

# BEYOND



DEÜ İşletme Fakültesi Kulübü ve EĞİAD Ortak Yayın Organıdır.

TEAMWORK

BRAINSTORM

STRATEGY

GOALS



**2017'DE TÜRKİYE EKONOMİSİNİN NABZI**  
Fatma Şahin

**DİJİTAL PAZARLAMA**  
İlgin Kezer

**GİRİŞİMCİLİK: SİSTEMİN DIŞINA ÇIKMAK**  
Oğuzhan Çelik

**ORTADOĞU SORUNLARININ TÜRKİYE'YE ETKİLERİ**  
İhsan Sevinç  
Erenay Umay Çınar

**ORANGE THE WORLD**  
Sibel Yavuz

**INDUSTRY 4.0**  
Aydınlık gelecek karanlık fabrikaların ardında.  
Yaren Çetin

**TÜRKİYE TURİZMİ**  
Gülenay Koçak



EĞİAD ile D.E.Ü. İşletme Fakültesi Öğrencileri Tarafından Hazırlanmıştır.

MART 2017 SAYI: 25



İyi reklam tahrik eder,  
kötü reklam tahrip eder.



US Brainworks, iş geliştirme ve pazarlama gücü  
ile strateji odaklı iletişim tasarımı sunar.

Etkili işleri ile markalara ayırıcı nitelik katar.

Kısacacı "Bu işin arkasında kim var?" dedirten işler yapar.

**US BRAINWORKS®**  
M . U . L . T . I . C . U . L . T . U . R . A . L

instagram / facebook / twitter / behance / vimeo : @usbrainworks





### ***Sevgili Öğrenci Arkadaşlarım,***

Bahar yarıyılı başlarken EGİAD ve Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Kulübü olarak uzun yıllardır sizlerle birlikte yaşattığımız BEYOND Dergisi'nin yeni sayısı ile karşınızdayız. Türkiye'de bir ilk olan bu güzel ortak çalışmada küçük de olsa bir katkımız olduğu için mutluyuz. Bu derginin yanısıra düzenlediğiniz seminerler, konferanslar, atölye çalışmalar, zirveler, söyleşiler siz öğrenci arkadaşlarımızın ciddi bir ekip çalışmasıyla ortaya koyduğunuz örnek etkinliklerdir.

Bütün bu çalışmaların içinde BEYOND Dergisi'nin çok farklı bir yeri var. Çünkü, diğer etkinliklerin önemli bir kısmında sizler daha çok dinleyici konumunda iken bu dergi tümüyle sizin sesinizi, bilgilerinizi, düşüncelerinizi ve görüşlerinizi yansıtıyor. Gençlerin ülke sorunları ve diğer konularda duygularını, düşüncelerini, görüşlerini ve eleştirilerini her ortamda sözlü ve yazılı olarak dile getirmeleri ve konuşmaları bizi mutlu ediyor. EGİAD olarak projelerimizde ve diğer etkinliklerde özellikle üniversiteli gençlere yer vermeye çalışıyoruz. Misyonumuzun en önemli maddelerinden biri de gençliğin ülke yönetiminde söz sahibi olmasını sağlayacak ortamları yaratmaktır. Bugün öğrenci kulüpleri bünyesinde projeler yaparak kazandığınız özgüven, geliştirdiğiniz liderlik, takım ruhu, yaratıcılık gibi özellikler yarın görev alacağınız şirketlerde veya devlet görevlerinde çok işinize yarayacak. İş yaşamında başarılı olmanın temel koşullarından biri de iletişimdir. Kararlarınızı verirken her adımda karşınızdaki kişilerle ve tüm taraflarla sağlıklı bir iletişim, empati kurma ve diyalog disiplini ile hareket ederseniz kazanan hep siz olursunuz.

#### **Sevgili Beyond Okurları**

Her bilinçli ve haklarını bilen yurttaş gibi gençlerimizin de çevrelerinde olup bitenlere duyarlı olmaları, seslerini duyurmaları, düşüncelerini açıklamaları, yanlışlar karşısında hukukun içinde kalarak birey olarak haklarını sonuna kadar kullanıp hesap sormaları, varsa doğru yapılanlara da destek olmaları gerekiyor. Toplum olarak özgür düşünen, görüşlerini kaba kuvvetle değil karşındakini ikna etmeye çalışarak özgürce aktaran, tartışan, eleştiren bir gençliğin özlemi içindeyiz.

Öğrenci kardeşlerimizin eseri olan BEYOND Dergisi'nin bu sayısında da onların kalemlerinden çıkan çok güzel yazıları bulacaksınız. Katkıda bulunan tüm yazarlara, yayın kuruluna, siz değerli öğrenci arkadaşlarımıza ve emeği geçen herkese teşekkür ederim.

En iyi dileklerle.

#### **Aydın Buğra İlter**

EGİAD Yönetim Kurulu Başkanı



### ***Değerli Beyond okurları,***

Dergimizin 25. sayısında, sizlere merhaba demekten büyük bir mutluluk duyuyorum.

Öncelikle şunu belirtmeliyim ki, “Amatör Ruhla Profesyonel Projeler” sloganımızı sonuna kadar hissedebileceğiniz bir dergiyle karşınızdayız. Beyond’un bu sayısında Türkiye ekonomisinin ve turizminin içinden geçtiği dönemden bahsettik. Bunun yanı sıra Digital Pazarlama ve Endüstri 4.0 hakkında inceleme ve açıklayıcı paylaşımlarda bulunduk. Girişimcilik başlığı altında, sektöre hâkim birbirinden değerli uzmanlarla gerçekleştirdiğimiz röportajlarda, öğrenci arkadaşlarımızın sorularına ışık tutmayı amaçladık. Ayrıca konsolosluk stajı düşünen arkadaşlarımıza, el kitabı niteliğinde, tüm başvuru sürecini açıklayan, öz deneyimlerden oluşan yazımızla da kafalardaki soruları gidermeye çalıştık. Hassas bir mevzu olan “Kadına Şiddet” konusu hakkında farkındalık yaratabilmek için “Orange the World” etkinliğine de yer vermeden geçemezdik. Beton duvarlar arasında büyüyen bir nesil olarak, bir yazımızda da köylere hasret kalışımızı ve hasret kalan bir ismin serüvenini dile getirdik. İzmirliilerin gayet yakından tanıdığı Alavara ile de samimi bir sohbet edebilme imkânı bulduk.

Tüm bunların dışında, yazarlık ve yazmayla ilgili bilgilerle, deneme ve karikatür örnekleriyle, siz okurlarımızın yorucu iş ve okul hayatı tempolarınızdan bir nebze uzaklaşmanızı amaçladık. Güz öğrenim yarıyılında, BClub ailesi olarak, yaptıklarımızın özetini şöyle bir kısaca geçmemin yanı sıra, gelecek dönemki planlanmış olan etkinlik takvimimizi de sizlerle paylaşmaktan büyük memnuniyet duyarım.

Dergimizin hazırlanmasında emeği geçen tüm ekip arkadaşlarıma, üniversite gençliğine güvenen EĞİAD Ailesi’ne, desteğini bizden esirgemeyen Business Club Yönetim Kurulu’na ve saygı değer öğretmenlerime sonsuz teşekkürlerimi iletiyorum.

Sözlerimi sonlandırırken, zor günlerden geçtiğimiz şu zamanlarda Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk’ün en çok ihtiyacımız olan “Yurtta Barış, Dünyada Barış” sözüyle sizleri selamlıyorum.

Sevgilerle,

### **Oğuzhan Çelik**

Dokuz Eylül Üniversitesi  
İşletme Fakültesi Kulübü  
İletişim Departmanı Koordinatörü

# 2017'DE TÜRKİYE EKONOMİSİNİN NABZI



Türkiye ekonomisi, Uluslararası Para Fonu (IMF) tarafından gelişmekte olan, piyasa ekonomisi olarak tanımlanan bir ekonomidir. Türkiye, dünyanın yeni sanayileşen ülkeleri arasında görülür. The World Factbook (CIA tarafından ülkeler hakkında toplanan bilgilerin yayımlandığı referans kaynak kitabıdır.)'a göre, büyük ölçüde gelişmiş bir iktisada sahiptir. Aynı zamanda ekonomistler ve siyaset bilimciler tarafından dünyanın en yeni sanayileşmiş ülkelerinden biri olarak tanımlanır. Nominal GSYİH (Gayrisafi yurtiçi hâsıla)'ye göre dünyanın en büyük 18. ekonomisi ve SAGP GSYİH (saatlik kişi başına düşen gayrisafi yurtiçi hâsıla)'ye göre en büyük 17. ekonomisidir. Tarım ürünleri, tekstil, motorlu araçlar, gemiler ve diğer ulaşım ekipmanları, inşaat malzemeleri, tüketici elektroniği ve beyaz eşya gibi sektörlerde dünyanın lider üreticileri arasında yer almaktadır. Devletin sanayi, bankacılık, ulaşım ve iletişim sektörlerinde önemli bir rol üstlenmesinin yanında, son yıllarda, özel sektörde de hızlı bir gelişim sağlanmıştır.

Ekonomi dünyasından İktisat Profesörü Taner Berksoy'a göre, dünya ekonomisi 2017'de parlak bir yıl yaşamayacaktır. Eski risk unsurlarının devam edeceği ve yenilerinin de bunlara katılacağı görülüyor. Bu nedenle artacak belirsizlik genelde riskten kaçışa ve temkinli bir kaynak kullanımına yol açacaktır. Bu tablodan, dünya ekonomisinin yine yavaş olacağı, büyüyememe sorununun devam edeceği anlaşılıyor. Türkiye ekonomisinin de benzer bir yıl geçireceğini öngörmek mümkün. Yeni yılda, önceki yıllardan sarkan olumsuzluklar

etkili olmayı sürdürecektir. Bunlara yenileri de katılacak.

Son yıllarda Türkiye ekonomisinin büyüyememe sarmalına sürüklendiğini söylemek mümkün. 2008 krizinden hızlı ve parlak bir çıkış yapan ekonomi, 2011 sonrasında ciddi bir durgunluğa sürüklendi. Adeta büyüme ivmesi kaybedildi. İçerideki siyasi iklimin bozulması, jeopolitik risklerin yoğunlaşması, dünya ekonomisindeki yavaşlama ve bundan kaynaklanan harcama-talep kaybından etkilenilmesi gibi etkenler, bu sürecin ana nedenleri arasında yer alıyor. Sonuçta, özel kesim güveninin önemli ölçüde gerilediği, genel bir harcama isteksizliğinin geliştiği ve bu bağlamda özel yatırım harcamalarının neredeyse durduğu bir iktisadi iklim ekonomiye hakim oldu. 2016 yılı tablosunun bu özelliklerin tümünü taşıdığını biliyoruz. 2017 yılında bu tabloyu önemli ölçüde değiştirecek bir dinamik görülüyor.



Türkiye ekonomisinde büyüyememenin devam etmesi, 2016 yılından aktarılan en önemli sorundur. Yıla, görece hızlı başlayan büyümenin, ikinci çeyrekte ivme kaybettiğini

ve üçüncü çeyrekte ise büyümenin negatife döndüğünü biliyoruz. Gelişmeler dördüncü çeyreğin de düşük bir hızla geçileceğine işaret ediyor. Genel olarak, yılın %2 ya da altında bir yıllık büyüme hızı ile tamamlanacağı tahmin ediliyor. Bu temponun 2017 yılında telafi edilmesi zor gibi görünüyor. Orta Doğu'daki gerilim ve çatışmanın daha da artarak sürmesi, bunun önemli nedenlerinden birisidir. Güven kaybının ve risk algısının yükselmesine neden olan bu etken, 2017 yılında da yatırım iştahının düşük kalmasına ve dolayısıyla büyüme kaybına yol açacaktır. Son yıllarda Türkiye ekonomisinde iktisadi faaliyetin yönetilip yönlendirilmesinde bir dağınıklık, dolayısıyla bir etkinlik kaybı gözlenmektedir.

Ekonomiyi yönetenler de bunun farkındadır ve 2017 yılına dönük, görece büyük ölçekli bir teşvik paketi açıklanmıştır. Bu paketin de dağınık ve etkin olmaktan uzak bir girişim olmayı aşamadığı kanısındayım. Ekonominin yönetilip yönlendirilmesindeki zafiyet, sonuçta kaynak kullanımını da önemli ölçüde etkilemiştir ve son dönemde ortaya çıkan inşaat ağırlıklı kaynak tahsisinde önemli rol oynayacaktır. İnşaat sektörünün sürüklediği büyüme süreçlerinin sürdürülebilir olmadığı biliniyor. Coşkuyla başlayan süreç çoğu zaman ciddi bir resesyonla sonlanır. 2017 yılı Türkiye ekonomisi de böyle bir sonlanmanın başlangıç yılı olmaya adaydır.

Ekonomideki bu tür yerli sorunlara ek olarak 2017 yılında dışarıda gelişen yeni süreçler de bizi etkileyecektir. Bunlar da temelde belirsizlikleri güçlendiren, risk algısını bozan, yani olumsuz etkiler taşıyan gelişme olasılıklarıdır. Örneğin, yanı başımızda patlak veren Brexit

olayı bizi en çok bu özelliği ile etkileyecektir. Brexit'in devreye girmesi ile birlikte bizim en büyük pazarımız olan AB küçülecektir. Bu, kuşkusuz, zaman içinde oluşacak bir süreçtir ama devreye girmesi dahi belirsizlik yaratacak, risk algısını bozacak bir gelişme olacaktır. 2017 böyle bir sürecin başlama yılı olabilir. Benzer başka bir etken de yeni ABD başkanı Trump'ın taşıdığı belirsizliklerdir. Trump'ın seçim sürecindeki söylem ve tavırlarının özellikle bizim türümüzdeki ülkelerde risk olarak algılandığını biliyoruz. Bu süreçten bizim de etkilenmemiz yüksek bir olasılıktır. Ayrıca yeni ABD başkanının bizim güneyimizdeki riskli süreci etkilemesi olasılığı da var. Bu da önemli bir belirsizlik ve şimdiden risk olarak fiyatlandığını düşünmek yanlış olmaz. İktisatçıların ve küresel finans şirketlerinin görüşlerine göre, 2017 yılının başlıca sorunları, ABD Başkanı Trump'ın seçim sürecindeki söylem ve tavırları ve buna bağlı olarak doların her geçen gün yükselişe geçmesi karşısında Türk lirasının değer kaybetmesidir. Bunun için ülkedeki dolar arzını arttırmak gerekir. Dolar arzını arttırmak için ise yabancı yatırımcıyı ülkeye çekmek gerekir. Fakat düşük olan reel faiz oranları, yabancı yatırımcı üstünde tam tersi bir etki oluşturuyor. Reel faiz oranlarının bu denkli düşük değerleri için de harekete geçmesi gerekiyor.

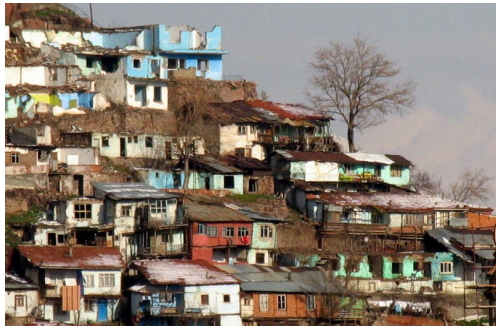
**Fatma Şahin**  
İktisat 2.Sınıf



# TERSİNE GÖÇ: BETONDAN TOPRAĞA GERİ DÖNÜŞ

## Sanayi Devrimi ve Canavarlaşan Kentler

Günümüzden yaklaşık 200-300 sene önce, 18. ve 19. yüzyıllarda, özellikle buharlı makinelerin yaygınlaşmasıyla, Avrupa'da Sanayi Devrimi gerçekleşti. İlk olarak İngiltere'de ortaya çıkan ve makineleşmeyle beraber sermaye artışını da hızlandıran Sanayi Devrimi daha sonra bütün dünyaya yayıldı. Gerçekleşen bu devrimin sosyal, ekonomik, siyasi vs. birçok sonucunun ortaya çıkmasıyla beraber; kentleşme, kentsel nüfus artışı gibi çok önemli etkileri de oluştu. Özellikle tarımda makineleşmeyle iş gücünü yitiren köylüler, kentlerde yapılaşan fabrikalarda çalışmaya başladılar. Köylerdeki iş kolu azalışı ve kentlerde artan istihdam, köylü nüfusunu kentlere çekmeye başladı. Ayrıca kısıtlı yaşam koşulları da köyden kente gerçekleşen iç göçlere sebep oldu.



Türkiye'de de 1950'lerden itibaren başlayan bu göç, özellikle İstanbul gibi büyük şehirlere yapıldı. Çok hızlı artan kent nüfusu, şehirlerde birçok soruna yol açtı. İş bulma umuduyla gelenlerin çoğu işsizlikle karşı karşıya kaldı ve barınma ihtiyacının karşılanamaması gecekondulaşmayla beraber çarpık kentleşmeye neden oldu. Artan nüfusla doğru orantılı olarak artan çevre ve hava kirliliği, stres,

gelir eşitsizlikleri, pahalı yaşam koşulları ve trafik gibi sorunları kentleri acımasız birer insan öğütücülerine dönüştürdü.

"Gündelik Hayatın Eleştirisi" üçlemesi, "Kentsel Devrim", "Mekânın Üretimi" ve "Şehir Hakkı" gibi kitapları Türkçeleştirilen (Sel Yayıncılık), Fransız sosyolog ve filozof, Henri Lefebvre, burjuvazinin kapitalizmin ayakta kalması için kent mekânını nasıl başarıyla kullandığına dikkat çeker ve şu sözleri söyler: "Kapitalizm kendi iç çelişkilerini bir asırdır çözme bile halletmeyi başarmış ve sonuçta, Marx'ın Kapital'i yazışından günümüze geçen yüzyıllık sürede büyümeyi gerçekleştirmiştir. Bu durumun maliyetinin ne olduğunu hesaplayamayız ancak, nasıl bir araçla gerçekleştirildiğini biliyoruz: Mekânı işgal ederek ve mekânlar üreterek."

## Kırsala Geri Dönüş

Günümüzde, Lefebvre'nin bahsettiği bu kapitalizm hamuruyla yoğrulmuş kentlerden ve onların bin bir türlü dertlerinden sıkılan bazı insanlar, köylere geri dönüşlere başlamış durumda. Türkiye'de ve aslında dünyada da çok yeni olan bu bir nevi "tersine göç", özellikle beyaz yakalı Y kuşağı arasında çok fazla rağbet görüyor.

Kentli zincirlerinden kurtulma çabaları, öncelikli olarak kısa sürelerle iş bırakıp dünya turlarına çıkarak kendini gösteriyor. Sinir sistemleri aşırı çalışma temposu ve her şeyi bir arada götürebilme kaygısıyla çöken insanlar; işlerini bırakıp yeni yerler görmeye, yeni insanlar ve kültürler tanımaya çalışarak kendilerine bir nevi kısa süreli detokslar yapıyorlar. Bu kısa süreli yenilenmenin uzun versiyonları da kent yaşamına veda edip köylere ve doğaya geri dönüşlerle



oluyor.

İşin ekonomik yanını düşünen devletler de tarımsal ekonomiyi canlandırmak adına bu “tersine göç”ü destekliyor. Türkiye’de geçtiğimiz yılın Ocak ayında Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın sorumluluğu altında “Kırsal Kalkınma Destekleri Kapsamında Genç Çiftçi Projeleri’nin Desteklenmesi” adıyla bir uygulama başlatıldı. Proje kapsamında belirlenen alanlarda üretim artışını teşvik etmek amacını güden uygulama, hem çökmekte olan tarımı canlandırıp hem de çiftçilikle uğraşmak isteyen insanlara olanak sağlıyor.



18-40 yaşları arasındaki her Türkiye vatandaşının katılabileceği uygulamada; bitkisel üretim, hayvansal üretim, yöresel tarımsal üretim, tıbbi ve aromatik bitki üretimi gibi proje konuları bulunuyor. Projesi kabul edilen vatandaşlar nüfusu yirmi bini geçmeme ön koşulu ile istedikleri kırsal kesimlerde 30bin TL hibe alarak üretim yapabiliyor. Projenin 31 Aralık 2018 tarihine kadar geçerli olduğu bilinmekle beraber şu ana kadar ne kadar başvuru yapıldığı, kaç kişinin bu uygulamadan yararlanarak kırsal kesimlerde iş yapmaya başladığı hakkındaki bilgiler kısıtlı. Bu uygulamanın öncelikli olarak kentlerdeki işsizlere kırsalda iş sağlayacağını varsayarak, kırsal kesimlere

yerleşip kent hayatından kurtulmaya çalışan herkese yol gösterici olmasını umut ediyorum. Kim bilir belki de daha yaşanılabilir bir dünya için güzel bir adım olur.

Kentten köye yerleşen insanların gerçek deneyimlerini, karşılaştıkları zorlukları, bu kararı nasıl aldıklarını okumanın bu konu hakkında daha detaylı ve doğru bir kaynak olacağını düşünerek Urla’ya yerleşen Elif Yardımcı ile kısa bir röportaj gerçekleştirdik.

**“Büyük şehirlerde ne kadar tüketiyorsan o kadar itibar görüyorsun.”  
-Öncelikle sizi biraz tanıyabilir miyiz Elif Hanım?**

36 yaşındayım. Lise ve üniversite yıllarım İzmir’de geçti. Ege Üniversitesi Uluslararası İlişkiler bölümünden mezun olduktan sonra, çalışmaya bir İzmir firmasında ithalat sorumlusu olarak başladım. 10 yılı aşkın bir süre farklı ülkelerde dış ticaret sektöründe çalıştıktan sonra 2012 yılında İstanbul’a geri döndüm. 2013 yılında kurumsal hayatı bıraktım ve fotoğraf eğitimi aldım. Artık ithalat ve ihracat operasyonlarından değil, fotoğraf projelerinden para kazanıyorum.

**- Urla’ya yerleşmeden önce neler yapıyordunuz?**

İstanbul’da yaşıyordum. Yemek stili ve fotoğrafçılığı yapıyordum. Bir de Vaveyla var tabii... Tamamen kişisel bir proje. Flamenko dansı yapan kadınlardan yola çıkarak ortaya çıkardığım; içinde dansın, ritmin, fotoğrafın ve öykünün olduğu uluslararası bir proje. Aslında bunların hiçbiri -di’li geçmiş zamanda kalmadı. Şu anda da bunlar hayatımın tam ortasında.

### **-Sizi kentten kırsala yerleşmeye iten etkenler nelerdi?**

“Tüketiyorum, öyleyse varım.” anlayışının kölesi olduğumuzu fark etmemdi. Başkalarını eleştirmek kolay. Ben son zamanlarda en çok kendimde fark ettim bu tüketim bağımlılığını. Hala da var, törpülemeye çalışıyorum. Büyük şehirlerde, hele ki İstanbul’da, ne kadar tüketiyorsan o kadar itibar görüyorsun ne yazık ki. Yani üretirken bile ne kadar tükettiğin önemli. Şuradan örnek vereyim: Vaveyla Madrid’de 3 kere, İsrail’de 2 kere sergilendi. Sıra İstanbul dediğimizde düşünmek zorunda olduğumuz detaylar, maddi, manevi karşımıza çıkan sorunlar hevesimi kaçırdı. Ben de Urla’da açtım sergimin kendi ülkemdeki ayağını. Tamamen tesadüfen oldu ama iyi ki de oldu. İstanbul’un bir zorunlulukmuş gibi algılanması beni rahatsız ediyor. İstanbul dünya üzerinde benzeri olmayan, çok güzel bir şehir. Çok da besliyor insanı. Ama insanların o vahşi çarkta var olma çabaları biraz yoruyor hayatı. İşler için seyahat ediyor olacağım sıklıkla ama yüksek tansiyonu sebebiyle ‘evim’ diyemiyorum ne yazık ki İstanbul’a.

### **“Daha çok çalışıp üretmek için kaçtım.”**

### **-Bu kararı verirken herhangi bir zorlukla karşılaştınız mı? Çevrenizden ne gibi tepkiler aldınız?**

Açıkçası pek bir zorlukla karşılaşmadım. Hiç “Acaba?” demedim mesela. Yüreğimi biraz burkan tek şey kardeşimin orada kalmış olması. Çevremden ise beklediğim gibi iki türlü tepki geldi. Bir grup “Bravo, bizim yapmadığımızı yaptın.” dedi. Diğer grup “35 yaş inzivaya çekilmek için biraz erken değil mi?” dedi. Ne inzivası, daha çok çalışıp üretmek için kaçtım ben.

### **-Bu kararı verdikten sonra hayata geçirme aşamasında ne gibi hazırlıklar yaptınız? Kendinizi bu radikal değişime nasıl hazırladınız?**

Sadece bir nakliye şirketi buldum (gülüyor), başka bir hazırlık yapmadım. Benim çocukluğum Mardin’de geçti. Ailem yıllardır Güzelbahçe’de yaşıyor. Türkiye’de olmadığım yıllarda büyük şehirlerde yaşadım ama çok da metropol insanı değilim ben. Verdiğim en radikal karar da bu değil bence. Mesela Madrid’de yaşarken, hiç gidip görmeden, Dubai’ye taşınma fikrine evet dedim. Hem de Madrid’de âşıkken... Ben alışığım şehir değişikliklerine. Zorlandığım konu daha içsel bir konu. Aidiyet duygusu. Bu kadar çok hayat değiştirdince bir yere ait hissetmiyor insan. Bakalım burası bana bu duyguyu yaşatabilecek mi, bunu zaman gösterecek.



### **-Şu anki yaşantınızla önceki yaşantınız arasındaki farklar nelerdir? Kararınızdan memnun musunuz?**

Çok memnunum. Bazı tüketim alışkanlıklarımı değiştirmeye çalışıyorum. En önemlisi çok mecbur kalmadıkça büyük marketlere gitmiyorum, alışverişimi bakkaldan, kasaptan, pazardan yapıyorum. Çünkü esnafın yaşaması gerektiğine inanıyorum. Ayrıca o

alışveriş sürecindeki sohbetin çok değerli olduğunu düşünüyorum. Buralarda doğalgaz olmadığı için odun sobası ile ısınıyorum. İnanılmaz keyifli ama o sobayı yakmayı öğrenene kadar baya zorlandım. Her şeyden önemlisi şu ki; toprağı öğreniyorum. Yıllardır betonların arasında sıkışıp kalıp unuttuğumuz özümüzü ve onu kullanmayı öğreniyorum. Bu konudaki bilgisizliğimin boyutlarını fark edince üzülüyorum.

### **-Urla'da neler yapıyorsunuz? Gelirinizi nasıl sağlıyorsunuz?**

Aynı işe devam ediyorum. Yani yemek stilistiği ve fotoğraf. Devam eden projeler için İstanbul'a gidip geliyorum. İzmir piyasasını tanıma-ya çalışıyorum. Urla için ise bu yaz hayata geçecek bir proje üzerinde çalışıyorum.

"Zamanla yarışma! Köye adapte ol!"

### **-Uzun yıllar hem yurt içinde hem de yurt dışında büyük şehirlerde yaşayan biri olarak, kırsalın sosyal hayatına adapte olmakta zorluk çektiniz mi?**

Hayır çekmedim. Sanırım bu anlamda şanslıyım çünkü çok çabuk adapte olurum. Hem zaten buralar tanıdık yerler. Domatese domat, simide gevrek dendi mi, şaşırمام, gülümserim mesela... Çünkü gençlik yıllarım gelir aklıma. Sadece Ege insanının yavaşlığına alışmam zor oluyor biraz ama sonra kendime hatırlatıyorum: "Bunun için buradasın, zamanla yarışma!"

### **-Son olarak kırsala yerleşmeyi düşünenlere ne gibi tavsiyeler verirsiniz?**

Bu konuda yavaş da olsa bir değişim süreci yaşandığını düşünüyorum. İnsanlar artık bu fikre çok sıcak bakıyorlar ve bu beni çok mutlu ediyor. Bireysel faydalarının yanın-

da zor zamanlar yaşayan ülkemiz için bu değişimin yaşanmasını çok önemli buluyorum. "Eğitimli insan" diye tabir edilen nüfus büyük şehirlerde kümelenmiş durumda ama plazalara hapisler. Köylüde ise hayatın özülle ilgili çok kıymetli bilgiler var, mesela toprağı işlemek... Artık bunların kaynaşması gerekiyor diye düşünüyorum. Büyük şehri terk edenlere naçizane tavsiyem oradaki hayatlarını buraya taşımak gibi bir fikre kapılmak yerine, buraya adapte olmaya çalışmaları. Mesela bahçelere neden ille de çim ve havuz isterler anlamam. Hem maliyetli hem yapay... Bunun yerine mis gibi koylar var suyla buluşmak için. Ayrıca çimle dolan toprak bir tohum atınca siz bir şey yapmasanız da size ürün veriyor. Koparıp yiyince de tarifsiz bir haz veriyor. Sağlık kısmını konuşmama gerek yok. Bir de buralara gelmeden önce ne yapacaklarını belirlemeliler bence. Yani insanın kendini adayacağı bir şey olmalı ille de. Üretmeli bir şekilde. Yoksa bir süre sonra sıkıcı gelebilir çoğu insana.

Elif Hanım'a bu çok değerli ve yol gösterici deneyimlerini bizlerle paylaştığı için teşekkür ediyorum. Toprakla, ağaçla, doğayla buluşmak için şehirlerimizi terk etmek zorunda kalmayacağımız günlerin gelmesi için; hepimizin bilinçlenip harekete geçmesini öneriyor ve atalarımızdan bizlere miras kalan her türlü değere daha fazla sahip çıkmamız gerektiğinin bilincine varmamızı umut ediyorum. Nazım'a, güzel ve güneşli günlere inanalım.

### **Bartu Tınaz**

Uluslararası İlişkiler 1.Sınıf

# DİJİTAL PAZARLAMA

Teknolojinin bu denli önem kazandığı çağımızda bir şey satmak da en az üretmen kadar zorlaştı. Çünkü tüketici artık her şeyin farkında. Diyelim ki telefon alacağız. Araştırma yapmadan, teknoloji mağazasındaki görevlinin ilk önerdiğini alır mıyız? 20 yıl önce belki. Ama artık durum değişti. Telefon almadan önce internetin altından girip üstünden çıkıyoruz. Pazarlama derslerinden de hatırlayacağınız gibi, bu kompleks bir ürün ve bunun için karar verme sürecimiz biraz daha farklı. İşte burada devreye dijital pazarlama giriyor. Dijital pazarlama en basit tanımıyla; bir firma, marka veya ürünün, dijital ortamda pazarlanma sürecidir. Dijital pazarlama bir satış yöntemi değil; ulaşılan sonuçları sayesinde satış artışı sağlayan, bir ilişkilendirme ve iletişim sürecidir. Günümüzün yeni pazarlama mecrası olarak değerlendirilen dijital pazarlama; radyo, televizyon, gazete ve fiziksel panoların aksine daha interaktif yöntemleri kullanır. Tüketici ile etkileşim halinde olan dijital pazarlama yöntemleri gün geçtikçe yenilikçi yaklaşımlarla güncellenmektedir. En geniş anlamıyla kullanılan kanalın "internet" olduğunu söyleyebiliriz. Biraz daha özelleştirmek gerekirse, internet araçlarından söz etmek gerekir:

**Sosyal Medya** – Facebook, Twitter, Instagram vb.

**İçerik Pazarlama** – Web sitesi, blog vb.

**Mobil Pazarlama** – Mobil uygulama üzerinden tanımlar ve diğer mecraların mobile uyarlanmasıdır.

**E-mail Pazarlama** – Data toplama, tüketiciye ulaşma, ölçümleme ve raporlama adımlarından oluşur.

**E-Ticaret** – Ödeme ve sunum imkanı veren platformda ürün satışı, B2B-B2C Pazarlama, kampanya yönetimi eylemlerini kapsar.

• **Dijital Reklamcılık** – Online reklamcılıkta tüm dijital medya araçları bir arada değerlendirilerek hedef kitleye uygun platformlar tercih edilir ve gerekli reklam aksiyonları alınır.

## DİJİTAL PAZARLAMAYA NASIL BAŞLARIM?

Sanılanın aksine Facebook'ta sayfa açmak ve biraz reklam vermek dijital pazarlamayı kullanarak istediğiniz sonuca ulaşabilmek için yeterli değildir. Mutlaka bir stratejiniz olmalı. En önemli strateji, harcayacağınız bütçeyi ve zamanı doğru yerlerde kullanmaktır. Şimdi birkaç adımda nasıl sağlıklı bir başlangıç yapabileceğimize bakalım:

1. Basit ama faydalı bir blog oluşturun. Günümüzde blog sahibi olmak çok zor değil. Birçok markanın ve bireyin, özel blogları var. Yeni girişimler de genelde blog yazmakla başlıyor, siz de blogla başlayabilirsiniz. Ama istediğiniz kadar okunmazsanız bırakmayın demeyin; yazmış olmak için yazmaz ve blogunuzu verimli kullanırsanız, zaten hayal ettiğinizin de üstünde okunacaksınız. Bugün büyük markaların bile güncel olmayan blogları var.

Blogunuzda ürün veya servisinizle ilgili müşterilerinizin sorabileceği soruları yayınlayın. Şikayet, övgü ve öneriler de sizin için yararlı olacaktır. Şirketinizle ilgili duyurulara da yer verebilirsiniz. Sektörünüzdeki uzman görüşleri, ürünlerinizin çözdüğü problemleri anlatabilirsiniz. Müşterilerinize değerli bir içerik sunmak, sizin için en önemlisi. Sabırla düzenli olarak blog yazmaya devam edin. Elinizden geleni yapıp, biraz da sabrettiğinizde doğru sonuçları göreceksiniz. Bu bir şirket kültürü haline gelecek ve müşterileriniz blogunuzdan gerçekten faydalanmaya başlayacak.

2. Sosyal medyadaki bütün mecraları tanıyın, ama hepsinde yer almayın. Unutmayın, önemli olan değer yaratmak. Eğer Pinterest kullanan müşteriniz yoksa, oraya yüklenmek anlamsız olacaktır. Önceliklerinizi belirleyin. "En büyük mecrada yer almalıyım!" fikrini önce bir kenara bırakın. Hedef kitleniz nerede, en çok hangi sosyal medya mecralarını kullanıyor? Bu soruların cevaplarına göre odaklanacağınız yeri belirleyip kaliteli içeriklerle

yolunuza devam edin. Aslında anahtar cümle belli: Doğru yerde, doğru kişilerle, doğru şeyler paylaşın. Söz sosyal medyadan açılmışken; Twitter Türkiye için bir analiz yapıp 2016 yılının en başarılı kampanyalarını duyurdu. İşte 2016'da Türkiye'de en başarılı olan kampanyalar:

### TEB #KadınPatronlar

Twitter'ın Nisan ayında tanıttığı önemli ürünlerinden olan İlk Bakış'ı (First View) ilk uygulayan şirketlerden biri; finans sektöründen TEB oldu. @TEB kadın patronların iş hayatındaki ihtiyaçlarını bütünlüklü bir hizmet anlayışıyla çözmeye hedefleriyle TEB Kadın Bankacılığı'nı (@teblekadin) kurarak, kadın patronların sahip olduğu ve yönettiği işletmelere danışmanlık ve finansal destek sağlamayı amaçladı.



#KadınPatronlar'ımıza kefiliz. Kadınlarımız iş hayatında büyüdükçe ekonomimiz büyüyecek, Türkiye büyüyecek.



RETWEETS 639 LIKES 3,401

Bu projesini de kampanyasını yenilikçi ve daha önce denenmemiş bir yöntemle duyurmayı hedefledi. Banka, kadınların ekonomiye kattığı değeri vurgulayan TV reklamı kopyasını #KadınPatronlar hashtagi ile TV ve diğer mecralarda yayınladı.

### Nestlé - #XpressleTrampa

Twitter üzerinde başarılı bir kampanya yürüten bir diğer marka da Nestlé oldu. @NescafeXpress ile Ağustos ayında düzenledikledikleri Xpress'le Trampa (#XpressleTrampa) kampanyası ile büyük başarılarla imza attı.



#XpressleTrampa muhteşem bir canlı yayına sona eriyor; bir yarışmacı hayallerine kavuşuyor! Saat 21:00'ı bekleyin. 😊



Kampanya çerçevesinde iki takım oluşturuldu; her bir takımında bir Twitter ünlüsü ile hayallerini gerçekleştirmek isteyen bir kadın veya bir erkek yer aldı. Takımlar 19 gün boyunca 1700 kilometreyi; paraları olmadan sadece ellerindeki Nescafé Xpress'i değiştirerek (trampa ederek) kat ettiler. Kampanya süresince Periscope üzerinden de belirli aralıklarla canlı yayınlar yapıldı. Kampanya Twitter Nestle Aviator Awards'da birincilik ile ödüllendirildi.

### Coca-Cola / #HaydiMilliTakim

Avrupa Kupası'nda Türkiye Milli Takımı'nı desteklemek için @Coca-Cola\_TR'nin başlattığı #HaydiMilliTakim kampanyası sosyal medyada büyük ses getirdi. 27 Mayıs'ta başlayan 3 günlük kampanyada, kullanıcılar-



Milli Takım'ımız yeni zaferlere yürürken sen de onları #HaydiMilliTakim etiketiyle tweet atarak destekle!



Desteğinle zafer yakın!

Tweet #HaydiMilliTakim

dan öncelikle #HaydiMilliTakım hashtag'ini kullanarak turnuva için özel olarak hazırlanan yeni marşı tweet atarak ortaya çıkarmaları istendi. Ardından @CocaCola\_TR adresinden videoyu izleyebildikleri kendilerine özel bir yanıt aldılar. İkinci gün başlatılan "İlk Bakış" kampanyası ise ilgiyi katladı. Tüm gün boyunca marş, Twitter'da en çok izlenen reklam oldu. Son gün de kullanıcıların #HaydiMilliTakım hashtag'ini tıklayarak marşı paylaşmaları sağlandı.

### Head&Shoulders/#KazanmakKafadaBaşlar

Türkiye Basketbol Ligi play-off'ları sırasında Twitter'daki taraftar etkileşimini fırsat olarak gören Head&Shoulders TR markası, spor ile bağıni güçlendirerek marka mesajını play-off heyecanı ile birleştirmeyi başardı. Kampanya iki önemli unsur üzerine kuruldu: ilki #kazanmakkafadabaşlar ve maçın en iyi oyuncusunu seçen "Maçın Omuzlayanı".



Marka ilk olarak Twitter'ın "Conversational Video" ürününü kullanarak #kazanmakkafadabaşlar hashtagiyle kullanıcılardan tuttıkları takımı seçmelerini istedi. Seçimleriyle ilgili tweet atanlar böylelikle kampanyanın takipçilerine de duyurulmasını sağladı.

Aynı zamanda her tweet atana Head&Shoulders TR otomatik olarak

özel bir yanıt vererek "Maçın Omuzlayanı" seçmesi için oylama yapılan bir web sitesine yönlendirdi. Oylama web sitesi, Twitter'ın API uygulamasını da kullandı ve böylelikle kullanıcılar izlemek istedikleri maçları seçebildiler. Marka da maç günü kullanıcılara tweet attı.

### 3. Spam'lara dikkat!

İnternette iş yapmak isteyen bir işletmenin başına gelebilecek en kötü şey Google dizininden kaldırılmaktır. Bugünlerde bu işe girişen pek çok işletme, bilgisizlikten ya da sahtekar kişiler tarafından kandırılarak spam linkler satın alıyor.

Pek çok işletmenin hayali 'Google'da en üst sırada olmak' tır. Bu, zannedildiği kadar basit ve dünya devi Google'ı kandırabileceğiniz bir iş değil. Eğer bu konuda bir şeyler yapmak istiyorsanız SEO hakkında biraz bilgi sahibi olmanız yararınıza olur. Kısaca SEO, yani arama motoru optimizasyonunun amacı web sitelerinin, arama motorlarının kriterlerine uygun hale getirilerek hedeflenen aramalarda yükseltilmesidir.

Google tarafını ve dijital pazarlamayı iyileştirecek daha pek çok yol var. Bu yüzden bu tip spam işlerine girmek, çok gereksiz bir risk olacaktır. Blogunuzu açın, doğru sosyal platformlarda kaliteli içerikler paylaşmaya başlayın ve dijital merhaba diyin. İşler yolunda giderse ya bir uzmanı işe alarak ya da uzman bir ajansla sözleşme imzalayarak işletmenizi daha yukarıya taşıyabilirsiniz. Dijital pazarlama hakkında daha detaylı bilgi için bir uzmana başvurabilirsiniz, ayrıca fakültemizde gerçekleştirilen etkinlikleri de takip edebilirsiniz. Benim bugünlük size anlatabileceklerim bu kadar. Umarım faydalı olmuştur. Herkese başarılı bir yıl diliyorum.

Sevgiler,

### İlgili Kezer

Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret 2.sınıf



# MELEK YATIRIMCILIK

Yepyeni bir fikriniz varsa veya uygulanmakta olan bir projenin eksikliklerini tamamlayarak bir yenilik katmak istiyorsanız, projenizin hayatta büyük bir boşluğu dolduracağına, büyük bir başarıyla benimseneceğine inanıyorsanız ancak bunun için finansal desteğiniz yoksa sorununuzun çözümü melek yatırımcılarda olabilir.

Melek yatırımcılar büyüme potansiyeli yüksek olan girişimlere en fazla %50 hisse alarak ortak olan ve 2 ile 7 yıl arasında hisselerini satarak girişimden ayrılmayı hedefleyen bireysel yatırımcılardır. Melek yatırımcılar büyüme potansiyeli yüksek olan riskli projelere yatırım yaparlar ve girişimlere finansal desteğin yanında deneyimleriyle de katkıda bulunurlar. Türkiye’de yeni girişimcileri desteklemek, ihtiyaç duydukları finansman imkanlarına erişimi kolaylaştırmak ve yatırımcı-girişimci ilişkilerini geliştirmeyi amaçlayan bir çok melek yatırım ağı vardır. Galata İş Melekleri, EGİAD Melekleri, TEB Özel Melek Yatırım Platformu, LabX Business Angels ve Etohum Yatırım Ağı bunlardan birkaçıdır. Örneğin, düşün, kurumsal etkinlik, karşılama gibi organizasyonlar için yüzlerce müzisyen ve binlerce sanatçıya ulaşmanın kolay yolunu sunan iyisahne.com bu yıl EGİAD Melekleri Yatırım Ağı ve Galata İş Meleklerinden yatırım alarak değerini 5 milyon TL’ye yükseltti. Biz de bu konu hakkında EGİAD Melekleri Yatırım Ağı’nda İş Geliştirme ve İletişim Uzmanı olarak görev alan Melisa İtmeç’den detaylı bilgi alma fırsatı bulduk.

**Ayça Sever**  
İşletme 3. Sınıf

## EGİAD Melekleri

EGİAD Melekleri; İzmir ve Ege Bölgesi’ndeki Hazine Müsteşarlığı’na akredite ilk melek yatırımcı ağı olmakla birlikte, Türkiye’de İşadamı Derneği olarak bir STK bünyesinde kurulan ilk akredite melek yatırım ağıdır.

## EGİAD Melekleri Hakkında

EGİAD Melekleri Yatırım Ağı, İzmir, Ege Bölgesi ve Türkiye’deki melek yatırımcı ve risk sermayesi grupları ile ağ ilişkisi içinde olacağından, girişimcilere çok geniş bir ekosistemden yararlanma fırsatı sunmaktadır. EGİAD üyelerinin sahip oldukları iş kültürü, deneyim ve birikim sayesinde; girişimci adayları, ilgilenen yatırımcılarla eşleştikleri takdirde, projelerine finansman imkânı bulabileceklerdir. Yeni girişimcileri desteklemek, ihtiyaç duydukları finansman imkânlarına erişimini kolaylaştırmak ve yatırımcı-girişimci ilişkilerini geliştirmeyi hedefleyen vizyonu ile EGİAD Melekleri; yurt içi ve yurt dışından, yenilikçi ve katma değerli girişimlere yatırım yapacak üyeleri aracılığıyla, bölgenin en etkin ve lider melek yatırımcı ağı olma misyonunu taşımaktadır. EGİAD Melekleri Ağı, İzmir ve Ege Bölgesi’nde melek yatırımcılardan güçlü bir portföy oluşturulmasını, “melek yatırımcılık” kavramı konusunda bilgilendirme ve bilinçlendirme çalışmaları ile farkındalığın artırılmasını, gençlerin girişimcilik konusunda cesaretlendirilmesi ve eğitilmesini, yeni girişimcilerin yatırımcılar ile buluşturulmasını, tüm ekosistem paydaşları ile birlikte girişim ve yatırım ortamını geliştirecek çalışmaları hedeflemektedir.



### EGİAD Melekleri İcra Kurulu

EGİAD Meleklerinin idari konularında yürütme organıdır. İcra Kurulu, 7 kişiden oluşmaktadır. 2 üyesi ilgili dönemdeki yönetim kurulundan, kalan 5 üyesi ise talep eden ağ üyeleri arasından EGİAD Yönetim Kurulu'nun görevlendirilmesi ile seçilir. 2016 - 2018 dönemi, EGİAD Melekleri İcra Kurulu Başkanı Ali Barçın, EGİAD Melekleri İcra Kurulu üyeleri ise Özüm İlter Demirci, Alican İper, Fatih Avcı, Levent Kuşgöz, Özgür Kılınçlar, Frederic Pagy ve Alp Avni Yelkenbiçer'dir.

### 2016 Yılı EGİAD Melekleri İçin Nasıl Geçti?

EGİAD Melekleri olarak, 2016 yılı süresince, İzmir'de bulunan üniversiteler ve üniversite bünyesinde bulunan DEPARK, Teknopark İzmir, Yaşar Üniversitesi TTO, Ebiltem TTO ve Minerva Kuluçka Merkezi ile işbirlikleri kurulmuştur. Girişimcilik ve yatırımcılık ekosisteminde bulunan melek yatırımcılık ağları olan BIC Angels, İstanbul Startup Angels ve Galata Business Angels ile de ilişkiler güçlendirilmiştir. EGİAD Melekleri Ağı'nda 37 melek yatırımcı üye ve 100 girişimci başvurusu bulunmaktadır. 2016 yılı süresince 3 adet "Melek Yatırımcı-Girişimci Buluşması" düzenlenmiş olup, toplamda 15 girişimci ağ üyesi yatırımcılara sunum gerçekleştirmiştir. "Yatırımcı-Girişimci Buluşması" etkinlikleri ile birlikte şu ana kadar KolayİK ve İyisahne olmak üzere, toplam 300 bin TL değerinde 2 ayrı yatırım gerçekleştirilmiştir.

### Yatırım yapmak için hangi alanlara odaklanıyorsunuz?

EGİAD Melekleri Ağı, EGİAD'ın sektörel zenginliğini yansıtabilecek şekilde yatırım alanları ve sektörler konusunda herhangi bir kısıtlama olmaksızın yatırım potansiyeli olan tüm alanlarda projeleri kabul etmektedir. Bununla birlikte, iletişim ve bilişim, teknik tekstiller, tohum ve gen teknolojileri, biyoteknoloji, sağlık ve yaşam teknolojileri, yenilikçi ürünler, hizmetler ve süreçler, yüksek teknoloji ürünleri,

çevre ve yenilenebilir enerji başta olmak üzere; Türkiye'nin ithalat bağımlılığını azaltacak ürün ve hizmetlere yönelik, katma değeri yüksek projelere öncelik verilmektedir.

Girişimciden, Yatırımcıdan ve Girişimden Beklentileriniz Nedir?

EGİAD Melekleri Ağı olarak beklentilerimizi kısaca belirtmek gerekirse; Girişimciden;

- Projeye hâkim olması,
- İş planında tutarlılık göstermesi,
- Öneri ve yeni fikirlere açık olması,
- Bilgiyi etkin kullanması,
- Ekibin uyumlu ve işe odaklı olması, beklenmektedir.

### Yatırımcıdan;

- Projeye ön yargısız yaklaşması,
- Özenli bir proje değerlendirmesi yapması,
- Gerektiğinde girişimciye mentorluk desteği vermesi,
- Yatırım sürecinde samimi ve şeffaf davranması,
- Projelere finansman desteği sağlaması, beklenmektedir.

### Girişimden;

- Uzun vadeli kârlılık göstermesi,
- Büyüme potansiyelinin olması,
- Ölçeklenebilir iş modeline sahip olması,
- Sürdürülebilir rekabetçi üstünlüğünün olması,
- İnovasyon yönü taşıması,
- İstihdam yaratması, beklenmektedir.

### 2017 Yılı Planları

Melek Yatırım Ağı olarak, 2017 yılında, melek yatırımcılık kavramının İzmir ve Ege Bölgesi'nde bulunan tüm iş insanları ve ekosistem olarak farkındalığının artırılması yönünde "Angel Talks" adlı 9 panel düzenlenmesi, 4 adet "Melek Yatırımcı-Girişimci Buluşması" etkinliği ve üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik üzerine yaklaşık 3 aylık bir eğitim programı hazırlanması ve ek olarak üye sayımızda hedeflenen hacme ulaşarak, önceliği bölgemizdeki girişimleri desteklemek üzere 1 milyon TL civarı bir yatırım gerçekleştirilmesi planlanmaktadır.

### Melisa İtmeç



# DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ GİRİŞİMCİLİK AKADEMİSİ RÖPORTAJI

Dokuz Eylül Üniversitesi Girişimcilik Akademisi'nin kurucularından Doç. Dr. Engin Özgül ile DEGA ve girişimcilik üzerine konuştuk. Doç. Dr. Engin Özgül, DEGA'nın amaçlarını, programlarını, 2013 yılında bir projeye başlattıkları serüven olduğunu, o kapsamda 3 yıldır faaliyetlerini hep arttırarak devam ettirdiğini söyledi. Bu keyifli ve samimi röportaj için teşekkür ederiz.

## **Kısaca DEGA nedir?**

DEGA bir girişimcilik hızlandırma merkezidir. Bu kapsamda ön kuluçka ve kuluçka hizmetleri veren ve bu hizmetleri de hem üniversite bünyesinde hem de teknopark bünyesinde veren bir oluşum, bir merkezdir. Depark'ın tescilli bir markasıdır.

## **DEGA'nın amaçları nelerdir?**

DEGA'nın amacı hem üniversitede hem de teknopark bünyesinde girişimcilik faaliyetlerini arttırmak, girişimcilik kültürünü arttırmak, bununla ilgili servisleri vermek, hizmetleri vermek, mentorluk yapmak, özellikle iş fikri olan, iş fikrini hızlı bir şekilde işletmeye dönüştürebilmesi için gerekli olan hızlandırma mekanizmalarını harekete geçirmek şeklinde tanımlayabiliriz. Aslında bir girişimci yetiştirme merkezidir DEGA.

## **DEGA bünyesinde gerçekleştirmekte olduğunuz programlar nelerdir?**

Birçok program var. Bunlardan en meşhuru bizim sertifika programımız, bu sene altıncısını tamamladığımız bir sertifika programıdır. Bunun dışında geçtiğimiz yıldan bu güne yapılan, Tübitak'la yaptığımız, BİGG-DEGA programı. Bu, geçtiğimiz dönem itibarıyla bölge birincisi olmuştur. Bu da aslında bir eğitim programı ama eğitim programından öte, bir hibe programı da aynı zamanda. Bu programda başarılı olan girişimci adayları 150.000 lira destekle işletmelerini

kurabiliyorlar. Üçüncü programda, girişimcilik için yaz kampları düzenliyoruz. Burada her kampın teması farklı olabiliyor. İlk tema üniversitelerin girişimcilik faaliyetleriyle ilgiliydi. İkinci tema teknoparklardaki girişim hibe programlarına yönelikti. Bunun gibi çok çeşitli etkinlikler bu kamp bünyesinde yürütülüyor. Dördüncü faaliyetimiz, mentorluktur. Girişimcilere mentorluk veriyoruz, henüz daha işletme kuruluş aşamasına gelmemiş olan, bir iş planı aşamasında olan girişimcilere nasıl yol alabileceklerine ilişkin mentorluklar. Bunun yanında üniversite bünyesinde bulunan temel



laboratuvar hizmetleri de sağlıyoruz. Bunun yanında lokasyon hizmetleri veriyoruz. Yani ön kuluçka ve kuluçka aşamasındaki firmalara ihtiyaç duydukları alan kullanımlarını sağlayabiliyoruz. Teknopark bünyesinde kuluçka alanları tanımlayabiliyoruz kendilerine ve bu alanlarda faaliyet gösteriyorlar. Diğer, yatırımcılarla buluşturma. Bünyemizde geliştirilen iş planlarının özel yatırım kuruluşlarından, özellikle Melek yatırımcılardan destek almasını da sağlamaya da çalışıyoruz ve elbette hızlandırma merkezinde bir networking çalışmamız da var.

## **Kimler girişimci olabilmektedir, kriterleriniz nelerdir?**



Bizde girişimciliğin kriteri olmaz. Herkes girişimci olabilir, doğuştan gelen bir yetenekle girişimciliği tanımlamıyoruz. Bu alanda kendisine kariyer çizen herkesi akademimize bekliyoruz. O yüzden bir başlangıç kriteri seti vermekten ziyade, bu uğurda neleri feda edebileceği veya ne kadar azimli olduğu bizim için aslında daha öne çıkan bir konu.

### **Tecrübelerinize dayanarak girişimcilikte başarı için en kritik unsurlar nelerdir?**

Burada en kritik nokta sabır ve azim. Bu, dediğim gibi kişilik özellikleriyle açıklanabilecek bir konu değildir. Çok çeşitli kişilik tiplerine sahip başarılı girişimcilerimiz olduğu gibi bunun başarısız olanları da var. Dolayısıyla, girişimcilik kişilikle açıklanmaz ama bireyin kendi kişiliğinde veya davranış stiline girişimcilik ne kadar anlamlı bir yere sahip, kendi yaşam kurgun içerisinde girişimciliğe ne kadar önem veriyorsun, aslında önemli olan bu. Bizim baktığımız tek şey, başkaları için değer yaratma, imkân yaratma kabiliyeti var mı, yok mu? Tek öne çıkan, mülakat için söyleyebilirim böyle bir şeyi, başkaları için değer yaratma isteği içinde olması gerekiyor.

### **Öğrenciyken girişimcilik deneyimleriniz oldu mu?**

Oldu. Girişimci bir aileden geliyorum. Zaten istatistiklere de bakarsanız aileden girişimci olan insanların girişimci olma potansiyeli çok daha yüksek, ben daha sonra akademisyenliği seçtim ama kendimi de bir iç girişimci olarak tanımlıyorum yani bir kuruluş bünyesinde çalışıp o kuruluş bünyesinde icatlar çıkartan biri olarak tanımlıyorum. O yüzden girişimcilik kapsamı sadece iş kurmayla alakalı değil aslında bir hayata bakış biçimiyle ilgilidir. Eğer yenilik yapıyorsanız girişimcisinizdir.

### **Genç girişimci adaylarına tavsiyeleriniz nelerdir?**

Pek çok tavsiyem var. Burada en temel tavsiye işini iyi yapmak olmalıdır. Benim kuluçka merkezi deneyimlerimden çıkardığım bu. Çünkü herkesin aklına fikir geliyor. Sadece bu alanda çalışan, bununla ilgili sürekli proje geliştirmeye çalışan, fırsatları kovalayan insanlar burada başarılı olabiliyor. Bu da hiçbir zaman tesadüf olmuyor. Başarı hiç bir zaman tesadüf olmuyor ama çalışanlar bazı tesadüflerle çok daha başarılı olabiliyor. Burada en temel tavsiyem; kendi hayallerine kavuşmak için gerekli olan eylemleri planlasınlar. Bu uğurda artık o hayaller neyse, girişimci olmak olabilir, bir işletme sahibi olmak olabilir, bir yerde çalışmak olabilir veya evlenip çocuk yapmak olabilir. O hayalin peşinden ben bunu nasıl geliştirebilirim, nasıl başkaları için değerli hale getirebilirim diye düşünerek gitmek gerek. Tabii kişisel gelişim burada önemli. Kitap okumak önemli. Çevreyi gözlemlemek, bu gözlemleri fırsata dönüştürmek, bununla ilgili network kurmak, insanlarla iyi ilişkiler geliştirmek, bu ilişkileri daha sonra başka şekillerle uygulamaya alabilmek ve kendini ifade etme yeteneği önemli şeyler. Ancak bunların hiçbiri değer yaratma çizgisi olmadan burada başarılı olamıyor.

### **Samet Gökhan Külahlı**

Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret

# GİRİŞİMCİLİK: SİSTEMİN DIŞINA ÇIKMAK

Girişimcilik için birçok tanım var ve kısıtlayabileceğimiz bir kelime değil. Ancak onu en kısa nasıl özetleriz diye düşünürsek, galiba şöyle demek daha doğru olur; “Fırsatı, ekonomik değere dönüştürmek.”

Peki, ya girişimciler? Kimileri fikirleriyle, kimileri ekonomik güçleriyle isimlerinden bolca söz ettiriyorlar. Ama hepsinin ortak bir yanı var. Onlar sistemin dışını çıkıyorlar, risk alıyorlar, farklı düşünüyorlar ve imkânları zorluyorlar.

Bugün sistemin dışına çıkmış genç bir isimle birlikteyiz; Mert Özgenç.

## **Mert Bey, bizlere kendinizden ve serüveninizden biraz bahseder misiniz?**

1986, Ankara doğumluyum. Okul hayatımın tamamını Ankara’da geçirdim ve 2003 yılında, ortaokul yıllarımdan itibaren hayalini kurduğum, Orta Doğu Teknik Üniversitesi’ni kazandım. 2008 yılında ODTÜ Kimya Mühendisliği bölümünden mezun olduktan sonra iş hayatıma İstanbul’da, Zorlu Holding’e bağlı Zorlu Enerji firmasında, iş geliştirme uzman yardımcısı olarak başladım. İki sene boyunca Zorlu Enerji’de iş ve proje geliştirme birimlerinde görev yaptım. Askerlik görevimi yerine getirmek üzere bu işimden ayrıldıktan sonra, askerlik bitişinde yeniden ait olduğum topraklara, Ankara’ya geri döndüm. IC Holding’e bağlı IC İçtaş Enerji Firması’nda, iş geliştirme uzmanı pozisyonunda, yaklaşık dört sene görev yaptım. 2014 yılında, dünyanın enerji ve çevre sektörlerinde önde gelen uluslararası firmalarından biri olan İspanyol Abengoa firmasında, Türkiye ve Türkî Cumhuriyetler’den sorumlu İş Geliştirme Müdürü olarak çalışmaya başladım. 2016 yılı başında da kariyerime ilk başladığım zamanlardan beri, bir bakıma ar-ge’sini yapmış olduğum, kendi firmam olan AA and Partners’ı kurdum ve şu an burada kariyerime devam etmekteyim.

## **ODTÜ’de kimya mühendisliği okudum, dediniz. Kimya mühendisliği eğitimi alıp iş geliştirme ve danışmanlık hizmetleri sektörüne atıldınız. Yani bir nevi sistemin dışına çıktınız. Bu büyük kararı almanızdaki etmenleri öğrenebilir miyiz?**

Aslında sistemin dışına çıkma noktası üniversite döneminin hemen ardından olmadı. Biraz önce de değindiğim üzere, yoğun ve uzun bir ar-ge döneminin ardından gerçekleşti. Kimya mühendisliğinde okurken çok farklı sanayilerdeki iş kolları hakkında, gerek yaptığım stajlar gerekse de aynı bölümden mezun olan üstatlarımızdan aldığımız bilgiler dâhilinde, mezun olduktan sonra çalışmak istediğim sektörü netleştirmiş olduğumu söyleyebilirim. Bu doğrultuda, üniversitede de temel eğitimlerini aldığımız enerji sektörünün, o dönemde ülkemizde ve dünyada gelişen bir sektör olması ve birçok yeniliğe de açık olması nedeniyle tercihim enerji sektöründen yana kullandım. Türkiye’nin önde gelen yerel enerji sektörü yatırımcısı firmalarında, kendi kişiliğime de uygun bulduğum, yeniliklere açık, insan ilişkilerine ve teknik-finansal birçok temele dayanan iş geliştirme departmanında çalışarak; öncelikle yaptığım işten zevk almaya ve de mümkün olduğunda yerli ve yabancı çevre edinmeye çalıştım. Yatırımcı bir şirkette çalışarak yeni projeler nasıl geliştirilir, orta ve uzun vadeli olarak hedefler nasıl belirlenir,



tedarikçiler ve danışmanlar yatırımcıya nasıl yaklaşır, gibi kritik aşamaları; masanın yatırımcı tarafında oturarak gözlemlene fırsatı buldum. Kariyerimin sonrasında da bu sefer masanın diğer tarafına geçerek, uluslararası bir firmada, bambaşka kültürlerden ve farklı milliyetten insanlarla, yatırımcılara yönelik olarak müteahhitlik ve mühendislik hizmetleri sunan bir firmada çalışarak; ülkemizde iş yapmaya çalışan yabancı bir şirketin nasıl başarılı olabileceğini gözlemlemiş oldum.

Sormuş olduğunuz soruya bağlantıyı da bu noktada yapabiliriz diye düşünüyorum. Sistemin dışına çıkma noktası da, biraz önce bahsettiğim, CV'de parlak gözükken firmalarda çalışmaktan vazgeçip kendime göre akıllı bir risk olarak gördüğüm; daha önce çalıştığım sektörlerde faaliyet gösteren, uluslararası firmalara yönelik yeni iş geliştirme ve danışmanlık hizmetleri sunan, kendi işimi kurmak olarak nitelendirilebilir. Bu kararı alma nedenimin temelinde, daha önce bu doğrultuda kurmuş olduğum hayallerim, tecrübelerimden edinmiş olduğum kazanımlarım ve belki de en önemlisi yeni bir meydan okuma için en doğru zaman olduğuna inanmam yer almaktadır. Bunlara ilave olarak da belki de günümüzde en önemli kazanım olan, insan ilişkileri ve güvenilir çevreler yaratılması sonucunda, başarı için desteklenmiş olduğunuzu hissetmeniz de çok önemli bir artıdır.

### **Şimdi gelelim Aa and Partners'a , Aa and Partners'dan ve burada yaptıklarınızdan bize biraz bahsedermisiniz?**

AA and Partners enerji, petrol, gaz, su, çevre ve ağır endüstri sektörlerinde uzmanlaşmış danışmanlık hizmetleri ile Türkiye, Rusya, Türkî Cumhuriyetler ve Afrika bölgelerinde beraber çalıştığı iş ortaklarına butik hizmetler sunmaktadır. Şu an hâlihazırda, farklı alanlarda uzmanlaşmış, yatırımcı, müteahhit, ekipman üreticisi ve hizmet sağlayıcısı uluslararası firmalar için Türkiye'de danışmanlık yapmaktayız. Uluslararası firmaların yeni bir ülkede ve pazarda nasıl başarılı olabileceğine dair stratejiler geliştire-

terek, beraber çalıştığımız firmalara katma değer sağlamaya çalışıyoruz. Daha önce de belirttiğim, güçlü insan ilişkileri ve müşterilerin isteklerine yönelik çözümlerimiz ile müşterilerimizin önemli fırsatları yakalaması için katkıda bulunuyoruz.

### **Peki, neden Ankara? Sektörün büyük bir bölümü İstanbul'dayken siz Ankara'da yaşamayı seçtiğinizi belirtiyorsunuz. Bu durumun size ne gibi avantajları ve dezavantajları var?**

Aslında şirketimizin ana ofisi İstanbul'da yer alıyor ancak Ankara'da da bir ofisimiz bulunuyor. Bunun nedeni de benim Ankara'ya olan bağlılığım. İstanbul'da çalışmayı ve yaşamayı tecrübe etmiş biri olarak şunu söyleyebilirim ki, İstanbul'un size sunduğu çok daha fazla fırsat var, hem iş hem özel hayat anlamında. Ancak İstanbul'da çalışmaya ya da yaşamaya çalışırken kafanız her zaman dolu oluyor.

Sizin gündelik hayatınızın üzerine çok daha fazla ilave yük bindiğini ve düşünmek/üretebilmek için daha zor ortam yarattığına inanıyorum. Ancak



yapmış olduğum iş için de mutlaka İstanbul'da bir ayağınızın olması ve oradaki çevrenize de asla uzak kalmamanız gerektiğini düşünüyorum. Coca-Cola'nın CEO'su Muhtar Kent'in en büyük tavsiyelerinden birisi "Hiçbir zaman yalnız yemek yemeyin. Yalnız yediğiniz her yemek, kaçırılmış bir fırsat demektir." şeklindedir. Ben bu tavsiyeyi çok dikkate alan birisi olarak, İstanbul'da şehrin yoğunluğunu ve kurumsal hayatın zorlukları gibi nedenlerle birçok yemeği yalnız yemek durumunda kaldığımı ancak

# Be Your Own



Ankara'da her seferinde kalabalık yemekler yiyebildiğimi söyleyebilirim.

## **Peki, şirket vizyonunuzu yerine getirebilmek için önümüzdeki dönemlerde Aa and Partners'ı neler bekliyor olacak?**

Sektör bilgisini sürekli geliştirerek ve uluslararası tanınırlığa ulaşarak, müşterilerinin başarılı olmalarını sağlayarak, aktif olduğu pazarlarda önde gelen danışmanlık firması olmak gibi bir vizyonumuz var. Bu vizyona ulaşabilmek için öncelikle, devamlı gelişmekte olan, faaliyet gösterdiğimiz sektörlerde, kendi bilgi birikimlerimizi de geliştirmemiz ve müşterilerimiz için sürekli güvenilir bir iş ortağı olmamız gerekiyor. Sürdürülebilir gelişimi sağlayıp proaktif olarak kendimize orta ve uzun vadede doğru hedefler koymamız gerekmektedir.



## **Gelelim şimdi girişimciliğe, sizce bir bireye girişimci diyebilmemiz için ne gerekir? O birey girişimci olarak kalmak için neler yapmalıdır?**

Bu zamanda girişimcilik, aslında bizler gibi farkındalığı yüksek ve bilgiye ulaşması kolay jenerasyonlar için önemli fırsatlar içeriyor. Ancak ne yazık ki, gerek üzerimizde oluşan toplum baskısı ve güvenilir tarafta kalma arzusu gerekse de beyaz yakalı olarak kurumsal bir hayatta çalışabilecek olmanın getirdiği idealist kariyer hedefi, bizleri girişimcilikten uzaklaştırıyor. Ayrıca, illa ki girişimci olacağım diye bir şeyleri zorlamanın da gereksiz olduğu düşüncesinde-

yim. Doğru zaman, doğru insanlar ve doğru fikir ile birlikte girişimciliğe adım atmak, o adımın kısa vadede değil de uzun vadede sürdürülebilirliğini sağlamak gerçek başarıdır. Günümüzde, değişen pazarlar ve yeni endüstri devrimleri ile birçok yeni alanda, yeni hayaller kurmanın önü açılmış bulunmakta. Girişimciliğe merak sardıktan sonra mutlaka uzun vadeli planlar ve belirli periyotlarda gözden geçirilmesi gereken yol haritaları oluşturulmalıdır. Bu süreçte birçok başarısız adım atılabilir. Ancak bu başarısız adımlar, daha sonrasında, tecrübelerden edinilmiş bilgiler ile başarıya ulaşmanın anahtarı olabilir. İnsan ilişkilerine daima önem vererek, yeni ilişkiler geliştirerek, her gün aynı azim ile uyanarak, girişiminize tutku ile bağlı kalmak gerekmektedir. Aynı zamanda sürekli gelişim ile yeni girişimlere de her zaman açık kapı bırakmak, girişimci ruhun daima taze kalmasını sağlayacaktır.

## **Ve röportajımızın son sorusunda, biz, ilgili gençlere ne gibi tavsiyeleriniz var?**

İnsan aklının sınırının olmadığını düşünüyorum. Bu nedenle her daim yeni şeyler öğrenmeye, denemeye, yenilmeye ve tekrar denemeye açık olmak gerektiğine inanıyorum. Hayatın klişeleri ile değil de insanların hayal edebildiklerini yaşayabilmelerini diliyorum. İnsan ilişkilerine daima önem vererek, doğru iş birliklerini sağlayarak, uzun vadeli sürdürülebilir başarıyı hedeflemenizi tavsiye ediyorum. Doğru zaman ve doğru fikir ile beraber zincirleri kırmanın sizleri başarıya ulaştırabileceğine inanıyorum.

Bu röportajımızda Mert Özgenç'i tanıma fırsatı bulduk. Kendileri gayet dinamik ve samimi bir yapıya sahipler. Aslında bu röportajımızda, kendilerine yöneltmiş olduğumuz sorular doğrultusunda aldığımız cevaplar, bizlere rehberlik niteliğinde. Kendilerine, bizlere vakit ayırdıkları ve sıcakkanlı tavırları için canıgönülden teşekkür ediyoruz. AA and Partners'a ve kendilerine iş hayatında başarılar diliyoruz.

**Oğuzhan Çelik**  
Uluslararası İşletmecilik  
ve Ticaret 2. Sınıf

# Orange the Faculty, Orange the World!

## “Turuncu” size ne hatırlatıyor?

Hadi biraz açalım, 25 Kasım-16 Aralık 2016 tarihleri arasında fakültemizi “turuncuya boyadığımız” etkinlikler, desek? Evet, doğru tahmin ettiniz! Birleşmiş Milletler ‘in, 25 Kasım Kadına Yönelik Şiddetle Uluslararası Mücadele Günü’nde, cinsiyet temelli şiddete karşı, 16 günlük bir aktivizm başlattığı kampanyasından bahsediyorum. Kadına şiddete karşı UNITE kampanyasında, “kadınlar için daha aydınlık bir gelecek” şiarıyla turuncu rengi kullanan BM’nin, 25 Kasım’dan 10 Aralık İnsan Hakları Günü’ne kadar “turuncu etkinlikler” düzenleme çağırısına kulak verdik ve Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi He-ForShe ekibimizle, sizlerin de büyük desteğiyle, birçok etkinlik gerçekleştirdik. Peki, bu etkinlikler boyunca amacımız ne idi, verilen mesajlar nelerdi, projelerimizi nasıl hayata geçirdik, nasıl hazırladık ve bir sonraki dönem de yapılacak olan projelerimiz neler? Ben bu yazıda, dolu dolu geçen bu süreci özetlemek adına, kalemimin yettiği kadarıyla yazdım. Hadi hep birlikte neler yaptık hatırlayalım ve gelecek dönem planlarımızdan konuşalım.

## Nereden çıktı bu “turuncu” ?

Bu kampanyanın misyonunu en iyi özetleyen kişi, herhalde BM Kadın Birimi İcra Direktörü Phumzile Mlambo-Ngcuka’dır. Mlambo-Ngcuka, “Kadınların ve kız çocuklarının, erkekler ve erkek çocuklarıyla yan yana geliştiği ve başarılı olduğu, yetenekleri ve liderliklerini kabul eden toplumlarda yetiştikleri bir dünyaya inanıyoruz ve bunun için çalışıyoruz” diyerek en başta amacımızı dile getirmişti aslında. Birleşmiş Milletler Kadın Birimi, 10 Aralık İnsan Hakları Günü’ne kadar süren, “Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele için 16 Günlük Aktivizm” etkinlikleri kapsamında, Türkiye’de farkındalık yaratmak amacıyla çeşitli faaliyetler de düzenledi. “Dünyayı Turuncuya Boyayın” girişimi çerçevesinde, Türkiye genelinde, 16 gün boyunca İstanbul, Ankara ve

İzmir’in aralarında bulunduğu birçok şehir, kadınlara ve kız çocuklara yönelik şiddete son verme çağrısıyla turuncuya büründü. İstanbul’da Boğaz köprüleri, Galata Kulesi ve Kız Kulesi gibi birçok sembol yapı turuncu renkte ışıklandırıldı. 16 günlük aktivizm etkinlikleri kapsamında, 9 Aralık’ta Ankara’da “Şiddetsiz bir Toplum için Dünyayı Eşitliğe Boyuyoruz” adlı gençlik zirvesi gerçekleştirildi. Ankara’daki üniversitelerden öğrenciler, toplumsal cinsiyete dayalı şiddetle mücadele için hazırladıkları manifestoyu okuyarak, şiddetle mücadele mesajı verdiler.



Birleşmiş Milletler Kadın Birimi (UN Women), Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu (UNFPA), Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (UNICEF) Avrupa ve Orta Asya Bölge Ofisleri İstanbul’da, İsveç Başkonsolosluğu ev sahipliğinde, 25 Kasım’da düzenlediği bir resepsiyonla, “kadınlara ve kız çocuklara yönelik şiddetle mücadele için kaynak yaratın” mesajı altında, kadına yönelik şiddetle mücadele eden sivil toplum kuruluşları ve özel sektörün de içinde bulunduğu hibe veren kuruluşları aynı platformda bir araya getirdi. Resepsiyonda Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı, Eşitlik İzleme Kadın Grubunun da bulunduğu sivil toplum kuruluşlarından temsilciler ve aktivistler, Türkiye’de kadına yönelik şiddetle mücadele konusunda değerlendirmelerde bulundular. Peki, bu sırada Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi olarak biz ne yaptık? Öncelikle isterseniz ‘biz’





derken kimlerden bahsettiğimi kısaca açıklayayım.

### **Biz kimiz?**

Birleşmiş Milletler'in kendi bünyesinde 'toplumsal cinsiyet eşitliği' amacıyla başlattığı HeForShe kampanyası, Meltem Kolday hocamızın sayesinde, fakültemizde de gönüllüler ile aktivizme başlamış oldu. Şuan yaklaşık 50 kişiyi bulan ekibimiz, fakülte hocalarımız ve çeşitli bölümlerden olan öğrenciler ile birlikte etkinliklerine devam etmektedir.

### **Biraz da etkinliklerimizden bahsederek...**

Kurulduktan kısa bir süre sonra, ekibimizi önemli bir etkinlik bekliyordu ve ekibimiz 2016 Kasım ayında çalışmalarına başladı. Vize öncesi toplantılar yapılıyordu ve fakültede yapılabilecek projelerimizi üretmeye başlamıştık. Özge Özgen hocamızın da katılımıyla, daha organize olmaya ve verimliliğimizi arttırmaya başladık. Fakültemizde yaptığımız etkinliklerimizi daha çok duyurabilmek adına Facebook sayfamızı açtık (Orange the Faculty of Business). Fakülte dekanımız Yasemin Arbak hocamız, ilk paylaşımı yaparak, turuncu etkinliklerimizi başlatmış oldu ve #orangetheworld, #orangethefaculty, #16days etiketleriyle 16 gün boyunca paylaşımlarımıza devam ettik.

25 Kasım için projemiz ise vize sınavlarında "turuncu" kâğıtlar ve logolar kullanarak ilgi çekmekti. Birkaç sınavımızda bu projemizi gerçekleştirdik. Fakültemizin en dikkat çeken yerlerinden biri olan havuzu, ekibimiz ve hocalarımızla turuncu balonlarla doldurduk. Merdivenlere turuncu kurdeleler bağlayıp afişlerimiz astık. Aynı zamanda, 7 Aralık 2016 tarihinde yapılacak olan "Turuncu Giy!" günü için hazırlıklarımız devam ediyordu. Lavabolarımızın aynalarına hatırlatmalar ve mesaj içeren kartlar yapıştırdık.

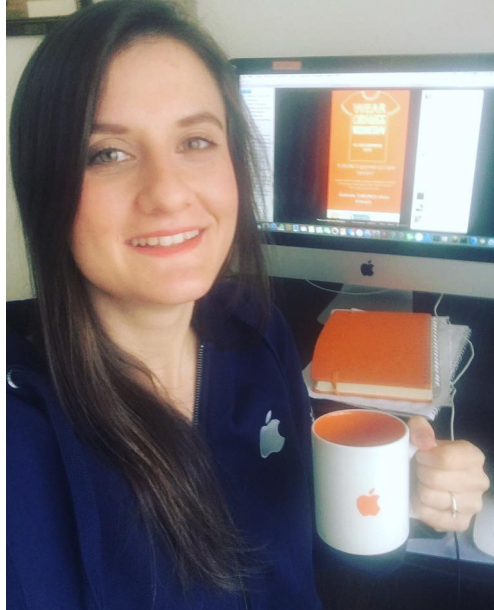
Ekibimizin, Buca Belediyesi'nin de katkılarıyla, "kadına şiddete karşı birlik olmak" misyonu ile hazırladığı,

işaret dili ile anlatım yapılan video-muzunu Facebook adresimizde yayınladık.

Bu süreçte hep yanımızda olan Women in Business kulübü, 16 gün boyunca aktivizm etkinliği dâhilinde, Psikiyatrist Uzm. Dr. Başak Tokatlıoğlu'yu fakültemizde ağırlayarak 'psikolojik şiddet nedir ve bununla baş etme yolları' konuşmasıyla katılımcıları bilgilendirdi.

Biz etkinliklerimize devam ederken, arkadaşlarımız da desteğini göstererek derslerinde yaptıkları sunumlarda turuncu rengini kullandılar. Fakültemizde arkadaşlarımızdan geri dönüşler almak bizi mutlu etmişti.

Artık Aralık ayına gelmiştik ve etkinliklerimizi daha da hızlandırmayı hedefledik. 1 Aralık tarihli etkinliğimizde, hem mandalina yedik hem de havuz başında ekip arkadaşımız Oktay Kılınç'ın anlatımıyla René Magritte'in şaşırtıcı hayat hikayesini dinledik.



Women in Business kulübünün atölye çalışması ile "ellerini turuncuya" boyayan katılımcılar ve ekip arkadaşlarımız, Mirabel Kardeşler'in hikâyesi ile kadına şiddetle mücadelenin başlangıcına gidip çok değerli bilgiler edindiler. Atölye çalışmamızla birlikte



birçok yararlı sohbetler yapabileceğimizi de bulmuş olduk. Bu sırada fakültemizde arkadaşlarımızı bilgilendirmek amacıyla kartlar dağıtıp böyle bir projenin nasıl hayata geçtiğini ve amacının ne olduğunu anlatıyorduk. Sosyal medyayı kullanarak 7 Aralık gününü duyurmaya devam ediyorduk. Ve büyük gün artık gelmişti! 7 Aralık 2016 'Turuncu' günü. Facebook grubumuzda çeşitli etiketlerle yapılan paylaşımlar, bizim için güzel bir gün olacağını sinyallerini verdi. Mezunlarımız, hocalarımız, arkadaşlarımız, kısacası tüm fakülte, güne 'turuncu' giyerek başlamış ve bu değerli desteklerini paylaşmışlardı. Fakültede hazırlıklarımızı tamamlayıp ilk olarak Gelişim Koleji'nden gelen misafirlerimizi karşıladık. İlkokuldan liseye kadar çeşitli yaş aralığında olan misafirlerimizi dekanımız odasında ağırladık. Bu güzel karşılamadan sonra ekip arkadaşlarımızla birlikte sohbet edip birbirimizi tanımaya çalıştık.

Özge Özgen hocamızın tanışma ve kendimizi tanıtırma oyunlarıyla hem eğlendik hem de bu şekilde birbirimizi daha da iyi tanıdık. Havuz başında bizi -ve aslında tüm fakülteyi- şaşırtan bir sürpriz gerçekleşti. Ekibimizin yoğun çalışmasıyla birlikte flashmob başlayınca dikkatler artık dans eden arkadaşlarımızdaydı. Flashmob'un sonuna doğru herkes dansa katıldı ve bu şekilde bir süre için fakültemizdeki etkinliklerimize veda etmiş olduk.



### BM Gençlik Zirvesi

9 Aralık 2016'da, Ankara'da gerçekleşecek olan BM Gençlik Zirvesi'ne doğru İzmir'den yola koyulduk. Meltem Kolday hocamız ile zirvenin yapılacağı otele vardığımızda heyecanlıydık. Çünkü bu sene bu etkinliklerin merkezi Ankara idi ve BM'den birçok yetkili ve Ankara'daki beş üniversiteden arkadaşlarımız sunum ve konuşma yapacaklardı. Zirveye dinleyici olarak katılmıştık ve birçok alanda aktif olan değerli kişilerle sohbet edebilme fırsatı bulduk. Üniversiteler, 16 günlük aktivizm kapsamında yaptıkları etkinlikleri anlattılar ve birlikte oluşturdukları manifestoyu okudular. Küçük bir program değişikliği ile biz de yaptığımız etkinlikleri anlatmak amacıyla bir sunum yapmaya karar verdik. Dokuz Eylül Üniversitesi'ni böyle bir zirvede en iyi şekilde temsil etmeye çalıştık. Sunumumuz sonunda gelen olumlu geri dönüşler ise bizi gururlandırdı.

Gelişim Koleji'nden mezun olan ve şuan fakültemizde okuyan, ekibimizden, Bülvin arkadaşımız sunum yaparak 16 gün boyunca neler yaptığımızdan bahsetti. Gelişim Koleji ile bu süreçte sıkı diyalog halindeydik ve onların yaptıkları etkinliklerden de haberimiz vardı. Sonrasında ise





### Bir sürpriz...

Gelecek dönem yapılacak olan, Birleşmiş Milletler 'in "kadına yönelik şiddete dur de" kampanyası kapsamında, yapılacak olan etkinliklerin merkezi ilk defa Türkiye'de Ankara dışında bir ilde yapılacak ve o da İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi olacak. İşletme Fakültesi olarak da büyük bir etkinlik planı ile misafirlerimizi en iyi şekilde ağırlayıp yeni projelerde görüşeceğiz. Bu süreçte sizin desteğiniz çok önemli ve hala katılmadıysanız bizi Facebook sayfamızdan takip ederek bu projelerden haberdar olabilirsiniz. (Orange the Faculty of Business)

### Son olarak...

Kadına yönelik şiddete karşı farkındalık yaratmak amacıyla yola çıktığımız ve gerçekleştirdiğimiz her etkinlikte, bu organizasyonu mümkün kılan Meltem Kolday ve Özge Özgen hocalarımıza, bize desteğini hiç esirgemeyen dekanımız Yasemin Arbak hocamıza başta olmak üzere, tüm fakültemize teşekkürü borç biliriz. Biz bu etkinlikler boyunca iyi ki Dokuz Eylül İşletme Fakülteliyiz dedik, bu fakülteden olmak bir harika!

### Sibel Yavuz

Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret  
3.Sınıf



#oranjethefaculty  
#oranjetheworld



# TÜRKİYE TURİZMİ

## TURİZME GENEL BAKIŞ

Turizm, Türkiye'ye en fazla net döviz getiren sektördür. Turizm sektöründe 1980'li yıllarda yükselişe geçen Türkiye, 2015 yılında dünyada en çok turist çeken 6. ülke olmuştur. Bu da, 1980'lerde Türkiye ekonomisinin turizme ayırdığı bütçenin %0,7 olmasına bakıldığında büyük bir başarıdır. Ancak 2016 yılında yaşanan olumsuz gelişmeler turizm sektörüne pahalıya mal olmuş ve gelen turist sayısını %30 kadar geriletmiştir. Bütün bu gerilemeye rağmen Türkiye'nin doğal güzellikleri ve güçlü altyapısı geleceğe güvenle bakmamızı sağlıyor. Sahip olduğu avantajları kullanarak ve devam ettirerek, Türkiye dünyada en önemli üç destinasyondan (tatil yeri) biri haline getirilebilir.



Bunun için yeni stratejilere ihtiyaç vardır. Birincisi; pazar yelpazesini genişletmek ve daha çok milletin ülkemize gelmesini sağlamaktır. İkincisi; farklı turizm tiplerini ülkemizde yaygınlaştırmaktır. Üçüncüsü; turizm sadece kıyı kesimlerle sınırlamayıp ülke geneline yaymaktır. Dördüncüsü; Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin harcamalarını arttırmaktır. En önemlisi bütün bunları yaparken devlet ve özel sektör işbirliği içerisinde olmalıdır.

## 2016 KAYIP YIL MI?

Rusya ile yaşadığımız düşürülen savaş uçağı krizi ve artan terör olayları turizmin dengesini bozmuş, 2016 yılı turizmde kayıp sene şeklinde tarihe geçmiştir. Türkiye'ye gelen turist sayısı, 2015 yılında 2014 yılına göre %1,6 gerileyerek 36 milyon 244 bin 632 olarak hesaplanmıştır. Türkiye'ye en çok turist gönderen ilk 10 ülke arasında en büyük düşüş, sayısal ola-

rak, Rusya'da yaşandı. Rusya ile olan uçak krizi bunun en büyük tetikçilerinden birisi oldu. Rusya'dan gelen turist sayısı %18,5 düşerek 3 milyon 649 bin seviyesine geriledi.



En çok turist gönderen ilk 10 ülkeden 4'ünde (Almanya, Rusya, İngiltere, Bulgaristan) düşüş yaşandı. Son dönemde, Rusya ile yakınlaşma güney otellerine biraz olsun nefes aldırılmış ancak 2016 yılını kayıp sene olmaktan kurtaramamıştır.

## TÜRKİYE'DE TURİZM

Turizm, tüm dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de sürekli olarak gelişim ve değişim gösteren dinamik bir sektör olma özelliğini korumaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verileri incelendiğinde Türkiye'nin: 1980'li yıllarda gelen turist sayısı 5.3 milyon, 2000'li yıllarda gelen turist sayısı 10 milyon, 2010'lu yıllarda gelen turist sayısı 30 milyon rakamlarına gelerek dünya pazarında iyi bir yerde konumlanmıştır.

2015 yılında Türkiye, ziyaretçi sayısı-yla, dünya sıralamasında 6. olmuştur. Tüm bunlara baktığımızda istikrarlı bir yükseliş görmekteyiz. Bu istikrar korunup alternatif kaynaklar geliştirilmelidir. Bu sayede Türkiye 2020'li yıllara gelindiğinde dünya sıralamasında ilk 5 ülkeden biri olacaktır. Türkiye, 2023 yılında 50 milyon turisti ve 50 milyar ABD Dolarını turizm geliri olarak hedeflemektedir. Türkiye bu noktada jeopolitik konumunu kullanarak, Asya, Avrupa ve Afrika kıtalarına hâkim olmaktadır. Türkiye yeni yatırımlarla beraber büyük bir pazar haline gelecek, rakiplerine



karşı avantajlı konuma yükselecek ve yabancı turist sayısında önemli artışlar olacaktır. Her ne kadar 2016 yılı turizm için kayıp yıl olarak adlandırılrsa da, Rusya ile düzelen ilişkiler ve yeni pazarlar, gelecek yıllarda gerek turist sayısından gerekse turizm geliri açısından Türkiye için daha verimli olacaktır. Bu bağlamda 2017 yılına “umutla” bakılıyor. Şu hemen belirtilmelidir ki, buradaki “umutla” bakmak 2016 yılı değerlerine göre kesinlikle daha iyi bir performans göstermektedir. Ancak, 2015 yılını geride bırakan bir performansa “umutla” bakmak olanaksızdır.

### EXPO NEDİR?

EXPO 1851 yılından beri düzenlenen tıpkı Dünya Kupaları ve Olimpiyatlar gibi prestijli uluslararası projelerdir. EXPO aynı zamanda “Dünya Sergisi” olarak da adlandırılmaktadır. EXPO; yeniliği paylaşmayı, ilerlemeyi teşvik etmeyi, halkı eğitmeyi ve işbirliğini desteklemeyi amaçlayan uluslararası bir organizasyondur. EXPO’larda ürünler değil, fikirler ve kültürler sergilenir. Ev sahibi ülke organizasyonu üstlenir ve birçok ülkeden uluslararası kuruluşları, özel sektörü, sivil toplumu ve halkı EXPO’ya katılması için davet eder.

EXPO’lar Uluslararası Sergiler Bürosu (BIE- Bureau International des Expositions) tarafından organize edilir. BIE iki türlü EXPO düzenler:

- Evrensel EXPO (5 yılda bir - 6 ay süreyle)
- Tematik EXPO (2 evrensel EXPO

arasında 3 ay süre ile) Bunlara ek olarak bir EXPO çeşidi daha vardır. Uluslararası Bahçe Bitkiler Üreticileri Birliği (AIPH-International Association of Horticultural Producers) ve BIE tarafından ortaklaşa yapılır.

- Botanik EXPO (2 yılda bir - 3-6 ay süreli)
- EXPO 2016 Antalya, bir Botanik EXPO’dur. BIE, 168 üyeden oluşur ve Türkiye BIE’ye 2004 yılında katılmıştır. AIPH’in 19 üyesi vardır ve Türkiye AIPH’e 2009 yılında üye olmuştur.

### EXPO 2016 ANTALYA

Türkiye’nin ilk EXPO’su olan EXPO 2016 Antalya, Nisan 2016 - Ekim 2016 tarihleri arasında ziyaretçilerini ağırlamıştır. EXPO 2016 organizasyonu, T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın koordinasyonluğunda yürütülmüştür. EXPO 2016 ‘nın ana teması çiçek ve çocuktur. Alt temaları; tarih, biyo-çeşitlilik, alternatif enerji, gelecekte organik ve ekolojik tarım, sürdürülebilirlik, yeşil şehirler, kentsel dönüşüm, peyzaj, çevre problemleri ve çözümleridir. Sloganı ise “gelecek nesiller için yeşil bir dünya”dır. EXPO 2016, 6 ay süresince birçok faaliyetler yapmıştır. Bunlar arasında ülke günleri, çocuk kongreleri, sahne sanatları, konserler, yerel sergiler, paneller, toplantı ve seminerler, uluslararası sempozyumlar, dünya çevre ve bio-enerji sempozyumu yer almıştır.

Bütün bunlara bir de uzman gözüyle bakalım. Bunun için INNOVALIFE Danışmanı olan Tahir Akarsular ile hoş bir röportaj yaptık. Keyifle okuyacağınızı düşünüyoruz.

### **İlk olarak kısaca sizi tanıyalım.**

1952 yılında, Ankara'da dünyaya geldim. Orta öğrenimimi İstanbul Pertevniyal Lisesi'nde tamamladım. Mesleki öğrenimimi İstanbul Turizm ve Otelcilik Koleji, daha sonra kısa dönem Balıkesir Turizm ve Otelcilik Yüksek Okulu ve Lausanne Hoteliere İsviçre'de tamamladım. Gerek yurt içi gerekse yurt dışında birçok otelin ön büro departmanında görev yaptım. Daha sonra İstanbul, Antalya ve Ege'de de birçok işletmenin genel müdürlüğü ve birçok grubun genel koordinatörlüğü görevlerinde bulundum. 2009 yılından itibaren INNOVALIFE DANIŞMANLIK unvanı ile kendi danışmanlık firmamı kurdum. Hala danışman olarak sektöre hizmet vermekteyim. İngilizce ve Fransızca dillerine sahip olup, evli ve iki çocuk babasıyım.

### **2016 yılı zor bir yıldır, Türkiye turizminin içinde bulunduğu durumun oteller üzerindeki etkileri ile alakalı bir değerlendirme yapabilir misiniz?**

2016 zor geçen bir yıl oldu. Önemli oranlarda kayıplar yaşandı. Hem ülkemizin etrafındaki hem de ülkemizdeki olumsuz gelişmeler, son derece nazik ve ürkek olan turizm sektörünü olumsuz olarak etkiledi. Bunun sonucunda, Türkiye uzun yıllardan sonra ilk defa çift haneli bir daralma yaşadı. Bu olumsuzluklar iç pazara ayrı bir hareketlilik getirdi. İç pazarda uzun yıllardır sürdürülen erken rezervasyon kampanyalarının olumlu sonuçları 2016'da alındı. Dış pazardaki bu durum, sektördeki yatırımcı ve işletmecileri zor durumda bırakmıştır. Yatırımcıların bu krizden böylesine kötü etkilenmesinde en büyük etken, sektör yatırımcılarının yeterli turizm bilgisi, eğitimi, vizyonu olmadan sadece yurt içi ve yurt dışında gördüklerini hayata geçirmeye kalkması ve sektörel sivil toplum örgütlerinin maalesef bu kişilerden oluşturulma-

sıdır. Bu sebeplerden dolayı ortaya bilgi ve fizibilite eksikliği olan, plansız gelişen bir sektör çıkmaktadır. Böylesine değişken ve büyük krizlerin, böylesine negatif vizyon alt yapısı ile menfi etki olmadan geçirilmesi mümkün değildir.

2016'da da olan budur. Antalya, 2016 yılını % 45 kayıpla kapatmıştır.



### **Türk turizm profesyonelleri bu sıkıntılı süreci yönetebildi mi?**

Ülkemizde, genellikle başka sektörlerden kazandığı sermaye ile konaklama sektörünü ikincil olarak gören yatırımcı veya işletmecilerin istihdam politikaları da o denli güçsüz olmaktadır. Ülkemizde son derece donanımlı, vizyon sahibi yöneticilerin de olduğu unutulmamalıdır. Ama yine ülke şartlarının çarpık yatırım anlayışı, bu yöneticileri de deyim yerinde ise "Davul sende tokmak bende.", "En büyük sistem systemsizliktir." anlayışı içerisinde çalışmaya mecbur etmektedir. Bu ülkede cebinizde para varsa ve yatırım yaptıysanız yöneticinin seneler süren tecrübe ve eğitiminine sahip olabilirsiniz. İşte bu sorunlardan dolayı, yöneticilerimizin bu kriz üzerinde yaptırımda bulunma şansı tavsiyeden öteye gitmemektedir. Dolayısı ile bu sürecin yönetilmesi yine işletme patronlarının günlük, haftalık, aylık spot kararları ve tur operatörlerinin onları yönlendirmesine bağlı



# EXPO2016 ANTALYA

olarak gelişmiştir.  
Sonuç: Bu süreç iyi yönetilememiştir.

## **Avrupa'da imaj ve güvenlik konusunda sıkıntılar yaşamaktayız. Bu konu da neler yapılmalı?**

Bu sorunun cevabı, tamamen günümüz hükümetinin dış politikası ile direkt bağlantılıdır. Bu konuda sektör olarak yapılabilecek bir şey yoktur. Önce bakanlık, bu konulara hakim olarak, yeni stratejiler belirlemeli ve onlara uygun süreç yönetimini sağlamalıdır.



## **5) EXPO 2016 Antalya hakkında ne düşünüyorsunuz, sizce istenilen hedefe ulaşıldı mı?**

EXPO 2016 gerek seçilen tema (Çiçek ve Çocuk) gerekse katılım açısından sektörümüz için son derece önemlidir. Ayrıca bundan sonra gerçekleşmesi düşünülen, dünyada ses getirecek EXPO'lara ön tecrübe olması açısından da oldukça önemlidir.

## **Son olarak, 2017 yılında Türk turizmde neler yaşanır? Tavsiyeleriniz nelerdir?**

Rusya Federasyonu ile ilişkilerdeki yumuşama son derece önemlidir. Bu bizi umutlandırıyor. 2017 yılında, muhtemelen, Rusya Federasyonu'ndan 2,5 milyon civarında misafir gelmesi beklenmektedir. İran pazarı gelişmektedir fakat istikrarsız bir pazar duygusu vermektedir. İran sürekli bir takım yaptırımları devreye sokuyor. Aslında bunlar olmasa, İran pazarında çok ciddi rakamlar görülebilir. Charterlerin uçuşları, hangi bölgelere uçacakları konusunda İran'dan sürekli engellemeler var. Bunlar bertaraf edilse, İran bizim için çok önemli bir pazar kaynağı haline gelebilir. Alman pazarı ise %34 kayıp ile ikinci en önemli kaybı veren ülkedir. Bu konularda EMITT, ITB vs. gibi sektörel fuarlara katılımın ve tanıtımın önemi büyüktür. Çin pazarı için ise başlı başına özel bir strateji gerekmektedir. Uygun alt yapı ile oldukça iyi sonuçlar alınabilir. Yılın ilk üç ayı insanların tatil için karar verdiği dönemdir. Suriye'de barışa dönen adımlar hızlanırsa, dünyada genel bir barış sağlanırsa, 2017 barış yılına dönüşebilirse, turizm sektörü hem ülkemiz hem de dünya için önemli bir hale gelir. İç pazarda 2017'de beklenen turist sayısı 10 milyondur. Bu konuda yeni stratejiler yapılırsa, bu rakam çok daha yukarıya taşınabilir. Örneğin; bölgesel eğitim ve çalışma şartları ayarlanabilir. Kış aylarında, doğuda yapılacak eğitim veya çalışma şartlarının programlanması ile Akdeniz, Ege ve Karadeniz'de işletmeler olumlu pazar elde edebilir. Aynı şey yazın veya iklim şartlarına göre düzenlenebilir.

Tahir Akarsular'a bizlere vakit ayırıp, bilgi ve birikimini bizimle paylaştığı için teşekkür ederiz.

## **GÜLENAY KOÇAK**

Turizm İşletmeciliği 2.Sınıf Öğrencisi

# AYDINLIK GELECEK, KARANLIK FABRİKALARIN DIŞINDA

İnsanoğlunun uzun mu uzun hayat yolculuğunda, özellikle şu anki konumuna nasıl geldiğini düşündüğümüzde, çok öncesine gitmemiz gerekir. Konuya başlamadan önce, on yüzyıl kadar öncesinde, emek gücünün ve insanların ticaret hayatındaki rolünün oluşumunun tarihsel süreçte nasıl ilerlediğine değinmek istiyorum.

Kölelikten makinesel üretime geçmek, anlatıldığı kadar kolay olmamıştır. İçinde bulunduğumuz kurulu çalışma düzeni, iş hayatı ve teknoloji o yıllarda doğmamıştı. Ücret almak ya da vermek söz konusu değildi. Bu tamamen, hangi toprakta çalışıp çalışmayacağına ya da başkalarının emirleri doğrultusunda yaşamakla alakalıydı.

10. yüzyıla kadar süren dönem, sosyal tarihçiler tarafından "Aile Ekonomisi ve Kölelik Düzeni" olarak adlandırılıyor. Bu çağlarda ekonomik hayat, tarım ve hayvancılığa dayan-

menlik haklarına dayanarak dilediği gibi düzenlemekteydi. Böyle bir düzen içerisinde ne bir işin ücret karşılığı görülmesini konu eden bir iş sözleşmesinden ne de hukuki anlamda bir ücret ödenmesi yükümlülüğünden söz edilemezdi. Ekonominin hemen hemen tamamı tarıma dayanan bu çağların toplumlarında, beden gücüyle çalışmak ve bir şeyler üretmek, özgür insanlar için onur kırıcı bir durum olarak görülmekteydi. Üretim, geniş bir köle topluluğu tarafından gerçekleştirilmekte ve azınlığı oluşturan vatandaşlar ise kamu yönetimi, politika, sanat, felsefe ve savaş işleriyle uğraşan ayrıcalıklı bir sınıfı oluşturmaktaydı. Bu düzen içerisinde, ne yazık ki, kölelerin statüsünü, efendilerini ve işlerini değiştirme özgürlüğü yoktu. Zorla çalıştırılmakta, efendilerine ait bir mal gibi alınıp satılmaktaydılar.

Bu düzende, ailelerin birbirlerinden köle kiralaması zorunlu kılınmıştı. Zamanla, kölenin sahibiyle köleyi kiralayan arasındaki iş ilişkilerinin hukuki olarak düzenlenmesini gerekti. İş ilişkilerini düzenleyen ilk kurallar da bu nedenle, kölelere ilişkin olarak, iş görece kölenin hizmetinin kiralanması amacıyla düzenlenmiştir. Bu dönemde köleler özgür olmadığı için; köleyle sahibi arasındaki iş ilişkisini düzenleyen hukuki bağ, kira sözleşmesine benzetilerek, eşya kirası olarak kabul edilmiştir. Bu dönemde, üretimde emeğin yerini alabilecek başka bir teknolojik enerjinin olmaması, üretim biçiminin ve bunun belirlediği köleci toplum düzeninin değişmesini zorlaştırmış ve yüzlerce yıl hemen hemen hiçbir değişime uğramadan devam etmiştir.

10. ve 15. yüzyıllar arasında feodal düzen geçerliydi. Kölelerin yerini; senyör, bey ve derebeyi gibi adlarla ifade edilen kişilerin mutlak otoritesi altında, tarımsal faaliyetlerde ailece çalışan serfler almıştır. Serfler, yarı hür insanlardı ancak isteseler de



makta; üretim sürecinde köleler ve serfler önemli bir rol üstlenmekteydi. Aile reisinin çok önemli ve ağır bir otoritesi vardı. Kendi ailesi ve çalıştırdığı kişiler üzerinde, bu dönemde, egemenliği altındaki aile üyeleriyle kölelerin iş ilişkilerini, ailedeki tüm ilişkilerde olduğu gibi mutlak ege-

toprakları terk edip ayrılamazlardı. Toprağın mülkiyetine sahip olmayıp, kullanma ve işleme hakkına sahiplerdir. Görevleri de o toprakta çalışmaktır. Düzenlenen ücret tarifelerine göre hizmet görmeye başlamaları da bu dönemde olmuştur.

15. ve 18. yüzyıllar arasında panayır kutlamalarının başlamasıyla, tüccarlığın oluşmasıyla ve küçük feodal beyliklerin büyükleri tarafından işgal edilerek ortadan kaybolmasıyla, bunların yerini kuvvetli beyliklerin aldığı görülüyor.

Zaman içerisinde bu oluşumlar üretim sistemini de etkilemiş, aile ekonomisi çerçevesinden çıkıp pazar için üretim esasına dayanan bir üretim biçimine geçilmeye başlanmıştı. 17. ve 18. yüzyıllarda, deniz ticaretinin gelişmesi, keşifler ve sömürgecilik faaliyetleri, Batı Avrupa'da ticaretin gelişmesine yol açtı. Nüfusun ve gereksinimlerin çoğalmasıyla insanlar, tüketim ihtiyacının hepsini aile ekonomisi sınırları içinde üretmez hale gelmiştir. Böylece birçok yeni iş alanı açılmış ve yeni çalışma biçimleri oluşmuştur.

Sanayi devriminin hemen öncesinde çalışma ilişkileri lonca sistemine dayalıydı. İşçi sınıfının doğumuna yol açan sanayileşmenin ilk yılları ise tüm toplumlarda uzun çalışma saatleri, yetersiz ücretler, kötü çalışma koşulları gibi son derece olumsuz bir çalışma sistemini oluşturdu.

### Nedir peki bu sanayi devrimi ya da devrimleri?

Buhar gücünün yerini makineleşmenin alması sonucu doğan gelişmelerle, sermaye birikiminin artışı 18. yüzyıl sonlarında ortaya çıkan birinci sanayi devrimi ile olmuştur. Suyun gücünden faydalanılarak ilk mekanik

tezgâhlar bulunmuştur. Buhar gücünün kullanımı artmış ve çeşitli araçlar geliştirilmiştir. O yıllarda hızlı nüfus artışı, köylerden kentlere olan göçler, düşünce alanındaki gelişmelere ortam hazırlamıştır.

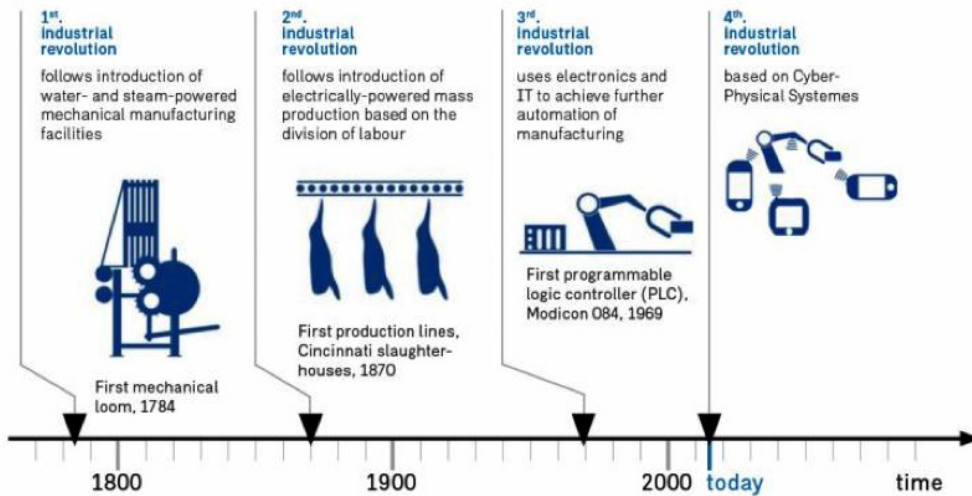
İngiltere'nin o yıllarda ekonomik düzeyi oldukça ileriye idi. O yıllarda bile özgür rekabet ortamı mevcuttu. En büyük sömürge imparatorluğu konumunda olan ülke toprakları, sanayi için gerekli kömür ve demir gibi yeraltı zenginliklerine sahipti. Ada ülkesi olması sayesinde savaşlardan uzak kalmış, sahip olduğu donanma



gücünü de taşımacılık faaliyetlerinde kullanmıştır. Sanayi Devrimi'yle, burjuva sınıfı daha da zenginleşti ve işçi sınıfı doğdu.

İkinci Sanayi Devrimi 20. yüzyılda olmuştur. Elektrik enerjisinin kullanılmaya başlanmasıyla seri üretime geçildi. İlk kez, elektrikle çalışan üretim bandı kullanıldı. Üçüncü Sanayi Devrimi, 1970'li yılların başlarında, üretim süreçlerinin elektronik ve bilgi teknolojileri ile otomasyonu sağlanarak ortaya çıktı. İlk programlanabilir akıllı kontrol cihazı (PLC) Modicon 084 tanıtıldı. Son olarak da dördüncü Sanayi Devrimi olarak geçen "Industry 4.0" çok yakın bir tarihte ortaya çıktı. Bilişim ve internet süreçlerinin üretim aşamalarına entegrasyonun ve süreçler arası ağların oluşturulmasıdır.

2. ve 3. Sanayi Devrimleri, "Tekno-





lojik Devrim” olarak geçmektedir. 19. yüzyılın son çeyreğinde başlayıp 20. yüzyılın başlarında hızlanan endüstri alanlarındaki yükselişi ifade etmek için kullanılır. Henry Ford’un seri üretim otomobili bu dönemlerde ortaya çıkmıştı, petrol tabanlı içten yanmalı motor da ilk gelişmelerdendir. Birinci Sanayi Devrimi’nden sonra, 1870-1913 yılları arasında, özellikle çelik üretim yöntemlerinin geliştirildiği, elektrik, içten patlamalı motorlar gibi buluşların ortaya çıktığı döneme “ikinci Sanayi Devrimi” denir. İkinci Dünya Savaşı ile teknolojiye görülen ilerleme ve otomotiv endüstrisinin geldiği nokta da bu durumu ileri bir seviyeye taşımıştır.

İstanbul Ticaret Odası (ITO)’nın 4 Mayıs 2012 tarihli “İstanbul Ticaret” isimli gazetesinin “Devlet Destekli 3’üncü Sanayi Devrimi Dönemi” manşetinden de anlaşılacağı gibi, bilim ve teknolojiye gelişmeleri yaşayarak öğreniyoruz. Önceki sanayi devrimlerinin sonucunda dünya kaynaklarının hızla tükenmesi, doğal yaşam şartlarının olumsuz nitelikler kazanması her şeyi zorlaştırdı. Bunların önüne geçmek için de yenilenebilir enerji kaynaklarının tercih edilmesi öne sürüldü.

Üçüncü Sanayi Devrimi, “Üretim Sayısallaşması” olarak anılıyor. Sonuçlara bakacak olursak, Üçüncü Sanayi Devrimi sayesinde yenilenebilir enerjinin yaygın ve ekonomik kullanımı, binaların kendi enerjisini üretmeleri, enerji depolama teknolojilerinin gelişimi gibi birçok olumlu sonuç doğmuştur.

Gelelim Dördüncü Sanayi Devrimi’ne. İlk olarak 2011 yılında, Almanya Hannover Fuarı’nda kullanılmıştır. Ekim 2012 yılında ise Robert Bosch GmbH ve Henning Kagermann’in birleşerek bir çalışma grubu oluşturup hazırladıkları “4. Sanayi Devrimi

Öneri Dosyası” Alman Federal Hükümeti’ne sunulmuştur. 8 Nisan 2013 tarihinde, yine Hannover Fuarı’nda, çalışma grubu Endüstri 4.0 raporunu sunmuştur. Üretim sektöründeki önemli endüstriyel devrimler sonrası ülkeler ve şirketler küresel boyutta yaşanan bu değişimlere ayak uydurmak zorunda kalmış ve artan rekabet koşulları arasında rekabet üstünlüklerini devam ettirebilmek amacıyla bazı stratejiler geliştirmişlerdir. Almanya’da gündeme gelen Endüstri 4.0 da bu stratejilerden birinin adıdır.

“Bilişim teknolojilerindeki atılımları geleneksel endüstriyel süreçleri tamamen değiştirmeye amacıyla kullanma yaklaşımı” olarak tanımlanabilen Endüstri 4.0’ın Dördüncü Sanayi Devrimi’ni başlatacağından bahsediliyor. Teknolojinin yoğun bir şekilde kullanıldığı/kullanılacağı bu süreçte, firmaların mevcut ve yeni teknolojilere olan ihtiyaçları daha da ön plana çıkıyor. Alman Federal Eğitim ve Araştırma Bakanlığı’nın koordinasyonuyla ilerleyen bu strateji için 200 milyon avroluk bir bütçe ayrılmış durumda. Böylece Almanya’dan yükselen Endüstri 4.0, geleneksel imalat sektörlerini yükselen ekonomilere kaptırmaya başlayan gelişmiş ülkelerin yeni umudu haline geliyor. Gelişmiş ekonomilerin rekabet güçlerini korumak için sahip oldukları teknolojik kabiliyetleri, endüstriyel ürün ve altyapılara dönüştürmesini sağlayacak Endüstri 4.0 yaklaşımı, temel olarak bilişim teknolojileri ile endüstriyi bir araya getirmeyi hedefliyor.

Birçok gazete ve haber manşetinde yer alan ve tüketici ve üreticiye sinyaller veren “Akıllı Fabrikalar Geliyor” adlı haberlere göre, tüm dünyayı yeni bir dönem bekliyor. İnnovasyon çağında yaşadığımızı göz önüne aldığımızda da bunun önemini daha iyi anlamış olacağız. Görünüşe göre bü-





yük ölçekli üretim yapabilen endüstriyel şirketlerin, geleneksel üretkenlik artırma stratejileri artık yeterli değil. Yeni dönemde stratejilerin, müşteriden tedarikçi ağına kadar tüm süreci kapsayan bütünlük bir çözümle ele alınması gerekli.

Yenilikçi bilişim teknolojilerinin endüstriyel süreçlerle entegre olmasını öngören Endüstri 4.0 akımı, bütünlük çözümler barındırıyor. Sanayinin geleceği konuşulurken artık üretkenlikten değil; büyük veri, nesnelerin interneti, robot ve otomasyon teknolojilerini kullanarak "akıllı fabrikalar" kurmaktan ve bu fabrikalarda akıllı ürünler üretmekten bahsediliyor. Geleceğin fabrikaları hayalin ötesinde, bir zorunluluk olacak gibi, değil mi? Artık başarı, özelleşen ve farklılaşan ürünleri aynı imalat sürecinde üretmeyi zorunlu kılıyor. Endüstri 4.0'ın öngördüğü imalat süreci, üretimin tam otomatik olarak gerçekleşmesiyle mümkün görünüyor. Tüm dünya için hayal gibi olsa da bu devirde mümkün kılınmış bir dönemdeyiz artık.

### **Peki ya ülkemizde durum ne?**

Türkiye'de, çalışan başına üretimdeki verimlilik, en iyimser olarak ileri teknoloji üreten sanayileşmiş ülkelerin yaklaşık üçte ikisi düzeyindedir. Türkiye sanayisi için toplam faktör verimliliğinde tahmin edilen artış hızı, iktisadi büyüme hızından yüksek. Yine de teknoloji seviyesi nedeniyle bir verimlilik açığının varlığından söz edebiliriz. Bilişimin yaygın bir şekilde üretim süreçlerinde kullanılması, kaynak verimliliğini ve teknik etkinliğini arttıracaktır.

Endüstri 4.0'ın global ekonominin her noktasında, tüm sektörlerle uzanan bir etkisi olacağı öngörüldükten, 2020'ye kadar 50 milyar cihazın birbirine bağlı olacağı ve 20 yıl içerisinde verimlilik artışı ve maliyet düşüşleri sayesinde trilyonlarca dolar ekonomik katkı sağlayacağı tahmin ediliyor. Kulağa inanılmaz ama muhteşem geliyor.

Ülkemizdeki bazı noktalara değinecek olursak, sanayide yıllardır süregelen yapısal sorunlarımız devam



etmektedir ve ihracatımızın ithalata bağıllık oranı %62 olup artmaya devam ediyor. İşte 4.0 ile amaçlanan da bu. Yani Türkiye’de Endüstri 4.0 alanına yapılacak 15 milyar TL yatırım sayesinde, % 4-7 verimlilik artışı ile 10 yıl içinde 200 milyar TL’lik GSYİH artışı yakalanıp bağımlılığın azalması, verim elde edilmesi ve birçok olumlu sonuç daha... Türkiye için çok iyi bir oran olsa da üstüne düşülmesi gerekiyor. Hükümette görüşmelerin yapıldığı bu konuyla alakalı tek ortak fikir; önceki sanayi devrimleri gibi geriden değil, yakınından takip edilmesi gerektiği.

Gerçekleri konuşmamız gerekirse, üretim kapasitesi Türkiye endüstrisini cazip kılsa bile, gelecekte robotların üretimi devralmasıyla insan gücüne olan ihtiyaç azalacak ve yabancı şirketlerin yatırımlarını kendi ülkelerine yapmalarını sağlayacaktır. Bu neden-

le ülkemizin üretim merkezi yerine, innovasyon merkezi olarak gelişen global pazarda kendine yer bulması gerekmektedir.

Bu nedenle, Türkiye’nin önünde zorlu bir süreç mevcut. 2. ve 3. Sanayi Devrimi arasında bir evrede bulunan ülkemizin, 10 ile 15 yıl içerisinde tamamen Endüstri 4.0’a gireceği düşünüldüğünde, gelişen teknolojiyi yakalayıp rekabet edebilecek konuma gelmesi gerektiği fark ediliyor. Bu anlamda Türkiye’nin, mühendisliği kız istemek için bir araç olarak kullanılanlara değil, ülkesini gelişen teknolojiye ayak uyduracak mühendislere ihtiyacı vardır. Önümüzdeki süreç bu açıdan çok önemlidir.

**Yaren Çetin**  
İşletme 1.Sınıf

# GENÇ GİRİŞİMCİLERİN YENİ GÖZDESİ 'CEOtudent' İLE RÖPORTAJ

Bilgi ve teknoloji çağının koşullarıyla birlikte iletişimin bambaşka boyutlara taşındığı, bilinçlenme ve profesyonelleşmenin oldukça hız kazandığı ve güncel tecrübenin geniş bir anlam skalasına yayıldığı bugünlerde, sosyal medya yaşantımız için inanılmaz ölçülerde etkilere sahip. Bir anlamda sosyal platformların, gelişen dünyayı bizler için küçülttüğünü ve 'küresel dünya' algısında büyük bir paya sahip olduğunu söyleyebiliriz. Tabii ki bu gelişimin ve iletişim ağı devinin ardındaki yadsınamaz gerçek, yaratıcı ve girişimci genç ruhların cesur varoluşlarıdır. Bizler de genç bir girişimci olarak Yağmur Avvurur ile kurucusu olduğu CEOtudent'i ele aldık ve hoş bir sohbet gerçekleştirdik.

**CEOtudent, genç profesyonellere ve üniversitelilere sağlam bir vizyon ve yaşam biçimi kazandırmayı amaçlamış sosyal bir platform. Peki, fikrin somut hayata geçirilmesindeki ilk adımınız ne oldu?**

"Bir internet sitesi nasıl açılır, bir internet sitesi sahibi nasıl olunur?" gibi sorulara cevap aramaya başladım.

Bu noktada bu sorulara cevap bulmak ve insanlarla fikrimi paylaşmak amacıyla sahip olduğum networkten faydalandım. İnternet sitesini hayata geçirdikten sonra neler yapmam gerektiğine, içerikleri nasıl daha fazla insanla buluşturabileceğime dair planlamalar yaptım. Kendimi editöryal anlamda geliştirmeye çalışırken bir yandan da düşük bütçe ile nasıl yüksek aksiyon alabilirim, bunu düşündüm. Burada da yine networkün büyük oranda faydasını gördüm.

**CEOtudent oldukça zengin bir içeriğe ev sahipliği yapıyor. Dolayısıyla arkasında güçlü bir ekibin var olduğunu düşünüyoruz. Bize CEOtudent ekibinin toplanma hikâyesinden bahsedebilir misiniz?**

Tabii. Uzun bir süre tek başıyım. Daha sonra 3 kişi olduk, sonra 8, derken şu an 15 kişilik şahane bir ekibimiz var. Herkes CEOtudent'daki bir ya da birkaç kategoride uzmanlaşıyor ve içerik üretiyor. Sadece iş yapmak için değil, haftada en az bir kez de beraber zaman geçirmek için bir araya geliyoruz. Yönetici ortaklarım





Emre Can Durmaz ve Onur Zeybek ile bu ekibi bir araya getirirken çok emek verdik. Doğru insanlarla doğru bir sinerji yakalamak gerekiyordu ve biz de bunu başardık diye düşünüyorum. Ekip açısından her birimiz çok şanslıyız.

# CEO tudent

**İçerik hazırlanırken sahip olduğunuz kriterleriniz nelerdir? Bu süreçte ekibin bulunduğu ortak noktalardan söz edilebilir mi, yoksa her fikri değerlendiriyor musunuz?**

Amacımız içeriklerde fayda ve ilham sağlamak. Dolayısıyla bir içeriğin fayda ve ilham noktasında ne kadar etkili olabileceğini tartışmak zorundayız. Fakat her fikri değerlendiriyoruz. Kalabalık bir ekip olmanın en büyük avantajlarından biri de değerlendirecek çokça fikre sahip olmanız. İçerikleri oluşturma noktasındaki bir diğer önemli kriterimiz ise tasarım. Yeni nesil bir iletişim kanalı olarak konumlanmak istiyoruz ve dolayısıyla tasarım trendlerini takip ediyoruz. Gerek internet sitemizin ara yüzünde gerekse içeriklerde bu güncelliği yansıtmak zorundayız.

**CEOtudent'i hayata geçirirken karşılaştığınız en zorlayıcı durum ne oldu?**

Kesinlikle para değildi. Para uzun bir süre bir problem oluyor fakat asla başlamak için bir engel değil. Konuşmacı olarak bulunduğumuz etkinliklerde de hep bahsediyoruz bundan. En zorlayıcı durum aynı anda birden çok şey ile ilgilenmek oldu sanırım. Çünkü tek başınızdasınız ve bu girişimin finansmanı da, sosyal medyaya da, insan kaynağına da, teknolojisine de siz ilgilenmek zorundasınız. Girişiminizi ileriye taşıırken, bu tarz farklı alanlarda kişisel olarak da gelişmek zorunda kalıyorsunuz. Bu da oldukça yorucu oluyor.

**Merak edilen bir diğer konu ise gelir modeliniz. Maddi konulardaki desteğinizi nasıl elde ettiniz\ediyor-sunuz?**

Her içerik sitesi gibi bizim de gelir modelimiz reklam satışı üzerine. Özellikle kariyer markalarıyla, kurumsal firmaların insan kaynaklarına reklam satışı yapıyoruz. Ve tabii 2016'nın son çeyreğinde BIC Angels'tan aldığımız yatırım var bir de.

**2015'in Mayıs ayında kurulan CEOtudent için henüz genç bir oluşum diyebiliriz. Peki, bu genç oluşumun gelecek üzerindeki hedefleri ve beklentileri nelerdir?**

Özellikle Mart ayında lansmanını gerçekleştireceğimiz yeni yüzümüzle, genç ve başarıyı hedeflemiş insanlara daha interaktif bir dijital deneyim sunarak onlara hayat yolunda bir başarı rehberi olmak istiyoruz.



### Günümüzde sosyal medyanın hayatımızdaki etkisi yadsınamaz ölçüde fazla. Özellikle bu işin mutfağında olan sizler, durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bir dönem sosyal medyayı çokça konuştuk, dinledik, deneyimledik. Fakat artık yeni teknolojilerle sosyal medyayı yorumlamak gerekiyor. IoT (Internet of Things), VR (Sanal Gerçeklik), AR (Arttırılmış Gerçeklik), Wearable Tech (Giyilebilir Teknoloji) gibi kavramlar giriyor hayatımıza. Sosyal medyayı artık bu teknolojiler üzerinden yorumlamak gerekiyor bana kalırsa.

### Sanal dünyanın penceresinden oldukça büyük bir dünyaya bakıyoruz aslında. Sanal çerçevede yaratıcılığı verimli kullanma adına verebileceğiniz tavsiyeler nelerdir?

Yeni dünyayı sürekli takip etmek gerekiyor. Bir önceki soruda bahsettiğim kavramlarla içli dışlı olmak, bu kavramları gündelik sohbetlerimize dâhil etmek gerekiyor. Bunun dışında yeni nesil programlar bir hayli önem

taşıyor. Yeni programlar size yeni beceriler kazandırıyor. Ortaya bir ürün koymak için neye ihtiyacınız var? Yazılıma mı? Donanıma mı? Tasarıma mı? Bunun için hangi programlar kullanılıyor, araştırıp hemen öğrenmeye başlamak gerekiyor.

### Röportajımızın son bölümünde CEOtudent olarak eklemek istediğiniz bir şey var mı?

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Kulübü'ne ve BEYOND Der-gisi ekibine bu keyifli sohbet için çok teşekkür ederiz. Sevgiler...

Bu keyifli röportaj ve samimi cevaplar için başta Yağmur Avvurur olmak üzere bize zaman ayıran tüm CEOtudent ekibine teşekkür ediyor ve yaratıcılığının peşinden gidebilecek her ruha ilham olmalarını gönülden ümit ederek başarılarının devamını diliyoruz.

**Ayşe Nur Kasap**  
Uluslararası İlişkiler

# Alavara: Bir İzmir Klasığı

Alavara... İzmir'de herkesin aşına olduğu, sıcak, cana yakın insanlar ile dolu, güzel anılara ev sahipliği eden, popüler bir makarnacı. Başarılı bir girişimcilik örneği ve İzmir'de yerel bir marka olmayı başaran bu mekânın hikâyesini, geçmişini ve bugünlere nasıl geldiğini öğrenmek için Kıbrıs Şehitleri Caddesi'nde bulunan Can Yücel Sokağı'ndaki yerine gittik. İşletmenin kurucusu ve şu anki sahibi Mehmet Karakurt ile görüşüp, ona, bu konu ile ilgili kısa bir röportaj yapabilir miyiz diye, sorduk. Kendisi bu isteğimizi memnuniyetle kabul etti ve demli iki çay eşliğinde röportajımız başladı.



İlk olarak, Alavara'nın ne zaman kurulduğunu, yani bu işe ne zaman başladıklarını sorduk. İlk olarak 2003'te projelendiğini, ertesi yıl ise resmileştiğini ve o tarihten beri hizmette olduklarını söyledi kendisi. Hemen sonra, Alavara'yı kurmalarının arkasındaki nedenleri sorduk Mehmet Ağabey'e. "Emekli olduktan sonraki süreçte, iki çocuğumdan birisinin üniversiteye, diğerinin ise derhane-ye başlaması, Alavara'nın kurulmasının temel nedeni." dedi ve ekledi. "Tek kişinin emekli maaşı ile bunları karşılamak mümkün değildi, onların eğitimini karşılamak ve geleceklerini güvence altına almak için Alavara'yı kurduk."

Bu sorunun cevabını aldıktan sonra, birçok kişinin de merak ettiği bir soruyu yönelttik Mehmet Ağabey'e. Alavara isminin anlamını ve neden bu ismi tercih ettiklerini sorduk. "Şimdi biliyorsun bu sokağın adı Can Yücel Sokağı, Alavara da Can Yücel'in aynı adlı kitabında bir şiirin adı ve ayrıca Datça'da bir semtin adı. Can Yücel'i ölümünden önceki son senesinde tanıdık. Kendisi bizim partimizin milletvekili adayı idi. Kendisi ile kanserle, ölümle iç içe olduğu dönemlerde yakınlık kurduk. Hem onunla bir gönül bağı kurmak ve onun adını yaşatmak hem de zaten adının verildiği sokakla bütünleşip onunla içselleşmesi için Alavara isminde karar kıldık ve bu ismi koyduk." dedi Mehmet Ağabey, çayını yudumlarken.

Bu uzun ve anlamlı cevabı aldıktan sonra, Alavara'nın ilk zamanları ile ilgili bir soru yönelttik Mehmet Ağabey'e.

"Başlangıçtan beri makarna ve mantı mı yapıyordunuz yoksa başka yemeklerinizde var mıydı önceden?"

"Başlangıçta turşu, turşu suyu ve katı meyve suları ile başladık bu işe biz. İlk yedi sekiz ay böyle devam etti. Sonra kuru fasulye, pilav, menemen ile devam ettik. Arkasından makarna geldi. Şu an sadece makarna ve mantı yapabiliyoruz mutfağın yetersizliğinden dolayı." dedi kendisi.

Hemen ardından makarnaya yönelik sorularımızdan ilkinin sorduk.

"Şuan makarnalarınızda yalnızca tek bir sos kullanıyorsunuz. Bunun bir sebebi var mı?"

Mehmet Ağabey "Bu bizim özel yaptığımız bir sos, özel baharatları karıştırıp ürettiğimiz bir sosumuz ve bu sos ile tek çeşit makarna kullanıyoruz. Kullandığımız yassı spagettiye uygun bir sos olduğu için bu sosu yaptık, tercih ettik ve bu sos dışında başka bir sos kullanmayı düşünmedik." diyerek cevapladı sorumuzu.

Ardından yaşadıkları zorlukları sorduk kendisine.

"Ne gibi zorluklar ile karşılaştınız bugüne kadar?"



Lafa "İzmir'de, hele ki Alsancak gibi bir yerde var olmak gerçekten çok zor." diyerek girdi. "Aslında çektiğimiz zorluklar bu sistemin kendisiyle ilgiliydi. Çok küçük bir mekânla başladık. Sokağımızdaki diğer esnafarla çatışma içerisine girdik zaman zaman. Tehditler aldık. Çünkü doğru yerde, doğru şeyler yapıyorduk ve olması gereken şeyleri yapıyorduk. Doğru yerde doğru şeyler yapıyorsan, o yerde mutlaka karşında duracak insanlar çıkacaktır." diye ekledi Mehmet Ağabey. Bu kadar büyümesini ve popülerleşmesini de hedef kitlesine bağladı.

"İlk hedef kitemiz lise öğrencileriydi. Sonra üniversitelilerle tanıştık. Hedef kitle onlar olduğu için onların seveceği, aynı zamanda da ceplerini koruyacağı bir seçenek sunduk ve onunla devam ettik." dedi kendisi ve zaten burada çalışanların büyük çoğunluğunun da öğrenci olduğunu ve bu öğrencilere burs verdiğini ekledi. Önceliklerinin dayanışma ve paylaşım olduğunu ve bu işi ticari kaygı olmadan yürüttüklerini belirtti.

Kendileri gibi bir girişimde bulunacak, yemek üzerine bir işletme kuracak olanlara bir önerileri var mı, diye sorduk Mehmet Ağabey'e.

"Bu işe ticari bir bilgi birikimi ile

girdiğimi söyleyemem. Paylaşımçı ve hoşgörülü davranarak, ticari kaygıyı öteleyerek, insan ve hoşgörü öğelerini öne çıkararak başardığımı, bugünlere geldiğimi düşünüyorum." dedi. Son olarak, gelecekte yeni açılacak yeri ile bu başarıyı devam ettireceğini ve eskiden yaptığı yemekleri tekrar yapmaya başlayacağını söylemek istediğini belirtti.

Bu uzun sohbet tadında röportajımızda, bize zaman ayırmaktan mutluluk duyduğunu ve en kısa sürede misafir etmek istediğini belirten Mehmet Karakurt'a, ekibine ve Alavara'ya teşekkürü borç bilip başarılarının devamını diliyoruz.

### **Olgun Şiyar Kurt**

Uluslararası İlişkiler 1. Sınıf

# ORTADOĞU SORUNLARININ TÜRKİYE'YE ETKİLERİ

Irak ve Suriye yüzyıllardır Türkiye'nin dış politikasını etkileyen komşularından olmuştur. 5 Haziran 1926 tarihinde, Türkiye ve Irak arasındaki siyasi sınırları belirlemek ve komşuluk ilişkilerini düzenlemek amacıyla imzalanan Ankara anlaşmasıyla başlayan ve Hatay krizi, su sorunuyla devam eden Irak ve Suriye'yle olan ilişkilerimiz, Ortadoğu politikalarımızı şekillendirmiştir. Son dönemlerde süregelen Suriye iç savaşı ve Irak'la olan ilişkilerimiz ve tirmanan Ortadoğu gerilimi dış politikamızın bugünkü halini almasını sağlamıştır.

Irak'taki savaş ortamı 20 Mart 2003'te Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere'nin önderliğinde oluşturulan Çokuluslu Koalisyon Kuvvetleri'nin bölgeyi özgürleştirmek amacı altında bir askeri harekatta Irak'a girmesiyle başlamıştır. Bu işgaller koalisyon ülkelerince "Irak'ı Özgürleştirme Operasyonu" olarak da adlandırılır. İşgalin belirlenen amaçları; Saddam Hüseyin rejimini bitirmek, kitle imha silahlarına ulaşmak, bölgedeki terörist grupları tasfiye, petrol altyapısını güvenceye almak, Irak'ı Ortadoğu ülkelerine model yapmak gibi bir dizi eylemleri içeriyordu. İşgalin başlamasından kısa süre sonra düzenli Irak Ordusu yenildi, sonuç olarak Saddam Hüseyin yakalanarak idam edildi. Bu olaylardan sonra Irak'ta çeşitli silahlı gruplar ve tarihten gelen direnişçilerle koalisyon güçleri arasında bir asimetrik savaş başlamıştır. Ağustos 2008'de Irak'la ABD arasında SOFA (Status of Forces Agreement) antlaşması tasarlandı. Bu antlaşmaya göre ABD'nin 5 yıl içinde Irak'tan tamamen çekileceği, 10 yıllığına, savunma ve içişleri bakanlığı gibi bazı bakanlıklar ile istihbarat gibi stratejik noktaların ABD gözetimine bırakılacağı, ABD'nin Irak'ta özel cezaevleri olacağı, ABD askerlerinin Irak'tan terörist grupları destekleyen herhangi bir ülkeye operasyon düzenleyebileceği gibi maddeler yer alıyordu. Antlaşma 2008'in sonlarına doğru yürürlüğe girdi. Ancak dönemin ABD başkanı Barack Obama, 21 Ekim 2011 tarihinde yaptığı açıklamayla, ABD askerlerinin 31

Aralık 2011'e kadar geri çekileceğini duyurdu. 15 Aralık 2011'de, Bağdat'ta bulunan son Amerikan Üssü'ndeki bayrakların da indirilmesiyle, savaş resmen sona ermiştir.

Savaşın bedelini en ağır ödeyenler Iraklılar oldu. Irak Endeksi'ne göre 115.000 civarında Iraklı sivil, savaş nedeniyle doğrudan ya da dolaylı yoldan hayatını kaybetti. Bu tahmini bir sayı olmakla beraber, gerçek bilanço on binlerce daha fazla insan olabilir. Başka kaynaklarda bu sayı 600.000'e kadar çıkabiliyor. Buna ek olarak Haziran 2003'ten 2011 sonuna kadar, Irak güvenlik güçleri toplamda 10.000'den fazla kayıp verdi. 2005 ve 2007 yılları arasında her ay 200-300 civarı Irak askeri veya polislerinin hayatını kaybettiği kaydedildi. Ayrıca savaş sırasında çok sayıda ABD ve koalisyon güçleri de hayatını kaybetti. Sekiz yılda Irak'ta en az 4487 ABD'li ve 318 diğer ülkelerden asker öldü, 32.226'dan fazla ABD askeri görev sırasında ciddi şekilde yaralandı. Yaklaşık 5000 koalisyon gücü hayatını kaybetti. Ayrıca UNHCR(The UN Refugee Agency) Nisan 2008 tarihli verilerine göre, 4.7 milyon Iraklı yer değiştirdi (Irak nüfusunun %16'sı), bunların iki milyonu komşu ülkelere sığındı. Kızıl Haç, Mart 2008'de, Irak'taki insani durumu "dünyada diğerlerine göre en kritiği" olarak tanımlamıştır.





ABD'nin 2003'ten beri varlığı bölgede gruplar arasında yaşanabilecek olan çatışmaları engellemekteydi. ABD'nin bölgeden çekilmesiyle beraber bölgede bir güç boşluğu oluştu. Bölgede oluşacak boşluğun Türkiye açısından en önemli sonucu bölgedeki Kürt grupların doğacak boşluktan faydalanarak kuzeyde bağımsız bir Kürt devleti kurma ihtimaliydi. Türkiye için özel olarak, Kuzey Irak'ta bağımsız bir devlet oluşumu dikkate alındığında, kısa ve orta vadede böyle bir ihtimal hukuki anlamda tartışılmaz. Türkiye'nin Kürt vatandaşlarına gerekli sosyo-kültürel hakları tanınmasıyla hukuki bağlamda Türkiye'nin etkilenmeyeceğini söylemek mümkündür. Günümüzde Irak'la Türkiye arasında hala çözüme kavuşmamış belli başlı sorunlar vardır. Bunlar arasında en önemlilerden biri su sorunu olmuştur. Fırat ve Dicle Nehirleri, Irak'ın bir diğer önemli coğrafi unsurlarını oluşturmuştur. Türkiye'nin doğusunda doğan Fırat, Suriye üzerinden Irak'a girer. Dicle de tıpkı Fırat gibi Türkiye'den doğar ve Irak'a girer. Bu iki nehir Irak'ın güneyinde birleşerek Şattü'l-Arab Suyolu'nu oluşturur. Sorunun tarihçesi, Türkiye'nin Fırat üzerine yaptığı ilk baraj olan Keban'ın inşasına kadar uzanmaktadır. Bu tarihe kadar Türkiye'nin Fırat ve Dicle üzerine yapılmış herhangi bir tesisi yoktur.

Keban'dan sonra Türkiye'de Fırat ve Dicle üzerinde toplam 21 baraj ve 19 hidroelektrik santralini kapsayan GAP (Güneydoğu Anadolu Projesi) gündeme geldi. Irak ve Suriye suyun miktarının azalacağı ve sulama sularının drenajı nedeniyle kalitesinin düşeceği gerekçesiyle projeye karşı çıktılar ve sorunu Arap Birliği Zirvesi gibi uluslararası platformlara taşıdılar (Uluatam,1998:68). Fırat ve Dicle sularının kullanımı konusunda taraf ülkeler arasında bugüne kadar iki adet protokol imzalanmıştır. Bunlardan ilki 1946'da Irak'la imzalanan "Dicle ve Fırat kolları sularının düzene konması" protokolüdür. Burada amaç, ırmakların su akışını düzenlemek ve su baskınlarını engellemek için işbir-

liği yapmaktır (Denk, 1997:35). Fırat üzerine Türk barajları inşa edilmeden önce su baskınları Irak'a büyük zararlar vermektedir. İkinci protokol ise 1987'de, Atatürk barajı doldurulmaya başlanmadan önce, Suriye ile imzalanmıştır. Bu protokole göre Türkiye, Atatürk Barajı rezervuarının doldurulması sırasında ve Fırat suları konusundaki nihai tahsise kadar Suriye sınırından yıllık ortalama 500 m<sup>3</sup>/sn su bırakmayı taahhüt etmiştir. Bu arada Türkiye 1990 Ocak'ında, Atatürk Baraj Gölü'nü doldurmak amacıyla, Fırat'ın sularını 1 ay süreyle tamamen keseceğini duyurdu. Bu kesinti bazı yorumculara göre PKK'ye destek veren Suriye ve Irak'a bir gözdağı anlamını da taşıyordu. Kesintinin başlamasından sonra, beklenmedik bir şekilde, yıllardır düşman olan Suriye ve Irak Türkiye'ye karşı birleşti. Ortak kınama açıklamaları yapıldı, hatta Türk baskısının artması durumunda yapılabilecekler için gizli askeri görüşmelerde bulundular (Bulloch, Darwish,1994:61). Suriye, Irak ve Türkiye'nin bugün Fırat ve Dicle üzerindeki su taleplerinin toplamı, bu ırmaklarının mevcut kapasitesinden fazla tutmaktadır ve bu haliyle herkesin talebini karşılayacak bir paylaşım mümkün gözükmemektedir. Bu üç ülkenin paylaşım konusunda ileri sürdükleri tezleri ele alalım.

#### **a) Suriye'nin tezleri**

Suriye, Dicle ve Fırat'ın sınır aşan değil, uluslararası sular kategorisinde bulunduğunu ve bu nedenle kıyıdaşlar arasında paylaşılması gerektiğini öne sürmektedir. Burada, bir matematiksel formüle dayanarak payların hesaplanmasını önermektedir. Ayrıca Türkiye'nin, suyu siyasal baskı amacıyla kullanmak istediğini savlamakta ve sorunun uluslararası kuruluşlar hakkemliğinde çözülmesini talep etmektedir. Suriye ayrıca GAP'ın Fırat'ın sularında kirlenme ve tuzlanmaya yol açarak suyun kalitesini düşürdüğünü savunmaktadır (Denk, 48).

#### **b) Irak'ın tezleri**

Irak'ın öne sürdüğü en önemli tez kazanılmış tarihsel haklar üzerinedir. Irak, yüzyıllardır Mezopotamya böl-

gesi insanı tarafından kullanılan Fırat ve Dicle sularının kullanımının artık kazanılmış bir hak olduğunu ve Türkiye tarafından kısıtlanamayacağını öne sürmektedir. Irak ayrıca Suriye gibi 1987 protokolünün geçerliliğini yitirdiğini ve Türkiye'nin Fırat'tan bıraktığı su miktarının yeniden saptanması gerektiğini savunmaktadır (age:49).

### c) Türkiye'nin tezleri

Türkiye'nin su sorununun çözümü amacıyla yaptığı öneriler şöyle sıralanabilir:

- Sorunun uluslararası platforma taşınmak yerine üç ülke arasındaki görüşmelerle çözülmesi.
  - Ülkeler arasındaki görüşmelere Asi nehri de dâhil olmak üzere bölgedeki bütün su kaynaklarının dâhil edilmesi.
  - Dicle ve Fırat'ın tek bir havza gibi ele alınması, gerektiğinde bu iki nehir arasında su nakli olasılığının göz önünde tutulması.
  - Kurulacak ortak bir teknik komitenin 'Üç aşamalı plan' dâhilinde çalışmaya başlaması.
- Türkiye'nin üç aşamalı planı şu şekildedir: İlk aşamada Fırat ve Dicle havzasındaki su kaynaklarının bilimsel yöntemlerle envanteri çıkartılmalıdır. Daha sonra ilgili ülkelerde toprak

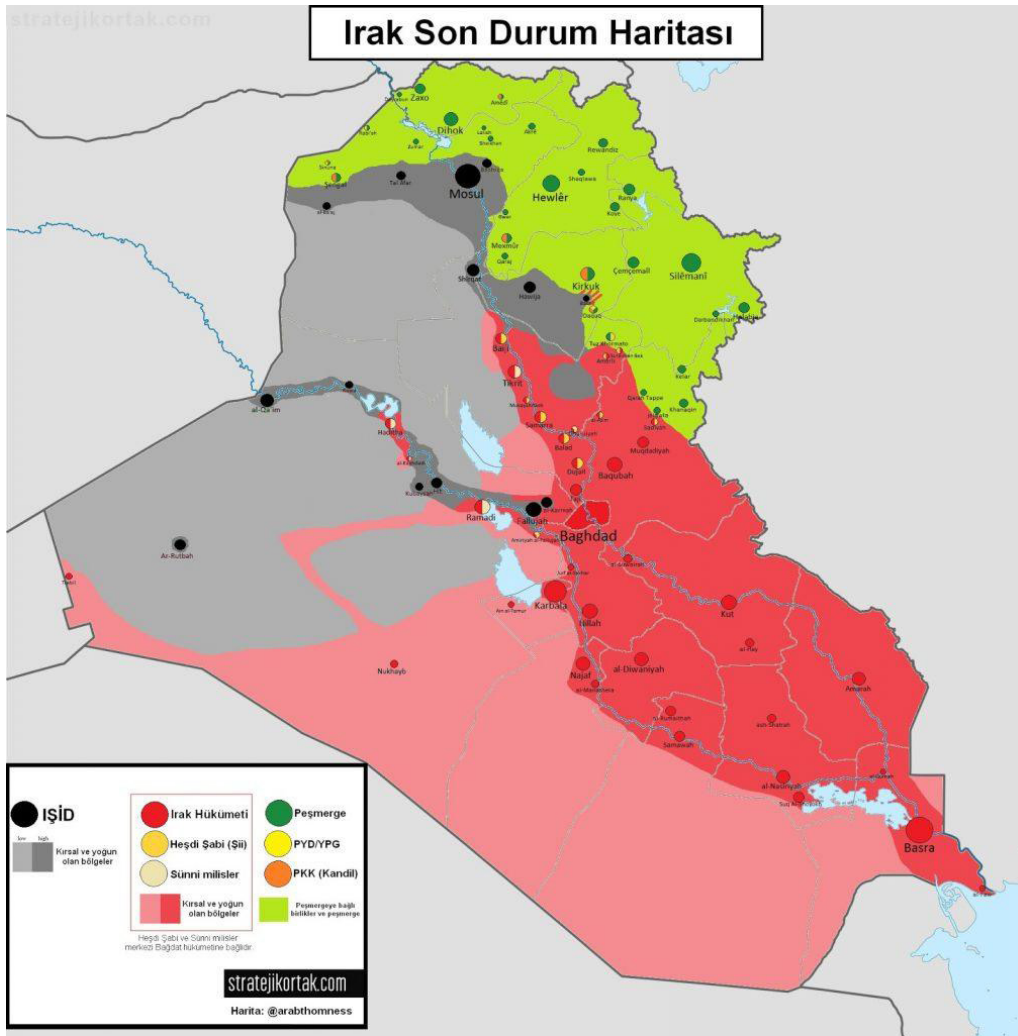
sınıflandırması yapıp su gereksinimleri saptanmalıdır. Son aşamada ise bu bilgiler ışığında su tahsisi yeniden düzenlenmelidir (Uluatam,1998:69). Türkiye'nin bu önerileri, çeşitli gerekçelerle Suriye ve Irak tarafından reddedilmiştir. Bugün tamamen farklı tezler öne süren ülkeler arasındaki anlaşmazlık sürmektedir. Suriye, özellikle Asi nehrini tartışmanın tamamen dışında bırakmaya özen göstermektedir. Çünkü Suriye, Asi'nin Türkiye'ye geçtiği Hatay'ı hala Türk toprağı olarak tanımamakta ve kendine ait olarak kabul etmektedir (Bulloch, Darwish,1994:63). Irak Savaşı'nın ardından bölgede farklı etnik gruplar arasında bir iç çatışma hali oluşmaya başlamıştı. Özellikle 2014'te, IŞİD'in Musul'a saldırmasıyla birlikte, bölgede ciddi anlamda bir iç savaş hali oluşmuştur. Bölgede etkin olan grupları tanıyalım.



## BÖLGEDE KİM KİMDİR ?

**IŞİD**(Irak-Şam İslam Devleti): Ağır-  
lıklı olarak Irak ve Suriye'de etkinlik  
gösteren, bölgede hilafet devleti  
kurmak amacıyla güvenlik güçlerine  
ve sivillere karşı eylemler yapan, yasa  
dışı, silahlı ve ele geçirdiği topraklar-  
daki meşruluğu hiçbir ülke tarafından  
tanınmayan sefeli cihatçı örgüt. Pet-  
rol kaynaklarına yakınlığı nedeniyle  
dünyanın en zengin yasa dışı silahlı  
örgütleri arasında sayılmaktadır.  
**Haşdi Şabi**(Halk Seferberlik Güçleri):  
IŞİD'in 2014'te Musul'u ele geçirmesi  
ardından, Iraklı farklı milis güçlerinin  
bir araya gelmesiyle kuruldu. Musul  
saldırısı ardından, Irak'ın Şii dini lideri

dan destekleniyor. Bununla birlikte  
Haşdi Şabi'nin tam olarak hükümetin  
kontrol altında olmadığı düşünülüyor.  
**PYD/YPG**: 2003 yılında, Kürtler ta-  
rafından Suriye'nin kuzeyinde kurul-  
muş bir siyasi partidir. Günümüzde  
hala faaliyet göstermektedir. Lideri  
Salih Müslim'dir. Askeri kolu yaklaşık  
65,000 kişiden oluşan Halk Koruma  
Birlikleri(YPG)'dir.  
**PKK**: Türkiye'nin doğu ve güneydo-  
ğusu, Irak'ın kuzeyi, Suriye'nin ku-  
zeydoğusu ve İran'ın kuzeybatısını  
kapsayan bölgede devlet kurmayı  
amaçlayan ve bu amaçla söz konusu  
toprakların Türkiye sınırları dahilinde  
kalan kısmına sahip olabilmek için



Ayetullah Sistani tüm Irak halkına  
hitap eden tarihi bir fetva yayımladı.  
Söz konusu fetvada Sistani, Irak'ta eli  
silah tutan herkesi ülkelerini savun-  
maya ve kutsal mekânlarını koru-  
maya çağırdı. Bu fetvanın ardından,  
farklı milis güçleri Haşdi Şabi çatısı  
altında bir araya geldi. Haşdi Şabi,  
Bağdat hükümeti tarafından doğru-

askeri hedeflere, köy korucularına ve  
sivillere karşı stratejik ve sansasyonel  
eylem yapan, yasa dışı, bölücü ve  
silahlı örgüt.  
**Irak Bölgesel Kürt Yönetimi**(Peşmer-  
geler): yaklaşık 40.000 km<sup>2</sup>'den olu-  
şan; Batı'da Suriye'ye, Doğu'da İran'a  
ve Kuzey'de Türkiye'ye komşu olan,  
Irak Federasyonu'na bağlı anayasal  
düzeyde varlığı olan özerk bir böl-

gedir. Bölgesel yönetiminin başkenti Erbil'dir . Bölgesel sınırlar içerisindeki güncel nüfus 5 milyonun üzerindedir. Resmî dilleri Kürtçe ve Arapçadır. Peşmergeler, ilk kez tarih sayfasında ortaya çıkmış bağımsızlıkçı Kürt hareketinin silahlı bir birimidir. Irak Hükümeti: Irak hükümetinin başkenti Bağdat'tır. Resmî dilleri Arapça ve Kürtçe olup parlamenter cumhuriyetle yönetilmektedir. Şu anki cumhurbaşkanı Fuad Masum, başbakanı Haydar el-Abadi'dir. Irak Silahlı Kuvvetleri, Irak'ın iç ve dış güvenliğini sağlamak; ülkeyi havadan, karadan ve denizden korumak amacıyla 1921 yılında kurulan ve günümüzde faaliyet gösteren silahlı kuvvettir.

Günümüzde bölgedeki en büyük tehdidi IŞİD oluşturmaktadır. 2015 yılı verilerinde IŞİD, Irak'ın yaklaşık %40'ına sahipken, 2016 yılına gelindiğinde %14'lere kadar düşmüştür. Irak'taki savaşta IŞİD'e karşı Irak Bölgesel Kürt Yönetimi ve Irak Hükümet güçleri beraber savaşıyor. IŞİD Türkiye için de tehlike arz ediyor. IŞİD'in Türkiye'de gerçekleştirdiği ilk önemli eylem Reyhanlı Saldırısı olmuş, IŞİD sorumluluk üstlenmiş ve Türkiye'yi tehdit etmiştir. Ocak 2014'te Türkiye, IŞİD'i Suriye hava sahasına girerek vurmuştur. IŞİD, Musul'u ele geçirdiğinde Türk konsolosluk çalışanlarını rehin almış ve 2014 Türkiye Musul Başkonsolosluğu saldırısı sonrası, Türkiye ile uzun süren pazarlıklar sonucu Türk rehinelere serbest bırakmış, 21-22 Şubat 2015 tarihlerinde Türk Silahlı Kuvvetleri Suriye sınırını geçerek Süleyman Şah türbesinin yerini değiştirmiştir. IŞİD ile herhangi bir çatışmaya girilmemiştir. Irak'ta başlayan IŞİD krizi, IŞİD'in Suriye'deki yerleri de ele geçirmesi ve Suriye iç krizinin artmasıyla Türkiye Ortadoğu politikası Suriye üzerine yoğunlaşmıştır.

## **SURİYE SORUNU VE TÜRKİYE'YE ETKİLERİ**

15 Mart 2011 tarihinden bu yana süregelen Suriye iç savaşı, dünyanın pek çok yerinde etkisini göstermiştir. Bu etki ülkemize de çeşitli ekonomik, sosyal ve siyasi etki şeklinde görülmektedir. Öncelikle bölgede kimin kim olduğunu anlamak ve dış politikada neden, nasıl, niçin veya hangi yolun izlendiğinin anlaşılması gerekmektedir.

## **BÖLGEDE KİM KİMDİR?**

Suriye'de 2011'den bu yana farklı muhalif gruplar hem birbirleriyle, hem de Şam rejimine karşı savaşmaktadır. Farklı ideolojileri benimseyen grupların çıkarları ve hedefleri muhalif grupları da birbirine düşürmüştür. Savaşın mezhepsel olup olmadığına dair çeşitli görüşler vardır. Ana hatlarıyla çatışma halinde olan taraflar şöyledir:

### **1. ESAD REJİMİ**

2011 yılında bölgede başlayan isyan sonucu Esad, ordunun bölge halkına ateş açmasını emretti. Böylece ordu ve Suriye halkı arasında bir savaş başlamış oldu. Çatışmalar daha büyük bir boyut kazandığında ise kendi halkıyla çatışmak istemeyen bazı askerler ordudan ayrıldı ve 2013 yılında ordudaki asker sayısı neredeyse yarı yarıya düştü. Esad'a Rusya, İran ve Hizbullah Milisleri tarafından destek verilmektedir. Bölgede en yüksek hava kuvvetlerine sahip güç Şam rejimidir.

### **2. MUHALİF GRUPLAR**

**IŞİD:** Işid (Irak-Şam İslam Devleti) Amerika Birleşik Devletleri'nin Irak'tan çekilmesinin ardından Suriye'deki isyanlardan doğan kaos ortamını fırsat bilerek oluşmuştur. Selefi cihatçı örgütün amacı, bölgede bir İslam devleti kurmaktır. Dünya'nın pek çok yerinde katliamlara yol açan örgüte askeri müdahaleler Türkiye tarafından da sürdürülmektedir.

**KÜRT BİRLİKLERİ:** Bölgede dikkat çeken iki Kürt birliği PYD ve YPG'dir. YPG, PYD'nin silahlandırılmış halidir ve ABD tarafından desteklenmektedir. ABD'nin YPG'ye hava saldırıları, lojistik ve silah sağladığı gözlemlenmiştir. Ancak YPG'nin PKK ile olan bağlantısı Türkiye'nin bu konuda katı bir yol izlemesine sebebiyet vermiştir. Rusya ise her ne kadar basın tarafından izlediği yolu değiştirecek gibi gösterilse de, PYD'ye destek vermektedir.

**ÖZGÜR SURİYE ORDUSU:** 2011 yılında, Esad rejimini devirmek amacıyla, Hatay-Türkiye komuta merkezli olarak kurulmuştur. Üyelerinin çoğu, isyanlar sırasında halkına karşı çatışmak istemeyip ordudan ayrılan askerlerden oluşmaktadır. Resmî internet sitesine göre hedefleri, Esad rejiminin tiranlığından Suriye ve



Suriyelilerin korunup kurtarılmasıdır. Türkiye destekli örgütün Hatay, Adana ve Gaziantep'te gizli askeri eğitim kampları bulunmaktadır.

**FETİH ORDUSU:** Muhalif grupların bir araya gelmesiyle oluşan gruptur. Rejim güçlerine karşı başarı kazanmak amacıyla oluşturulan grup Türkiye, Katar ve Suudi Arabistan gibi ülkelerin desteğini almaktadır.

### **SIĞINMACI SORUNU VE TÜRKİYE'YE ETKİLERİ**

Yaşananların ekonomik, siyasi ve sosyal yönleri de ülkemiz açısından oldukça önemlidir. Zorlu yaşam koşullarından ve çatışmalardan dolayı ülkelerini terk etmek durumunda bırakılan Suriye halkı; Türkiye, Ürdün, Lübnan ve Irak gibi komşu ülkelere sığınmıştır. Çatışmalar arttıkça mülteciler daha büyük gruplar halinde gelmeye başlamışlardır. Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı'nın yaptığı açıklamalara göre, ülkemizde 26 kampta 300 bin insanın bakımı üstlenilmektedir. Ancak Türkiye'de yaşayan 2 milyon 750 bin sığınmacı olduğu ve bunların kamplar dışında hayatlarını sürdürdükleri yansıtılmıştır. Birleşmiş Milletler'in rakamlarına göre ise Türkiye'de 1 milyon 165 bin 279 mülteci bulunmaktadır. Mülteci sorunu, ekonomik, siyasal ve toplumsal boyutunun yanında, güvenlik ve uyum meselesi haline de gelmeye başlamıştır.

**Ekonomik Etkiler:** Her ne kadar kira fiyatlarındaki ve işsizlik oranındaki artış iki kötü argüman olarak sunulsa da, aslında, Suriyeli sığınmacıların ülkemizde var olmasının ekonomik anlamda iki yönlü olduğu görülmüştür. Mültecilere yapılan gıda, giyim vb. yardımlar, yerel firmalardan sağlanmaktadır ve bu da yerel halkın kazanmasına yol açmaktadır. Sığınmacıların Türkiye'ye yatırım yapması ve Suriyeli sığınmacılar tarafından

yürütülen küçük işletmelerin ülke ekonomisine katkısı yadsınamaz boyutlardadır. Buna karşılık, yerel esnaf işinin elinden alındığını düşünmektedir. İşini herhangi bir sebepten de olsa kaybeden yöre halkı, sebebinin Suriyeli sığınmacılar olduğunu düşünmektedir. Bunun sebebi ise sığınmacıların kaçak ve ucuz işçi olarak çalıştırılmasıdır.

**Sosyal Etkiler:** Özellikle sınır illerimizde büyük bir uyum sorunu yaşanmaktadır. Dil, kültür, eğitim ve yaşam biçimi farklılıkları bütünleşmeyi engellemekte ve hatta engellemektedir. Bunun yanında ülkedeki kamp dışında yaşayan sığınmacılar, ucuz bir yol olduğu için, çarpık kentleşmeye de yol açmaktadırlar.

**Siyasi Etkiler:** Yaşanan uyum sorunu, güvenlik sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Sığınmacılar ve yerel halk açısından bölge, provokasyona ve şiddete oldukça müsait bir ortama sahip olagelmıştır. Herhangi bir sığınmacının katılacağı bir eylem, yöre halkı açısından tüm Suriye halkına olan bakış açısını değiştirecektir. Ayrıca sığınma yoluyla Türkiye'ye karşı eylem yürüten birtakım şahıs/grupların da ülkeye giriş yapması birer endişe nedeni niteliğindedir.

Elbette ki yanı başımızda var olan savaşın ülkemize olan etkileri daha da genişletilebilir. Genişletildiği gibi çözüm önerileri de her alana dair arttırılabilir. Ancak, her ne kadar kısa süreli olacağı düşünülen mülteci sorunu uzamış olsa da, ülkemizin dış politikada attığı her adımda, ülke halkı biraz daha etkilenmektedir.

**İhsan Sevinç**  
**Erenay Umay Çınar**  
Uluslararası İlişkiler 1.Sınıf

# KÖLN

## BAŞKONSOLOSLUĞU

### STAJIM

#### Başvuru

İleride bakanlıklarda, özellikle Dışişleri Bakanlığı'nda görev yapmak isteyen öğrenciler için, başkonsolosluklarda ve büyükelçiliklerde staj yapmak, meslekle ilgili kafalarda oluşan soru işaretlerini gidermek için bulunmaz bir fırsat oluşturmaktadır. Bu stajla beraber, konsolosluk ve büyükelçilik çalışanlarının hayatlarının nasıl ilerlediğini ve buralarda yapılan işlemlerin neler olduğunu, ayrıca nasıl yapıldığını gözlemleme şansı yakalanabilmektedir. Bakanlıkla ilgili sorularınızı çalışanlara sorarak ilk elden bilgi edinebilmekteyiz. Bu staja yalnızca uluslararası ilişkiler bölümü öğrencileri değil; siyaset bilimi, kamu yönetimi, iktisat, işletme, maliye, finans, tarih, sosyoloji, halkla ilişkiler ve tanıtım, psikoloji bölümleri ile bu bölümlerden herhangi birinin müfredatında yer alan derslerin en az %80'ine sahip olan diğer bölümlerden ya da hukuk fakültelerinden öğrenciler de başvuru yapabilmektedir. (Yalnızca Türk vatandaşları bu staja başvuru yapabilmektedir.)

Staja başvuru süresi biraz uzun bir süreci kapsamaktadır. İlk önce yapmanız gereken, staj yapmak istediğiniz temsilciliğin mail adresine staj başvuru formu (Dışişleri Bakanlığı ana sayfasında mevcuttur), bir özgeçmiş ve kısa bir niyet mektubu göndermektir. Birçok temsilciliğe başvuru göndermek, kabul edilme şansınızı artıracaktır. Zaten bir temsilcilik tarafından staj işlemlerinizi başladığı takdirde diğer temsilcilikler için staj şansınızı kaybediyorsunuz ve bu stajı yalnızca bir defa yapabilmekteyiz. Staja kabul edilme şartlarını her temsilcilik kendisi belirlemektedir. Örneğin, Kiev Büyükelçiliği Rusça ve Ukraynaca dil zorunluluğu arıyor, Batum Başkonsolosluğu belirli bir genel not ortalamasına bakıyor ya da Frankfurt yüz yüze görüşme yapmayı teklif ediyor. Tarafından kabul edildiğiniz temsilcilik sizden birkaç evrak istiyor (yine bu evraklarda temsilcilik-

ten temsilciliğe değişmektedir), ancak her temsilcilik sizlerden "Güvenlik Soruşturma Belgesi" isteyecektir. Bu belgeyi noterlik yerine muhtarlıktan almanızı tavsiye ederim çünkü daha ekonomik oluyor. İstenilen belgeleri posta yoluyla ya da şahsen temsilciliğe iletmeniz gerekmektedir. Belgeleriniz temsilciliğe iletildikten sonra, gerekli incelemelerin yapılması için temsilcilik tarafından Dışişleri Bakanlığı'na iletilir. Maksimum dört ay süren güvenlik soruşturmasından sonra (en fazla süre alan kısım burası), Bakanlık tarafından temsilciliğe kabul edilip edilmediğiniz bildiriliyor. Temsilcilik tarafınıza kabul edildiğinizi bildirirse karşılıklı olarak tarih belirliyorsunuz. Buradan sonra ise size kalan, uçak bileti ve kalacak yer bulmaktır.

Bakanlık staj için herhangi bir ödeme yapmamakta, uçak biletini karşılamamaktadır. Bazı temsilcilikler belirli bir ücret karşılığında sizlere kalacak yer imkânı sunmaktadır. Benim ise tavsiyem, kabul edildiğiniz temsilciliğin olduğu şehirde ücretsiz iptal edilen bir rezervasyon yapmanız, Dışişleri Bakanlığı tarafından reddedilseniz bile kolaylıkla iptal edebilir ve erken rezervasyon yaptırdığınız için daha uygun fiyattan otel/daire bulabilirsiniz. Alternatif konaklama sitelerine bakmayı unutmayınız! Staj 2 ile 6 hafta arasında değişmektedir. Tavsiye edilen staj süresi ise 3 haftadır. Böylelikle temsilcilikteki her bölümde ve ataşelikte gözlem yapabilme fırsatı bulabilmekteyiz. Temsilcilikler resmi devlet daireleri olduğundan resmi kıyafetle gitmeniz gerekmektedir. Ayrıca temsilciliklerin çalışma saatleri bulunduğu ülkelere göre değişiklik göstermektedir.

#### Deneyimlerim

Ben staj için 40 farklı temsilciliğe başvuru yaptım ve ilk başlarda birçoğunda gerekli şartları yerine getiremediğim için reddedildim. Azerbaycan Büyükelçiliği tarafından

kabul edilmeme rağmen eksik belge gönderdiğim için Dışişleri Bakanlığı tarafından olumsuz cevap geldi. Litvanya ve Letonya'ya ise belgelerimi elden götürdüm. Yine buralardan da herhangi bir cevap alamadım. Tam umutlarımın sonuna geldiğim yerde ise Köln Başkonsolosluğu'ndan Ağustos ayında staj başvurumun kabul edildiğine dair mail aldım. Yeşil pasaportum olduğu için ertesi hafta Köln için kalacak yer ve uçak bileti ayarlayarak yola çıktım. Burada, başkonsolosluğa yakın bir yerde, Türk kökenli bir öğrencinin yanında kaldım. Ben staj süremi iki hafta olarak belirledim çünkü benim gittiğim dönemde Köln'de birkaç uluslararası etkinlik vardı ve konaklama ücretleri çok yüksekti.

Staj süresince çok güler yüzlü çalışanlar ve Muavin Konsoloslar tarafından karşılandım. Her zaman yardıma hazırlar ve sorunlarımı ellerinden geldiğince yardım ettiler. Stajda her gün bir bölümde bulunuyorsunuz ve buradaki işler size anlatılıyor. Staj süresinde stajyerlere önem arz eden işler verilmemektedir. Genel olarak gözlem yapmanız bekleniyor ve bazen basit işlemler için yardımınızı istiyorlar. Ben ilk gün nüfus bölümün-

de bulunmuştum. Burada çocuğun kayıt işlemlerinin nasıl yapıldığını gözlemliyorsunuz, ailelerin yeni doğan çocuklarını kaydetmedikleri durumlarda nasıl sorunların çıktığını ve nasıl düzeltildiğini görebiliyorsunuz. Tebligat bölümünde ise yurtdışında yaşayan vatandaşların, Türk mahkemelerinde görülen davalarının sonuçları bu bölüme gidiyor ve burada ki çalışanlar bu belgeleri vatandaşlara post alıyor. Vatandaşlık bölümünde ise Türk vatandaşlarının vatandaşlığını nasıl kaybettiğini, izinli çıkmanın nasıl olduğunu ve yabancıların vatandaşlığa nasıl kabul edildiğini gözlemleyebiliyorsunuz. Evlilik bölümü ise benim açımdan en kafa karıştırıcı olan bölümdü. Çünkü bir Türk vatandaşının, konsolosluğun bulunduğu ülke vatandaşı veya 3. ülke vatandaşı ile evlense dahi, bu bölümden evlilik ehliyeti ve doğum belgesini alması gerekmektedir. İki Türk vatandaşının nikâhı konsoloslukta kıyılabilir ancak taraflardan birinin Türk vatandaşı olmaması durumunda, nikâh temsilciliğinin bulunduğu ülke makamlarında kıyılır ve Türk vatandaşının bunu temsilciliklere bildirmesi gerekir. Noterlikte ise Türkiye'deki noterliklerde yapılan bütün işlemler yapı-





labilmektedir. Yurtdışında yaşayan Türk vatandaşları sıklıkla ülkeye gidip gelemedikleri için en çok iş yapan bölüm bu kısım. Pasaport ve vize bölümü ise beraber işlemektedir. Türk vatandaşları pasaport başvurularını buradan yapmaktadır ve yabancılar vizesini bu kısımdan almaktadır. Türkiye'nin vize politikasının çok karışık olmasından dolayı, her ülke vatandaşının vizesi farklı sürede çıkmaktadır. Son olarak askerlik bölümü ise erkek vatandaşların en uğrak yeridir. Yurtdışında yaşayan Türkler belirli şartları yerine getirdikleri takdirde dövizle askerlik yapabilmektedir ve bu işlemler de bu bölümde yapılmaktadır. Konsolosluk içerisinde bir de Dışişleri Bakanlığı'na bağlı olmayan, farklı bakanlıklara ait olan ataşelikler bulunmaktadır. Köln Başkonsolosluğu'nda bulunan ataşelikler ise;

Eğitim Ataşeliği, diplomaların denkliklerini sağlayan, Türkiye'den gelen öğrencilere rehberlik yapan birimdir. Eğitim Bakanlığı'na bağlıdır.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Ataşeliği, Türk vatandaşlarına ve Türk vatandaşlığından izinle çıkmış olanlara danışma niteliğinde hizmet sunmaktadır. Özellikle emeklilik, sigorta işlemleri ve haklarının neler olduğuyla ilgili Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı çalışanları tarafından bilgilendirilmektedir.

Sonuncusu ise Din Hizmetleri Ataşeliği, ataşelik Diyanet İşleri ile çalışır

ve başkonsolosluğun görev bölgesinde bulunan imamlardan sorumludur. Temsilciliklerin resmi dili Türkçedir. İşlem yapmaya gelen her vatandaş (ya da izinle vatandaşlıktan çıkanlar) işlemlerini yaptırmak için Türkçe konuşmalıdır. Çalışanlar Almanca bilmesine rağmen özellikle yeni nesilin Almanca konuşma ısrarına direnmektedirler.

Son olarak, temsilcilikler genel olarak saat 5'te mesaiyi bitirmektedir. Bu saatten sonra ise size bulunduğu şehrin tadını çıkartmak kalıyor. Ben Avrupa'nın en güzel şehirlerinden birinde staj yaptığım için kendimi çok şanslı hissediyorum. Sizlere tavsiyem, eğer temsilciliğiniz şehir merkezinde değil ise kalacağınız yeri merkez ile temsilcilik arasında bulunuz. Eğer temsilcilik merkezde ise şanslısınız ancak yine de kalacak yerinizi merkezden ayarlayıp daha yüksek ücretler ödemeyin. Stajla ilgili daha fazla sorunuz varsa veya başvuru süresinde yardıma ihtiyacınız olursa çekinmeden benimle iletişime geçebilirsiniz.

## **İbrahim Acar**

Uluslararası İlişkiler 4.Sınıf

ibrahimacar433@gmail.com



# YAZARLIK VE YAZMAK ÜZERİNE...

Herkese merhaba! Adım, Seray Çavlin Şentunalı. Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, ikinci sınıf öğrencisiyim. Üç yıldır İzmir'deyim ve bütün arkadaşlarım gibi derslerden yüksek puanla geçebilmek için savaş veriyorum. (Ne yazık ki her zaman işe yaramıyor. Bilirsiniz, bazen kimyanız ders konularıyla uyuşmayabilir.) Sadece derslerle yaşamıyorum tabii ki. Geçen sene hayata geçmiş olan, fakültemizin tiyatro kulübü, Tiyatro İşletme'de görev alıyorum ve güzide dergimiz Beyond'un bir üyesiyim. Okul dışında da birkaç şeyle uğraşıyorum; dublaj, seslendirme ve yazarlık.

Şimdi, bu yazıyı kaleme almamdaki asıl konuya dönelim; yazarlık ve yazmak.

Kitap okumayı seven herkes, bir dönem yazmayla da ilgilenmiştir. (En azından ben bu şekilde gözlemledim.) Ancak nedense, bir süre sonra uğraşmaktan sıkılınır ve yazmaya başlanılmış şey buruşturulup atılır veya yarım şekilde bırakılır. Ben bunun nedenini doğru konu seçmemeye bağlıyorum. Çünkü az önce verdiğim örneği ben de defalarca yaşadım. Bilgisayarım tamamlanmamış hikâyeler ve roman taslaklarıyla dolu. Bazen, yazabilmek için, gerçekten hissetmeniz gerekir. Bağ kurmanız, ana karakterin yerine geçmeniz, onun gözlerinden bakmanız... İşte o zaman, cümlelerin parmaklarınızdan nasıl yağ gibi kaydığını göreceksiniz.

2016 yazına kadar, her Temmuz ve Ağustos'umu, bir roman yazmaya başlayıp yaklaşık yirmi sayfa sonra yazmayı bırakarak geçirdim. Ancak geçtiğimiz yaz, başımın üzerinde bir ışık parladı ve artık somut bir şeyler istediğimi fark ettim. Yazdıklarımı sadece benim ve ailemin okuyor olması bir şey ifade etmiyordu, başkaları da okumalıydı. İşte buradan yola çıkarak, büyük bir kararlılıkla bilgisayarın başına oturdum ve daktilodan sonra ortaya çıkmış en mükemmel şeyle yazmaya başladım; Microsoft Word! Roman yazmak, her açıdan, hikâye yazmaktan daha zordur ve bunun en büyük nedenlerinden biri de sayfa

sayısıdır. Bence kaliteli ve yaratıcı bir roman yazabilmek için en az altı aya ihtiyaç var ve benim okul nedeniyle o kadar boş zamanım yok. Bunları dikte ederek, başlangıç olarak kendime çocuk kitabı yazmayı seçtim.



Yerel bir yayıneviyle anlaştıktan sonra, yaz süresince, üç adet çocuk kitabı yazdım. Bunlardan ikisi yayımlandı; "Uzaylı Kardeşler" ve "Kuşlara Özenen Fil". Bunlar, içlerinde kısa hikâyeler barındıran ve ilkokul 2, 3 ve 4.sınıflara hitap eden kitaplar. Anlaştığım yayınevi, bünyesinde bulundurduğu her yazar için ayrı okullarda imza günleri düzenliyor. Okul nedeniyle çok fazla katılamıyorum olsam da birkaç kez katılma fırsatım oldu. Gerçekten inanılmaz tecrübeler edindim. Benim için çocuk kitapları yazmanın en büyük artısı, hitap ettiğim kitle. Çünkü genel olarak fantastik ve bilimkurgu türünde yazıyorum. Bildiğimiz gibi son yıllarda bu türde yazılmış kitaplara yönelimde olağanüstü bir artış yaşanıyor. Aynı şey filmler için de geçerli. Sanırım, hepsi Harry Potter ile başladı. Hogwarts'ın eşi benzeri olmayan dünyasıyla... (Teşekkürler Rowling!) Öğretmenler ne kadar alakalıysa öğrenciler de o kadar okumaya hevesli oluyorlar. Bunları söyleşi yapmak için girdiğim sınıf ve salonlarda çok net bir şekilde fark edebiliyorum. Ancak yine de, işin en güzel yanı, yazdıklarınızın yüzlerce çocuk tarafından okunacak olması. Onların hayal dünyasının gelişmesinde rol oynamak... İleride yazar olmaya özendirmek, okuma sevgisi aşılamak...



Konuşmaya geldiklerinde, gözlerinde oluşan parlaklık tarif edilemez. Heyecanlı ve çok meraklılar. Galiba çocuk kitabı yazmayı en çok da çocukları sevdiğim için seviyorum.

Bu iki kitabım haricinde bir de çocuk kitabı serisine başladım. "Sonsuz Orman Serisi" ismini verdiğim ve henüz bünyesinde barındırdığı üç kitabı yayımlamadığım bu serinin hikâyesini de genel yayınevlerinden bahsederken anlatacağım. Kısa bir özet geçecek olursam, yerel yayınevleri benim gibi acemi yazarlar için biçilmiş kaftan. Çok daha ileriye ulaşmak için basılması gereken ilk basamaklar; bir nevi, hazırlık sınıfı.

Şimdi gelelim, Türkiye çapında faaliyet gösteren, D&R gibi mağazalarda bir çırpıda bulabileceğiniz yayınevlerine. İşin bu boyutu, yerel yayınevlerine göre çok daha zor. Yerel yayınevlerinde de bitmiş kitabınızı editöre yollayıp okumasını bekliyorsunuz ancak bu süreç büyük yayınevlerindeki kadar uzun değil. En fazla birkaç hafta içinde geri dönüş alıyorsunuz. Tabii ki yine, bu süreç içinde beğenmelerini dilemekten başka yapabileceğiniz bir şey yok. Ancak olumsuz cevap alırsanız bile umutsuzluğa kapılmayın, şansınızı deneyebileceğiniz yüzlerce yayınevi var Türkiye'de. Az önce bahsettiğim, "Sonsuz Orman Serisi" adını verdiğim çocuk kitabı serisi, söylediğim gibi üç kitaptan oluşuyor. Ancak bu üç kitaptan sadece biri basıma hazır halde, ikincisinin yaklaşık %70'lik kısmı tamamlanmış ve üçüncüsü henüz ortada yok.

Yazmış olduğunuz kitap Pegasus, Doğan Egmont, Beyaz Balina, Ephesus, Martı, Epsilon ve bunlar gibi geniş çapta faaliyet gösteren yayınevlerinden çıksın istiyorsanız, çet-

refilli yollardan geçecek olduğunuzu belirtmek isterim.

Her şey yayınevini aramanız veya mail yoluyla iletişim kurmanızdan sonra başlıyor. Çünkü her yayınevi yeni yazarları kabul etmiyor. Kitabınızı incelemeyi kabul ettiklerinden sonra da asıl kısma geçiyorsunuz; hazırlık ve bekleyiş. Öncelikle, her yayınevini kendi kuralları var. Kimi, tam ve basıma hazır dosyanızı Word dosyası olarak e-mail adresine göndermenizi istiyor, kimiye dosyanın çıktısını alıp posta yoluyla iletmenizi. Bazı yayınevlerinde editörlerin kendileriyle görüşme imkânı bulabiliyorken bazılarında işinizi sekreterlerle halletmeye çalışıyorsunuz.

Benim üzerinde çalıştığım seri 9-13 yaş grubuna hitap ettiği için, sadece çocuk kitabı üzerine yoğunlaşmış, o alanda adını duyurmuş yayınevleriyle görüşmelerde buldum. Çalışmanızı aynı anda birkaç yayınevine birden göndermek çok etik olmasa da yayınevlerinin sunduğu şartlar bazen bunu gerektirebiliyor. Örneğin, bazı yayınevleri inceleme için iki ay isterken bazıları beş ay istiyor. Her yayınevi için beş ay beklerseniz ve her seferinde de reddedilerseniz, doğru yayınevini bulana kadar birkaç yaş büyüyebilirsiniz. Bu nedenle ben, bazen etik olmayan yollara da başvurulabileceğine inanıyorum. (Henüz başvurmadım ama belki bir gün, kim bilir?)

Yayınevinden dönüş almak, eseri yollamak ve bekleme sürecine girmek dışındaki en büyük sorun; ün. Ülkemizde adını bir şekilde duyurmuş insanların kitap bastırabilmesi, ne yazık ki, duyuramamış insanlara göre daha kolay. Bunun en basit örneği de Wattpad. Wattpad, amatör yazarların, kitaplarını bölümler şeklinde yazıp yayımladıkları bir uygulama. (İnternet sitesi de var ama genelde telefonda daha etkin bir şekilde kullanılıyor.) Bu uygulama sayesinde, yazarlar hiç çaba sarf etmeden yayınevlerini ayaklarına getirtiyorlar. Çünkü okuyucu kitleleri var ve onların kitaplarını yayımlamak, adı hiç duyulmamış birininkine göre, yayınevi için çok kazançlı bir durum olur.

Bu nedenle, afili bir yayınevi tarafından reddedildiğinizde yılmayın. J. K. Rowling bile, kitaplarını yayımlatmak için birçok yayıneviyle görüşmek zorunda kalmış. Birçoğu tarafından reddedilmiş. Sanırım şimdi bu yayınevleri kafalarını duvardan duvara vuruyorlardır. Çünkü Rowling'in ünü tüm dünyaya yayıldı. İşin



özü, ışığını birilerinin fark etmesini beklemekte. Boşuna sabrın sonu selamettir dememişler!

Bu arada, birçok yayınevinin yaklaşık bir yıllık programı bugünden bellidir. Yani, diyelim ki, kitabınızı çok beğenip yayımlamaya karar verdiler ve siz de sözleşmeyi imzaladınız. Hemen bir hafta içinde raflarda olmasını beklemeyin. Çok satacağına inanırlarsa tarihi öne çekebilirler ancak çoğu zaman, birkaç ay daha kitabınızı raflarda görmek için bekleyebilirsiniz.

Kısacası, kitap yazmak ve yazar olmak bir insanın kendini tarihe kazınması ve adını bırakması gibi harika bir şey olsa da çok zorlayıcı süreçler gerektirebiliyor. Doğru zamanlarda, doğru bağlantıları kullanmalısınız. Yazacağınız türe göre yayınevi seçmeli, oraya yönelmelisiniz. Örneğin, ben önümüzdeki yıla kadar, bizim yaş grubumuza hitap eden, bilimkurgu tarzında bir romanı bitirmeyi amaçlıyorum. (Büyük bir roman yazmak hep hayalim olmuştur.) Konusu, içeriği, karakterleri ve hatta taslağı bile hazır. Bitirdiğimde, oturup eleme yapmam, araştırmam gerekiyor. Hangi yayınevleri fantastik ve bilimkurgu

türlerine daha çok ilgi gösteriyor? Hangi yayınevleri benim yazarken hitap etmeyi amaçladığım yaş grubuna hitap ediyor? Ve belki de en önemlisi, hangi yayınevi benim kitabımı yayımlamak ister? Bunlar, nokta atışı yapmak isteyen bir yazarın her zaman sorması gereken sorulardır.

Bana gelirse, benim görüşmelerim devam ediyor. Çocuk kitabı serim için, yazımda da bahsettiğim, "bekleme" safhasındayım. Olur da reddedilirse diye, kendime, sırasıyla başvuracağım yayınevlerinin listesini hazırladım. Bu tarz konularda planlı ve titiz çalışmak gerçekten önemli. Büyük bir rekabet ortamı var. Unutmayın, kazanmak için emin adımlar atmalısınız ve her şeyden önce kalemimize güvenmelisiniz. Çünkü herkes yazı yazabilir ancak kimse sizin yazdıklarınızı yazamaz.

Bilgi almak ve soru sormak için bana ulaşabilirsiniz.

### **Seray Çavlin Şentunalı**

Uluslararası İlişkiler Bölümü - 2. Sınıf  
sarah.spes1@gmail.com



# BEYAZ KRALIÇE

Masalları ve hikâyeleri severim. İyi ve kötünün mücadelesini, iyinin haklı çabasını; kötünün sonunun hüsrana bittiği ama iyi olan kazandığı için okuyucunun mutlu olup sevdiği küçük kurmacaları...

Hikâyelerde genelde kötü figürler hep koyu renklerle anılır. Prensesler saftır, ışıldarlar ve etraflarına aydınlık yayarak mutlu olurlar. Kötü karakterlerin ise hep karanlık bir evleri, şatoları ve bununla beraber kötü işlerini yaptırdıkları ayakçıları vardır. Hep hain planlar peşindedirler. Ama iyiler bu planları altüst eder ve kötüyü bozguna uğratırlar. Sonunda herkes mutlu mutlu yaşar.

Ben, bu durumun iyilerin ve iyiliğin boş yere şişirilmiş olmasından kaynaklandığı kanaatindeyim. Kötülerin yaptığı o planlarda, aslında muazzam bir zekâ saklıdır. İyi olan günlerini neşeli ve doğayla iç içe, mesut bir biçimde geçirir. Kötü, olabilecekleri artısıyla eksisiyle tartar; en ince ayrıntısıyla ince eleyip sık dokur. Bu zıtlığın tek taraflı üstünü örten, masallardır. Düşünceyi bilmenin ve bilmemenin ayrımını görürüm ben.

Örneğin, bir masalda, kendinden güzel olduğu için prensesin kalbini almaya çalışan bir kraliçe vardır. Bu karakter çok kötüdür, nasıl öylesine masum, öylesine güzel bir prensesi sadece kendinden daha güzel olduğu için öldürmek isteyebilir ki? İşte masalların bize öğrettiği düşünme şekli bu. Unutmayın kraliçe de bir zamanlar prensesi. Beyaz bir anda karaya dönmez. İyi kalpli prenses de bir anda gaddar bir kraliçeye dön-

medi. Siz hiç kara kraliçenin dipsiz kuyusundaki haklı karanlığı sorguladınız mı? O karanlıkta olup bitenleri, aslında o karanlığı oluşturan nedenleri merak ettiniz mi?

Kristal bir kalp oluşturmak için dışını o kadar güçlü bir zırh ile kaplamalısınız ki asla kırılmasın. Bu kalbi taşımak kolay değildir. Çünkü insan ruhu kırılmandır, bir anda vicdan mekanizması devreye girer ve bütün devre bozulabilir. Prensesin hikâyesinde de bu devreyi alt üst eden mekanizma avcının vicdanıdır. Kraliçenin karanlığını sorgulamadığımız gibi, avcının vicdanını da sorgulamıyoruz. Prensesin kurtarıcısı olduğu için mutlu olmakla yetiniyoruz. Kendimizi onun yerine bile koyabiliyoruz, değil mi? Beyaz atlı prensi onu kurtarıyor! Aman tanrım, ne kadar şahane!

Aksine, ben kendimi kraliçenin yerine koyuyorum. O duyumsadığı hüsrani, yenilgiyi hissediyorum. Yıkılıyorum, kendi gücüm altında eziliyorum. Bu da hikâyede gösterilen “kötü karakter duygusuzdur” tabusunu yıkıyor benim gözümde. Önümde, içi un dolu, kocaman siyah bir çuvalın patlaması gibi, dışı siyahken bir anda etrafı beyaza buluyor. Hep bahsettiğim siyah-beyaz kavgasında, aslında var olanı görmediğimizi, görmek istemediğimizi fark ediyorum sonunda.

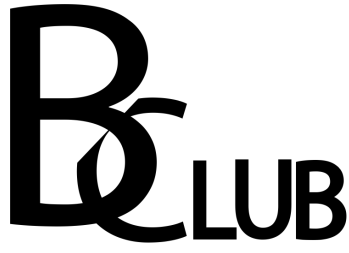
Dediğim gibi kraliçe doğuştan karanlık değildi. Ben de ona bu yüzden “Beyaz Kraliçe” diyorum.

**Özge Öztürk**  
23 Ekim 2015

# B CLUB

- : D.E.Ü
- : Faculty of Business Club
- : 1988
- : AMATÖR RUH İLE
- : PROFESYONEL PROJELER





D.E.Ü

Faculty of Business Club

1988

1988'den bugüne, yönetim kurulu olarak amacımız; hocalarımızdan ve arkadaşlarımızdan emanet aldığımız kulübümüzü bir adım daha ileri taşımak, yaptığımız aktivitelerle üyelerimizin kişisel gelişimini sürekli hale getirmek, büyüyen ve gelişen iş dünyasında üyelerimizin nerede ve nasıl durmak istediklerine karar vermelerini ve hedefledikleri kariyer basamaklarını tırmanmalarına yardımcı olabilmektir.

2016-2017 döneminin ilk yarısında, Bclub ailesi olarak, gerçekleştirdiğimiz sosyal ve mesleki etkinliklerle, ayrıcalıklı biz İşletme Fakültesi öğrencilerine, derslerin dışında geçirebileceğimiz kaliteli zamanlar sunmaya çalıştık. İkinci dönemde de bu hedeflerimiz doğrultusunda etkinlikler düzenleyerek, seneyi fakülte olarak en güzel şekilde tamamlamak istiyoruz.

Destek ve yardımları için, Dekanımız Yasemin Arbil Arbak hocamız nezdinde bütün hocalarımıza teşekkür ederim.

2017'nin hepimiz için güzel geçmesi dileğiyle,

## Resul Yüksel

Bclub Yönetim Kurulu Başkanı



### DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ KULÜBÜ (DEU Faculty of Business Club) 2016- 2017 DÖNEMİ İŞLETME FAKÜLTESİ KULÜBÜ ETKİNLİK TAKVİMİ

#### Güz dönemi gerçekleştirilmiş etkinlikler

- 26-27 Eylül Kitap Başıllama Etkinliği
- 3 Ekim Tanışma Toplantısı
- 5 Ekim InForce Eğitimleri Başlangıcı
- 18 Ekim Backyard Party
- 19 Ekim AB Projeleri & Erasmus+ Bilgilendirme Konferansı
- 21 Ekim OYUNDER - Büyük Üniversite Turu
- 24 Ekim İşaret Dili Kursu Başlangıç
- 27 Ekim DEU Talks - Kenan Gönülal (İzgören Akademi)
- 2 Kasım Girişimcilik ve Yurtdışı Eğitim Fırsatları Konferansı - Endless

#### Campus

- 8 Kasım İzmir Business Discoveries "Graniser"
- 6 Aralık Finans Zirvesi (Finance Break)
- 8-9 Aralık Ankara Business Discoveries - Bakanlık Gezisi
- 13 Aralık Theta Bilişçaltı Teknikleri Konferansı - Tuncay Yeşilpınar
- 15 Aralık IRTalks - Yrd. Doç. Dr. Behlül Özkan - "İslam Siyaseti ve Türk Dış Politikası"
- 19 Aralık Sosyal Sorumluluk Projesi - Doğancılar Köyü Yardım Kampanyası
- 22 Aralık İnsan Kaynakları Zirvesi

#### Yaz dönemi planlanan etkinlik takvimi

- 20 Ocak DÖNEM SONU
- 3 Mart Pazarlama Zirvesi
- 8 Mart DEU Talks - Bestami Köse
- 15 - 17 Mart Kariyer Mutfađı
- 26 Mart Mezun & Öğrenci Buluşması
- 8 Nisan Sosyal Sorumluluk Projesi- Huzurevi Gezisi
- 25 Nisan İzmir Business Discoveries "Hugo Boss"
- 5 Mayıs Mülakat Teknikleri ve CV Hazırlama Eğitimi
- 11-12 Mayıs BClub Kamp "Yaza Merhaba"



escape to locale



escapetolocale



pizzalocale

[www.pizzalocale.net](http://www.pizzalocale.net)

#### ALSANCAK

📍 Kültür Mah.  
1390 Sk.  
No: 5/B

☎ 0232 463 45 60

#### BOSTANLI

📍 Bostanlı Mah.  
2014/1 Sok.  
No:21/A

☎ 0232 520 04 30

#### BORNOVA

📍 414 Park AVM  
Kazımdirik Mah.  
Sanayi Cad. No:31/B

☎ 0232 999 50 80

#### BALÇOVA

📍 Korutürk Mah.  
Mithatpařa Cad.  
No:195/A

☎ 0232 279 19 79

#### BAYRAKLI

📍 ONTON TOWER  
Mansuroęlu Mah.  
286/2 Sk.

☎ 0232 290 46 56

# Gelişen Türkiye'nin aydınlık yüzü...



" Ülkemizin geleceğine inanıyoruz "

**EGE GENÇ İŞADAMLARI DERNEĞİ**

[www.egiad.org.tr](http://www.egiad.org.tr)

