HELEN DORON YAZ OKULU

Erken kayıt için bekliyoruz!

Temmuz'da başlıyor...

Helen Doron English

2-4 yaş ve 5-9 yaş için

Çok Dilde Müzik

İNGİLİZCE Yaz Programı & İngilizce Yoga, Pilates

Sanat, Seramik, Mutfak & Bilim Atölyeleri

DOĞADA ZAMAN
Balık Tutma, Piknik, Bahçecilik

Tuzla Mah. 579 Sok. No:7 Fethiye
Yapı Kredi Bankası Likya Şubesi arkası
Tel: 0252 614 53 10 - 0507 755 18 81

makri
NİSAN - MAYIS - HAZİRAN 2014
Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası Dergisi

makri

NİSAN - MAYIS - HAZİRAN 2014

Babadağ Yatırımlarla Cazibesini Daha da Arttırıyor

HAZIR OLMAK

Plastik Şişelerdeki Sır

MÜŞTERİNİZİN BAŞ AĞRISI

Milli Bayramların Perde Arkası

FETHİYE TİCARET VE SANAYİ ODASI
FETHIYE CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY

İhtiyaçlarınız çeşitlendikçe

hizmetlerimiz de çoğalıyor.

Aras Kargo yetişmeniz gereken her yerde, her koşulda, her zaman sizin için bulunmanın sorumluluğunu ve hassasiyetini taşıyor.

GERİ DÖNÜŞLÜ KARGO

GERİ DÖNÜŞLÜ KARGO
İmzalanıp size geri dönmesi gereken evraklarınız için.

GÜNİÇİ KARGO

GÜNİÇİ KARGO
Aynı gün içinde alıcıya ulaşmasını istediğiniz gönderileriniz için.

TAHSİLATLI KARGO

TAHSİLATLI KARGO
Sipariş teslimatı karşılığında eş zamanlı yapılan tahsilatınızın hesabınıza transferi için.

HEDİYE KARGO

HEDİYE KARGO
Alıcısına özel paket seçenekleriyle ulaşacak gönderileriniz için.

UÇAK KARGO

UÇAK KARGO
Şehirdışına, uçakla 24 saat içinde ulaşacak gönderileriniz için.

GÜNAYDIN KARGO

GÜNAYDIN KARGO
Alıcıya ertesi gün 10:00'a kadar ulaşacak gönderileriniz için.

YURTDIŞI KARGO

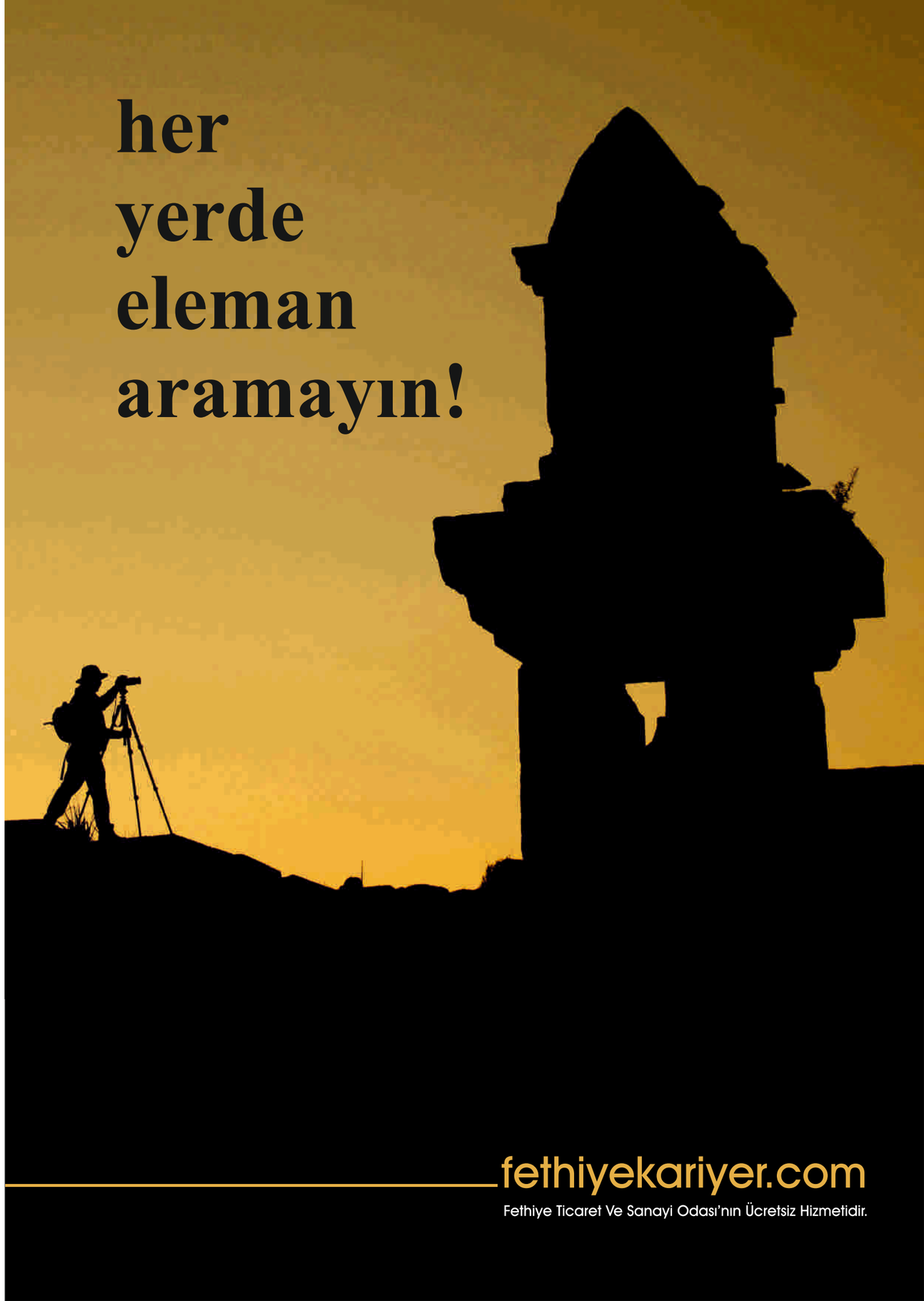
YURTDIŞI KARGO
Yurtdışına, kapıdan kapıya ve imza karşılığında ulaşacak gönderileriniz için.

2552 SMS KARGO

SMS KARGO
Kısa mesajla gönderiniz hakkında anlık bilgi almak ve kurye çağırmak için.

4442552
www.araskargo.com.tr
ARAS, BİR ARAS HOLDİNG KURULUŞUDUR.

aras
önem taşır...



makri

FETHİYE TİCARET VE SANAYİ ODASI

Taşyaka Mahallesi 144 Sokak No: 119-1
Fethiye / MUĞLA
Telefon : 0 252 614 11 15
Faks : 0 252 614 57 91
www.fto.org.tr
info@fto.org.tr

İMTİYAZ SAHİBİ
Fethiye Ticaret Ve Sanayi Odası adına
Yönetim Kurulu Başkanı
Akif ARICAN

SORUMLU MÜDÜR
Günay Özütok

GÖRSEL YÖNETMEN
Füsun Şahin

KAPAK FOTOĞRAFI
Orhan Okutan

REKLAM SORUMLUSU
Land of Lights

GRAFİK TASARIM
Özge Dorman

YAZI İŞLERİ
Özhan Çakıcı

SORUMLU AJANS
Land of Lights
Baha Şıkman Caddesi No:10 Fethiye
T: 0 252 612 2273

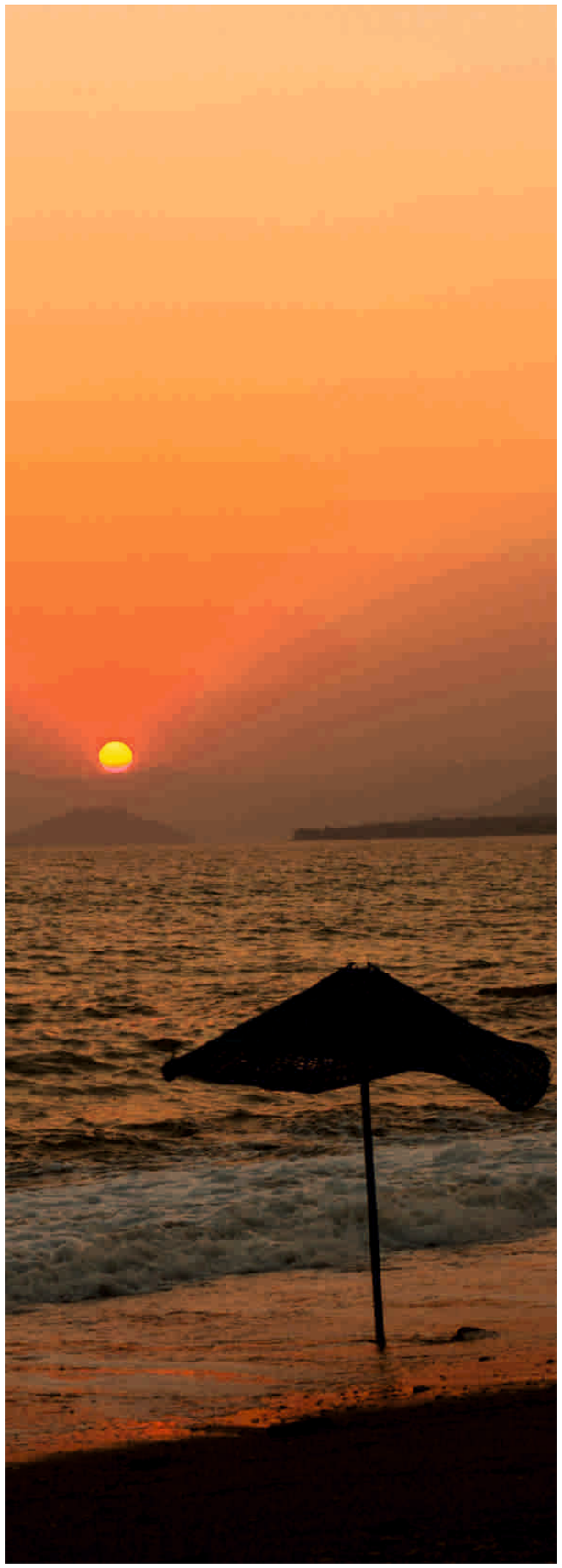
BASIM
Merkez Matbaacılık
Kızılay / Çankaya / ANKARA
T: 0 312 230 00 59

BASIM TARİHİ
22 MAYIS 2014

Kapak fotoğrafı için Akademi Marble ve Şehnaz Dağbaşı'na teşekkür ederiz.

FETHİYE TİCARET VE SANAYİ ODASI
FETHIYE CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY

Yayımlanan yazı ve ilanların sorumluluğu, adı geçen yazar ve firmalara aittir.
Yayın kurulu yayımlanmasına karar verdiği yazıların özüne dokunmaksızın kısaltma ve değişiklik yapabilir.



İçindekiler

HABER 8
Babadağ Yatırımlarla Cazibesini Daha da Arttırıyor
Meslek Kuruluşları Güçbirliği Oluşturuldu
Ziyaretlerde İşbirliği Konuşuldu
Ortak Sorunlara Birlikte Hareket
STK'lar Bir Araya Gelmeli
Vergi Haftası Çeşitli Etkinliklerle Kutlandı
Sağlıklı Büyüme İçin Müşteri İlişkileri Anlatıldı
Sosyal Medya Alışkanlıklarımızı Değiştiriyor
FTSO'dan Tanıtıma Tam Destek
4 Projeye 1,5 Milyon Lira Hibe Desteği
Büyükşehir Hayatımızı Değiştirecek
FTSO Seçim Öncesi Siyasetçilerden İlgi Gördü
Başarılı Öğrencilere Hediye
Girişimci Kadınlara Plaket
Fethiye- Seydikemer Birlik İçinde
Gazetecilerle Kahvaltıda Buluştular
İşletme Yönetimi Eğitimine Katılanlar Sertifikalarını Aldılar
Fethiye Kruvaziyer Limanı Fırsat Analizi Projesi İhalesi Sonuçlandı
Yeni Girişimciler Yetişiyor
FTSO Akreditasyonda A Sınıfına Yükseldi
Dayanışma yemekleri ilgi gördü

PROJE 16
Babadağ Yatırımlarla Cazibesini Daha da Arttırıyor

YAŞAM
Hazır Olmak 18
İklim Değişiyor; Mevcut Müzakereler Hangi Aşamada? 20
Bir Doğa Olayı Kuraklık 24
Plastik Şişelerdeki Sır 28
Müşterinizin Baş Ağrısını İyileştirmek İçin Varsınız 32
Dev Aynasında Unvanlar 36

RÖPORTAJ 40
Fethiye Değişimi Yakalamalı
Liberty Likya Hotels Genel Müdürü ***Mehmet Biçer***

TARİH 46
Ksantos

ARAŞTIRMA 52
Ülke Ekonomisindeki Son Gelişmeler ve KOBİ'lere Öneriler

NOSTALJİ 56
Milli Bayramların Perde Arkası

TOPLUM 64
Hedef; Büyüme Değil, Kalkınma Olmalıdır
Abdullah Taşcıoğlu

GEZİ 70
İtalya Devam

Yeni Üyelerimiz 86

FETHİYE TİCARET VE SANAYİ ODASI
FETHİYE CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY

MECLİS BAŞKANI Osman ÇIRALI

Makri Dergisinin Değerli Okuyucuları,
Odamızın Saygıdeğer Üyeleri,

Geçen Makri dergisi ile elinizdeki sayı arasında Fethiye ve Türkiye için en önemli olay yerel seçimlerin yapılmış olmasıdır. 1982 anayasasının kabulünden bu yana her beş yılda bir yapılan yerel seçimlerin 30 Mart 2014 tarihinde 7.'sini yaşadık. Belediye Başkanımız Behçet Bey dördüncü başkanlık dönemi için Fethiyelilerden onay alırken, halkımız belediye meclisini üç parti arasında bölüştürerek uzlaşma kültürü oluşması için siyasi partilere bir şans tanımıştır.

17 Ocak 2014 tarihinde Fethiye Kültür Merkezinde odamızın düzenlediği *"Muğla'nın Büyükşehir olmasının Fethiye'ye yansımaları"* konulu seminer yapılmıştı. Semineri veren merkez valilerinden Doç.Dr. Yusuf Erbay uzlaşma kültürü gerekliliği konusundan bahsetmişti. Muğla ilinde büyükşehir yasası ile köy kent ayrımı kalkmış ,köylerde yaşayan seçmenler de ilçe belediye başkanı ve büyükşehir belediye başkanı seçimde karar verici olmuştur. Yani şehirlerin yönetimi için kırsal bölgelerin de onayını almak, uzlaşmak gerekecektir. Belediyeler ise büyükşehir belediyesi meclisinde başkanları ve meclis üyeleri ile ilçeleri adına daha fazla kaynak aktarmak için diğer ilçeler ve partilerle uzlaşma yoluna gitmek durumdadır. Kısaca sivri bir siyaset dili bu yapıda yalnızlaştırırken, tüm kesimlere hitap edebilen, uzlaşabilen politikacılar kazançlı çıkacaktır.

Odamız ise üyelerini siyasi görüş ayırt etmeksizin kapsaması nedeni ile her zaman tüm siyasi partilere eşit mesafede durmak zorundadır ve bu tutumunu sürdürmektedir. 27 Mart 2014 tarihinde FTSO'nın seçilmiş yöneticileri olarak seçimden önce siyasi partileri ziyaret ederek başarı dileklerimiz ve görüşlerimiz ilettik.

Sivil toplum kuruluşu olarak FTSO hem üyelerinden derlediği hem de Fethiye Güçbirliği adı ile Fethiye'deki odaların yetkilileri ile oluşturduğu birliktelikten topladığı sorun ve çözüm önerilerini tüm siyasi partilere ayrım gözetmeksizin sunmuştur. Topluma hizmet amacı ile siyasete giren politikacılara toplumun beklentileri, sorunları ve önerileri siyasi gaye gözetmeksizin iletilerek kendilerine yol haritaları çizebilecek bilgiler ulaştırılmıştır. Odamız Fethiye'de toplumun sorunlarını çözmede her Fethiyelinin takdir edeceği bir çaba içerisindedir. Bu amaçla diğer odalar, sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları ile sürekli temasta olup çözümler aramaktadır. Çözümler ise çoğu zaman doğrudan olmayıp çözüme giden yolu açmak şeklinde tecelli etmektedir. Fethiye için gerekli olan istatistiki bilgileri her yıl Sosyoekonomik rapor adı altında yayınlayarak, üye tabanından üye ziyareti ve bölge toplantıları adı altında topladığı sorunları yine meslek komiteleri aracılığı ile meslek komitelerinin toplum için sorun olarak gördüğü bilgileri tabandan toplayıp en üst mercilere ileterek, çalıştaylar, toplantılar, seminerler düzenleyerek, sivil toplum kuruluşları ile bir araya gelerek uzlaşma kültürü ve ortak akıl oluşturarak odamızın çabaları göze görünür hale gelmektedir.

Odamız herkes için, bireysel olarak yapılamayacak çalışmaları yaparak hizmetini sunmakta ve üyelerinden gelen güç ile tüm Fethiyelilerin kazanmasını amaçlamaktadır.

Seçim sonuçları bizi uzlaşma gerekliliğini göstermektedir, modern toplumlar uzlaşma kültürü üzerinde yükselmektedir. Fethiyeliler olarak, Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası olarak biz bu uzlaşı adımlarını atıyoruz. Bu nedenle uzlaşma kültürünü benimsedikçe fikri ve maddi üretimimizin artacağına inanıyorum.

Sağlıkla ve mutlulukla kazançlı bir sezon geçirmeniz dileklerimle,

FETHİYE TİCARET VE SANAYİ ODASI
FETHİYE CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY

YÖNETİM KURULU BAŞKANI Akif ARICAN

Değerli Üyelerimiz
Sevgili Fethiyeliler,

Makri dergimizin bu sayısı elinize ulaştığında Fethiye'de turizm sezonu başlamış olacak. Bahar ayları başlar başlamaz hızlanan hazırlıklar meyvesini verecek ve capcanlı bir turizm sezonu Fethiye'ye bereket getirecek. Seydikemer'in ayrı ilçe olması ile tarım alanında uzmanlaşan Seydikemer bölgesi, turizm alanında uzmanlaşan Fethiye bölgesi ile beraber büyüyecek.

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası olarak her turizm sezonunun bir öncekinden daha iyi geçmesi için çalışıyoruz. Çalışmalarımız öncelikle var olan sorunları tespit edip çözüm için bir araya gelmekten geçiyor. Yılların birikimi ile oluşmuş sorunlar bir gecede çözülemeyeceği gibi, sorunların hepsi de aynı anda çözülemeyecek. Bu nedenle sorunları önceliklendirmek, dile getirmek başlıca görevlerimizden biridir.

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası organları düzenli çalışarak meslek komitelerinde, oda meclisinde ve yönetim kurulunda bunları tartışıyor ve atılacak adımları belirliyoruz. Fethiye'nin sorunları çözecek bütçemiz ve gücümüz olmamasına rağmen, sorunları çözebilecek makamlara iletiyor ve takipçisi olmaya çalışıyoruz. Bu amaçla Fethiye'deki odalar bir araya gelerek Fethiye Meslek Kuruluşları Güçbirliği ismini verdiğimiz ortak toplantılar tertip etmeye başladık. Burada her oda kendi üyelerinden aldığı bilgilere göre sorunları ortaya koyacak ve hep beraber önceliklendirerek ortak çözümler bulmaya çalışacağız.

Daha önceleri defalarca denenmiş yarım kalmış olan bu birlikteliği tekrar deniyoruz. Artık hepimizin ortak görüşü siyaset üstü bir yapılanma ile birlikte hareket etme ihtiyacıdır. Burada beraber hareket ederek harekesin kazanmasını arzuluyor ve tüm siyasi partilere icraatlarında kullanılmak üzere fikirler sunuyoruz.

Dergi hazırlanırken sonucunu henüz bilmediğimiz fakat sizlerin okurken bildiğiniz yerel seçim hakkında da Fethiye'nin en büyük sivil toplum kuruluşu olarak birkaç söz söylememiz gerekiyor. Sorumlu vatandaşlar olarak mutlaka oy kullanacağız. Sonuçlara saygılı olacak, kazanan adayı tebrik edecek ve hizmet üretmesi için yardımlarımızı esirgemeyeceğiz. Demokrasi farklı düşüncelere saygı göstermek, kanun ve nizamlar çerçevesinde fikirlerin rekabet etmesi demektir. Kavga ve şiddet kimsenin kazanamayacağı bir kaos yaratır. Bizler herkesin kazanmasını istiyoruz. Ticaretin gelişmesini, ekonominin büyümesini, işsizliğin azalmasını ve Fethiye halkının yaşam kalitesinin artmasını arzuluyoruz.

Son olarak Mart ayında Fethiye'de yaşanan olaylar hepimizi üzmüştür. Konu ile ilgili olarak diğer odalarla birlikte ortak basın açıklamasında bulunduk. Açıklamamız her yerden olumlu tepkiler aldı. Yasal sınırlar dışında hiçbir eylemi desteklemiyoruz. Fethiye'de kaos olursa kimse kazanamaz fakat Fethiye kaybeder.

Herkesin kazanacağı ortak akılda buluşmak üzere.

Saygılarımla.

KALİTE POLİTİKAMIZ
Odamızın benimsediği kalite politikası şu şekildedir:

- Fethiye'de sürdürülebilir iş yaşamı ve girişimcilik ortamı oluşturmak,
- Paydaşlarımızla ortaklık temelli ve yapıcı ilişkiler kurmak,
- Sürekli gelişen Oda sistemlerini kurarak ve işleterek, yenilikçi Oda refleksini kazanmak,
- Kalite Yönetim Sistemi şartlarına ve yasal mevzuata uygun hizmet vererek sürekli iyileşmeyi sağlamak.

Vizyon
Türkiye'de öncü ve lider oda olmak

Misyon
Ortak güç ile üyelerin gelişimini sağlamak ve bölgesel kalkınmaya katkıda bulunmak

Değerler
Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası olarak, vazgeçemeyeceğimiz değerlerimiz;
şeffaflık, güvenilirlik, dürüstlük, liderlik, iş ahlakı, üye odaklılık, kalite, güç birliği ve dayanışma

Meslek Kuruluşları Güçbirliği Oluşturuldu

Fethiye'nin gelişmesinin önünde engel olarak görülen sorunların çözümü için yıllardır somut bir adım atılmaması, dinamik yapısıyla dikkat çeken meslek kuruluşlarını harekete geçirdi. Bir araya gelerek *"Meslek Kuruluşları Güçbirliği"* ni kuran meslek kuruluşu yöneticileri; *"Sorunlarımızın çözülmesini istiyoruz"* diyorlar.

Meslek Kuruluşları Güçbirliğince, önceliği belirlenen sorunların çözümü için yerel ve genel idareler üzerinde kamuoyu baskısı oluşturulması amaçlanıyor. Güçbirliği çalışmalarında rahat; *"Tüm siyasi görüşlere eşit uzaklıktayız. Buda çalışmalarımızı rahat sürdürmemize neden oluyor"*.

FTSO'nun evsahipliğinde yapılan ikinci toplantıda meslek kuruluşları tarafından ortaya konan sorunların önceliği belirlenerek çözümü için çalışma başlatılacak. Başlatılacak çalışmalar arasında yerel seçim öncesi büyükşehir ve ilçe belediye başkanı adayları ziyaret edilecek. Ziyaretlerde adayların önceliği belirlenen sorunların çözümü için nasıl bir yaklaşım içinde olacağı öğrenilerek, sorunların çözümü için destek istenecek.

Ortak sorunlara karşı birlikte hareket edilmesi amacıyla oluşturulan Meslek Kuruluşları Güçbirliği'nde Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası, Fethiye Esnaf ve Sanatkarlar Odası, Deniz Ticaret Odası, Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirler Odası, TÜRSAB Fethiye BYK, Fethiye Sabit ve Seyyar Pazarcılar ve Manavlar Odası, İnşaat Mühendisleri Odası Fethiye Temsilciliği, Mimarlar Odası Fethiye Temsilciliği, Muğla Barosu Fethiye Temsilciliği, Makine Mühendisleri Odası Fethiye Temsilciliği bulunuyor.

Bir araya gelme usul ve yöntemlerinin yer aldığı, birlikte hareketin sürekliliğinin sağlanması amacıyla oluşturulan Meslek Kuruluşları Güçbirliği Yönergesi meslek kuruluşu temsilcilerinin tamamı tarafından kabul edildi.

Ziyaretlerde işbirliği konuşuldu

Ortak sorunlara karşı birlikte hareket etmenin temelleri atıldı.

İlçemizde yaşanan sorunların çözümü için yıllardır bir şey yapılmaması nedeniyle harekete geçen Fethiye Ticaret ve Sanayi Odasınca, meslek kuruluşlarıyla görüşülerek ortak sorunlara karşı birlikte hareket edilmesinin altyapısı oluşturuluyor.

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu üyeleri oda seçimlerini gerçekleştiren Fethiye Şoförler ve Otomobilciler Odası, Fethiye Esnaf ve Sanatkarlar Odası ile Fethiye Seyyar Pazarcılar ve Manavlar Odasını ziyaret ederek yeni yönetim döneminin hayırlı olmasını dilediler.

Oldukça samimi bir atmosferde geçen ziyaretlerde işbirliği içinde Fethiye'nin sorunlarının çözülmesi için çaba sarf etmeye devam edeceklerini belirtilerek *"sivil toplum kuruluşu olarak ortak akıl çerçevesinde hareket etmemiz gerekiyor. Birlikte hareket edersek başta iktidar olmak üzere yönetimler tarafından ciddiye alınırız. Birlik ve beraberlik içinde otak sorunlarımızın çözümü için çaba sarf etmeliyiz"* görüşünde birleştiler.

Ortak Sorunlara Birlikte Hareket

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası yönetiminin, 3 Şubat Tarihinde yapılan genel kurulun ardından göreve gelen Süleyman Kaya Başkanlığındaki TÜRSAB Batı Akdeniz BYK'yı ziyaretinde sorunların çözümü için geliştirilecek yöntemler görüşüldü.

FTSO Meclis Başkanı Osman Çıralı ve Yönetim Kurulu üyelerinin de bulunduğu ziyarette Yönetim Kurulu Başkanı Akif Arıcan, eski yönetim kurulu üyesi olan TÜRSAB Batı Akdeniz BYK Başkanı Süleyman Kaya ve yönetim kurulu üyelerini kutlayarak, Fethiye için başarılı çalışmalar yapacaklarına inandığını söyledi. Oldukça samimi bir atmosferde geçen ziyarette yapılan konuşmalarda ağırlıklı olarak ortak sorunlara karşı birlikte hareket edilmesi konusu yer aldı.

Vergi Haftası Çeşitli Etkinliklerle Kutlandı

Muğla Vergi Dairesi Başkanı Zafer Evci, Fethiye Vergi Dairesi müdür Hasan Erdoğan beraberindeki heyet, 24 Şubat- 2 Mart tarihleri arasında kutlanan 25. Vergi Haftası etkinlikleri kapsamında 25 Şubat Salı günü Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası Yönetimini ziyaret etti.

Ziyarette verginin önemi kadar, FTSO üyelerine ciddi sıkıntı yaşatan kayıt dışı işletmeler gündeme geldi. FTSO Başkanı Akif Arıcan üyelerinin mağduriyetinin önlenmesi için kayıt dışı ile mücadele edilmesini isterken, Muğla Vergi Dairesi Başkanı Zafer Evci'de *"Kayıt dışı ekonomiyle mücadele için sadece vergi dairesi çalışanlarından bir şeyler beklenmemeli. İnsanlarımızdan bu tür faaliyetleri şikayet etmelerini istiyoruz ve bu tür faaliyetleri şikayet etmek vatandaşlık bilinci olmalı"* dedi.

STK'lar Bir Araya Gelmeli

Yerel ve genel idarelere karşı kamuoyu baskısı oluşturulabilmesi için meslek kuruluşlarının birliğine ihtiyaç olduğunu belirten Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası yöneticilerinin düşünceleri, meslek kuruluşlarından kabul görüyor.

Fethiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası yöneticilerinin Fethiye Ticaret ve Sanayi Odasını ziyaretinde ortak akıl oluşturulması için harekete geçilmesi gerektiği görüşü Kabul gördü. Oldukça samimi bir atmosferde geçen ziyarette ortak akıl oluşturmak için sivil toplum örgütlerinin işbirliği ve dayanışması görüşüldü.

Sağlıklı Büyüme İçin Müşteri İlişkileri Anlatıldı

Üye işletmelerin ticaretinin daha sağlıklı yürütülmesi amacıyla eğitim çalışmalarını sürdüren FTSO tarafından organize edilen *"Müşteri İlişkileri"* konulu eğitim yoğun ilgi gördü.

Eğitmen Ferdi Bişkin tarafından katılımcılara hizmet sektöründe zor müşteri ile nasıl başa çıkılacağı uygulamalı olarak gösterildi. Eğitimde filmlerden örnekler verilerek keyifli bir 6 saat geçirildi.

Çoğunluğu satış-pazarlama ve müşteri ile bire bir ilişkide bulunan işletme sahiplerinden yoğun ilgi gören eğitim sonunda yapılan memnuniyet anketininin memnuniyet oranı %90 oldu.

Sosyal Medya Alışkanlıklarımızı Değiştiriyor

Sosyal yaşam kadar iş yaşamının da vazgeçilmezleri arasına giren sosyal medya, kısa sürede çok sayıda tüketiciye ulaşabilme özelliği nedeniyle ticari hayata farkı bir boyut katıyor. İşletmeciler tarafından önceden angarya olarak bakılan sosyal medya şimdilerde en önemli reklam mecrası haline geldi. Bir çok işletmeci sosyal medyayı daha verimli kullanmak için çaba sarfediyor. Uzmanlar, sosyal medyanın iş yaşamına olumlu katkısı için, bilinçli yaklaşımların önemli olduğuna dikkat çekiyorlar. Aksi halde yapılan çalışmanın kardan çok zarar getireceği görüşündeler.

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odasınca, üyelerinin iş yaşamına katkı sağlamak amacıyla organize edilen *"Sosyal Medyayı Akıllı Kullanma"* eğitimi, 8 Şubat Cumartesi günü 9.30-16.00 saatleri arasında Yat Butik Otelde yapıldı.

Yıldız Gelişim Danışmanlık Firmasından Bayram Yıldız tarafından verilen ve çoğunluğu e-ticaret yapan, otel, danışmanlık firmaları ile e-ticarete yönlenmek isteyen çok sayıda Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası üyesinin katıldığı eğitimde, günümüzde aktif kullanılan facebook, twitter vb. sosyal ağlarda reklam verme ve ürün pazarlama konusuna ağırlık verildi. Eğitimde verilen örnekler ile reklam ve ürün pazarlama teknikleri hakkında bilgi alan katılımcılar, eğitimden hayli memnun ayrıldı.

FTSO'dan Tanıtıma Tam Destek

30 Ocak - 2 Şubat tarihleri arasında İstanbul TÜYAP Kongre ve Fuar Merkezi'nde gerçekleştirilen EMITT Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı'nda Fethiye stantı, ziyaretçilerden yoğun ilgi gördü.

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası, bölge tanıtımının başarıyla gerçekleştirildiği fuara geçen yıllarda olduğu gibi bu yıl da tam destek verdi.

Kurum ve kuruluşların FETAB çatısı altında bir araya geldiği tanıtım çalışmalarına tam destek veren Fethiye Ticaret ve Sanayi Odasından, Emitt Fuarı'na Yönetim Kurulu Başkanı Akif Arıcan, Meclis Başkanı Osman Çıralı, Yönetim Kurulu üyeleri Günay Özütok, Selamettin Yılmaz, Ahmet Gürsu Özdemir, Meclis Başkanı Yardımcısı Fikret Koyunca meclis üyeslerinden Halit Saraç, Ruhi Özgün, Mehmet Saraç katıldı.

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Akif Arıcan, Fethiye Standı'nda dağıtılan broşürlerle dünyanın birçok ülkesinden gelen ziyaretçilere Fethiye'yi tanıttıklarını söyledi. Arıcan, *"2009 yılında Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası Fethiye'nin fuardaki tüm sorumluluk ve organizasyonunu üstlenmişti. Gelenek FETAB ile devam ediyor. Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası olarak fuarlar için maddi ve manevi anlamda destek veriyoruz"* dedi.

4 Projeye 1,5 Milyon Lira Hibe Desteği

Üyelerine en iyi hizmeti vermesi ve üye işletmelerin ticaretininin gelişmesinin yanında Fethiye ekonomisinin büyümesinin önünde engel olarak görülen sorunların çözümü için de çalışma yapan Fethiye Ticaret ve Sanayi Odasınca hazırlanan 4 proje için yaklaşık 1.5 milyon lira tutarında hibe desteği alındı.

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası, GEKA'nın altyapı, teknik destek ve doğrudan faaliyet desteği olmak üzere 3 alanda açtığı teklif çağrılarının üçünden de destek alırken dördüncü hibe destek ise Avrupa Birliği'nden geldi. FTSO proje birimi tarafından bir yıl içinde hazırlanan 4 projenin hibe desteği almasının ardından, diğer kurum ve kuruluşlara örnek oluşturacak niteliğe büründüğüne dikkat çekiliyor.

FTSO proje birimince hazırlanan projeler ve aldıkları hibe destek miktarı ise şöyle; GEKA'dan Turizm Altyapı çağrısından alınan Rotamız Babadağ 750 bin lira, teknik destek çağrısından alınan EFQM Mükemmellik Modeli eğitimleri için 15 bin lira, doğrudan faaliyet desteği çağrısından Fethiye Kruvaziyer Projesi Fırsat Analizi Projesi için 66 bin lira, Avrupa Birliği'nden alınan kısa adı MELİG olan Meslek Lisesi İş'inin Güvencesi konulu projeye 241 bin Avro.

Büyükşehir Hayatımızı Değiştirecek

Muğla, büyükşehir oldu. İlçelerde yaşayan halkın hayatı değişecek. Sorunların çözümü için artık Ankara yerine Muğla'ya gidilecek. Muğla'nın büyükşehir olmasının ilçemize ne getirip ne götüreceği ise tam anlamıyla bilinmiyor. Neredeyse her şey Muğla'nın fiilen büyükşehir olması ve bazı işler için ya da belediye hizmetlerindeki yetersizlik ortaya çıkıp Muğla'nın yolunu tutmaya başladığımızda kendini gösterecek.

Muğla'nın büyükşehir olmasının ilçemize ne getirip ne götüreceği konusunda FTSO tarafından organize edilen "Muğla'nın Büyükşehir Olmasının İlçemize Yansımaları" konulu konferans 17 Ocak Cuma günü FKM'de yapıldı. Konferansa konuşmacı olarak katılan eski Yalova Valisi Doç. Dr. Yusuf Erbay; ***Muğla ili büyükşehir olurken Fethiye'nin durumu ne olacak? Yeni yapılanmada ilçemizi neler bekliyor? Hangi işlerimizi Fethiye'de yapabilecek, hangileri için Muğla'ya gideceğiz?*** gibi cevap aranan sorulara açıklık getirdi.

En önemli değişimi kentsel belediyecilikten alan belediyeciliğine geçiş olarak yorumlayan Doç. Dr. Yusuf Erbay, konferansta kentsel merkezli belediye yönetiminden, tüm ilçe sınırlarında tek belediyenin hizmet verdiği alan belediyeciliği yönetimine geçiş hakkında bilgiler verilerek, Fethiye'de günlük yaşamın nasıl etkileneceği konularına da açıklık getirildi. Sorunların çözümü için Ankara yerine Muğla'ya gidileceğini belirten Erbay, *"Muğla Büyükşehir Belediye Meclisi'nde sizi temsil eden meclis üyeleriniz olacak. Bu bir şanstır"* diye konuştu.

FTSO Seçim Öncesi Siyasetçilerden İlgi Gördü

FTSO yerel seçimler öncesi siyasilerden büyük ilgi gördü. Neredeyse tüm adaylar FTSO'yu ziyaret etti. FTSO'nun beklentisini öğrenip sorunlara karşı yaklaşımlarının yanında geleceğe dönük projeleri hakkında da bilgi verdiler. FTSO Yönetimi ise tüm siyasilere eşit tavır sergileyerek seçilmeleri halinde ilçemizin öncelikli sorunlarının çözümü için destek istediler. Bölgenin ekonomik durumu ve hacmi konusunda en kapsamlı verilerinin yer aldığı yayınlarını hazırlayan Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası tarafından her yıl hazırlanan *"Sorunlar ve Çözüm Önerileri"* adlı kitapçık seçim süresince adaylardan büyük ilgi gördü.

CHP Muğla Büyükşehir Belediye Başkanı Adayı Osman Gürün ile Fethiye Belediye Başkanı Adayı Keramettin Yılmaz

FTSO'yu ziyaret eden CHP Muğla Büyükşehir Belediye Başkanı Adayı Osman Gürün ile Fethiye Belediye Başkanı Adayı Keramettin Yılmaz, 5 yıllık dönemde Fethiye için düşündükleri projeleri anlattılar. FTSO yöneticilerinin beklentilerini öğrenen CHP'li adaylar, FTSO'nun çalışmalarını taktirle izlediklerini dile getirdiler.

Ziyarette her yıl hazırlanan *"Fethiye'nin sorunları ve çözüm önerileri"* adlı kitapçık nedeniyle FTSO Yönetimini kutlayan Osman Gürün, sorunların yanında çözüm önerilerinin de belirlenmesinin önemli olduğunu belirterek FTSO'nın çalışmalarını taktirle izlediklerini söyledi. Osman Gürün seçildiği taktirde ilk olarak Muğla'nın turizm master planının hazırlanması için çalışacaklarını söyledi. Gürün Fethiye Limanı'nın temizlenmesi çalışmasını kazanması halinde programa alacaklarını da sözlerine ekledi.

MHP Fethiye Belediye Başkanı Adayı Mehmet Üyük

FTSO'yu ilçe yöneticileriyle birlikte ziyaret eden MHP Fethiye Belediye Başkanı Adayı Mehmet Üyük, 5 yıllık süreçte Fethiye için yapmayı düşündükleri çalışmaları anlattı.

Mehmet Üyük konuşmasında, FTSO'nın kurumsal bir yapıda olduğunu belirterek *"Esnaf ve işletmecilere gereken evrakları vermeyle değil, toplumsal hayatın bir çok alanında yapılan çalışmalarda FTSO'nı görüyoruz. Bu anlamda sizi ve ekibinizi kutluyoruz. Babadağ bizim kanayan bir yaramızdı. Babadağ'ın FTSO'nun şirketi olan Güçbirliği tarafından işletilmesi bizi çok fazla memnun ediyor. FTSO İlçemizde üzerine düşen görevi fazlasıyla yerine getiriyor. Sizi ve ekibinizi kutluyoruz. Sınırlar değişti yönetimde değişsin diyoruz. Projelerimiz daha çok insana odaklı, istihdam yaratacak şekilde. Yol, su, kanalizasyon zaten yapılması gereken bir ödevdir"* diye konuştu.

AKP Fethiye Belediye Başkanı Adayı Muhsin Eryılmaz

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odasını ziyaret eden AKP Fethiye Belediye Başkanı Adayı Muhsin Eryılmaz projelerini anlatırken, sorunlara karşı yaklaşımı hakkında da bilgiler verdi.

AKP Fethiye Belediye Başkanı adayı Muhsin Eryılmaz Odanın yayınlarının etkisinin Muğla ilinde de hissedildiğini, İçişleri Bakanlığındaki kamu görevi sırasında FTSO yayınlarından çokça yararlandığını ve Fethiye için önemli bilgiler üretildiğini belirterek, *"Özellikle 'Fethiye Sorunları ve Çözüm Önerileri'* kitapçığının her kesim için faydalı ve önemli bir çalışma. Seçildiğimiz taktirde bu tür çalışmalara destek vereceğiz. Sorunların büyük kısmı belediye kaynakları ile çözülebilir" dedi.

DP Fethiye Belediye Başkanı Adayı Behçet Saatcı

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odasını ziyaret eden Fethiye Belediye Başkanı ve DP Fethiye Belediye Başkanı Adayı Behçet Saatcı 5 yıllık dönemde yapılacak çalışmaları ve projelerini anlattı.

Ziyarette zincir market sayısının çok fazla olması da gündeme geldi. FTSO Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Burhanettin Tuna, zincir marketlerin mahalle aralarına kadar girmesinin engellenmesini bunun için neler yapılabileceğini sordu.

Fethiye Belediye Başkanı ve DP Fethiye Belediye Başkanı Adayı Behçet Saatcı kanunen bunu yapamayacaklarını belirterek *"Bunu düzenleyecek olan Türkiye Büyük Millet Meclisidir, yasa koyucudur. Yasal olarak açma diyemeyiz. Gönlümüz bir caddede 10 kuyumcu, 10 restoran yerine 3 kuyumcu, 3 restoran olsun istiyor. Ama bunu yapamıyoruz. Bunun önünde engel yok. Ancak belediye olarak yapı kullanma izni olmayan hiçbir zincir markete ruhsat vermedik"* dedi.

Başarılı Öğrencilere Hediye

Kısa adı SBS olan Seviye Belirleme Sınavı yerine getirilen ve kısa adı TEOG olan Temel Eğitimden Orta Öğretime Geçiş sınavının ilkinde ülke genelinde tüm soruları doğru yanıtlayarak tam puan alan 70 öğrenci arasında olan 4 Fethiyeli öğrenciyi kutlayan FTSO Yönetimi öğrencilere çeşitli hediyeler verdi.

Ziyarete öğretmenleri ile birlikte gelen Işıl Kabadayı, Ezgi Gürel, Muhammed Akdu adlı öğrencileri sıcak bie şekilde karşılayan FTSO Yöneticileri, ilçemizin adının bu tür başırılarla duyurulmasından duydukları memnuniyeti dile getirdiler.

FTSO Başkanı Akif Arıcan, ilçemizin adının başarılı çalışmalarla anılmasına neden olan öğrenci ve öğretmenleri kutlayarak, başarılarının devam etmesini ve bu sınavda 4 olan öğrenci sayısının gelecek sınavlarda daha da artmasını temenni etti. Tam puan alan Dudu Hilal Koç adlı öğrencinin sağlık problemleri nedeniyle ziyarete katılamadığı belirtildi.

Gazetecilerle Kahvaltıda Buluştular

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası yöneticileri, 10 Ocak Çalışan Gazeteciler Günü nedeniyle ilçemizde görev yapan yerel ve ulusal basın temsilcilerinden oluşan basın çalışanlarıyla kahvaltıda buluştu.

FTSO tarafından her yıl düzenlenerek geleneksel hale getirilen etkinliğe hemen hemen tüm yerel ve ulusal basın kuruluşlarından temsilciler katıldı. FTSO Yöneticileri ile yerel ve ulusal basın çalışanları kahvaltının ardından gündeme ilişkin çeşitli konular üzerine sohbet ettiler.

Girişimci Kadınlara Plaket

FTSO tarafından 8 Mart Dünya Kadınlar Günü nedeniyle düzenlenen kahvaltıda girişimcilik eğitimi almalarının ardından KOSGEB'den destek alarak işlerini kuran Neriman Özkeskin, Zahide Kayış, Hatice Kavdır'a plaket verildi.

Matisse Restoranda yapılan ve çok sayıda kadın üyenin yanında yönetim kurulu ve meclis başkanlığı üyelerinin katıldığı kahvaltı yoğun ilgi gördü.

FTSO Yönetim Kurulu Başkanı Akif Arıcan ve Meclis Başkanı Osman Çıralı'nın birer konuşma yaptığı kahvaltıda, FTSO Yöneticileri kadın üyelere karanfil dağıttı.

Fethiye-Seydikemer Birlik İçinde

Seydikemer Kaymakamı Muammer Köken'in Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası'nı ziyaretinde, Seydikemer'in Fethiye'den ayrılıp yeni bir ilçe olmasının Seydikemer ile Fethiye arasındaki organik bağları koparmadığı, birlik ve beraberliğin devam ettiği dile getirildi.

Seydikemer Kaymakamı Muammer Köken'i Yönetim Kurulu Başkanı Akif Arıcan ve Başkan Yardımcısı Burhanettin Tuna karşıladı. Oldukça samimi bir atmosferde geçen ziyarette Seydikemer'in yatırım ihtiyacı ve bu konuda yapılabilecekler konuşuldu.

Arıcan gerçekleşen ziyaretten memnuniyet duyduklarını belirterek Seydikemer için her konuda yapılacak yardıma hazır olduklarını söyledi.

İşletme Yönetimi Eğitimine Katılanlar Sertifikalarını Aldılar

Şirketlerin daha uzun ömürlü olması amacıyla çalışmalarını sürdüren FTSO tarafından düzenlenen İşletme Yönetimi Sertifika Programı başarıyla tamamlandı. Programa katılan ve değerlendirme sınavını başarıyla geçen FTSO üyesi işletme sahipleri ve yöneticileri, sertifikalarını FTSO Başkanı Akif Arıcan'ın elinden aldılar.

Firmaların ihtiyaç duydukları işletme yönetimi konularında eğitim verilerek çalışanlarının mesleki gelişmelerden haberdar olmalarının sağlanması ve işletme çalışanlarının eksik yönlerinin geliştirilmesi amacıyla düzenlenen İşletme Yönetimi Sertifika Programı 16 Kasım-21 Aralık tarihleri arasında FTSO ile TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi işbirliğinde gerçekleştirildi.

Büyük şehirlerde verilen bu eğitimden yararlanan ve geçen yıllarda katıldıkları programlar sayesinde iş yaşamında daha başarılı grafik çizdiklerini belirten FTSO üyesi işletme çalışanları, işletme sahiplerinin de iş yaşamındaki grafiğin yükselmesini fark ederek FTSO tarafından organize edilen programlara katılmak için teşvik edildiklerini dile getiriyorlar.

Yeni Girişimciler Yetişiyor

FTSO'nun girişimcileri iş planlaması kavramı ile tanıştırarak daha sağlıklı işletmelerin kurulması amacıyla KOSGEB ile gittiği işbirliği sonucu açılan Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi 03-13 Mart 2014 Tarihleri arasında Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası Likya Toplantı salonunda yapıldı.

Zeytin Grup eğitmeni Zühal Selçuk tarafından verilen ve 30 kursiyerin katıldığı *"Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi"* toplam 70 saat sürdü. Yapılacak sınavın ardından başarılı olan kursiyerlere sertifika verilecek. Kursa katılan ve iş kurmak isteyen sertifikalı girişimcilere KOSGEB 30 bin TL'ye varan hibe ile 70 bin TL'ye varan kredi imkanı sağlayacak.

FTSO Akreditasyonda A Sınıfına Yükseldi

2010 yılından beri TOBB'un akreditasyon sisteminde yer alan Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası, geçen yıl 6. dönem akredite olan oda ve borsalar arasında en yüksek puanı alarak akreditasyon seviyesini A sınıfına yükseltti.

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası'nın da aralarında bulunduğu oda ve borsalardan gelen temsilcilere akreditasyon sertifikaları törenle verildi. 365 oda ve borsanın bu yıl sertifika alan 21 oda ve borsa ile birlikte 152'si akredite olarak beş yıldızlı oda ünvanını aldı. Hali hazırda 69 oda ve borsanın daha akreditasyon çalışmaları sürüyor.

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası 2010 yılından bu yana *(6. Dönem)* akreditasyon sisteminde yer alıyor. FTSO, 2010 yılında akreditasyon sistemine en alt kategori olan C derecesi ile başlamıştı.

Fethiye Kruvaziyer Limanı Fırsat Analizi Projesi İhalesi Sonuçlandı

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yapılması düşünülen kruvaziyer limanı hakkında araştırma ihalesi 12 Mart Çarşamba günü sonuçlandı. İhaleyi Margen Kara ve Deniz Araştırmaları Eğitim Araştırma firması aldı. Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yazılan proje 3 ay sürecek. Projenin toplam maliyeti olan 53,200 TL GEKA tarafından finanse ediliyor.

Literatür taraması, saha ölçümleri, uzman görüşleri ile kapsamlı bir çalışma gerektiren proje sonucunda Fethiye'ye yapılacak olan kruvaziyer limanı hakkında olumlu veya olumsuz sayısal veriler ortaya çıkarılacak. Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası tarafından başta Muğla Valiliği, Fethiye Kaymakamlığı, Fethiye Belediyesi olmak üzere tüm ilgili birimler ve kamuoyu ile paylaşılacak.

Araştırma ekibi Dokuz Eylül Üniversitesi Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof Dr. Hakkı Kişi, Jeofizik mühendisi ve deniz bilimleri üzerine doktora yapmış olan Yrd. Doç. Dr. Ersel Zafer Oral ile turizm işletmeciliği ve pazarlama konusunda uzman olan Yrd.Doç. Yeşim Coşar'dan oluşuyor.

Proje kapsamında Fethiye'nin kruvaziyer turizm potansiyelinin belirlenirken, kruvaziyer limanının özelliklerinin ne olması gerektiği ortaya konacak. Kruvaziyer limanı pazarlama stratejisinin nasıl olması gerektiği ele alınacak. Son aşamada ise tüm uzmanlar bir araya gelerek görüşlerini içeren sonuç raporunu yazacaklar.

Dayanışma Yemekleri İlgi Gördü

Meslektaşlar arasında birlik ve dayanışmanın sağlanması amacıyla Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası 5 No'lu Meslek Komitesince organize edilen iki yemek 12 Şubat Çarşamba ve 20 Şubat Perşembe günü Denizatı Restoran'da yapıldı. Her iki buluşma da yoğun ilgi görürken oldukça samimi bir atmosferde geçti.

Denizatı Restoran'da yapılan birlik ve beraberlik yemeklerinde bir araya gelen Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası 5 No'lu Meslek Komitesi üyeleri, oldukça güzel anlar yaşadılar.

Toplantılara 5 No'lu Meslek Komitesi Başkanı Arif Erkin Kandönmez ve çok sayıda inşaat malzemesi satıcısının yanında Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Akif Arıcan, Yönetim Kurulu üyelerinden Günay Özütok, Ömer Eriz katıldı.

Kandönmez birlik ve dayanışmanın önemine değindiği konuşmasında sık sık bir araya gelinmesi gerektiğini söyledi.

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Akif Arıcan yemeğe katılarak üyelere Fethiye Ticaret ve Sanayi Odasını ve faaliyetlerini anlattı. Odanın aldığı hibe destekleri konusunda bilgi veren Arıcan kurulacak olan Fethiye İşletme Fakültesi çalışmalarına da değindi.

Babadağ Yatırımlarla Cazibesini Daha da Arttırıyor

12 ay uçuşun yolunu açacak Rotamız Babadağ Projesinde çalışmalar başladı. 1200 metre kotunda pist açılması ile zirveye çıkan yolun 4 kilometresinin parke taşı döşenmesi ihalesini kazanan Yiğit İnşaat Şirketi ile Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası arasında sözleşme imzalanmasının ardından çalışmalar başladı. FTSO adına sözleşmeyi Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Burhanettin Tuna ve Sayman Üye Uğur Çaçaron imzalarken Yiğit İnşaat adına da Taner Göktepe imzaladı.

Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası tarafından hazırlanan Rotamız Babadağ Projesi için kısa adı GEKA olan Güney Ege Kalkınma Ajansından 750 bin lira hibe desteği alınmıştı. Fethiye Ticaret ve Sanayi Odasının 250 bin lira katkı sağlayacağı proje, havanın bulutlandığı ve zirveden uçuş yapılamadığı dönemlerde yamaç paraşütü uçuşlarının devam edebilmesi amacıyla 1200 metre kotunda bir pist açılması, pistin yanından geçen orman yangın yolunun açılması ile zirveye çıkan yolun yaklaşık 4 km'sinin parke kaplanmasını içeriyor.

Çalışmaların ardından yamaç paraşütü için ilçemize gelen tatilciler havaların kötü olduğu dönemlerde uçuş yapamadan gitmelerinin önüne geçilmiş olacak. Pistin açılmasının yanında zirveye çıkan yolun büyük kısmının parke döşenmesiyle Babadağ'ın cazibesi daha da artırılmış olacak.

Fethiye Orman İşletme Müdürlüğü'nün yol şebekesi planı kapsamında yürütülen çalışmalarda Babadağ'ın güney yamacında açılan orman yolu hem 1200 metrelik piste ulaşırken hem de yaşanabilecek olası yangınlara müdahale edilebilecek. Bölgede, adı geçen güzergah yönünde her hangi bir orman yangın yolunun bulunmaması, olası bir yangının bölgeye vereceği zararı düşünüldüğünde, açılması için çalışma başlatılan orman yolunun önemini de gözler önüne seriyor.

Gökhan OKÇU

HAZIR OLMAK

Ana rahminden dünyaya ilk merhaba. Her şeyiyle hazır bebek, o ilk nefesi almaya. Olağan üstü bir olaydır doğum. Her şey, kusursuz biçimde hazırdır öncesinden. İlk nefesle başlayan mücadele mezara kadar sürecek ve en az ilk anda olduğu gibi hep hazır olmak zorunda olacak güzel bebek. Yaşamı süresince insan, hep kendini bir şeylere hazırlayacak.

Neye mi hazır olmalısınız?

Belki de şu an itibarı ile her şeyden önce okuyacağınız bu yazıya hazır olmalısınız. Sessiz ve huzurlu bir ortamda, kendinizi en rahat hissettiğiniz pozisyonda, algılarınız sonuna kadar açık, sonucunda vereceğiniz karar nedeni ile öylesine geçiştireceğiniz bir yazı olmadığı için, tek yapacağınız olsun *"Hazır Olmak"...*

William Shakespeare Hamlet'inde şöyle der:
"Serçenin ölmesinde bile bir bildiği vardır kaderin. Şimdi olacaksa bir şey yarına kalmaz, yarına kalacaksa bugün olmaz. Bütün mesele "Hazır Olmak"ta..."

Değişen dünya düzeni içerisinde gelişen teknoloji ve iletişim araçları sayesine her gün ve her an yeni değişiklikler gözlemliyoruz. Varoluşundan beri insanoğlunun hassas dengeler üzerine inşa ettiği yaşantısı, zamanla daha da hassaslaşmaktadır. Öyle ki artık binlerce kilometre ötede gerçekleşen bir olay, eş zamanlı dünyanın bir başka yerinde değişikliklere yol açmaktadır. Bireylerin kişisel olarak bu etkilere, tepkilerini hazırlamaları ve dirençlerini güçlendirmeleri gerekmektedir. Bu şekilde bireyin kendini hazırlaması ile toplumda ortak bir aklın oluşması ve toplumun top yekun değişime ayak uydurması sağlanmakta yada tam tersi olmaktadır.

Yazar Metin Aydoğan'ın *"Bitmeyen Oyun"* adlı eserinde; *"Eskiden büyük olaylar olur, yüzyılda bir çağ atlardık. Günümüz dünyasında öyle gelişmeler oluyor ki, her gün bir çağ atlıyoruz."*diyor. Aslında bu tespit maruz kaldığımız bilgi bombardımanına karşılık olabildiğine hazır olmanın gerekliliğini de ortaya koyuyor. Günceli takip etmek, olan ve olası durumlara hazırlıklı olmak, insanı streslerinden arındıran, sağladığı farkındalıkla doğru aksiyonu almasına yardımcı olan önemli bir unsurdur.

yaşlandık, bizden geçmedi!

Yaklaşık bir yıl önce Alman bilim adamı Gunther von Hagens' tarafından hazırlanan *"Body Worlds"* adlı sergiyi ziyaret ettim. Serginin bir bölümünde yüz yılın üzerinde yaşayan insanların ortak özelliklerinin belirtildiği bir sunum hazırlanmış. Özelliklerden bir tanesi bu kişilerin çağın gerisinde kalmadan sürekli günceli takip ettikleri, çağın gereklerini yerine getirdikleriydi. Bu yaklaşım, bizde yaygın olan *"Yaşlandık, artık bizden geçti."* yaklaşımının tam aksine, yeniyi içselleştirerek, eski ile bağlantıyı koparmadan yaşama karşı hazır olmanın önemine vurgu yapmaktadır.

Evet, insanla başladı her şey ve insanla da devam edeceği aşikâr. Bu yüzden her birimizin alacağı tutumu belirlemesi, olan ve olası her değişime hazır olması, hayat amacımıza ve hedeflerimize ulaşarak mutlu bir hayat sürmek adına kaçınılmaz olmuştur. Bireylerin mutluluklarıyla birlikte toplum mutlu olacak ve kişiler kendilerine daha geniş bir hareket alanı ve hareket kabiliyeti sağlayacaklardır. Bu şekilde resim netleşecek, karalar daha hızlı ve doğru alınacaktır.

Her şeyi zamanında yapmak üzerine onlarca atasözümüz mevcut. Bunların tamamının özü hazır olmayı gerektirdiği gibi kişisel gelişim konularının tamamında da, ana hedef kişiyi hazırlamaya yöneliktir.

"Hazır Olmak" dedik ya en başından beri, işte mutlu yaşamanın, hayat amacına ve hedeflerine ulaşmanın tek sırrı bu. Bir rus atasözü der ki, *"Şans, hazırlıklı olarak bir fırsatla karşılaşmaktır."* Özünde iki kelime ve çok basit. Hazır olmak. Neye mi hazır olmak?

Hayata hazır olmak,

Akşam işten geldiğimizde bizden bir çift güzel söz, bir buket çiçek bekleyen eşimize hazır olmak. Tüm gün bize hasret kalan, sıcak bir kucak bekleyen evladımıza hazır olmak. Çat kapı gelen iki dostumuza, ansızın davet edildiğimiz satış toplantısına hazır olmak, çıkacağımız yola, atacağımız adıma, alacağımız nefese hazır olmak. Belki de en önemlisi son nefesimizi vermeden, hayatta hayata bırakacağımız her şeye hazır olmak.

Ancak hazır olduğumuz zaman kolay iletişim kurabilen, daha az stresli, seçenekleri görebilen, esnek düşünebilen, duyusal keskinliği gelişmiş, algıda seçici olabilen, yaşadıklarından keyif alan, mutluluğa daha kolay ulaşabilen, nefes aldığının farkında olan ve kendini gerçekleştiren bireylerden olacağız. Günlük hayatın bizi bilinçsiz bir şekilde oradan oraya sürükleyen karmaşasından uzak, yolunu kaybetmiş gemiler gibi savrulmaktansa, henüz yola çıkmadan rotasını belirlemiş, olası her duruma hazırlıklı kaptanlar gibi hissedeceğiz.

İşte sözün bittiği, hiç olmadığı kadar keyifli bir hayatın başlayacağı yerdeyiz...

"Bütün mesele hazır olmakta....."

İKLİM DEĞİŞİYOR;

Mevcut Müzakereler Hangi Aşamada?

İlge Kıvılcım

2008 yılında Kadir Has Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü'nden mezun olduktan sonra, kısa süreliğine Avrupa'nın çeşitli şehirlerinde farklı konumlarda stajyer pozisyonunda çalışmış ve 2010 yılında Marmara Üniversitesi Avrupa Birliği Enstitüsü'nde AB Siyaseti ve Uluslararası İlişkiler Bölümü'nde yüksek lisans eğitimi almıştır. Mart 2012 tarihinden itibaren, İktisadi Kalkınma Vakfı'nda Uzman Yardımcılığı görevinde çalışmaktadır. Sorumlu olduğu alanlar, AB müktesebatının Çevre ve İklim Değişikliği Politikası ile Tüketicinin ve Sağlığın Korunması Başlıklarıdır.

Klasik söylemde, Sanayi Devrimi ile başlayan endüstriyel faaliyetler sonucunda dünyadaki üretim şekli değişmiş, insan ömürleri uzamış, dünya nüfusu artmış ve şehirleşmeyle birlikte enerji talebi yükselmiştir. Teknolojik ilerlemeler ve gelir seviyesinin yükselmesiyle yoğunlaşan ulaşım, tüketim, gıda talebi ve tarımsal faaliyetlerin dünyada küresel çapta çevresel sorunlara yol açtığı görülmüştür. Bu sorunlar, doğal iklim değişimlerinden farklı olarak bugünün iklim değişikliği sorununu tetiklemiştir.

iklim değişikliği nedir?

Üretim ve tüketim alışkanlıklarına bağlı olarak, *"doğrudan ya da dolaylı olarak insan etkileri sonuçları ile atmosfer bileşiminin bozulması"* [1] olarak tanımlanmaktadır. Bu bilimsel gerçek, Birleşmiş Milletler'in (BM) uzman kuruluşu olan ve her dört senede bir yayımlanan Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (IPCC) Raporu'nda[2] açık bir ifadeyle *"yüzde 95"* oranla artık olasılık kavramından sıyrılmış bir şekilde *"tartışmasız insan kaynaklı bir sorundur"* ifadesiyle kullanılmaktadır. Bu ifade farkındalık için oldukça önemlidir. *"Çevre=Güvenlik"* algısı ise giderek yaygınlaşmakta ve sadece iklim politikalarıyla ilgili olmayıp, gıda güvenliği, su güvenliği ve insan güvenliği gibi pek çok konuyu kapsayan geniş bir yelpazeye yayılan sorunlar zincirini teşkil etmektedir. 2007 tarihli IPCC Raporu'nda, insan etkisine bağlı olarak atmosferdeki sera gazlarının birikmesiyle, bir dizi zincirleme sürecin tetiklendiği açıkça anlatılmaktadır: [3]

Sera gazlarının artmasıyla sıcaklık değişimi yaşanmakta ve yağış rejimleri düzensizleşmektedir. Bu süreç, beraberinde ekosistemden yeraltı sularına ve insan sağlığına kadar uzanan sorunlara yol açmaktadır. İnsan üzerindeki etkiler aynı zamanda sosyo-ekonomik kalkınma yapısında da bozulmalara neden olabilmektedir.

Fosil yakıtın sürekli kullanımı, iklim değişikliğinin en büyük sebeplerinden biridir. Mevcut sistemde, fosil yakıta bağımlı olmayan hiçbir ülke yok. Özellikle petrolün giderek daha pahalı hale gelmesi, ekonomik krizle beraber, durumu daha da kötü hale getiriyor. Bu noktada, yenilenebilir enerji öne çıkmakta ancak bu tür enerji üretim kaynaklarının teşvik edilme oranı, dünya genelinde çok düşük seviyede kalmaya devam ediyor.

Sera gazı emisyonlarının *"2 dereceyle"* sınırlı kalması da iklim değişikliğinin yol açacağı felaketlerin azaltılması için hayati öneme sahip. Her yıl düzenli olarak yapılan BM Taraflar Konferansı'nın 18'incisi, Katar'ın başkenti Doha'da 2012 yılında yapıldı *(The 18th Session of the Conference of the Parties to the UNFCCC-COP 18)*. COP 18 öncesinde, dünyanın pek çok yerinden sivil toplumun ortak platformu niteliğindeki İklim Eylem Ağı'nın (CAN) yayımladığı değerlendirme notunda,[4] hükümetlerin harekete geçmemesi halinde küresel sıcaklık artışında 3,5 ila 6 derecelik bir artış yaşanabileceği açıklanmıştı. Bu durum, küresel iklim değişikliğinin yol açacağı değişikliklerin *"geri dönüşü olmayan bir noktaya"* sürükleneceği anlamı taşıyor. Aynı şekilde, BM Çevre Programı'nın (UNEP) küresel boyutta emisyon salınımlarının seyrine yönelik özel raporunda, iklim değişikliğinin etkilerinin azaltılması için hala erken seviyede olundu-ğu açıklanıyor. Rapora göre, 2020 yılında küresel sera gazı emisyonları yüzde 18-27 arasında bir oranla Sanayi Dönemi öncesi seviyenin üzerinde olacağı öngörülmekte ve böyle bir beklenti, hem 2 derece limitinin korunamaması hem de iklim değişikliği maliyetinin daha fazla olacağı sonucunu doğurmaktadır.

Kyoto Protokolü Sonrası Yeni Bir Anlaşma

BM nezdinde yapılan uluslararası iklim değişikliği toplantılarının çıkış noktası, bundan 40 yıl öncesine kadar uzanıyor. Ancak günümüzde ülkeleri bağlayıcı bir sistemde tutan tek uluslararası çerçeve olan Kyoto Protokolü ile beraber BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, mevcut iklim değişikliği ile mücadelenin iki önemli aracıdır. Doha'daki Konferans'ta, Protokol'ün 2020 yılına kadar uzatılması oldukça önemliydi. Bu durum iki türlü okunabilir: Protokol'ün devam etmesi demek, sera gazı emisyonlarının azaltılmasının ülkeler için bağlayıcılık kısmının bir süre daha devam etmesi demek. İkincisi, küresel boyutta *"emisyon üretici"* konumundaki büyük ekonomilerin *(ABD, Kanada, Avustralya)* hala Protokol'e bağlı olmaması, büyük bir sorun.

Öte yandan, Kyoto Protokolü'nün de ömrü görüldüğü gibi pek uzun değil. Dolayısıyla Kyoto-sonrası dönem için müzakereler mevcut süreçte sürmektedir. Bunun için uluslararası yeni bir iklim değişikliği anlaşmasının taslağının müzakereleri, 2009 yılından beri yapılıyor. Söz konusu anlaşmanın ise BM takvimine göre, 2015 yılında tüm taraflar tarafından imzalanıp, 2020 yılında yürürlüğe girmesi gerekiyor. Anlaşma taslağı üzerinde Varşova'da 2013 yılında yapılan COP 19'dan çok ciddi bir sonuç elde edilemedi. Dolayısıyla 2014 yılı, anlaşma taslağının kabul edilmesi için önemli tarihe işaret ediyor. Ayrıca anlaşma metni için tarafların görüşleri, 2014 sonuna kadar toplanması ve Mayıs 2015 öncesinde taslağın hazır hale getirilmesi BM tarafından vurgulanan bir konu. Bunun için, BM Genel Sekreteri Ban Ki-moon önderliğinde ülkelerdeki *"siyasi isteği"* canlı tutma adına, dünya liderlerinin 2014 yılında tekrar biraraya gelmesi bekleniyor.

[1] Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, BMİDÇS, 1992
[2] **http://www.ipcc.ch/index.htm**
[3] Bölgesel Çevre Merkezi-REC Türkiye, "A'dan Z'ye İklim Değişikliği Başvuru Rehberi", 2008, s.15, **http://www.rec.org.tr/dyn_files/22/1408-iklimbasucu.pdf** *(Orjinal metin: IPCC Sentez Raporu, 2007, s.26 - Climate Change 2007: The Synthesis Report)*
[4] **http://www.iklimplatformu.org/haberler/227-karbon-fiyati-bildirisi**

Ülkelerin Kırmızı Hatları

Ülkelerin kırmızı hatları, müzakerelere şeklini veren bir diğer kısım: Gelişmekte olan ülkelerin iklim değişikliği ile mücadelelerinde mali destek ihtiyaçlarının gelişmiş ülkeler tarafından *"kayıp ve zarar mekanizması"* şeklinde karşılanması, bu ülkelerin temel argümanlarından biri. Gelişmiş ülkeler ise zarar ve kayıpların gelişmekte olan ülkelere yönelik *"kredi sistemiyle"* çözülebileceği konusuna daha sıcak bakıyor.

Orta yolun henüz bulunamadığı mevcut ortamı yumuşatma çabaları, aslında 2007 tarihinde Bali'de gerçekleşen 13'üncü Taraflar Toplantısı'nda, ülkelerarası farklılığı azaltmak amacıyla iki süreçli müzakere dönemine geçilmesiyle başlatılmıştır:

Buna göre, müzakerelerin *"Sözleşme" (Bali Yol Haritası)* ve *"Kyoto Protokolü"* hattından ilerlemesi kararı alınmıştı. Protokol hattındaki çalışma grubunda; 2012 sonrası dönemde EK-I ülkelerinin, EK-B kapsamında nasıl bir yükümlülük altına girecekleri konusu Kopenhag Konferansı'na bırakılmıştı. Ancak Kopenhag'tan bir sonuç çıkmamıştı. Öte yandan, 2011 tarihli Durban'daki *(COP 17)* Konferans'ta henüz hazırlanmamış anlaşma metninin hazırlık aşamasını hızlandırıcı bir de *"Durban Platformu Geçici Çalışma Grubu"* oluşturulmuştur.

Anlaşmanın Kyoto'dan Farkı Ne Olabilir?

Mevcut süreçte bu soruyu Protokol ve müzakere süreci üzerinden yorumlamak mümkün: Kyoto Protokolü'ne getirilen eleştiriler düşünüldüğünde, eksikliklerin giderilmesi adına öncelikle anlaşmanın tüm tarafları kapsayan bir yapıya sahip olması gerektiği gerçeği yadsınamaz. Aynı şekilde, küresel salınımların başını çeken ülkelerin *(ABD, Avustralya, Kanada vb.)*, Kyoto Protokolü kapsamında açık bir şekilde hedeflerden *"muaf bir pozisyon*[6]*"* sergilemeleri, yeni anlaşma metni için geçerli olması düşünülemez.

Kyoto Protokolü üzerindeki en belirgin tartışmalardan bir diğeri, karbon fiyatlandırmasıyla ilgilidir. Karbon ticareti sisteminden ziyade, karbon fiyatlandırmasına getirilecek yeniliklerin oluşturacağı adil bir sistemin geçerli olması yorumları güncelliğini korumaktadır. ABD ve Çin gibi ülkelerin de dâhil olacağı ve daha yüksek bir fiyatlandırmaya gidilmesi esastır. Özellikle fiyatlandırmanın karbon bazlı yakıtlara getirilmesi şart gözüyle bakılıyor.

Taraflar Konferanslarının 20'ncisi bu sene sonunda Peru'nun başkenti Lima'da gerçekleşecek. Bir sonraki Konferans ise 2015 yılında Paris'te yapılacak olup, söz konusu anlaşmanın kabul tarihi olarak notlara geçebilir.

[6] *Robert Mendelsohn, "An Economist's View of the Kyoto Climate Treaty", 2005,* **http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=4504298**

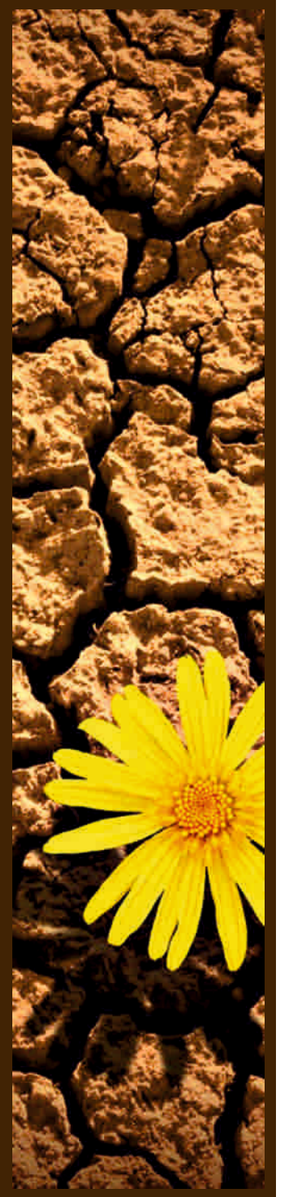
COŞKU mutfak 1995 aksesuar

TEFAL Club kart ve ayrıcalıklarını keşfedin!
Sigorta Ayrıcalığı + Uzatılmış Garanti
Jumbo emsan Biev TEFAL
www.coskumutfak.com

bir doğa olayı KURAKLIK

Adem DİNLER-METEOROLOJİ MÜDÜRÜ

Kuraklık "Yağışların, kaydedilen normal seviyelerinin önemli ölçüde altına düşmesi sonucu, arazi ve su kaynaklarının olumsuz etkilenmesine ve hidrolojik dengenin bozulmasına sebep olan doğal olay" olarak tanımlanmıştır. (BMÇMS[1], 1997)



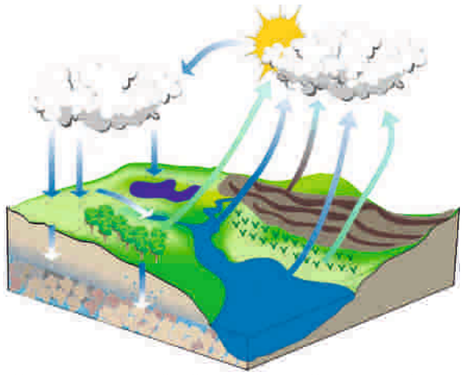
Tarımsal faaliyetler atmosfer şartlarında çalışan bir fabrika ve istihdam sahasıdır. Tarımsal üretimi etkileyen faktörlerin başında toprak, tohum, insan ve iklim faktörü gelir. İklim dışında kalan diğer tüm faktörler genellikle kontrol ve ıslah edilebilir, ne kadar tarım teknikleri gelişirse gelişsin iklim faktörü tarımsal üretimi önemli ölçüde etkilemeye devam etmektedir.

Meteorolojik hadiselerin zamansal ve mekânsal olarak büyük değişiklikler göstermesi tarımsal üretimde ciddi dalgalanmalar oluşturmaktadır. Kuraklık, sel, don, dolu ve fırtına gibi doğal meteorolojik hadiseler neticesinde büyük oranda ürün kayıpları meydana gelmektedir. Bu nedenle herhangi bir bölgede tarımsal faaliyette bulunmadan önce o bölgenin iklim yapısı hakkında gerekli bilgilerin edinilmesi bir zorunluluktur.

Tarımı etkileyen en önemli meteorolojik hadiseler yağış, sıcaklık, rüzgâr, nem, güneşlenme süresi ve şiddeti olarak sayılabilir. Ülkemiz, coğrafik konumu ve yapısı nedeniyle çok farklı iklim bölgelerine ve mikroklima alanlarına sahiptir. Meteorolojik faktörler bölgeler arası değişiklikler gösterdiği gibi üretim üzerinde de belirleyici rol oynamaktadır.

Türkiye'de yıllık en düşük yağış 250 mm olup, Tuz Gölü çevresinde görülmektedir. Bu değer Hopa'da 2200 mm'ye çıkmaktadır. Yağışların bölgesel miktar ve düzensizliği yanında yurdumuzun her bölümünde yıllara ve mevsimlere göre yağış dağılımında farklılıklar görülmektedir. Türkiye yağış ortalaması yıllık 643 mm'dir. Ülkemizde yağış dağılımının düzensizliğinden dolayı bazı bölgelerde dönemsel su sıkıntısı ve kuraklık yaşanmaktadır.

Türkiye üzerine yılda ortalama 501 milyar m^3 su düşmektedir. Bu suyun 274 milyar m^3'ü buharlaşma ile atmosfere geri dönmekte, 41 milyar m^3'ü sızma ile yeraltı suyu depolamalarını beslemekte, 186 milyar m^3'ü ise akışa geçmektedir. Komşu ülkelerden doğan akarsular ile yılda 7 milyar m^3 suyun ülkemiz su potansiyeline dâhil olduğu hesaba katılarak toplam yenilenebilir su potansiyelimiz brüt 234 milyar m^3 olmaktadır *(DSİ 2001)*.



Kuraklık olağanüstü meteorolojik olaylar içerisinde en kapsamlı etkiye sahiptir. Sosyal, çevresel ve ekonomik olarak önemli zararlar oluşturmaktadır. Kuraklık, yağış normalinin çok altına düşmesi ile ortaya çıkar. Kuraklık arazi kaynakları ile üretim sistemlerini olumsuz etkileyen ciddi hidrolojik dengesizliklere yol açan doğal oluşumlu bir olaydır. Kuraklık iklimde meydana gelen bir değişiklik ve sapmadır.

Kurak iklim daimi bir özellik olup düşük yağış alan bölgeleri ifade ettiğinden *"kuraklık"* kavramından farklı bir ifadedir. Kuraklık olayının şiddeti toprak nem açığının oranı, devam süresi ve etkilenen alanın büyüklüğüne bağlıdır.

[1] Birleşmiş Milletler Çölleşmeyle Mücadele Sözleşmesi. Haziran 1992 tarihinde Rio de Jenerio' da düzenlenen BM Çevre ve Kalkınma Konferansı' nda alınan kararlar çerçevesinde kurulan Hükümetler arası Müzakere Komitesince "Çölleşme ile Mücadele Sözleşmesi" hazırlanmış ve 17 Haziran 1994 tarihinde kabul edilmiştir. Türkiye 1998 yılında resmen taraf olmuştur.

Kuraklığı meteorolojik, tarımsal ve hidrolojik kuraklık şeklinde sınıflandırmak mümkündür.

METEOROLOJİK KURAKLIK

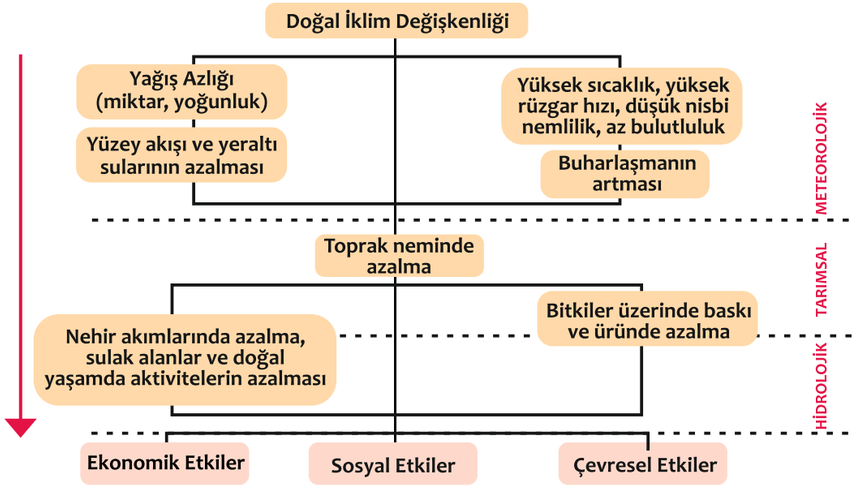
Belirli bir zaman periyoduna ait ortalamadan *(genellikle en az 30 yıllık)* meydana gelen sapma olarak tanımlanır. Bu tanımlamalar genellikle bölgeseldir. Meteorolojik ölçümler kuraklığı ifade etmede başta gelen göstergelerdir. Devam eden bir meteorolojik kuraklık olayı hızlı bir şekilde kuvvetlenebilir veya aniden sona erebilir. Kuraklık periyotları genellikle, belirlenen eşik değerlerinin altında yağışlı olan günlerin sayısı olarak tanımlanmıştır.

TARIMSAL KURAKLIK

Bitkinin kök bölgesinde, büyüyüp gelişmesi için yeterli nem bulunmaması durumu olarak ifade edilir. Büyüme periyodu boyunca, bir bitkinin suya ihtiyaç duyduğu belirli bir kritik döneminde yeterli toprak nemi olmadığı zaman tarımsal kuraklık meydana gelir. Tarımsal kuraklık meteorolojik kuraklıktan sonra ve hidrolojik kuraklıktan önce ortaya çıkan tipik bir durumdur. Tarımsal kuraklık, toprağın derinlikleri doymuş halde olsa bile ürün verimlerini ciddi oranda düşürebilir. Yüksek sıcaklıklar, düşük nispi nem ve kurutucu rüzgarlar yağış azlığının etkilerinin katlanmasına sebep olur.

HİDROLOJİK KURAKLIK

Hidrolojik kuraklık, uzun süre devam eden yağış eksikliği neticesinde ortaya çıkan yeryüzü ve yer altı sularındaki azalma ve eksiklikleri ifade eder. Yağmur eksikliği ile akarsu, dere ve rezervuarlardaki su eksikliği arasında bir zaman aralığı olduğundan dolayı hidrolojik ölçümler kuraklığın ilk göstergelerinden değildir. Meteorolojik kuraklık sona erdikten uzun süre sonra dahi hidrolojik kuraklık varlığını sürdürebilir.



FETHİYE'DE
Kuraklık ve Analizleri

Meteoroloji Genel Müdürlüğü Ziraî Meteoroloji Şube Müdürlüğü'nce her ay kuraklık değerlendirmeleri yapılmakta ve paylaşılmaktadır. Bu bağlamda günümüzde sıkça bahsedilen kuraklığın Fethiye İlçesindeki durumu kısaca ele alınacaktır.

Fethiye İlçesine 2013 yılında toplam 765,3 mm yağış düşmüştür. Fethiye'nin uzun yıllar yıllık yağış ortalaması 864,3 mm'dir. *(1960-2012)* 2013 yılında ortalama yağış miktarına göre negatif olarak 99 mm daha az yağış almıştır. Diğer bir deyimle Fethiye'de 2013 yılı yağışı normalinden %11 daha azdır. Bu durumda Meteorolojik olarak Fethiye'nin 2013 yılında ortalamadan çok az yağış aldığını söyleyemeyiz. Şöyle ki; 1960-2012 yılları arasındaki yıllık yağış dağılımına baktığımızda en düşük yıllık yağışın 1977 yılında 430,2 mm, en yüksek yağış miktarının da 2009 yılında 1443,9 mm olduğu görülmektedir.

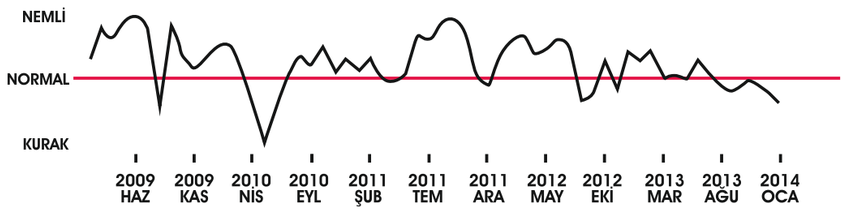
En az yıllık yağış olasılığının 430 mm olduğu ilçemizde 2013 yılında alınan yağışın ortalamadan negatif sapma gösterdiği tespit edilmiş olmakla birlikte, meteorolojik olarak kurak bir yıl olduğunu söylememiz mümkün değildir.

Fethiye İlçesinde 2014 yılı Ocak ve Şubat aylarında kuraklık durumu:

İlçemizde metrekareye 2014 Ocak ayında 105,2 mm yağış düşmüştür. Uzun yıllar ocak ayı yağış miktarı 170,4 mm'dir. Alınan yağış miktarı ortalamadan %38 daha azdır. Ocak ayının verileri incelendiğinde 1992 yılında hiç yağış alınmamış, 1964 yılında sadece 1,3 mm yağış alınmıştır.

2013 Şubat ayında düşen yağış miktarı 14,8 mm'dir. Uzun yıllar şubat ayı yağış ortalaması 134,4 mm'dir. Ortalama yağıştan %89 daha az yağış alınmıştır. Şubat ayının uzun yıllar yağış dağılımına bakıldığında 2007 yılı hariç en az yağış 2014 yılında düşmüştür. Fethiye İlçesinde 2014 Şubat ayında Meteorolojik ve Tarımsal kuraklık yaşanmıştır diyebiliriz.

3 AYLIK MUĞLA -FETHİYE

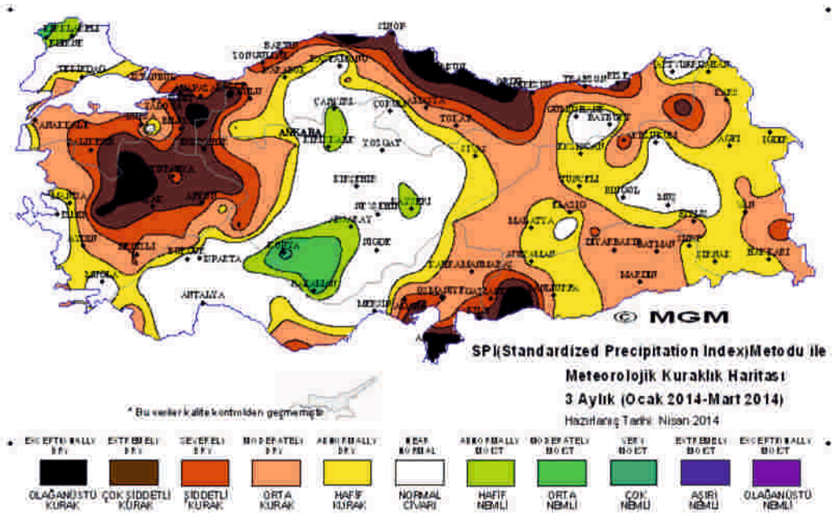


DÜNYA'DA
yaşanan kuraklıklar ve çarpıcı sonuçları

• 1907 yılında Çin'de etkili olan kuraklık sırasında açlık sonucunda 24 milyon kişi hayatını kaybetmiştir.
• 1921-1922 yıllarında Ukrayna ve Rusya'nın Volga bölgesini etkileyen kuraklıkta 250.000 ile 5 milyon arasında insan ölmüştür.
• Hindistan'da 1900 yılında yaşanan kuraklıkta 250.000 ile 3 milyon, 1965-1967 yılları arasında hüküm süren kuraklıkta ise 1,5 milyon Hintli hayatını kaybetmiştir.
• Afrika'nın Sahra bölgesinde 1972-1975 yılları arasında 600.000 Afrikalı ölmüştür.
• Afganistan'da 2000 yılı içinde 4 ay süren kuraklık tehlikeli boyutlara ulaşmış, son 30 yılın en şiddetli kuraklığını yaşayan Afganistan'da, kuraklıktan 12 milyon Afganlı etkilenmiştir.

Kuraklığın en şiddetli olduğu yerler, Afrika'dır *(Somali, Sudan, Etiyopya, Çad, Nijer, Moritanya gibi)*. Bunun yanı sıra Çin, Hindistan, Rusya gibi ülkelerde kuraklıktan zaman zaman etkilenmektedir.

Türkiye'de kuraklıktan etkilenme şu an için tehlikeli boyutlarda değildir. Güneydoğu Anadolu, İç Anadolu, Akdeniz Bölgesi'nin bazı yerlerinde bazı yıllarda yağışların azlığına bağlı olarak kuraklık yaşanmakta ve tarımsal verim düşmektedir.



AÇIKLAMALAR:
• Bu veriler genel bilgilendirme amaçlıdır. Referans olarak kullanılamaz.
• Sistem, uluslararası SPI *(Standardized Precipitation Index)* yöntemiyle çalışmaktadır.
• En az 30 yıllık veri seti olan istasyonlar değerlendirmeye alınmıştır.
• Bu veriler her ay sonunda güncellenmektedir.
• Verilerin düzenlemesi ve yayını Araştırma ve Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı tarafından yapılmaktadır.

KAYNAKLAR:

1.Genel Meteoroloji Eğitimi Zirai Meteoroloji Kurs Notları-2009 Ankara
2.Zirai Meteoroloji Uygulamaları kuraklık izleme sistemi (mgm.gov.tr)
3.Fethiye Meteoroloji Müdürlüğü Rasat Kayıtları

Plastik Şişelerdeki Sır

Derleyen: Özhan Çakıcı

Gördüğümüz, kullandığımız birçok plastik malzemeyi plastik adı altında genellesek de aslında birbirinden farklı isim ve özelliklere sahipler. Plastik malzemelerin bazılarının zararlı olduğunu, özellikle gıda ile temas eden yerlerde kullanılmaması gerektiğini duymamıza rağmen bunların hangileri olduğunu ayırt edebilecek bilgiye sahip değiliz. Özellikle de son yıllarda gittikçe artan çevre duyarlılığı nedeni ile bu tür malzemelerin bilinçli kullanımı ve geri dönüşümü önem kazanmış durumda.

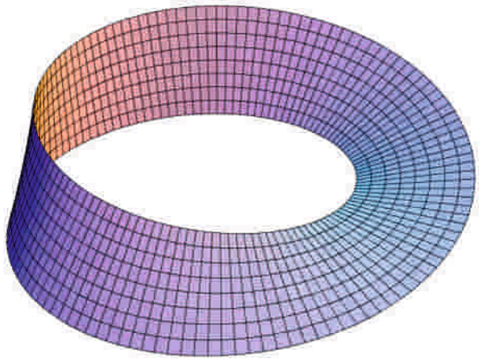
Hiçbirimizin uzman olmadıkça ayırt edemeyeceği plastik olarak adlandırdığımız malzemeleri ayırt edecek böylece hem sağlıklı hem de çevre duyarlılığını öne çıkarabileceğimiz bir kodlama sistemi mevcut.

Birbirini gösteren üçgen formunda üç ok olarak gördüğümüz geri dönüşüm sembolü ve bu sembol içinde kullanılan rakamları biraz dikkat edersek kullanılan tüm plastik malzemelerin üzerinde bulmamız mümkün.

Bu sembollerin ortaya çıkışı ve anlamlarını merak edenlere için derledik.

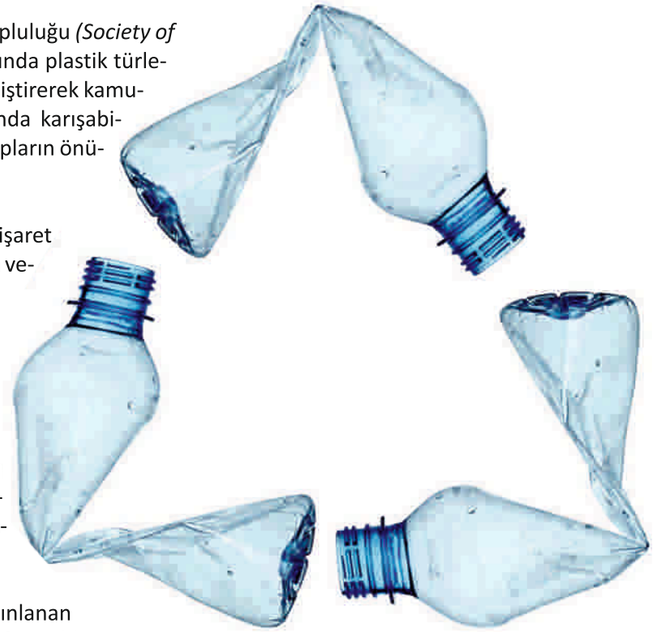
GERİ DÖNÜŞÜM SEMBOLÜNÜN ORTAYA ÇIKIŞI

1970 yılında atık kağıt kullanan bir şirket olan Amerikan Ambalaj Şirketi *(Container Corporation of America)* çevre duyarlılığı artırmak ve geri dönüşüm için kullanılacak kağıtlarda ayırt edici olarak kullanılmak üzere bir grafik dizayn ettirmek istedi. Bu amaçla 2,500 $ ödüllü bir yarışma düzenledi. Dünyayı tehdit eden çevresel olaylara dikkat çekmek için 1970 yılında ilk kez kutlanan dünya günü günü etkinlikleri çerçevesinde CCA Amerika Birleşik Devletlerinde bulunan üniversitelere afiş göndererek bu yarışmayı duyurdu.



Dünyanın ünlü tasarımcıların katıldığı bu yarışmayı 23 yaşındaki üniversite öğrencisi Gary Anderson kazandı. Mobius şeridinden esinlenerek üretilen bu geri dönüşüm sembolü, yarışmayı düzenleyen şirket tarafından kamu malı ilan edildi ve kullanılmaya başlandı. Yaygın bir şekilde kullanımı ise zaman aldı. Tasarımın sahibi olan Gary Anderson yarışmayı kazandıktan sonra ilk kez dizayn ettiği sembolü Avrupa seyahati sırasında Amsterdam'da çöp kutularının üzerinde gördüğünü hatırlıyor.

SEMBOLLERİN ÇEŞİTLENMESİ



1988 yılına gelindiğinde Amerikan Plastik Endüstrisi Topluluğu *(Society of the Plastics Industry)* ülke çapında geri dönüşüm sırasında plastik türlerini ayırmayı kolaylaştırmak için yeni bir kod sistemi geliştirerek kamuoyuna tanıttı. Plastik endüstrisi geri dönüşüm sırasında karışabilecek plastik türlerini ayırmak bu sayede de maddi kayıpların önüne geçmek istiyordu.

Bu sembolleri açıklandığı zaman plastikler üzerine işaret konmasını sağlayan hiçbir ulusal veya uluslararası yasa veya düzenleme mevcut değildi.

ASTM International *(Amerikan Test ve Malzemeler Derneği)* olarak bilinen ve bugün 100'den fazla ülkede 30,000'den fazla üyesi olan standart belirleme kuruluşu 2008 yılında SPI *(Society of the Plastics Industry)*'nin geliştirmiş olduğu standart sistemi kabul etti ve kağıt, metal gibi malzemelerinde geri dönüşümü ve kullanımı için eklentiler yaptı. ABD'de 2010 yılında bu standartların kullanılması ülke çapında benimsendi.

Türkiye'de ise 24.08.2011 tarihli resmi gazetede yayınlanan AMBALAJ ATIKLARININ KONTROLÜ YÖNETMELİĞİ'nin 16. maddesine göre bu işaretlerin kullanımı gönüllülük esasına dayanmakla birlikte kullanımında uluslararası standarda uyulması gerekmektedir.

İŞARETLER VE ANLAMLARI

PETE

HDPE

1. PETE veya PET
PETE veya PET Polyethylene Terephthalate'in kısaltmasıdır. Çok yumuşak, şeffaf ve gıdalarda tek kullanım için güvenli olduğu kabul edilir. Çoğu su, meşrubat ve diğer içecek şişeleri bu malzemeden imal edilir. Dondurulmamalı, bulaşık makinesinde yıkanmamalı ve mikrodalga fırında kullanılmamalıdır. İçinde bulunan gıda maddesine herhangi bir zararlı madde sızdırmaz. Ancak tekrar kullanım için yeterince temizlenemez ve tekrar kullanıldığında zararlı bakteriler ürer. Pet şişelerin tekrar kullanımı zararlı olabilir. Plastik türü olarak geri dönüştürülebilir hatta polar giysiler, elyaf malzemeler bu ürünlerin geri dönüşünden elde edilen plastik ile yapılır.

2. HDPE
HDPE High-Density Polyethylene *(Yüksek Yoğunluklu Polietilen)*'in kısaltmasıdır. Gıdalarla kullanımının güvenli olduğu kabul edilir. BPA içermez. Bulaşık makinesinde yıkanabilir, mikrodalga fırında kullanılabilir. Pet süt şişeleri ve deterjan ambalajlarında kullanılır. Sert bir plastik türüdür ve geri dönüşümü en kolay ve en ucuz olan plastik türü olarak bilinir. Bahçe mobilyaları gibi güney ve neme maruz kalan yerlerde de kullanılır.

V

3. V veya PVC
PVC Polyvinyl Chloride'in kısaltmasıdır. Gıdalarla kullanılmamalıdır. İçindeki zararlı maddeleri gıdalara sızdırır. PVC'yi görece olarak hava ve gün ışığı geçirmezliğinden dolayı en çok kapı pencere yapımında kullanılan plastik olarak biliyoruz. Bilgisayar kabloları, bahçe hortumları ve sıhhi tesisat malzemeleri yapımında da kullanılır. Geri dönüşüme uygun olmayan bir plastik türüdür.

LDPE

4. LDPE
LDPE Low-Density Polyethylene *(Düşük Yoğunluklu Polietilen)*'in kısaltmasıdır. Bu malzeme de HDPE gibi gıdalarla birlikte kullanılabilir. Bulaşık makinesinde yıkanabilir, mikrodalga fırında kullanılabilir. Çöp torbaları ve yemek kapları bu tür plastikten yapılır.

PP

5. PP veya PE
PE Polietilen'in kısaltmasıdır. En güvenli plastik türü olarak kabul edilir. 2 ve 4 numara bu maddenin düşük ve yüksek yoğunluklu halidir. İçinde barındırdığı gıdalara sızdırdığı bilinen herhangi bir zararlı madde yoktur. Bulaşık makinesinde yıkanabilir, mikrodalga fırında kullanılabilir. Şişe kapakları, biberonlar, yoğurt ve peynir kapları bu tür plastikten yapılır.

PS

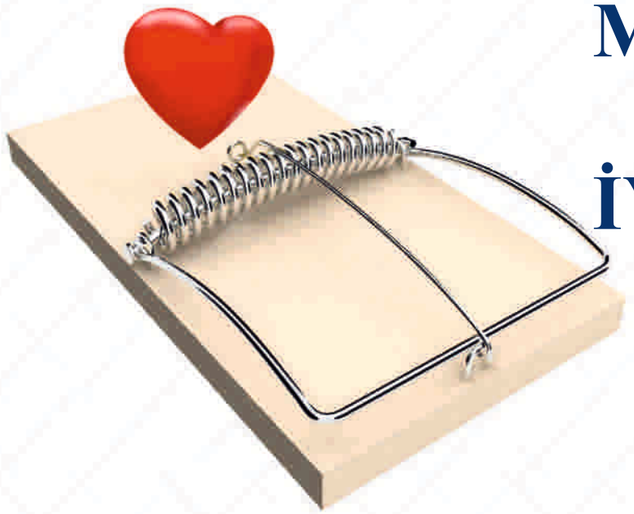
6. PS
PS Polystyrene'in kısaltmasıdır. Çay ve kahve gibi sıcak içecekler için kullanılan köpük bardakları *(karton bardaklar değil)* ya da hazır satılan tavuklarda, tavuğun altındaki köpük tabaklarda kullanılır. En çok kolilerin içindeki elektronik cihazları darbeden korumak için kenarlara koyulan küçük yuvarlak köpüklerden bilinir. İlk bakışta plastik olduğu bile tahmin edilemeyen bu malzeme, Benzen denen bir maddeden imal edilir. Benzen, insan için kanserojen bir madde olarak bilinir. Bu işareti içeren mamuller mutfaklardan uzak tutulmalıdır.

OTHER

7. DİĞER
7 numara belirli bir plastik türüne ait değildir. İlk 6 tür haricindeki tüm plastiklere veya diğer plastik maddelerin karışımından oluşan malzemelere 7 numara verilir. Genellikle BPA *(Bisfenol-A)* denen zararlı maddeyi içerir fakat içermiyor da olabilir. Eğer bir plastik malzemenin üzerinde 7 işareti varsa, cam gibi parlak ve sertse, büyük ihtimalle BPA içeriyordur ve güvenli değildir.

DİĞER DÖNÜŞÜM İŞARETLERİ

SEMBOL	KOD	TANIM	ÖRNEKLER
Plastik (bkz. reçine kimlik kodu[1])			
01 PET	**1.PET (E)**	Polietilen tereftalat	Polyester elyaf, meşrubat şişeleri
02 PE-HD	**# 2 PEHD veya HDPE**	Yüksek yoğunluklu polietilen	Plastik şişeler, plastik torbalar, çöp kutuları, imitasyon ahşap
03 PVC	**3.PVC**	Polivinil klorür	Pencere çerçeveleri, kimyasallar için şişeler, döşeme, sıhhi tesisat boruları
04 PE-LD	**# 4 PELD veya AYPE**	Düşük yoğunluklu polietilen	Plastik torbalar, kovalar, sabunluk şişeler, plastik tüpler
05 PP	**5. PP**	Polipropilen	Tamponlar, araba iç döşeme, endüstriyel lifler, carry-out içecek bardak
06 PS	**6. PS**	Polisitren	Oyuncaklar, saksı, video kasetleri, küllük, sandıklar, içecek / gıda soğutucuları, bira bardağı, şarap ve şampanya bardağı, carry-out gıda kapları, Strafor
07 O	**7. O DİĞER**	Diğer tüm plastik	Polikarbonat (PC), poliamid (PLA), stiren akrilonitril (SAN), akrilik plastik / poliakrilonitril (PAN), biyoplastikler
ABS	**# 9 veya # ABS**	Akrilonitril bütadien stiren	Monitör / TV durumlarda, kahve makineleri, cep telefonları, çoğu bilgisayar plastik
Kağıt			
20 PAP	**# 20 C PAP (PCB)**	Karton	
21 PAP	**21 PAP**	Diğer kağıt	Karışık kağıt dergi, posta
22 PAP	**22 PAP**	Kağıt	
	# 23 PBD (PPB)	Mukavva	Tebrik kartları, dondurulmuş gıda kutuları, kitap kapakları
Madenler			
40 FE	**# 40 FE**	Çelik	
41 ALU alu	**41 ALU**	Alüminyum	
Biyo-/ Organik madde			
50 FOR	**50. İÇİN**	Ahşap	
51 FOR	**51. İÇİN**	Mantar	Şişe tapalar, yer minderleri, inşaat malzemesi
60 TEX	**60. COT**	Pamuk	
61 TEX	**61. TEX**	Jüt	
	# 62-69 TEX	Diğer Tekstil	
Cam			
70 GL	**70. GLS**	Karışık Cam Konteyner/ Multi-Bölüm Konteyner	
71 GL	**71. GLS**	Clear Glass	
72 GL	**72. GLS**	Yeşil Cam	
Kompozitler (80-99)			
84 C/PAP	**# 84 C / PAP (veya Papalık)**	Kağıt ve karton / plastik / alüminyum	sıvı depolama kapları, meyve suyu kutuları, karton kutular, Sigara paketi gömlekleri, sakız kağıtları, boşlukları için navlun kabukları, malzeme, boyama havai fişek Tetra Brik'i .



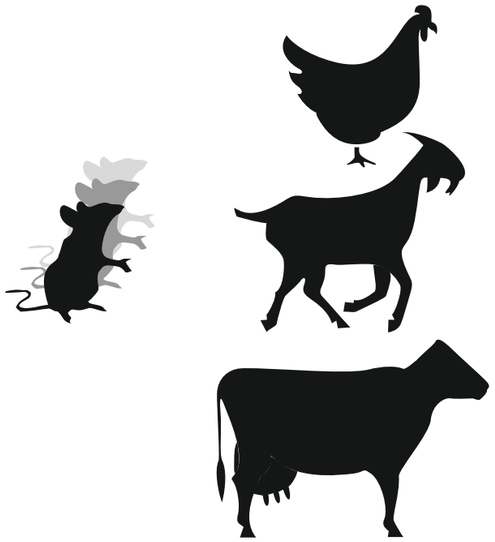
MÜŞTERİNİZİN BAŞ AĞRISINI İYİLEŞTİRMEK İÇİN VARSINIZ!

Datassist'in katkılarıyla hazırlanmıştır.
www.datassist.com.tr

Evin minik faresi duvardaki çatlaktan bakarken çiftçi ve karısının mutfakta bir paketi açmakla meşgul olduklarını görür. Heyecanla paketin içinden hangi yiyecek çıkacağını bekler. Ancak gördüğü fareyi dehşete düşürür:

Paketin içinden bir fare kapanı çıkmıştır. Korkudan bir o yana bir bu yana koşar, anne-babasına *"evde bir fare kapanı var, evde bir fare kapanı var!"* diye haykırır. Minik farenin bu telaşını gören anne ve baba fare, doğruca mutfak duvarındaki çatlaktan evin sahiplerini gözetlerler. Evet, küçük farenin söyledikleri doğrudur, evin sahipleri fare kapanı kurmaktadır. Fare ailesi hemen soluğu diğer hayvan arkadaşlarına haber vermek için bahçede alır. Bahçede önce tavuğa rastlarlar ve telaşla evde fare kapanı olduğunu söylerler. Tavuk umursamaz. ***"Kusura bakmayın ama bu sizin sorununuz bana fare kapanının ne zararı olur ki"*** der ve yanlarından uzaklaşır. Tavuktan beklediği cevabı alamayan fare ailesi koyuna yaklaşır. Bir kez daha *"evde fare kapanı var"* diye haykırır baba fare. Koyun ürkmüş fareleri anlayışla karşılar ancak kılını kıpırdatmaz. ***"Çok üzgünüm ama sizin için dua etmekten başka bir şey gelmez elimden"*** der. Koyundan da yardım umudu kesilince ineğin yanına koşarlar. Evde fare kapanı olduğunu duyan inek, umursamaz. ***"Üzgünüm ama beni hiç ilgilendirmez"*** diye cevap verir. Yardım isteyebilecekleri başka kimse kalmamıştır. Çaresiz umutları tükenmiş bir şekilde eve dönerler. Kapanın korkusuna evde hiç bir şey yememeye başlarlar, iki gün dayanırlar ki, ikinci günün sonunda gecenin sessizliğinde acı dolu bir ses duyarlar. Çiftçinin karısı fare yakalandı diye kapana koşar ancak karanlıktaki kapanda zehirli bir yılan olduğunu görmez. Yaklaşınca da kuyruğundan yakalanan yılanın ayağını sokmasına engel olamaz. Çiftçi hemen karısını doktora götürür, doktor zehri temizler, yarayı sarar, hastanın iyi beslenmesi ve dinlenmesi gerektiğini söyler. Ateşli yatan kadın hızla şifa bulsun diye, kocası tavuğu keser, haşlar, suyundan çorba yaparlar.

Çevrede kadının hastalığı duyulur, ev misafir dolar taşar. Gelenlere ikram edecek pek bir şey yoktur. Ne yapsın çiftçi de koyunu keser, gelenlere ikram eder. Çiftçinin karısı günden güne kötüye gider, yılanın zehrini vücudundan atamaz ve ölür. Cenaze sonrasında ölü evine gelen akrabalar ve komşulara ikram etmek için bu kez inek kesilir.



Peki ya, fare ailesi?

Mutfağın duvarındaki çatlağın arkasından olan biteni dehşetle izler…

Bu öğretici hikayeyi gelin iş dünyasına adapte edelim. Belirgin bir tehditi müşteriniz görür ve size söyler. Belki konu sizin alanınızla yakından uzaktan alakalı değildir ancak müşteriniz için önemli bir problemdir.

Umursayın, dinleyin, çözüm üretin.

Kendiniz çözemiyorsanız destek alın. Problemin büyümesine başka alanlara sıçramasına izin vermeyin. Problemler görmezden gelerek kaybolmaz, her an büyüyecek ve patlak verecek şekilde büyük tehditler oluştururlar.

Müşterilerinize baş ağrısı veren sorunlar neler?

Fare kapanı hikayesindeki fareler; tehdidin, problemin ne olduğunu tespit etmiş, problemi çözmek için yardım arayışına girmiş bilinçli müşteriler.

Çoğu zaman ister son kullanıcıya hitap eden ister B2B ürün ve hizmetlerde karşımıza daha zorlu bir tablo çıkmakta. Müşterilerin canını sıkan, onları aldıkları üründen tam anlamıyla memnun olmaktan alı koyan problemleri var. Ancak problemin ne olduğunu dolayısıyla nasıl çözüleceğini bilemiyorlar.

Şimdi kendi sektörünüzü ve ürünlerinizi düşünün ve şu soruya cevap vermeye çalışın:

Müşterilerinize başağrısı veren sorunlar neler?
İsviçre, Çin, Singapur, Japonya ve Hindistan'da kampüsleri olan yüksek işletme okulu IMD'nin Rektörü Dominique Turpin'e göre bu son derece önemli bir soru. Belki soruyu cevaplamak zor olduğundan belki de su yüzünde belirgin bir problem olduğundan birçok yönetici bu soruyu sormaz. Oysa bu sorunun cevabı birçok başka soru doğuracak, ürünleri, hizmetleri ve müşterileri tekrardan düşündürecek, yeni çözüm arayışlarını beraberinde getirecektir.

Müşterilerinizin sorunlarını bulmak için kendinizi onların yerine koymanız gerekecektir.

Birden sadece çözüm sunduğunuz hizmetlerden para kazanan bir üçüncü parti olmaktan çıkacak, onları çok iyi anlayan, güçlendirmek istedikleri zayıf noktalarını ve önlerine çıkması olası tehditleri incelemiş sağlam bir iş ortağı olarak iş ilişkilerine devam edeceksiniz.

Müşterileriniz ne istediğini bilmeyebilir

BU SİZİN İŞİNİZ!

Yılın son ayını çoğu uluslararası şirketin pazarlama ekipleri bir sonraki yılın planları yapmakla geçirirler. Müşterilerinin ihtiyaçları ve istekleri ne yönde olacak analiz ederler, bu analizlerin sonucunda kendi hazırlıklarını yaparlar. Maalesef çoğu zaman evdeki hesap çarşıya uymaz ve çabalar boşa gider. Bunun en önemli sebebi müşterilerin ne istediklerini bilmemeleridir.

19. yüzyılın sonunda Henry Ford insanlara yeni bir ulaşım aracı isteyip istemediklerini sormuş muydu? Sorsaydı belki çoğunluğun cevabı daha hızlı giden atlar olurdu. Ya da *Steve Jobs'a 10 yıl önce iPhone veya iPad geliştirmesi için istekte bulunan oldu mu?* Ford ve Jobs gibi dahi mucitler muhteşem ürünler geliştirirken insanların ihtiyaçları ve istekleri ne diye endişe duymadılar. Dehaları bu sorunun cevabını bilmelerindeydi. Üstelik insanlar ne istediklerini bilmezken. Prensipleri sıradan insanların yaşamını kolaylaşıracak ürünler icat etmekti. Hayattan daha çok zevk almalarını sağlayan, işlerini kolaylaştıran, verdikleri hizmete göre uygun fiyatlı. Kısacası, müşterilerinin baş ağrısını azaltmak istediler ve dönemlerinin en inovatif girişimlerini hayata geçirdiler. Belki Ford ve Jobs kadar inovatif değiliz ancak hepimiz başarılı olmanın müşterilerimizin hizmet ve ürünlerimizden memnun olmasına bağlı olduğunu biliyoruz. Bunun için de müşterilerin farkında oldukları veya olmadıkları problemleri ortaya çıkarmak ve çözüm üretmek zorundayız.

Müşterinizin yerine geçmelisiniz

Disney'in eş yumurta ikizlerinin birbirlerinin yerine geçtiği komedi filmini bilirsiniz, farklı adaptasyonları bugün halen film ve dizilerde popüler. Senaryonun ilk örneği 1961 yılında *Parent Trap* adında bir filmdi. Biri annesi diğeri babasıyla yaşayan ikizler ilk kez bir yaz kampında karşılaşırlar ve biri annesi diğeri babasıyla zaman geçirebilmek için yer değiştirmeye karar verir. Romantik bir komedi çizgisinde devam eden senaryoda babalarının biriyle evlenmesini engellemek ve anne-babayı yeniden bir araya getirmek için türlü numaralar çevirirler. Bu tür filmlerde kişilerin yer değiştirmesiyle meydana gelen farklılıkları gözlemlemek önemlidir. İyi gitmeyen ilişkiler düzelir, problemler aşılır, birinin çok iyi yaptığı bir şeyi diğeri hiç yapamaz ancak farklı bir yaklaşımla çevresindekilerin saygısını kazanır. Uzaktan zorlukları aşmaya çalışmak yerine birebir yaşayarak alternatif çözümler üretmek mümkün olur.

Birkaç günlüğüne müşterinizle yer değiştirin…

En az bir gününüzü müşterilerinizin hayatının içinde geçirmeye ne dersiniz? Ancak bu şekilde onları gerçekten ne rahatsız ediyor görebilirsiniz. Problemi bulduktan sonra çözüm üretmek sizin yaratıcılığınıza kalmış. Çoğu zaman durum tespiti yani problemin ne olduğunun belirlenmesi işin en kritik yanıdır. Problem zannedip üzerinde durduğumuz birçok şeyin buzdağının yalnızca yüzeye çıkmış kısmı olduğunu fark ettiğiniz durumlar olacaktır. Müşterinizi tanıdıkça gerçek problemi anlamanız daha kolay olur. Örneğin, otel işletmecisi misiniz? Birkaç gece otelinizdeki odalarda kalın. Yataklar rahatsız mı? Bilgisayarınızı, telefonunuzu, tabletinizi şarj etmek için yeterince fiş var mı? Görünür ve rahat ulaşılabilir yerlerde mi bu fişler? Yoksa yatak ve komodin arasında emekleyerek zor zar erişilebilen bir köşede mi? Marriot Oteller zincirinin CEO'su Bill Marriott Jr. Yere yakın prizlerin çok zor ulaşıldığını saptayıp prizleri başucu komodinlerinin yanına konumlandırmış.

Ürün ve hizmetlerinizi müşterilerinizin gözünden görmek vizyon sahibi yöneticiler için bile bazen zorlayıcı olabilir. Mobil iletişim, sosyal medya gibi analitik web bazlı araçlara rağmen, her zaman problemleri saptamak ve çözümleri geliştirmek için zaman, çaba ve zihin jimnastiğini elden bırakmamak gerekli. Bir diğer yandan da, dünyada baş ağrılarının bitmeyeceği kesin. Yani, hepimizin yarının yaşamı kolaylaştıran aracını veya hizmetini geliştirmemiz için fırsatı var. Hepimiz fark yaratabilir, hepimiz müşterilerimize değer katabiliriz. Değerin ille de yepyeni bir sektörde adı duyulmamış bir aracın keşfiyle yaratılması gerekmiyor. Eski sektörlerin de her zaman değer yaratmaya ve müşterilerini memnun etmeye ihtiyaçları var. Giyim, ayakkabı, saat, kahve veya mobilya hangi sektör olduğu fark etmez, her firma değişmek ve zamanın ihtiyaçlarını müşterilere sunmak zorunluluğunda.

Problemi bulduktan sonra çözüm üretmek sizin yaratıcılığınızda

Dev Aynasında UNVANLAR

Datassist'in katkılarıyla hazırlanmıştır.
www.datassist.com.tr

İngilizce'den gelmiş olması nedeniyle mi, kulağa hoş geldiği için mi bilinmez, şirket yapısı ve işleyişi açısından, içini tam dolduramamamıza rağmen, CEO Türkiye'de çok tutulan bir unvan

Unvanlar çoğu şirkette en çok enflasyona uğrayan kavramlardan. 10-15 kişilik şirketlerin patronları veya genel müdürleri kendine **CEO** diyor, şirketin kuruluşundan beri yanında çalışan finans müdürüne de **CFO**. Kısacası, şirketin küçük büyük boyutuna bakılmadan en üst seviyelerdeki müdürler C Suite'ten pozisyonlarına uygun olan unvanı *(CEO, CFO, COO vs.)* kapıyorlar. Son günlerde otellerde, KOBİ'lerde çalışan yöneticilerin kartlarında CEO titrine sıklıkla rastlıyoruz. Linkedin'de *'CEO'* titrine sahip 'Türkiye' genelinde mevcut profesyonelleri aradığınızda 5.541 kişi çıkıyor. 5.500 üzerinde CEO! CEO Türkiye'de çoğu zaman genel müdürü kasteden bir unvan olmakla beraber, yönetim kurulu başkanı ve murahhas aza da kimi zaman CEO olarak adlandırılıyor.

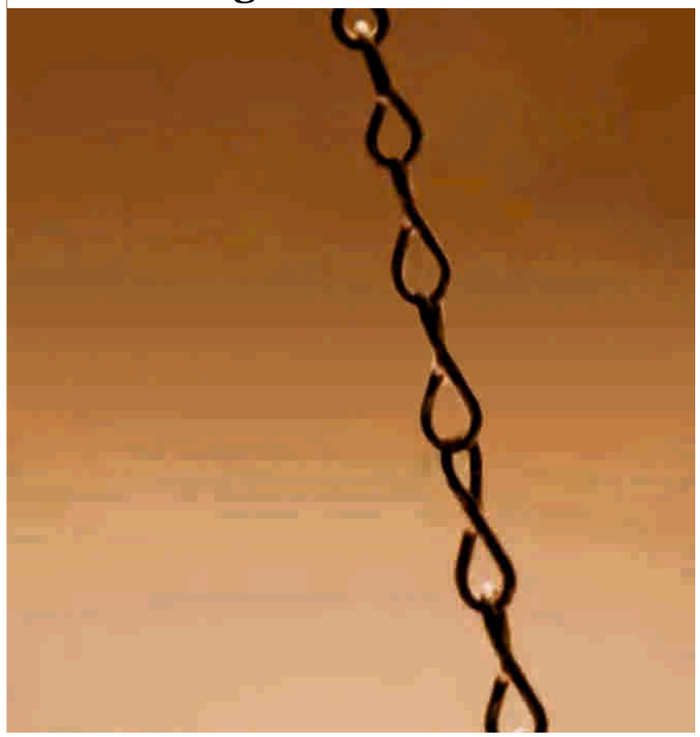
Aslında CEO kime denir?

CEO yani *Chief Executive Officer*'ın kim olduğuna dair ufak bir araştırma yapınca, karşımıza şöyle tanımlar çıkıyor:

Investopedia'ya göre; şirketin en üst yöneticisi CEO. ***Görevleri;*** yüksek düzeyde strateji geliştirmek ve uygulamak, kurumsal kararlar vermek, genel faaliyetleri yönetmek, yönetim kurulu ve şirket yöneticileri arasında iletişimi sağlamak. Çoğunlukla CEO aynı zamanda yönetim kurulu üyesidir, bazen de yönetim kuruluna başkanlık eder.

CEO kimi zaman genel müdür ile eş anlamlı kullanılsa da, özellikle çok uluslu şirketlere bakıldığında CEO'nun genel müdürlerin müdürü olarak tanımlandığını görüyoruz. Özünde, CEO şirketin en üst seviyesinde bulunan tüm stratejik kararlarda son sözü söyleyen kişi, yöneticilerin yöneticisi.

Danışman mısınız? Hangi konuda uzmansınız?



Yöneticilerin bir kısmı kurumsal kariyerlerini tamamladıktan sonra emekli olmak istemeyip danışman olarak belli bir süre hizmet vermeyi tercih ediyor. Gerek daha önce çalıştıkları şirketten edindikleri çevreyi gerekse sektörel tanışıklıkları kullanarak yeni müşteriler ediniyorlar.

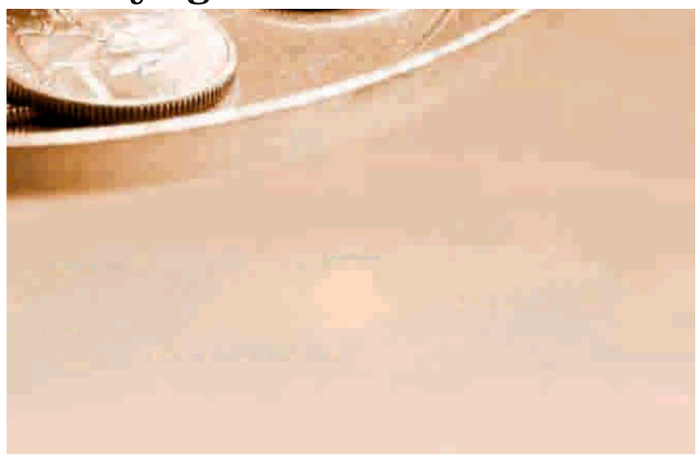
Danışmanlık çok kritik bir alan. İşini hakkını vererek yapan konusunun uzmanı birçok profesyonel mevcut. Ancak bir de işsiz olduğunda kendini danışman ilan edenler var. Hangi profesyonelin donanımlı olduğu ve kendisinin hizmetlerini alırsanız işinize ne gibi bir katma değer katacağını detaylı bir görüşme sonucunda görmeniz mümkün. Dolayısıyla, yönetim danışmanı yöneticilik yapmış herkese denebiliyor. Oysa, yönetim danışmanlığı bambaşka bir iş tanımı.

Yönetim Danışmanları Derneği'ne göre, yönetim danışmanları işletmelerin sorunlarını çözme veya fırsatlardan faydalanmalarını sağlamak üzere işletmenin içinde bulunmayan bilgi, deneyim ve becerileri sağlayan ve bunun karşılığında ücret alan tarafsız profesyonellerdir. Yönetim danışmanı bir veya birden fazla alanda uzmanlaşarak, bu alanlarda sağladığı tarafsız ve etkin bilgi, öneri ve uygulama desteğini müşterisinin gereksinimleri doğrultusunda uygular.

Koordinatör ne iş yapar?

Bir diğer arada kalan terim de koordinatörlük. Koordinatör bugün müdürlük pozisyonuna getirilmeyen ancak belli bir kıdeme sahip profesyonellere uygun görülen ara bir unvan. Uzmandan daha kıdemli ve bilgili olmakla beraber, çoğu zaman koordinatör daha geniş sorumluluklarını kıdemli uzman gibi yerine getiriyor. Müdürden farklı olarak çoğu zaman koordinatörün yönettiği belli bir kadro yok. Bazen şirket yapısı gereği müdür olmak için mevcut müdürün emekli olması gerektiği –ve bunun için 3-5 yıl beklemek gereken– durumlarda *'koordinatör'* başarılı elemanı ödüllendirmek için verilen ara bir terfi olabiliyor bazense tam tersi hiçbir zaman müdür olmayacak birini kaybetmeden motive etme yolu olarak görülüyor.

Dünya genelinde unvanlar nasıl?



Tüm bu unvanlar Türkiye gerçeğini yansıtıyor. Ülkeden ülkeye unvan algısı çok farklı olabiliyor. Örneğin, Rusya ve Türki Cumhuriyetler'de unvanların abartılı olduğuna şahit oluyoruz. Her seviye müdür, koordinatör, direktör...

En az kıdeme sahip kişiye bile olduğunun üzerinde unvanlar veriliyor. Tam anlamıyla unvan enflasyonundan bahsetmemiz yerinde olur. Bu durumun pek çok sebebi olabilir. Öncelikle kişiler önemsenmek istiyor. Hem kendilerinin yaptığı işin ağırlığını göstermek hem de muhatap aldıkları kişinin aynı şekilde değerli, etkin ve yetkili biri olduğunu bilmek istiyorlar. Dolayısıyla, tüm unvanlar süsleniyor, titrler zenginleşiyor.

Amerika doğumlu C-Suite

Dünya genelinde C-Suite'nin sayısı hızla artıyor: Artık sadece CEO, COO, CFO'dan söz etmiyoruz. Teknolojiden çeşitliliğe, sürdürebilirlikten bilime, riskten yatırıma ve idari işlere birçok alanda *'chief'* yöneticiler atanıyor. Öyle enteresan *'chief'* roller var ki; örneğin Southwest Airlines'in chief Twitter officer'ı, Coca Cola ve Marriott'un chief blogging officer'ları, Kodak'ın chief listening officer'ı geçtiğimiz dönemde geniş yankı uyandırdı. Evet, yanlış okumadınız ***"chief listening officer"*** yani en tepedeki dinlemeden sorumlu yönetici son günlerde yükselen c-suite işi arasında. Neden mi? Cevabı oldukça basit. Markanın başarıları ve başarısızlıkları iç ve dış müşterilerin söylem ve davranışlarında gizli. Bunları dinleyecek, analiz edecek ve kilit önerileri diğer yönetim üyelerine sunacak üst düzey yönetici CLO'nun görevi.

En basit işlerin sihirli unvanları

Amerika'da en basit işlerin dahi unvan enflasyonuna uğradığını görüyoruz. Örneğin, ön büroda çalışan resepsiyoniste artık ***'ön büro koordinatörü'*** deniyor, posta işlerinden sorumlu gence ***'medya dağıtım sorumlusu'***, çöpçüler ***'geri dönüşüm görevlileri'***, tuvalet temizleyenler ***'temizlik danışmanları'***, subway'lerde sandviç yapan gençlerin yeni unvanı ise ***'sandviç sanatçısı'***.

Neden böyle bir unvan enflasyonu var?

Ekonominin kötü gitmesi sonucu, maaşlarda artış yapmak veya yüklü primler vermek mümkün olmuyor. Yöneticiler unvanlarda cömert davranarak çalışanlara prestijli işlerde çalışma hissi sağlıyorlar. Unvanlar her seviyede iyileştirilmiş durumda. Yöneticilik pozisyonlarında da sadece ürün ve departman bazında değil, bölgesel bazda da genel müdür yardımcılıkları yaygınlaştı. Yani, kartvizit üzerine zor sığan unvanlarla karşı karşıyayız. Fazla sorumluluğu olmayan ve vasat maaşlar karşılığında çalışılan işlerin çok fiyakalı unvanları olabiliyor. Kimsenin unvanı *'boş gezenler müdürü'* veya *'elemansız yönetici'* değil. Unvanların süslenmesi şirketlerin de işine geliyor. Piyasa şartlarına uyup mevcut iş trendlerini yakından takip etmiş oluyorlar. Aynı zamanda, çalışanlarına piyasa ile uyumlu unvanlar vererek kendi isimlerini duyurmuş oluyorlar. Amerikan bilgi teknolojileri sektörü dikkat çekici ve komik unvanlar üretmede çok yetenekli. Kendileriyle alay eden yepyeni kavramları sektörün ileri gelenlerinden duymak mümkün.

Steve Jobs kendine *'chief know it all'* (her şeyi bilen şef) derdi, Yahoo'nun kurucuları Jerry Yang ve David Filo *'Chief Yahoos'.*

Binlerce teknoloji uzmanı kendini guru, evanjelist hatta ninja olarak tanımlıyor. Tüm bu unvan patlaması sadece gelişmiş ülkelerle sınırlı kalmıyor, yavaş yavaş Çin ve Hindistan gibi geçmişten beri hiyerarşiyi çok seven gelişmekte olan ekonomilere de sıçrıyor. Toplumda bir kişinin daha fazla saygı görmesinde, istediği kızla evlenmesinde veya arkadaşlarının takdirini ve hayranlığını kazanmasında *'ne iş yaptığı'* çok önemli.

Unvanları şişirmek çözüm mü?

Maaş artışı yerine unvan ne kadar geçerli? Unvanların sofistike kelimelerden oluşması kişinin iş tatminine nasıl katkı sağlıyor? Eğer unvanlarındaki bu değişiklikler çalışanları gerçekten mutlu ediyorsa, kurumsal dengeyi sağlamak için unvanları süslemeye değmez mi? Kısacası, unvanları şişirmenin avantajları nedir?

Kartvizitinde şık duran bir unvanın kişiye kazandırdıkları çoğunlukla kısa ömürlü oluyor. Unvanlardaki sofistike kelime kalabalığı dili kötü kullanma ve insanların kafasını karıştırmanın ötesine geçemiyor. İnsan günün sonunda yaptığı işe kazandığı paraya bakıyor. Üstelik işlerin isimlerinin değişmesiyle işin içeriğinin tam olarak ne olduğu konusunda belirsizlikler beliriyor. Örneğin, Ar-Ge departmanında çalışan inovasyon müdürünün iş tanımı net olmayabiliyor.

Yeni teknolojileri geliştirmeden sorumlu bir ekibi mi yönetiyor yoksa tek başına pazar araştırması ve ürün geliştirme üzerine mi çalışıyor? Bu profesyonelin alacağı maaşı hangi kriterlere göre belirlemek gerek?

Unvanları karmaşıklaştırarak ilk etapta şirket çalışanlarının gözünü boyayabilir veya kendi kendine yakıştırdığı unvanı müşterilerine iyi görünmek için kullanabilir ancak bu gösteriş günün sonunda kimse için etkili bir çözüm getirmiyor. Hepimiz unvan enflasyonundan haberdar olduğumuz gibi kişilerin abartılı kartvizitlerine itibar etmiyoruz. Hatta daha da ileri gidip en üst düzey konumlardaki yöneticilerin yaptıkları işe bile şüpheyle yaklaşıyoruz.

Her şeyin abartıldığı bir ortamda gerçekten büyük işler yapanlar arada kaynıyor, unvanına hakkını verenlere haksızlık oluyor.

Unutulmamalı ki unvanı ne olursa olsun işini iyi yapan yürüyüp gidiyor, saygı görüyor, terfi ediyor, kimse unvanlara yapışıp kalmıyor.

FETHİYE DEĞİŞİMİ YAKALAMALI.

Liberty Likya Hotels Genel Müdürü

Mehmet Biçer

Röportaj

Orhan OKUTAN

Fethiye; hızlı bir değişimin arifesinde geleceğini arıyor.
Kemer Beldesinin Seydikemer adında ilçe olmasıyla ilçe sınırları değişti.
Ekonomisinin büyük kısmı turizme bağımlı oldu.
Muğla'nın Büyükşehir statüsüne kavuşmasıyla şehir belediyeciliğinden alan belediyeciliğine geçti.
İlçe sınırlarında tek belediye hizmet verecek.
Tanıtım çalışmalarının çatısı konumunda bulunan Fethiye Turizm Altyapı Birliği kapandı.
Hızlı bir değişim süreci yaşayan Fethiye, turizmde nasıl bir yol izlemeli?
Fethiye'de uzun vadeli turizm stratejisinin temel değerleri neler olmalı?
Hangi değerlerini öne çıkartmalı, nasıl bir vizyon oluşturmalı ve bunu gerçekleştirmek için nasıl bir strateji izlemeli?
Hızlı bir değişim ve geçiş süreci yaşanan Fethiye'de turizm adına nasıl bir yapılanma içine girilmeli, bunu hangi kurumlar nasıl yapmalı konusunda
Liberty Likya Hotels Genel Müdürü Mehmet Biçer ile görüştük.

Sınırları değişen, ilçe sınırlarında tek belediye olan Fethiye'de turizme bakış nasıl olmalı, bu geçiş süreci nasıl değerlendirilmeli?

Sınırları yeniden çizilen Fethiye'nin turizme bakışının da değişmesi gerekiyor. Biz nasıl bir turizm istiyoruz, hangi değerlerimizi ön plana çıkarmak istiyoruz, hangi ürüne ilgi gösteren turiste hitap etmek istiyoruz? Bunların belirlenmesi ve o doğrultuda çalışma yapılması gerekiyor. Yeni bir vizyon koyarak, bunu geliştirmek için uzun vadeli turizm stratejisini belirlemeliyiz. Başta tanıtım çalışmaları olmak üzere turizm adına yapılacak tüm çalışma ve uygulamalar bu konsept doğrultusunda yapılmalı. Çevresel değerlerin korunduğu, sürdürülebilir turizm politikalarıyla başarılı olabiliriz. 10-20-50 yıl sonrasını planlamalıyız.

Doğal güzellikler, kültürel zenginlik ve alternatif turizm imkanları konusunda oldukça zengin bir coğrafyada yaşıyoruz. Ancak bunu doğru şekilde kullanıp turizm gelirlerine yansıtamıyoruz. Rakip turizm merkezlerine baktığımızda doğal güzellikler, kültürel zenginlik ve alternatif turizm imkanları konusunda daha zengin olmamıza karşı, turist sayısı ve elde edilen gelir anlamında rakip merkezlerden daha geridayız.

Köyleri EKO KASABA olarak lanse edebiliriz

Düşüncem, kültürümüzü pazarlamalıyız. Köy kültürü ile turizmi buluşturalım. Diğer turizm merkezlerinde olmayan bu değerler rekabet gücümüzü de artıracaktır. Son yılların yükselen trendi ekolojik değerleri parlatmalıyız. Dünyanın en iyi yamaç parkuru Babadağ gibi birçok değerimiz var. Yaylalarımız var, koylarımız var, köy kültürümüz var. Bozulmamış doğası, alternatif turizm imkanlarıyla Fethiye'nin marka kent olmak için büyük bir şansı var.

Tanıtım çalışmalarını yürüten FETAB kapandı. Tanıtım nasıl yapılmalı, nasıl bir oluşumla sürdürülmeli?

Tanıtım çalışmalarında sıkıntılar var. Kopuk kopuk yapılıyor. Tanıtım çalışmalarında, kurum ve kuruluşlar ile sektörün birbirinden kopuk hareket etmesinin önüne geçilmeli. Bütünsel bir çalışma içine girilip birlikte hareket edilmeli. Tanıtım çalışmaları, hazırlanan tanıtım materyalleri, tanıtım görselleri belirlenen vizyon doğrultusunda hazırlanmalı. Fuar tanıtımları da profesyonellerle yürütülmeli. Fethiye dendiğinde nasıl hatırlanmak, nasıl algılanmak istiyorsak reklam ve tanıtım argümanlarında bunlar olmalı ve profesyonelce hazırlanmalı.

Fethiye'de tanıtım için birlik olunduğunda tur operatörlerinin hazırladığı bölge tanıtım sayfalarında kullanılacak argümanları da belirlemek lazım. Adını eko kasaba koyun yada her neyse, bizi bu bilgilerle fotoğraflarla tanıt demek gerekiyor.

Ayrıca yurtdışı fuarlarda otellerimizi değil de dağımızı, taşımızı, sebzemizi, yaylalarımızı yani bölgemizin güzelliklerini tanıtmalıyız. Bu sayede çok ciddi farkındalık yaratırız.

Gürbüz abinin Karaağaç'taki evi ve bulunduğu ortamın özellikleri Fethiye standına konsa, mevcut tanıtım materyallerinden daha fazla ilgi görür. Tanıtımlarda doğayla iç içeliği ve özgürlüğü ön plana çıkarmalıyız.

Yurtdışı fuarlarında Fethiye standına bakmak istemiyorum. Stantlarımız amatörce hazırlanıyor, görevli arkadaşlar amatör. Son Moskova fuarında Antalya, Fethiye'nin 2-3 fotoğrafını kullanmış. Bununla ilgili yazı yazmıştım, bana tepki gösterdiler *"Orasını da bizden sayıyoruz"* diyorlar. Sizden sayıyorsunuz da oranın avantajlarını kullanmak için sizden sayıyorsunuz dedim.

Son Berlin fuarında Fethiye'nin stant da ismi yoktu. Marmaris'in yanına sıkıştırdılar. Orada Fethiye'nin olmaması bir dezavantaj. Moskova'da hiç yoktu zaten. Fethiye'ye çok ciddi Rus turistin talebi var. Adamın dağı taşı yok, onu özlüyor görmek istiyor.

Bir koordinasyon, bir yapı kurulmalı. Çeşitli turizm merkezlerinde tanıtım çalışmalarını yürüten vakıf tarzında bir yapılanma olabilir. Burada önemli olan kuruluş çatısının dışında kurum ve kuruluşların üzerine düşen görevi yapmasıdır.

Bu oluşumun içinde Ticaret Odası olmalı, FETOB olmalı. Yeni sistemle belediye mutlaka olmalı. Diğer turizmci arkadaşlarla da konuştuk bu olayı. Biz Likya World olarak böyle bir oluşumun içerisinde verilecek her türlü görevi seve seve yerine getiririz.

Turizmde model alınabilecek bir bölge ya da merkez var mı, nasıl bir kent, nasıl bir bakış olmalı?

Turizmde marka kent olmak için Dubrovnik'i örnek almalıyız. İlk gittiğimde ciddi şaşırdım. Bir turizm kenti nasıl olmalı dediğinizde, yapılan uygulamalarla neredeyse Dubrovnik gibi olmalı dedirtiyorlar. Yolları, insanlarının davranışı, tabela standartları çok özenli hazırlanmış. Antalya Kaleiçi gibi bir merkez düşünün, yüzlerce bar ve restoran var, sizi kimse rahatsız etmiyor. İndirim tabelası ya da indirim yok, bira 5 liraysa her yerde 5 lira. Kırsal ile turizmi birleştirmişler. Tarihi bir pazaryeri var. Etrafta restoranlar var. Sabah saatlerinde köyden gelen nineler ahşap tezgahlar açıyor, orada el işlerini ürettiklerini satıyorlar. 11.30'da tezgahlar toplanıyor, aynı alana restoranlar masalarını atıyorlar. Her gün bu hareket tekrarlanıyor. O pazar inanılmaz rağbet görüyor.

Oradan esinlendik, gelecek yıl işletmemize hafta da bir gün o pazarın benzerini kurmak istiyoruz.

Burada Fethiye Salı pazarına ciddi bir rağbet var. Ama o pazarında düzenlenmeye ihtiyacı var. Ürün kaç paraya satılıyorsa üzerinde fiyat etiketi olacak. Tipine bakıp bunda para vardır diye tutturabildiğine satış yapılmamalı. Pazarı düzenlediğinde tur operatörüne de turisti yönlendirme yani hanutçuluk yapma diyeceğiz. Turist istediği yere gitsin. Turist bir yere kandırılarak götürülmesin.

Dubrovnik'e belediye başkanı ekibiyle birlikte gitmeli, ticaret odası gitmeli, işletmeciler gitmeli. Fethiye'yi marka şehir yapacaksak, benim düşüncem çalışma Dubrovnik'ten başlamalı. Bir turizm kenti nasıl oluru orada görüp ilkeler belirlenmeli. Gelip değerlendirelim, 1991'de ülke olan Hırvatistan, Dubrovnik'te ne yapmış biz ne yapıyoruz diye düşünelim.

Turizmde marka kent olmak için Dubrovnik'i örnek almalıyız.

Tarihi nasıl koruruz, yasak koymadan insan kullanımına nasıl açarız? Bu soruların bütün cevabı orada. Adamlarında küçük otelleri var, kaç paraya nasıl sattıklarını inceleyelim. Turizmden elde edilen gelirin köylere nasıl yansıdığını görelim. 80 yaşındaki ninenin turizmden nasıl faydalandığını görelim.

Model hoşumuza giderse, marka şehir ve turizm kenti olunması konusunda bir uzman danışman yardımıyla yapılacak çalışmaları belirleyebiliriz.

Russell Crowe Kayaköye gelip film çekiyor. O kadar rahat ki bisikletle dolaşırken kayboluyor. Sevip güvenmese korumasız gezmez. Ama bunu bile kullanamıyoruz. Bırakın dış basını ulusal basında bile yeterince yer bulamadı.

Bölgemizde 5 yıldızlı otel yok diye şikayet ediliyor, büyük tesis gerekli mi?

Büyük tesis sayısı mutlaka artmalı. Tur operatörlerinin operasyonlarını geliştirmesi, daha fazla uçak gelmesi için büyük tesis sayısının da artması gerekiyor. Daha fazla turist istiyorsak büyük tesis ve yatak sayısı artmalı. Köyleri turizmde kullanmayı başarırsak, sektördeki rakiplerimize ciddi fark atarız. Antalya'nın böyle bir şansı yok. Her yer yapılaşmış. Köylerdeki insanların turizme bakışı, onlardan her şeyi beklememiz anlamında olmamalı. Belki İngilizce konuşamayabilirler ama ne olursa olsun temizlik, dürüstlük ve güler yüzlü olmak yetiyor aslında.

Köyleri eko kasaba olarak lanse edebiliriz. Thomas Cook ve TUI'nin lokal ürünler tüketilmesi için yaptığı baskı çok önemli. Bu tarz konuların yanında çevrenin korunmasını desteklemeliyiz.

12 Ay turizm yapılabilmesinin yolu nasıl açılır?

Turizmi kış aylarına da yaymak için iyi bir enstrüman olan toplantı ve kongre salonları artmalı. Fethiye merkezde de iyi bir kongre ve toplantı salonu olmalı. Aslında 12 ay turizm biraz zor. 8 Ay iyi bir şekilde yapılsın yeter. Antalya'da da 8 ay yapılabiliyor. Tesisler kışında açık ama işlemiyor. Ciddi oranlarda zarar ediyor. İşletmeler otelin bakımı ve ekibini tutmak için açık tutuyor tesisini. Kar yapamıyor, başa baş bile getiremiyor.

Bölgenin en büyük tesislerinden olan Likya World Tatil Köyü Özyer Grup'a geçti ve Liberty Likya Hotels adını aldı. Tesiste nasıl bir değişikliğe gittiniz? Bunun tatilci anlamında karşılığını görüyor musunuz?

Otel ve tatil köyü olmak üzere 2 ayrı bölümde 900 odadan oluşuyor. Tatil Köyü; Liberty Hotels Likya ve Otel bölümü Sentido Likya Resort & Spa.

Otel bölümü kurulduğu dönemde daha ağır müşterileri hedeflemiş. Tatil köyü de daha çok animasyon isteyen aileleri hedeflemiş. Bir dönem özellikle Robinson döneminde başarılı olmuşlar. Bu sistem o dönemde iyi çalışmış. Tabi turizm sistem ve trendleri değiştiği için daha sonra işletmenin sahibi olan Silkar, değişimleri ve trendleri yakalayamamış ya da görememiş. Bu başarı devam etmemiş. Biz aldığımızda aşağı doğru irtifa kaybeden bir işletme konumundaydı. Tesiste toplam 800 personel çalışıyor. Bunların yaklaşık 200 tanesi 12 ay çalışıyor, diğer 600 kişi de sezonluk istihdam ediliyor.

Aldığımızda geçmişteki algıyı yıkmaya çalıştık. Burası çocuk algısıyla öne çıkan bir tesisti. Çocuk cennetiyle çocuk algısı vardı. Çocuğu olmayan aileler tarafından fazlaca tercih edilmiyordu. Yanlış bir algıydı ve bu imajı yıkmak için tesisi ikiye böldük. İki ayrı konsept geliştirdik. Otel bölümünde, Sentido ile franchising anlaşmamız var, adı Sentido Likya Resort & Spa oldu. Tatil köyünün adı da Liberty Hotels Likya olarak değiştirildi. Otel tarafı yetişkinlere yönelik, tatil köyü kısmı da ailelere yönelik olarak hazırlandı. Otel kısmında tek kısıtlama var 16 yaş altı misafirlerin orayı kullanmasına izin verilmiyor. Onun dışında herkes o alanları kullanabilecek. Otel kısmı tamamen yenilendi. Tatil köyü kısmı, kısmen yenilendi. Yiyecek içecek kısmı ve mutfaklar tamamen yenilendi. Yeni gelişen trendler arasında bulunan yoga için iki adet merkez yaptık. Bir Alman ve bir Amerikalı profesyonel yogacı geldi, ikisi de yoga merkezlerini gezdi ve kesinlikle dünyanın en iyi yoga merkezi olarak nitelendirdiler.

Light Sağlık turizminde de iyi bir konuma geldik. Spa alanını yeniledik, bir tanesini dünya standartlarına getirdik. Buz odasından macera duşlarına ve buhar odalarına kadar hazırlandı.

Avrupa'da aktivite bakımından açık ara farkla kesinlikle birinci tesisiz. Dünya sıralamasını bilmiyorum ama Avrupa'da birinci tesisiz. Yoga merkezinden yamaç paraşütü merkezine kadar imkanımız var.

SENTIDO
LYKIA RESORT & SPA

Liberty Hotels
LYKIA

Değişim satışlara yansıdı mı?

4 aylık satış süresinde beklentilerimizin üzerinde bir rakama ulaştık. Bazı dönemleri satışa kapatmak zorunda kaldık. Yoğun olarak İngiliz, Alman, Rus ve Türklere hitap ediyoruz.

30 Mart tarihinde 400 kişilik Rus ilaç ekibinin gelmesiyle sezona merhaba diyoruz. Antalya'nın dışına çıkmayan grubu buraya getirdik. Tarihinde ilk kez Antalya'nın dışına Dalaman'a özel uçakla getirdik. Buraya getirirken de bir takım fedakarlıklar yaptık.

Toplantı ve kongre turizmi içinde çalışma yapıyoruz. Tek dezavantajımız, gerek iç pazar gerekse dış pazar konusunda, Dalaman'a uçak sıkıntısı olmasıdır.

Toplantı ve kongre turizmi içinde çalışma yapılmalı

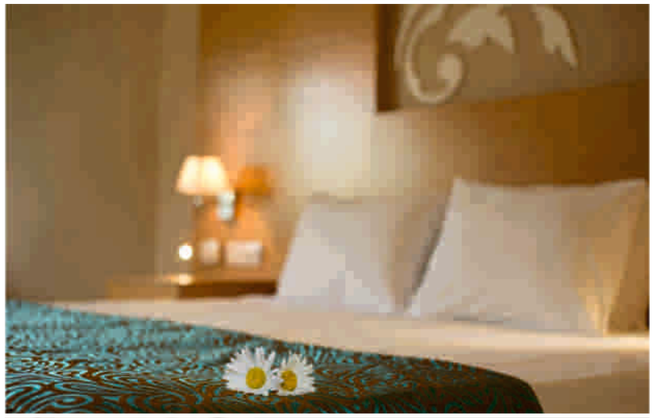
Tatil köyleri turisti dışarıya çıkarmıyor diye bir algı var, bu gerçekten böyle mi?

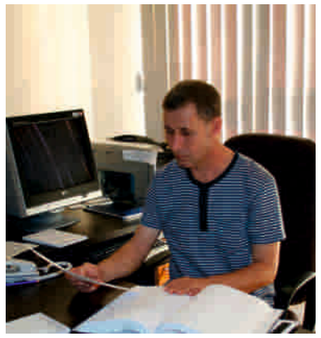
Her şey dahilde turist dışarıya çıkmıyor diye bir şey yok. Turist alış verişe de gidiyor yemeğe de gidiyor. Otelcilerin çıkarmama gibi bir düşüncesi olamaz. Çünkü her şey dahil sistemde turist dışarıya çıkarsa bu tesis için iyidir. Bölgenin yerel yemeklerini hazırlayıp satan işletmeler olsa birçok kişi çıkar diye düşünüyorum.

Kaya'nın nohuduyla bölgede yetişen keçi etiyle etli nohut yapılsın, eminim ki çok kişi gider. Hem de ciddi paralar ödeyerek.

Turisti hava alanından alan rehberler, tur satabilmek için yalan yanlış her tür şeyi söyleyebiliyorlar. Bunun önüne geçmek gerekiyor. Kötüleme ve yalan söylemelerinin önüne geçilmesi gerekiyor. Önemli ancak uğraşılmayan bir konu.

Biz bölge olarak güçlenirsek, tur operatörlerinden bunu isteme gücümüz olur.





Ksantos'un Uyanışı

Prof.Dr. Burhan Varkıvanç

09 Haziran 1961 tarihinde Eskişehir'de doğan Burhan Varkıvanç ilk ve orta öğretimini Eskişehir'de tamamladıktan sonra 1986 yılında Atatürk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Klasik Arkeoloji Bölümü'nden mezun oldu. 1987-1990 yılları arasında Almanya'da Marburg-Philipps Üniversitesi ve 1990-1993 yılları arasında Kiel Christian-Albrechts Üniversitesi'nde doktorasını tamamlayan Varkıvanç 1994 yılından bu yana Akdeniz Üniversitesi'nde görev yapmaktadır. Halen Akdeniz Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Klasik Arkeoloji Bölüm Başkanı olan Varkıvanç Ksantos kazılarını yönetmektedir.

Az Bildiğimiz *KSANTOS*

İ.S. 12. yüzyıl sonrasında kentsel yerleşim kanıtlarının saptanamadığı Ksantos'un uykusu, İngiliz gezgin Charles Fellows'un 19. yüzyıl ortalarında Likya Bölgesi'ne yaptığı geziler ile son bulur. 1830'lu yılların sonlarında Anadolu kıyılarında incelemelerde bulunan Fellows'un ziyaret ettiği çok sayıda Likya kenti içinde en önemlisi Ksantos olmuştur.

Likya Bölgesi'nin en anıtsal ve donanımlı mezar yapısı Nereidler *(su altı perileri)* Anıtı[1] başta olmak üzere çok sayıda mimari ve heykeltıraşlık eserleri Fellows'un bu ziyareti sonrasında Britanya Müzesi'nin salonlarında sergilenmek üzere gemilerle İngiltere'ye taşınmıştır[2]. Ksantos, Charles Fellows'un 1840, 1842 ve 1844 yıllarındaki bilimsel nitelikten uzak kazı ve araştırmalarını gerçekleştirdiği ziyaretleri sonrasında artık tanınmasına karşın, 19. yüzyıl sonundaki Avusturyalı araştırmacıların yazıt toplama amaçlı birkaç ziyareti dışında, Türkiye Cumhuriyeti'nin resmi izinleri ile ilk bilimsel çalışmaların başlatıldığı 20. yüzyıl ortalarına kadar uzun bir süre suskunluğa bürünmüştür.

Nereidler Anıtı

Pierre Demargne başkanlığındaki Fransız Arkeoloji Misyonu 1950 yılı ile birlikte Ksantos araştırmalarını üstlenmişler; 1951 yılında başlatılan kazılar Pierre Demargne sonrasında sırasıyla Henri Metzger, Christian le Roy ve Jacques des Courtils tarafından sürdürülmüştür.

Fransız Arkeoloji Misyonu'nun Ksantos'ta yürüttükleri kazı ve araştırmalarına yönelik izinlerin 2010 yılında Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın tasarrufu ile iptal edilmesi sonrasında kent ve egemenlik alanındaki kazı ve araştırmaları yürütme görevi Akdeniz Üniversitesi adına Burhan Varkıvanç'a verilmiştir. Kent, Letoon'la birlikte 1988 yılında UNESCO Dünya Kültür Miras Listesi'ne dahil edilmiştir.

Likçe Yazıt

Tarih

Paleo-Jeomorfolojik incelemeler sonucunca, yerleşim alanının büyük bir bölümünün İ.Ö. 15. binli yıllarda deniz seviyesinin altında kaldığı anlaşılan kent ve yakın çevresinin, Bronz Çağ'da suların alçalması ile insan yaşamına elverişli duruma gelmesi sonrası bilinen en erken varlığı güneyinde uzanan Kınık Ovası'nın karalaştığı 2. binli yıllara tarihlenmektedir. Bu dönemde Hitit yazılı kaynaklarında Awarna olarak anılan kent, yerel dilde Arñna olarak adlandırılmıştır.

Kentin tarihsel olaylar kapsamındaki en erken aktarımı yazılı kaynaklar ışığında İ.Ö. 6. yüzyılda karşımıza çıkmaktadır. İ.Ö. 540 civarında bölge ile birlikte Pers işgali ve tahribatına uğrayan Ksantos, İ.Ö. 470 civarında Atinalı komutan Kimon'un Persler'e karşı seferi sırasında ikinci bir yıkıma uğramasına karşın Attika - Delos Birliği'ne kısa bir katılım dışında Helenistik Dönem'e kadar Pers egemenliğinde kalmayı sürdürür. İ.Ö. 6. yüzyıldan itibaren yazıtlar ve sikkeler yardımı ile Kuprilli, Khrei, Arbinas başta olmak üzere uzun süren bir hanedana ait çok sayıda yöneticinin saptanabildiği kent, kalıntı niteliği ve türlerinin de işaret ettiği gibi Arkaik ve Klasik Dönemler'de Likya'nın büyük bir bölümünün önder kenti olmuştur. İ.Ö. 330'lu yıllarda Anadolu'nun büyük bir bölümünde olduğu gibi Ksantos'da da Büyük İskender'in fethi ile Pers egemenliği sona erer. Bu siyasal değişim bölge dili Likçe başta olmak üzere yerel kültürün hızla kayboluşunu ve yerini Eski Hellen geleneklerine bırakmasını beraberinde getirir. İ.Ö. geç 4. – erken 3. yüzyılda Büyük İskender'in ardılları olan ve kendi hanedanlarını kuran generaller arasında kısa süreli el değiştiren kent İ.Ö. 2. yüzyıl ilk yarısında yaklaşık 20 yıl Rodos egemenliğinde kalır. İ.Ö. 167 yılında Likya'nın Roma Senatosu tarafından özgür bir eyalet olarak ilan edilmesinin ardından oluşan ve Geç Antik Dönem'e kadar varlığını koruyan Likya Birliği içinde 3 oy hakkı ile bölgede önemini koruyan bağımsız bir kent haline gelir. Yazılı bir kaynak tarafından İ.Ö. 1. yüzyıl ortalarında Brutus önderliğinde işgal ve yıkıma uğradığı aktarılan Ksantos, anıtsal kentsel yapılaşmaların işaret ettiği üzere Roma İmparatorluk Dönemi ve Bizans Dönemi'nin çok büyük bir bölümünü barışçıl ve zengin bir ortamda geçirir.

Likya'nın Başkenti

Kent, Patara'nın Erken İmparatorluk Dönemi ile birlikte Likya ve Pamphylia Eyaleti'nin merkezi olarak yükselişine kadar Likya'nın başkenti olmayı sürdürür. Kentin farklı noktalarında inşa edilen 4 anıtsal kilise Ksantos'un özellikle Erken Hıristiyanlık Dönemi'nde bölgenin önemli piskoposluk merkezlerinden biri olduğunu göstermektedir. Tüm bölgeyi olumsuz etkileyen Arap ve Pers akınları karşısında gittikçe zayıf düşen kentin İ.S. 7. yüzyıl sonrasında oldukça küçük ve niteliksiz yapılarla varlığını sürdürdüğü ve 13. yüzyılda terk edildiği anlaşılmaktadır.

Ksantos'un Cesareti

efsanevi kahraman Sarpedon'un vatanı Ksantos

Ksantos, varlığını sürdürdüğü tüm dönemlerde, Likya Bölgesi'nin tartışmasız önde gelen kentlerinden biri, kalıntıların da gösterdiği gibi özellikle Arkaik ve Klasik Dönemler'de bölgenin lider kenti olmuştur. Homeros'a göre Troya'ya yardıma giden efsanevi kahraman Sarpedon'un vatanı olan Ksantos'un antik kaynaklara konu edilen insanlarının cesareti aslında kentin bu dönemlerdeki gücü ve yapısallığının niteliğini göstermesi açısından anlamlıdır. Herodotos'un aktarımına göre, İ.Ö. 546 yılında Büyük Kiros döneminde Harpagus komutasındaki Pers ordusunun saldırısına uğrayan ve bir kısmı kentten uzak olan Ksantos halkı, kenti ve kendilerini savunamayacaklarını anlayınca güçlü Pers ordusu karşısında savaşarak akropole geri çekilmiş, Harpagus'un merhamet göstermesine rağmen teslim olmaktansa kendilerini ve akropolü yakarak yok etmişlerdir.

Herodotos bu direnişi şöyle anlatır:
"Lykia'lılara gelince, Harpagos ordusu Ksantos ovasına indiği zaman, onlar da karşı koydular, bitmez tükenmez kuvvetlere karşı, az sayı ile dövüştüler; yiğitlikte nam aldılar, ama yenildiler, kentlerine geri atıldılar, kadınları, çocukları, hazineleri ve köleleri kaleye doldurdular ve alttan, yandan ateşe verdiler, öyle ki, yangın kaleyi yerle bir etti. Bundan sonra birbirlerine korkunç yeminlerle bağlanarak düşmana saldırdılar ve Xanthos'ta oturanların tümü de savaşarak ölmüş oldular.

Bugün bütün Lykia'da kendilerini Ksantos'lu diye tanıtanların, seksen ev dışında hepsi de yabancıdır; bu seksen aile, o zamanlar ülkenin dışında bulunuyordu; bundan ötürü hayatta kalmışlardır..."

Tarihçi Prokopios'a göre aynı süreç İ.Ö. 42 yılında Brutus'un Ksantos'a saldırısı sırasında yaşanmıştır. Akropolde yer yer yangın katmanlarına rastlanmış olsa da, bu trajik aktarımlardan çıkarılması gereken, anılan saldırıların gerçekleştiği dönemlerde kentin güçlü bir yapıya ve askeri güce sahip olduğudur.

Ksantos'tan Kalanlar

Günümüzde Eşen Çayı olarak adlandırılan Ksantos Irmağı'nın doğu kıyısında yükselen kayalık alanlarda kurulan kent, güneyinde aynı adla anılan geniş bir ovaya hakimdir. Ovada sık sık yatak değiştiren ırmağın kentin dik ve kayalık batı sınırından akması her dönem için yaşamsal bir önem taşımıştır. Oldukça hareketli yapıya sahip arazide çok sayıda kayalık tepe ve yamaçlar üzerinde konumlanan yerleşim hakkında 2. bine uzanan yazılı aktarımlar bulunmasına karşın, arkeolojik kanıtlarla günümüzde henüz İ.Ö. 1. bin başlarına kadar inilebilmiştir. Kentin farklı noktalarında bulunan, Protogeometrik ve Geometrik Dönem bezekler içeren seramikler yerleşimin henüz bu dönemde Likya Akropolü olarak adlandırılan alanla sınırlı kalmayıp, doğu-batı doğrultusunda günümüz kent boyutuna yakın bir büyüklükteki bir alana yayıldığına işaret etmektedir.

Likya Akropolü konumu ve henüz Erken Arkaik Dönem'den itibaren içinde ve yakın çevresinde barındırdığı kült yapıları, idari ve depolama mekanları yanında Klasik Dönem'in yerel gelenekte ve bezemeli mezar yapıları gibi nitelikli anıtların gösterdiği gibi yerleşimin her dönemde en önemli alanı olmuştur. Kentin güneydoğusunda son yıllardaki kazılarda ortaya çıkarılan mimari veriler ve heykeltıraşlık eserleri ile yine kentin kuzeydoğusunda bulunan ve kentte bilinen en erken mezar anıtı olan Aslanlı Dikme Mezarı ile Arkaik Dönem yerleşiminin geniş sınırlarını çizebilmek olasıdır.

Nitelikli kentsel yapılaşmanın Erken Bizans Dönemi'ne kadar sürmesi anıtsal mezarlar dışındaki kentsel yapıların çoğunun ortadan kalkması ya da büyük değişikliklere uğratılarak özgün yapılarını kaybetmelerine neden olmuştur.

Örneğin, Likya Akropolü'nde oldukça geniş bir alana yayılan Geç Antik-Erken Bizans Dönemi bir villa, yayıldığı alan üzerindeki olasılıkla benzer işlevdeki Klasik Dönem yapılaşmasının ortadan kalkmasında etken olmuştur. Anıt mezarlar yanında Likya Akropolü ve kentin doğusunda ortaya çıkarılan bazı kalıntılar dışında Arkaik ve Klasik Dönem kent dokusu henüz araştırılmaya muhtaçtır. Örneğin her dönem kentin sivil yerleşim alanı olarak kullanılan kuzey yamaçlarında ve olasılıkla kült yapıları yoğunluklu bir yapılaşma içeren güney doğu alanlarda yapılan kazı ve araştırmalar yok denecek kadar azdır.

Kentteki Hellenistik Dönem yerleşimi konusunda kazılar yolu ile henüz çok fazla bilgi edinilememiştir. Yukarıda anılan ve çoğu Klasik Dönem kaynaklı mezar anıtları dışında günümüzde kente hakim olan yapısal doku Roma ve Erken Bizans Dönemleri'ne aittir. Günümüzde kısmen kazılmış olan Ana Cadde ile birbirlerine bağlanan ve Batı Agora, Yukarı Agora ve Aşağı Agora olarak adlandırılan kent meydanları ile çevrelerindeki tiyatro, hamam, bazilika gibi kamusal yapılar Roma Dönemi siluetini belirlemektedirler.

Yerleşimin son görkemli evresi Erken Bizans Dönemi'nde yaşanmıştır. Bu dönemde kentin Batı Agora, Roma Akropolü olarak adlandırılan kuzey yükselti, Yukarı Agora kıyısı ve Aşağı Agora gibi farklı ve birbirinden uzak noktalarında 4 anıtsal bazilika inşa edilmiştir. Bu yapılardan, Yukarı Agora kıyısında yer alan Doğu Bazilika kapsamlı olarak kazılmış ve incelenmiştir.

Ülke Ekonomisindeki Son Gelişmeler ve KOBİ'lere Öneriler

TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi İşletme Bölüm Başkanı
Prof.Dr. Ramazan Aktaş

Dünyada ve ülkemizdeki son politik ve ekonomik gelişmeler, en azından 2014 yılı için, iç piyasadaki durumun pek de iç açıcı olmayacağını ortaya koymuş durumda. Geçmişe yani 2001 yılı öncesine kıyasla, kamu maliyesi ve bankacılık sisteminin çok daha iyi durumda olduğunu, bankaların sermaye yeterlik oranının daha güçlü olduğunu, finansal sektörün açık pozisyon ve türev ürünler gibi toksik ürünlere yatırım yapmadığını ve mali sistemde denetim ve gözetimin güçlendirildiğini söylemek mümkünse de son yaşanan gelişmeler bu önlemlerin önce finansal piyasalarda yeni dalgalanmaları, sonrasında da reel ekonomide daralmayı önlemede yeterli olmadığını ortaya koymakta. Nitekim düşük büyüme hızına rağmen cari açığın halen % 7'ler civarında olması, döviz kurlarındaki yükselmeye rağmen ihracatın istenilen düzeyde artmayışı, enflasyon ve faiz oranlarındaki artış ve buna bağlı olarak borsadaki düşüş ve en önemlisi reel sektörün açık pozisyon riskinin yüksekliği, ekonomimizle ilgili endişeyi artıran unsurlar olarak karşımıza çıkmakta.

ABD ekonomisindeki toparlanmanın sermaye hareketlerinin yönünü tersine çevirmesi, yani gelişmekte olan piyasalara yönelik para akışının tersine dönmesi bizim gibi birtakım gelişen ülkeleri *(Brezilya, Endonezya, Arjantin, Rusya, Güney Afrika gibi)* ciddi şekilde etkileşmiş durumda. Nitekim FED'in tahvil alım programını kısma kararı, bizim gibi portföy yatırımlarıyla net sermaye girişi sağlayan ülkelerin hemen hemen tamamında benzer sorunların yaşanmasına neden oldu.

Gelişen piyasalarda yerel para birimi değer kaybederken, borsanın düştüğü, faiz oranlarının yükseldiği, enflasyonda kısmen de olsa artış yaşandığı ve en önemlisi kimi ülkelerde ekonomik büyümenin azaldığı, kimisinde ise ekonominin küçüldüğü görüldü. Bizde de Merkez Bankası, bu küresel para hareketinin yaşattığı sorunu önce döviz satarak önlemeye çalıştı. Bu önlemin yetersiz kalması sonucunda politika faiz oranında önemli boyutta faiz artışına gitmek zorunda kalındı. Benzer ülkelerle kıyasla cari açığımızın ve özel sektör dış borcumuzun yüksek düzeyde olması, ülkemizi gelişen piyasalar içinde en kırılgan ülke konumuna sokmuş durumda. Nitekim benzer yorumların derecelendirme ve uluslararası yatırım kuruluşları tarafından da yapıldığını görmekteyiz.

Dış koşulların ülke riskini artırdığı bu ortamda gerek kamunun gerekse özel sektörün dikkat etmesi ve önlem alması gereken birtakım hususları şu şekilde özetlemek mümkün:

Yaşanan küresel gelişmelerden daha az etkilenmek için en büyük görev kamu kesimine düşmekte. Devlet iç ve dış yatırımcılara güven verici iktisadi kararlar almalı. Örneğin, üst kurulların ve merkez bankasının özerkliğini tesis edici adımlar atılmalı ve bu kurulların siyasetin gölgesinde karar almadığı konusunda piyasalara güven verilmeli. Yatırımcılar ekonominin dümeninde birilerinin olduğunu görebilmeli. Çift açık sorunumuza *(cari açık ve bütçe açığı)* kalıcı çözüm getirilmesi konusunda cesur adımlar atılmalı. 2001 öncesinde her iki açık aynı anda ekonomimizin kırılgan yapısını oluştururken, 2001 sonrası önlemler ne yazık ki ancak bu iki açığı tek açığa düşürme konusunda yardımcı olmuş durumda. Bir diğer deyişle, bu önlemler geçmişteki çift açık sorununu günümüzde ancak tek açık sorununa indirebilmiştir. Örneğin, ülkemizde ekonominin daraldığı dönemlerde cari açığın azaldığını, buna mukabil bütçe açığının arttığını; ekonomik büyümenin arttığı dönemlerde ise cari açığın arttığını buna mukabil bütçe performansının düzeldiğini görmekteyiz. Ekonomideki büyüme ne yazık tasarruf oranımızın yetersiz olmasından dolayı sermaye hareketlerine bağımlı olmakta, yeteri kadar sermaye girişi sağlanamadığında ekonomimiz daralmaktadır. Bir diğer deyişle, ihracatımızın ithalata bağımlı olması ve yeterli döviz girişi sağlanamadığında gerekli ithalatın yapılamaması bu sonucu yaratmaktadır. Öte yandan vergi gelirlerinin yaklaşık % 70'nın dolaylı vergi olması ve kriz dönemlerinde ithalattan alınan vergi gelirlerinin azalması, cari açığın azaldığı kriz dönemindeki bozulan bütçe performansını açıklamaktadır. Bu şartlar altında yapılabilecekleri özetlemek gerekirse;

Her şeyden önce piyasalara yeni bir yükseliş hikâyesinin sunulması gerekiyor. Çünkü piyasaların gerçeği, beklentilerin satın alınmasıdır. Eski hikâyeyle devam etmenin piyasaları tatmin etmediği ya da edemeyeceği bilinmeli ve bu bilinçle yeni bir ekonomi paketi acilen kamuoyuna sunulmalıdır. Kamu bu dönemde iş dünyasıyla, özellikle reel sektörle istişare içerisinde olmalıdır. Reel sektörü kendi haline bırakmanın çözüm olmadığı bilinmelidir. Bugün ortada bir ekonomik sıkıntı varsa bu sadece firmaların suçu değildir. Uygulanan iktisadi politikaların getirdiği birtakım olumsuzluklar *(geçmişte uygulanan kur politikasının ihracatı ithalata bağımlı hale getirmesi, yerli firmaların döviz cinsinden aşırı borçlanma içine girmesi)* yerli firmaların şu anda yaşadığı sorunların daha şiddetli hissedilmesine yol açmaktadır. Unutulmamalıdır ki bir ülkede firmaların taşıdığı risk en az o ülkenin riski kadardır. Bu yüzden aynı gemide bulunmanın riskini taşıyan firmaların sorunlarını çözme konusunda hükümetler elinden geleni yapmaya mecburdur. Bunun için de devlet özellikle içinde bulunduğumuz dönemde reel sektörün çözüm önerilerini dinlemelidir. Bu noktada firmalarımızın rekabet gücünü artırmak için, reel sektörce dile getirilen, girdi maliyetlerini düşürücü tedbirleri alma yoluna gidilmesinde yarar bulunmaktadır. Bugün ülkemizde faaliyet gösteren firmalarımız diğer gelişen ülkelerle karşılaştırıldığında en pahalı enerjiyi kullanmaktadır. İstihdam edilen kayıtlı çalışanlar üzerinde ağır bir vergi yükü bulunmaktadır. Bu da kayıtlı çalışanların rekabet gücünü her geçen gün daha da azaltmaktadır. Kredi piyasasının daralma olasılığının artmış olması, zaten kredi bulmada sıkıntı yaşayan KOBİ'lerimizin finansman kaynaklarına erişimini daha da güçleştirebileceği yorumunu beraberinde getirmektedir. Sayıca firmalarımızın en az % 99,3'ünü teşkil eden KOBİ'lerimizin kurumsallaşma ve işletmecilik açısından ciddi sorunları bulunmaktadır. Bu konuda hem eğitime hem de teknik danışmanlığa ihtiyaçları vardır ve ne yazık ki KOBİ'lerimizin büyük çoğunluğu ya sorunun farkında değildir ya da bu hizmetlerden yararlanabilecek kaynağa sahip bulunmamaktadır.

Reel sektörün sorunlarını tabii ki bununla sınırlamak olası değil. Bunları daha da artırabiliriz. Bu sorunları çözme konusunda devlet firmalarımıza yardımcı olmalı, enerji girdi maliyetlerini azaltma yoluna gitmeli, istihdam üzerindeki vergi yükünü hafifletmelidir. Özellikle bu dönemde KOBİ'lere yönelik olarak eğitim ve teknik danışmanlığa daha fazla destek verilmelidir. Kredi piyasasındaki daralmadan KOBİ'lerin daha az etkilenmesi için özellikle kamu bankalarının bu kesime daha fazla kredi açması sağlanmalı ve kredi maliyetinin düşürülmesine yönelik olarak kaynak tahsis edilmelidir. Bu sorunları halletmek amacıyla, özel kesime aktarılacak fon desteğinin ileride enflasyon ve kamu üzerinde borç yükü yaratmaması için, fon desteğinin kamu harcamalarından mümkün olduğunca tasarruf yapılarak sağlanması büyük önem arz etmektedir. Yani büyümenin düşeceği bu dönemde, kamunun kendisinin yatırımları yapması yerine özel sektörün dinamo görevi görmesi tercih edilmelidir. Zira geçmiş tecrübeler, kamunun yatırımlar konusunda özel sektör kadar rasyonel davranamadığını ortaya koymaktadır. İhracatta yaşanan duraklamayı aşmak için ihracatçı firmalara yeni pazarlar bulunması konusunda destek verilmelidir.

Firma bazında yapılabilecekler konusunda kısaca şu hususlar önerilebilir:

- Kurumsallaşma konusunda adım atmak
- Özellikle kritik işletme fonksiyonları için profesyonellerle çalışmayı tercih etmek
- *"Küçük olsun benim olsun"* veya *"Ne iş olsa yaparız, biz her işte varız"* devrinin sona erdiğinin bilincinde hareket ederek, rekabet gücünün olduğu alanlarda yoğunlaşmak
- Harcamaları mümkün olduğunca kısmak, maliyetleri azaltmak
- Gerekirse faaliyet hacmini azaltmak
- Mecbur kalındığında ayakta kalabilmek için büyüme yerine küçülmeyi tercih etmek
- Verimliliği artırmak
- Spekülasyon amacıyla stoka çalışmamak
- Alacakların devir hızını yükseltmek
- Borçların vadesini mümkünse uzatmak
- Faaliyet ve finansal kaldıraç derecesini düşük tutmak, ekonomik daralmada özellikle en fazla hasar görenlerin başkasının parasıyla yatırım yapanların olduğu bilincinde hareket etmek
- Bankalarla kredi ilişkisinin iyi olduğu ve borçlanma imkânının yüksek olduğu durumlarda ticari kredileri artırarak pazar payını yükseltebilme becerisini göstermek
- Mümkün olduğunca kısa vadeli kredi kullanmamak
- Bilançonun aktif tarafında likiditeyi artırırken, pasif tarafında vadeyi uzatmak
- Öz sermayeyi güçlendirmek
- Etkin risk yönetimine geçmek
- İnovasyona önem vermek, bu dönemde yeni şeyler yapanın ayakta kalma ve büyüme şansının daha yüksek olduğu bilinci içerisinde hareket etmek
- Kur riskine dikkat etmek, bu dönemde döviz cinsinden borçlanmamaya çalışmak
- Yeni pazarlar bulmak
- Eğitim ve teknik danışmanlık hizmetlerinden mümkün olduğunca feragat etmemek

Makro ekonomiyle ilgili beklentilerin olumsuza döndüğü dönemlerde tüm firmaların bundan zarar göreceğini düşünmek hatalıdır. Bir diğer deyişle, krizde bütün firmalar batmaz. Geçmiş deneyimlere bakıldığında mali başarısızlıkların % 95'inin firma içi nedenlerden özellikle yönetim hatalarından kaynaklandığı görülmektedir. Çalkantılı dönemlerde iyi yönetilen ve sistem olarak iyi işleyen firmaların ayakta kalma şansı daha yüksek olacaktır.

krizle savaşırsan kazanırsın

Son söz olarak,
Cyrsler'i geçmişte krizden çıkararak büyük ün kazanan Iacocco'nun
bu konuda yöneticilere verdiği tavsiyelere göz atmakta yarar var:

- **Krizi teşhis ettiğin anda harekete geç. Yavaşlık ve sessizlik krizin saldırganlaşmasına yol açar.**
- ***"Aman yavaş"* diyenler korkaklardır. Kriz zamanı gücün varsa sakın araziye uyma.**
- **Kriz, akıllıları büyük işlere yöneltir. Herkesin sindiği ortamda tüm inisiyatifi ele geçirmeye çalış. Böylesine fırsat zor ele geçer.**
- **Her konuda liderliğe soyun.**
- **İki ayrıntılı planın olsun: *Kısa ve orta vadeli planlar.***
- **Stratejik yol haritasını çeyrek dilimlere ayır.**
- **Kendini farklılıkla terbiye et.**
- **Şirketinde çalışan yöneticilerin bir iddia düzeyi olsun.**
- **Krizi yenme faaliyetinin adını koy.**
- **Peşin hükümleri yok edecek önlemleri al.**
- **Krizi asla tek bir nedene oturtup, stratejileri bunun üzerine inşa etme.**
- **Her krizin bir galibi, bir de mağlubu vardır.**

Servet YANATMA
ODTÜ TARİH DOKTORA ÖĞRENCİSİ

Milli Bayramların PERDE ARKASI

23 Nisan, 19 Mayıs ve 29 Ekim Örnekleri

"Egemenlik kayıtsız şartsız milletindir" anlayışının oluştuğu tarih

23 Nisan 1920 Türk milletinin iradesini temsil eden Birinci Büyük Millet Meclisi'nin açıldığı ve Türk halkının egemenliğini ilân ettiği tarihtir. 23 Nisan, Kurtuluş Savaşı sürecinin en temel ayaklarındandır. İstanbul'un işgal edildiği ve Yunan ordusunun Batı Anadolu'da ilerlediği bir dönemde varoluş mücadelesinin sembol tarihlerindendir. 23 Nisan, Osmanlı Devleti'nin fiilen ortadan kalkmakta olduğu devirde Kurtuluş mücadelesinin örgütlendiği tarihî günlerden birisidir.

Mustafa Kemal'in 19 Mayıs 1919'da Samsun'a çıkmasıyla başlayan süreç Erzurum ve Sivas kongrelerinin ardından 23 Nisan 1920'de Birinci Büyük Millet Meclisi'nin açılmasıyla neticelenmiştir. Cumhuriyet, 29 Ekim 1923'te ilan edilse de 23 Nisan 1920 yeni Türk devletinin başlangıç tarihi olarak kabul edilir. Yeni devletin özünü *"Egemenlik kayıtsız şartsız milletindir"* anlayışı oluşturmuştur. 23 Nisan 1920'den sonra ise gerek devlet yapılanması gerekse fiili kurtuluş mücadelesi verilerek bugünkü Cumhuriyet'in temelleri atılmıştır.

23 Nisan 1920 şüphesiz Türk milletinin hürriyet ve bağımsızlık yolundaki kararlılığının en önemli göstergelerindendir.

Büyük Millet Meclisi'nin dünyaya ilanı vesilesiyle bu tarihin milli bayram olarak ilan edilip kutlanması daha o günlerde gündeme gelmiştir. Bu düşünce 23 Nisan'ın ilk yıl dönümünde hayata geçirilmiştir. Böylece yeni Türk devletinin ilk milli bayramı 1921'de *"Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin ilk Yevm-i Küşadı (Yıl Dönümü) olan 23 Nisan Günü Milli Bayramdır"* hükmüyle kabul edilmiştir. 1 Kasım 1922'de saltanatın kaldırılmasından sonra ise *"23 Nisan Milli Hâkimiyet Bayramı"* olarak çeşitli etkinliklerle kutlanmıştır.

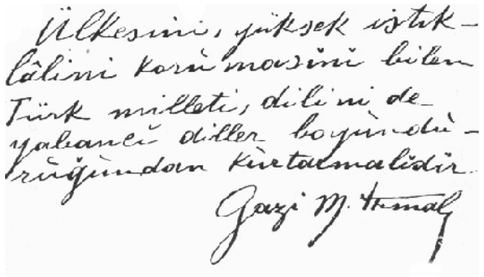
23 Nisan kutlamaları günümüze kadar ise farklı isim, değişiklik ve uygulamalarla devam etmiştir. Dr. Makbule Sarıkaya'nın aktardığına göre bayram, 1927 tarihinden itibaren Türkiye Himaye-i Etfal Cemiyeti'nin öncülüğünde kutlanmaya başlanarak 1929'da Çocuk Haftası'na dönüştürülmüştür. 27 Mayıs 1935'te kabul edilen kanun ile Hâkimiyeti Millîye ve Çocuk Bayramı birleştirilerek *"Milli Hakimiyet Bayramı"* adı altında kutlanmıştır. 1975 yılında ise kutlamalara Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) katılmaya başlamıştır. 1978 yılında Ankara'daki okul çocuklarının katılımıyla TBMM'de çocuk meclisi toplanmış, 1980'de ise Türkiye'nin her tarafından çocukların katılımıyla *"Ulusal Çocuk Parlamentosu"* gerçekleştirilmiştir. 1979 yılı Birleşmiş Milletler tarafından Dünya Çocuk Yılı olarak ilan edilince, TRT'nin katılımıyla bayram, komşu ülkelerin çocuklarının törenlere davet edilmesiyle uluslararası düzeye taşınmıştır. 1981'de ise bayram Milli Güvenlik Konseyi tarafından *"23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramıdır"* hükmü getirilerek, resmî bir ad ve statüye kavuşturulmuştur. 1985'de TBMM ile TRT'nin işbirliğiyle 23 Nisan şenlikleri *"Dünya Barışı"*nı simgeler nitelik almış, böylece uzun tarihi gelişim süreciyle 23 Nisan, Türk çocuklarının dünya çocuklarına hediye ettiği bir bayram haline gelmiştir.

NASIL KUTLANIYORDU?

Kutlama şekline gelince, uygulamalar tarihsel süreç boyunca şekil değiştirmiştir. İlk dönemlerde Çocuk Haftası boyunca Türkiye Himaye-i Etfal Cemiyeti'nin merkez ve şubelerinde uygulanan çocukların temsili görevler almaları, yöneticileri ziyaret etmelerinin yanında onlar için parasız sinemalar, eğlenceler, yarışmalar ve müsamereler düzenlenmesi, Gazi Orman Çiftliği'nde ziyafetler verilmesi gelenek haline getirilmiştir. Diğer uygulamaları Dr. Makbule Sarıkaya şöyle anlatıyor: " Gelenek haline getirilen başka uygulamalar arasında; tüm yurtta Çocuk Haftası boyunca çocuk meselesini anlatan piyes, temsil ve gösteriler hazırlanarak Cemiyet'in şubelerinde, halk evlerinde ve meydanlarda gösterilmesi, aileler için konferanslar verilmesi, çocuk sergisi açılarak çocuklara ait eşyaların vitrinlerde teşhir edilmesi, Cemiyet'in kendi himayesindeki çocuklarla fener alaylarına katılması, Darülaceze'deki çocukların ziyaret edilmesi, *"Gürbüz Çocuk Müsabakası"* başta olmak üzere çeşitli yarışmaların düzenlenmesi, halk eğlenceleri, katılımcılara rozetler takılması, okullara ve muhtarlar aracılığı ile evlere zarf gönderilerek halkın gönüllü maddi yardımlarının sağlanması ve halkın dikkatinin çocuğa çekilmesinin başarılması sayılabilir." Kutlamalardaki ortak uygulamalara gelince, çocuklar için eğlence, büyükler için bilgilenme fırsatı sunulan etkinlikler kapsamında; sergi, konferans ve müsamereler düzenlenmiş, halkın eğlenmesine yönelik senfoni orkestrası konserleri, yarışmalar, piyesler, fener alayları, balolar ve çeşitli gösteriler sunularak gündüz ve gece bayram coşkusu devam ettirilmiştir.

Milli bayram ve milli gün gibi kavramlar Batı kaynaklıdır. Bu kavramların Türk toplumuna girişi İkinci Meşruiyet (1908) dönemine denk gelir. İttihat ve Terakki Cemiyeti etkili olduğu bu dönemde halkta milli duygular ve heyecan uyandıracak milli bayramlar olgusu güç kazanmıştır. Bu düşünce etrafında Osmanlı devletinin kuruluş gününün milli bayram olarak kutlanması gündeme gelmiş; ancak milli bayram olarak İkinci Meşruiyet'in ilan tarihi olan 23 Temmuz kabul edilmiştir. 1909 yılından itibaren 23 Temmuz milli bayram olarak kutlanmaya başlanmıştır.

Milli mücadele döneminde ise milli 23 Nisan'ın dışında Saltanat'ın kaldırılması *"Hakimiyet Bayramı"*; 1926 yılında 30 Ağustos *"Zafer Bayramı"* ve 1935'ten itibaren de *"19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı"* milli bayramlar olarak kutlanmaya başlanmıştır. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı ve 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü son dönemde en çok dikkat çeken ve ilgi gören bayramlardır. Bunlar en çok öne çıkan bayramlardır; zaman için iktidarlar kendi ideolojileri doğrultusunda muhtelif bayramlar icat etmişlerdir. Bunlara örnek olarak Yerli Malı Haftası, Dil Bayramı ve Kabotaj Bayramı örnek verilebilir.


Ülkesini, yüksek istiklâlini korumasını bilen Türk milleti, dilini dejenerasyona uğratan yabancı dillerin boyunduruğundan kurtarmalıdır.
Gazi M. Kemal

DÖRDÜNCÜ GELDİ — Fotoğraf, necmuamızın tertiplediği 1961 «Gürbüz Çocuk» müsabakasında 4. gelen küçük Gülden Ongan'ı, Yapı ve Kredi Bankasının İzmit Şubesinden para armağanını alırken gösteriyor.

MİLLİ BAYRAM İHTİYACI

Bir amaçla bir günün belirlenmesi ve bunun *"halkçı ve devrimci zihniyet"*le özdeşleştirilmesi üzerinde durulması gereken bir konu. Kemalist elitin 23 Nisan bayramı girişimi, Eric Hobsbowm'un *"geleneğin icadı"* kavramıyla örtüşür. *"İcad edilen gelenekler"* kurumları ya da egemen gücü meşru kılmak için bulunmaz cıngıllardır. Düzenin bekası için *"gelenek icat etme"* ihtiyacı vardı; bu da resmi törenlerle karşılanabilirdi. George L. Mosse her devrimin yeni siyasi formlar oluşturduğunu, yeni mitler ve kültler yarattığını ve bunları festivaller vasıtasıyla geleneksel kılmaya çalıştığını belirtir. Siyasi âyine dönüşen festival ve bayramlarda söylevler verilerek kitlelerin biçimlendirilmesi ve disipline edilmesi sağlanır.

Halkın bağlılığını ve yönetime itaatini sağlamak ya da devam ettirmek için, halka yaşadıkları koşulların, sunulan nimetlerin ve sağlanan güvenliğin iktidardaki güç tarafından oluşturulduğunu anlatmak için resmi gelenekler bulunmaz fırsatlardır. Bununla birlikte Durkheim, *"Üyelerinin birlik ve kişiliğinin oluşması için onları düzenli ve muayyen günlerde bir araya getirmeyen ve ortak değerleri ve sosyal duyarlılığı güçlendirmeyen hiç bir toplum yoktur,"* diyerek ritüel ve sembollerin önemi üzerinde durur. Rejim değişikliği olan ülkelerde sembolizm ve ritüeller çok daha önemli işlevlere sahiptir. Böyle durumlarda yeni rejim halk desteğini arkasına almak ve iktidarını güçlendirmek için yeni gelenekler ve ritüeller yoluyla bir tür sembolizm sistemi oluşturur. Bu durum 1789 sonrası Fransa'da ve 1917'den sonra Rusya'da görülmüştü. Osmanlı monarşisinin yerine gelen Cumhuriyet rejiminin, Fransa ve Rusya örneklerinde görülen *"selefini fiziksel ve hissel olarak ortadan kaldırma ve aynı açılardan yerlerine yeni rejimi oturtma çabası"*na girmesi beklenen bir durumdu.

Bayram kutlamalarının en önemli ögeleri gazeteler ve halkevleridir. Bunun bir tesadüf olmadığını söylemeye gerek yok. Kemalist iktidar, basının gücünü ve önemini çok iyi bilmekte, bundan da yararlanmak niyetindeydi. Üzerinde durulması gereken önemli konulardan biri de gerek kanunun gerekse bayramın iktidar tarafından halka nasıl anlatıldığı ve gösterildiğidir. Bayramda yapılan konuşmalarda ortak noktalar üzerinde durmak gerek. Öncelikle, bu bayramın bütün milletin bayramı olduğu dile getiriliyor. Bu amaçla yapılan işler sırasında sıklıkla vurgulanan noktalar; Milli Mücadele sırasında yaşanan güçlükler, Mustafa Kemal'in milletin bu sıkıntılardan kurtarılması konusunda oynadığı rol ve 23 Nisan'ın bu konuda bir başlangıç noktası teşkil ettiği olmuştur.

Atatürk - Ülkü Adalepe - Haydarpaşa Gazi (1938)

Cumhuriyet Bayramı'nın onunca yıl dönümünde basının oynadığı rol bu konuda fikir vericidir. 1933 yılının 28-30 Ekim arası gazeteleri kutlama törenini ayrıntılı şekilde duyurmuş; bayramın önemli bir parçası olmuştur. Cumhuriyet gazetesi 28 Ekim 1933 tarihli manşetini *"Büyük Bayram Yarın: Bayramda Tayyareler 50 milyon kağıt atacaklar"* ve *"Donanmamız da bütün kuvveti ile İstanbul Limanı'na gelerek yapılan şenliklere iştirak edecek"* şeklinde vermişti. Haberde duyurulduğu üzere Hava Kuvvetleri üç gün boyunca memleket üzerinde büyük bir devir yaparak köylere kadar her tarafa *"kutlanan günün yüksek manasını ifade eden Cumhuriyet, inkılap ve istiklal gibi büyük ideallere karşı milletin bağlılığını kuvvetlendirecek vecizeleri ihtiva eden küçük kağıtlar"* atmıştır.

Çocuğun Gözünden 23 Nisan

Milli bayramlarla ilgili sözlü tarih çalışması yapan Arzu Öztürkmen'ın ekibi 23 Nisan kutlamalarına katılan bir kişiyle mülakat yapmıştır. İlkokul öğrencileri için bugünün *"Atatürk"* imgesiyle kurdukları kişisel ilişki üzerine kafa yorulan bir gün olduğu ortaya çıkar. Aşağıdaki cevapta açıkça görüleceği üzere amaç hasıl olmuştur.

Bayrama katılan çocuklarda Mustafa Kemal'e ve farkında olmadan rejime sevgi/bağlılık artmıştır.

"İlkokul sonuna kadar kafamızdaki Atatürk imajı şöyleydi:
Atatürk insan olarak çok iyi.
Aynen annemin beni sevmesi, babamın beni sevmesi gibi ülkesini milletini seviyor...
Biz çocuk olarak ülkeyi onun hediye ettiğini düşünüyorduk...
Bir kere okulun tatil edilmesi çocuk içgüdüsüyle bir sevinçti.
Hocamızın çok şık ve bakımlı olduğu; yüzünün daha çok güldüğü; bizlerin bayram dolayısıyla özel giysilerle şık ve bakımlı olduğumuz ve erkenden kalktığımız bir gündü.
Radyo da çok coşkulu.
Büyük bir topluluğun parçası olduğumuzu hissettiğimiz...
Çocuk olarak kendini yalnız hissetmiyorsun, ulusal bayramlarda.
Düşün ki sen sırf çocuk olduğun için Atatürk'ü de seviyorsun.
Zaten Atatürk sana bu bayramı vermiş ve Atatürk seni çok seven birisiymiş.

Öyle ilginç bir şey ki.

Atatürk'ün öldüğünü bildiğimiz halde onun ulusal bayramlarda yaşadığına inanıyorduk yani onun bizimle birçok şey paylaştığına inanıyorduk."

Osmanlı'dan Örnek: Amele Bayramı

Dergimizin yayında olduğu tarihlerde 1 Mayıs İşçi Bayramı kutlanacağı için bu bayramın hikâyesini de kısaca anlatmak gerek. 1 Mayıs'ın hikayesi tam bir tarihsel ironi ve çelişkidir. 1 Mayıs daha çok Sosyalist dünyada kabul görürken esasında bu bayramın ortaya çıkması kapitalizmin merkezi sayılan Amerika'da olmuştur.

1886'da Chicago'da toplanan Amerika İşçi Sendikaları Konfederasyonu iş günün 8 saat olması için 1 Mayıs'ta greve gitmiştir. Grev ve gösterilere yarım milyon işçinin katıldığı söylenir. Tarihsel süreç içerisinde zorlu bir mücadelenin ardından 1 Mayıs İşçi ve Emek Bayramı olarak kendini kabul ettirdi.

Ayşe Hür'ün aktardığına göre, Osmanlı'da modern anlamda ilk grevin tersane işçileri tarafından 1872'de yapıldığı söylenir. 1885'te Odunkapı bıçkı işçilerinin, 1886'da Beyoğlu'ndaki bazı tezgâhtarların, 1906'da İstanbul'daki tütün ve matbaa işçilerinin grev ve direnişleri biliniyor. İlk işçi örgütü, Tophane Fabrikası işçileri tarafından Osmanlı Amele Cemiyeti adıyla 1894-95'te kuruldu. Osmanlı Devleti'nde ilk *"Amele Bayramı"*nın 1 Mayıs 1909'da Selanik'te kutlandığı rivayet olunur. 1 Mayıs 1923 senesinde TBMM'de Amele Bayramı olarak kabul edilmesine rağmen kitlesel kutlamalar yasaklanmıştır.

1935'te bu kez Bahar Bayramı adıyla gündeme gelmiştir. Cumhuriyet sonrası dönemde bir çok kez yasaklanmasına rağmen işçiler tüm baskılara rağmen 1 Mayıs'ı kutlamaktan geri durmamıştır. 1 Mayıs 2009'da resmi bayram olarak kabul edilmiştir. Ancak 1 Mayıs'ın felsefesinin ve amacının 23 Nisan, 19 Mayıs ve 29 Ekim kutlamalarından tamamen farklı olduğunu ve bahsettiğimiz bu bayramlardan ayrı değerlendirilmesini gerektiğini vurgulamak gerekir.

Milli bayramlar ve kutlamalar çoğu kez toplumda salt sevinme, eğlenme, gösteriler düzenleme, abidelere çelenkler koyma ve geçiş törenleri olarak algılanmıştır. Oysa, *"icat edilen"* bu bayramlar aslında farklı amaçlar taşırlar. Mimar Türkkahraman, Cumhuriyet Bayramı kutlamaları için şunları söyler: *"Yetiştirilmek istenen yeni Cumhuriyet neslinin, yeni rejim ilke ve değerlerini yaşatacak ve eski rejimin monarşik değerleri ile bağlarını kesecek bir biçimde dizayn edilmişlerdir. Törenler, gerek yapılış gerekse içerik olarak devrimci elitin kendi inanç ve değerlerini topluma empoze etme ve onlara dinamizm kazandırma yönünde kullanılmıştır. Halkın kültürünü ölü gören ve bu açıdan bakıldığında halkı olmayan bu elit, törenler yoluyla yeni bir insan ve toplum yaratmayı amaçlamıştır."* Aynı ifadeleri ilk milli bayram olan 23 Nisan başta olmak üzere diğer milli bayramlar için de kullanmak uygun olacak.

KAYNAKÇA:
Eric Hobsbowm. The Invention of Tradition, (Cambridge: 1989).
David Cannadine. Rituals of Royalty: Power and Ceremonial in Traditional Societies, (Cambridge)
George L. Mosse, The Mobilization of Masses (London: 1991)
Emile Durkheim, The Elementary Forms of the Religious Life, (London: 1915)
Mimar Türkkahraman, Türkiye'de Siyasal Sosyalleşme ve Siyasal Sembolizm (Birey: 2000)
Arzu Öztürkmen, "Milli Bayramlar: Şekli ve Hatırası, I & II", Toplumsal Tarih 1994.
Ayşe Hür, "Osmanlı-Türk işçi tarihine bir bakış" Anlayış Dergisi
Makbule Sarıkaya "Türkiye'de İlk Çocuk Haftası Kutlamaları" http://www.atam.gov.tr/dergi/sayi-75/cumhuriyet-turkiyesinin-ilk-cocuk-haftasi

Bahçeşehir Koleji Dalaman'da

Hürriyet Mahallesi Namık Kemal Caddesi
11.Sokak No:9 Dalaman/MUĞLA

Bahçeşehir Koleji

Dünya Okulu

0545 692 3 692
www.bahcesehir.k12.tr

www.facebook.com/BahcesehirKolejleri
www.twitter.com/bahcesehir_k12

Hedef; Büyüme Değil, Kalkınma Olmalıdır[1]

Abdullah Taşcıoğlu[2]

Ekonomik açıdan "*büyüme", "kalkınma", "gelir dağılımı"* gibi kavramlar; gelişmiş ülkeler yanında *"geri kalmış ülkeler"* açısından da anlam ve önem taşıyan ekonomik kavramlardır. Dün böyle idi. Bugün de böyle, yarın da böyle olacaktır. Bu ve benzeri kavramlar sadece ekonomik açıdan değil, sosyal politika açısından da önem taşıdığı için dillerden düşmemektedir. Ancak, Başbakan dahil, hemen hemen hepimizin, çokça da kullandığı, *"büyüme"* ile *"kalkınma"* kavramlarını karıştırırız. Bir yılda üretilen tüm mal ve hizmetlerin toplamı anlamına gelen ulusal gelirin artması, bunun toplam nüfusa bölündüğünde bulunan kişi başına gelir rakamının yükselmesi, genellikle ve yanlış olarak *"kalkınma"* olarak kullanılmaktadır. Sadece ulusal gelir artışı ya da kişi başına düşen gelirin yükselmesi kimi zaman ciddi bir *"kalkınma"* göstergesi bile olamaz. *"Büyüme"*; ekonominin niceliksel göstergelerindeki artıştır. Kapitalist bir ekonomide, daha çok üretmek, tüketmek, dış ticaret hacmini artırmak, *"büyüme"* olarak tanımlanır. Ancak bu *"büyüme"*nin adı *"kalkınma"* olamaz. *"Kalkınma"* büyüme ile birlikte toplumun yaşam standartlarının yükseltilmesi, bireylerin her yönden kendilerini daha mutlu hissedecekleri bir ortam sağlanmasını da içerir. Ortalama eğitim düzeyinin yükseltilmesi, sosyal hizmetlerden daha çok faydalanılması, özgürlüklerin arttırılması, yaşam kalitesinin yükseltilmesi, ortalama ömrün uzaması, sağlıklı nesillerin yetişmesi, kendisiyle, toplumuyla ve dünya ile barışık bireyler yetiştirmek, hukukun üstünlüğünü kabul etmek, insan haklarını garanti altına almak, kalkınmanın dolayısıyla, kalkınmış bir toplum göstergeleridir.

Kalkınmış ülkelerle geri kalmış ülkeleri birbirinden ayıran en önemli farklardan birisi de kadınların toplumdaki konumlarıdır.

Kalkınmış bir toplumda, kadın erkek ayırımı teoride ve pratikte yok edilmiştir.

Bireylerin, yani senin, benim, onun bireysel niteliklerimizdeki artış, kalkınma olarak tanımlanabilir. Daha çok düşünen, daha çok sorgulayan ve daha çok üreterek paylaşan bireyler, kalkınmanın en önemli unsurudur. Bu nedenledir ki, arap ülkeleri büyük ekonomilere sahiptirler ancak, kalkınmış sayılmazlar. Kalkınma büyümeyi içerir, ancak büyüme kalkınmayı içermez. Bu nedenle hedef; *"büyüme"* değil, "*kalkınma"* olmalıdır.

Yukarıda, kapitalist bir sistemde daha çok tüketmenin ekonomiyi büyüteceğini ifade ettik. Ancak her tüketim, *"büyüme"* ve hele "kalkınma" olarak tanımlanmamalıdır. Asgari ücretle çalışan ve elinde 2.000.- veya 3.000.- Türk liralık taşınabilir bir telefon *(cep telefonu)* bulunan kişinin bu tüketimini ben tanımlayamıyorum. Siz nasıl tanımlarsınız?

"Kalkınma"; "*kültürel kalkınma"*ya da doğrudan bağımlıdır. "Kültürel kalkınma" kavramından genel olarak eğitim düzeyinin yükselmesini, kültürel etkinliklerin ve bunlara katılan bireylerin artmasını, kültür ve tabiat varlıklarının korunmasını anlaşılmalıdır.

1980 yılında askeri diktatörlük gölgesinde bir ekonomik model benimsenmiştir. O günden bu yana, büyüdüğü ifade edilen ülkemiz, kültürel bakımdan sürekli gerilemektedir. Hatta yakın geçmişimizde ekonomik büyüme adına *"yağma ekonomisi"*[3]ni, kültürsüzleşmeyi, heykellerin dahi yıkılarak kültür ve tabiat varlıklarının tahrip edilmesini haklı, hatta gerekli gören bir aşamaya varılmıştır.

Bu aşamaya gelinmesinde, ganimet düzenine dayalı bir imparatorluğun torunları olarak;

(a) ceplerimizi doldurmak,
(b) *"her mahallede bir milyoner yaratmak"* adına Sosyal Refah Devleti ilkesi bir yana bırakılmıştır. Vahşi sömürüye dayalı ilkel kapitalist birikimin desteklenmesi sonucunu Türkiye ekonomik olarak büyürken, kültürsüzleşen bir toplum halini almıştır. Böyle bir kültürsüzleştirme politikası ile ekonomik kalkınma sağlanamayacaktır.

Toplumsal ve siyasal yaşamımıza egemen olan yağma ekonomisi ne yazık ki, başta kamuoyuna önderlik etme göreviyle yükümlü olan politikacılar olmak üzere, bütün kesimleri avucuna almış ve insana yatırım anlamına gelen kültürel gelişmenin ve kültürel gelişmeyi sağlayacak olan kültürel yatırımların unutulduğu bir noktaya gelinmiştir. Varılan bu noktada, kültür ve tabiat varlıklarımızın, çirkin ve günlük yaşamı olanaksızlaştıran yapılaşmalar adına yağmalanmasına devam edilmiş, kültür yatırımlarının içinde önemli yer tutan bir takım projeler durdurulmaya başlanmış, başarılı bazı kültür insanlarımız da adeta cezalandırılmıştır.

Ekonomik kalkınmanın temelinde, kültürel yatırımların vazgeçilmez bir rolü olduğu gerçeğinin hatırlanması gerekmektedir. Aksi halde, çok kısa bir süre sonra, ekonomik büyüme bile sürdürülemez bir noktaya gelecek ve kültürsüzleşen insanlarımız, kendi yarattıkları cehennemde kavrulup gideceklerdir.

[1]**Abdullah Taşcıoğlu,** *"Hedef; "Büyüme" Değil, "Kalkınma" Olmalıdır" Ege Gazetesi (18 Ocak 2013)*
[2]*Fethiye-Seki'de doğmuştur. İlköğretimini Seki'de Orta Öğretimini Aydın Ortaklar İlköğretmen Okulu'nda, Lisans Eğitimini Hacettepe Üniversitesi İşletme Yönetimi Bölümünde, Lisans Üstü Eğitimini Ankara Üniversiyesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde tamamlamıştır. Özel bir bankada müfettiş, bölge müdür yardımcısı, birim yöneticisi, Türkiye Bankalar Birliği'nde de Bankacılık ve Araştırma Grup Başkanı olarak çalışarak emekliye ayrılmıştır. Fethiye'de yaşamını sürdürmektedir.*
[3]***Yağma Ekonomisi"****: Üretmeden tüketmek, çalışmadan, alın teri akıtmadan kazanmak, "ganimet düzeninden nemalanmak" anlamında kullanılmıştır.*

Fotoğraf - Kenan Olgun

1990 başlarında yabancı pilotlar tarafından keşfedilen Babadağ,
bugün kuşkusuz dünyanın en iyi yamaç paraşütü atlayış merkezlerinden biridir.
1970 metre yüksekliğinin yanında, denizin hemen yanında bulunması,
atlayışın ardından kısa bir süre içerisinde deniz üzerinden uçulabilmesi,
neredeyse yılın tamamı yamaç paraşütü uçuşları için uygun olması
Ölüdeniz'in doğu yakasını kapatan heybetli Babadağ'ı yamaç paraşütü sporcuları için eşsiz kılıyor.
Zengin florası, Ölüdeniz ve çevresinin muhteşem güzelliği,
bu güzelliklerin üzerinde kuşlar gibi özgürce uçma isteği Babadağ'a ayrı bir özellik katıyor.
Bu eşsiz doğada, kuşlar gibi özgürce uçmanın nasıl bir duygu olduğunu merak eden binlerce tatilci
her yıl yamaç paraşütü yapmak için Ölüdeniz'e akın ediyor.
Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası tarafından başlatılan teleferik projesi ile
gerçekleştirilen çalışmaların tamamlanmasının ardından Babadağ,
cazibesini artırarak dünyanın en iyi spor merkezi konumuna gelecek.

makri

DERGİSİNDE GÖRMEK İSTEDİKLERİNİZ

İNSAN meslek YAŞAM KÜLTÜR güzellik FELSEFE İKLİM eğitim politika SAĞLIK tarım SPOR ARAŞTIRMA SANAT TARİH bilim gezi teknik COĞRAFYA zaman MEKAN yatırım

BİZİMLE PAYLAŞIN

info@fto.org.tr
0 252 614 11 15

Babataşı Mah. Mustafa Kemal Bulvarı 802 Sokak 2/1 Muğla - Fethiye
Tel: 0 252 614 2727 Gsm: 0532 732 15 84

AYTEK PAZARLAMA

Herkesin **su** oranı farklı,
ama içtiği **su** aynı:
SIRMA

Tel&Fax: 0252 612 06 31
Adres: Pazaryeri Mah. 417 Sk. Eren
Apt. No:1 - FETHİYE

GEZİ notları

İtalya devam...

Sibel Akıncı

TOSCANA ÇEVRESİ

Toscana vadisi her zaman hayallerimde canlandırdığım,
televizyonda ve fotoğraflarda gördüğüm gibi.
Baktığınız her tepede bir ortaçağ şatosu.
Biraz sonra bir ortaçağ kasabası. Çevreleri verimli topraklarla,
bakımlı geniş arazilerle çevrili.
Üzüm bağları bir tarafta, zeytin ağaçları diğer tarafta.
Günümüzde bu şatolar ve antik evler butik otel olarak hizmet veriyor.
Hem bu evlerde kalıyorsunuz hem de üzüm bağlarında üzümleri toplayıp
şarap yapım sürecine dahil oluyorsunuz.
Şöyle de açıklayabiliriz;
hem tonla para veriyorsunuz hem işçi gibi çalışıyorsunuz.
Sıra dışı ilginç bir tatil anlayışı.
Buralarda daha çok Amerika Birleşik Devletleri'nden gelenler oluyormuş.
Son yıllarda ülkemizden de giden varmış.
Bu bölge tarih bölümünde de anlattığım gibi
Etrüsk'lerin yerleştiği bölge ve eskiden beri bağımsız,
hatta Roma'ya ve diğer bölgelere karşı soğuk bir tavır sergilemiş. .

1 Pisa

Ortaçağ döneminde en güçlü şehir devletlerinden biri. Pisa en parlak dönemini 11. ve 13. yüzyıllar arasında yaşamış. Güçlü bir donanmaya sahip olan Pisa İmparatorluğu Tiren kıyısından aşağıya Korsika, Sicilya, Suriye, Filistin ve Mısır gibi topraklara kadar uzanırmış. Ortaçağda Pisa'nın denize kıyısı var ama günümüzde Arno nehrinin alüvyonlarının sebep olduğu birikme nedeni ile denizden 5 km içeride kalmış. Eh!. Güçlü devletsiniz. Tamam anladık ama şehre gelenlere de gücünüzü göstermeniz gerekiyor. Yoksa nereden bilecekler gücünüzü. Bu amaçla burada Mucizeler Meydanı'nda bir kilisenin yapımına başlanıyor. 1040'lı yıllar. Sonra kilisenin çan kulesi olarak 1174'te Pisa kulesinin yapımına başlanıyor. Daha sonra da vaftizhane yapılıyor. Kulenin yapımına 1174 yılında başlanıyor demiştim. Bu kuleyi baba-oğul ve amca yapmaya başlıyorlar. Fakat inşaatın ortalarına geldiklerinde sağ tarafa doğru bir kayma gözleniyor. Bu kayma zeminin yumuşak alüvyondan oluşması ve temelin yeterince derine kazılmadığı için meydana geliyor ama inşaata devam ediliyor. Kulenin ortasından itibaren sola doğru kaydırarak kuleyi bitiriyorlar ki, yıkılmasın. İnşaat malzemesi olarak mermer ve kireçtaşı kullanıyorlar. Eğri meğri ama günümüze kadar ulaşıyor. Yıllar geçtikçe eğimin artması nedeniyle kulenin yıkılacağından korkan İtalyanlar 1990 yılında kuleyi ziyarete kapatıyorlar. Bu tarihten itibaren eğimin durdurulması amacıyla tadilata başlanıyor. Zemin güçlendirilirken kulenin yıkılmaması için çelik halatlarla vinçlere bağlanıyor. Ve yapılan 10 yıllık tadilat sonucu eğilme durduruluyor.

Pisa Napolyon'un istilasından sonra da gelişmesini sürdürmüş. Bu dönemde eğitime ve sanata çok önem verilmiş. Ayrıca Galileo Galilei araştırmalarında Pisa kulesini kullanmış.

Günümüzde Pisa orta ölçekli bir şehir. Turizm ve tarımdan geliri var. Kuleyi görmek için buraya yılda 2 milyon turist geliyor.

San Gimignano

Karşımda gördüğüm Manhattan mı, yoksa Maslak mı?.

Nerdeyim ben?
İtalya'da ortaçağ kasabalarını geziyor olmam gerekiyordu!
Uyanmaya çalışıyorum ama hayır!
Zaten uyanığım.
Evet, evet görüntüler bulutların arasından yavaş yavaş yüzeye çıkıyorlar şimdi. Anlaşıldı.
Burası ortaçağın gökdelen merkezi olmalı!
Kulelerin yüksekliği inanılmaz.
Ticaretin getirdiği üstünlüğü ve saygınlığı simgeleyen bu kuleler 12. ve 13. yüzyıllardan kalma.
Bu kuleler bir zamanlar 70'ten fazlaymış.
Ama Floransalı istilacılar tarafından 14. yüzyılda yıkılmış.
Günümüzde ise sadece 14 tanesi ayakta kalmış.

İşte rüya kasabalarından biri daha.

Siena

Siena'yı Romulus'un oğlu Asianus, her zaman karşımıza çıktığı gibi 7 tepe üzerine kuruyor. Burası bir haç yolunun üzerinde bulunuyor. Güney İtalya'dan Roma'ya gitmek üzere yola çıkan haçlılar buradan geçiyor. Geçmekle kalmayıp üzerlerindeki kıymetli eşyaları buradaki güvenilir insanlara bırakıyorlar, haçtan dönerken de alıyorlar. Böylelikle burada bankacılığın temelleri atılmış oluyor. Yıl 1478. Siena zamanın güçlü devletlerinden biri. Yüksek bir yere kurulmuş. Floransa burayı bir türlü alamıyor. Daha sonra Michelangelo'nun tavsiyesine uyarak burayı ele geçiriyorlar.

Tavsiye ne mi?
Gece saldırılacak, her savaşçı eline 4 adet meşale alacak. İşte bu kadar! Sienalılar da 10 bin kişilik orduyu 40 bin zannedince yenileceklerini anlıyorlar ve savaşmadan teslim oluyorlar.

Neyse!
Gelelim günümüze. Kahverengi ve kızıl tonların ağır bastığı bir şehir. Şehrin kalbinde yer alan yelpaze şeklindeki Piazza del Campo *(meydan)* eski Roma Forumu'nun üzerinde yer alıyor. Bu meydan da her yıl ünlü Palia at yarışları yapılıyor. Bu at yarışları geleneksel ve burada yaşayanlar için çok önemli. Bizim Kırkpınar güreşleri Edirne için nasıl önemliyse bu da öyle. Her sokağın bir sembolü var. Bu semboller sokak başlarına işlenmiş *(Kaplumbağa, ördek, salyangoz gibi)*. Bu sokakların da at yarışçıları var. Yarışlar bu meydanda yapılıyor. Ata eğersiz biniliyor ve sadece bir dakika sürüyor. Kim düşmeden birinci gelirse o kazanıyor. Bu durum kazanan sokak için çok prestijli.

Ayrıca Siena üniversite şehri olarak da biliniyor. Buradaki dil okulları çok meşhur. Bu okullarda 6-7 ayda rahatlıkla İtalyanca öğrenilebiliyormuş. Halkın bir kısmı da öğrenciden para kazanıyor. Okumaya gelen öğrenciler bir ailenin yanında aylık oda-kahvaltı 1000 Avro'ya kalabiliyorlar. Ayrıca turizm gelirleri de önemli miktarda. Nüfusu ise 250 bin.

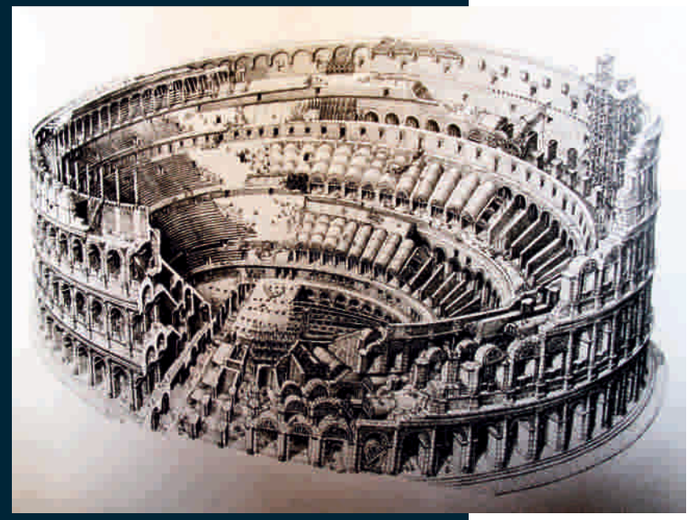
ROMA ÇEVRESİ

Roma şehrinin tarihini İtalya'nın tarihinde anlattığım için burada bir daha tekrarlamak istemiyorum.
Roma'da İtalya'nın diğer şehirleri gibi ortaçağdan kalan sanatın ve estetiğin oluşturduğu görkemli bir şehir.
Her şey olduğu gibi korunmuş.
Bu muhteşemliğe bakarken yine kendimi geriye ışınlanmış olarak hissettim.
Nereye baksam sanat ve emek var.

Roma'da imparatorluk döneminde 1 milyon insan yaşarmış.
Bunların 200-300 bini Roma vatandaşı, diğerleri ise köleler, kaçaklar vs. imiş.
Burada yapılan bütün kiliseler eski Roma imparatorluğu kalıntılarının üzerine yapılmış.
Zaten bütün İtalya'da Roma imparatorluğundan kalan bir yapı göremiyorsunuz.
Sadece Colosseum (Kolezyum). Onunda %20 si ayakta.
Tabii bu durum bilinçli bir şekilde yüzyıllar içinde Papalık yönetimleri tarafından Roma İmparatorluğu'ndan intikam almak ve onu yok saymak amacıyla yapılmış.
Çünkü Hristiyanlığı resmi din olarak kabul etmeden önce İmparatorlar Hristiyanları Colleseum'da hayvanlarla dövüştürerek ve buna benzer pek çok işkenceyle öldürüyormuş.

Roma şehrinin günümüzde 3,5 milyon nüfusu var ve denize uzaklığı 20 km.
Şimdi Roma'da bir gezintiye çıkalım. Bakalım neler göreceğiz.

Collosseum



Orijinal ismi *Flavianus Amfi Tiyatrosu*.
2000 yıllık bir yapı.
Kentin ebediliğinin simgesi.
M.Ö. 72-80 yılları arasında köleler ve mahkumlar tarafından inşa edilmiş.
İnşaatında beton kullanılmış.
2 bin yıl önce kullanılan betonu insanlık 1900'lerin başında yeniden keşfediyor.
50 bin izleyici kapasiteli, elips bir amfiteatr.
Seyirciler taştan sıralarda sosyal statülerine göre oturuyorlarmış. 80 tane giriş çıkış kapısı var. İnşaat alanı Collosseum yapılmadan önce gölmüş. Bu göl kurutulmuş ve üzerine Collosseum inşa edilmiş.
İçinde gemi savaşları yapılabilmesi için inşa edilen kanallarla dışarıdan su getiriliyor ve bu sistem çalıştırılarak içerdeki saha bir göle dönüştürülebiliyormuş.
Daha sonra getirilen bu su boşaltılıyor ve tekrar kuru hale getirilerek gladyatör ve hayvan dövüşlerinin yapılabilmesi için düzenleniyormuş. Ayrıca seyircileri güneşten korumak için üst kısımda açılır kapanır bir sistem tasarlanmış. Burada keten bezleri kullanılıyormuş. Güneşli havalarda keten bezleri açılarak seyircilerin güneşten korunması sağlanıyormuş.
Bunu National Geographic kanalında izlemiştim. Collosseum şimdi bile muhteşem alt yapısı ve mimarisi ile günümüz mimarlarına ilham kaynağı olmaya ve değerini korumaya devam ediyor.

PİAZZA DEL POPOLO

(PopoloMeydanı)

Napolyon'un mimarı GiuseppeValadier'in 1818 yılında düzenlediği Popolo Meydanı bir açık hava kent tiyatrosu örneği. Kentin en büyük dikili taşı bu meydandadır.

Ve II. Ramses zamanından yani M.Ö. 13.yüzyıldan kalmadır.Augustus tarafından Mısır'dan getirtilen bu taş ilk önce Circus Maximus'a dikilmiş daha sonra 1589 yılında ise papa V. Sixtus tarafından buraya taşıttırılmıştır.

Trevi Çeşmesi

Aşk Çesmesi

Üç sokağın birleştiği yere yapıldığı için bu isim verilmiş. Biz her ne kadar *"Aşk Çesmesi"* desek de İtalya'da ve Dünya'da burası Trevi Çeşmesi olarak biliniyor. Çeşme, rüya görünümüyle insanı mitolojinin içine ışık hızıyla ışınlıyor. Gözünüzü açtığınızda kendinizi kayalar, sular ve mitolojik yaratıklarla çevrelenmiş buluyorsunuz. Ortada iki kanatlı deniz atının çektiği bir deniz kabuğuna binmiş Okyanus Tanrısı; Yunan adıyla Poseidon, Roma adıyla Neptün bütün heybetiyle *"kim bunlar"* der gibi size bakıyor. Şaha kalkmış at, denizin hırçınlığını, sakin olan ise denizin sakinliğin simgeliyor. Sağ tarafındaki sepetli kadın bereketi, diğer tarafındaki yılanlı kadın ise sağlığı simgeliyor. İşte şimdi en önemli özelliğe geldik.

Eğer buraya bir kere daha gelmek istiyorsanız, aşkınızı bulmak istiyorsanız ve aşkınızın devamlı olmasını istiyorsanız çeşmeye arkanızı dönerek sağ elinizle tuttuğunuz bozuk parayı sol omzunuzun üzerinden suyun içine atmalısınız. Ve bunu bir defa değil üç defa tekrarlamalısınız. Ben yaptım. Aşkımı bulduğum ve kaybetmediğim için. Bir daha gelmek ister miyim?. Sanmıyorum. Daha gidilecek çok yer var. Öncelik onlarda. İster öyle ister böyle sonuçta eğlenceli bir ritüel. Hem bu bozuk paralar ziyan da olmuyormuş. İtalyan bankası olan Banka Di Roma bu bozuk paraları buradan alıyor ve değerleri karşılığı Avro'yu Kızılhaç'a veriyormuş.

PİAZZA DEL POPOLO

Popolo Meydanı

Napolyon'un mimarı Giuseppe Valadier'in 1818 yılında düzenlediği Popolo Meydanı bir açık hava kent tiyatrosu örneği. Kentin en büyük dikili taşı bu meydandadır. Ve II. Ramses zamanından yani M.Ö. 13.yüzyıldan kalmadır. Augustus tarafından Mısır'dan getirtilen bu taş ilk önce Circus Maximus'a dikilmiş daha sonra 1589 yılında ise papa V. Sixtus tarafından buraya taşıttırılmıştır.

PİAZZA Dİ SPAGNA

İspanyol Merdivenleri

İspanyol elçiliği bu meydanda yer aldığından merdivenler de *"İspanyol"* adını almış.
Baharda pembe çiçeklerle süslenen,filmlere dekor olan bu merdivenler
3 görkemli sıra halinde 16.yüzyıl tarihli Fransız kilisesi Trinita Dei Monti'ye çıkıyor.
Etrafında yer alan bölge ise kentin en sofistike ve en pahalı alışveriş merkezi.
Bütün ünlü markaları bu caddede bulabilirsiniz.
İspanyol Merdivenleri'nin dibinde ise batık bir gemi şeklindeki mermer çeşme Fontana Della Barcaccio yer alır.

PİAZZA VENEZİA

(Venedik Meydanı)

Roma'nın en merkezi meydanı. Hem antik Roma destinasyonlarına yakın hem de Vatikan'a. Ayrıca şehrin ulaşım ağının ana duraklarından biri. II. Vittoriano Anıtıve Palazzo Venezia yani Venedik Sarayı burada görebileceğiniz yapılardan sadece ikisi. II. Vittoriano Anıtı, birleşmiş İtalya'nın ilk kralı olan Vittorio Emanuel'i onurlandırmak için yapılmış.

VATİKAN

İtalya sınırları içinde bulunan iki küçük devlet var.
San Marino ve Vatikan.
Benim konum ise Vatikan.

Vatikan bir din devleti. Hıristiyan dininin Katolik mezhebinin yönetim merkezi. 1378'den itibaren Papalar'ın ikametgahı. 1929 yılında Mussolini ile imzalanan Laterano Antlaşması'ndan sonra bağımsız bir devlet ve Papa bu devletin tek hakimi. Nüfusu yaklaşık bin kişi. İçerde rahipler, rahibeler, memurlar ve İsviçreli askerler yaşıyor. 440 bin metre kare arazi üzerine kurulu ve etrafı yüksek duvarlarla çevrili. Herkes istediği gibi elini kolunu sallayarak içeri giremiyor. Özel izinlerle devlet başkanları ve yüksek seviyeli devlet yöneticileri girebiliyor. Vatikan'ı koruyan askerler İsviçreli demiştim.

Neden İsviçreli de başka devletten değil?.
Çünkü İsviçre Papalığa büyük faydalar sağlamış. Ayrıca İsviçreli askerler soyları gereği iriyarı, cüsseli ve savaşçı görünümlüler. Bu arada askerlerin kıyafetleri tam bir palyaço kıyafeti. Bu kıyafetler Michelangelo tarafından tasarlanmış ve yüzyıllardır değişikliğe uğramadan kullanıla gelmiş. Günümüzde de bu kıyafetler ilk halleri ile kullanılıyor.

Vatikan Dünya'nın en zengin ülkesi.
Öğrendiğim kadarıyla doğrudan ya da dolaylı olarak sahibi olduğu veya yönlendirdiği günlük, haftalık ve aylık 200'den fazla gazete ve dergi, 154 radyo istasyonu, 49 TV kanalı veya kablolu yayını bulunmakta imiş. Bütçesi ise, Katoliklerden kesilen kilise vergileri, aidatlar, bağışlar, şirket gelirleri, hisse senedi-tahvil-bono gelirleri, bankacılık ve faiz gelirleri, hediyelik eşya satışlarından elde edilen gelirlerle basın yayından elde edilen reklam gelirlerinden oluşmakta imiş. Ayrıca Vatikan'ın en büyük kara para aklama merkezi de olduğu söylenmekte. Vatikan ayrıca mafya şirketleriyle de çok iş yapıyormuş. Olay şöyle gelişiyormuş Vatikan'a büyük bağış yaparsın daha sonra gelsin ihaleler. Bu arada Vatikan Avrupa'da doğum kontrolüne karşı. Çünkü buralarda nüfus azalıyor. Ama aynı zamanda Vatikan'ın doğum kontrol hapı üreten şirketlerle de ortaklığı varmış. Bu ne yaman çelişki anne!

Papalar, Papalık görevini ölene kadar yürütüyorlar. Ama kendi istifa ederse o ayrı mesele!. Şimdiye kadar hiç istifa eden papa olmamış. İlk defa en son papadan önceki istifa etti. Hepimiz televizyonlardan izledik. Ayrıca ölen papalara otopsi yapılması yasak. Açıkçası bu da bir takım komplo teorilerine zemin hazırlıyor kanımca! Bakalım kalp krizinden ölen papalar gerçekten bu sebepten mi ölüyor.

Yoksa!Neyse. Beni ilgilendirmez. Bence burası bir çelişkiler yumağı! Fazla karıştırmaya gelmez.

San Pietro Kilisesi

Dünya'nın en büyük kilisesi.
Dış cephe travertenden oluşuyor.
Michelangelo başlamış ve Bernini 284 traverten sütunu ve tepelerinde azizlerin 140 heykelinin bulunduğu 88 gömme sütunu 1656 ve 1667 yılları arasında tamamlamış.

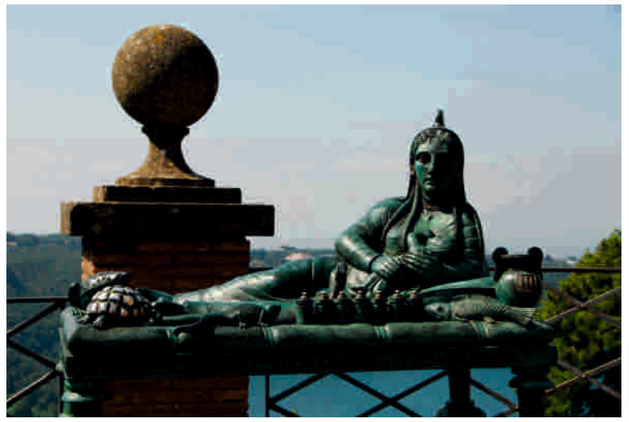
Bu kiliseyi ziyaret edebilmek için kıyafetlerinize dikkat etmeniz gerekiyor. Etek ya da pantolon boyları en kısa diz altında olmalı ve en açık yarım kollu üst giymeniz gerekiyor. Bu kural kadın erkek herkes için geçerli. Eğer kurala uymazsanız giriş kapısından geri çevriliyorsunuz.

En önemlisi giriş kapısına ulaşabilmek için tenha zamanda bile 1 saat kuyrukta beklemeniz gerekiyor. Kalabalığı tarif etmeye kelimeler yetmez. Sonuçta burası da Hristiyanların Hac yeri. İçeri girebilmek için 45 dakika bekledik. Söylendiğine göre o gün Papa yazlık sarayında olduğu için çok kalabalık değilmiş. Vatikan da olduğu zamanlar nasıl olur bilmem artık.

Kilise dışarıdan çok büyük, çok etkileyici.
İçerde ise; artık sizi gücü ve görkemiyle öyle bir etkiliyor ki, kendinizi bu ihtişamın karşısında minicik kalmış hissediyorsunuz.
Sanırım amaç da bu zaten.

O mermer heykellerin inceliğini, zarifliğini; sanatın ve sanatçının büyüklüğünü, sınırsızlığını görmenizi isterim. Sanatın vardığı bu noktada başka söyleyecek söz bulamıyorum ve şapkamı çıkarıyorum.

Albano Gölü ve Kastel Gandolfo Kasabası



Papanın yazlık sarayı burada.
Bu kasabanın olduğu bölgede iki tane krater gölü var. Albano gölü yaklaşık 6 km², en derin yeri ise 170m. Nevi gölü de yaklaşık bu büyüklükte.

Bu bölgede Roma'lı zenginlerin yazlık evleri var. Ayrıca burada tedavi amaçlı kullanılan su kaynakları mevcut. Burası Roma İmparatorluğu döneminde de imparatorların yazlık yeri imiş. Bölgede bulunan Nevi köyü de görülmesi gereken muhteşem yerlerden bir tanesi. Buralar bereketli topraklar. Şarap ve fındık üretimi yapılıyor. Özellikle fındık üreticileri Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne girmesini istemiyorlarmış.

Bir liman kenti

NAPOLİ

Nüfusu köyler ve kasabalarla birlikte 4 milyon.
Limon, portakal, mandalina bölgenin önemli tarım ürünlerinden. Limonçello *(limon likörü)* üretimi burada yapılıyor.

Napoli aynı zamanda bir liman kenti.
Gelirinin büyük bir kısmını limandan sağlıyor. İtalya'nın en büyük ticari limanlarından biri. Şehir İtalya'nın diğer şehirleri gibi iyi korunmamış. İstanbul-İzmir karışımı bir yer. Napoli halkı kısa yoldan para kazanmayı seviyor. İnanılmaz uyanık insanlar. Dans etmeyi ve şarkı söylemeyi seviyorlar. İtalya'da kuzeyden güneye inildikçe insanların tipleri de değişiyor. Kuzeyde Avrupalı insan tipleri güneyde ise Akdenizli. Burada işsizlik oranı çok fazlaymış. En çarpıcı özelliği ise araçların %80'inin hasarlı olması. Yeni bir araç alsanız bile arkadaşlarınız kuyruğunu doğrultmak adına ufak bir hasar verebiliyor ve bunu şampanyalarla kutlayarak yapıyorlar. Bizim tertemiz görünümlü otobüsümüze bile daha gelir gelmez bir araç çarparak az da olsa hasar verdi. Zavallı şoför söylenmekten başka bir şey yapamadı tabii.

Mafya her ne kadar Sicilya'da doğsa da İtalya'ya yayıldığı yer ve kalesi Napoli. Bütün ihaleler ve büyük işler mafyanın elindeymiş. Mafya izin vermeden bir adım atamazsınız deniyor. Daha iki ay önce haraç vermedi diye deniz kenarında bir kafeterya, mafya tarafından yakılmış. Dahası; burada çöpleri mafya topluyormuş. Bir keresinde devlet istedikleri ücreti vermeyince mafya aylarca çöpleri toplamamış. Her yerde çöp dağları oluşmuş. Salgın hastalık tehlikesi baş göstermiş. Asker de polis de çöpleri toplayamamış. Sonunda Berlusconi istedikleri parayı verince çöpleri toplamışlar.

Burada çok hoşuma giden bir özellik var. İnsanlık adına güzel bir şey. *"Cafe sospezo"* yani askıda kahve.

Şöyle ki;
Paranız var, bir kafeye gidiyorsunuz, bir kişisiniz ama paranıza göre 2,3,5, kişilik kahve istiyorsunuz size istediğiniz kahve geliyor. Parasını ödediğiniz diğer kahvelerin fişi ise duvarda ayrılan ve görülebilen bir köşeye asılıyor. Daha sonra parası olmayan bir kişi geldiğin de ve bir adet cafe sospezo istediğin de ona kahve veriliyor ve ücreti duvarda asılan fişleri alınarak ödenmiş oluyor. Bence çok güzel.

Vezüv Yanardağı'nın eteklerinde kurulmuş, zamanında Roma İmparatorluğu'nun en zengin şehirlerinden biri...

POMPEİ

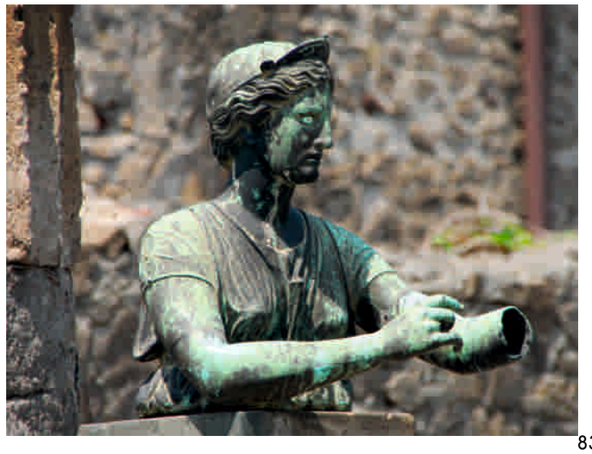
Liman şehriymiş.
Ayrıca eğlence merkeziymiş.
Çeşitli sapkınlıları ayyuka çıkmış.
Liman şehri demiştim ya bir çok ülkeden gemilerle gelen mallar ve denizciler olurmuş. Aylarca denizde yaşamak zorunda kalmış denizciler nasıl bir eğlence isterse, öyle eğlence yerlerinin işaretleri kaldırımlara yerleştirilmiş. Gideceğiniz yeri kimseye sormadan rahatlıkla bulabilirmişsiniz. İstediğiniz yere ulaştığınızda dil bilmenize gerek yokmuş. Duvarlara çizilen resimlerden Mc Donald's misali istediğinizi seçebiliyormuşsunuz. Pompei ayrıca verimli topraklara sahip bir şehirmiş.

Vee işte!
Sonunda o korkunç gün, gelip çatmış. Aslında Vezüv daha önce ben buradayım diye haber vermiş. Patlamadan 10 yıl önce bir deprem olmuş ama o zamanlarda volkan hiç patlamadığı için kimse bir şey bilmiyormuş ve bu yüzden de Vezüv'ün verdiği haberi kimse anlamamış. Üstelik depremde yıkılan şehir, o zamanların en modern şeklinde yenilenmiş.

Günlerden M.S. 79 Ağustos ayının güneşli ve sıcak bir öğleden sonrası. O gün de her zamanki gibi sıradan bir yaz günü gibi başlamış. Herkes günlük işlerinde ve yaşamlarındaymış. Vezüv o öğleden sonra gürlemiş, kükremiş ve bütün hiddetiyle şehrin üzerine kül ve taş yağdırmaya başlamış. Güneş kaybolmuş. Herkes şaşırmış. Bilmedikleri bu olay karşısında donakalmışlar. Halbuki Vezüv Roma mitolojisine göre yer altı dünyasına açılan bir kapıymış. İnsanlar burayı basit bir tepe olarak görüyorlarmış. Patlamadan bir gün önce bütün su kaynakları kurumuş. Vezüv; Ben geliyorum, gidin buradan demiş. Bunu kimse görememiş. Ve Pompei ortadan kaybolmuş. Ta ki, 1594 yılında bir su kanalı yapımı çalışması sırasında duvar kalıntısı bulunana kadar. Kazı çalışmaları günümüze kadar gelmiş ve hala devam ediyor.

Pompei şu anda denizden 7 km içerde. Aynı zamanda Roma İmparatorluğu'nun korunmuş tek şehri. Roma gündelik yaşamının gizleri Pompei'nin fırınlarında, şarap dükkanlarında, manavlarında saklı. Bulunan her kalıntı Roma ile ilgili bilinmeyen yaşamı gün yüzüne çıkarıyor.

Günümüzde turistlerin ilgiyle gezdikleri antik bir kent. Ayrıca bu volkanik topraklarda yetiştirilen üzümlerden Lacrima Christi (İsa'nın göz yaşları) adlı şarap üretilmekte.



İtalya İle İlgili Kısa Bilgiler

• Taksilere istediğiniz herhangi bir yerden binemiyorsunuz. Ya taksi duraklarına gitmelisiniz ya da kaldığınız yerden taksi çağırmalısınız. Ücret taksiyi çağırdığınız an başlıyor. Bütün taksilerde taksimetre var. Taksi metre ***3 Avro***'dan açılıyor.

• Kapalı yerlerde sigara içmek yasak.

• Dünya'nın en çok zeytin ağacı olan ülkesi. Zeytini yemek için değil zeytin yağı yapmak için kullanıyorlar ve zeytin yağında dünya markasıdırlar.

• Sabah kahvaltıları sorun olabilir. Bizim gibi mükellef bir kahvaltı bilmiyorlar. Sadece kahve, kruvasan ve kek türlerini tercih ediyorlar. Kaldığınız otellerde de kahvaltı aynı şekildeydi.

• Siesta uygulaması var. Turistik yerler hariç diğer iş yerleri 12.00-15.00 veya 13.00-16.00 arası kapalı. Bankalara 12.00 den itibaren müşteri giremiyor. Sadece çalışanlar içerde çalışıyor. Ayrıca Pazartesi günleri resmi iş yerleri saat 12.00 ye kadar kapalı. Çalışanlar öğlene kadar özel rutin işlerini yapabiliyorlar.

• Kuzeyde İtalyanlar açık tenli. Roma'dan sonra daha koyu tenliler. Bunlar daha sıcak kanlı. Bize benziyorlar.

• Yılda 60 milyon turist ağırlıyorlar.

•Turist otobüslerinin turistik şehirlere gelmeden önce rezervasyon yaptırmaları gerekiyor. O kadar çok turist geliyor ki, her şehrin otobüs kapasitesi hesaplanmış ve bundan fazlası alınmıyor. Eğer rezervasyon yaptırmasanız şehre giremiyorsunuz. Eğer kaçak girecek olur ve yakalanırsanız ***5 bin Avro*** ceza ödemek zorunda kalırsınız. Ayrıca her araçtan belirli bir miktar ayak bastı parası alınıyor.

•İtalyanlar çoğunlukla gazlı su *(soda)* içiyorlar. Su alırken Aqua naturale yazanları almanız gerekiyor. Diğerleri gazlı su. Bir küçük su şişesi ***1 Avro.***

•Burada eski binaların dış cephelerine kesinlikle dokunamazsınız. Bu binaların tamirine ve boyasına belediye karar veriyor. İçeride tadilat yapmak serbest.

•Restoranlarda veya kafelerde kahve içecekseniz eğer, ayakta içecekseniz ayrı fiyat, oturarak içecekseniz ayrı fiyat ödüyorsunuz. Çünkü buralarda oturma ücreti alıyorlar. Ayrıca restoranlarda hesap fişlerinde ***"Koperto"*** olarak belirtilen ve hesaba yazılan bir ücret var. Bu yemek veya garson bahşişi değil. Tuz, biber, peçete tükettiğiniz malzemenin ücretidir.

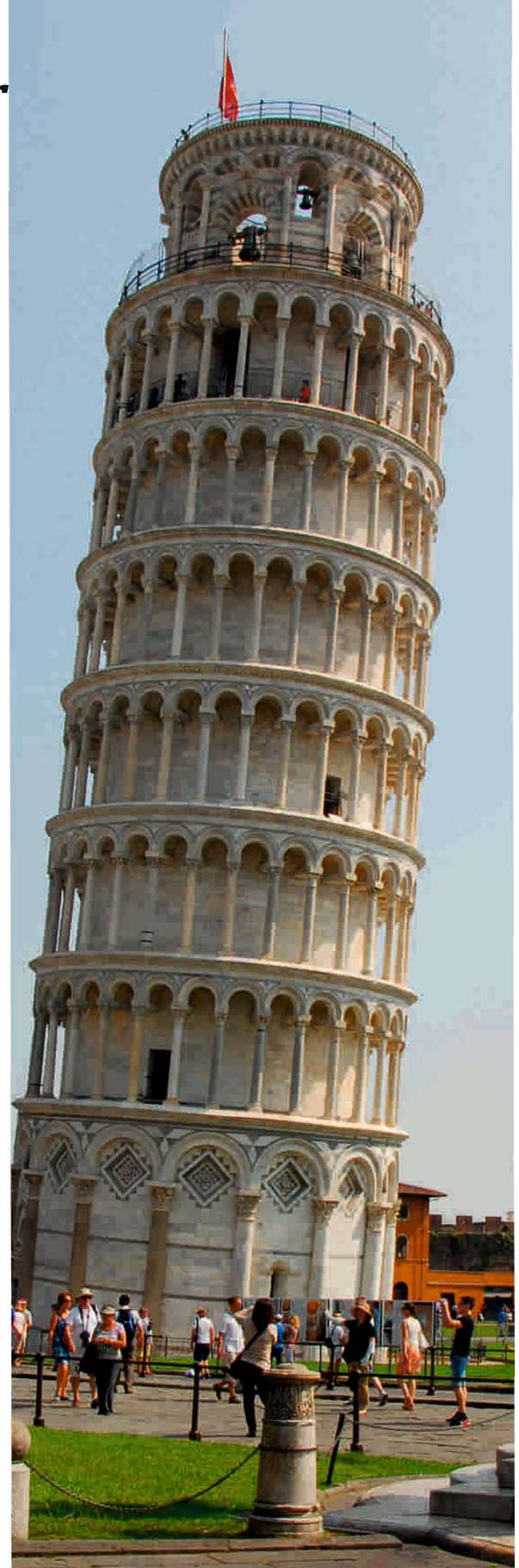
• Şehirler arası yollar çok güzel. 1950'li yıllarda yapılmışlar ve sürekli yenileniyorlar.

•Oteller turist guruplarını saat 14:00-15:00'ten sonra alıyorlar. Çünkü temizlik ancak bitiyormuş.

•Euro'ya geçtikleri zaman İtalyanlar da krize giriyor. En düşük işçi aylığı 900 Euro. Bu ilk işe girişteki ücret. Bu ücretin altında işçi çalıştırmak yasak. İş yerlerinde sigortasız işçi çalıştırılmıyor. Ortalama maaş 1300 -1400 Euro. Bu miktar bir ailenin geçimine yetmiyor.

Örneğin Floransa'da şehir içinde 35 metre karelik bir evin kirası 1000-1100-1200 Euro'dan başlıyor. Şehir dışında 600-700 Euro civarında. Liret *(İtalya'nın eski para birimi)* döneminde alım gücü daha fazlaymış. Örneğin bir eşya 25 Liret ise 25 Euro olmuş. Ama maaşlar bu şekilde artmamış. Bu yüzden Euro'ya geçişte çok zorlanmışlar. Kriz o kadar ki; Noel'de bile belediyeler masraf olmasın diye sokak süslemelerinde kısıntıya gidiyorlarmış.

•Emeklilik yaşı 63-65, emekli maaşı ise 900-1000 Avro arasında.



•Venedik'te gondolların yarım saati ***150 Avro.*** Her biri 6 kişi alıyor. Bir şişe şampanya da hediyesi. Aman! Daha ucuz olsun diye üç kağıtçıların eline düşmeyin lütfen! Her zaman ilk önce dikkat ve önlem.

•Hırsızlık da dikkat edilmesi gereken sorunlardan biri. Çantalara, telefonlara ve fotoğraf makinelerine dikkat!

•İşçi hakları oldukça iyi. Sendikalar çok güçlü. Eğer bir dükkana kapanmadan 5 dakika önce girip 10 bin Avro'luk alışveriş yapacağım deseniz bile sizi içeri almıyorlar. İşte karşınızda sendikaların gücü! İşçiler en fazla 8 saat ve 8:00-12:00/15:00-19:00 saatleri arasında çalışıyorlar. 12:00-15:00 arası siesta zamanı. Ayrıca burası Avrupa'da en çok grev yapan ülkesiymiş. Gardiyanlar bile grev yapmış. Artık siz düşünün!

•Burada çiftçiler de çok iyi para kazanıyor. Eğer devlet ürünlerine iyi para vermezse hadi bakalım greve! Bütün çiftçiler traktörlerle otobanları kapatıyorlar. Devlet de istedikleri fiyatı vermek zorunda kalıyor.

•Sağlık sistemleri de oturmuş. Bizdeki gibi özel hastaneler yok. Sadece devlet hastaneleri var ve randevular 3 veya 6 ay sonrasına verilmiyor. Yani hastanelerde sürünmüyorsunuz. Aile hekimliğine yıllar önce geçilmiş.

•Avrupa'nın en büyük fidan yetiştirme merkezi. Dünya'nın her yerine tekstil makinesi satıyorlar. Ayrıca dünya genelinde pek çok yol ihalesi alıyorlar. Örneğin bizdeki 3. Boğaz Köprüsü yol yapımı ihalesini İtalyanlar bir Türk firması ile birlikte almışlar. Bunun yanı sıra silah sanayinde de markalar. Her türlü meyve sebze yetişiyor. Dahası mutfak mobilyasında da markalar. Modayı ve modanın önemli markalarını da unutmayalım. Tabii turizm de var. Çanta,şarap, zeytin yağı, mermer, mobilya gibi sektörlerde de markalar ve çok iyi para kazanıyorlar. Ayrıca devlet çok iyi vergi topluyor. Vergi kaçıramıyorsunuz. Eğer yakalanırsanız cezası çok büyük. Bizdeki gibi lüks araçlar yok. Çünkü vergileri çok fazla. Ortalama olarak kazancın %40-45!ini devlet alıyor. İyi, hoş, güzel de bunca kazanılan para var hala bunlar nasıl krizde oluyorlar? İşte bütün mesele bu! Burada mafya var demiştim. İşte burada mafya her yerde. Hele güney şehirleri felaket! Bizim aşiret sistemi gibi. Güneyde köylerin ve kasabaların mafya tarafından sahipleri var. Bu sahipler seçim zamanlarında toplanıyor ve hangi partiye oy vereceklerini kararlaştırıyorlar. Daha sonra buralarda seçim çalışmalarında kararlaştırılan partiye oy isteniyor.Seçimlerde, bu sahiplerin çocukları milletvekilliğine adaylıklarını koyuyorlar ve kazanıyorlar. Bundan sonra gelsin yandaş ihaleleri, gitsin akraba ihaleleri! İşte bu yüzden kuzeyliler güneylileri sevmiyor. Biz çok çalışıyoruz bütün kazancımız güneye gidiyor diyorlar. Bir de kuzey şehirleri pahalı güney şehirleri ucuz. Bence insanlar isyan etmekte haklı!

•İtalyanlar pamuk üretimini durdurmuş. Pamuk hem çok emek isteyen bir ürün hem de işçi ücretleri ve sigortaları ve diğer harcamalardan dolayı pahalıya mal oluyor. Bu yüzden pamuğu ithal ediyorlar. Daha ucuza geliyor.

SON SÖZ

İşte yine her zamanki gibi bir rüya gibi başladı, bir hayal gibi geçti ve bir film gibi en güzel yerinde bitti.

FTSO'ya Yeni Kayıt Olan Üyelerimiz

OCAK-ŞUBAT-MART

Oda Sicil No	Ünvanı
8913	ÜNVER CAN KEMER GROSS MARKET
8914	LEVENT YANAR TEKNOLOJİ ÖZEL SERVİSİ
8915	SELDA PEHLİVAN ORFOZ BALIKÇILIK
8916	CENGİZ CENGİL TARIM HAYVANCILIK GIDA TURİZM İNŞAAT TAŞIMACILIK SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ
8917	AKAN TARIM NAKLİYAT İNŞAAT TURİZM TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ FETHİYE ŞUBESİ
8918	ÇİĞDEM OCAK ÖNERİ SUNA DUMANKAYA GÜZELLİK MERKEZİ
8919	BİLAL ÇETİN ÇETİN BALIKÇILIK
8920	ALİ OZAN ÇINAR ÇINAR KOMİSYON
8921	YASİN BORUÇALAN EMİR PETROL
8922	ABDULLAH KARABULUT KARABULUT TARIM ÜRÜNLERİ
8923	ÇAĞRI ÖZBAKİ ÇAKRA CAMPİNG
8924	OSMAN TURGUT OSMAN TARIM
8925	HÜSEYİN ÜNAL FETHİYE BİLİŞİM
8926	ŞAH KÖSE GÜN MARKET LODOS SÜPERMARKET ŞUBESİ
8927	CEP KLİNİK İLETİŞİM MERKEZİ LİMİTED ŞİRKETİ
8928	MEHMET PAKSOY PAKSOY İNŞAAT YAPI VE HAFRİYAT VE TAŞIMACILIK
8929	US ORTAK SAĞLIK GÜVENLİK HİZMETLERİ GIDA İNŞAAT TURİZM TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8930	LEVENT YANAR TEKNOLOJİ ÖZEL SERVİSİ TEKNOLOJİ TOYOTA ÖZEL SERVİSİ ŞUBESİ
8931	UĞUR MUTLU KARADAĞ KARADAĞ TİCARETİ
8932	ASOS TURİZM SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ
8933	CEP KLİNİK İLETİŞİM MERKEZİ LİMİTED ŞİRKETİ ÇARŞI ŞUBESİ
8934	ORHAN PEHLİVAN HACIOĞLU LAZ İNŞAAT
8935	MURAT BATIBEY BATI İLETİŞİM
8936	ŞENET KARACA GÜRKAN BALIKÇILIK
8937	DOH ÖZEL EĞİTİM VE ÖĞRETİM HİZMETLERİ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8938	AKIN BOLEL MÖBLESAN MOBİLYA
8939	MUTLU ALAŞAN ALAŞAN PETROL
8940	BAYRAM GÜMÜŞ TELEKOMİNİKASYON VE İLETİŞİM HİZMETLERİ TURİZM İNŞAAT TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8941	MUTLU ALAŞAN ALAŞAN PETROL GÜNEŞLİ ŞUBESİ
8942	LALANGA UNLU MAMÜLLERİ İMALAT İTHALAT İHRACAT GIDA SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8943	NECAT KAYA KAYA KOMİSYON
8944	PUSULA MARİN YATÇILIK TURİZM TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8945	SÜLEYMAN BAYDAR EVİM İNŞAAT
8946	MUKADDES KILIÇ KILIÇ KOMİSYON
8947	ULVİ ANIL YALÇIN ARVİLA İNŞAAT
8948	KS KAYRA PETROL TURİZM İNŞAAT GIDA TAŞIMACILIK SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8949	MURAT TUNA BİNGÖL BATI IND CO
8950	DOĞA FİDE TARIM TURİZM NAKLİYE İNŞAAT TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8951	OSMAN KESKİN KESKİN DEKORASYON
8952	RAMAZAN BİÇER ANADOLU METAL
8953	ŞEMSETTİN ÇINAR YILDIZLAR MOBİLYA HALI
8954	DEMİR OTOMOTİV TURİZM İNŞAAT LİMİTED ŞİRKETİ
8955	ADA MARİN TURİZM İŞLETMELERİ ANONİM ŞİRKETİ
8956	Z.N MOBİLYA DEKORASYON İNŞAAT SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ
8957	DOĞADAYIZ DOĞA SPORLARI TURİZM SEYAHAT ORGANİZASYON VE TAŞIMACILIK TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8958	ASGÖKŞAH GIDA ÜRÜNLERİ KURUYEMİŞ TURİZM SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8959	MELİSSA STEVİE ZENGİN TALK OF THE TOWN
8960	GERTURSAN TURİZM İNŞAAT GIDA VE İHTİYAÇ MADDELERİ PAZARLAMA SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ
8961	BC MAĞAZACILIK MOBİLYA DEKORASRON İNŞAAT TURİZM ENERJİ KAYNAKLARI HİZMETLERİ İÇ VE DIŞ TİCARET ANONİM ŞİRKETİ
8962	CAHİT ALIRAVCI OPAL BİLİŞİM
8963	MEHMET ÖZEN ÖZEN GIDA
8964	NURİ SAZCI GONCA HAFRİYAT
8965	MEHMET KARAKUŞ KARAKUŞ HAFRİYAT

Oda Sicil No	Ünvanı
8966	BEYOBASI ENERJİ ÜRETİMİ ANONİM ŞİRKETİ FETHİYE ŞUBESİ
8967	MİCAN DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI MEFRUŞAT İNŞAAT OTOMOTİV VE ÖZEL EĞİTİM HİZMETLERİ TİCARET VE SANAYİ LİMİTED ŞİRKETİ FETHİYE ŞUBESİ
8968	MAGMA METAL MADENCİLİK İTHALAT VE İHRACAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8969	MAKRİ GLOBAL İTHALAT İHRACAT TURİZM YATÇILIK MOBİLYA TEKSTİL İNŞAAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8970	BURCU ATAALP SIĞLA KOZMETİK
8971	İLSA DIŞ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ FETHİYE ŞUBESİ
8972	ADİL KIZILASLAN LİDA ZEN MOBİLYA
8973	GÜROL KOCAER GÜROLLAR İNŞAAT
8974	VELİ YILDIZ AY MOBİLYA
8975	CEM ÇAĞLAR CEM OTOMOTİV
8976	KADIN SOSYAL DAYANIŞMA DERNEĞİ İKTİSADİ İŞLETMESİ FETHİYE ŞUBESİ
8977	JULIEN ROMEO ARAMA BİSİKLET VE DOĞA SPORLARI
8978	İSMAİL KORAY TOMBAK TOMBAK TİCARET
8979	MURAT BAYAZİT AVALON STEPPES
8980	BURAK BÜYÜKPAPUŞCU SEYDİKEMER TOPTAN VE PERAKENDE GIDA TİCARETİ
8981	MURAT SELİM DABAKOĞLU THE GREEN VALLEY HOTEL
8982	ADA MÜŞAVİRLİK MİMARLIK İNŞAAT EMLAK TURİZM TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8983	SELVİN ALKAN LEYLAK APART
8984	GNC GIDA TURİZM SİNEMA REKLAM SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8985	KALYON 07 GEMİCİLİK ULAŞTIRMA İNŞAAT TURİZM TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8986	VOLGA FRUITS GIDA LOJİSTİK DIŞ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8987	DEDİKODU RESTAURANT ZEKİ DURAK OTTAMAN RESTAURANT ŞUBESİ
8988	YILDIZ ERKEK AKKENT GARDEN OTEL
8989	YERLİCİSOMER TURİZM TEKSTİL İNŞAAT İTHALAT İHRACAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8990	DENİZ KAYA SAFFRON İNDİAN RESTAURANT
8991	MUSA KÖSE ÇINAR TİCARET
8992	YUSUF ATALAY ATALAY İLETİŞİM
8993	SAME TURİZM SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
8994	HARUN SIRMALI ÖZ YEŞİL RİZE TAŞ FIRINI
8995	ŞAHRANİ İNTERNET REKLAMCILIK TURİZM İTHALAT İHRACAT LİMİTED ŞİRKETİ
8996	MURAT BİNİCİ NUR ET PİLİÇ EVİ
8997	KONYALILAR AV GALERİSİ TURİZM SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ FETHİYE ŞUBESİ
8998	TELEMETRE TEKNOLOJİ ÜRÜNLERİ TURİZM TİCARET ANONİM ŞİRKETİ
8999	ŞEVİKOĞLU PAZARLAMA GIDA TEKSTİL VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ SEYDİKEMER ŞUBESİ
9000	DENİZİM TARIM DIŞ TİCARET İMALAT LİMİTED ŞİRKETİ
9001	GÖZCÜ DETAY SİGORTA ARACILIK HİZMETLERİ LİMİTED ŞİRKETİ FETHİYE ŞUBESİ
9002	BİRMAN GIDA DAĞITIM PAZARLAMA LİMİTED ŞİRKETİ FETHİYE ŞUBESİ
9003	ERGÜN ÖZDEMİR ATLAS EMLAK
9004	BARIŞ ULUSOY HELİN RESTAURANT
9005	MEY TOURS TURİZM TARIM HAYVANCILIK SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
9006	ABİDİN AY BAMBU RESTAURANT BAR
9007	HÜSEYİN AKDIKAN İPEK BÜFE
9008	UYSALLAR OTO YEDEK PARÇA SERVİS HİZMETLERİ TURİZM İNŞAAT İTHALAT İHRACAT TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ FETHİYE 2.ŞUBESİ
9009	ABALIHAN TURİZM TAŞIMACILIK OTO KİRALAMA İNŞAAT TAAHHÜT EMLAK VE SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
9010	MEHMET AKİF ERKEK THE ÖLÜDENİZ SHOPPİNG
9011	NEZAHAT KARNAK DÜNYA CAFE
9012	BADEMAĞACI TURİZM EMLAK İNŞAAT GIDA TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
9013	MEHMET ÖZDEMİR LİMAN KAFE
9014	HÜLYA ARZU ÇELİKKANAT ÖZÇELİK KOMİSYON
9015	HERMES SEBZE MEYVE DIŞ TİCARET TARIM ÜRÜNLERİ GIDA NAKLİYAT İTHALAT İHRACAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
9016	FİMTAŞ MUZAFFER TUFAN İNŞAAT EMLAK KUYUMCULUK TARIM GIDA TURİZM SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ

Oda Sicil No	Ünvanı
9017	HOLİDAY PLAN TURİZM İŞLETMECİLİK VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ LYKİA BOTANİKA OTEL ŞUBESİ
9018	GÖRKEM BAYRAM PORSELEN DÜNYASI
9019	BARANSEL GRUP EMLAK TURİZM OTOMOTİV İNŞAAT TAAHHÜT TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ BARANSEL GRUP FETHİYE ŞUBESİ
9020	ATMANOĞLU ORGANİK TARIM ÜRÜNLERİ SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ KUMLUOVA ŞUBESİ
9021	MERAL YETİM PERA BUTİK İŞLETMESİ FETHİYE ŞUBESİ
9022	ERKAN YANTIR EGELİ HAFRİYAT
9023	GÖKHAN ONUR AKDENİZ GALERİ
9024	ERKAN TAŞKIN PANSİYON MON AMİ
9025	KALICI YAPI İNŞAAT TAAHHÜT TURİZM GIDA İTHALAT İHRACAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
9026	SADETTİN ÜNLÜKAYA VİLLA SID OTEL
9027	İZZETTİN TEKİN TEKİN KARDEŞLER
9028	İLKNUR DALGIN LETOON APART
9029	SEDAT İBİŞ PENGUEN MARİN
9030	KARINCA AJANS REKLAM TURİZM İNŞAAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
9031	OSMAN AVCI PRESTİJ İNŞAAT EMLAK
9032	VADİ HALI HALICILIK KUYUMCULUK MAĞAZACILIK TURİZM VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ VADİ HALI FETHİYE ŞUBESİ
9033	ALİ KÜÇÜKTÜRKÜCÜ TÜRKÜCÜ İNŞAAT
9034	FATMA NUR VİRAN SEBZE VE MEYVE KOMİSYONCULUĞU
9035	VGS VOLKAN GÜVENLİK SİSTEMLERİ ELEKTRİK ELEKTRONİK BİLİŞİM İNŞAAT GÜZELLİK SALONLARI SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ FETHİYE ŞUBESİ
9036	VOLKAN BULUT YATÇILIKK
9037	ARAS TÜKETİM MADDELERİ GIDA LOJİSTİK PAZARLAMA TURİZM TEKSTİL VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
9038	ARZU AKBAŞ DEDEMİNN OTEL
9039	YUSUF TATLIDEDE GREEN PEACE OTEL
9040	ERTUĞRUL GÜLER WATCH MARKET
9041	TUNCAY SESLİ ÖZ SESLİ YAPI İNŞAAT
9042	ŞAH KÖSE GÜN MARKET FIRTINA TOPTAN GIDA PAZARLAMA ŞUBESİ
9043	ÖZLEM ALAGÖZ TİCARETHANESİ
9044	EREN BALABAN ALTUĞ KOZMETİK
9045	ALPER ALTUĞ ALTUĞ KOZMETİK
9046	AYŞEGÜL YENİDOĞAN ALTUĞ KOZMETİK
9047	CERENİM GIDA ELEKTRONİK TURİZM İNŞAAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
9048	HAMZA TÜRKMEN AQUATIC MARİN
9049	ŞABAN BİHAN EFEM ET TAVUKÇULUK
9050	İBRAHİM ORHON ORHON TİCARET
9051	FOMGET ORGANİZASYON TURİZM BİLGİSAYAR TEMİZLİK VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ FETHİYE ŞUBESİ
9052	DEVSER İNŞAAT MİMARLIK MÜHENDİSLİK TURİZM MADENCİLİK NAKLİYE SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ GÖCEK ŞUBESİ
9053	YANAR EREN ÖZ ERTEK HOTEL
9054	MURAT FARUK YILDIZ ANTİKKARUM
9055	MAHMUT KANAT İSMAİLOĞULLARI GIDA LOJİSTİK
9056	HAZAR TURİSTİK YATIRIMLARI VE İŞLETMELERİ ANONİM ŞİRKETİ
9056	ÜSAME BAYDAR BAYDAR TİCARETHANESİ
9057	SİTEM ŞAHİN BERK BEGONVİL OTEL
9058	MELEK YAŞAR ROCKPOOL RESTAURANT
9059	DAVUT TEKELİ TEKELİ VİNÇ HAFRİYAT
9060	DENİZ YILMAZ CLUB LA PERLA
9061	ZEYPA GIDA NAKLİYE TARIM İTHALAT İHRACAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
9062	FİKRİYE SEMERCİOĞLU ART KAPAK VE AKSESUAR
9063	REYHAN KARACAN HAMLET EMLAK
9064	ADALAR SEYAHAT ACENTASI TURİZM VE OTELCİLİK TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ FETHİYE ŞUBESİ
9065	GÜNAL BİYOLOJİK TARIM GIDA HAYVANCILIK TURİZM EĞİTİM HİZMETLERİ SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ

Hoşgeldiniz