, tuvalet, mutfak sunmak gibi...
İlk başlarda, acemi olanlar, konaklayacak yer
bilmeyen ya da bulamayanlar buraları tercih

edebilirler tabii. Benimde başıma gelmedi değil;
akşam vakti, yol yorgunu ve çaresiz kaldığımda
konaklamışlığım veya ücretli otaparkta kalmak
zorunda olduğum olmuştur. İhtiyaçlarıma kar-
şılık verecek bir karavanım varken kamp alan-
larına para ödemek fikri psikolojik olarak beni
biraz rahatsız etmektedir, tercih meselesi...

Özellikle ilk başlarda kamp öncesi ihtiyaç lis-
tesi yapmanın faydaları tartışılmaz. Depoların
durumu, hortum, alet çantası, ilaç çantası,
uzatma kablosu, çeki halatı, güneş enerjisi ile
dolabilen fener ve lambalar, size özel şeyler
olacaktır. Önceleri lazım olur belki diye aldığınız
birçok şeyi zamanla eleyeceksiniz zaten.

Önümüzde daha kaç yaz, kaç kış var göreceği-
miz, bunu kimse bilemez ama yıllarca otellere
iyi paralar harcayarak yaptığımız kısa zamanlı
tatillerden sonra, çok daha ucuza, daha uzun
ve her şeyden önemlisi ailecek çok güzel anılar
ve dostlar biriktirerek yaşadığımız tatiller hep
damağımızda güzel tatlar bırakmıştır.

Son bir tavsiye ile sözlerime son vermek istiyorum:
Denizi sağımıza alarak yaptığımız yolcu-
luklarda, hiçbir patikayı kaçırmayız. Karavanla
inebiliyorsak hemen direksiyonu kırar ya da
şüphelerimiz varsa karavanı uygun bir yere park
eder, yürüyerek o kötü patikanın nereye çıktığını
buluruz. Çoğu zaman bu bize bir cennet parçası-
nı kazanma şansı vermiştir. Bir Karavancı atasö-
zü der ki: "Kötü yollar iyi yerlere çıkar!"

NEDİR BU ARABULUCULUK?



Av. İnci YILDIRIM BALCI

Eskişehir Ticaret Odası
Hukuk Danışmanı

“

Arabuluculuk hangi bir mahkeme yahut hâkimin müdahalesi olmadan, yargılamaya konu edilmeden taraflar arasında doğan hukuk uyuşmazlıklarında anlaşmanın sağlanmasıdır. İletişim yoluyla sorunların çözülmesini, dostane bir geleceğin yaratılmasını amaçlamaktadır.

”

2012 yılından itibaren kanunen uygulanmakta olan ancak 01.01.2018 yılında 7036 sayılı kanun ile işçi – işveren uyuşmazlıklarında dava açılmasından önce, arabuluculuğa başvurma zorunluluğu gelmesi ile uygulaması artan arabuluculuk sistemi, daha sonra ticari ve tüketici davalarına da dava şartı zorunluluğunun gelmesi ile hayatımızda yerini bulmuş ve arttırarak devam ettirmektedir.

Arabuluculuk adından da anlaşıldığı üzere her hangi bir mahkeme yahut hâkimin müdahalesi olmadan, yargılamaya konu edilmeden taraflar arasında doğan hukuk uyuşmazlıklarında anlaşmanın sağlanmasıdır. İletişim yoluyla sorunların çözülmesini, dostane bir geleceğin yaratılmasını amaçlamaktadır. Arabuluculuk taraflara uzlaşmaları halinde neler kazanacağını, çekişmenin devam etmesi halinde neler kaybedeceğini hususlarında sorgulama yapılmasını,



çözümlerin sağlanmasında gerçeklik testi yapılmasını öğütler. Varsayımsal yaklaşımlar ile arabuluculuk süreci yönetilemez ve uzlaşmazlıklar çözülmez. Çoğu zaman arabuluculuk sürecinde kazanılan bakış açısı ve tecrübe sayesinde gelecekteki farklı uyumsuzlukların yaşanmasının önüne geçilir.

Mahkemelere tabi zorunlu haller dışında kişilerin sorumluluk alarak çözüm üretmeyi başarması; sorun için zaman, para, zihin ve mesai harcanması yerine devam eden iş hayatına odaklanmayı sağlayacak, sorunların çözülmesinin getirdiği huzurla kişisel hayatını daha keyifli hale getirecek ve toplumda çözüm üretici olarak saygıdeğer ve örnek alınacak kişi konumuna getirecektir.

Uzlaş bir kültürdür ve yüceltilmesi gerekmektedir. Barışçıl toplumlar adaletin ve menfaatin çok daha etkin korunmasını sağlamaktadır. Osmanlı devleti zamanında



ahilik teşkilatında uygulanan sistem arabuluculuk mevzuatı ile geliştirilmiş ve kanunlarca korunarak hukuki bir zemine oturtulmuştur. Özümüzde bulunan barışçıl yaklaşımların yeniden kazanılması, çoğaltılması, geliştirilerek değiştirilmesi sadece bireysel değil toplumsal sonuçlar doğuracaktır.

Ülkemizin, yabancı devletlerin uzlaşmazlıklarında arabuluculuk yapması hatta Türkiye'nin sözleşmeler kapsamında arabulucu olarak seçilmesi bu konuya ne kadar önem verdiğini ve başarısını ortaya koymaktadır. İster işçi-işveren, ister ticari uyuşmazlıklar, tüketici sorunları yahut miras hukuku hatta aile bireyleri arasında doğan çatışmaların yargı yoluna başvurmadan insani değerlerle yorumlanarak çözülmesi kişinin kendinden farklı durumda olanlara saygı duymasını ve buna bağlı olarak toplumun gelişmesini sağlamaktadır.

İş hayatında uzlaşmazlık yaşanması işin olağan getirisidir. Uyuşmazlıklar sayesinde tecrübeler kazanılır. Yeni

yönetim teknikleri geliştirilir. Arabuluculuk anlaşmazlık çıkmasının önlenmesini değil, uzlaşmazlıkların yıkıcı olarak değil yapıcı olarak kullanılması ihtimali değerlendirir.

Adalet Bakanlığı'nın düzenlediği arabulucular siciline kayıtlı hukukçu arabulucunun taraflar arasındaki hukuk uzlaşmazlıklarını çözmesine yardımcı olduğu bu yöntem, hukuk sistemimizde özellikle desteklenmektedir. Yıllarca sonuçlanmayan davaların yarattığı olumsuz etkilerden etkilenen tarafların birkaç ay hatta birkaç hafta gibi kısa bir süre içerisinde sorunlarını çözmesi, ekonomik taleplerine bir an önce kavuşmasını sağlanması, adli yargılama harç ve masraflarına katlanma zorunluluğu olunmadığı için daha ucuz maliyetlere çözülmesi elbette ki en arzulanandır.

Arabuluculukta anlaşmakta zorlanan en az iki kişi bulunduğundan taleplerine aynen kavuşması her zaman mümkün olmayabilir. Zaman zaman karşılıklı taleplerden bir kısım feragat edilmesi gerektiği kabul edilmesi bir gereken bir gerçektir. Ancak arabuluculuğa

konu uyuşmazlıklar sadece alacak-verecek konuları ile sınırlı olmadığı gibi bazen tarafların bu talepleri karşılayacak gücü de bulunmayabilir. Çoğu davanın temelinde kazanma arzusu yahut farklı duyguların tatmin edilme arzusu vardır. Hukuk sistemimiz arabuluculuk süreci sonunda somut bir anlaşma olmasa dahi tarafların birbirini anlamasının sağlanmasını başarı kabul etmektedir. Zira yukarı da değinildiği gibi amaç mahkemelerin yükünü azaltmak değil hızlı, etkin, ucuz bir şekilde dostane çözümlerin bulunması ve barışçıl toplum değerlerinin geliştirilmesini sağlamaktır.

Arabulucuk belli kurallara tabi olarak yürütülmelidir. Literatürde en çok bahsi geçen ilkesi gönüllü/iradi olma ilkesidir. Tarafların arabuluculuk çözüm yoluna gitmeyi kabul etmekte, sonuçlandırmakta tamamen tarafların kendi iradesine kalmıştır. Kimse arabuluculuk sürecine katılmaya zorlanamayacağı gibi sonuçlandırmaya da zorlanamaz. Arabulucunun kendisi dahi kendi önerisini taraflara dikte edemez, kabule zorlayamaz. Her halükarda taraflara eşit şekilde yaklaşılır ve süreç tarafsız şekilde yönetilir.

Arabuluculuk sürecinde gizlilik kuralı esastır. Süreçe taraflar, avukatları, kanuni temsilcileri veya ihtiyaç halinde danışmanlığına başvuru uzmanlar dışında kimse katılamaz. Toplantılarda konuşulan her türlü beyan ve sunulan belge katılanlar dışında kimse ile paylaşılmaz. Bu kural katılanlarının tamamını bağlar. Böylelikle tarafları iş dünyasındaki pozisyonları, gizli kalmasını

istediği bilgiler ve sırlarının korunması açısından 3. kişilere karşı korur. Özellikle ticari sırlarını, markalarını korumak isteyen yahut aleni olması halinde arabuluculuk öncesinden daha elverişsiz konuma düşecek taraflar gizlilik ilkesinden faydalanarak uyuşmazlıklarını çözmektedir.

Arabuluculuk sürecinde taraflar anlaşmak zorunda olmadığı gibi her aşamada sonlandırma hakkına da sahiptir. Mahkemelere başvurma hakkı elinden alınamaz. Arabuluculuk süresince zamanaşımı ve hak düşürücü süreler hesaba katılmaz.

Böylelikle tarafların uyuşmazlığı bizzat çözüme iradelerine imkan verilerek adli mercilere başvurma hakkı korunmuş olur. Bu husus Anayasa'da koruma altına alınan adil yargılanma ve hak arama hürriyetlerine aykırılık teşkil etmez. Mahkemelerin yükünün azaltacağı yönünde faydası bulunduğu söylenmekte ise de bu durum anıldığı üzere en son sırada gelen faydadır.

Bu temel bilgiler dışında Eskişehir Ticaret Oda'mız 2021 yılında Eskişehir Ticaret Odası Arabuluculuk Merkezini kurmuş olup üyelerinin hukuki sorunları hakkında gizlilik ilkesinin aktif şekilde uygulanarak bilgilenmesini sağlamaktadır. Danışmanlık sonrasında arabuluculuk hizmetlerimizden faydalanmak istenilmesi halinde Oda'mızca kaydı tutulan tamamı uzman arabulucu listesinden bir veya birden fazla arabulucunun seçilebilmesi imkânı bulunmaktadır.



**İsmail ÇAVDAR**

Eskişehir Ticaret Odası
Yönetim Kurulu Sayman Üyesi

“

İçinde bulunduğumuz süreçte inşaat şirketlerinin ellerindeki kaynakları inşaatı tamamlamaya ayırmak yerine yeni arsalar almaya yönelmeleri, ülkemizin ve şehrimizin kısa sürede uygun kredi koşullarına ulaşmaması durumunda, bu modelin çökmesi ve binlerce insanın mağdur olması olasıdır.

”

İNŞAAT SEKTÖRÜNÜN DÜNÜ, BUGÜNÜ, YARINI

Türkiye’de 1950’li yıllardan itibaren köy ve kasabalardan büyükşehirlere yoğun bir göç dalgası başlamıştır. Hızlı göç dalgasıyla birlikte şehirlerde gecekondlu tipi vb. plansız, kalitesiz yapılar yapılmış; bunun sonucunda çarpık kentleşme sorunu meydana gelmiştir. Talebin yüksek olması ve arzın yetmemesiyle beraber çok katlı binaların yapımına geçilmiştir. 1950-2003 yılları arasında kanun ve yönetmeliklerin yetersizliğinden dolayı denetim yapılmaması, “sadece yap, sat, para kazan” anlayışı, binalarda kullanılan beton, demir vb. inşaat malzemelerinin dayanım yetersizliği, bu malzemelerden numune alınmaması, test yapılmamasının maddi ve manevi ağır sonuçları olmuştur. Meydana gelen depremlerde, özellikle 1999 depreminde, yapılan yanlış ve yetersiz uygulamaların sonucu olarak binlerce vatandaşımızı kaybettik.



13/07/2001 yılında yürürlüğe giren yapı denetim yönetmeliği pilot uygulamasıyla birlikte yapılan işlerin kontrol edilip denetlenmesi, beton numunelerinin alınması binaların daha sağlam ve kaliteli yapılması için başlangıç oluşturmıştır.

2003-2021 yılları arasında inşaat sektörü altın çağını yaşadı. Faizlerin düşmesi, kredilere kolay erişilmesi talebi arttırdı. İnşaat sektörü yüzlerce sektöre hitap ettiği için de ekonominin canlanmasında başlıca rol oynadı.

Artan nüfusla birlikte konuta olan talep artarak devam etmektedir. Ancak belediyelerin arsa üretmemesi, arsa maliyetlerinin ve inşaat maliyetlerinin çok yüksek olması daire fiyatlarına ve kiralara yansımakta ve sektörü olumsuz etkilemektedir.

2021 yılının Ağustos ayından itibaren dünyada yaşanan ekonomik kriz, pandemiden çıkış, tedarik zincirinin kırılması, emtia fiyatlarının ve inşaat maliyetlerinin enflasyonun çok üstünde artması, Ukrayna-Rusya savaşının verdiği ağır sonuçlar sonucunda bir yılda gelen ortalama maliyet artışının %350'leri bulması, bankaların konut faizlerini çok arttırması veya çok az miktarda kredi verilmesi inşaat sektörünü olumsuz etkilemektedir.

İçinde bulunduğumuz süreçte inşaat şirketlerinin ellerindeki kaynakları inşaatı tamamlamaya ayırmak yerine, yeni arsalar almaya yönelmeleri, ülkemizin ve şehrimizin kısa sürede uygun kredi koşullarına ulaşmaması durumunda, bu modelin patlaması ve binlerce insanın mağdur olması öngörülmektedir.

Peki bu risk karşısında tüketicilerin ne yapması gerekiyor? Bu konuda dikkat edilecek bazı detaylar ve bilinçli tercihler bireylere koruma sağlayacaktır. Bireylerin dikkat edecekleri konuların başında, sahip olmak istedikleri konut tercihlerini mümkün olduğunca tamamlanmış projelerden seçmeleri, tamamlanma süresi uzun olan bir projede ise firmaları çok iyi araştırmaları ve firmaların daha önce yaptığı projelerde iskan alma durumunu öğrenmeleri menfaatlerine olacaktır.

ETO'nun ve diğer odaların TOBB nezdinde yaptığı girişimler neticesinde TOBB'un bankalarla anlaşma sağlayarak KGF kredileri ile tamamlanamayan inşaatlara verilecek destek paketi inşaat sektörünün önünü açacaktır. İnşaat sektörü zaman zaman kriz ve durgunluğa girse de nüfusun artması, halkımızın gelir seviyesinin yükselmesiyle birlikte Türkiye'nin istihdamında önemli rol oynamaya devam edecektir.

Saygılarımla

MADENCİLİK SEKTÖRÜNÜN
İLK BELGELENDİRME KURULUŞU

SİMÜLASYON ORTAMINDA SINAV YAPAN
İLK VE TEK BELGELENDİRME KURULUŞU

SINAV ALANI
GİRİLMEZ

MESLEKİ TEST ve
SERTİFİKASYON MERKEZİ



ETO-METSEM
Mesleki Test ve Sertifikasyon Merkezi

ESKİŞEHİR TİCARET ODASI MESLEKİ TEST ve SERTİFİKASYON MERKEZİ ANONİM ŞİRKETİ

ETO-METSEM A.Ş. Türkiye'de maden sektöründe sınav ve belgelendirme hizmeti sunan ilk kuruluş olup **Kırma Eleme Tesis Operatörü ve Mermer Doğaltaş Özel İmalat Elemanı** olmak üzere 2 farklı meslekte sınav ve belgelendirme hizmeti vermektedir. T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın zorunluluk getirdiği bu 2 meslekte faaliyet gösteren **kişilerin Mesleki Yeterlilik Belgesi edinme zorunluluğu bulunmaktadır.**

MESLEKİ YETERLİLİK BELGESİ AVANTAJLARI

- ▶ Çalışanına Mesleki Yeterlilik Belgesi aldırarak işverene 54 aya kadar sigorta işveren prim desteği sağlanmaktadır.
- ▶ Mesleki Yeterlilik Belgelerinin uluslararası geçerliliği bulunmaktadır.



ESKİŞEHİR TİCARET ODASI
CHAMBER OF COMMERCE

İki Eylül Cad. No: 28/4
Odunpazarı / Eskişehir

0 (222) 222 26 26 / 225-245

www.eto-metsem.org

etometsem@etonet.org.tr