MODERNITY
HOTEL
Eskişehir'in modern yüzü Modernity Hotel ile
geleceğin hizmet ve tasarımıyla tanışın...
MODERNITY
Yenibağlar Mahallesi İsmet İnönü 1 Caddesi Güzide Sokak No: 1 Tepebaşı - ESKİŞEHİR
İletişim ve Rezervasyon: 0 222 400 0 700
/paletteeskisehir
/modernityhotel
www.modernityhotel.com.tr

Gallardo

Sofa set

saloni
art of furniture
(0222) 233 1900 Eskişehir Mağaza
Deliklitaş Mahallesi Yunus Emre Caddesi No.25/B Odunpazarı, Türkiye

BEYOND

saat • aksesuar • çakmak • kalem • teknik servis

SİZE ÖZEL

İNDİRİMLER İÇİN MAĞAZAMIZA DAVETLİSİNİZ

Thomas Sabo
Aksesuar

Montegrappa
Kalem

S.T. Dupont

WELDER GUESS CERRUTI 1881 Gc Guess Collection GUCCI

CASIO FREDERIQUE CONSTANT G-SHOCK MICHAEL KORS TISSOT UP! WATCH

FOSSIL S.T. Dupont Thomas Sabo Montegrappa

beyondsaat

ve daha fazla dünya markası mağazamızda

Cassaba Modern Zemin Kat Tepebaşı / Eskişehir - 532 662 02 26

DERGİ KÜNYESİ
ESKİŞEHİR TİCARET ODASI DERGİSİ
ISSN 1300 - 3682

Kasım 2019
Yıl : 36 **Sayı :** 125

Yerel Süreli Yayın
Eskişehir Ticaret Odası Adına

İmtiyaz Sahibi
Metin Güler
Yönetim Kurulu Başkanı

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Ali Varol

Yayın Kurulu
Süleyman Kutlu
Kerem Can Apaydın
Prof. Dr. Erol Kutlu
Prof. Erol İpekli
Arda Genç

Yayın Koordinatörü
Aysun Cengiz

Haber Sorumlusu
İsmail İlkselvi

Tasarım
Aysun Cengiz
Gökhan Güçlü

Fotoğraf
Murat Toksöz
Erhan Erci

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
etodergi@etonet.org.tr

Reklam ve Baskı Sorumlusu
Oya Sönmez Grafik Atölyesi
0 222 225 42 17

Baskı
Önka Matbaa
www.onkamatbaa.com
0312 384 26 86

Yayın Türü
Yerel, Süreli. Dergimiz 3 ayda bir yayımlanır.
Dergide yayımlanan yazılar yazarların kişisel görüşlerini yansıtmaktadır. Yazılarla ilgili her türlü hukuki ve etik sorumluluk yazarlara aittir. İzinsiz alıntı yapılamaz. Para ile satılmaz.

Merhaba…

Eskişehir Ticaret Odası olarak, sayısı 17 bine yaklaşan üyemizden aldığımız destek, Eskişehir'e ve ülkemize duyduğumuz inançla yolumuza devam ediyoruz.

Bu zorlu yolda yılmadan, yorulmadan yürüyor; şehrimizin ticaret ve sanayisinin gelişimine katkı sağlıyor, üyelerimize yeni ufuklar açmak, müteşebbislerimize öncülük etmek için çalışıyoruz.

2018 yılının Aralık ayında hizmete sunduğumuz Eskişehir Ticaret Odası TÜYAP Fuar Merkezi ve Vehbi Koç Kongre Merkezi'nde düzenlenen faaliyetler artarak devam ediyor. Eskişehir Ticaret Odası TÜYAP Fuar Merkezi'mizin yıl sonunda yaklaşık 500'bine yakın ziyaretçi ağırlaması bekleniyor. Vehbi Koç Kongre Merkezi'miz de düzenlediği panel, oyun ve gösterilerle Eskişehirlileri ağırlamaya devam ediyor.

Bir yandan şehrimizin hizmet sektörüne katkı sağlayan kongre ve fuar yatırımlarımızı güçlendirirken, bir yandan da ETO Akademi aracılıyla üyelerimizin kişisel ve mesleki gelişimlerine katkı sağlamayı sürdürüyoruz. Düzenlediğimiz yurt içi fuar organizasyonları ile Türkiye'nin en önemli sektörel fuarları ile üyelerimizi buluşturuyoruz.

Meslek komitelerimiz her zamankinden daha da etkin olarak ve sorun çözme anlayışıyla hareket ediyor. Resmi kurumlara ve kuruluşlara gerçekleştirdiği ziyaretlerle üyelerimizin sorunlarının çözümünün bir parçası oluyor.

Hizmet kalitemizi daha da ileri taşımak için teknolojinin de bize sunduğu her türlü imkandan yararlanıyoruz. Bu kapsamda Online Vize Başvuru hizmetini de eklemenin, üyelerimizin odaya gelmesine gerek kalmadan İtalya, Macaristan ve Fransa'ya yapacakları ticari seyahatlerde vize sağlamanın gururunu yaşıyoruz.

Dijitalleşmeyi, inovasyonu ve geleceği yakalamayı yalnızca odamızın değil, Eskişehir'in de vizyonunun bir parçası olarak görüyoruz.

Bu bakış açısı doğrultusunda son sayımızda konu olarak dijitalleşmenin önemine, gelecek dönemde Eskişehir sanayisini ve ticaretini hangi yeniliklerin beklediğine, dijitalleşmeyi başaran firmaların hangi yollardan geçtiğine değindik. Türkiye'de kendi alanında başarı hikayesi yazanların görüşlerine yer verdik.

Eskişehir Ticaret Odası Dergisi'nin önümüzdeki sayısında da şehrimizin ekonomisine değer katan ve yön verecek başka konuları değerlendireceğiz.

Saygı ve sevgilerimle…

Metin Güler
Eskişehir Ticaret Odası Başkanı

Kanada ile İşbirliği Teması
Kanada'nın Türkiye, Gürcistan, Azerbaycan ve Türkmenistan Büyükelçisi Chris Cooter, karşılıklı ticari faaliyetleri değerlendirmek üzere Eskişehir Ticaret Odası'na konuk oldu.

Turistler için Konuk Pedal Projesi
Konuk Pedal projesi kapsamında turistlerin kullanabilmesi için hazırlanan bisikletler düzenlenen törenle Eskişehir'deki 35 otele teslim edildi.

Anadolu Üniversitesi ile İşbirliği Toplantısı
Anadolu Üniversitesi Rektörü Çomaklı ve ETO Başkanı Güler'in katılımı ile gerçekleştirilen toplantıda tüccar ve sanayiciye katkı sağlayacak alanlarda yürütülebilecek projeler değerlendirildi.

10 HABER

Odalardan Barış Pınarı Harekatına Ortak Destek
TOBB'a bağlı odalar, Eskişehir'in iş dünyası ve sendikalar yaptığı ortak açıklamayla Barış Pınarı Harekatı'na destek verdi.

34 KAPAK KONUSU

DİJİTALLEŞEN ESKİŞEHİR

Öget Kantarcı
(gittigidiyor.com Genel Müdürü, eBay MENA Bölge Direktörü ve TOBB E-Ticaret Meclisi Başkanı)
Türkiye E-Ticarette Örnek Bir Pazar

Yenal Gökyıldırım
(MediaMarkt Türkiye ve Yunanistan İcra Kurulu Başkanı, MediaMarktSaturn Perakende Grubu İcra Kurulu Üyesi)
Türkiye'nin Dijitalleşme Yolculuğu ve Perakende Sektöründen Bir Örnek

Nazım Erdoğan
(sahibinden.com CMO)
Online Alışveriş Güvenliği

Server Seçer
(TÜYAP Fuarcılık Genel Müdür Yardımcısı)
Fuarcılıkta Dijitalleşme

Gökçe Çobansoy Hızel
(Hukukçu, Yeni Teknolojiler, Hukuk ve İnsan Hakları)
Dijitalleşme Çağında Hukuk

Av. Dr. Barış Günaydın
(Türkiye Bilişim Derneği Eskişehir Şube Başkanı)
Dijital Dönüşüm ve Eskişehir

Suat Yalnızoğlu
(Tepebaşı Belediyesi Özel Kalem ve Bilgi İşlem Müdürü)
Eskişehir Kent Bilişim Kurulu

54 RÖPORTAJ

LÖSEV

Kanser Nedir?

Lösemi Nedir?

Ülkemizde Lösemiye Karşı Bakış Açısı Nasıldır?

60 GÖRÜŞ

MarTech İnsansız Olabilir mi?
Prof. Dr. Yavuz Odabaşı
Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Emekli Öğretim Üyesi

İhracatta Dijital Dönüşüm: E-İhracat
Ömer Nart
World eCommerce Forum Başkanı
Orxan Isayev
World eCommerce Forum Eğitim Koordinatörü

Yeni Tüketim - Konvansiyonel Ticaret: Değişime Ayak Uydurmak
Arda Genç
Eskişehir Ticaret Odası Genel Sekreter Yardımcısı

70
KOMİTELER

Mustafa Güneş
24. Meslek Komitesi (Kırtasiye, Yazılım, Matbaa, Reklam ve Fotoğrafçılık) Komite Başkanı
Dünyada Teknoloji Devrimi: Dijital Dönüşüm

Kıvanç Coşkun
TTL Teknoloji Proje Taah. San. Tic. Ltd. Şti. Ar-Ge Müdürü
Eskişehir'de Gelişen Bilişim Sektörü

80
BASINDAN

İş dünyası dijitalleşiyor

Kerem Akyıl
Anadolu Gazetesi Köşe Yazarı

82
KÜLTÜR-SANAT

Odunpazarı Modern Müze

OMM - Odunpazarı Modern Müze, Erol Tabanca'nın sanata olan tutkusu ve memleketi olan, çok sevdiği Eskişehir'e bırakmak istediği miras arzusunun birleşiminden oluşan bir proje.

Eyüboğlu'nun Eserleri ETOSANAT Galerisi'nde Sergilendi

Türk resim sanatı ve edebiyatının usta ismi Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun sergisinin açılışı ve torunu Sabahattin Rahmi Eyüboğlu'nun konuk olduğu söyleşi ETOSANAT Galerisi'nde gerçekleşti.

90
FUARLAR

Uluslararası 5 Fuara Ziyaret

92
ETO AKADEMİ

ETO Akademi'de Yeni Dönem Başladı

94
TİCARİ HAYAT

Dijital Ekranlarda Dönüm Noktası

KANADA İLE TEMAS SAĞLANDI

Kanada'nın Türkiye, Gürcistan, Azerbaycan ve Türkmenistan Büyükelçisi Chris Cooter, karşılıklı ticari faaliyetleri değerlendirmek üzere Eskişehir Ticaret Odası'na konuk oldu. Büyükelçi Cooter'ın ETO Başkan Yardımcısı Ali Koşar, ETO Yönetim Kurulu Üyesi Özgür Alp ve Mehmet Kahya ile bir araya geldiği ziyarette Eskişehir ve Kanada arasında işbirliği yapılabilecek sektörler üzerinde duruldu. Ziyarette konuşan ETO Başkan Yardımcısı Ali Koşar, Eskişehir ekonomisinin raylı sistemler, havacılık, seramik, makine imalatı ve madencilikte ön plana çıktığını belirterek, son yıllarda turizm ve hizmet sektörünün de ivme kazandığını ifade etti.

Raylı sistemlerde işbirliği vurgusu

Ziyarette konuşan Kanada'nın Türkiye, Gürcistan, Azerbaycan ve Türkmenistan Büyükelçisi Chris Cooter ise şehir ekonomisini ve şehre yön veren kurumları, kuruluşları tanımak, işbirliği zemini oluşturmak için Eskişehir'i ziyaret ettiklerini belirtti. Eskişehir'in ticari ve sanayi potansiyelinin farkında olduklarını belirten Cooter, dünyanın en büyük raylı sistem üreticilerinden Bombardier ve MDS'nin Eskişehir ile işbirliği yapmak niyetinde olduğunu dile getirdi.

BAŞKAN GÜLER'DEN KREDİ FAİZİ DEĞERLENDİRMESİ

Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, kamu bankalarının konut ve tüketici kredi faiz oranlarını düşürmesi hakkında değerlendirmede bulundu. Güler açıklamasında, kamu bankalarının konut ve tüketici kredisi faiz oranlarını düşürmesinin ekonominin gidişatı için ümit verici olduğunu belirterek, özel bankaların da kredi faiz oranlarını düşürmesi gerektiğini vurguladı. Kamu bankalarının faiz oranlarını konut kredisinde 0.99'a, tüketici kredisinde ise 1.59'a düşürmesinin ekonominin canlanması adına ümit verici olduğunu belirten Güler, piyasadaki tüm bankaların kredi faiz oranlarını düşürmesi ile birlikte yatırım ve üretim maliyetlerinin de düşeceğini ifade etti.

TURİSTLER İÇİN KONUK PEDAL PROJESİ

Konuk Pedal projesi kapsamında turistlerin kullanabilmesi için hazırlanan bisikletler düzenlenen törenle Eskişehir'deki 35 otele teslim edildi.

Eskişehir turizminin geliştirilmesi, şehre gelen misafirlerin daha keyifli vakit geçirebilmesi için Eskişehir Ticaret Odası, Tepebaşı Belediyesi ve Corelli Bisiklet'in işbirliğinde "Konuk Pedal" projesi gerçekleştirildi. Proje kapsamında gerçekleştirilen protokolün ardından, Corelli Bisiklet tarafından özel olarak tasarlanan bisikletlerin otellere teslim töreni gerçekleştirildi. Törende konuşan ETO Başkanı Metin Güler, Eskişehir'e gelen turistlerin şehri tam anlamıyla keşfedebilmeleri ve şehirde keyifli vakit geçirebilmeleri için Konuk Pedal projesini gerçekleştirdiklerini kaydetti. Güler, projeye destek veren Tepebaşı Belediyesi ve Eskişehir'in markası olan Corelli Bisiklet'e de teşekkür etti. Törende konuşan Tepebaşı Belediye Başkanı Ahmet Ataç ise, Eskişehir'de bisiklet kültürünün 60-70 yıl öncesine dayandığını belirterek, özellikle Tepebaşı bölgesindeki otellerde konaklayan turistlerin kolaylıkla bisiklete binerek şehri gezebileceğini söyledi.

FASHION IS JUST YOU AND HOW YOU FEEL

actreklam.com

HELEN BEE®

Doktorlar Caddesi / ESKİŞEHİR

www.helenbee.com.tr

/helenbeetr /helenbeetr

Yemek
YEMEYİ SEVEN
insan
HER ZAMAN İYİ
insandır

FABRICA

BREAKFAST & CAFE'S

Batıkent'te Hizmetinizde

REZERVASYON

05070765555

Batıkent Mh. Başer Sk. No:5

bugrafik

VAKIFBANK İLE TOPLANTI

Vakıfbank Eskişehir Bölge Müdürü Yunus Ayten ve beraberindeki şube müdürleri ETO Başkanı Metin Güler'i ziyaret ederek tüccara, esnafa ve KOBİ'lere sağlanan krediler hakkında bilgi verdi. Ziyarette konuşan ETO Başkanı Güler, tüccar ve sanayicinin faaliyetlerine devam etmesi, ekonominin çarklarının dönmesi için kredinin önemine değinen ETO Başkanı Metin Güler, iş dünyasının düşük faizli krediyle desteklenmesinin ekonomiye olumlu etki edeceğini dile getirdi. Eskişehir'in esnafına, işletme sahibine, girişimcisine, sanayicisine her türlü desteği vermeye çalıştıklarını belirten Vakıfbank Eskişehir Bölge Müdürü Yunus Ayten, ETO üyelerine de destek olmaktan mutluluk duyacaklarını ifade etti.

ÖĞRENCİLER KADININ ROLÜNÜ TARTIŞTI

Eskişehir Ticaret Odası bünyesinde faaliyetlerini sürdüren AB Bilgi Merkezi ve AIESEC Eskişehir işbirliğinde Vehbi Koç Kongre Merkezinde "AB Üyelik Sürecinde Kadının Rolü" isimli etkinlik düzenledi. Etkinliğe, 10 Farklı ülkeden (Kolombiya, İtalya, Yunanistan, Almanya, Kırgızistan, Fas, Tunus, Mısır, Romanya, Pakistan) gelen 25 yabancı öğrencinin yanı sıra, 75 Türk öğrenci katıldı. Etkinliğin ilk oturumunda Avrupa Birliği Takımı Üyesi ve Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Nezih Orhon "Kadına Karşı Şiddet ve Medya", Kadın Hastalıkları ve Doğum Uzmanı Op. Dr. Alev Özdemir Karabağ "Kadın ve Sağlık" konu başlıklarında sunumlar gerçekleştirdi.

Oturumlar ve Frig vadisinde etkinlik gerçekleştirildi

Etkinliğin ikinci oturumunda ise Anadolu Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Erhan Akdemir "Kadın ve Siyasal Katılım", Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu Kadın Sağlığı Danışma Merkezi Proje Asistanı Fulurya Inan, "Kadın ve Göç" konu başlıklı sunumları ile tecrübelerini paylaştı. Etkinlik kapsamında ayrıca Kadın ve Göç, Kadın ve Siyasal Katılım, Kadın Karşı Şiddet ve Medya, Kadın ve Sağlık konu başlıklarında yuvarlak masa oturumları gerçekleştirilerek, Frig Vadisinde kültürel yürüyüş etkinliği yapıldı.

ETO-METSEM TÜRKİYE'DE BİR İLKE İMZA ATTI

Madencilik sektöründe üç meslekte sınav ve belgelendirme hizmeti veren Türkiye'deki tek kuruluş olan ETO-METSEM, ilk belgelendirmesini Magnesit A.Ş'de gerçekleştirdi. Mesleki yeterlilik belgesi almaya hak kazananlar için düzenlenen törene Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, ETO Meclis Başkanı Halil İbrahim Ara, meclis divanı ve yönetim kurulu üyeleri, Magnesit A.Ş Genel Müdürü Ekrem Bulur katıldı. Törende konuşan Güler, Magnesit A.Ş'nin ETO-METSEM'den mesleki yeterlik belgesi temin ederek Türkiye'de bir ilke imza attığını ve bu yönüyle madencilik sektöründe mesleki yeterlilik belgeli personel çalıştıran tek firma olduğunu söyledi.

Genel Müdür Bulur: "Mesleki eğitime önem veriyoruz"

Törende konuşan Magnesit A.Ş Genel Müdürü Ekrem Bulurise ETO-METSEM'in madencilik sektörüne değer kattığını belirterek, madencilik sektörüne sağladığı katkı dolayısıyla ETO Başkanı Metin Güler'e teşekkür etti. Mesleki yeterlilik belgesi alan firma çalışanlarını tebrik eden Bulur, madencilik sektöründeki yeniliklere uyum sağlamanın önemine değindi. Magnesit A.Ş'nin Avrupa standartlarında, doğaya ve çevreye saygılı bir şekilde üretim gerçekleştirdiğini belirten Bulur, kuruluş olarak AR-GE'ye ve mesleki gelişime çok önem verdiklerinin altını çizdi.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ İLE FİKİR ALIŞVERİŞİ YAPILDI

Anadolu Üniversitesi Rektörü Çomaklı ve ETO Başkanı Güler'in katılımı ile gerçekleştirilen toplantıda tüccar ve sanayiciye katkı sağlayacak projeler değerlendirildi.

Anadolu Üniversitesi Rektörü Çomaklı ve ETO Başkanı Güler'in katılımı ile gerçekleştirilen toplantıda tüccar ve sanayiciye katkı sağlayacak projeler değerlendirildi.

Güler: üniversitelerin akademik ve bilimsel kimliğine vurgu yaptı

Toplantıda konuşan ETO Başkanı Metin Güler, üniversitelerin Eskişehir'e yaptığı katkının altını çizerek, tüccar ve sanayicinin üniversitelerin akademik ve bilimsel yönünden faydalanması gerektiğine dikkat çekti. Şehrin ekonomisini ve geleceğinin üniversitelerin de desteğiyle belirlenmesi gerektiğini vurgulayan Güler, Anadolu Üniversitesi ile özel eğitim, turizm, yaşlı bakımı, etkinlik planlama, tasarım, sigortacılık ve iletişim bilimleri alanları hakkında işbirliği yapabileceklerini kaydetti.

ESKİŞEHİR TARIM FUARINA YOĞUN İLGİ

Eskişehir Ticaret Odası TÜYAP Fuar Merkezi'nde ilk kez düzenlenen Eskişehir Tarım Fuarı'nı şehir içi ve şehir dışından 92 bin 347 kişi ziyaret etti.

Eskişehir Ticaret Odası TÜYAP Fuar Merkezi'nin ev sahipliğinde ilk kez tarım fuarı düzenlendi. Eskişehir Tarım Fuarı'nın açılış töreni Eskişehir Valisi Özdemir Çakacak, Eskişehir Büyükşehir Belediye Başkanı Yılmaz Büyükerşen, MHP Eskişehir Milletvekili Metin Nurullah Sazak, İYİ Parti Eskişehir Milletvekili Arslan Kabukçuoğlu, TOBB Yönetim Kurulu Üyesi ve Eskişehir Ticaret Borsası Başkanı Ömer Zeydan, Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, TÜYAP Anadolu Fuarları A.Ş. Genel Müdürü Cihat Alagöz ve çok sayıda konuğun katılımı ile gerçekleşti. Törende konuşan Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, Eskişehir Tarım Fuarı'nın Eskişehir Fuar Kongre Merkezi'nde düzenlenen 5. organizasyon olduğunu belirterek, fuarlar sayesinde yüzlerce firma ve yüzbinlerce ziyaretçiyi konuk etmenin mutluluğunu yaşadıklarını söyledi. Eskişehir'in fuarcılıkta marka şehir olması için çabaladıklarını belirten Güler, düzenlenen fuarlara yakın şehirlerden de yoğun ilgi gösterilmesinden memnuniyet duyduklarını dile getirdi. 5 gün boyunca süren Türkiye'nin dört bir yanından mekanizasyon, tohum, gübre, ilaç üretimi konularında faaliyet gösteren firmaları bir araya getiren fuarı şehir içi ve şehir dışından 92 bin 347 kişi ziyaret etti.

ETO HEYETİNDEN İLÇELERE ZİYARET TURU

ETO heyeti Seyitgazi, Han, Mahmudiye Çifteler, Alpu, Mihalıççık, Günyüzü, Sivrihisar, Beylikova'da belediye başkanları ve kaymakamları ziyaret etti.

ETO Başkanı Güler, beraberindeki meclis divanı ve yönetim kurulundan oluşan heyet ile birlikte ilçelerde bir dizi ziyaret gerçekleştirdi. ETO heyeti ilçelere gerçekleştirdiği ilk ziyarette Seyitgazi Kaymakamı Murat Demirbilek'e, Seyitgazi Belediye Başkanı Uğur Tepe'ye, Han Belediye Başkanı Erdal Şanlı'ya, Çifteler Belediye Başkanı Kadir Bıyık'a, Mahmudiye Kaymakamı Salih Sak'a konuk oldu. ETO heyeti ilçelere gerçekleştirdiği ikinci ziyaret turunda ise Alpu Belediye Başkanı Gürbüz Güller, Alpu Kaymakamı Hakan Öznay, Mihalıççık Belediye Başkanı Haydar Çorum, Mihalıççık Kaymakamı M. Anıl Çolak, Günyüzü Belediye Başkanı Menderes Durgut, Günyüzü Kaymakamı Koray Çelik, Sivrihisar Belediye Başkanı Hamid Yüzügüllü, Sivrihisar Kaymakamı Alparslan Kılıç, Beylikova Belediye Başkanı Özkan Alp, Beylikova Kaymakamı Abdüllatif Yılmaz ile bir araya geldi.

Yerel kalkınma ve istihdamın önemine dikkat çekildi

Ziyaretlerde ETO heyeti ilçelerin kalkınması için atılması gerekenler adımlar hakkında görüş alışveriş yaparak, tarihi değerlerin turizme kazandırılması ve inanç turizmi noktasında ilçelerde yapılabilecek yatırımlar hakkındaki görüşlerini de paylaştı. Görüşmelerde ilçelerdeki tarım, turizm, hayvancılık, madencilik potansiyeline dikkat çeken Güler, ilçelerdeki kalkınmanın istihdamı geliştireceğini ve şehre olan göçü de azaltacağına dikkat çekti. Kalkınmanın yerelden başladığına da vurgu yapan Güler, ilçelerin ekonomik ve sosyal gelişiminin öneminin altını çizdi.

JAPONYA HÜKÜMETİ İLE İŞBİRLİĞİ ZEMİNİ OLUŞTURULDU

Japonya hükümetinin koalisyon ortağı Komeito Partisi Genel Başkanı Natsuo Yamaguchi, Japonya'nın Ankara Büyükelçisi Akio Miyajima ve beraberlerindeki heyet, ETO ve ESO'nun işbirliğinde gerçekleşen toplantıda Eskişehir'in iş dünyasıyla bir araya geldi. Toplantı Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, Eskişehir Sanayi Odası Başkanı Celalettin Kesikbaş, Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi Başkanı Nadir Küpeli'nin katılımıyla gerçekleşti. Toplantıda konuşan ETO Başkanı Metin Güler, Eskişehir'in ihracatının % 20'sini havacılık ve ileri teknoloji sanayi ürünlerinin oluşturduğunu belirterek, beyaz eşya yan sanayi, yapı elemanları, makine ve gıda da Eskişehir'in potansiyeline dikkat çekti. Güler ayrıca Eskişehir'in dünyanın birçok ülkesine ihracat gerçekleştirdiğini ancak Japonya ile ekonomik ilişkilerin istenilen seviyede olmadığını dile getirdi.

Yamaguchi Eskişehir'in sanayi ve turizm potansiyeline dikkat çekti

Toplantıda konuşan Eskişehir Sanayi Odası Başkanı Celalettin Kesikbaş ise, yatırıcımlar için Eskişehir'in bir fırsat olduğunu belirterek, Japonya ile ekonomik ve kültürel köprüler kurmayı hedeflediklerini sözlerine ekledi. Yatırımcılara her türlü imkanı ve alt yapı desteği sağladıklarını belirten Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi Başkanı Nadir Küpeli ise, Eskişehir'in coğrafi konumu ile yatırımcılar için son derece uygun olduğunu ifade etti. Komeito Partisi Genel Başkanı Natsuo Yamaguchi ise Eskişehir'e ilk kez geldiklerini belirterek, gerçekleştirdikleri ziyaret ve temasların karşılıklı ekonomik ve kültürel ilişkilerin gelişmesine katkı sağlayacağını söyledi. Yamaguchi, Eskişehir'in sanayisinin yanı sıra turizm potansiyeliyle dikkat çektiğinin altını çizdi.

ETO VE VAKIFBANK YÖNETİMİ BİR ARAYA GELDİ

Vakıfbank Genel Müdürü Abdi Serdar Üstünsalih ve beraberindeki genel müdür yardımcıları Vehbi Koç Kongre Merkezi'nde ETO'nun konuğu oldu. Tüccar ve sanayiciye kullandırılan kredi şartlarını değerlendirmek amacıyla gerçekleşen toplantıya ETO Başkanı Metin Güler meclis divanı ve yönetim kurulundan oluşan heyetle birlikte katıldı. Toplantıda konuşan ETO Başkanı Metin Güler, ülke ekonomisinin gelişmesi, üretimin ve istihdamın devam etmesi için firmalara uygun koşullarda kredi temin edilmesinin önemine vurgu yaptı. Kamu bankalarının taşın altına elini koyarak sorumluluk aldıklarını belirten Güler, özel bankaların da aynı bilinç ile hareket etmesi gerektiğine dikkat çekti.

Kar etmek yerine tüccar ve sanayiciye destek

Toplantıda konuşan Vakıfbank Genel Müdürü Abdi Serdar Üstünsalih ise üreticinin, imalatçının, ihracatçının, sanayicinin menfaatleri doğrultusunda hareket ettiklerini belirterek, bu amaç doğrultusunda kredilerdeki faiz oranlarını uygun koşullara getirdiklerini söyledi. Üstünsalih banka olarak daha fazla kar elde etmek yerine üreticiyi, tüccarı ve sanayiciyi desteklemeyi tercih ettiklerini sözlerine ekledi.

Denizden Sofraya
Muhteşem Lezzetler
Kar Balık'ta
REZERVASYON
TEPEBAŞI / ŞİRİNTEPE 0222 335 23 49
BATIKENT 0222 330 33 30
TEPEBAŞI ŞİRİNTEPE Şirintepe , Gözüpek Sk. No:2 Tepebaşı/Eskişehir
BATIKENT Batıkent Mah. Bülent Ecevit Bulvarı Kapıkule Sk. No:1 Tepebaşı /Eskişehir
KAR BALIK
RESTAURANT

ODUNPAZARI BELEDİYE BAŞKANI KURT'A ÜYELERİN TALEPLERİ AKTARILDI

Eskişehir Ticaret Odası Meclis Başkanı Halil İbrahim Ara beraberindeki heyet ile birlikte üyelerimizin taleplerini iletmek üzere Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt'u makamında ziyaret etti. Ziyarette ETO'nun Odası'nın makine ve yedekleri, otomotiv, yedek parça satış ve servis hizmetleri, hırdavat ve el aletleri ticareti, yapı kooperatifleri ve metalden mamül ürünler ve diğer imalat gruplarındaki meclis üyeleri ve meslek komitesinden oluşan heyet de yer aldı. Ziyarette Oto Galericiler Sitesi, Küçük Sanayi Sitesi ve TEKSAN'daki ETO üyelerinin talep ve istekleri iletildi. Ziyaretten duyduğu memnuniyeti ifade eden Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt taleplerin değerlendirileceğini ve belediyenin ilgili kurumlarla hareket ederek sorunların çözümü için çaba göstereceğini ifade etti.

YOLCU VE YÜK TAŞIYANLARA BİLGİLENDİRME TOPLANTISI

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği işbirliğinde yolcu ve yük taşımacılığı yapan ETO üyeleri için bilgilendirme toplantısı düzenlendi. Toplantıda 2020 yılından itibaren devreye girecek olan uygulamalar hakkında bilgilendirme toplantısı düzenlendi. Toplantıya ETO Başkanı Metin Güler, ETO Yönetim Kurulu Üyesi Emre Demir, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Daire Başkanı Yılmaz Kılavuz katıldı. Toplantı öncesinde konuşma yapan Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, yolcu ve yük taşımacılığı yapan firmalar için yeni düzenlemelerin hayata geçeceğini belirterek, bu kapsamda faaliyet gösteren firmaların Elektronik Takip ve Denetleme Sistemi ile Veri Toplama ve Analiz Sistemi'ni kullanacaklarını söyledi. Toplantıda konuşan Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Daire Başkanı Yılmaz Kılavuz, Elektronik Takip ve Denetleme Sistemi ile Veri Toplama ve Analiz Sistemi sayesinde firmaların taşıdıkları yük, yolcu hakkında bilgi sahibi olabileceklerini dile getirdi. Toplantıda Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği uzmanları tarafından yolcu ve yük taşımacılığı yapan firmalara getirilen yükümlülükler, Elektronik Takip ve Denetleme Sistemi ve Veri Toplama ve Analiz Sistemi'nin işleyişi hakkında detaylı olarak bilgi verildi.

İŞ GÜVENLİĞİ

İŞ YERİ HEKİMİ

ACİL DURUM PLANI

İŞE GİRİŞ MUAYENESİ

YANGIN EĞİTİMİ

İLK YARDIM SERTİFİKASI

MOBİL SAĞLIK ARACI

ETKİN OSGB

www.etkinosgb.com.tr

İş Güvenliği Hizmetleri

- A,B ve C sınıfı iş güvenliği uzmanlığı hizmeti
- Risk değerlendirme raporu
- Acil durum eylem planı
- Patlamadan koruma dökümanı hazırlama
- Ortam ölçümleri
- Periyodik muayene hizmetleri
- İş güvenliği eğitimleri

İş Sağlığı Hizmetleri

- İşyeri hekimi hizmetleri
- Diğer sağlık personeli hizmetleri
- Periyodik sağlık hizmetleri
- İşe giriş muayenesi ve rapor hizmetleri
- Mobil sağlık aracı hizmeti

Eğitim Hizmetleri

- Temel ilk yardım eğitimi
- İş güvenliği eğitimi
- İlkyardım sertifikası eğitimi
- Acil durum kriz yönetimi eğitimi
- Mühendislik destek eğitimleri
- Yangın eğitimi
- Yüksekte çalışma eğitimi
- Teknik eğitimler

Vişnelik Mh. Öğretmenler Cd. 29/B Odunpazarı / ESKİŞEHİR
0222 205 34 55
0544 225 56 80
seda@etkinosgb.com.tr

www.etkinosgb.com.tr
etkinosgbeskisehir

ODALARDAN BARIŞ PINARI HAREKATINA ORTAK DESTEK

TOBB'a bağlı odalar, Eskişehir'in iş dünyası ve sendikalar yaptığı ortak açıklamayla Barış Pınarı Harekatı'na destek vererek Türkiye'nin ve Mehmetçiğin sonuna kadar yanında olduklarının altını çizdi.

TOBB'a bağlı odalar, Eskişehir'in iş dünyası ve sendikalar, Barış Pınarı Harekatı için 16 Ekim Çarşamba günü ortak basın açıklaması gerçekleştirdi. Eskişehir Ticaret Borsası'nın ev sahipliğinde yapılan basın açıklamasına Eskişehir Ticaret Odası, Eskişehir Sanayi Odası, Eskişehir Ticaret Borsası, Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi, Eskişehir Barosu, Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu (HAK-İŞ) Eskişehir İl Başkanlığı, Memur Sendikaları Konfederasyonu (MEMUR-SEN) Eskişehir İl Başkanlığı, Türkiye Emekliler Derneği, Eskişehir Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Başkanlığı, Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu (TÜRK-İŞ) Eskişehir İl Temsilciliği, Türkiye Kamu Çalışanları Sendikaları Konfederasyonu (KAMU-SEN) Eskişehir İl Temsilciliği, Türk Muharip Gaziler Derneği Eskişehir Şube Başkanlığı, Odunpazarı Ziraat Odası Başkanlığı, Tepebaşı Ziraat Odası Başkanlığı, Eskişehir Sanayici ve İş Adamları Derneği Başkanlığı, Eskişehir Genç İşadamları Derneği (ESGİAD), Kadın Girişimciler İl İcra Kurulu Üyeleri ve Genç Girişimciler İl İcra Kurulunun temsilcileri katıldı. TOBB Yönetim Kurulu Üyesi ve Eskişehir Ticaret Borsası Başkanı Ömer Zeydan tarafından yapılan açıklamada "81 İl'de aynı anda tüm Odalar, Borsalar ve Sivil Toplum Kuruluşlarıyla birlikte bu açıklamayı yaparak, basınımız aracılığıyla hem ülkemiz, hem de dünya kamuoyuna sesleniyoruz. Türkiye, 9 Ekim 2019'da Suriye sınırı üzerinde "Barış Pınarı" adı verilen sınır ötesi harekât başlatmıştır. Amaç, hem ülkemiz sınırlarının güvenliğini sağlamak, hem de ülkemiz ve bölge ülkeleri için tehdit oluşturan terör koridorunu ortadan kaldırmaktır.Bu bölgeyi PKK/PYD/YPG ve DEAŞ gibi terör örgütlerinden temizleyerek, Suriye halkını teröristlerin baskı ve zulmünden kurtarmak, bölgede huzur, güven ve barış ortamını yeniden tesis etmektir. Bizler devletimizin aldığı bu kararın arkasındayız ve destekliyoruz. Zira Türkiye, uluslararası kurallardan doğan hakkını kullanmıştır. Barış Pınarı Harekâtı, evrensel hukuk ve Birleşmiş Milletler Güvelik Konseyi terörle mücadele kararları ile BM Sözleşmesi'nde yer alan meşru müdafaa hakkı çerçevesinde başlatılmıştır. Suriye'nin toprak bütünlüğüne, egemenliğine ve siyasi birliğine saygı gösterilmektedir. Dolayısıyla bu harekât, meşrudur ve uluslararası hukuka uygundur" ifadelerine yer verildi.

> Barış Pınarı Harekâtı, evrensel hukuk ve Birleşmiş Milletler Güvelik Konseyi terörle mücadele kararları ile BM Sözleşmesi'nde yer alan meşru müdafaa hakkı çerçevesinde başlatılmıştır.

Türkiye huzur, barış ve kardeşliğe taraftır

Yine açıklamada, "Ülkemiz özellikle Fırat'ın doğusunda sınırın ötesinde konuşlu terör örgütü unsurlarınca, son iki yılda yüzün üzerinde taciz ve hasmane eyleme maruz kalmıştır.Bu terör örgütleri, Suriye içinde ve Suriyelilere de yönelik saldırılar düzenlemektedir. Suriye'deki yerel halkın da terör örgütlerinin giderek artan insan hakkı ihlalleri, göçe zorlanma, taciz ve zulmüne karşı şikâyetleri ve tepkileri sürekli artmaktadır. Herkes artık şunu çok iyi görmelidir ki; masum insanları katleden ve ülkemizin güvenliğine de açık tehdit oluşturan terör gruplarına sessiz kalmamız beklenemez. Fırat Kalkanı ve Zeytin Dalı Harekâtıyla başlayıp devam eden tüm bu operasyonlarıyla Türkiye, terör örgütlerine ve destekçilerine gereken cevabı en güçlü şekilde vermektedir. Aynı zamanda da sivillerin ve masumların korunmasına azami dikkat gösterilmektedir. Zaten bunu hem Fırat Kalkanı hem de Zeytin Dalı harekâtlarında da gösterdik. Önceden terörün hâkim olduğu bölgede hayat normale döndü, barış ve huzur geldi. Yurtlarını terk etmek zorunda kalmış Suriyelilerin geri dönüşüne de zemin hazırlamış olduk. Türkiye'nin elinden gelen tüm imkânlarını bu bölgeler için nasıl seferber ettiğini de tüm dünya kamuoyu gördü. Çünkü biz inanıyoruz ki, gönül dünyasını ve insanları imar edemeyenler, yeryüzünü imar edemezler. Bizler Türkiye olarak yıkmaktan, yakmaktan yana hiç olmadık, olmayacağız. Bizim tarafımız huzurdur, barıştır, kardeşliktir. Türkiye'nin terörle mücadeleye dönük çabaları, etnik ve dini temizlik de dâhil olmak üzere, insanlığa karşı işlenen suç niteliğindeki PKK/PYD/YPG ve DEAŞ eylemleri nedeniyle yerlerinden edilmiş Suriyelilerin geri dönüşlerinin önünü açacak, Suriye'nin toprak bütünlüğü ve birliğinin korunmasına da katkıda bulunacaktır. Bu nedenle Türkiye'nin başlattığı her harekât, Suriyeli göçmenler, mazlum ve mağdur durumdaki yerel halk tarafından desteklenmektedir. Tüm bu gerçekler ışığında, uluslararası camiayı, teröre karşı ortak duruş sergileme ve evrensel insan haklarını bu bölgede hâkim kılma yönünde niyetlerini açık bir şekilde göstererek, ülkemize destek vermeye davet ediyoruz. Son olarak, şunu da herkesin bilmesini istiyoruz. Türkiye ve Türkiye ekonomisine yöneltilen tehditlere Türk milleti, iş dünyası ve sivil toplumu, bir ve beraber olarak en güzel cevabı verecektir. Bu tehditler karşısında bu vatanın her bir ferdi, Türkiye'nin geleceği için daha çok çalışacak, daha çok üretecektir. Üst kuruluşlarımız, yurtdışındaki muadilleri olan kurumlar ve üyesi oldukları uluslararası kuruluşlar nezdinde çalışmaya ve ülkemizin bu haklı duruşunu aktarmaya başladılar. Gün sessiz kalma değil, milli birlik ruhuyla, bir ve beraber olarak ses verme günüdür.Öte yandan bütün vatandaşlarımızı, özellikle sosyal medyadaki bilgi kirliliği ve provokasyonlara karşı dikkatli olmaya çağırıyoruz. Bu bölgede yaşayanlar bizim komşumuzdur, kardeşimizdir. Aynı medeniyetin, aynı kültürün, aynı inancın mensupları olan bizler arasındaki kardeşlik ve komşuluk hukukunu kimse yok edemez. Aramıza kimse fitne ve fesat sokamaz, bizi birbirimize düşman edemez. Türkiye'nin iş dünyası olarak dualarımızla ve bütün gönlümüzle devletimizin ve kahraman askerlerimizin yanındayız. Türk Silahlı Kuvvetlerimizin bölgedeki terör unsurlarını yok edeceğine ve terör örgütlerini hezimete uğratacağına olan inancımız tamdır. Tüm şehitlerimize Allah'tan rahmet diliyoruz, mekânları cennet olsun. Yaralılarımıza acil şifalar temenni ediyoruz. Cenab-ı Hak Mehmetçiğimizi korusun, Ordumuzu muzaffer kılsın. Allah, yar ve yardımcımız olsun" cümleleri kullanıldı.

İŞ DÜNYASI TALEPLERİNİ DIŞİŞLERİ BAKAN YARDIMCISINA AKTARDI

Türkiye-AB İlişkileri Dışişleri Bakan Yardımcısı, Avrupa Birliği Başkanı ve Büyükelçi Faruk Kaymakcı, Eskişehir Ticaret Odası ve Eskişehir Sanayi Odası'nın işbirliğinde düzenlenen toplantıda Eskişehir'in iş dünyası ile bir araya geldi. Bakan Yardımcısı Kaymakcı toplantıda Gümrük Birliği Anlaşması, iş dünyasına sağlanan yeşil pasaport süresinin uzatılması, İngiltere'nin AB'den ayrılma süreci hakkında değerlendirmede bulundu. Toplantıda konuşan Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, yeşil pasaport süresinin uzatılması gerektiğini belirterek ve sanayici ile tüccarların işlerinin kolaylaşması için serbest dolaşım hakkına sahip olmaları gerektiğini vurguladı. Güler ayrıca toplantıda İngiltere'nin Türkiye olan ekonomik ilişkisine dikkat çekerek, İngiltere'nin AB'den ayrılması ile birlikte Türkiye'nin bu durumdan nasıl etkileneceğine dair Bakan Yardımcısı Kaymakcı'ya soru yöneltti.

Bakan Yardımcısı Kaymakçı iş camiasının sorularını yanıtladı

Toplantıda konuşan Eskişehir Sanayi Odası Başkanı Celalettin Kesikbaş, üretimin ve ihracatın artmasına odaklandıklarını belirterek, Orta Doğu'da yaşanan gelişmelerin ihracatı zorlaştırdığını, AB ile de bazı sorunlarla da karşılaşıldığını dile getirdi. İhracatı kolaylaştırmak gerektiğine dikkat çeken Kesikbaş, Türkiye'nin sanayi odaklı bir ülke olduğunun vurgulanması gerektiğini söyledi. Toplantıda konuşan Türkiye-AB İlişkileri Dışişleri Bakan Yardımcısı, Avrupa Birliği Başkanı ve Büyükelçi Faruk Kaymakcı, Türkiye'nin AB'de olmadığı için AB ülkeleriyle serbest ticaret anlaşması yapamadığını belirterek, yeni Gümrük Birliği anlaşmasının bir an önce hayata geçmesi gerektiğine dikkat çekti. İngiltere'nin AB'den çıkması hakkında da değerlendirmede bulunan Kaymakcı, İngiltere'nin mevcut şartla ile AB'den ayrılması halinde bir sorun yaşanılmayacağını belirtti.

ETO'DAN BİR İLK DAHA... "ONLINE VİZE BAŞVURUSU"

E-Oda kapsamında birçok yeniliğe imza atan Eskişehir Ticaret Odası "Dijital Vize Başvuru Sistemi"ni de internet üzerinden hizmete sundu.

Üyelerinin işlerini kolaylaştırmak için dijital dönüşüm çalışmaları yürüten Eskişehir Ticaret Odası, E-Oda kapsamında hayata geçirdiği uygulamalara bir yenisini daha ekledi. "Dijital Vize Başvuru Sistemi" odanın web sitesi üzerinden başladı. Uygulama sayesinde ETO üyeleri ve çalışanları vize başvurularını odanın web sitesinden kolayca yapabiliyor. Üyeler ve çalışanları ETO'nun vize kolaylığı anlaşmaları yaptığı İtalya, Fransa ve Macaristan için yapılacak ticari vize başvuruları, Eskişehir Ticaret Odası'nın web sitesi üzerinden gerçekleştirebiliyor. ETO üyeleri ve çalışanları vize başvurularını www.etonet.org.tr adresinde yer alan "Online İşlemler" bölümündeki "Vize İşlemleri" sekmesinden ya da http://www.etonet.org.tr/Yonetim/OnlineVize.aspx adresinden yapabiliyor. Oda uzmanlarının yapacağı incelemenin ardından gerekli belgeler ve başvuru sürecinin durumuna ilişkin bilgiler e-posta ve kısa mesaj olarak başvuran kişiye ulaştırılıyor. Üyeler ve çalışanlar ayrıca Dijital Vize Başvuru Sistemi hakkındaki soru ve öneriler için 0 (222) 222 26 26'yı arayarak 253 ve 220 dahili numaralardan ETO'nun Uluslararası İlişkiler birimi yetkilileri ile görüşebiliyor.

ESKİŞEHİR HOBİ, SPOR VE HEDİYELİK EŞYA FUARINA 40 BİNİ AŞAN ZİYARETÇİ

Eskişehir Ticaret Odası TÜYAP Fuar Merkezi'nde düzenlenen Eskişehir Hobi, Spor ve Hediyelik Eşya Fuarı, şehir merkezinin yanı sıra çevre illerden yaklaşık 100 firmayı ve 40 binden fazla ziyaretçiyi konuk etti.

Eskişehir Fuar Kongre Merkezi'nin ev sahipliğinde Eskişehir Hobi, Spor ve Hediyelik Eşya Fuarı düzenlendi. Fuarın açılış törenine Eskişehir Vali Yardımcıları Bekir Şahin Tütüncü ve Alper Balcı, Tepebaşı Belediye Başkanı Ahmet Ataç, Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, TÜYAP Anadolu Fuarları A. Ş. Genel Müdürü Cihat Alagöz, Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi Başkanı Nadir Küpeli ve çok sayıda kurumun temsilcisi katıldı. Törende konuşan ETO Başkanı Metin Güler, Eskişehir Fuar Kongre Merkezi'nin ev sahipliğinde 6. fuar organizasyonunu gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşadıklarını söyledi. Eskişehir'in fuarcılıkta Türkiye'nin ilk beş şehri arasında yer alması için çalıştıklarını belirten Güler, fuarların ilgili sektörün yanı sıra, konaklama, restoran, ulaşım, reklamcılık gibi ilintili sektörlere de katma değer sağladığını dile getirdi.

Yılın en iyi çıkış yapan fuar merkezlerinden biri oldu

Törende konuşan TÜYAP Anadolu Fuarları A. Ş. Genel Müdürü Cihat Alagöz ise, Eskişehir'de ilkleri gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşadıkları belirterek, "Eskişehir yılın en iyi çıkış yapan ve en çok ziyaret edilen fuar merkezlerimizden biri oldu. Bu yılın içerisinde Eskişehir'de düzenlenen bütün fuarlarımız beklentilerimizin çok üzerinde başarıyla ulaştık. Hem katılımcı sayısı, hem ziyaretçi sayısı hem de şehrimize kattığı etkinlikler bakımından bereketli bir yıl geçirdik" şeklinde konuştu.

EFKM'DE İLK İNŞAAT FUARI DÜZENLENDİ

Eskişehir Fuar Kongre Merkezi çatısı altında Tüyap tarafından düzenlenen Eskişehir İnşaat Fuarı protokol ve iş dünyasının katıldığı törenle açıldı. Törene, Eskişehir Valisi Özdemir Çakacak, Odunpazarı Belediye Başkanı Kazım Kurt, Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, Eskişehir Ticaret Borsası Başkanı Ömer Zeydan, Eskişehir Sanayi Odası Başkanı Celalettin Kesikbaş, Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi Başkanı Nadir Küpeli, TÜYAP Fuarcılık Genel Müdür Yardımcısı Server Seçer ve çok sayıda kurum ve kuruluşun temsilcisi katıldı. Törende konuşan ETO Başkanı Metin Güler, Eskişehir'in fuarcılıkta önemli bir aşama kat ettiğini belirterek, önümüzdeki yıllarda Eskişehir'de uluslararası fuarların düzenlenmesini hedeflediklerini söyledi. Düzenlenen fuarlar sayesinde yurt içi ve yurt dışından alım heyetlerinin geldiğinin de altını çizen ETO Başkanı Güler, bu sayede üyelerini kendi sektörlerindeki firmalar ile bir araya getirdiklerini ve Eskişehir'in ticaretine katkı sağladıklarını kaydetti. 4 gün süren fuar boyunca 80'den fazla firma açtığı stant ile ürünlerini tanıttı. Ayrıca fuar ile eş zamanlı olarak bilgilendirme toplantıları, kongre ve konferanslar da gerçekleştirildi. Fuara şehir içi ve şehir dışından 23 binden fazla ziyaretçi konuk oldu.

İnşaatlık Kereste
Doğramalık Kereste
Taban Tahtası ve Lambri
Kapı ve Ahşap Merdiven Malzemeleri
Betopan
Çatı Malzemeleri
Plywood
Masif Panel
Osb
Shingle
Membran
Çimento Esaslı Renkli Kiremit

Keresteciler Sit. 26. Blok 26180 Batıkent / Eskişehir
Tel: +90 222 330 26 36 - Faks: +90 222 330 44 00
www.turkoglukereste.com.tr - iletişim@turkoglukereste.com.tr

TÜRKOĞLU® KERESTECİLİK

1967'den Günümüze, Güveninizle...

BULGAR İŞ İNSANLARIYLA İŞBİRLİĞİ TOPLANTISI

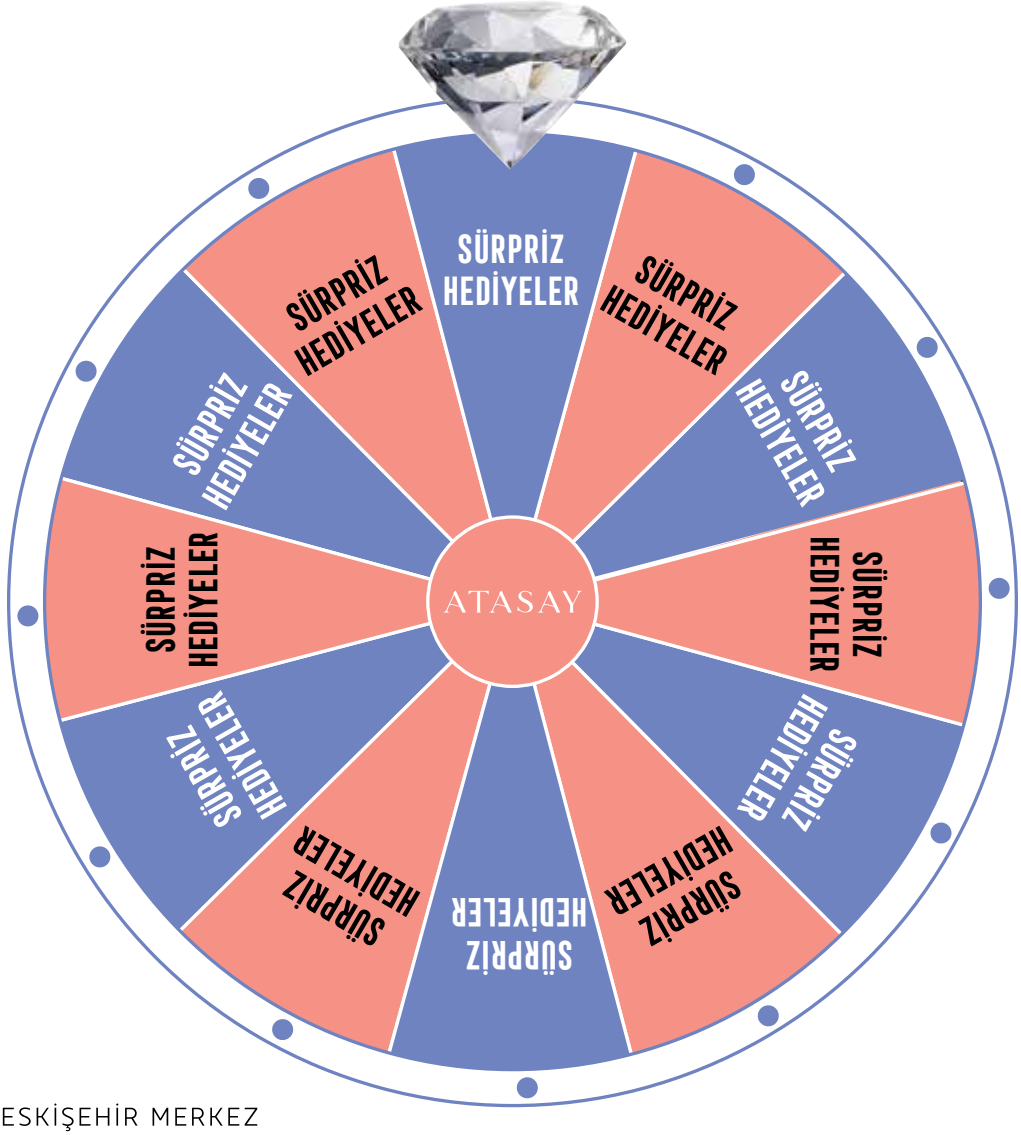
Eskişehir İnşaat Fuarı kapsamında şehrimize gelen Bulgar-Türk İşadamları Derneği (BULTİŞ) Eskişehir Ticaret Odası (ETO) ve Eskişehir Rumeli İş İnsanları Derneği (ERİAD) heyeti ile toplantı gerçekleştirdi. Vehbi Koç Kongre Merkezi'nde gerçekleşen toplantıya ETO Başkanı Metin Güler, ERİAD Başkanı İbrahim Durgut, BULTİŞ Başkanı Donka Koleva katıldı. Toplantıda konuşan ETO Başkanı Metin Güler, Bulgar-Türk İşadamları Derneği ile ilk temaslarını nisan ayında gerçekleştirdiklerini belirterek, ikili diyalogların pekişmesinden memnuniyet duyduğunu söyledi. Toplantıda konuşan BULTİŞ Başkanı Donka Koleva ise, Eskişehir İnşaat Fuarı çerçevesinde ikinci kez Eskişehir'de olmaktan mutluluk duyduklarını söyledi. Koleva, ikili diyalogların karşılıklı ticaret ve yatırıma da yansıması için çaba gösterdiklerini, birçok sektörde işbirliği yapmayı hedeflediklerini dile getirdi.

BULGAR-TÜRK İŞADAMLARI DERNEĞİ 115 FİRMA İLE GÖRÜŞTÜ

Eskişehir İnşaat Fuarı kapsamında şehrimize gelen Bulgar-Türk İşadamları Derneği 115 firma ile birebir görüşme gerçekleştirerek işbirliği zemini oluşturdu. BULTİŞ heyeti yapı elemanları, beyaz eşya yan sanayi ve endüstriyel tasarım alanında faaliyet gösteren 115 firmanın yöneticisiyle bir araya gelerek alışveriş şartlarını değerlendirdi. Temaslar hakkında değerlendirmede bulunan BULTİŞ Başkanı Donka Koleva, Eskişehir inşaat fuarı kapsamında firmalarla birebir görüşerek şirketlerin potansiyelleri hakkında yüz yüze bilgi aldıklarını belirterek, Eskişehirli firmalarla işbirliği yapmaktan memnuniyet duyacaklarının altını çizdi.

HER ALIŞVERİŞTE ÇEVİR KAZAN!

Atasay Mağazaları'ndan yapacağınız alışverişleriniz anında sürpriz hediyeler kazandırıyor.



ATASAY ESKİŞEHİR MERKEZ
Tel: (0222) 233 88 46

ATASAY ESPARK AVM
Tel: (0222) 333 04 00

atasay.com atasayjewelry 0850 800 42 82

Bu kampanya, kampanyaya katılan Atasay mağazalarında ve atasay.com'da 31.12.2019 tarihine kadar geçerlidir. Hediye çarkı, tek seferde yapılacak toplam alışveriş tutarı dikkate alınarak seçilecek ve tek seferliğine kullanılacak olup, yalnızca alışveriş yapılan mağazada kullanılabilecektir. Hediye çark kullanımından yalnızca alışveriş yapan ve adına fatura düzenlenen tüketici yararlanabilecektir. Kampanya ürünleri mağaza stokları ile sınırlı olup, başka bir kampanya ile birleştirilemez ve kullanılamaz. Ürün renkleri baskı kalitesine göre farklılık gösterebilir. İlanda kullanılan ürün fotoğrafları baskı ebadında orantılı olarak büyütülmüştür. Kurdaki değişiklikler ürün fiyatına yansıtılır. Ürün ölçülerine göre gram ve fiyat değişiklik gösterebilir. Kredili ve taksitli ödemelerde ilgili bankanın uyguladığı komisyon oranları eklenir. Atasay kampanyalarda değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Fiyatlara KDV dahildir. Detaylı bilgi atasay.com'da.

ATASAY
1937

İSPANYA İLE TİCARETİ GELİŞTİRMEK İÇİN İLK ADIM ATILDI

İspanya'nın Ankara Büyükelçisi Juan González Barba beraberindeki heyet ile birlikte Eskişehir Ticaret Odası'na konuk oldu. Toplantıya ETO Başkan Yardımcısı Ali Koşar, yönetim kurulu üyeleri ile İspanya Ticaret Müsteşarı Fernando Hernández Domínguez, Roca Türkiye Bölge Direktörü Salvador López Oliva da eşlik etti. Toplantıda konuşan ETO Başkan Yardımcısı Ali Koşar, Eskişehir'in havacılık, raylı sistemler, beyaz eşya, tekstil, yapı elemanları, seramik ve makine imalatı sektöründe şehrin önemli markalara ev sahipliğini yaptığını belirterek, bu sektörlerde işbirliği yapmaktan memnuniyet duyacaklarını kaydetti.

Büyükelçi Barba'dan işbirliği vurgusu

Toplantıda konuşan İspanya'nın Ankara Büyükelçisi Juan González Barba ise, Eskişehir ve İspanya arasında güçlü bir işbirliği olduğunu ancak bu işbirliğinin daha da artırılabileceğini söyledi. İspanya'nın Madrid ve Barcelona'dan ibaret olmadığı gibi Türkiye'nin de Ankara ve İstanbul'dan ibaret olmadığını belirten Barba, bu kapsamda 12 şehirde çalışmalar yapacaklarını ve Eskişehir'in de bu iller arasında yer aldığını dile getirdi. Eskişehir'in Türkiye'de olduğu gibi dünyada da imajının yükseldiğini belirten Barba, Eskişehir ve İspanya arasındaki üniversiteleri, belediyeleri, odaları, kültür kurumlarını bir araya getirerek bir iş ağı oluşturmayı planladıklarını dile getirdi.

ES-ES'İN YENİ BAŞKANINDAN ETO'YA ZİYARET

Eskişehirspor'un yeni başkanı Mustafa Akgören ve beraberindeki yönetim kurulu üyeleri ETO Başkanı Metin Güler'i ziyaret etti. Ziyarete ETO meclis divanı ve yönetim kurulu üyeleri de eşlik etti. Ziyaretten duyduğu memnuniyeti ifade eden ETO Başkanı Metin Güler, Eskişehirspor'da başkanlık görevini devralan Mustafa Akgören ve yönetime başarılar diledi. Eskişehirspor'a gönül verdiğini ve her zaman destek olduğunu belirten Güler, şehre bu konuda büyük görev düştüğünü sözlerine ekledi. Eskişehirspor Başkanı Mustafa Akgören ise yönetim olarak Eskişehirspor'un sorunlarını çok iyi bildiklerini ve sorunları çözmek için çaba göstereceklerini vurguladı.

KAHRAMANMARAŞ TSO İLE İŞBİRLİĞİ TOPLANTISI

Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası heyeti, Eskişehir Ticaret Odası'nın davetlisi olarak Eskişehir'e konuk oldu. 2 gün boyunca Eskişehir'de ziyaret ve toplantılar gerçekleştiren Kahramanmaraş TSO ilk temasını Eskişehir Ticaret Odası'nda gerçekleştirdi. Eskişehir ve Kahramanmaraş'ın ticaretinin, sanayisinin ve hizmet sektörünün mevcut performansı ve geleceğinin değerlendirildiği toplantıya ETO Başkanı Metin Güler, Meclis Başkanı Halil İbrahim Ara, Kahramanmaraş TSO Başkanı Serdar Zabun, Meclis Başkanı Mehmet Hanefi Öksüz de katıldı.

Güler istişare ve işbirliğine dikkat çekti

Toplantıda konuşan ETO Başkanı Metin Güler, Eskişehir'in ticareti, sanayisi ve turizmi ile Anadolu'nun ve Türkiye'nin yükselen şehri olduğuna dikkat çeken Güler, Eskişehir'in ileri teknoloji üretim kabiliyeti, ihracatı ve yetişmiş insan kaynağı ile her geçen gün daha büyük hedeflere yöneldiğini ifade etti. Odalar arası istişare ve işbirliğine çok önem verdiklerini belirten Güler, odaların yürüttükleri farklı uygulamaları görmek, şehirler arası ticaret ve sanayi dinamiklerini incelemek için odaların daha çok bir araya gelmesi gerektiğini dile getirdi. Toplantıda konuşan Kahramanmaraş TSO Başkanı Serdar Zabun, Eskişehir'e konuk olmaktan mutluluk duyduklarını belirterek, davetinden dolayı Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler'e teşekkür etti. Eskişehir ve Kahramanmaraş'ın tükettiğinden daha çok ürettiğini belirten Zabun, iki gün boyunca gerçekleşecek temasları ile hem Eskişehir'deki önemli tesisleri inceleme hem de odalar arası işbirliği yapma fırsatı bulacaklarını sözlerine ekledi.

KAPAK KONUSU

DİJİTALLEŞEN ESKİŞEHİR

Türkiye E-Ticarette Örnek Bir Pazar

Öget Kantarcı
gittigidiyor.com Genel Müdürü, eBay MENA Bölge Direktörü ve TOBB E-Ticaret Meclisi Başkanı

Dijital dönüşüm sürecinin son derece hızlı bir biçimde yaşanması, internet kullanımının tüm dünyada giderek artması, mobil cihaz kullanımın yaygınlaşması e-ticaret ekosisteminin de ciddi bir biçimde büyüyüp gelişmesini mümkün kılıyor. Bu anlamda e-ticaret pek çok köklü markanın omnichannel (çok kanallı) pazarlama ve satış stratejileri piramidinin en üst sıralarında yer alırken, aynı zamanda da işlerini büyütmek isteyen KOBİ'ler için çok ciddi bir fırsat sunuyor. Öte yandan, genç ve teknolojiyle doğan yeni nesille birlikte geleneksel alışveriş alışkanlıkları yerini dijital alışveriş alışkanlıklarına bırakırken, e-ticaret bu noktada sunduğu hız ve kolaylık gibi özelliklerle öne çıkıyor.

> TÜBİSAD'ın 2018 e-ticaret raporuna göre, Türkiye'de e-ticaret pazarı 2014-2018 yılları arasında yıllık ortalama yüzde 33 büyüme elde etti.

Bu noktada Türkiye'nin e-ticarette kat ettiği yolu kısaca aktarmanın, sektörel anlamda hangi noktada olduğumuzu daha net resmedebilmek açısından faydalı olacağını düşünüyorum. KPMG verilerine göre e-ticaret satış hacmi, 2020'de 4.1 trilyon dolara ulaşması beklenen bir ekonomi haline geldi. E-ticaretin toplam perakendedeki payı gelişmiş ülkelerde yüzde 11, gelişmekte olan ülkelerde yaklaşık yüzde 6'ya ulaştı; 2021'de ise yüzde 18'lere yükselmesi bekleniyor. Türkiye ise e-ticaret açısından büyük bir potansiyel taşıyor. TÜBİSAD'ın 2018 e-ticaret raporuna göre, Türkiye'de e-ticaret pazarı 2014-2018 yılları arasında yıllık ortalama yüzde 33 büyüme elde etti. 2014'te pazar büyüklüğü 19 milyar TL iken, 2018'de toplam pazar 60 milyar liralık hacme ulaştı. 2017'de 23 milyar TL olan perakende e-ticaret hacmi 2018'de yüzde 37 büyüyerek 31,5 milyar TL'ye yükseldi. Türkiye'de e-ticaretin toplam perakende içindeki payı ise 2017'de yüzde 4,1 iken, 2018'de yüzde 5,3'e çıktı. Bu gelişmeler kapsamında e-ticaret sektörünün ülkemizde 2019 yıl sonu itibariyle yüzde 30-35 bandında büyümesini bekliyoruz. Öte yandan,

> Genç ve teknolojiye doğan yeni nesille birlikte geleneksel alışveriş alışkanlıkları yerini dijital alışveriş alışkanlıklarına bırakırken, e-ticaret bu noktada sunduğu hız ve kolaylık gibi özelliklerle öne çıkıyor.

gittigidiyor
bir ebay şirketidir

2018 yılında 31,5 milyar TL'ye ulaşan online perakende hacminin 2023'te 120 milyar TL civarına yükselmesini bekliyoruz. Ayrıca, 2023 itibariyle e-ticaretin toplam perakendeden aldığı payın da yüzde 15 seviyelerine ulaşacağını öngörüyoruz.

Verilerin de doğruladığı gibi, Türkiye hızlı yükselişiyle örnek bir pazar olarak dikkat çekiyor. Dolayısıyla son dönemde küresel oyuncuların da Türkiye pazarına yöneldiklerini görüyoruz. Bu durum, sektörün ülkemizde ne kadar güçlü bir gelecek vadettiğinin de kanıtı olarak değerlendirilmeli. Tam da bu noktada şunu yeniden hatırlatmakta fayda görüyorum; e-ticaret sektörü ülkemizde KOBİ'lerin ve klasik perakendecilerin de katılımıyla çok daha hızlı büyüyecek.

E-ticaret sahip olduğu potansiyeliyle ülke ekonomisi açısından ciddi gelişmeler vadederken, aynı zamanda e-ihracat da markalarımız ve KOBİ'lerimizi geleceğe taşıyacak önemli bir ihtiyaç olarak dikkat çekiyor. Çünkü e-ihracat, ekonomimizi canlandıracak son derece önemli bir atılım alanı. Türkiye, ürünlerini e-ihracatla hızlı, kolay ve güvenli bir biçimde tüm dünyaya sunabilir. Bu motivasyonla genel müdürlük görevini yürüttüğüm Türkiye'nin öncü e-ticaret sitesi GittiGidiyor'da, 2018'de e-ihracatın ülkemizdeki öncülüğünü üstlendik ve yerli ürünleri eBay üzerinden 190 ülkede 182 milyon kullanıcıyla buluşturduk. Derimod'la başlattığımız e-ihracat atılımını DeFacto gibi Türkiye'nin önde gelen markalarıyla sürdürüyoruz. Platformumuzda dünyaya satış yapan 100'ün üzerinde satıcımız mevcut ve bu satıcılarımızın 25 bini aşkın ürünü listeleniyor. 2020'de ise en az 1000 yerel satıcımızın ürünlerini dünyayla buluşturabilmeyi hedefliyoruz. Şu ana kadar yerli ürünleri en çok Almanya, ABD ve İngiltere'ye sattık. En çok ilgi gören kategoriler ise ayakkabı, mutfak eşyası, ev tekstili/dekorasyon. Bir eBay şirketi olarak kullanıcılarımıza global bir platform sunma hedefimizi adım adım gerçekleştiriyoruz.

> "E-ticaret artık tüketici için bir alternatif değil, alışverişin gerçek anlamda bir parçası, entegre bir kanal."

E-ticaret tarafında tüm bu gelişmeler yaşanırken, güvenli alışverişle ilgili oluşabilecek soru işaretlerine yönelik hem sektörel güçlendirme, hem de tüketiciyi bilinçlendirme çalışmaları devam ediyor. Bu anlamda internetten alışveriş yapan kullanıcıların güvenilir siteleri tercih etmesi, adres çubuğunda mutlaka kilit işareti olup olmadığını kontrol etmesi, anne kızlık soyadı gibi soruları yanıtlamaması gibi önemli noktalara her platformda dikkat çekiyor, sektörel altyapı çalışmaları gerçekleştiriyoruz. Halihazırda birçok e-ticaret platformu kendi güvenlik çözümlerini sunarak tüketicilere sorunsuz bir alışveriş deneyimi yaşatıyor. Diğer yandan, TOBB E-Ticaret Meclisi olarak Gümrük ve Ticaret Bakanlığının bu uygulamasının hazırlık aşamasında görüşlerimizi ve önerilerimizi kendileriyle paylaşarak ortaya çıkma sürecine dâhil olduğumuz **Güven Damgası** uygulaması son derece önemli. Güven Damgası uygulamasının devreye girmesiyle birlikte internetten alışveriş yapılmasının önünde tüketici için engel teşkil edebilecek güvenlik, gizlilik ve hizmet kalitesi gibi konularda standartlar daha da yüksek seviyeye çıktı. Güven Damgası uygulaması en çok, henüz markalaşma sürecini tamamlamamış nispeten daha küçük e-ticaret sitelerinin güvenilirliğini ortaya koyabilmesi için bir fırsat yaratıyor ve sektörü bu anlamda destekliyor. Güven Damgası'nı almak isteyen hizmet ve aracı hizmet sağlayıcıların, kişisel veri ve ödeme bilgisi içeren her türlü işlemin internet ve mobil sitede gerekli sertifikalarla gerçekleştirilmesini sağlamaları gerekiyor. Bu, kullanıcılar için elbette olumlu bir algı yaratıyor. Önümüzdeki dönemde de güvenliği sürekli iyileştirmek üzere sektör oyuncuları olarak çalışmalar yapmayı sürdüreceğiz.

Kısaca e-ticaret artık tüketici için bir alternatif değil, alışverişin gerçek anlamda bir parçası, entegre bir kanal. Dolayısıyla e-ticaretin hem dünyada hem de ülkemizde önümüzdeki yıllarda büyümesini sürdüreceğini söyleyebilirim. Son dönemde üzerinde çok fazla çalıştığımız e-ihracatın da katkısıyla ülkemizde bu büyümenin çok daha hızlı olacağını öngörüyorum. Sektörümüzün gelecek dönemle ilgili en önemli hedefi, Türkiye'deki firmaların ürünlerinin e-ihracat vasıtasıyla yurtdışına satışını ve ülkemizin bu konudaki potansiyelini değerlendirerek ihracatını artırmasını sağlamak. Bu anlamda gelecek, e-ticaret ve e-ihracat açısından ülkemizde pek çok yeniliğin bizleri beklediğini söyleyebilirim. Bizler de sektör oyuncuları olarak e-ticaret ekosistemini güçlü bir şekilde geliştirecek projeler üretmeye devam edeceğiz.

Türkiye'nin Dijitalleşme Yolculuğu ve Perakende Sektöründen Bir Örnek

Yenal Gökyıldırım
MediaMarkt Türkiye ve Yunanistan İcra Kurulu Başkanı
MediaMarktSaturn Perakende Grubu İcra Kurulu Üyesi

İnsanı diğer canlılardan ayıran pek çok özellik sayabiliriz. Ama bunlardan birisi var ki, tüm insanlık tarihini, bugün yaşadığımız dünyayı ve geleceğimizi belirliyor: Alet yapmak ve ÜRETMEK.

İnsanlık tarihi boyunca üretim süreci birçok aşamalardan geçti. Bu süreçte dünya bir sanayi devrimleri "dizisi"ne tanıklık etti ve bugünlere geldik: Birinci Sanayi Devrimi'ni 18. yüzyılda yaşadık. İngiltere'de buhar makinesinin icadının gerçekleşmesiyle birlikte buharın ve suyun gücü, buhar makinesiyle üretime aktarıldı, o zamana kadar tezgahlarda el emeğiyle yapılan üretim yerine mekanik üretim ortaya çıktı. Böylece sermaye birikimi sağlandı.

19. yüzyıl İkinci Sanayi Devrimi'ne tanıklık etti. Teknoloji Devrimini yaratan çelik, tren rayları, petrol, elektrik ve kimyasal tekniklerin kullanılmasıydı. Üçüncü Sanayi Devrimi 20. yüzyılda, üretimde dijital devrimin gerçekleşmesi, elektroniğin kullanımı ve bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle üretimi daha da otomatikleştirdi.

> 4. Sanayi Devrimi'nin dolaylı amacı insan gücünü fiziksel düzeyden beyinsel düzeye sıçratmaktır.

21. yüzyılda bugün ise Dördüncü Sanayi devrimini, başka bir deyişle Endüstri 4.0 devrini yaşıyoruz. Endüstri 4.0 genel hatlarıyla; robotların üretimi tamamen devralması, yapay zekanın gelişimi, üç boyutlu yazıcılarla üretimin fabrikalardan evlere inmesi, devasa miktarda ki bilgi yığınını veri analizleriyle ayıklanıp değerlendirilmesi, sanal ve artırılmış gerçekliğin süreçlerde yerini alması, nesnelerin interneti ve yapay zekânın üretimi ve hayatı derinden, köklü bir şekilde değiştirmesi ve daha birçok yenilikler anlamını taşıyor.

4. Sanayi Devrimi'nin dolaylı amacı da insan gücünü fiziksel düzeyden beyinsel düzeye sıçratmaktır. Dijitalleşme tüm bu süreçlerin temeli

> 21. yüzyılda bugün Dördüncü Sanayi devrimini, başka bir deyişle Endüstri 4.0 devrini yaşıyoruz.

ve hepsini kapsayan bir anahtar kavram. Düşünün ki bugün dijital dünyada her gün 25 katrilyon bayt veri üretiliyor. Mevcut verilerin yüzde 90'ı son iki yılda yaratıldı. Bu da sürecin muazzam hızını gösteriyor. Dijitalleşme, veri algoritmalarıyla bu olağanüstü büyüklükteki veri yığınını anlamlandırmayı, bilgiye dönüştürmeyi ve bilgiye dayanan kararlar alabilmeyi sağlıyor.

Dijitalleşen Türkiye

Internet, dijital dünyayı birbirine bağlayan, yalnızca bireyleri ve şirketleri birbiriyle bağlamakla kalmayan, devletle yurttaşın doğrudan temasını sağlayan ve işlemleri elektronik ortamda gerçekleştiren, şirketlerin ürün ve hizmetlerini e-ticaret yoluyla tüketiciyle buluşturan, yüzyıl önce hayâli bile kurulamayacak olan bir çeşit paralel evren.

Dünyada ve Türkiye'de internet kullanım oranları hızlı bir artış gösteriyor. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından gerçekleştirilen 'Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'nın son açıklanan güncel verilerine göre Türkiye'deki internet kullanımı 2019 yılında 16-74 yaş grubundaki bireylerde %75,3 oldu. Bu oran bir önceki yıl %72,9'du.

We Are Social araştırma şirketinin 2019 yılı ocak ayı verilerine göre ise Türkiye'de 59 milyon internet kullanıcısı var. Aktif sosyal medya kullanıcı sayısı 52 milyon. Bu rakamın 44 milyonu internete mobil cihazlar üzerinden bağlanıyor. Türkiye'de nüfusun yüzde 98'i mobil telefon kullanıyor. Kullanıcılar internette günde ortalama 7 saat geçiriyor. Bu sürenin 2 saat 46 dakikası sosyal medya platformlarında geçiyor.

Ülkemizin dijitalleşme serüveninde devletin meseleye bakışı büyük önem taşıyor. Dijitalleşmenin bireyin hayatındaki yeri, verdiği kararla, internete bağlanmakla, mobil cihaz satın alıp kullanmakla başlar. Şirketlerin dijitalleşmesi ise bunu kurumsal kimliğinin bir parçası yapmasıyla mümkündür. Ancak kamunun desteği ve bu yönde attığım adımlar olmadan bu zor bir süreç olarak kalmaya mahkûmdur.

Türkiye'de e-devlet'e geçişle bir devrim yaratan ve bireylerin hayatında yeni bir çığır açan kamu yönetimi, ayrıca dijitalleşme yönünde çok güçlü bir beyan ortaya koymuştur. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın 2017'de açıkladığı **Dijital Türkiye Yol Haritası** Türkiye Cumhuriyeti'nin verdiği çok önemli bir stratejik kararı dile getiriyor.

Yol haritasında Türkiye Cumhuriyeti'nin, tüm sektörlerde dijital dönüşümü sağlamış, kamuda ve özel sektörde kurumsal kaliteyi artırmış bir Türkiye hedeflediği, yeni dönemin ayırt edici vasıflarından olan dijitalleşmeye özel bir önem verdiğini ve Dijital Türkiye'nin vaktinin geldiğine inandığını açıklıyor.

Bu süreçte bir taraftan yeni teknolojilere dayalı dijital sanayi yapısına geçerken, diğer taraftan yurttaşların zihni ve fiziki becerilerinden faydalanabileceğimiz yeni alanlarda istihdam edileceğini, coğrafyamızın ve dinamik genç nüfusumuzun avantajlarını da kullanarak ülkemizi küresel düzeyde bilgi üreten ve bilgiyi katma değere dönüştüren bir güç haline getireceğini önemle belirtiyor.

Yol Haritası, belirtilen bu vizyon ve hedefler doğrultusunda altı bileşenden oluşuyor. Bunlar **a) İnsan, b) Teknoloji, c) Altyapı, d) Tedarikçiler, e) Kullanıcılar** olarak sıralanıyor. **"İnsan"**la, eğitim altyapısının geliştirilmesi ve nitelikli işgücünün yetiştirilmesi, **"Teknoloji"**yle teknoloji ve yenilik kapasitesinin geliştirilmesi, **"Altyapı"**yla, veri iletişim altyapısının geliştirilmesi, **"Tedarikçiler"**le ulusal teknoloji tedarikçilerinin desteklenmesi, **"Kullanıcılar"**la, kullanıcıların dijital dönüşümünün desteklenmesi, **"Yönetişim"** ile de kurumsal yönetişimin güçlendirilmesi kastediliyor.

> Avrupa'da her biri 10 bin metrekareye varan satış alanları, 1000'den fazla mağazası ile MediaMarkt, 40 yıla ulaşan kurumsal tarihinde her zaman inovasyonun en ön saflarında yer almıştır.

Türkiye'de kamu yönetiminin bu kadar açık ve net bir şekilde sorumluluk aldığı, stratejik bir hedef olarak belirlediği ve desteğini ilan ettiği dijitalleşme özel sektörde de hızla gelişiyor, önümüzde yeni ufuklar açıyor.

Dijitalleşme Perakende Sektörünün Can Damarı

Türkiye ortalaması yüzde 60 olan Accenture Dijitalleşme Endeksi sonuçlarına göre 'Finansal Hizmetler' sektörü dijitalleşme oranında birinci sırada. Başka bir deyişle bankalar dijitalleşme konusunda diğer sektörlerden bir adım önde. Ama bankaları 'Perakende Ticaret', 'Hizmet Faaliyetleri' ve 'Motorlu Kara Taşıtları İmalatı' sektörleri ise dijitalleşme yolculuğunda finansal hizmetler sektörünü takip ediyor.

Aynı anda milyonlarca müşterisiyle bağlantı kuran perakende sektörünün üretici ile tüketici arasında bir köprü olmak gibi önemli bir özelliği var. Aynı anda milyonlarca müşteri demek, muazzam büyüklükte verilerin işlenmesi, Büyük Veri algoritmalarıyla bu verileri hem perakendeci, hem de üretici için altın değerinde olan "BİLGİ"ye dönüştürmek demek.

Dolayısıyla dijitalleşme perakende sektörü oyuncuları için hayati önemde. Burada durup dijitalleşmenin ve genel olarak teknolojinin, kısaca Endüstri 4.0'ın Avrupa'nın bir numaralı tüketici elektroniği perakendecisi ve hizmet sunucusu olarak MediaMarktSaturn'un elinde nasıl büyük yeniliklerin kapısını açtığından bahsetmek isterim: Avrupa'da her biri 10 bin metrekareye varan satış alanları, 1000'den fazla mağazası ile MediaMarkt, kırk yıla ulaşan kurumsal tarihinde her zaman inovasyonun en ön saflarında yer almıştır.

Globalde gerçekleştirdiğimiz inovasyon öncülüğümüzü MediaMarkt Türkiye olarak ülkemizde hayata geçiriyoruz. Örneğin Türkiye'deki mağazalarımızda da çevrimiçi ve çevrimdışı dünyaları bir araya getirmenin teknolojik zeminini oluşturan elektronik raf etiketlerini kullanıyoruz. Bu etiketler, fiyat değişikliklerinin doğrudan ticari mal yönetim sistemi üzerinden yapılmasını sağlayarak, çevrimiçi perakendeciliğin hız avantajını mağazalara taşıyor. Dahası arka planda doğrudan veri odaklı kategori yönetimiyle ve tedarik zinciriyle yakından ilişki kuruyor, uçtan uca verimli ve entegre bir ekosistemi yönetiyoruz.

Dijitalleşme İnovasyona ve Başarıya Ulaştırır

Bu alanda bizi yol gösteren çok-kanallı satış stratejimizdir. Bu nedenle CRM alt yapımızı her geçen gün biraz daha güçlendiriyoruz. Mağaza içi tüketici deneyimini kişiselleştiriyor, öngörü analitiği sayesinde ve hedefe odaklı promosyon kampanyalarıyla mağaza ziyaretinin satın alma ile sonuçlanma oranlarını yükseltiyoruz.

Müşteri memnuniyetini sağlamak için büyük veriyi en etkin bir şekilde kullanıyor; talep planlama optimizasyonu, dinamik kapasite yönetimi ve dinamik fiyatlandırma sistemi ile her zaman en uygun fiyata talep edilen ürünün stoklarda yer almasını sağlıyoruz.

CRM veri tabanımız sayesinde müşteri bilgileri üzerinde çalışan algoritmalarla müşterimizi tekilleştirip, veri zenginleştirme, KVKK'ya uygun izinli iletişim entegrasyonu gibi süreçlerimizle hedef kitle bazlı kişiselleştirilmiş aksiyonlar alıyoruz.

Teknoloji alanında kesintisiz ilerleme, özellikle de Büyük Veri, en çok Perakende Sektörü için hayati önem taşıyor. Çünkü sektörümüz için tüketiciyi daha iyi tanımak, davranışlarını, alışkanlıklarını, tercihlerindeki değişimi derinlemesine anlamak ve yarını bugünden öngörmek için Büyük Veri vazgeçilmez bir büyük araç.

Büyük Veri'yi nasıl kullandığımızı kısaca özetleyecek olursam, tüm Mediamarkt fatura bilgilerini CRM veri tabanımıza aktarıyoruz; müşteri bilgileri üzerinden çalışan algoritmalarla müşteri tekilleştirme süreçlerimiz çalışıyor. Bu işlemlerin sonrasında tekil müşteri kaydına ulaşıyor ve bu müşterinin geçmiş alışverişler verilerini anlamlı bir bütün haline getiren bir dünya oluşuyor. Sonrasında veri zenginleştirme, KVKK'ya uygun izinli iletişim entegrasyonu gibi süreçlerimiz var. Bu süreçler de yine müşteri bazlı gerçekleşiyor. Nihayetinde tekilleşmiş, zenginleşmiş, alışveriş geçmişi oluşmuş ve izin bilgisi eklenmiş müşteri kayıtları üzerinde segmentasyon algoritmalarımız çalışıyor ve MediaMarkt müşterilerinin değer segmentasyonu oluşuyor. Bu segmentler üzerinden, segment stratejileri kuruyor, hedef kitle bazlı kişiselleştirilmiş aksiyonlar da alabiliyoruz.

Dijitalleşme başarıya götürüyor. Yukarıda sözünü ettiğim Accenture Dijitalleşme Endeksi çalışmasında, dijitalleşmenin şirketlerin karlılığı üzerindeki etkisi de analiz edilmiş. Buna göre, maksimum 100 puanlık Dijitalleşme Endeksi skorundaki her 10 puanlık artış, Türkiye'de bir şirket için ortalama olarak %1,5'lik ek Faiz ve Vergi Öncesi Kâr (FVÖK) marjı anlamına geliyor.

Başka bir deyişle dijitalleşmede arkada kalmamak başarı anlamına geliyor. Bu yalnızca şirketler için değil, tüm toplum için teknolojinin nimetlerinden en iyi şekilde yararlanmanın, verimliliği artırmanın ve değer üretiminin üst basamaklarına tırmanmanın kapısını açıyor.

"Müşteri memnuniyetini sağlamak için büyük veriyi en etkin bir şekilde kullanıyor; talep planlama optimizasyonu, dinamik kapasite yönetimi ve dinamik fiyatlandırma sistemi ile her zaman en uygun fiyata talep edilen ürünün stoklarda yer almasını sağlıyoruz."

Online Alışveriş Güvenliği

Nazım Erdoğan
sahibinden.com
CMO

sahibinden.com yenilikçi çözümleriyle kullanıcılarına en üst seviyede güvenlik sunuyor!

Türkiye'de e-ticaret sektörü istikrarlı bir şekilde hızla büyüyor. Bu büyümeyi tetikleyen koşullar arasında; internetten alışveriş yapma alışkanlığının giderek yaygınlık kazanması, kredi kartı kullanım oranında yaşanan artış, internet hızının artması gibi konuların önemli etkisi var. Bunun yanı sıra ülkemizdeki genç nüfus, 4.5G / 5G teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, mobil cihazların yaygınlaşması ve gelişen ödeme ve teslimat yöntemleriyle birlikte, online alışveriş pazarının sürekli büyüdüğünü görüyoruz. Dünyanın en çok internet kullanıcısına sahip ülkelerinden biri olan Türkiye'de, online alışveriş gün geçtikçe daha çok tercih ediliyor. Ancak online alışverişin hacmi artarken kullanıcı verilerinin güvenliği sektörün önemli konularından biri olarak göze çarpıyor. Son 5 yıllık süreçte güven temini konusunda çalışmalar artırılsa da online alışveriş güvenliği hâlâ sektör için öncelikli konular arasında yer alıyor. Araştırmalar da gösteriyor ki, online alışveriş sektöründe kullanıcıların güvenli bir deneyimle karşılaşması için satın aldıkları ürünün tüm niteliklerini taşır halde teslim edilmesi ve kişisel bilgilerin korunması büyük önem taşıyor.

> "Son 5 yıllık süreçte güven temini konusunda çalışmalar artırılsa da online alışveriş güvenliği hâlâ sektör için öncelikli konular arasında yer alıyor."

Kullanıcılarımıza güvenli e-ticaret hizmeti sunmak önceliklerimiz arasında

sahibinden.com olarak, sayısı gün geçtikçe artan kullanıcılarımızın verilerini güvenle muhafaza etmeyi ve kullanıcı memnuniyetini önceliğimiz olarak görüyoruz. Bu nedenle güvenli alışveriş konusunda yatırım ve yeniliklerimizle birlikte, tedbirlerimizi de

> "Dünyanın en çok internet kullanıcısına sahip ülkelerinden biri olan Türkiye'de, online alışveriş gün geçtikçe daha çok tercih ediliyor."

sahibinden.com

daima güncel tutuyoruz. Kullanıcılarımızın verilerini korumanın yanı sıra online alışverişte karşılaşabilecekleri nitelik sorunlarını ve beklenmedik gelişmeleri engellemek için Güvenli e-Ticaret (GeT) özelliğini hayata geçirdik. GeT sistemiyle yapılan alışverişlerde ödemeyi, teslimat sonrasında gelecek onaya kadar **sahibinden.com**'un havuz hesabında muhafaza ediyoruz. Satıcıya ödeme, kullanıcı eline ulaşan ürüne onay verince yapılıyor. Eğer kullanıcımız satın aldığı üründe beklenmedik bir nitelikle ya da sorunla karşılaşırsa ürünü geri göndererek işlemi iptal edebiliyor, ödemesini ise GeT üzerinden geri alabiliyor. Böylece teslim alınan üründe karşılaşılan herhangi bir sorunda kullanıcımızın parasını güvence altında tutuyoruz.

Online alışverişteki risk faktörlerinden biri de kişisel verilerin korunması noktasında ortaya çıkabiliyor. Baştan tedbir almak ve kişisel hesaplara başkalarının girmesini önlemek adına, kullanıcılarımıza "2 Aşamalı Doğrulama" hizmetini sunuyoruz. Kullanıcılarımız sisteme giriş yaparken e-posta adreslerini ve şifrelerini yazdıktan sonra, cep telefonu numarası onaylı ise SMS ile bir doğrulama kodu yolluyoruz. Cep telefonu numarası onaylı olmayan kullanıcılarımıza da doğrulama kodunu e-posta ile gönderiyoruz. Kullanıcılarımızın "2 Aşamalı Doğrulama"yı aktifleştirmesi halinde, kullanıcı bilgileri ve şifreleri kötü niyetli kişilerin eline geçse dahi bu kişiler hesabı doğrulayamayacakları için giriş yapamıyor. Böylece üçüncü şahısların kullanıcılarımızın hesaplarına erişimini engelliyoruz.

Türkiye'de internet kullanıcı sayısının 2020'de 62 milyona ulaşması bekleniyor. Araştırmalarda Türkiye'deki internet kullanıcılarının üçte birinden fazlasının online alışveriş yaptığı belirtiliyor. Kolay ve ucuz alışveriş imkânı sunan internet sitelerinde online alışveriş güvenliği büyük önem taşıyor. Veri güvenliği ve güvenli e-ticaret hizmeti en çok dikkat ettiğimiz konuların başında geliyor. GeT ve "2 Aşamalı Doğrulama" gibi yatırımlarla kullanıcılarımıza kusursuz ve güvenli bir hizmet deneyimi sunmak için de teknoloji yatırımına ve alt yapı çalışmalarına ağırlık veriyoruz.

"Veri güvenliği ve güvenli e-ticaret hizmeti en çok dikkat ettiğimiz konuların başında geliyor. GeT ve "2 Aşamalı Doğrulama" gibi yatırımlarla kullanıcılarımıza kusursuz ve güvenli bir hizmet deneyimi sunmak için de teknoloji yatırımına ve alt yapı çalışmalarına ağırlık veriyoruz."

Fuarcılıkta Dijitalleşme

Server SEÇER
TÜYAP Fuarcılık
Genel Müdür Yardımcısı

Öncelikle şirketimiz ve fuarlarımıza değinmek gerekirse Tüyap Fuarcılık olarak 40. yılımızı kutladığımız 2019 yılında 9 farklı şehirde 9 fuar merkezi sayısına ulaşmış bulunmaktayız. Türkiye'de birbirinden farklı sektörlerde yılda 100'ü aşkın fuar organizasyonu yapmaktayız. Kurulduğumuz tarihten bugüne 1.700'den fazla fuar organizasyonuna imza attık. Yurtdışında ise yaklaşık 200 fuar gerçekleştirdik. İstanbul, Bursa, Konya, Adana, Samsun, Erzurum, Diyarbakır, Eskişehir ve Kayseri'deki fuar merkezlerini işletmekteyiz. İzmir, Antalya gibi farklı şehirlerde de fuarlar yapmaktayız. Yurtdışında Moskova, Tahran, Kahire, Üsküp, Tiflis, Sofya gibi çok farklı şehirlerde ofislerimiz ve personelimiz bulunmaktadır.

Tüyap Eskişehir olarak 2018 yılının Aralık ayında Kitap Fuarı ile açılışımızı gerçekleştirdik. Eskişehir Ticaret Odası'nın yeni hizmet binası, Vehbi Koç Kongre Merkezi ve ETO-TÜYAP Fuar Merkezi aynı yerleşke içerisinde yer almaktadır. Fuarlarımız esnasında Vehbi Koç Kongre Merkezi'nde sektör toplantıları ve sektörle ilgili konferanslar, paneller, etkinlikler düzenlemekteyiz.

Eskişehir'de Tüyap olarak 2019 yılında 6 farklı tarihte 8 fuar gerçekleştirmiş olacağız. 2020 yılında ise bu takvimimize 2 fuar daha ekleyerek 8 farklı tarihte 10 fuara ulaşacağız. Bu yeni fuarlardan biri Eskişehir Endüstri Fuarı adı altında Ar-Ge, Sanayi ve Teknoloji Fuarı'dır. Bu fuar sektör kümelenmelerimiz olan havacılık, beyaz eşya, otomotiv gibi birçok sektör kümelenmesini bir araya getiren bir fuar olacak. Eskişehir Endüstri Fuarı yan sanayiler, alt yükleniciler, çözüm ortakları ile teknoloji ve malzeme üreten Türkiye'deki birçok firmanın buluşacağı bir fuar olacak. Organize Sanayi Bölgeleri ile teknoparklar da bu fuarda önemli bir yer tutacak. Fuarlardan diğeri ise Eskişehir Mobilya Fuarı olacak. Üreticilerin stant açacağı mobilya mağazalarının da ziyaretçi olacağı bu fuarımız profesyonel bir ihtisas fuarı şeklinde organize edilecek.

> Kurulduğumuz tarihten bugüne 1.700'den fazla fuar organizasyonuna imza attık. Yurtdışında ise yaklaşık 200 fuar gerçekleştirdik.

> Dünyada birçok sektörde dijitalleşme sürecinde olunduğu gibi fuarcılıkta da dijitalleşme sürecindeyiz.

Dünyada birçok sektörde dijitalleşme sürecinde olunduğu gibi fuarcılıkta da dijitalleşme sürecindeyiz. Dünyadaki dijitalleşme süreciyle yaygınlaşan online uygulamaları Tüyap olarak biz de kullanmaktayız. Bu uygulamalar sayesinde ziyaretçi ve katılımcılar websitelerimizde oluşturduğumuz özel linklerden ziyaretçi ve katılımcı profillerini öğrenebilir, yaka kartı bilgilerini doldurabilir, kendi sektör bilgilerini girerek online davetiyelerini alabilir ve fuara geldiklerinde hiç sıra beklemeden giriş yapabilirler. Ayrıca katılımcı ve ziyaretçiler arasındaki yapılacak olan ikili iş görüşmelerini fuarların websiteleri üzerinden gerçekleştirerek eşleştirmelerin doğru yapılmasını sağlamaktayız. Ziyaretçiler Tüyap İstanbul'da uygulanmaya başlanan mytüyap aplikasyonunu telefonlarına indirip fuara geldikleri zaman aradıkları firmaları, stant numaralarını, hangi salonda olduklarını kolaylıkla bulabilirler. Bu uygulama ödül kazandığımız Türkiye'de örnek gösterilen dünya çapında bir uygulamadır.

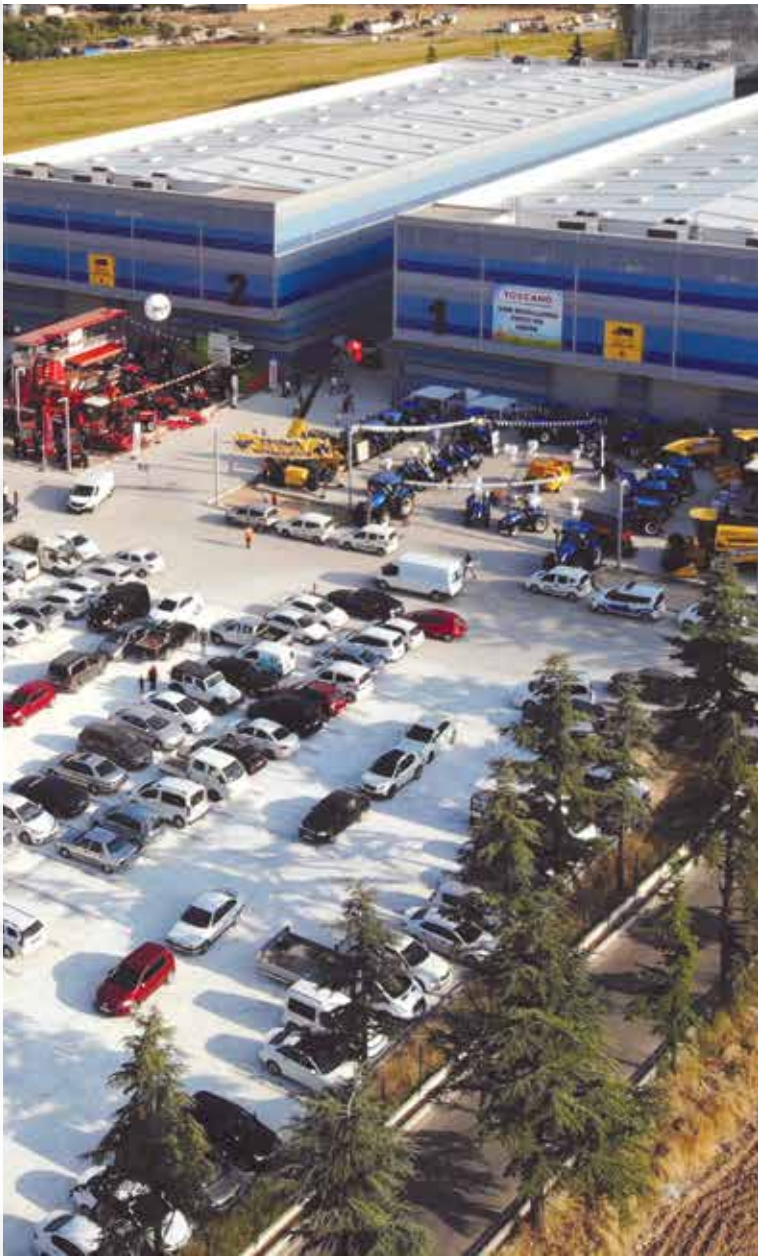
Dünyada örnekleri bulunan fuar uygulamalarından bir tanesi de sanal fuarlardır. Bu fuarlarda organizatörler internet siteleri üzerinden fuar organizasyonu gerçekleştiriyor ve stant açmak isteyenlerin başvurularını alıyorlar. Örneğin, eğitim ve kari-

yer anlamında yapılan bu fuarlarda üniversiteler ve yurtdışı eğitimle ilgili acentalar stant açıyor. Bütün dünyadan öğrenciler online olarak kayıt ücreti yatırarak bu sanal fuara katılıyor. Sanal fuarda stant açanlar sanal fuarda ziyaretçi olanlarla yazışabiliyor ve görüntülü konuşabiliyor. Şu an dünyada sayılı olan bu fuarlar her sektör için uygun olmamakla birlikte önümüzdeki 10 yıl içerisinde bazı sektörlerde daha da yaygınlaşacaktır.

Dijitalleşme ne kadar olursa olsun antik yunandan beri devam eden geleneksel fuarcılığı göz ardı edemeyiz. Buna paralel olarak uluslararası fuarlar ve ihtisas fuarcılığı da yüzyıllardır devam ediyor. Bu fuarlar organize edilmeye devam edecek olup ilerleyen yıllarda sadece format değiştirilebilir.

Tüyap Eskişehir olarak fuarlarımızda online davetiye uygulamasını başlatmış bulunmaktayız. Bu uygulamanın yaygınlaşmasını ve on binlerce ziyaretçi tarafından kullanılmasını sağlayacağız. Böylece her fuarımızda ihtisas konusuyla ilgili hedeflere ulaşıp, sektör takipçilerinin bilgilerini alarak her fuardan önce onları davet edebiliriz. Eskişehir fuarlarımızın ziyaretçileri online davetiyeyi kullanırsa kendilerine ilgili fuarın bilgileri ve davetiyeleri önceden ulaşacaktır.

Başta sayın başkanımız Metin Güler ve Eskişehir Ticaret Odası Yönetim Kurulu olmak üzere tüm ekibe bizlere verdikleri katkıdan ve işbirliğinden ötürü çok teşekkür ediyoruz. 2020 yılında yapacağımız 10 farklı fuara bütün Eskişehir Ticaret Odası üyelerini hem katılımcı olarak stant açmaya hem de ziyaretçi olmaya bekliyoruz.



Dijitalleşme Çağında Hukuk

Gökçe Çobansoy Hızel
Hukukçu
Yeni Teknolojiler, Hukuk ve İnsan Hakları

"Dijital", "Dijitalleşme", "Dijitalleşme çağı" bugün neredeyse hepimizin en sık duyduğu kavramlardan biri haline gelmiştir. Peki ama nedir bu dijital ve dijitalleşme? Bizleri ve hayatlarımızı nasıl etkilemektedir? Bu kavramların doğurduğu sonuçlar karşısında hukuk işin neresindedir?

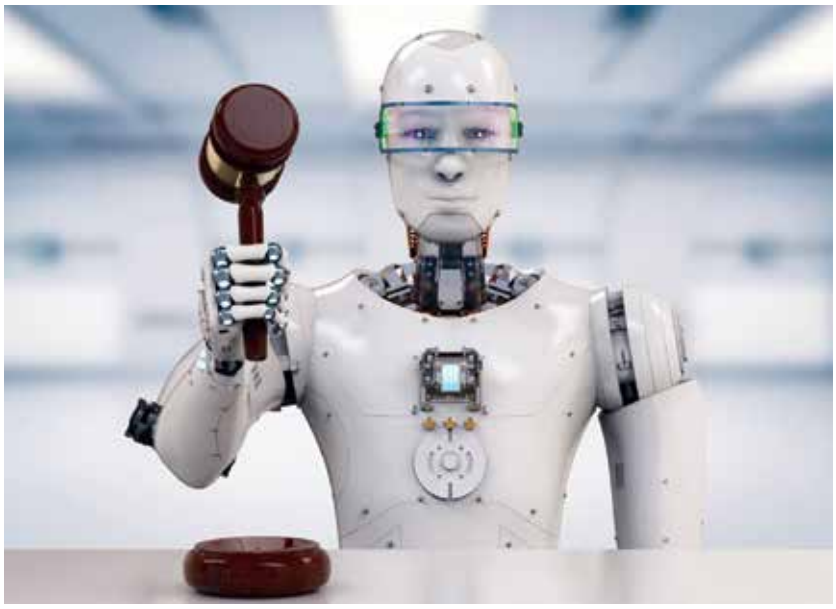
İnsanların artık anlık mesajlaşma platformlarından yazıştığı, bankacılık, seyahat, alışveriş gibi pek çok ihtiyaçlarını aplikasyonlar (mobil uygulamalar) üzerinden kolaylıkla halledebildiği günümüzde, dijital kavramını "çeşitli teknolojik yeniliklerin bağlantı (connectivity) sayesinde bir noktada birleşmesi" olarak[1] tanımlamak mümkündür. Dijitalleşme ise, "bir iş modelini değiştirmek ve yeni gelir/değer üreten fırsatlar elde etmek için dijital teknolojilerin kullanılması; dijital bir işletmeye geçiş süreci"dir[2].

Dijitalleşme, 1960'larda başlayan ve yarı iletken maddelerin, ana sistem bilgisayarlarının, kişisel bilgisayarların keşfi ve nihayet internetin gelişmesiyle hızlanan 3. Sanayi Devrimine dayanmaktadır[3]. Teknolojik yenilikler ve dijital teknolojiler zaman içinde evrilse de, bugün içinde yaşadığımız ve diğer üçünden tamamen farklı olarak nitelendirilen 4. Sanayi Devriminde[4] en önemlileri arasında büyük veri ve analitiği, bulut bilişim ve diğer platform teknolojileri, mobil teknoloji çözümleri, lokasyon bazlı servisler, sosyal medya ve diğer benzer aplikasyonlar, nesnelerin interneti, yapay zeka, makine öğrenmesi ve derin öğrenme, sanal ve artırılmış gerçeklik, nano teknoloji sayılabilmektedir[5].

Farkında olalım ya da olmayalım, kullanalım ya da kullanmayalım bu teknolojik yenilikler sadece bireylerin hayatlarını ya da iş yapış şekillerimizi değil aslında toplumların da yapısını dönüştürmektedir. Tom Goodwin'in 2015 yılında yazdığı bir makalesinde verdiği örnekler bu tabloyu oldukça çarpıcı bir şekilde gözler önüne sermektedir:

'Dünyanın en büyük taksi şirketi olan Uber'in hiçbir taksisi bulunmamaktadır; dünyanın en popüler medya devi olarak nitelendirilebilecek olan Facebook hiçbir içerik üretmemektedir; en değerli perakendeci sayılan Alibaba'nın hiçbir envanteri yoktur ve dünyanın en büyük konaklama hizmet sağlayıcısı olan Airbnb'nin hiçbir emlâkı yoktur[6].'

> Dijitalleşme, 1960'larda başlayan ve yarı iletken maddelerin, ana sistem bilgisayarlarının, kişisel bilgisayarların keşfi ve nihayet internetin gelişmesiyle hızlanan 3. Sanayi Devrimine dayanmaktadır.



> “Teknolojik yenilikler sadece bireylerin hayatlarını ya da iş yapış şekillerimizi değil aslında toplumların da yapısını dönüştürmektedir”

Dijitalleşmenin getirdiği sonuçlara ayak uyduramayan işletmelerin ise zaman içinde eriyip tarihin tozlu raflarında yerlerini alacağı belirtilmektedir. Tüm bunlar olup biterken hukuk ve hukukçular bu değişime ne kadar ayak uydurabilmektedir?

Dijitalleşme ekseninde hukuk konusunu iki açıdan ele almak mümkündür; ilki, gerçekleşen dijital dönüşümde kullanılan yeni teknolojiler ile hukuk kuralları arasındaki uyum ya da uyumsuzluk, ikincisi ise hukuk uygulamalarının dijitalleşmesi olarak belirtilebilir.

İlk başlık altında kastedilen, ortaya çıkan yeni teknolojilerin meydana getirdiği durumların ya da sorunların mevcut hukuk kuralları ile çözümlenmesi veya buna uygun hukuk kurallarının geliştirilmesi olarak ifade edilebilir. Esasen bir tarafta genel olarak geleneksel süreçlere göre tasarlanmış düzenlemeler, bir tarafta hızla gelişen teknoloji, mevcut düzenlemelerin somut olaylara uygulanması ve yorumlanması aşamasında zorluk doğurmaktadır. Ortaya çıkan bu zorluk, hem dijitalleşmeye çalışan işletmelerin hukukçuları ya da dijitalleşmenin getirdiği sorunlara mevcut yasal düzenlemeler çerçevesinde çözüm üretip hukuku uyarlama ya da değiştirme noktasında olan devletler açısından da geçerlidir.

Gartner'ın 2018 yılında 61 şirket üzerinden yaptığı bir araştırmaya göre kurumların dijitalleşme çabalarını destekleme açısından iç hukuk ekipleri hazır olan şirketlerin oranı %19 olarak belirtilmiş[7]; Forbes'ta yayınlanan bir makalede ise, yapılan bir başka çalışmaya atfen, hukuk bürolarında bu oranın daha da düşük olduğuna yer verilmiştir[8].

Öte yandan mevcut hukuki ve cezai sorumluluğa ilişkin hukuk hükümlerinin, otonom ya da akıllı sistemler açısından ne şekilde uygulanacağı bugün halen dünyada tartışma konusudur. Otonom yani sürücüsüz bir araç trafik kazasına sebebiyet verdiğinde bu durumda sorumluluğun yazılımı yazana mı yoksa araç üreticisine mi ait olduğu en popüler tartışma konularından biridir. Ya da yapay zeka algoritmaları ile veriler işlenerek kişiler hakkında bir karara varılıp işlem tesis edildiğinde (örneğin vize ya da iş başvurusu reddedildiğinde) bu karar ya da işlemlerin hukuki geçerliliği, o işlemin neden o şekilde tesis edildiğinin ilgili kişiye ne şekilde açıklanacağı da sorunlu alanlardan bir diğeridir. Bunun gibi, blok zincir teknolojisi ile yapılan akıllı kontratların hukuk aleminde ne gibi sonuçlar doğuracağı, bu konunun nasıl düzenleneceği, hukuk ve yeni teknolojinin kesişim noktasına ilişkin bir başka tartışma konusudur.

Dijitalleşme ve hukuk, sadece şirketlerin dijitalleşme süreci ile değil devletlerin ya da yasa koyucuların dijitalleşme karşısında yapacağı düzenlemeler açısından da oldukça önemlidir. Yapılan bir çalışmada 2012 ila 2018 yılları arasında Whatsapp ve diğer OTT[9] servislerinin, global telekom şirketlerinin 386 milyar dolarlık ses gelirini ellerinden alacağı öngörülmüştür[10]. Bu husus aynı zamanda dünyadaki ilgili devletlerin bu tür bir faaliyet üzerinden vergi geliri elde etmekten yoksun kalacağı anlamına gelmektedir.

Geçtiğimiz günlerde Lübnan'da hükümetin Whatsapp isimli anlık mesajlaşma platformu ya da benzer aplikasyonlar üzerinden yapılan görüşmelerde günlük 0.20 USD vergi almaya yönelik düzenlemesi, bu gidişata müdahale edilmesine bir örnektir. Ancak bu düzenleme ülkede büyük gerilim yaşanmasına sebep olmuş ve akabinde Lübnan hükümeti bu uygulamasını geri çektiğini açıklamıştır[11]. Dolayısıyla dijitalleşme ve süreçlerin etkin

> Hukuk teknolojisi (legal tech) olarak adlandırılan bu kavramın dünyada gittikçe yaygınlaştığı ve üzerinde çalışılmaya başlandığı görülmektedir. 2018 yılında hukuk teknolojisi üzerine yapılan yatırımlar %713 oranında artmıştır.

bir şekilde yönetim ve dönüşümü, işletmeler açısından var olma ve rekabet boyunda oldukça önemli olmakla birlikte, devletler açısından da hem vatandaşlarının hakları hem de ülke ekonomisi ve güvenlik açısından büyük bir önem arz etmektedir.

Dijitalleşme ekseninde hukukun ele alınacağı ikinci başlık, yani hukuk uygulamalarının dijitalleşmesi ile kastedilen ise hukukun işleyişine ait süreçlerin yeni teknolojiler kullanılarak dijitalize edilmesidir. Hukuk teknolojisi (legal tech) olarak adlandırılan bu kavramın dünyada gittikçe yaygınlaştığı ve üzerinde çalışılmaya başlandığı görülmektedir. 2018 yılında hukuk teknolojisi üzerine yapılan yatırımlar %713 oranında artmıştır[12].

Hukuk süreçlerinin dijitalleşmesine yönelik çalışmaların, verimliliği ve çevikliği artıracağı, risk tahmininin daha doğru bir şekilde yapılmasını sağlayacağı, maliyeti düşüreceği, doğru işe doğru kaynak aktarımını sağlayacağı beklenen avantajlar arasında sayılmaktadır.

Sonuç olarak dünyadaki dijital dönüşüm dikkate alınarak her bir şirketin, hukukçunun ve devletlerin bu dönüşüme kendi iş ve işleyişleri çerçevesinde ne kadar hazır olduğunu ya da nasıl hazırlık yapabileceğini değerlendirmesi ve bu dönüşüm sürecini en az zararla yönetmesi oldukça önemli görünmektedir.

Sosyal Medya

/in/gokcechizel
@humanlegist

Kaynaklar

(1) Loucks J. et.al., Digital Vortex, IMD, 2016, ISBN-10:1-945010-01-0, s.5.
(2) https://blogs.gartner.com/it-glossary/digitalization/ (E.T.17.10.2019)
(3) Schwab Klaus, The Fourth Industrial Revolution, Portfolio, UK, 2017, s.7.
(4) Schwab K., a.g.e, s.7
(5) Loucks J. et.al., Digital Vortex, IMD, 2016, ISBN-10:1-945010-01-0, s.5.
(6) https://techcrunch.com/2015/03/03/in-the-age-of-disintermediation-the-battle-is-all-for-the-customer-interface/#.cofetak:0sCd (E.T.17.10.2019)
(7) https://www.gartner.com/smarterwithgartner/a-roadmap-for-technology-adoption-in-legal/
(8) https://www.forbes.com/sites/markcohen1/2018/12/20/law-is-lagging-digital-transformation-why-it-matters/#1bbc0161515c
(9) OTT: Over the Top servisleri
(10) Loucks J. et.al., Digital Vortex, IMD, 2016, ISBN-10:1-945010-01-0, s.14.
(11) https://www.bbc.com/news/world-middle-east-50095448 (E.T.22.10.2019)
(12) https://www.forbes.com/sites/markcohen1/2019/05/03/getting-beyond-the-tech-in-legal-tech/#63f5d4f716fc

BİLBOARD-CLP

DİJİTAL BASKI TEKSTİL BASKI

TABELA ve GÖRSEL TANITIM HİZMETLERİ

AFİŞ BAYRAK

POSTER

FLAMA

ARAÇ KAPLAMA

BİNA ve CEPHE KAPLAMA

AÇIK HAVA REKLAMCILIK

İşinizi Şansa Bırakmayın...

EKOL
Reklam

:Kurtuluş Mah. Vatan Cad. 51/B Eskişehir
:0.222.221 90 93

Dijital Dönüşüm ve Eskişehir

Av. Dr. Barış Günaydın
Türkiye Bilişim Derneği
Eskişehir Şube Başkanı

> İnsanların istek ve ihtiyaçlarındaki değişim dolayısıyla sanayi ve ticaret hayatına da yansıdı. Değişime ayak uyduramayan işletmeler ise eski güçlerinden uzak kalmaya mecbur eden bir süreç içine girdiler.

Değişim bir terim olarak "Bir zaman dilimi içindeki değişikliklerin bütünü, değişme" olarak tanımlanmaktadır. Dönüşüm ise "Olduğundan başka bir biçime girme, başka bir durum alma, şekil değiştirme" olarak ifade edilmektedir. Değişim ve dönüşüm insanlığın doğuşundan bu yana varlığını sürdürmüş ve sürdürmeye de devam edecektir. Teknoloji alanında yaşanan baş döndürücü hızdaki değişim ise son yıllarda en üst düzeylere ulaşmıştır.

İnsanların istek ve ihtiyaçlarındaki değişim dolayısıyla sanayi ve ticaret hayatına da yansıdı. Değişime ayak uyduramayan işletmeler ise eski güçlerinden uzak kalmaya mecbur eden bir süreç içine girdiler. Uluslararası marka değerlendirme kuruluşu Brand Finance "Dünyanın En Değerli 500 Markası" araştırmasına göre ilk 10 marka arasında yer alan markaları incelersek hemen hepsinin teknoloji alanında faaliyet gösterdiğini görebiliriz.

Amazon (187.9 Milyar Dolar)
Apple (153.6 Milyar Dolar)
Google (142.8 Milyar Dolar)
Microsoft (119.6 Milyar Dolar)
Samsung (91.3 Milyar Dolar)
AT&T (87 Milyar Dolar)
Facebook (83.2 Milyar Dolar)
ICBC (79.8 Milyar Dolar)
Verizon (71.2 Milyar Dolar)
China Construction Bank (69.7 Milyar Dolar)

Aynı şekilde Türkiye'nin en değerli markaları arasında ise

Türk Hava Yolları
Türk Telekom
Turkcell
Akbank
Garanti Bankası
Ziraat Bankası
İş Bankası
Arçelik
Yapı Kredi
Ford Otosan

yer almaktadır.

> Türkiye'de durumun finans ağırlıklı gibi görünse de teknolojinin önemi kendini hissetirmektedir.

Türkiye'de durum finans ağırlıklı gibi görünse de teknolojinin önemi kendini hissetirmektedir.

Türkiye Bilişim Derneği Eskişehir Şubesi

Türkiye'nin bilişimle tanışmasının hemen ardından 1971 yılında büyük bir gelecek vizyonu ile kurulan Türkiye Bilişim Derneği(TBD) bugün ilk kurulan şubelerinden biri Eskişehir olmak üzere yedi şubeye ve 12.000'i aşan toplumun her katmanından üye yapısı ile "Bilişim Kültürünü" yaymaya çalışan bir sivil toplum örgütüdür.

Kurulduğu yıldan bugüne kadar dernek olarak

- Teknoloji üreten bir Türkiye,
- Teknolojiyi yaşam kalitesini yükseltme anlamında kullanabilen bir toplum,
- Kaynaklarını etkin ve verimli kullanabilen bir devlet yönetimi,
- Nitelikli insan gücü,
- Uluslararası rekabet edebilir bir üretim sektörü, yaratılmasına katkı sağlamayı hedeflemiştir.

Dijitalleşmenin önemini ve bu alandaki farkındalığı artırmak için Türkiye Bilişim Derneği Eskişehir Şubesi olarak Eskişehir Ticaret Odası ve Eskişehir Osmangazi Üniversitesi ve Eskişehir Kent Konseyi paydaşlığında Sağlıkta Dijital Dönüşüm Zirvesi'nin ilk 2019 yılı Nisan ayında gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda gerçekten gerek konuşmacıların

ufuk açıcı sunumları gerekse de Eskişehir'li teknolojik girişimcilerin sağlık alanında girişimlerini sunma ve yatırım desteği alma konusunda etkileşimi yüksek verimli bir etkinlik olarak yerini almıştır. Bu enerji ile TBD Eskişehir Yönetim Kurulu bu etkinliği her yıl düzenli olarak yapma kararı almıştır. Etkinlik göstermiştir ki Eskişehirli girişimcilerin her alanda olduğu gibi Dijital Dönüşüme uyumlu projelerinin var olduğunu ama rekabet etmek ve daha iyisine ulaşmak için de neler yapılabileceğini tartışma fırsatı verecektir.

Dijital Dönüşüm Neden Önemli

İnternetin ve cep telefonun hayatımıza girmesi değişimin ve dönüşümün habercisi olarak nitelemek sanırım yanlış olmaz. Akıllı cihazların hayatımıza girerek yaşam tarzımızı değiştirmesi doğal olarak ticaretin şeklini de değiştirdi; artık müşteri deneyimi kavramı önem kazandı. Siparişlerin elektronik ortamda alınması, üretim aşamalarının online olarak izlenebilmesi bunlara örnek olarak verilebilir. Daha önemlisi yeni kuşakların artık dijital teknoloji içinde doğması ve yaşaması onları "Dijital Yerli" yapmakta işte bu neslin çalışan olarak iş yerlerine katılması durumunda istenilen verimin alınabilmesi için süreçlerin ve çalışma ortamlarının dijitalleşmesi de kaçınılmaz olacaktır.

Gerçekten de Dijital Dönüşüm kaçınılmaz bugün artık nesnelerin interneti IOT, Akıllı Robotlar, Akıllı Sistemler, Siber Güvenlik, Bulut Teknolojisi, Büyük Veri, Veri Madenciliği, artık sıkça duyduğumuz kavramlar oldu. Bunun yanı sıra Dijital Dönüşüm için yardımcı teknolojiler arasında da Yapay Zeka ve Blok Zincir Teknolojileri de yer almaktadır. Kobiler İçin Dijital Rehber kitabının yazarları Alper Gerçek ve Dr. Haluk Gökşen kitaplarında son söz olarak belirttikleri gibi son istasyon olmayan değişim yolcuğunun bileti dijital dönüşümden geçmektedir.

Son söz olarak bu alanda başaralı olabilmek adına "Ulusal Bilişim Politikalarına" bağlı olarak,

- Ulusal ARGE ve yatırımların teşvik edilmesi
- Bilişim sektöründe "Ulusal Katma Değerin" artırılması
- Yerli ve Milli Teknoloji destekli dijital dönüşümün gerçekleştirilmesi
- Bilişim ve Teknoloji şirketlerinin yetenekleriyle dikey sektör gereksinimlerinin buluşturulması
- Teknoparkların işbirliği ve uzmanlık alanlarına yönelik yapılanması
- KOBİ'lerin dijital dönüşümünün desteklenmesi
- Açık Kaynak Kodlu yazılımlar Ekosisteminin geliştirilmesi
- Üniversitelerimizdeki genç beyinlerin yaratıcı ve üretime yönelik yönlendirilmesini ve vatandaşlarımızın bilişim teknolojilerinden olabildiğince yararlanabilmesi için farkındalık eğitimi ve çalışmalarının yapılmasına inanıyoruz.

Kaynakça

Türk Dil Kurumu Sözlüğü https://sozluk.gov.tr/
Kobiler İçin Dijital Dönüşüm Rehberi, Alper Gerçek & Dr. Haluk Gökşen TBD Yayınları
https://brandfinance.com/

Eskişehir Kent Bilişim Kurulu

Suat Yalnızoğlu
Tepebaşı Belediyesi
Özel Kalem ve Bilgi İşlem
Müdürü

> Yeni Çağ; Endüstri 4.0, beraberinde gelen Yapay Zeka (Ai-Artificial İntelligence), Büyük Veri (BigData), Bulut Teknolojisi (Cloud), gibi yalnızca Bilişim Sektörü çalışanları değil hemen hemen her meslekteki insanların kullandığı bu teknolojik terimler, gündemimizi ve yaşam şeklimizi oldukça değiştirdi.

İnternet servis sunucuları birbirleriyle etkileşimlerinde API'ler kullanır. API (Application Programming Interface): Bir uygulamaya ait yeteneklerin, başka bir uygulamada da kullanılabilmesi için, yeteneklerini paylaşan uygulamanın sağladığı arayüz'dür. Şimdi bu 'API' konusuna daha sonra dönmek üzere kısa bir ara verelim…

Son yıllarda hayatımızda değişim oldukça hızlı yaşandı. Nesnelerin İnterneti (İoT-İnternet of Things), ve bunun yarattığı Yeni Çağ; Endüstri 4.0, beraberinde gelen Yapay Zeka (Ai-Artificial İntelligence), Büyük Veri (BigData), Bulut Teknolojisi (Cloud), gibi yalnızca Bilişim Sektörü çalışanları değil hemen hemen her meslekteki insanların kullandığı bu teknolojik terimler, gündemimizi ve yaşam şeklimizi oldukça değiştirdi. Bu değişim ve dönüşümü de Dijital Dönüşüm olarak adlandırdık.

2019 yılı Mayıs ayında 'Dijitaleşmenin 6 Aşaması' olarak yayınlanan bu rapor, Dijital Dönüşümde kat edilen yolu ve nereye doğru devam edeceğini bizlere özetliyor. Dikkat ederseniz 'Şimdi - Günümüz' kısmı aslında bizlere mesajı veriyor. Bugün İşbirlikçi Ekonomi Çağı'ndayız.

Bu rapordan tam 2 yıl önce, 2017 yılı Mayıs ayında Eskişehir'de şehrin genlerinde de olan 'Gelin Tanış olalım, işi kolay kılalım' (Yunus Emre) felsefesiyle Tepebaşı Belediyesi Bilişim Semineri düzenlendi. Şehrin ve Teknolojinin A-B-C'sinin (Ai-Big-Data-Cloud) konuşulup tartışıldığı bu seminer sonrasında, 95 farklı kurumun bilişim ve teknoloji yöneticileri arasından yaklaşık 20 yönetici, Eskişehir Kent Bilişim Kurulunu kurulmasında öncülük etti. Kent Bilişim Kurulu bugün 'İşbirlikçi Ekonomi Çağı' olarak adlandırılan bu gerekliliği, yıllar öncesinden ilk olarak Eskişehir'e ve yaptığı çalışmalarla da ülkemize ve dünyaya duyurmaya çalıştı.

Tepebaşı Belediyesi Bilişim Seminerinde, Emniyet Müdürlüğü yetkilileri 'Kent Güvenliğinde Bilişim'den bahsederken, Anadolu Üniversitemizden katılan hocamız (bugün Eskişehir Teknik Üniversitesi bünyesinde) 'Afet Yönetiminde Bilişim'den, Osmangazi Üniversitemizden katılan hocamız ise 'Ulaşımda Bilişim'den bahsetti. Hepimiz için bir bilmece olan Hukuk'ta Bilişim konusunun da işlendiği Seminerde, Eskişehir'in köklü Sanayi kuruluşu TEI (TUSAŞ) yetkilileri Sanayi'de Bilişim konularıyla bizleri aydınlattı. Bizde, belediyede yürütmüş olduğumuz Akıllı Şehir projesinden bahsederek 'Kent Yönetiminde Bilişim' konusunu ele almış olduk.

Akıllı şehir çalışmaları bizlere kurumlar arası iletişimin kopukluğunu daha net biçimde göstererek bazı soruları sormamızı gerektirdi.

Şehirlerimiz ne kadar Akıllı? Veya belediyelerimiz 'Akıllı Şehir' kavramında hangi noktada?

Akıllı Şehir kavramı, Akıllı Ulaşım, Akıllı Sanayi, Akıllı Tarım gibi alt başlıkları içinde barındırır. Geleceğin şehirlerinde tüm bunların birbirine uyumlu ve koordineli çalışması düşünülür. Ancak günümüzde yönetsel farklılıklar nedeniyle durum çok ilkeldir. Organize Sanayi Bölgesi Başkanlığı, Tarım İl Müdürlüğü gibi farklı kurumlardan önce, belediye olarak büyükşehir ve ilçe belediyeleri bile birbiriyle koordineli ve uyumlu çalışma sorunu yaşamaktadırlar. Bilgi ve veri paylaşımı, verilerin farklı platformlarda hazırlanmasından dolayı, olması gerektiğinin çok altında gerçekleşir ve oldukça zaman kaybına neden olur. Neden aynı teknolojileri ve aynı altyapıları kullanan bilişimcileri ortak bir akılda birleşemiyorlar?

Neden Ortak Akıl?

Ülkemizde bir araya gelme, birlikte çalışma, takım-ekip olabilme kültürü gelişmemiştir. Aynı masada kararlar alma, uzlaşabilme kabiliyetimiz oldukça azdır. Bu yalnızca kurumların yönetiminde değil spordan-sanata her alanda en büyük sorunlarımızdan biridir. Ülkemizde başarılar maalesef hep bireyseldir. Örnek olarak, 270 adet federasyonumuza bağlı futbol kulübümüz olmasına ve çoğunluğu genç 80 milyonluk nüfusumuza rağmen Dünya Kupasında yalnızca bir Hakem olan Cüneyt Çakır'ı izleyebildik. Onunla gurur duyabildik. Bundan önce de olimpiyatlar veya uluslararası müsabakalarda milli başarılarımız sadece halter, güreş gibi bireysel sporlarda yaşandı. Takım kültürü, birlikte başarma kültürü zayıflığımız, sanırım eğitim sistemimiz kaynaklı köklü bir sorun. Fakat ciddi bir sorun.

Ancak Dünya'da gelişen toplumlara baktığınızda hep birlik olmaktan, birlikte hareket etmekten yana olduklarını görüyoruz. Hatta Amerika Birleşik Devletleri'nin süper güç olmasının nedeni, isminde gizlidir. Bir diğer birleşik alternatif güç unsuru ise Avrupa Birliği'dir. Batı dünyası, bizim de içinde bulunduğumuz orta doğu dünyasına ayrılmayı, ayrışmayı, küçülmeyi, özgürleşme ve farklılıkların yönetimi gibi kılıflarla veya terör tohumlarıyla özendirse de, kendileri birlik olmaktan, birleşik devletler olarak varlıklarını sürdürmekten yana tavırlarını gizlemiyor ve olağan üstü çaba sarf ediyor. Bu birliktelik ise onları daima güçlü ve başarılı kılıyor.

Eskişehir Kent Bilişim Kurulu

İşte tüm bu eksiklikler ve farkındalıklarla Eskişehir Kent Bilişim Kurulu adıyla bir grup yönetici, her ay bir araya gelerek Ortak Akılla, Akıllı Şehir olma iddiasıyla, İşbirlikçi Ekonomi Çağı'nın gerekliliğiyle toplanıyoruz, konuklar ağırlıyoruz, projeler üretiyor ve bilişim alanında yeni pazarlar bularak hibeler kazanıyoruz. Her ay ulusal ve uluslararası düzeyde, bir Kamu da üst düzey yöneticiyi, bir Sivil Toplum Temsilcisini, bir üniversite hocamızı ve bir sanayi kuruluşu yöneticisini misafir ederek 'birlikte neler yapabiliriz?' Sorusuna cevap arıyoruz. Bugüne kadar özel sektörde Samsung Türkiye, Turkcell, Panasonic, Vodafone, Philips, IBM, Mercedes Benz Türk A.Ş., gibi kuruluşların üst düzey yöneticilerini ağırlayan kurulumuz, Eskişehir'in potansiyelinin dışarıya aktarılması, tanıtımı ve yatırım çekmesi içinde çalışmalar yürütmektedir. Hemen her toplantı sonrasında mutlaka bir proje çıkarmayı başaran kurul üyeleri, zaman içinde tıpkı yazının ilk paragrafında bahsettiğim 'API' gibi çalışarak, kurumlar arası iletişimin hızlanmasında, birlikte projeler üretilmesinde, birer arayüz haline dönüştüler.

Kurumlar arası en üst seviyede yapılan ancak çoğu sürdürülebilir olmayan işbirliği protokollerinin yerine, Eskişehir Kent Bilişim Kurulu toplantıları, henüz Eskişehir'in çokta alışık olmadığı 'Birlikte Çalışma' kültürünü bürokrat seviyesinde sağlayarak 'tabanları birleştirme' konusunda önemli bir hizmet sağlamış oldu.

Kent Bilişim Kurulu, bünyesinde alt komisyonlar oluşturarak kurumların ihtiyaç duyduğu platformların hazırlanmasında Eskişehir'de faaliyet gösteren firmaların çalışmalarını da ön plana çıkarmayı hedeflemiştir. Uzmanlık alanlarına göre; Dijital Dönüşüm Platformu, Yapay Zeka Platformu, Akıllı Şehirler Çalışma Grubu, Büyük Veri ve Bulut Sistemleri, Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları (Marka-Patent ve Telif) gibi konu başlıklarında oluşturulan alt komisyonlar ile Eskişehir Kent Bilişim Kurulu, eğitimden-üretime bu yeni çağda Eskişehir'in ihtiyaç duyduğu her türlü dijitalleşme çalışmalarına, adeta bir düşünce kuruluşu, bir danışmanlık hizmeti veya bir sivil toplum örgütü gibi hizmet vermektedir.

Kanser Nedir? Lösemi Nedir? Ülkemizde Lösemiye Karşı Bakış Açısı Nasıldır?

Sağlık Bakanlığı'nca açıklanan 2015-2016 yılı verilerine göre ülkemizde her yıl 180.000 kişiye yeni kanser tanısı konmakta ve yaklaşık 160.000 kişi bu hastalıktan dolayı hayatını kaybetmektedir.

Kanser kelime anlamıyla bir organ veya dokudaki hücrelerin düzensiz olarak bölünüp çoğalmasıdır.

Dünya Sağlık Örgütü'nün açıklamalarına göre ülkemiz kanser kuşağında olan bir ülke olup kanser hastalığının yaygın olduğu ülkeler arasındadır.

LÖSEMİ

Kan hastalığıdır. Kötü huylu hücreler önce kanımızın esas yapım yeri olan kemik iliğinde çoğalır ve sonra bütün vücudu sarar. Lösemi tedavi edilebilen oldukça maliyetli çok branşlı multidisipliner yaklaşım gerektiren bir hastalıktır.

Sağlık Bakanlığı'nın 2006 yılı verilerine göre ülkemizde her yıl 5000 çocuk kansere yakalanmaktadır. Çocukluk çağı kanserleri içinde lösemi %35 oran ile en sık görülen kanser türüdür.

Türkiye'de her yıl 16 yaşın altında 1200-1500 yeni lösemili çocuk vakası bildirilmektedir. Lösemi her yaşta görülmektedir. En sık çocukluk çağında 2-5 yaşlarında artmaktadır. 1 yaşın altında, 10 yaşın üstündeki yeni vakalarda tedaviye cevap azalmaktadır. Genetik yatkınlıklar, radyasyon, benzen ve türevleri (bali, vs.), böcek ilaçları gibi kimyasal maddeler, bazı kalıtsal hastalıklar ve bazı viral hastalıkların hep birlikte lösemiye neden oldukları çalışmalarla gösterilmiştir. Günümüzde bu sayısal veriler 2 katına yaklaşmıştır.

Belirtileri: İştahsızlık, kansızlık, zayıflama, bacaklarda kemik ağrıları, cilt altında kanamalar, burun ve diş eti kanamaları, ateş.

Dünya Sağlık Örgütü'nün açıklamalarına göre ülkemiz kanser kuşağında olan bir ülke olup kanser hastalığının yaygın olduğu ülkeler arasındadır.

Ayrıca yayıldığı organlara ait belirtiler, örneğin baş ağrısı, kusma, karın ağrısı, görme bozuklukları önem taşıyabilir. Bu yakınmalarla müracaat ettikleri çocuk hematoloji (kan hastalıkları) uzmanlarınca yapılan muayenede çoğunlukla karaciğer ve dalak büyümesi, lenf bezlerinde genişleme, kanama bulguları tespit edilebilir. Yapılan kan, kemik iliği, hücre tipini belirleme ve genetik tetkikler sonucu kesin tanı konulabilir. Tanıdaki ayrıntılı testler genellikle lösemi tiplerini, tedavi prensiplerini belirlemede yardımcı olacaktır.

Tedavi: Öncelikle genel durumun düzeltilmesi yöntemleri ile başlar. Bu safhada kan veya kanın içindeki özel hücrelerini donörlerden (gönüllü kan verici kişi) alınarak lösemili hastaya verilmesi, enfeksiyon mevcutsa gerekli mücadelelerin yapılması, böbreklerin, karaciğer ve kalbin kemoterapi ilaçlarının yan etkilerinden korunma önlemlerinin alınması çok

önemlidir. Ayrıca hastaların ve ailelerin hastalık hakkında bilgilendirilmesi, löseminin umutsuz değil, tersine iyi bir tedavi ve moral desteği ile lösemide %92'lere varan oranda iyileşmenin sağlandığının açıklanması tedavinin ikinci basamağıdır. Ancak bu kemoterapi ilaçları, maalesef yalnızca kötü hücreleri etkilememekte, vücudumuzun iyi, faydalı hücrelerini de yok etmektedir. Bu nedenle, çocuklarımızın saçları dökülmekte, ağızlarında, bağırsaklarında yaralar açılmakta, halsizleşmektedirler.

Yine, vücudumuzu enfeksiyonlara karşı koruyan savunma hücreleri de ilaçlarla yok edildiğinden bağışıklık sistemi yıkılmakta, en ufak bir mikrop, hastalık etkeni dahi tüm vücuda yayılıp ağır ateşli enfeksiyonlara neden olmaktadır. Bu nedenle lösemili çocuklarımız etraflarındaki insanlardan, havadan, sudan mikrop almamak ve korunmak için maske takmaktadırlar. Maske takılmasının sebebi tedavi gereğince enfeksiyondan korunmak içindir, sağlıklı bir bireye bulaşması beklenmemeli ve bu konuda önyargılı olunmamalıdır; kanserin hiçbir türü bulaşıcı değildir.

Bakış Açısı: Ülkemizde artık LÖSEV ile birlikte lösemiye karşı bilinç eskiye oranla yükselmiştir. Yaptığımız birçok farkındalık çalışmaları ile kanser hakkında toplumsal bilinç oluşturulmuştur. Ancak hala pek çok kişinin hastalık konusunda bilgilerinde eksiklikler görülmektedir. Medyaya da toplumumuza bilinç kazandırma konusunda çok iş düşmektedir. LÖSEV'den önce tedavide başarı oranı %20'lerdeyken artık başarı oranı %92lere ulaşmıştır. Amacımız %100'e ulaşmaktır.

✦ Lösev Ne Zaman ve Nasıl Kuruldu?

Aslında her şey bir devlet hastanesinde tedavi gören 6 lösemili çocuğun odası için istenilen ve başhekimlikçe alınmayan televizyon ile başlamıştır.

Uzm. Dr. Üstün Ezer çocuk doktoru, pediatrik hematoloji uzmanıdır. 5 yaşında ölüme çare bulmak için doktor olmaya karar vermiştir. Mesleki deneyimleri sırasında gözlemlediği ülkemiz ihtiyacı üzerine vakfın temellerini atmıştır. LÖSEV'in Kurucu Başkanı'dır.

LÖSEV, ülkemiz insanının sağlıklı yaşa kavuşmasının gerekliliği için 8 Kasım 1998 tarihinde bir avuç idealist insan ve 5000 lira para ile kurulmuştur. LÖSEV, kurulumunda bir teneke masa ve sandalye ile başlayan bir başarı öyküsüdür.

✦ Lösev'in Hizmet Alanları / Yerleşkeleri:

2000, Dünyanın İlk Lösemili Çocuklar Hastanesi 2002, Lösemili Çocuklar Konağı

2007, Anne Üretim Atölyeleri

2008, Lösemili Çocuklar Okulları

2009, Lösemili Çocuklar Köyü

2010 LSV DÜKKAN ve Avrupa'nın ilk LÖSEV KENT'İ ve en donanımlı hastanesi LÖSANTE'nin yapılmasına uzanan bir yolculuktur. Yoktan var edilen bir mücadeledir.

LÖSEV sadece lösemi değil, yıllardır diğer kanser hastası çocuk ve yetişkin hastalara çare olup tüm dünyaya örnek olacak nitelikte çalışmalar gerçekleştirmekte olan ülkemiz insanlarının eseri ve gururu niteliğinde bir sivil toplum kuruluşudur. Aynı zamanda 2007 yılında Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konseyi Özel Danışmanlık Statüsü'ne sahip olmuş dünyanın alanındaki en büyük sivil toplum kuruluşudur. Türkiye'nin en itibarlı 10 markasından biridir.

LÖSEV, ülkemiz insanının sağlıklı yaşa kavuşmasının gerekliliği için 8 Kasım 1998 tarihinde bir avuç idealist insan ve 5000 lira para ile kurulmuştur. LÖSEV, kurulumunda bir teneke masa ve sandalye ile başlayan bir başarı öyküsüdür.

Bunun yanında çocuk hakları alanında dünyanın en önemli ve saygın kuruluşlarından olan World of Children (Çocukların Dünyası) Vakfı tarafından 2 Kasım 2017 yılında "Çocuk Hakları Nobeli" olarak nitelendirdiği ödülü Uzm. Dr. Üstün Ezer'e vermiştir. World of Children Vakfı, sağlık, eğitim, koruma, gençlik ve yardımseverlik alanlarında tüm dünyada çocuklar için faaliyet gösteren ve önemli işler yapan 5 kişiyi ödüle layık görmüştür. Çocuk ve sağlık alanında Uzm. Dr. Üstün Ezer ise Türkiye'den ilk ödül alan isim olmuştur.

◆ Vakfınızın Çalışmalarından Bahseder Misiniz?

Geleceğin anne babaları, eğitimcileri, liderleri herkes erken yaşta kanser ile tanışabiliyor ve acı çekiyor. Anneler çoğu zaman çaresiz, bazı aileler yakın çevrelerince suçlanıyor. Aile geçim sıkıntısı içinde birde hasatlığın getirmiş olduğu yüklerle aileler dağılıyor. Bütün bu sıkıntıların yaşanmaması için 40.000'e yaklaşan lösemili/kanserli çocuk ve yetişkin hastaları, 5 milyona yaklaşan gönüllüsü, bağışçısı ve çalışanları ile LÖSEV bilinçli, duyarlı ve kocaman bir aile olarak çalışmalarını sürdürüyor.

◆ Neler Yapıyoruz?

Avrupa'nın en donanımlı onkoloji hastanesi LÖSANTE Çocuk ve Yetişkin Hastanesi'nde yetişkin ve çocuk hastalarımıza tamamen ücretsiz tedavi olanağı sunuyoruz ve öncelikle her şeyin para olmadığını insanlığın ölmediğini göstermeye çalışıyoruz. Pijamasından 6 öğün yemeğine ücretsiz ilacına kadar her türlü ihtiyaçlarını karşılıyoruz.

Tedavide %92 başarı şansı ile hayat kurtarıyoruz.

Ailelerimizi evlerinde ziyaret ederek ihtiyaçlarını gideriyoruz.

Türkiye'nin dört bir yanındaki hastanelerde yatan hastalarımızı ziyaret ediyor acil yardım paketlerini iletiyor ve psikolojik destek sağlıyoruz.

LÖSEV İyilikler Tırımız ülkemizin her yerini dolaşarak imkan sahiplerinin bağışladığı destekleri, ihtiyaç sahibi olan tüm hastalarımıza ulaştırıyor.

Sponsorlarımızın katkıları ile yurtiçinde ve dışında çocuklarımızı tatile götürüyoruz.

Tedavisi devam eden çocuklarımıza LÖSEV İlköğretim Okulu'nda tamamen ücretsiz kolej eğitimi veriyoruz. Tedavileri bittikten sonra da aynı şekilde ücretsiz kolej eğitimi veriyoruz.

Sadece çocuklarımızın değil kardeş, anne ve babalar için de ayrı projeler düzenliyor ve onların sıkıntılarını hafifletmeye çalışıyoruz.

Üniversiteye başlayan başarılı lösemili gençlerimize eğitim bursu veriyoruz.

Lösemili çocuklarımızın anneleri için uğraş tedavileri veriyoruz. Bu nedenle Anne Üretim Atölyeleri projemizi sürdürüyoruz.

12 ay boyunca kurban etleri ve ramazan gıda paketlerimizin dağıtımını, hiçbir temel ihtiyacın lüks olmaması gerekliliği düşüncesiyle kesintisiz yapıyoruz.

Bir eğitim vakfı olarak ülkemizde

Avrupa'nın en donanımlı onkoloji hastanesi LÖSANTE Çocuk ve Yetişkin Hastanesi'nde yetişkin ve çocuk hastalarımıza tamamen ücretsiz tedavi olanağı sunuyoruz ve öncelikle her şeyin para olmadığını insanlığın ölmediğini göstermeye çalışıyoruz. Pijamasından 6 öğün yemeğine ücretsiz ilacına kadar her türlü ihtiyaçlarını karşılıyoruz.

Hayatın binbir türlü hali var,
Keşke demeden önce CAN SİGORTA
Hoşnudiye Mah. Nayman Sok. No: 4
Can Apt. Kat:1 Daire:1-2 Tepebaşı/Eskişehir
Tel: 0 222 230 95 88 Fax 0 222 230 99 74
sigorta@cansigortam.net www.cansigortam.net
Can Sigorta
Aracılık Hizmetleri Ltd. Şti.
Allianz

eğitim projeleriyle de öne çıkıyoruz. Anaokullarından liselere kadar yürüttüğümüz LÖSEV İNCİ Projesi, üniversitelerde eş zamanlı yürüttüğümüz LÖSEV FAYDA Projesi ile çocuklardan, gençlerimize kadar bilinçli birer birey yaratmayı hedefliyoruz. Aynı zamanda kamu ve özel kurumlarda da kamuoyu bilincini oluşturmak adına çalışmalarımız, eğitim hedeflerimiz çerçevesinde toplum yararına devam ediyor.

◆ Lösante Hastanesi ve Diğer Tesislerden Bahseder Misiniz?

LÖSANTE Çocuk Ve Yetişkin Hastanemizi, 2015 yılında insanlık ölmedikçe insanlar da ölmeyecek düşüncesiyle ülkemize kazandırdık.

Avrupa'nın ilk, ülkemizin en donanımlı lösemili çocuklar kenti ve multidisipliner hastanesi olarak bugün hizmetlerimize devam ediyoruz.

Hizmetlerimizde hep gözettiğimiz insanlık yararı yine LÖSEV kentimizde ve LÖSANTE hastanemizde de mevcut. Bu yararı, tamamen ücretsiz kanser tedavisi olanaklarımızla yaşatmaya gayret ediyoruz.

Hastanemiz %50'si yetişkin %50'si çocuklar olmak üzere tedavi hizmeti vermektedir.

Tedavilerde asla ticari yaklaşılmamakta hastalarımızın kaliteli sağlık hizmeti alması ve mutluluğu için çalışılmaktadır.

Bu sağlık hizmetini deneyimli doktorlarımız, ekipleriyle birlikte sağlığa konsantre bir şekilde gerçekleştirmektedir.

Lösemi ve kanser hastalıklarının tedavisinde en önemli husus, tedavi ortamının enfeksiyona kapalı olması gerekliliğidir. Hastanemizde bu gerekliliği hepafiltreli odalarımızla sağlıyoruz ve enfeksiyona ihtimal vermiyoruz. Bu imkanlarımızla da hasta ve hasta yakınlarımız, kendilerini güvende hissederek bu zorlu süreci başarıyla göğüslüyor.

Diğer Hizmet Binalarımız:

- Lösemili Çocuklar Koleji Lösemili
- Çocuklar Köyü Lsv Dükkan
- Hobi Evlerimiz
- Lösev Kanser Ve Gıda Laboratuvarları Kemik İliği Nakil Merkezi
- İl İrtibat Ofislerimiz

◆ Nasıl Bağış Yapabiliriz?

Banka şubelerinden gişe işlemleri, internet bankacılığı ve interaktif bankacılık üzerinden,

İl ofislerimizden,

EFT ile bağış yaparak,

SMS İLE BAĞIŞ: "HAYAT" yazıp 3406'ya mesaj göndererek,

IBAN ile yurtdışından bağış (SWIFT KODU) seçeneğiyle,

PTT şubelerinden posta çeki hesabına gerek duymaksızın bağış ekranlarından,

LÖSEV Onkoloji Kenti ve LÖSANTE için küçük büyük tuğlalar koyarak,

Gayrimenkul bağışı yaparak,

Hastane odalarımıza isim yazdırarak,

Gıda, kitap, kıyafet, oyuncak bağışlarınızı ofislerimize ileterek mücadeleci çocuklarımızın sağlıklarına kavuşmasına ve yüzlerini güldürmeye katkıda bulunabilirsiniz.

◆ Dolandırıcılık Hakkında Vakfınızın Çalışma ve Uyarıları Nelerdir?

Maalesef ki LÖSEV'in adı kullanılarak tüm illerimizde, insanların vicdanları istismar edilerek dolandırıcılık yapılmakta.

Bu dolandırıcılar, lösemili çocuklar yararına bağış topladıklarını iddia ederek, ürün satışları yaparak her yeni gün insanların iyi niyetlerini suistimal etmeye devam ediyor.

Biz LÖSEV olarak kesinlikle kapı kapı gezerek elden bağış almıyoruz, herhangi bir ürün satışı gerçekleştirmiyoruz.

Hiçbir zaman böyle bir uygulamamız olmadı, olmayacak da, çünkü amacımız hiçbir zaman ticari olmadı.

Özellikle ülkemizde önemli olan Ramazan Bayramı, Kurban Bayramı gibi kutsal dönemlerde, iyilikle yaşayan insanların duyarlılığı çok daha yüksek oluyor ve maalesef ki bu dönemlerde kötü niyetli insanlar da artıyor. Bizler de bir yandan kanserle bir yandan da kamuoyunu bilinçlendirme çalışmalarımızı sürdürürek dolandırıcılarla mücadele etmeye devam ediyoruz.

Bilmenizi isteriz, insanlarımızın en güzel desteklerinden biri de bu anlamda sağlayacakları duyarlılık ve bilinçlenme olur.

◆ Son Olarak,

Vakfımız devletten maddi destek almadan kamu yararına çalışan bir vakıftır. Tek gelir kaynağımız bağışlardır.

Vakfımızın tek amacı hiçbir çocuğumuzu hiçbir hastamızı kaybetmemek ve % 100 tedavi başarısını yakalamaktır.

Sayıları 40.000'e yaklaşan hastalarımıza maddi, psikolojik ve sosyal yardımlarla iyileşen her çocuğumuz ve yüzü gülen her annemiz sizin eseriniz olacaktır.

Diyoruz ki LÖSEV'i tanımak için hasta olmayı beklemeyin, sizlerle ülkemizin umut kaynağı olmaya devam edelim.

Şimdi
Yenilenme
zamanı...

FİZİK TEDAVİ ve REHABİLİTASYON TIP MERKEZİ
FİZYOMER
Terapia

OZON TERAPİ ÜNİTEMİZ AÇILDI!

alphacreative

ÜCRETSİZ
OZON DANIŞMA

Uzm. Dr. Türkan TÜNERİR - Uzm. Dr. Dilek KOÇYILMAZ
GETAT Polikliniğinde Hasta Kabulüne Başlamıştır

444 6 904

Sazova Mah. Doğanay Sok.
No: 1 Tepebaşı / ESKİŞEHİR

www.fizyomer.com.tr

/ fizyomer

MarTech İnsansız Olabilir mi?

İki sözcüğün birleşmesinden doğan, eğitimde 'EduTech', reklamcılıkta 'AdTech', markada 'BrandTech', finansda 'FinTech', tarımda 'AgTech' gibi kavramlar yaşantımızda gittikçe daha önem kazanan uygulamaların öncüleri oldular.

Prof. Dr. Yavuz Odabaşı
Anadolu Üniversitesi
İşletme Fakültesi
Emekli Öğretim Üyesi

Benzersiz bir dönüşüm yaşanan çağımızda, teknolojinin tüm yaşantımıza girmesiyle birlikte gündemimize aldığımız yeni terimler ortaya çıkıyor. İki sözcüğün birleşmesinden doğan, eğitimde **'EduTech',** reklamcılıkta **'AdTech',** markada **'BrandTech'**, finansda **'FinTech'**, tarımda **'AgTech'** gibi kavramlar yaşantımızda gittikçe daha önem kazanan uygulamaların öncüleri oldular. Her şeyi derinden etkileyen ve dünyayı farklı bir yöne doğru götüren hızlı bir dijital teknoloji dönüşümünden hiç şüphesiz pazarlama da doğrudan ve derinden etkilenerek nasibini alıyor. MarTech olarak bilinen pazarlama teknolojisinin oluşmasında iki önemli etken söz konusu. Bunlardan birincisi, dijital teknolojideki hızlı ilerlemeler. Örneğin, ülkemizde mobil internet kullanıcılarının sayısı hızla artmakta ve bu hız geleneksel satışlardan da daha hızlı olmaktadır. İkincisi ve belki de en önemli etken ise, Y ve Z nesli olarak adlandırılan genç ve yeni dijital tüketicideki hızlı değişim ve bunların başta keyif odaklı olmak üzere harcama alışkanlıkları, alışveriş deneyimleri ve satın alma davranışlarındaki başkalaşımdır.

MarTech, **"bir şirketin pazarlama ve ticari amaçlarını karşılayabilmesi için kullandığı teknoloji olarak strateji ve çözümlere odaklanan, ilgilenen, bağlantılı bir uygulamadır"** şeklinde tanımlanabilir. Görüldüğü gibi, tanımda üç disiplin ve alanın birlikteliğinin iyi yönetimi söz konusudur. Kısaca MarTech; **"Pazarlama-Strateji-Teknoloji"** toplamı olarak bu üç ana bileşenin birlikteliği ve uyumunun yaratacağı sinerji önemli olmaktadır. Bu da hem gerçekleştirilecek iş yapma ve eylemleri arasında bir bağlantı kurulmasını, hem de çalışanlar ve geleneksel olarak silolar biçiminde yapılanmış bölümler arasında kesintisiz bir etkileşimli iletişimi zorunlu kılmaktadır.

"Hız-Hareketlilik-Haz" Odaklılık

Günümüzde karşılaştığımız bu büyük teknolojik değişimin bugüne kadar yaşanmış olan değişimlerden ve dönüşümlerden en önemli farkı, **3H** ile açıklanabilecek olan **"hız-hareketlilik (mobilite)-haz"** odaklı olarak önümüze çıkmasıdır. Burada hızın, teknolojideki boyutu ile şirketlerdeki boyutu ve sonuçta tüketicilerdeki değişim ve dönüşümün hızı arasındaki farktan dolayı bir uyum sorunu vardır. Bunun nedeni ise teknolojideki hızın çok üssel olarak artmış olmasından kaynaklanmaktadır ve bu hıza ayak uydurmak oldukça zor bir hale gelmektedir. Bu, pazarlama yönetimi için de çok zor bir durumdur. Meydana gelen fark

Her şeyi derinden etkileyen ve dünyayı farklı bir yöne doğru götüren hızlı bir dijital teknoloji dönüşümünden hiç şüphesiz pazarlama da doğrudan ve derinden etkilenerek nasibini alıyor.

ve açıklıkların iyi yönetilebilmesi ve bunların en alt düzeye indirilebilmesi özel beceriler gerektiren yönetimi zorunlu kılmaktadır. Yıkıcı teknolojilerin baskısı altında ayakta kalma mücadelesi veren pazarlama yöneticileri kullandıkları ve uyguladıkları teknolojiler ile neredeyse birer yazılım, algoritma ve veri analisti olma durumuna gelmiştir. Bir tarafta hızlı, kesin ve doğru karar verme ,diğer tarafta teknolojik dönüşüm yatırımlarının maliyetleri yöneticilerin durumunu zora sokmaktadır. Bu yeni durum; marka yeniliği, şirket değeri, tüketicilerin ve çalışanların beklentilerini ve ihtiyaçlarını daha iyi yönetebilmek için denge kurmayı zorunlu kılmaktadır.

Bu durum da dijital inovasyona dayalı bir rekabet türünü iş hayatının vazgeçilmesi yapıyor. Piyasa ve özellikle tüketici hakkında doğru ve hızlı üretilmiş olan veriyi toplamak ve bunları analiz ederek, işleyerek anlamlı ve yararlı olabilecek iş sonuçlarına ulaşılacak kararları almak ve aksiyon yaratmak bir zorunluluk haline geldi.

Aracısız, zaman ve mekândan ırak, çok boyutlu ve kişiselleştirilmiş bir iletişim gelişiyor tüketici ve şirketler arasında. Artık satış elemanlarından ve piyasadan elde edilen

Piyasa ve özellikle tüketici hakkında doğru ve hızlı üretilmiş olan veriyi toplamak ve bunları analiz ederek, işleyerek anlamlı ve yararlı olabilecek iş sonuçlarına ulaşılacak kararları almak ve aksiyon yaratmak bir zorunluluk haline geldi.

bilgileri, tüketiciler sosyal medyada kısa bir zaman içerişinde çok daha fazla ve kapsamlı olarak elde edebilmekte. Tüketiciler, günümüzde, sürekli olarak paylaşımlarda bulunup, başkaları tarafından yapılan ürün, hizmet ve deneyim paylaşımlarını da takip ediyorlar. Teknolojiyi kullanmak kadar hem tüketicinin hem de şirketin üreteceği içerik de önemli. Güvenilir, hızlı ve doğru veri elde edilecek olan üretilen içerik ölçümlenebilir, paylaşımcı ve şeffaf olmalı.

Günümüzde farklılaşmanın bahsettiğimiz yenilikçi dijitalleşme yoluyla olabileceği ve bu konuda da rekabetin önem kazanacağını söylemek yanlış olmaz. Bu konuda en önemli değiştirici ve dönüştürücü faktör, bilgiye daha hızlı ulaşabilen, yeni nesil dijitalleşen tüketiciler olmaktadır. Yaşantımızda vazgeçilemez hale gelen internet ve mobil teknolojilerin etkileri ile dijital tüketicilerin değişen beklentileri davranışları ve ihtiyaçları çerçevesinde daha fazla talepkâr olmalarını doğuruyor ve bu baskı pazarlamayı değiştiren en büyük etken haline dönüşebiliyor. Sözü edilen dijital tüketici olarak milenyum nesli; farklı olmak, farklı görünmek ve fark edilmekten hoşlanan, kişiselleştirilmeyi ve etkileşimli iletişimi arzu eden ve oldukça yoğun bir biçimde sosyal medya kullanan bir nesil olarak pazarlamayı derinden etkiliyor. Bu nesil ile birlikte iş yeri, iş yapış tarzı ve çalışma kültürü de değişiyor. Bu neslin, yükselen ve hızlanan mobil teknolojisi üzerinden her şeye anında erişme alışkanlığı var. Beklemeyi sevmedikleri gibi hızlı, esnek dönüş alabilecekleri iş modelleri ve çalışma kültürü onlar için vazgeçilmez oluyor.

Tüketiciye yönelik tek yönlü me-

sajlar yerini, net kişiselleştirilmiş, **"anlık ileti"** ile paylaşmaya, hızlı ve hemen ve karşılıklı yanıt beklemeye, veri odaklı sürekli bir iletişime ve bağlantı kurmaya bırakıyor. Bunun en önemli nedenlerinden bir tanesi de tüketicinin internet ve mobil teknoloji ile daha çok bilgiye ve daha hızlı ulaşabilme olanağının yaratılmış olmasından kaynaklanmaktadır. Tüketici istediği zaman, istediği yerden ve istediği kişiselleştirilmiş ürünleri eksiksiz elde etmek istiyor; hem de kesintisiz ve hızlı olarak. Üstelik, aldığı ürün ve hizmetlerden beklentilerini karşılamasının ötesinde farklı bir hoşnutluk, deneyim, tatmin ve tabii ki haz bekliyor.

Dijitalleşen Pazarlamada Fiziksel ve Dijital Ortamlar Bir Arada

Dijital dünyadaki hızlı değişim, iş yapma biçiminin yanı sıra tüketicilerin talepleri ve beklentileri doğrultusunda pazarlamayı da değiştiriyor. Dijital teknoloji, tüketicilerin ürün ve hizmet arama, seçme ve ödeme şekillerini, yani kısaca **"alışveriş yolculuğunu"** kökten değiştiriyor ve bu konuda veri analizi üstün bir rol oynuyor. Dijitalleşen dünya, iletişim platformları arasındaki farkları ortadan kaldırarak fiziksel ve dijital kanalların birlikteliğinin olanaklı hale getirildiği bir deneyimi sunabilmektedir. Bir taraftan akıllı telefon ve internetten satış gelişiyorken, diğer taraftan da fiziksel mağazalar kendilerini teknolojiye uyumlu hale getirmeye çalışıyor.

Tüketici, online ortamdan satın aldığını fiziksel mağazalardan teslim alıyor ya da bunun tam tersi günümüzde artık mümkün. Bu oluşum yepyeni bir pazar ve tarz olarak **fijital** bir deneyimi ve alışveriş modelini pazarlamanın gündemine oturtuyor. Bu hibrit ya da melez alışveriş modeli, birçok maliyeti azalttığı gibi tüketici memnuniyeti ve deneyimini arttırarak rekabette daha üstün hale gelmeyi sağlayıp büyümeye doğru giden yolu da açık tutabiliyor. Böyle bir oluşum içerisindeki mağazalar birer deneyim merkezine dönüşüyor. Mobilleşme ile birlikte her mobil ve akıllı araçlar da bir mağaza haline dönüşüyor. Bu model uygulandığında online alınan ürünü mağazalarda değiştirebiliyoruz, herhangi bir şekilde ürün üzerinde düzetmeler gerçekleştirebiliyoruz ve belki de en önemlisi, ürünün hangi mağazalarda, hangi fiyatlarda olduğunu görüp, sosyal medyadan deneyim bilgileri edinip öyle karar verebilme olanağına sahip olabiliyoruz. Tüketiciler olarak bu konuda yapılan tartışmalardan bir tanesi olan hangi alışveriş kanalının daha önemli olduğu sorusu artık geçerli bir soru olmaktan çıkmakta ve çoklu kanallar arasında en kusursuz, kolay, sorunsuz, hızlı ve rahat bir geçişi sağlayabilen uygun ve farklı deneyimlerin uygulamacıları önemli hale gelebilmektedir.

Bu konuda en azından şu söylenebilir ki teknoloji kullanılarak tüketicilerde meydana gelen büyük değişime dönüşüme uyum sağlayabilmek için çevik bir biçimde doğru ve hızlı kararlar alabilmek olanaklı hale gelebilmektedir.

Teknoloji Kültürü ve İnsan Unsuru

Bu kadar yoğun biçimde teknolojinin kullanıldığı bir pazarlama dünyasında geleneksel yapılar, zihniyet ve uygulamalarla gidebilmek artık oldukça zorlaşmaktadır. Bu konuda yapılabilecek olan en önemli iş yepyeni bir dijital teknoloji kültürün pazarlamada gerçekleştirilmesidir. Tüm çalışanlar, yöneticiler, iş süreçleri ve yeniden tanımlanan örgüt yapısı genel olarak bu kültürün birer parçası ve uygulayıcıları olmalıdır. Burada dikkat edilmesi gerekenler ise, sadece teknolojiden anlayan ve ayrıcalıklı bir hale gelmiş olabilecek olan yöneticilerle yetinilmemesi, aksine tüm çalışanların bu teknolojik dönüşümün bir paydaşı olması ve dijital teknoloji kültürünün örgüt içerisin-

Tüketici, online ortamdan satın aldığını fiziksel mağazalardan teslim alıyor ya da bunun tam tersi günümüzde artık mümkün. Bu oluşum yepyeni bir pazar ve tarz olarak fijital bir deneyimi ve alışveriş modelini pazarlamanın gündemine oturtuyor.

de paylaşılması gerekliliğidir.

Dijital kültür oluşturmadan bir dijital dönüşüm yapmak olanaksızdır. Ne kadar yaygın ve kapsamlı yapılırsa yapılsın sonunda kültüre çarpıyor yapılanlar. Kültür ve değerler sistemini, yeni dijital teknolojisi ekseninde oluşturmak lazım. Bunların iç içe olduğu bütünleşik yapılar kurulması zorunludur. Dijital kültürün özellikleri ise şöyle;

1. İşlerin nasıl yapılacağı konusunda kültür, değerler ve davranış özelliklerini belirler. Sağlıklı bir kültür aynı zamanda bir yol haritası, rehberlik görevi görür. Sektöre, şirkete göre değişebilen tek ve standart bir kültür olmamasına rağmen dışa dönüklük belirgin bir özellik olarak olmazsa olmazdır.

2. Dijital kültür çalışanları güçlendirmede ve hızlı, anında sonuçlar üretmede önemli rol oynar. Hızla değişen teknoloji, uzun dönemli planlar yapmayı anlamsız kılıyor. Yeni dijital teknolojilerin getirdiği çeviklik ve hızlı karar verme, eylem odaklılık özellikleri, aşırı ihtiyat ve alışkanlıkların yerine geçiyor artık. Pazarlama çalışanları, bunu en iyi yaşayan görev insanları olarak buna en çok ihtiyaç duyanlardır.

3. Tüketici odaklı şirketlerde odağın onlarda olması yüksek performansa dayalı başarıyı daha büyük çapta getirecektir. Yetkinin devredilmesi ve güvenin oluşturulması sonucu tüketici lehine olabilecekleri, yeni yaklaşımları kendilerini tüketicilerin yerine koyarak anında yapabilecek pazarlama elemanlarının dijital düşünme yetkinliği kazanmış olarak kararlarının desteklenmesi bunları gerçekleştirecektir.

4. Dijital kültür, yenilikçi ve yaratıcı, bir konuda uzman olma yerine yeni esnek yetenekleri olan insanları şirkete çekebilecek ve onları kazanabilmeyi olanaklı hale getirmektedir. Plansız ve başarısı tesadüflere bırakılan yetenek yönetimi hızla terk ediliyor. Bireysel çabaların yerine iş birliğine, ortak çalışmaya, şeffaflık ve bilgi paylaşımına açık, özgür, yaratıcı bir ortam bu konuda etkili faktörler olarak öne çıkıyor.

Bilindiği gibi geleneksel şirket kültürü olan hiyerarşik güç, dijital teknoloji kültürüne zıttır. Yetki devri, esnek, proje bazlı ve iş birliği, hız gibi yeni özellikleri var bu yeni kültürün ve bu kültürün liderleri geleneksel olmayan davranışları gösterebilmelidir. Özgürlük, özerklik, yargılama, müşteri odaklılık ve girişimci anlayış gibi özellikler taşımalıdırlar.

Her ne kadar durum böyle olsa bile gerçek hayatta bu kadar kolay değişimi dönüşümü yönetilebilmek zorluğu vardır. Şirket içerisinde geleneksel yapıdan yeni teknolojik ve dijital yapıya doğru dönüşümde karşılaşılan en önemli sorun, çalışanların öne sürebilecekleri isteksizlik, inanmamaşlık ve direnç olabilmektedir. Var olan uygulamalar ve alışkanlıkları değiştirmek oldukça zordur. Bugüne kadar yapılan uygulamalardan elde edilen başarılardan kaynaklanan bir aşırı güven ve başarıları getiren bilindik yollardan vazgeçmeme istekleri ile **"bekle-gör",** temkinli olma değişimde direnci yaratan temel faktörler olarak öne çıkmaktadır. Çalışanların yeniden öğrenme ve değişime uğramaları stres yaratan, yaşamı karmaşıklaştıran, bazen bezdirici bile olan, çok zor ve sancılı bir süreçtir. Ancak şu da bilinmelidir ki direnmenin hiç kimseye de faydası yoktur.

Değişim önce pilot olarak belli yerlerde yapılıp sonra tüm şirkete yaygınlaştırılabilirse daha uyumlu ve daha az hatalı bir geçiş, dönüşüm olanaklı olabilir. Pazarlama ve diğer tepe yöneticileri değişim ve dönüşüm hakkında net olmaları sonucu şirketin tüm çalışanları bu değerlere, kültürel kodlara sahip çıkabilmektedir. Hem çalışanların hepsi ile hem de tüketiciler ile yüz yüze iletişim olmayacağından net mesajlar kullanılması çok önemli olmaktadır. Çalıştaylar ve eylem planları ile çalışanlar yeni dijital yapılaşma ve dönüşüm eğitimleri bu konuda kullanılabilecek yaklaşımlardandır. Dijital oyunlaştırma, hikâye anlatımı gibi yöntemlerle eğitim yapılabilir bu konuda. Sonuçta, yeni dijital davranışların aktarılması, etkinleştirilmesi ve bunları eylem biçimine getirmek, uygulamak önemlidir. Hiç şüphesiz tüm bunların sonucunda gerçekleştirilen sonuçlar analiz edilerek gereken düzenlemeler ve kısa süreli ayarlamalar yapılabilmelidir.

Bu yolla çalışanlar hızlı ve sonuç odaklı olarak işlerine, amaçlara, stratejilere, değerlere sahip olmayı benimseyip dijital kültürü ve uygulamaları içselleştirebilmektedirler. Böylece şirketi her alanda daha üst düzeylere taşımak olanaklı olabilmektedir.

Belli hiyerarşiler içinde kararların alındığı, çalışma saatlerinin belirli olduğu geleneksel yapı ve zihniyet ve uygulamalarla MarTech birlikte yürümez. Kendi yararlarını öne alan silolar ve hiyerarşik, birbirleri arasında sınırlar oluşturulmuş olan geleneksel yapılar bu dönüşüme yatkın değiller. Her bölümdeki **"ben dijitalleştim"** anlayışı boşa giden uğraşlara neden olabilmektedir. Geleneksel pazarlama artık markaları sadece kendilerinin yönettiği ve kontrol ettiği uygulamaları sürdüremiyorlar. Tüketiciler de sosyal medya ile hem birbirleriyle hem de marka ile iletişim yoluyla dijital marka deneyiminde bulunarak ortak oluyorlar. Geleneksel pazarlama uygulamaları, tutucu, değişim ve dönüşüme açık olmamaları, direnme gösterme özelliğinde olabilir.

İşletmeler; daha fazla teknoloji satın alsalar, daha fazla bilgisayar kullansalar ve iş süreçlerinde daha fazla dijitalleşmeye, dijital ürünlere ve dijital tüketicilere sahip olsalar bile bu onların dijital teknoloji odaklı

Günümüzün teknolojik ve rekabet koşullarında pazarlamacılar hem değişen ve talepleri artan dijital tüketiciler için güven yaratmak ve kabullenilmek isteyecek, sadakat yaratmaya çalışacak, tüketicileri cezbedebilmek için caba sarf edecek, hem de rakipleri ile de yarışacaktır.

MarTech şirketleri olduğu anlamına gelmiyor. Tüm şirket yapısı, iş süreçleri ve çalışanlar, dijitalleşme ve teknoloji ile güçlendirilebilmelidir. Çalışanların hem işlerinde içerde ve hem de dışarıda birbirleriyle etkileşimli bir iletişim kurmaları gerekiyor tam bir verimlilik ve başarı elde edebilmek için.

Günümüzde değişimi zorlayan ve katlamalı bir güç haline gelen yıkıcı teknoloji, şirketleri dönüştürürken pazarlama yönetimini ve çalışanlarını da dönüştürüyor. Dijital dönüşümün ve dijital süreçlerin emanet edildiği ve bunu dijital dönüşüm yolculuğunu doğru yönetebilen, değişimin öncüsü olabilecek ve aynı zamanda dijital dönüşümün lideri olabilecek pazarlama yöneticilerine ihtiyaç var. Bu; değişim yönetimi yetkinliği olan, insan odaklı dijital yaklaşımları uygulayabilme becerileri, dijital kültürü oluşturup tüm şirkete yayabilecek, girişimci, yenilikçi, esnek ve çevik yönetim anlayışında olabilen yeni tür yönetici.
Kısacası, tüketiciye ulaşabilmek için kullanılan teknolojinin her bir parçası olarak düşünülebilen MarTech' in dokunduğu ve temelden değiştirmediği hiçbir alanın sınırı olmadığı için çıkabilecek fırsatları da değerlendirebilecek yepyeni bir dijital kültür ve bu kültürün uygulayıcıları gerekiyor.

Sonuç

Üretim, tüketim ve iletişim alışkanlıklarını değiştiren ve bu nedenle de devrim olarak nitelenen **"dijitalleşme teknolojisi"** pazarlamaya da farklı bir boyut kattı.

Günümüzün teknolojik ve rekabet koşullarında pazarlamacılar hem değişen ve talepleri artan dijital tüketiciler için güven yaratmak ve kabullenilmek isteyecek, sadakat yaratmaya çalışacak, tüketicileri cezbedebilmek için caba sarf edecek, hem de rakipleri ile de yarışacaktır. Bu konuda hem tüketici hem de çalışanların deneyimleri önemli ve birbirinden daha üstün olarak kabul edilmemesi gerekiyor. Ayrıca, **"dijital teknoloji"**nin sadece teknolojik bir yazılım ya da araç olduğu yanılgısına düşmeden, donanım alt yapısının yanında başta pazarlama tüm şirketin süreçlerini ilgilendiriyor olduğunu unutmamak gerekiyor.

Şirket yöneticilerinin bu dönüşümün maliyet avantajı sağlayıp sağlamadığı üzerine endişesi haklıdır. MarTech, üretim ve gider maliyetlerini azaltabiliyor, karlılığı artırabiliyor ve tüketici sadakati yaratarak büyümeye katkıda bulunabiliyor. Maliyet ve verimlilik, yenilik konularında küçük işletmeler de dahil tüm şirketlerin vazgeçmeyecekleri bir dönüşüm olarak görünüyor MarTech. En önemli maliyetin gecikme ve zaman kaybı olduğunu kabul edersek hızlı hareket etmek, çevik bir yönetim tarzı geliştirmek ve tüm çalışmaların geniş katılımının bu süreçte kapsanması, pazarlama teknolojisinin yetkin çalışanların işe alınmaları ile yeniliklere, yaratıcılıklara yol alınabileceği bilinmelidir. Zaman ve operasyonel süreçler ile teknik süreçlerin optimizasyonunu sağlayarak çalışanların da bu sürece dahil edilmesiyle, dijitalleşmenin yeni buluşlara da yol açacağını ifade etmek gerekiyor. Dijital teknoloji bir amaç değil bir araç olduğu bilincindeki şirketler insanı merkez koyarak bunu gerçekleştirmeye çalışıyor.

Dijital dönüşümü ne kadar hızlı ve kapsamlı hayata geçirilebilirse o kadar büyümek olanaklı. Bunun temeli de önce kültürel, zihinsel dönüşümü gerçekleştirmekten geçmektedir. MarTech başarışı için teknoloji ve insan yakınsamasını ve birlikteliğini, akıl ve duygu birlikteliğinin iç içe geçtiğini iyi bilmek ve yönetmek gerekmektedir. Bütün bunların bir değer yaratabilmesi için insanlardaki ruh ve muhakeme özelliğinin karar vermede gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Ruhsuz makina ve teknoloji henüz bunu yapamamaktadır. Kısaca, insan olmadan bütün bu teknoloji ve veri yığını bir çöplük haline gelebilmektedir, **"insan teknolojinin kölesi değil, efendisi"** olarak önemini hiç kaybetmiyor. Şimdilik!

ÖZEL

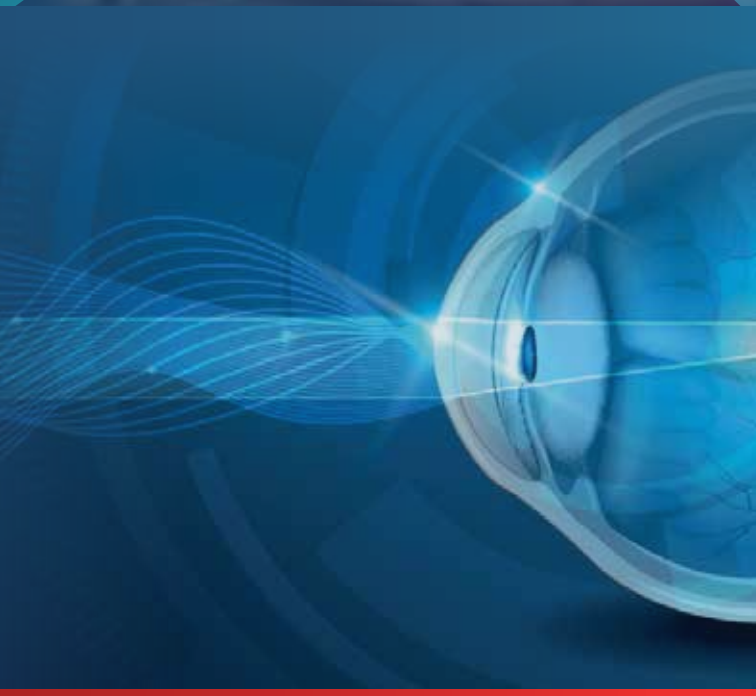
ESKİŞEHİR GÖZ

SAĞLIĞI VE HASTALIKLARI DAL

MERKEZİ

Göz sağlığınızı önemsiyoruz...

- PREMIUM KATARAKT CERRAHİSİ
- LASER CERRAHİSİ
- ÇOCUK GÖZ SAĞLIĞI
- KATARAKT CERRAHİSİ
- RETİNA CERRAHİSİ
- KERATOKONUS CERRAHİSİ
- GLOKOM (GÖZ TANSİYONU)



7/24 Çağrı Merkezi

Randevu Merkezi

0 (222) 230 11 30

İstiklal Mh. Çınar Sk. No:6/1 ESKİŞEHİR

/eskisehirgoz /eskisehirgoz

İhracatta Dijital Dönüşüm: E-İhracat

Ömer Nart
World eCommerce Forum Başkanı

Orxan Isayev
World eCommerce Forum Eğitim Koordinatörü

Her gün artan ihtiyaçlarımız artık dijital dünya tarafından şekillendirilmektedir. Bu durum tüm sektörlerde yeni bir dalga yarattığı gibi hızlı bir dönüşümü de beraberinde getiriyor. Genel olarak dijitalleşme kavramı; yeni iş modelleri geliştirmek, dijital teknolojileri yeni kombinasyonlarla sentezleyerek benzersiz müşteri deneyimleri oluşturmak, yeni ürün ve hizmetleri sunmak ve şirket kaynaklarını çok daha etkin kullanmak için teknolojiyi bu kaynaklara uygulamak anlamına gelir.[1]

Dijitalleşen dünyada bu tanıma en uygun performansı gösteren sektörlerden biri de elektronik ticarettir. Elektronik ticaretle birlikte iş dünyasında yeni iş modelleri gerçekleştirmek, dijital operasyonel yetkinlikleri aktif hale getirmek, müşteriye dijital olarak hizmet vermek gibi birçok konu önem arz etmektedir. Dijital dönüşümün bir sonucu olarak, dünya üzerindeki sınırların da kalkmasıyla, Ankara'da yaşayan 70 yaşındaki Zeynep Hanım el emeği dantellerini Amerika'ya satabiliyorken, Önder Bey de kendi ürettiği kıyafetleri Rusya'nın Andrey'ine gönderebiliyor.

Özellikle son birkaç yıldır alıcı kitlesinin hızla artarak genişlemesi sonucu satıcılar açısından ülkemizin ve dünyanın en gözde ticaret şekillerinden birine dönüşen e-ihracat; teknolojinin gelişimi, gönderim maliyetlerinin azaltılmasına yönelik çalışmalar, tarafları korumak amacıyla düzenlenen yasalar ve sağlanan diğer kolaylıklar sonucu artık çok daha yaygın bir şekilde yapılmaya başlandı. Üreticiden direkt alınabilen ve tüketiciye direkt aktarılabilen ürünler ve böylece zaman ve maliyet kaybının minimuma indirilebilmesi, satış alanının tüm dünyaya yayılması, her kategoride binlerce farklı seçeneğin sunulabiliyor oluşu e-ihracatı daha uzun yıllar gündemde tutacak gibi görünüyor. Peki, tam olarak e-ihracat nedir? E-ihracat nasıl yapılır? Türkiye'nin ilk ve tek e-ihracat platformu olan Worldef ne yapar? E-İhracat yapan ya da yapmak isteyenlere sunduğu faydalar nelerdir?

E-ihracatı kısaca sınır ötesi e-ticaret olarak tanımlamak mümkün. Daha detaylı bir biçimde açıklamak gerekirse; "online ortamda dünyanın

Elektronik ticaretle birlikte iş dünyasında yeni iş modelleri gerçekleştirmek, dijital operasyonel yetkinlikleri aktif hale getirmek, müşteriye dijital olarak hizmet vermek gibi birçok konu önem arz etmektedir.

her yerinden gelen siparişleri, tüketicilere mikro ihracat kapsamında ulaştırmak" şeklinde düşünebilirsiniz. Bu noktada "küresel düşün, yerel hareket et" görüşü tıpkı diğer ticaret yöntemlerinde olduğu gibi e-ihracatta da geçerli hâle geliyor. Sağlıklı bir şekilde e-ihracat işini sürdürebilmek için yerel ticarette geçerli olan detayları bilmek, ihracat mevzuatına temel düzeyde de olsa hâkim olmak ve aynı zamanda küresel bakış açısıyla düşünebilmek gerekiyor. Böylece herhangi bir sınır kalmadan çok daha geniş bir kitleye ulaşabilir, kârınızı artırarak işinizi büyütebilirsiniz.

Worldef Hakkında

2017 yılında kurulan Worldef (World E-Commerce Forum), e-ihracatçıların bir arada olduğu, Türkiye'nin dışa açılan ilk ve tek uluslararası eğitim, etkinlik ve danışmanlık platformudur. Güçlü iş birlikleri kurarak uluslararası arenada Türkiye'nin sahip olduğu üretim gücü ve kapasitesinin e-ihracat ile gelişmesine anlamlı katkılar sunan ulusal ve uluslararası bir organizasyondur. E-ihracatı perakende markalarımız ve KOBİ'lerimiz için daha kolay ve ulaşılabilir kılarak ve ülkemizin uluslararası ticaretteki payını artırarak, Türkiye'yi bölgesel bir e-ticaret merkezi haline getirmeyi amaçlamaktadır.

Çizdiği E-İhracat yol haritasıyla üyelerine, uluslararası rekabette daha saygın ve güçlü, yurtdışı pazarlarında ise daha etkin ve verimli olmaları için destek vermekte ve rehberlik etmektedir. Sahip olduğu benzersiz üyelik modeli, danışmanlık paketleri, gerçekleştirdiği Uluslararası E-İhracat Konferansları, online ve sınıf eğitimleri ve B2B ikili eşleştirme programları sayesinde üyelerinin e-ihracat altyapılarını güçlendirmektedir. Ayrıca Anadolu'nun birçok yerinde E-İhracat Konferansları düzenleyerek e-ihracat farkındalığı oluşturmayı kendine misyon edinmiştir.

Worldef Neler Yapar?

Uluslararası Konferanslar

E-İhracat Konferansları, Worldef'in Türkiye'yi bölgesel bir e-ticaret merkezi yapma vizyonuna katkı sağlamak amacıyla organize ettiği uluslararası konferanslar ve Anadolu'nun birçok ilinde gerçekleştirdiği yerel konferanslardan oluşmaktadır. E-İhracat Konferanslarıyla, katılımcıların e-ihracat vizyonlarının geliştirmesi ve e-ticaret altyapıları, yurtdışındaki e-ticaret siteleri ile küresel bir network kurarak ticari hacimlerinin arttırılması, ihracatçılarımıza yönelik destek mekanizmalarının tanıtılması, ülkemizin uluslararası ticaretteki payının arttırılması ve a'dan z'ye e-ihracat fırsatlarının müzakere edilmesini amaçlanmaktadır.

Aynı zamanda TİM (Türkiye İhracatçılar Meclisi), T.C Ticaret Bakanlığı, T.C Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ticaret ve Sanayi Odaları gibi devlet kurumlarının da desteğiyle 2017'den bugüne kadar başarılı konferanslara imza atmaktadır.

E-ihracat Eğitimleri (Worldef Business School)

Worldef, katılımcılarına "E-İhracat Uzmanlığı Eğitimi Sertifika Programı" ve "Amazon Amerika'da Satış Teknikleri Eğitimi Sertifika Programı" adlı sınıf eğitimleri vermektedir, aynı zamanda tüm e-ihracat konularında online eğitimleri ile kullanıcılarına nasıl e-ihracat yapabileceklerini öğretmektedir. Konferanslar sayesinde oluşan farkındalığı, teorik ve uygulamalı eğitimler ile bilinçlendirilmekte ve e-ihracat yol haritasını çizerken gerekli bilgi ve birikim aktarılmaktadır.

Worldef Enterprise (E-İhracat Danışmanlığı)

Bu program kapsamında firmaların e-ihracat stratejileri en kapsamlı şekilde kurgulanmakta, müşterilerin e-ihracat yolculuğunda yaşadığı tüm sorunlar için çözüm önerileri sunulmaktadır. E-İhracat Check-up, E-İhracat Ekibinin Oluşturulması, E-İhracat Pazar Araştırması, Yurtdışında Şirket Kurulumu, Influencer Pazarlama Çalışmaları, Ödeme Sistemleri Entegrasyonu gibi konuları hakkında danışmanlık hizmeti verilmektedir.

1- Türkiye Bilişim Vakfı, "Accenture Dijitalleşme Endeksi Türkiye Sonuçları", Erişim: 24 Eylül 2019, http://www.tbv.org.tr/core/uploads/page/document/1100_18031611540.pdf

Yeni Tüketim - Konvansiyonel Ticaret: Değişime Ayak Uydurmak

Sınırlı kaynaklarla sınırsız ihtiyaçları gidermeye çalışan İktisat bilimi, günümüzün yeni tüketim alışkanlıkları karşısında kurallarını yeniden sorguluyor. Modern dünyayı kasıp kavuran tüketim çılgınlığı, içinde bulunduğumuz zaman diliminde yerini yepyeni alışkanlıklara bırakıyor. Elbette ticaretin kuralları da bu süreçte yeniden yazılıyor.

Arda Genç
Eskişehir Ticaret Odası
Genel Sekreter Yardımcısı

Tüketim, modern insan için her zaman önemli bir gündem oldu. Gerek psikolojik boyutuyla, gerekse kaynakların verimli kullanımıyla gündemimizde olan tüketim kavramı, bugün hem araçlarının, hem de şeklinin değişimiyle modern insanı meşgul ediyor.

19. ve 20. yüzyılda batılı ekonomilerin ölçek yaratmayı hedefleyen yüksek üretim kapasiteleri, "tüket, mutlu ol" felsefesini alışkanlıklarımızın merkezine oturtmuştu. Tek kullanımlık gereçler, onarıma gerek duymayacak kadar maliyetsiz ürünler, bizi yepyeni bir tüketim alışkanlığıyla tanıştırdı. Bizden önceki kuşakların tasarruf alışkanlıklarının tersine, tüketerek mutlu olmayı öğrenmiştik. Elbette bu durum, bizi, yani modern insanı, tüketmek dışında hiçbir şeye odaklanmayan tüketim makinelerine çevirdi.

Bu süreç devam ederken iletişim alışkanlıklarımız da değişti. 20. yüzyılda hayatımıza giren internet, eski iletişim kalıplarımızı yıkmış, yepyeni alışkanlıklar kazanmamıza neden olmuştu. Bu durumun kaçınılmaz sonucu olarak, yeni koşulların doğuştan okur yazarı olan bir nesil yetişiyordu.

Z kuşağı olarak adlandırılan bu nesil, 90'ların ikinci yarısından sonra dünyaya gelenleri ifade ediyor. Z kuşağının üyeleri, geniş iletişim olanaklarının okur yazarı olarak büyüyorlar, aynı anda çok sayıda şeyle ilgilenebiliyorlar (multi-tasking) bunun yanında dikkatleri çabuk dağılıyor ve dayatma kurallardan pek hazzetmiyorlar. Kendinden önceki kuşaklar tarafından çok eleştirilseler de, Z kuşağı mensupları değişime hızlı ayak uyduran ve dönüştüren bireylerden oluşuyor. Bu nedenle de mevcut düzen onlar için hiçbir anlam ifade etmiyor.

Yeni Tüketim Alışkanlığı: Ortak Tüketim

İşte bu durum, tüketim alışkanlıkları için de kendini gösteriyor. Farklı ülkelerde, farklı imkanlara da sahip olsalar, Z kuşağı içinde bulunduğu şartları değiştiren bireylerden oluşuyor. 20.yüzyılın "tüket, mutlu ol" felsefesi onlar için hiçbir anlam ifade etmiyor. Anlam ifade etmediği gibi, birçokları için tehlikeli ve karşısında durulması gereken bir olgu olarak değerlendiriliyor. Bu nedenle Z kuşağından önceki kuşakların çok da anlamlandıramadığı yeni bir tüketim modeli bugün gündemimizde: ortak tüketim.

Tek kullanımlık gereçler, onarıma gerek duymayacak kadar maliyetsiz ürünler, bizi yepyeni bir tüketim alışkanlığıyla tanıştırdı. Elbette bu durum, bizi, yani modern insanı, tüketmek dışında hiçbir şeye odaklanmayan tüketim makinelerine çevirdi.

Yeni bir kavram olmamakla birlikte ortak tüketim, benzer ihtiyaçların, kitleler tarafından birlikte giderilmesi olarak tanımlanıyor. Anadolu'nun yerleşik adetlerinden "imece" gibi örneklerini yakından tanıdığımız ortak tüketim kavramı, bugün "endüstriyel" ölçekte kullanılan bir kavram haline gelmiş durumda.

Ortak tüketim, başta dijital platformlar olmak üzere çeşitli araçlarla üreten ve tüketenin bir araya gelmesi, ürün ya da hizmetlerin tüm taraflar için piyasa koşullarından çok daha avantajlı şartlarda takasa sunulması olarak tanımlanabilir.

Başta Z kuşağı olmak üzere, ortak tüketimi tercih eden tüketicilerin birkaç tüketim kalıbından bahsetmek gerekirse;

Otomobil sahibi olmuyorlar. Bla Bla Car vb. uygulamalarla arzu ettikleri zaman, arzu ettikleri otomobili kullanıyor; hem bakım süreçleriyle ilgilenmiyor, hem de çok daha fazla seçeneği değerlendiriyorlar.

Tur satın almıyorlar. Couchsurfing.com vb. internet siteleri üzerinden gidecekleri yerde hem kalacak yer, hem de yerel turist rehberlerine ulaşıyorlar. Daha düşük maliyetle, daha verimli geziyorlar.

Otelde kalmıyorlar. Airbnb.com vb. siteler üzerinden ev/oda kiralıyor, böylece daha düşük maliyetle daha verimli konaklama hizmetine erişiyorlar.

Piyasa dönüşüyor

Bu yeni tüketim alışkanlığı son on yıldır organize bir biçimde hayatını sürdürse de, son yıllarda ciddi şekilde kendini hissettirir hale geldi. Bu yeni alışkanlık sadece tüketicileri değil, ürün ve hizmetlerin arz edildiği piyasayı da dönüştürüyor.

Bu durumun en somut örneklerinden birini konaklama sektörü ortaya koyuyor. 2017 yılında yapılan bir araştırmaya göre airbnb.com sitesi 3 milyon yatağı kiralarken, konvansiyonel konaklama sektöründeki en büyük rakibi 1.1 milyon yatağa sahipti. Ancak şu farkla; **airbnb.com tek bir gayrimenkule bile sahip değil.**

Ticareti neler bekliyor?

Bu büyük dönüşüm, elbette ticareti de dönüştürüyor. Tüketicilerin geçmişte sahip olduğu tüketim kalıpları değişiyor. Bu durumun etkilerini doğru yorumlamak, konvansiyonel ticaret üzerindeki gelecek projeksiyonunu da doğru değerlendirmemizi sağlayacak. Buna göre;

◆ Artık dijital mecraların tüketiciler üzerindeki etkilerini doğru değerlendirmek bir zorunluluk. Dijital mecraları süreçlerde kullanmak, son derece önemli bir kriter olarak karşımıza çıkıyor. Bir diğer deyişle dijital erişilebilirlik istisnasız her tüccar için önemli.

◆ Rekabetin küreselliği, hiç olmadığı kadar büyük önem arz ediyor. Artık en basit ürünlere bile dünyanın öbür ucundan ulaşmak mümkün. Bu nedenle ticaretin ölçeğinin bu gerçeğe göre planlanması, sürdürülebilir başarı için son derece kritik.

◆ Tüketicilerin düşünceleri, artık her zamankinden çok daha önemli. Dijital platformlar üzerinde tüketici görüşlerini yönlendirmek sadece büyük markalar için değil, yerel tüccar için de son derece önemli bir başarı kriteri.

◆ Marka olmak, görünürlüğünü yükseltebilmek için her tüccarın üzerine çalışması gereken bir olgu olarak karşımızda bulunuyor. Artık cep telefonumuz üzerinden on binlerce kişiye ulaşacak reklamları yayınlamanın mümkün olduğunu değerlendirdiğimizde, basit bir marka çalışmasının bile sağlayacağı etkiyi doğru değerlendirmemiz mümkün olacaktır.

Dünyada Teknoloji Devrimi: Dijital Dönüşüm

Mustafa Güneş
24. Meslek Komitesi (Kırtasiye, Yazılım, Matbaa, Reklam ve Fotoğrafçılık) - **Komite Başkanı**

Dijital teknolojilerin 1980'lerden bu yana gelişmesiyle ve internetin günlük hayatımızın her noktasında kullanılmaya başlamasıyla dijital dönüşüm adı verilen bir dönem başladı. Bu dönem içerisinde ilk olarak devletler, daha sonra kamu kurumları, özel şirketler ve son olarak bireyler dijital ortamın birer parçası haline geldiler. Bu dönüşüm tüm hızıyla hayatımızın her noktasına etki etmeye devam ediyor.

Birinci Sanayi Devrimi ile buharlı makinelerin, İkinci Sanayi Devrimi ile elektriğin ve Üçüncü Sanayi Devrimi ile bilgisayarların sanayide kullanılması üretim biçimlerini yüz yıl gibi kısa bir sürede baştan aşağı değiştirdi.

Ancak bu dönüşümün verimli ve tutarlı olabilmesi için bir dijital dönüşüm stratejisi belirlenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde bu dönüşüm projelerine yapılan yatırımlar boşa gidecektir. Dijital dönüşüm stratejilerinin her kesim tarafından eşit olarak benimsenmesi gerekmektedir.

Dijital dönüşüm stratejisinin devletler tarafından oluşturulması ve sürdürülmesi gerekir. Bu süreçte devletlerin elinde bulundurduğu verilerin dijital ortama aktarılması ve devlet hizmetlerinin elektronik ortam üzerinden yürütülebilmesi diğer alanlardaki dijital dönüşüme de katkı sağlayacaktır.

Devletlerin dijital dönüşüm stratejilerini tanımlaması ile dünyada üretim ve satış süreçleri de değişiklik geçirmektedir. Birinci Sanayi Devrimi ile buharlı makinelerin, İkinci Sanayi Devrimi ile elektriğin ve Üçüncü Sanayi Devrimi ile bilgisayarların sanayide kullanılması üretim biçimlerini yüz yıl gibi kısa bir sürede baştan aşağı değiştirdi. Günümüzde de Endüstri 4.0 adını verdiğimiz Dördüncü Sanayi Devrimi; makinelerin, internete bağlı akıllı nesnelerin, robotların ve verilerin çağıdır. Önceki dönemlerin aksine Endüstri 4.0'da teknolojinin gelişme

DACIA

Yağmur çamur demeden gezenlerin hakkı:

Dacia'nızın tüm bakım ve mekanik onarımlarında

%20 indirim

4 adet Michelin lastik alana
340 TL'ye varan yakıt kartı hediye
Maximum Kart'a +4 taksit

Hakkını ver.
dacia.com.tr

SARAR OTOMOTİV PETROL ÜRÜNLERİ TURİZM SAN. ve TİC. A.Ş.
Batıkent Mah. Bademli Yol Sok. No:101 Tepebaşı / ESKİŞEHİR 0 222 314 04 04 www.renaultsarar.com

SARAR OTOMOTİV

hızı katlanarak artmaktadır. Bunun en büyük sebeplerinden biri bilginin çok hızlı şekilde işlenmesi ve karar alma süreçlerinde kullanılmasıdır. Karar alma süreçlerinin daha hızlı ve doğru bilgilerle yapılması rekabet süreçlerini de daha zorlu hale getirecektir. Devlet hizmetlerinin dijital dönüşüme ayak uydurması zorunluluk haline gelirken Endüstri 4.0'a uyum sağlayamayan sanayi kuruluşlarının gelecekte var olmasının zor olacağı bugünden görülen bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dijital dönüşümün kazanımlarına baktığımızda her sektörde verimliliği arttırıyor, çevrenin daha fazla korunmasına katkı sağlıyor ve evrensel bir bağ sağlıyor. Haberleşmenin daha hızlı olması için 5G teknolojileri hayatımıza girmeye başladı. Önceden mektupla aylar, haftalar alan haberleşme süreci artık sesli ve görüntülü olarak ve hatta hologram teknolojisi ile anında yapılabiliyor. Bu sayede iletişim kurmak hiç olmadığı kadar kolay olacaktır.

Türkiye'nin Dijital Yolculuğu

Türkiye, dijital teknolojiler ile 80'lerin sonunda ve internetle de 90'ların ortasında tanışarak dijital yolcuğuna başlangıç yaptı. İlk başta zahmetli ve maliyetli olan bu teknolojiler gün geçtikçe ucuzladı ve hepimizin hayatında kendine bir yer edindi. Ancak bu gelişme hızını teknolojiyi geliştiren ülkelerle karşılaştırmak elbette mümkün değil. Türkiye teknoloji üretiminde dünya ortalamasının altında olmasına rağmen teknoloji kullanım oranı olarak üst sıralarda yer almaktadır. Bu da ülkemizi teknoloji üreten değil, tüketen haline getirmektedir.

> **Türkiye teknoloji üretiminde dünya ortalamasının altında olmasına rağmen teknoloji kullanım oranı olarak üst sıralarda yer almaktadır. Bu da ülkemizi teknoloji üreten değil, tüketen haline getirmektedir.**

Türkiye'de devlet tarafından oluşturulan dijital dönüşüm stratejileri sayesinde hem kamu hem de özel sektör hizmetlerine erişim kolaylaşmıştır. E-Devlet, e-belediye, e-kent gibi uygulamalar ile vatandaşların çoğu hizmeti alımı kolaylaşmış, birçok alanda tasarruf sağlanmış, kağıt tüketimi azaltılarak çevre dostu bir anlayış benimsenmiştir. Kağıt üzerinde gerçekleşen tüm işlemlerin sırayla dijitale aktarılması ile finans sektöründen sağlık sektörüne kadar birçok alanda verimlilik en üst düzeye çıkartılmıştır.

Dijital dönüşüm; bireylerin yaşam biçimini temelden değiştirerek günlük alışkanlıklarımızın da değişmesine neden olmuştur. İletişimden ticarete, üretimden ulaşıma kadar her alanda yaşadığımız bu değişimler ile dijital dönüşüme katkı sağlayacak insan kaynağının da yetiştirilmesi gerekiyor. Bu konuda en büyük görev tabii ki eğitim sistemimize düşüyor. Eğitim sistemimizin dijital dönüşümün bir parçası olması ile dönüştürücü insanların yetişmesi çok zor değil. İnovasyon odaklı bir eğitim sistemi benimsememiz bu dönüşümü bizim yönlendirmemizin tek yolu olduğundan eğitim sistemimizi en kısa sürede güncellemeliyiz.

Dijital dönüşüm için ülkemizde donanım, yazılım ve yetişmiş insan kaynağına her gün yeni bir yatırım yapılıyor. Büyük Veri, Artırılmış Gerçeklik (AR), Nesnelerin İnterneti (IoT) ve Yapay Zeka (AI), 3D Baskı, Otonom Araçlar alanlarında uluslararası alanda rekabet edebilecek firmaların sayısı her geçen gün artıyor. Bu alanlarda başarıyı yakaladıkça ülke olarak

Ateşiniz varsa, omuzu hareket ettirmekte güçlük çekiyorsanız, bu güçlük kesintisizse, eklem omuz eklemi etrafında sıcaklık, ağrı ve hassasiyet varsa veya ağrı birkaç hafta devam ediyorsa muhakkak **Ortopedi Uzmanı**na başvurmanız gerekir.

OMUZ AĞRISI DEYİP GEÇMEYİN

ÜMİT HASTANELERİ

0 222 335 0 335

“Eskişehir, Cumhuriyet’in ilk yıllarından beri yerli üretimin önemli merkezlerinden biri olmuştur. İlk Türk otomobili “Devrim” Eskişehir’de üretilerek tarihimizde önemli bir rol daha üstlenmiştir.”

ekonomik refah seviyemizin giderek artacağı da tahmin edilebilir. Dolayısıyla, bu alanlarda daha cesur, daha girişken ve daha çalışkan bir toplum haline gelmeliyiz. Dijital dönüşümü sağlayacak Ar-Ge faaliyetlerine yoğunlaşarak bu sürecin tüketeni değil, üreteni olmalıyız.

Dijital Şehirlerin Öncüsü: Eskişehir

Eskişehir, Cumhuriyet’in ilk yıllarından beri yerli üretimin önemli merkezlerinden biri olmuştur. İlk Türk otomobili “Devrim” Eskişehir’de üretilerek tarihimizde önemli bir rol daha üstlenmiştir. Raylı sistemler ve havacılığın önemli merkezlerinden de biri olan Eskişehir, dijital dönüşümün ve akıllı şehirciliğin Türkiye’de bulunan ilk örneklerini vermektedir. Özellikle raylı sistemler üzerinde devam eden dijital dönüşüm çalışmaları Milli Hızlı Tren Projesi ile gündeme gelmektedir.

Eskişehir; Osmangazi Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi ve Eskişehir Teknik Üniversitesi ile dijital dönüşüm için gerekli insan kaynağına sahip olan bir şehir olarak Türkiye’nin dijital dönüşümünde öncü rolünü üstlenmektedir.

Eskişehir; fabrikaları ve girişimleriyle sadece Türkiye’de değil dünya çapında bilinirliğini kazanmıştır. Eskişehir; üniversiteleri, sanayisi ve girişimleriyle yazılım, donanım gibi alanın yanı sıra pazarlama, animasyon ve çizgi film gibi alanlarda da dijital dönüşüm lideri konumunda yer alıyor. Önümüzdeki senelerde de bu alanlarda alacağı roller ile Eskişehir’in dijitalleşmeye büyük katkısı olacaktır.

Türkiye’nin ilk ve ana sahipliğinin sanayide olduğu tek Teknoparkı şehrimizde bulunmaktadır. Üç teknopark yerleşkesi ve Organize Sanayi Bölgesi, Ar-Ge faaliyetleriyle ve üretimleriyle dijital dönüşümde öncü kurumlar olmalıdır. Bu noktada tüm paydaşlar sorumluluklarını yerine getirmelidirler. Aksi takdirde bu dijital dönüşüm serüveninde arka sıralara düşeceğimiz ve Eskişehir’imizin kültüründen ve tarihinden gelen lider konumunu kaybedeceğimiz aşikar bir gerçektir.

MADO

"Gerçek lezzetler"

Lezzetin Adı MADO

Hoşnudiye Mh. İsmet İnönü 1 Cd. 135/A Tepebaşı, Eskişehir **Telefon**: 0222 700 00 78

info@losga.com.tr

Eskişehir'de Gelişen Bilişim Sektörü

Kıvanç Coşkun
TTL Teknoloji Proje Taah. San. Tic. Ltd. Şti. - **Ar-Ge Müdürü**

Eskişehir bilişim sektörünün neresinde?

Türkiye'de bilişim sektörünü bir nehir olarak nitelendirirsek, Eskişehir'i bu nehri besleyen önemli çaylardan biri olarak değerlendirebiliriz. Türkiye'de bilişim sektörünün kalbi İstanbul gibi görünse de aslında Anadolu'ya açılış kapısı Ankara'dır. Eskişehir ise stratejik konumuyla İstanbul ve Ankara ile sürekli dirsek temasındadır. Bu sayede trendleri yakından takip eden ve gelişmelere hızlıca ayak uyduran bir özelliği vardır. Üniversiteleri ve teknoparklarıyla bilişimde üretken bir modele sahiptir ve her yıl sektöre nitelikli genç beyinler yetiştirmektedir.Bu sebeple Eskişehir'in Bilişim Sektöründeki konumu ve rekabetçi yönü her geçen gün artmaktadır. Sektörün durumunu ve gelişimini değerlendirdiğimizde, her yıl ciddi büyüme oranlarıyla karşılaşıyoruz. 4. Sanayi Devriminin içinde bulunduğumuz bu dönemde bilişim her zamankinden daha büyük bir öneme sahiptir. Ticareti ve sanayisiyle, bilim üreten kurumlarıyla Eskişehir; Türkiye'de bilişim sektörüne yön veren ve destek sunan kentlerin başını çekmeye devam edecektir. Ekonomimize önemli katkılar sağlayabilecektir.

> **Ticareti ve sanayisiyle, bilim üreten kurumlarıyla Eskişehir; Türkiye'de bilişim sektörüne yön veren ve destek sunan kentlerin başını çekmeye devam edecektir.**

İşletme olarak konforunuzu olumlu / olumsuz etkileyen değişkenler neler?

İçinde bulunduğumuz coğrafyadaki istikrarsızlık ve değişken döviz kurları,başta ekonomi olmak üzere bilişim alanında faaliyet gösteren tüm şirketleri olumsuz etkilemektedir. Üreten bir sektör olmamıza rağmen dışa bağımlılıktan yüzde yüz kurtulmuş değiliz. Maalesef sektörün kalbi konumundaki merkezlerde Eskişehir'in sahip olduğu potansiyeli tam olarak değerlendirememektedir. En büyük etkeni ise; ürettiğimiz teknolojilerin tanıtımında, ticarileştirilmesinde, pazarlama ve satış stratejilerini planlamada yaşadığımız sorunlar olarak görüyoruz. Eskişehir'de sektörün diğer önemli bir sorunu ise nitelikli beyinlerin kariyer hayaliyle, istihdam imkanı bulamadan büyük şehirlere göç etmesidir.

Ancak şehrimizin sahip olduğu pozitif olanaklar tüm olumsuzluklara rağmen motive edici etmenlerdir. Malumunuz, sektörümüzün en önemli kaynağı yaratıcı düşünce ve beyin gücüdür. Metropollerle kıyaslandığında Eskişehir'de büyük alanlara yayılmış dağınık yerleşkeler görmek yerine üniversiteler, teknoloji geliştirme bölgeleri ve ticaret merkezleri ulaşım açısından birbirine yakın konumdadırlar. Adeta hepsi bir kampüsün parçası niteliğindedir. Bu sayede rutin faaliyetlerde, zaman ve dolasıyla iş gücü kaybı en aza indirgenmiş durumdadır. Buda üretkenliği artıran bir sonuçtur. Tüm kuruluşlar birbiriyle rahatlıkla iletişim kurabilmektedir ve kollektif çalışma imkanı üst düzeydedir.

TTL Teknoloji, ne(ler) yapılsa bilişim sektörü hareketlenir diye düşünüyor?

TTL Teknoloji olarak, dünyadaki trendleri yakından takip etmenin ve yenilikçi, katma değeri yüksek teknolojiler üzerine yoğunlaşmanın sektörümüzü nitelikli olarak büyüteceği kanaatindeyiz. Ülke olarak dışa bağımlılığımızı azaltacak en küçük çalışmayı dahi çok önemsiyoruz ve bu alanda yapılacak her tür faaliyeti destekliyoruz. Ayrıca döviz kurlarının yüksek ve dalgalı seyrettiği bu dönemde ihracat imkanlarını iyi değerlendirerek, yeni pazarlar oluşturmanın bu olumsuz süreci avantaja çevirecek hamleler olduğunu düşünüyoruz. Maalesef incelediğimizde ülkemizde birbirine benzer nitelikte yazılımlar geliştiren onlarca şirket bulunmaktadır. Bu durum rekabet açısından iyi gibi görünse de, firmalarımızı pazarda belirli bir ölçeğin üstünde iş yapamaz hale getirmektedir. Kalıplarımızdan sıyrılarak farklılaşmanın, yeni teknolojiler üzerine yoğunlaşmanın ve gelişen teknolojilere adapte olarak 4. Sanayi Devrimine Eskişehir olarak gereken çözümleri sunmanın tüm sektörlere ve ülkemize önemli katkılar sunacağını öngörmekteyiz.

İstanbul'daki bilişim işletmeleri neden sizden daha güçlü / daha zayıflar?

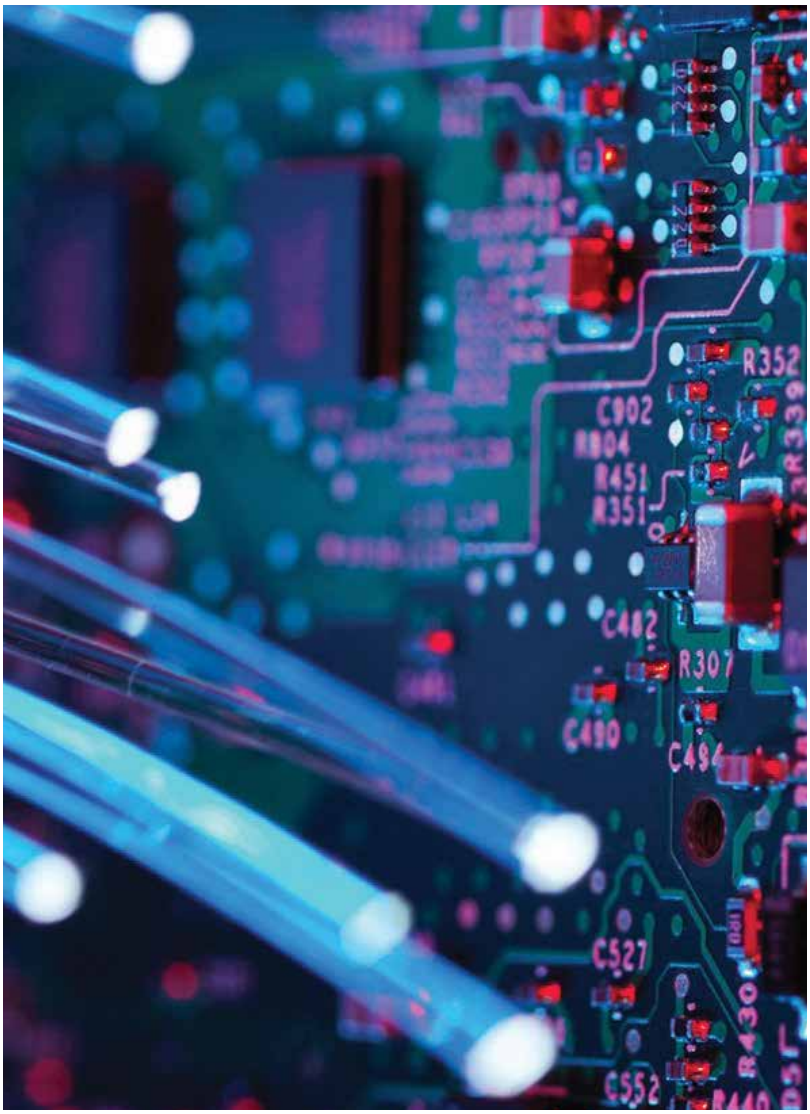
İçinde bulunduğumuz dünyada, bilgiyeışık hızında ulaştığımız bir dönemden geçiyoruz. Artık mesafelerin veya sınırların bir önemi kalmadı. Bu sayede çok yönlü araştırmalar yaparak bilgiyi teknolojik ürüne dönüştürme konusunda İstanbul ile aramızda ciddi bir farkımız kalmadığını düşünüyorum. Ancak İstanbul'da ticaret ve sanayide başı çeken yüksek bütçeli kuruluşlarınyer alıyor olması, o bölgede faaliyet gösteren şirketler açısından iş potansiyelini yüksek kılmaktadır.

"İçinde bulunduğumuz dünyada, bilgiye ışık hızında ulaştığımız bir dönemden geçiyoruz. Artık mesafelerin veya sınırların bir önemi kalmadı. Bu sayede çok yönlü araştırmalar yaparak bilgiyi teknolojik ürüne dönüştürme konusunda İstanbul ile aramızda ciddi bir farkımız kalmadığını düşünüyürum."

Ayrıca iş fırsatlarını değerlendirmek için İstanbul'a giden yetenekli beyinler, şehrin eğitimli ve başarılı çalışan potansiyelini de güçlendirmiştir. Ancak İstanbul'a kıyasla Anadolu ile köprü vazifesi üstlenen şehrimiz farklı potansiyellere hitap etmekte ve sunduğu imkanlar ile yaşamı her yönüyle daha sürdürülebilir kılmaktadır. Bu durum İstanbul'a kıyasla özellikle start-up şirketlerin yaşam döngüsünü güçlendirmektedir. Yeni fikirlerin gerçekleştirilmesi için gereken yatırım maliyetleri İstanbul'a kıyasla çok daha düşük bütçelerdedir. Gelecek dönemde hızla ilerleyen teknoloji ile birlikte yeni fikirlerin hızlıca hayata geçmesi şehrimiz açısından sektörde öncü olabilmek için büyük önem taşımaktadır.

Gelecekte Eskişehir'in konumunu güçlendirmek için neler yapılmalı?

Yukarıda sıraladığım birçok avantajıyla Eskişehir ülkemizin önemli ticaret merkezlerinden biridir. Yapılacak birkaç düzenleme ile kentimizin stratejik konumunu güçlendirmek mümkündür. Bunların başında Eskişehir'de serbest bölge kurulması öne çıkmaktadır. İhracata yönelik yatırım ve üretimi teşvik etmek, doğrudan yabancı yatırımları ve teknoloji girişini hızlandırmak, işletmeleri ihracata yönlendirmek ve uluslararası ticareti geliştirmek maksadı serbest bölgelerin kuruluş amacıdır ve bu amaçların tamamı şuanda sektör hedeflerimizle yüzde yüz paralellik göstermektedir. Serbest bölge kurulmasıyla birlikte Eskişehir'in yabancı yatırımcıların da ilgi odağı olacağını düşünüyorum. Akabinde oluşacak iş potansiyelinin kentimizde yetiştirdiğimiz gençlere istihdam fırsatlarını artıracağını ve beyin göçünü minimize edeceği kanaatindeyim. Diğer bir hamle ise yıllardır ülkemizde konuşulan Silikon Vadisi benzeri bir kümelenmenin Eskişehir'de teknoparkımızı da kapsayacak şekilde yepyeni bir yapılanmayla gerçekleşmesi olacaktır. Havacılıktan raylı sistemlere, endüstrinin birçok alanından kamusal çözümlere kadar Eskişehir teknoloji üretiminde öncü bir kenttir. Bu güçlü temeller üzerine özel destekler ile oluşturulacak Silikon Vadisi şehrimizin sektördeki konumunu üst sıralara taşıyacak ve ülke ekonomisine güç katacak yegane çözümler arasındadır.Eskişehir, büyük hayalleri ve büyük potansiyeli olan bir şehirdir. Bu sebeple Eskişehir'e yapılan her yatırımın bu hayalleri biraz daha gerçeğe dönüştüreceğine inanıyorum.



‘Eskişehir ülkemizin önemli ticaret merkezlerinden biridir. Yapılacak birkaç düzenleme ile kentimizin stratejik konumunu güçlendirmek mümkündür. Bunların başında Eskişehir'de serbest bölge kurulması öne çıkmaktadır.’

AKELSAENERJİ

"Enerjinizi Kaybetmeyin"

Taze ve Temiz Tasarımlar

Enerji kaynaklarının sonsuz olmadığı anlayışla hareket eden Akelsa Enerji, bünyesinde ilgili yasa, yönetmelik ve standartlar doğrultusunda, işlevsellik, görsellik ve verimlilik açısından en uygun mekanik tesisat ve elektrik tesisat sistemlerine ait projeler hazırlanmaktadır.

Doğa Dostu Projeler

Akelsa Enerji; gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakmak için tüm faaliyet alanlarında sürdürülebilir kalkınma ilkelerini benimsemiştir. Bu doğrultuda çevreye uyumlu ve yüksek verimli projeler geliştirmektedir.

Verimli Enerji Çözümleri

Uzman kadromuz ile işletmenizin enerji tüketim noktalarında uluslararası standartlar doğrultusunda ölçümler gerçekleştirmekte ve detaylı etüt raporları hazırlayarak, verimlilik artırıcı yatırımlarınızı doğru yönlendirmenize yardımcı olmaktadır.

AKELSA AYDINLATMA ELEKTRİK ENERJİ SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

Kurtuluş Mh. Vatan Cd. No: 86/A Odunpazarı / ESKİŞEHİR
T: 0 222 **240 0 240** **E:** akelsa@akelsa.com www.**akelsa**.com

İş dünyası dijitalleşiyor

Kerem Akyıl
Anadolu Gazetesi
Köşe Yazarı

Zaman ne kadar hızlı akıyor? Yıllar önce bilgisayarlarla ilk karşılaştığımız günleri hatırlıyorum. Bizim için okul çıkışında 'Atari' salonlarında oynadığımız oyunlar, bilgisayarlarla ilk karşılaştığımız dönemlerdi. Hattâ bir müddet bilgisayarlara atari demeyi devam ettirmiştik. Sonra 'İnternet' denilen bir şeyin olduğunu öğrendik. Hâlen internete bağlanırken telefonların çıkarttığı cazırtıları hatırlarım. Muhtemelen o yıllarda kullandığımız en yüksek kapasiteli bilgisayarlar, şimdiki akıllı telefonlarımızın yanında boynu bükük kalır.

Teknolojiyi takip etmek çok güç. Fakat iş yaşamımızda ayakta kalabilmek için de teknolojiyi takip etmemiz gerekiyor. Dijitalleşen bir dünyada yaşıyoruz. Tarım ve hayvancılık gibi geleneksel üretim sektörlerine bile dijitalleşme girdi. Sanayi ve ticarette ise dijital gelişmeleri takip etmeyenlerin işi çok zor.

Yapılan araştırmalar e-ticaretin toplam ticaret hacminde giderek daha çok pay aldığını gösteriyor. Üstelik yıldan yıla küçük artışlar da söz konusu değil. Her yıl, bir önceki seneye göre e-ticaretin payı yüzde 20'lere varan seviyelerde artıyor.

> YAPILAN ARAŞTIRMALAR E-TİCARETİN TOPLAM TİCARET HACMİNDE GİDEREK DAHA ÇOK PAY ALDIĞINI GÖSTERİYOR.

Teknolojik gelişmeler kendisini yalnızca ticarette de göstermiyor. Endüstri 4.0'ın dünyaya hâkim olduğu bir ortamda yüksek teknoloji üretim bantlarını da etkiliyor. Ancak bu durum üreticilerimizin işini kolaylaştırmıyor. Çünkü yüksek teknoloji beraberinde yüksek bir rekabet getiriyor. Artık yenilik aramayan, 'Babadan kalma' usullerle üretim yapanların da piyasada tutunma şansı kalmadı. Sürekli inovasyon yapmanız, sürekli yenilik aramanız gerekiyor.

Özetlemek gerekirse bu baş döndüren gelişmelere karşı iş dünyasının hazırlıklı olması lazım. Neyse ki Eskişehir bu baş döndüren gelişmeler karşısında şanslı bir kent.

Şanslıyız çünkü eğitim seviyesi görece gelişmiş bir nüfus yapımız var. Kentimizde bulunan üç üniversitenin ekonomimize katkısı büyük. Tabii bu arada em ticaret erbabının hem de sanayicilerin üniversitelerle daha sıkı işbirlikleri geliştirmesi gerekir. Yüksek teknoloji yalnızca üretimi değil, pazarlama tekniklerini de geliştirdi. Eskiden üretilmiş bir malı satmak için, ikili ilişkilerinize güvenmeniz gerekirdi. Ancak şimdi basit bir çay bardağını internet sitenize koyabilir ve Kanada'da yaşayan bir kişiye satabilirsiniz.

Eskişehir'in bir diğer şansı da meslek odalarının kaliteli yönetimlere sahip olması. Bütün meslek kuruluşlarımız gelişen dünyaya ayak uydurulması gerektiğinin farkında. Bu konuda üyelerini bilinçlendirmeyi birincil öncelik olarak tanımlıyorlar.

Bu kurumlardan biri olan Eskişehir Ticaret Odasındaki gelişmelere şöyle bir bakmak bile yeterli. Bugün ETO üyeleri aidatlarını ödemekten, fuar başvurularında bulunmaya kadar pek çok işini bilgisayarlar üzerinden yapıyor. Ayrıca ETO'nun eğitim çalışmalarını da bir köşeye not etmeliyiz. Online eğitimi Türkiye'de en iyi uygulayan ticaret odalarından birisine sahibiz.

Özetle şanslı bir şehiriz. Bu şansımızı iyi kullanarak üretim ve ticarette çok daha iyi noktalara geleceğimizden eminim. Zira benim bildiğim Eskişehirli iş insanları için zoru başarmak kolaydır. İmkânsız için ise biraz vakit yeterlidir.

AKAERO

HAVACILIK • SAVUNMA • ENERJİ

AKBEY MÜHENDİSLİK HAVACILIK MAKİNA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
Eskişehir KOBİ Organize San. 104. Cad No:9 Eskişehir / TÜRKİYE
info@akaero.com.tr **www.akaero.com.tr**

ODUNPAZARI MODERN MÜZE

İdil TABANCA
Fotoğraf: Emily Hope

OMM - Odunpazarı Modern Müze, Erol Tabanca'nın sanata olan tutkusu ve memleketi olan, çok sevdiği Eskişehir'e bırakmak istediği miras arzusunun birleşiminden oluşan bir proje. Müzenin İstanbul yerine Eskişehir'de açılmış olması insanı şaşırtıyor tabi ama bence en heyecan verici kısmı bu. İlk defa böyle bir oluşum İstanbul'da değil Anadolu'da var oluyor.

OMM'un açılmasında en çok sanatı paylaşmanın verdiği heyecan etkili oldu diyebilirim. Önceden babamın (Erol Tabanca) koleksiyonundaki eserlere evde ve ofiste yer veriyorduk. Ofis arkadaşlarının eserlere olan ilgisi çok hoşumuza gitmişti. Zamanla eserler ofise ve eve sığmaz oldu, bunun için bir depo oluşturduk. Fakat bu sefer de eserlerin kapalı bir alanda kalması içimize sinmedi. Aklımıza ilk gelen seçenek müze kurmak değildi ama eserleri herkese sunmayı ve sergilemeyi çok istiyorduk. Babam özellikle doğup büyüdüğü Eskişehir'in kültür ve

sanat hayatına kalıcı bir katkıda bulunmak istiyordu. Tüm bunlar, Odunpazarı bölgesinde uygun bir yer bulunmasıyla netlik kazanmış oldu ve böylece müzenin ilk adımı atıldı.

Amacımız müzeyi sadece Eskişehir'e, Türkiye'ye değil, dünyaya tanıtmaktı. Bunun için attığımız en önemli adımlardan biri uluslararası üne sahip mimari grup Kengo Kuma and Associates ile çalışmak oldu diyebilirim. Müzeyle birlikte şehrin

> Amacımız müzeyi sadece Eskişehir'e, Türkiye'ye değil, dünyaya tanıtmaktı.

turist potansiyelini artırarak Eskişehir'i bir kültür-sanat destinasyonu haline getirmeyi umuyoruz. Açılıştan bu yana ziyaretçilerden ve aldığımız geri dönüşlerden, bunu gerçekleştirebildiğimizi görüyoruz, çok mutluyuz bu konuda.

OMM öncelikle 'her şeyin merkezi İstanbul' algısını değiştirecek diye düşünüyorum. Böyle büyük bir platform İstanbul'da değil bir Anadolu şehri olan Eskişehir'de açıldı, bu çok önemli. Bunun dışında OMM, Eskişehir'de yer alan üç üniversitenin güzel sanatlar, sanat ve tasarım, mimarlık gibi fakültelerinde okuyan öğrencilerin vizyonunun gelişmesine olağanüstü bir katkı sağlayacaktır. Ayrıca Guggenheim Müzesi'nin Bilbao kentinde yarattığı enerjiyi OMM'un da Eskişehir'de yarattığını şimdiden hissediyoruz. Bu durum Eskişehir'in uluslararası kültür turizminin destinasyonları arasına girmesinde önemli bir rol oynayacaktır.

Yerel ziyaretçilerin yanı sıra, Türkiye'nin ve dünyanın farklı köşelerinden gelen sanatseverler OMM'u beğeni ile geziyor. 8 Eylül'de açılan OMM'u 1 ayda 22 bin 500 kişi ziyaret etti. Farklı yaş gruplarına uygun rehberli turlarla müzeyi gezen çocuklar, yepyeni bakış açıları kazandı. Şehir dışından sadece OMM'u görmek için Eskişehir'e gelenler ve bu sayede güzel kentimizle tanışanlar var. Yurt dışından ziyaretçiler de artık Eskişehir'i gezi programlarına dahil etmeye başlıyor. Eskişehir'in farklı aurasıyla OMM'un etkisi birleşince, ziyaretçilerimiz bambaşka bir deneyim yaşayarak şehirden ayrılıyor.

OMM'a gelenler, yenilikçi ve dinamik sergilerin, atölyelerin ve etkinliklerin yer alacağı Eskşehir'in ilk çağdaş sanat müzesini görecekler. Türkiye'de yeni medya henüz yaygın değil, fakat biz çok önem veriyoruz. Burada AR (Augmented Reality) ve VR (Virtual Reality) gibi son teknolojinin gelişmelerini kullanan sanatçıların işlerini göreceksiniz. Ayrıca, OMM'un doğaya karşı etik bir duruş sergilemek gibi önemli bir misyonu var. Bu bağlamda doğayla ilişki içinde olan, teknoloji üzerinden doğanın önemini vurgulayan sanatçılar, eserleriyle burada olacak. Müzede şu an görülebilen Marshmallow Laser Feast'in etkileyici sanal gerçeklik enstalasyonu, gelecek projelerin habercisiydi aslında. Yurt dışında ve yerelde ses getirmiş, dünyada kültürel harekete dahil olan sanatçıları da göreceğiz. Bununla kalmayacağız tabii, yelpazemiz çok geniş. Etkinlik ve sergi programlarıyla da herkes kendinden bir parça bulabilecek müzede.

OMM'da şu an 2 sergi var. Öncelikle müze'nin açılış sergisi 'Vuslat"tan bahsetmek istiyorum. Haldun Dostoğlu küratörlüğünde düzenlenen 'Vuslat' sergisi, Erol Tabanca'nın yıllardır özenle oluşturduğu koleksiyonundaki eserlerden oluşuyor. Haldun Bey'in serginin adını koyarken 3 kavuşma sahnesinden ilham aldığını söylüyor. Çünkü bu sergiyle Eskişehir müzesine, koleksiyoner hayaline, eserler seyircisine kavuşuyor. Tam olarak bir 'Vuslat' yani.

Ayrıca Vuslat sergisi kapsamında Japon bambu ustası Tanabe Chikuunsai IV tarafından OMM'a özel olarak üretilen bir enstalasyon yer alıyor. Tanabe'nin doğa içerisinde bulunan 4 ana element ve Eskişehir'de tanıştığı insanları temsil eden toplam 5 koldan oluşan ve tamamen bambu çubuklardan yapılan enstalasyon ziyaretçilerin en çok ilgisini çeken eserler arasında yer alıyor. Tanabe ve 4 kişilik ekibi, bu enstalasyonu toplam 12 günde OMM'da tamamladı ve eserin duvara sabitlenmesini sağlayan birkaç

OMM by Kengo Kuma and Associates. Fotoğraf ©NAARO

küçük askı dışında enstalasyonda hiçbir yapıştırıcı, konstrüksiyon bulunmuyor.

Son olarak çevre konusunda farkındalık yaratan hem de böyle bir amaç için teknolojinin bütün sınırlarını zorlayan İngiliz dijital sanat kolektifi Marshmallow Laser Feast'in Türkiye'de ilk defa gerçekleştirdiği iki sanal gerçeklik deneyimi yer alıyor: Ağaca Övgü (Treehugger) ve Bir Hayvanın Gözlerinden (In The Eyes of the Animal). Ağaca Övgü enstalasyonu dev Sekoya ağaçlarının içinde bir yolculuk vaad ederken, Bir Hayvanın Gözlerinden 4 farklı hayvanın gözünden doğayı görme imkanı sunuyor.

OMM'da ayrıca farklı kurum ve kişilerle iş birliği yaparak koleksiyon sergilerimizin yanı sıra dinamik süreli sergi ve etkinlik programlarımız olacak. Eskişehir'in bir öğrenci şehri olduğunu ve şehirde güzel sanatlar fakültelerinin de olduğunu göz önünde bulunduruyoruz tabi. Bu sebeple onları destekleyecek bir yapı da oluşturmak istiyoruz. En büyük amacımız Eskişehir'de yaşayanları müzeye dahil etmek; herkesin ilgisini çekecek farklı ve yalın programlarla müzeyi ve sanatı insanların hayatlarının bir parçası haline getirmek ve daha fazla insana ulaşmasına vesile olmak.

Eğitim programları, etkinlikler, konuşmalar, atölyeler ve konuk sanatçı programlarımız ile genç sanatçıları bir çatı altında buluşturmayı planlıyoruz. Bunun için farklı kurum ve kişilerle iş birliği içinde, yaratıcı ve dinamik etkinlik programları tasarlayacağız. Hatta açılışımızın hemen ardından eğitim programlarımızı başlattık, internet sitemizden güncel programı takip edebilirsiniz.

www.omm.art/tr

Installation by Japanese bamboo artist Tanabe Chikuunsai IV, at OMM by Kengo Kuma and Associates.
Fotoğraf ©NAARO

ÖZKAN Otomotiv

Lastik | Jant | Akü | Motor Yağı | Kaplama | Araç Bakım | Lastik Oteli

Aracınızda titreşime neden olan
her türlü problemi ve çekme sorunlarını,
yol simulasyonu sayesinde,
lastik aracınızın altındaymış gibi,
test ederek çözüyoruz.

Gerçek Yol Şartlarında Balans Hizmeti

HUNTER GSP 9700 ELİTE BALANS MAKİNASI

Gerçek 3 boyutta
Rot Ölçümü
ve
Rot Ayarı

HUNTER ELİTE ROT AYAR MAKİNASI

Özkan Otomotiv'e emanet ettiğiniz lastikleriniz; hırsızlık, yangın ve doğal afetlere karşı, sigortalı olarak korunmaktadır.

SON MODEL EKİPMANLAR
ve
PROFESYONEL BİR EKİPLE

ESKİŞEHİR'de ÖZEL BİR SERVİSİZ

LASSA BRIDGESTONE DAYTON bandag

www.ozkanotomotiv.com.tr

0 222 228 0033 75. Yıl Mh. Şehirler Sk. EMKO Sanayi Sitesi B1 Blok No:6 Odunpazarı ESKİŞEHİR

EYÜBOĞLU'NUN ESERLERİ ETOSANAT GALERİSİ'NDE SERGİLENDİ

Türk resim sanatı ve edebiyatının usta ismi Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun sergisinin açılışı ve torunu Sabahattin Rahmi Eyüboğlu'nun konuk olduğu söyleşi ETOSANAT Galerisi'nde gerçekleşti.

Türk resim sanatı ve edebiyatına damgasını vuran Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun 46 eserinden oluşan "Eskişehir'e Merhaba" isimli sergisi ETOSANAT Galerisi'nde sanatseverlerle buluştu. Sergi öncesinde Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun torunu Sabahattin Rahmi Eyüboğlu'nun konuk olduğu bir söyleşi gerçekleştirildi. Söyleşi öncesinde konuşan ETO Başkanı Metin Güler, ETOSANAT Galerisi'nde 60'dan fazla sanat etkinliği gerçekleştirdiklerini ve on binlerce sanatseveri ağırladıklarını ancak Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun sergisinin özel bir yeri olduğunu söyledi.

Torununun gözünden Bedri Rahmi Eyüboğlu

Söyleşide konuşan Sabahattin Rahmi Eyüboğlu, Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun Anadolu ile özdeşleşen bir sanatçı ve edebiyatçı olduğunu belirterek, sergi vesilesiyle Anadolu şehri olan Eskişehir'e konuk olmaktan mutluluk duyduğunu söyledi. Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun iyi bir ressam olmak istediğini 12 yaşındayken günlüğüne yazdığını belirten Sabahattin Rahmi Eyüboğlu, Bedri Rahmi Eyüboğlu isminin her geçen gün yükselen bir değer olduğunu ifade etti. Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun Paris'te aldığı eğitimin sanat yaşamında dönüm noktası olduğunu belirten Sabahattin Rahmi Eyüboğlu, sanatçının dünyaca ünlü Raoul Dufy ve Henri Matisse gibi ressamlardan ilham alarak sanat yaşamını şekillendirdiğini ifade etti.

ETOMÜZE ÇOCUK SANAT MERKEZİ'Nİ AĞIRLADI

Tepebaşı Belediyesi 23 Nisan Çocuk Sanat Merkezi 7-12 yaş yaratıcı drama sınıfı, Eskişehir Ticaret ve Sanayi Müzesi'ne (ETOMÜZE) konuk oldu. Öğrencilerin ETOMÜZE ziyaretinde Tepebaşı Belediyesi 23 Nisan Çocuk Sanat Merkezi Tiyatro ve Yaratıcı Drama eğitmenleri Selçuk Tuzcuoğlu ve Fatih Pazvantoğlu eşlik etti. Müzede gerçekleşen drama etkinliği kapsamında öğrencilere ETOMÜZE personeli Arkeolog Ömer Yıldız tarafından müzecilik, Eskişehir'in geçmişi, ticaret ve sanayi tarihi anlatıldı. Ayrıca öğrencilere sembolik olarak Müzecilik Belgesi takdim edildi.

YAMAGUCHİ ETOMÜZE'Yİ ZİYARET ETTİ

Eskişehir'e bir dizi temas için gelen Japonya hükümetinin koalisyon ortağı Komeito Partisi Genel Başkanı Natsuo Yamaguchi, ETOMÜZE'ye (Eskişehir Ticaret ve Sanayi Müzesi) konuk oldu. Yamaguchi'nin ETOMÜZE ziyaretine Japonya'nın Ankara Büyükelçisi Akio Miyajima, Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler ve Meclis Başkanı Halil İbrahim Ara eşlik etti. ETOMÜZE'de yetkililer tarafından Eskişehir'in ekonomi tarihi hakkında bilgi alan Yamaguchi, Eskişehir'in ticaret ve sanayi geçmişine tanıklık etmekten mutluluk duyduklarını dile getirdi. Yamaguchi, ETOMÜZE'nin Eskişehir ekonomisinin köklü geçmişini ve güçlü yanlarını gözler önüne serdiğini sözlerine ekledi.

ETOSANAT GALERİSİNDE 60'INCI SERGİ

Eskişehir'in kültür sanat hayatına renk katan ETOSANAT Galerisi 60'ıncı organizasyonunu Doç. Cafer Arslan'ın Lif Baskı Sergisi ile gerçekleştirdi. Serginin açılış törenine Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, ETO yönetim kurulu ve meclis divanından oluşan heyet ve çok sayıda sanatsever katıldı. Törende konuşan ETO Başkanı Metin Güler, düzenledikleri etkinliklerle Eskişehir'in kültürel ve sanatsal yaşamına katkı sağlamayı amaçladıklarını söyledi. Sergideki eserlerini uzun süren çalışmalar neticesinde ve farklı bir teknikle oluşturduğunu belirten Doç. Cafer Arslan, sanata verdiği destekten dolayı ETO Başkanı Metin Güler'e teşekkür etti.

16. İSTANBUL BİENALİ'NE ZİYARET

Eskişehir Ticaret Odası üyelerinin mesleki ve kişisel gelişimlerine katkı sağlamak için gerçekleştirdiği etkinliklere bir yenisini daha ekledi. ETO'nun grafik tasarım, mimarlık, reklamcılık ve animasyon sektöründe faaliyet gösteren üyeleri dünyanın en önemli kültür sanat etkinliklerinden biri olarak kabul edilen İstanbul Bienali'ni ziyaret etti. İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV) tarafından 1987 yılından bu yana düzenlenen bienal kapsamında ETO üyeleri Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi İstanbul Resim ve Heykel Müzesi ile Pera Müzesi'ni ziyaret etti. Yazar ve akademisyen Nicolas Bourriaud'un küratörlüğünü üstlendiği ve dünya çapından 56 sanatçının eserlerinin yer aldığı bienali rehberler eşliğinde gezen ETO üyeleri eserler hakkında detaylı olarak bilgi aldı.

MESUT SÜRE'DEN TEK KİŞİLİK GÖSTERİ

Radyo programcısı ve stand-up sanatçısı Mesut Süre, Beşiktaş Kültür Merkezi'nin (BKM) işbirliği ile Vehbi Koç Kongre Merkezi'ne konuk oldu. "Siz Hepiniz Ben Tek" adlı tek kişilik gösteriye Eskişehir'in yanı sıra çevre illerden de izleyiciler konuk oldu. Yaklaşık iki saat süren gösteri sayesinde Mesut Süre hayranları keyifli bir akşam geçirdi.

EFKM'DE TİYATRO KEYFİ

Eskişehir Fuar Kongre Merkezi çatısı altında hizmet veren Vehbi Koç Kongre Merkezi, Ölü'n Bizi Ayırana Dek isimli oyun ile tiyatro severleri konuk etti. Murat Dişli, Alper Atalan, Zeki Enes Akkan, Ebru Cündübeyoğlu tarafından yazılan ve PuCCa tarafından konsepti hazırlanan oyun izleyiciler tarafından yoğun ilgi gördü. Hakan Yılmaz, Ebru Cündübeyoğlu ve Volkan Aktan'ın sahne aldığı oyun tiyatro severler tarafından büyük beğeni topladı. 2008 yılı yapımı "Yalancı Romantik" dizisinde başrolü paylaşmış olan başarılı oyuncular Hakan Yılmaz ve Ebru Cündübeyoğlu bu kez tiyatro sahnesindeki performansları ile izleyicilerden tam not aldı.

DOĞU DEMİRKOL İZLEYİCİLERİYLE BULUŞTU

Tiyatro ve gösteri dünyasının beğenilen isimlerini Eskişehirli sanatseverlerle bir araya getiren Vehbi Koç Kongre Merkezi Doğu Demirkol'u hayranlarıyla buluşturdu. Gösterileri ve rol aldığı filmlerle büyük bir hayran kitlesine ulaşan Doğu Demirkol, Beşiktaş Kültür Merkezi'nin (BKM) işbirliğinde Vehbi Koç Kongre Merkezi'ne konuk oldu. Rol aldığı Ahlat Ağacı ve Ölümlü Dünya isimli filmlerde de büyük beğeni toplayan Doğu Demirkol gösterisi ile izleyicilerine keyifli dakikalar yaşattı.

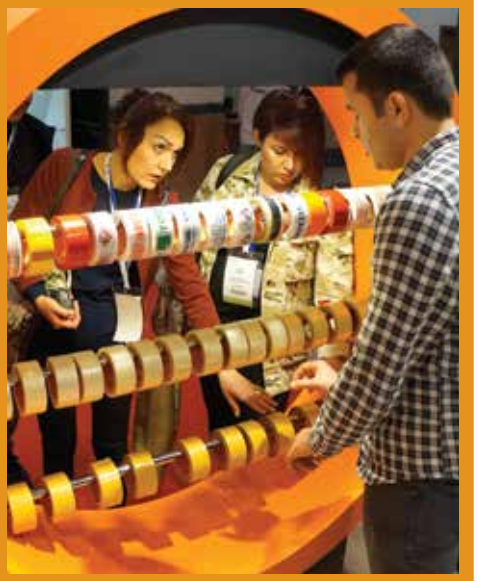
ULUSLARARASI 5 FUARA ZİYARET

ETO üyeleri İstanbul'da düzenlenen Intermob, Zuchex, ISK-SODEX, SIGN ve Avrasya Ambalaj fuarlarını ziyaret etti.

Eskişehir Ticaret Odası üyelerinin sektörel gelişimlerine destek olmak amacıyla gerçekleştirdiği fuar organizasyonlarına yenilerini eklemeye devam ediyor. ETO, iş yaptıkları firmalarla temaslarını güçlendirmek, yeni iş bağlantıları sağlamak amacıyla üyelerini Türkiye'nin sektöründe en önemli kabul edilen fuarlarla buluşturuyor. Bu kapsamda ETO'nun mobilya imalatı ve satışı yapan üyeleri İstanbul'da Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nin ev sahipliğinde düzenlenen 22. Mobilya Yan Sanayi, Aksesuarları, Orman Ürünleri ve Ahşap Teknolojisi Fuarı'nı (INTERMOB) ziyaret etti. Züccaciye, ev tekstili, çeyiz ve küçük ev aletleri alanında faaliyet gösteren ETO üyeleri ise Tüyap Beylikdüzü'nde düzenlenen Uluslararası Zuchex Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı'na konuk oldu.

Üyeler fuarlarda son gelişmeleri takip etti

Isıtma, soğutma, doğalgaz, tesisat işleri alanında faaliyet gösteren ETO üyeleri ise sektörün Türkiye'deki en büyük fuar organizasyonu olarak kabul edilen ve İstanbul'da gerçekleşen Uluslararası Isıtma, Soğutma, Klima, Havalandırma, Yalıtım, Pompa, Vana, Tesisat, Su Arıtma, Yangın, Güneş Enerjisi Sistemi Fuarı'nı (ISK-SODEX) ziyaret etti. Reklamcılık, matbaacılık sektöründe faaliyet gösteren ETO üyeleri ise 21'incisi düzenlenen İstanbul Uluslararası Endüstriyel Reklam ve Dijital Baskı Teknolojileri Fuarı'nı (SIGN) ziyaret etti. Matbaacılık ve ambalaj sektöründeki üyeler ise Avrasya Ambalaj İstanbul Uluslararası Ambalaj Endüstrisi Fuarı'na misafir oldu. ETO üyeleri böylece Eylül ve Ekim ayında gerçekleştirilen organizasyonlarla sektörün buluşma noktası olarak görülen, her yıl on binlerce iş insanını konuk eden 5 fuarı ziyaret etme imkanı buldu. ETO üyeleri ayrıca ziyaret ettikleri fuarlarda sektörlerindeki son gelişmeleri takip ederek, çalıştıkları firmalarla görüşme fırsatı yakaladı.



www.megaroncati.com.tr

☎ 444 26 11

ESKİŞEHİR'DE GARANTİLİ ANAHTAR TESLİM ÇATI UYGULAMASI

MEGARON
çatı teknolojileri

Bireysel Villa - Karabayır Bağları/Eskişehir

Kılıçoğlu

UZMAN BAYİ
RS YAPI
0.222 330 33 15

ETO AKADEMİ'DE YENİ DÖNEM BAŞLADI

Seminerlere yoğun ilgi gösterildi

Her yıl binlerce üye ve çalışanına yeni ufuklar açan ETO Akademi'de 2019-2020 eğitim ve seminer dönemi başladı. ETO Akademi tarafından Eylül Ekim ve Kasım aylarında Kişisel Gelişim Seminerleri kapsamında, Prof. Dr. Nurullah Uçkun tarafından verilen Resesyon Ekonomisinde Finans Yönetimi Semineri, Dr. M. Naci Çuhacı tarafından verilen İş Hayatında İlk Etki Semineri, Kemal Yaşar Şahin tarafından verilen Anlayarak Hızlı Okuma Teknikleri Semineri, Azize Yasemin Paşalıgil tarafından verilen Hatalarınız İle Barışmak Semineri düzenlendi.

Eğitimler tüm hızıyla devam ediyor

Mesleki Gelişim Eğitimleri kapsamında ise ETO Akademi tarafından Yüksel Bağışlar tarafından verilen Yönetici Asistanlığı Eğitimi, Mustafa Özesen'in eğitmenliğini üstlendiği Personel Özlük İşleri Eğitimi, Dr. Öğr. Üyesi Elif Avcı tarafından verilen Grafik Tasarım Eğitimi, Şeyda Keskin tarafından verilen ISO 9001:2015 Kalite Yönetim Sistemi Eğitimi gerçekleştirildi.

ETO AKADEMİ'YE ARÇELİK DESTEĞİ

Arçelik, ETO Akademi'nin 2019-2020 sezonunda yürüteceği eğitimlere "Resmi Destekçi" oldu.

Eskişehir Ticaret Odası yaptığı işbirliklerine bir yenisini daha ekledi. Arçelik, ETO Akademi'nin 2019-2020 sezonunda yürüteceği eğitimlere "Resmi Destekçi" oldu. Yılda 10.000'e yakın ETO üyesi ve çalışanına eğitim ve seminer hizmeti veren ETO Akademi, 2019-2020 sezonunda Arçelik'in desteğiyle yoluna devam edecek. Arçelik ve ETO Akademi işbirliği hakkında değerlendirmede bulunan Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, "ETO Akademi bugün Türkiye'nin en önemli eğitim organizasyonlarından birisi konumunda bulunuyor. Bu işbirliğiyle ETO Akademi'nin başarısı ulusal düzeyde de tescillenmiş oldu. Elbette ki bu işbirliğinin en önemli nedeni eğitime yaptığımız uzun vadeli yatırımın istikrarıdır. Ne mutlu ki akademimiz artık ülkemizin en değerli markalarından biriyle anılma şansına sahip olacak" diye konuştu.

VEHBİ KOÇ KONGRE MERKEZİ'NDE İZGÖREN RÜZGARI ESTİ

ETO Akademi tarafından kişisel gelişim seminerleri kapsamında düzenlenen ve Ahmet Şerif İzgören tarafından verilen semineri yoğun ilgi gördü.

Eskişehir Ticaret Odası yaptığı işbirliklerine bir yenisini daha ekledi. Arçelik, ETO Akademi'nin 2019-2020 sezonunda yürüteceği eğitimlere "Resmi Destekçi" oldu. Yılda 10.000'e yakın ETO üyesi ve çalışanına eğitim ve seminer hizmeti veren ETO Akademi, 2019-2020 sezonunda Arçelik'in desteğiyle yoluna devam edecek. Arçelik ve ETO Akademi işbirliği hakkında değerlendirmede bulunan Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Metin Güler, "ETO Akademi bugün Türkiye'nin en önemli eğitim organizasyonlarından birisi konumunda bulunuyor. Bu işbirliğiyle ETO Akademi'nin başarısı ulusal düzeyde de tescillenmiş oldu. Elbette ki bu işbirliğinin en önemli nedeni eğitime yaptığımız uzun vadeli yatırımın istikrarıdır. Ne mutlu ki akademimiz artık ülkemizin en değerli markalarından biriyle anılma şansına sahip olacak" diye konuştu.

HABERLER

Dijital Ekranlarda Dönüm Noktası

Daha büyük, görsel olarak daha çekici ve çok daha fazla sayıda özelliğe sahip olan dijital ekranlar, araç kokpitlerinin önemli bir özelliği haline geliyor.

Ne sürücüler ne de yolcular artık akıllı telefon ve televizyon gibi cihazlarda sahip oldukları ekran ve kontrol özelliklerinden mahrum kalmak istemiyor. Ama bundan daha fazlası var: geleceğin kokpitlerinde dijital ekranlar yalnızca yeni ekran ve kontrol özellikleri sunmakla kalmayıp, sürücüler ve araçları arasındaki etkileşi mde de önemli bir role sahip olacak.

Tahminler, global araç içi görüntüleme sistemleri pazarının 2025 itibarıyla iki kat artarak 30 milyar dolara çıkacağını gösteriyor.

Araç Kokpitinde 3D efekt

3D ekranlar, son zamanlarda araç kokpitlerinde ön plana çıkıyor. Beyaz perdede 3D efektler, özellikle filmin eğlence değerini artırmak için kullanılıyor. Ancak araçlarda durum farklı. Bosch Araç Multimedya Sistemleri Başkanı Dr. Steffen Berns, "Ekranın alan derinliği, bir sürücü destek sistemi ya da bir trafik sıkışıklığı uyarısında, sürücülerin önemli görsel bilgileri daha hızlı kavramasını sağlıyor. Ekrandan dışarı fırlıyormuş gibi gözüken uyarılar, çok daha belirgin ve aciliyet hissi veriyor" dedi.

Ayrıca, park etme sırasında arka görüş kamerasından gelen görüntü, daha gerçekçi hale gelerek engellerin daha erken algılanmasını sağlarken; sürücüler arka çamurluk ile örneğin bir otopark duvarı arasında ne kadar mesafe kaldığı konusunda daha kesin bir fikre sahip oluyor. Sokaklarda navigasyon kullanırken; harita ekranının mekansal derinliği, hangi binanın bir sonraki dönüşü işaret ettiğini anında gösterdiği için 3D efekt belirleyici bir role de sahip oluyor.

İnovatif ve interaktif

Gözler, insanların tüm duyusal algılarının yüzde 90'ını oluşturuyor, bu yüzden bir otomobil ekranında yalnızca bilgileri göstermenin modası geçiyor.

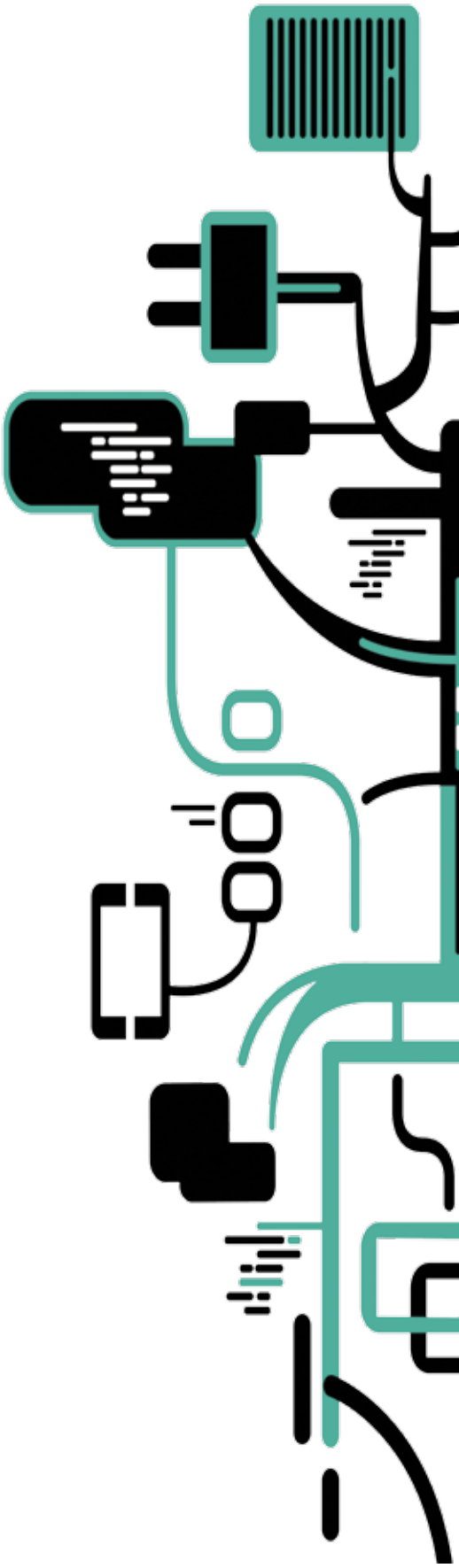
Back-end fark yaratıyor

Ekranların boyutları büyüdükçe daha çok amaçlı ve akıllı hale geliyor; sesli ve dokunmatik kontrol özelliği de eklenince, daha fazla bilgisayar gücüne ihtiyaç duyuluyor. Bu, çok daha fazla sayıda kontrol ünitesi anlamına geliyor.

Önce emniyet

Araç içi ekranlar, katı emniyet standartlarına tabi tutuluyor. Özellikle sıcaklık dalgalanmaları ve titreşimler söz konusu olduğunda, bu standartlar tüketici elektroniği ürünlerinin çok daha **üzerine** çıkıyor. Örneğin, otomobil ekranlarının eksi 40 ila artı 120 santigrat arasındaki sıcaklıkta mükemmel bir şekilde çalışması gerekiyor ve bu durumun, aracın tüm hizmet ömrü boyunca korunması önem taşıyor. Kısmi arıza durumunda bile sürücülerin, her zaman için asgari miktarda önemli bilgilere erişebilmesi gerekiyor

Kaynak: http://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/dijital-ekranlarda-donum-noktasi-41377379



ESKİŞEHİR TİCARET ODASI
CHAMBER OF COMMERCE

www.efkm.com.tr

ESKİŞEHİR fuar kongre merkezi

Koç VEHBİ KOÇ KONGRE MERKEZİ

71 Evler Mahallesi Çevre Yolu 114/2 Odunpazarı / ESKİŞEHİR
İletişim: 0.545.386 9 386

O Iron Man: İngiliz Mucit, Jet Motorlu Kıyafetiyle 135km/s Hıza Ulaştı

Iron Man'in uçmasını sağlayan zırhını hepimiz biliyoruz. İngiliz mucit Richard Browning de uzun bir zamandır kendisinin uçmasını sağlayan kıyafetle bir süredir rekor denemeleri yapıyor. Browning, son denemesinde kendi Guinness Dünya Rekoru'nu kırdı.

İngiliz mucit Richard Browning, vücut kontrollü, jet motorlu, rüzgar güdümlü bir kıyafet ile en yüksek hıza ulaşan insan rekorunu elinde tutuyor. Browning, jet motorlu kıyafeti ile 135km/s hıza ulaşmayı başardı.

Browning, 2017 yılında 50km/s hıza ulaşarak bir rekor kırmıştı. Yeni denemesinde ise yine kendine ait olan rekoru yenilemiş oldu. İngiliz mucit, son denemesinden sonra kıyafetin tamamen değiştiğini söylüyor. Browning, kıyafeti için "Tamamen 3 boyutlu baskı, daha hafif, daha güçlü ve daha akıllı" açıklamasını yaptı. Browning, kıyafete güç seviyesini ayarlayacak bir mekanizma dahi yerleştirdi.

Richard Browning, kendi kıyafetleri ile bir taraftan rekor denemeleri yaparken diğer taraftan bu kıyafetleri geliştirecek ve üretecek bir şirketin de kurucusu. Browning, kıyafetlerin geliştirilmesi ve üretilmesi için Gravity Industries isimli şirketin de kurucusu. Jet motorlu kıyafeti ile Guinness Rekorlar kitabına giren Richard Browning, "Rüyalarda olan uçmayı gerçekten hissediyoruz" açıklamasını yaptı.

Kaynak: https://www.webtekno.com/jet-motorlu-kiyafet-135-kms-hiz-video-h79851.html

TÜYAP Eskişehir

Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.
www.tuyap.com.tr

ESKİŞEHİR TİCARET ODASI
CHAMBER OF COMMERCE

ESKİŞEHİR TİCARET ODASI - TÜYAP FUAR MERKEZİ

TÜYAP ESKİŞEHİR **2020 YILI FUAR TAKVİMİ**

Eskişehir Gıda Fuarı
23 - 26 Ocak 2020
Gıda ve İçecek Ürünleri, Gıda İşleme Teknolojileri, Paketleme ve Lojistiği Fuarı

EV'leniyoruz
20 - 23 Şubat 2020
Evlilik Hazırlıkları, Mobilya, Aksesuar, Dekorasyon, Züccaciye, Gelinlik, Damatlık, Abiye Kıyafet, Çeyiz, Halı, Düğün Organizasyonu, Beyaz Eşya, Ev Elektroniği Fuarı

Eskişehir Kozmetik ve Kişisel Bakım Fuarı
20 - 23 Şubat 2020

Eskişehir Dekorasyon Fuarı
20 - 23 Şubat 2020
Ev ve Ofis Mobilyaları, Dekorasyon, Aydınlatma, Ev Tekstili, Bahçe Mobilyaları, Ev Elektroniği ve Aksesuarları Fuarı

Eskişehir Endüstri Fuarı
19 - 22 Mart 2020
AR-GE, Sanayi ve Teknolojileri Fuarı

Eskişehir Mobilya Fuarı
4 - 8 Nisan 2020

Eskişehir Tarım Fuarı
2 - 6 Eylül 2020
Tarım, Hayvancılık ve Teknolojileri Fuarı

Eskişehir Hobi, Sanat ve Spor Fuarı
22 - 25 Ekim 2020

Eskişehir Yapı Fuarı
12 - 15 Kasım 2020
Yapı, İnşaat Malzemeleri, Tesisat, Isıtma, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz ve Teknolojileri Fuarı

Eskişehir Kitap Fuarı
8 - 13 Aralık 2020

(Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. fuar programında her türlü değişiklik yapma hakkını saklı tutar.)

tuyapeskisehir

TÜYAP TÜM FUARCILIK YAPIM A.Ş.

MERKEZ OFİS: Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi Cumhuriyet Mah. Eski Hadımköy Yolu Cad. 9/1,34500 Büyükçekmece - İSTANBUL
Tel: 0212 867 11 00 / 12 00 Faks: 0212 886 66 98

ESKİŞEHİR FUAR ALANI: Eskişehir Ticaret Odası - Tüyap Fuar Merkezi 71 Evler Mahallesi Çevre Yolu No:114 Odunpazarı / ESKİŞEHİR
Tel: 0222 700 00 82 tuyapeskisehir@tuyap.com.tr

KOSGEB Destekleyen Kuruluş

ufi Küresel Fuar Endüstrisi Birliği Üye Kuruluş

ICCA Member Üye Kuruluş Uluslararası Kongreler Birliği

TFYD Üye Kuruluş TÜRKİYE FUAR YAPIMCILARI DERNEĞİ

TÜYAP ESKİŞEHİR

ESKİŞEHİR TİCARET ODASI – TÜYAP FUAR MERKEZİ
71 Evler Mahallesi Çevre Yolu No:114 Odunpazarı /ESKİŞEHİR

"Medeniyetlerin Buluşma Noktası"

BU FUARLAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

AirPods Pro Türkiye'de Satışa Sunuldu

AirPods Pro, geçtiğimiz ayın son günlerinde gözler önüne çıkmış ve yurt dışında belli ülkelerde satışa sunulmuştu. Apple'ın yeni kablosuz kulaklığı bugün itibarıyla şirketin Türkiye'deki internet sitesinde de satılmaya başladı.

AirPods Pro'yu Apple'ın internet sitesi üzerinden almayı tercih edenlerin teslimat konusunda biraz sabırlı olması gerekiyor. Hâlihazırda Apple'ın internet sitesinde AirPods Pro'nun teslimat süresi 2-3 hafta olarak gösteriliyor. İlk etapta bir gün olarak gösterilen teslimat süresinin 2-3 haftaya çıkması, Apple'ın yeni kablosuz kulaklığının hatırı sayılır bir ilgiyle karşılandığını gösteriyor.

Aktif Gürültü Engelleme, Apple'ın AirPods Pro'da ön plana çıkardığı özellikler arasında başı çekiyor. Çevresel sesleri engelleyen kulaklık, kullanıcıların tamamen dinledikleri şeyte odaklanmalarına yardımcı oluyor. Bunun için kulaklığa iç ve dış kısım olmak üzere iki mikrofon yerleştiren Apple, Aktif Gürültü Engelleme özelliğinin kulağın şekline sürekli adapte olabildiğinin de altını çiziyor.

AirPods Pro'da şeffaflık modu olarak adlandırılan bir özellik de bulunuyor. Kullanıcılar bu özellik sayesinde AirPods Pro'yu taktıklarında etraflarında olanı da duyabiliyor. Kulaklıklarda yer alan kuvvet sensörü de çalan müziği kontrol etme ya da şeffaflık modunu etkinleştirme gibi işler için kullanılıyor.

Kaynak: https://www.teknoblog.com/airpods-pro-turkiye-satisa-sunuldu/

Facebook Yeni Logosunu Tanıttı: Her Uygulamada Farklı Renk

Facebook, şirketin kurumsal kimliği ve uygulamaları arasında görsel ayrım oluşturma amacıyla yeni logo kullanacağını duyurdu.

Logoda Facebook'un yazı fontu da değişti ve harfleri büyüdü. Facebook bu adımı, "Şirket ile uygulama arasındaki farkı belirginleştirmek için" attığını açıkladı.

Instagram ve WhatsApp'ın da sahibi

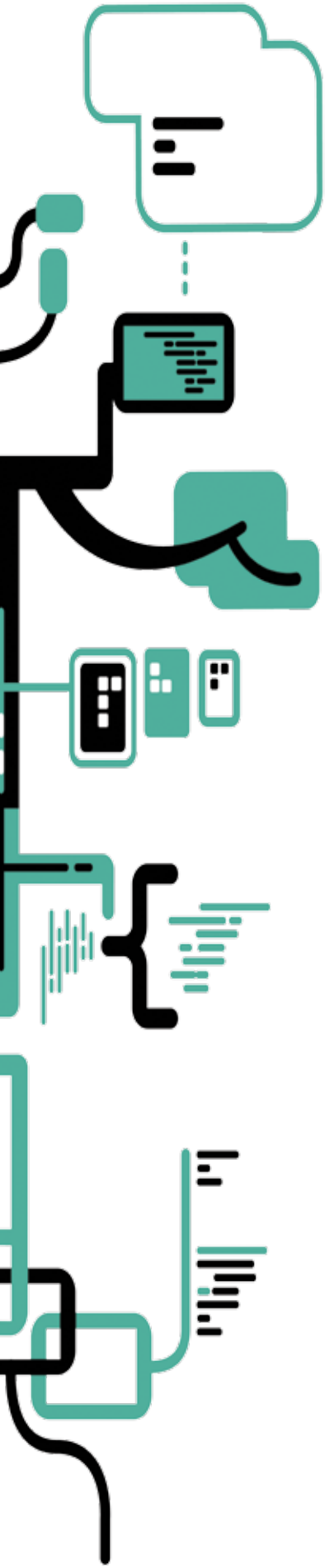
Facebook hem sosyal medya sitesinin adı hem de Instagram ve WhatsApp gibi pek çok uygulamaya sahip ana şirketin adı.

Bu durumun yaratabileceği kafa karışıklığıyla başa çıkmak isteyen başka şirketler daha farklı yollar denemişti. Örneğin Google, Alphabet adlı bir şirket kurarak arama motoru dahil tüm hizmetlerini ve şirketlerini Alphabet'in altında ayrı ayrı yapılandırmıştı.

Bundan sonra bu uygulamalarda Facebook'un logosu, uygulamanın kendi rengine göre değişebilecek.

Bloomberg'e konuşan Facebook Pazarlama Şefi Antonio Lucio, Google gibi kendileri de farklı isimde bir şirket kurmayı değerlendirdiklerini fakat bunun Facebook'un mevcut sorunlarından kaçıyormuş gibi anlaşılabileceği çekincesiyle bundan vazgeçtiklerini söyledi.

Kaynak: https://techcrunch.com/2019/11/04/facebook-branding/



Google'da İşinizi Kolaylaştıracak 6 Arama İpucu

Google'ın arama motoru, milyonlarca dolarlık havalı algoritmalarına rağmen bazen canınızı sıkabiliyor. Örneğin mevcut olduğunu bildiğiniz bir bilgi, hangi arama terimini kullanırsanız kullanın, bazen inatla karşınıza gelmeyebiliyor. Ancak bu durumlarda başvurabileceğiniz birkaç küçük ipucu var.

1. Joker Arama Operatörü
Joker arama operatörü, arama yapacağınız sözcüğü veya cümleyi bilmiyorsanız veya birden fazla sonuç arıyorsanız faydalı olabilir. Bunun için emin olmadığınız sözcüğün yerine bir * (yıldız işareti) ekleyin.
Joker operatörünü belirli bir konuda arama yapmak için de kullanabilirsiniz. "Güvenilir * sağlayıcısı", "güvenilir internet sağlayıcısı", "güvenilir hosting sağlayıcısı", "güvenilir VPN sağlayıcısı" aramalarının yerine geçecektir.

2. Benzer Siteleri Bulun
Bu işlev, özellikle belirli bir konuda arama yapıyorsanız faydalı olabilir. Genellikle belirli bir alan adına bağlı olan geri bağlantıları (backlink) inceleyerek çalışan bu işlevi kullanmak için related:[alan adı] yazmanız yeterli.
Örneğin related:chip.com.tr yazarsanız, Google'ın benzer bulduğu teknoloji haberleri sitelerini göreceksiniz.

3. Sözcükleri Hariç Tutun
Google, arama sonuçlarında inatla ilgisiz sonuçları gösteriyorsa, belirli bir sözcüğü hariç tutarak arama teriminizi iyileştirebilirsiniz. Bunun için hariç tutmak istediğiniz kelimenin başına bir tire işareti koyun.
Örneğin "bilgisayar" sözcüğünü arattığınızda Mac'lerle ilgili sonuçları görmek istemiyorsanız "bilgisayar-mac" yazabilirsiniz.

4. Sayı Aralığı Aratma
Arama terimleri arasına iki nokta (..) ekleyerek iki sayının arasındaki sayıları aratabilirsiniz. Örneğin Google arama kutusuna "ABD 1800..1900" yazarsanız, 19. yy Amerikan tarihiyle ilgili sonuçları göreceksiniz.

5. Birden Fazla Eksik Kelime
Bilmediğiniz kelimeler yerine yıldız (*) işaretini kullanabileceğinizi göstermiştik. Peki ama bilmediğiniz sözcüklerin sayısı daha fazla ise ne yapacaksınız? Bu durumda AROUND operatörünü kullanabilirsiniz. Eksik olan kelimelerin sayısı yaklaşık olarak 5 ise, AROUND(5) yazabilirsiniz.

6. Resim Arama
Rastladığınız harika bir tablonun kime ait olduğunu merak ettiyseniz, bunu Google'ın resim arama işleviyle öğrenebilirsiniz. Telefonda images.google.com adresini açın, tarayıcınızın ayarlar menüsünden masaüstü siteyi isteyin ve kamera simgesine dokunarak resmi yükleyip aratın.

Kaynak: https://www.chip.com.tr/haber/google-isinizi-kolaylastiracak-6-arama-ipucu_85033.html

GÜLER METAL A.Ş. GÜLER BORU A.Ş.

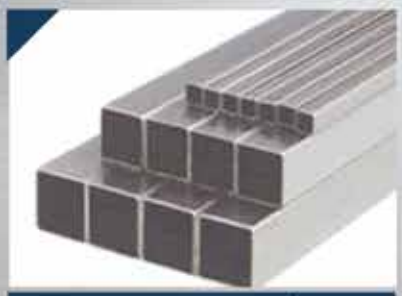
ÇELİK BORULAR

ALÜMİNYUM BORULAR

ALÜMİNYUM BİLLET

BORU PROFİL

DİKDÖRTGEN PROFİL



KARE PROFİL

A: Emirler Mah. Sarıcakaya Cad.
No: 212 Tepebaşı / ESKİŞEHİR
T: +90 (222) 338 10 20 - 40
F: +90 (222) 338 10 30

ISO 14001 ISOQAR

TÜV International Certification TÜV THÜRINGEN TIC

Quality management system
ISO 9001
• Customer focus
• Customer satisfaction
• Continuous improvement
• System/process effectivenese
ID 15 100 64083
www.tuv-thuringen.de

www.gulertube.com
www.gulermetal.com
gulermetal@gulermetal.com