

ahınname



Zeytin Dalı İçin Hatay'dayız
Devletimizin Yanındayız

Türkiye Perakende Zirvesi
İstanbul'da Yapıldı

Gıda Sektörü
Bir Araya Geldi



Ahî Sancağı

Sancağ, devleti tertip ve teşkil eden milletin hüviyetinin remzi ve mevcudiyetinin timsalidir. Ahilik teşkilatında sancağın hükümdara ve Ahilik me-rasimlerinde devletin üst düzey yetkili kişilerine takdim edildiği görülmektedir.

Kırşehir Müzesi'nde bulunan Ahilik teşkilatının bi-linen en erken tarihli sancağı müzede 2007/18 (E) envanter numarada kayıtlı bölümde yer almak-tadır. Sancağ 1904 tarihli. Üzerinde II. Abdülha-mid'e ait tuğra germalmaktadır.

Dikdörtgen formdaki sancağın iç orta kısmındaki kırmızı alanda bir adet hilal ve tuğra bulunmakta-dır. II. Abdülhamid'e ait tuğranın sağ üst kenarın-da "el Gazî" yazısı bulunmaktadır. Hilal içerisinde, "bimübeyyineti tevfi-katı Rabbanîyye meliki dev-leti'laliyyeti'l-Osmaniyye" (Cenab-ı Allahın yar-dım ve desteğine dayanan Yüce Osmanlı Devleti) ibaresi yer almaktadır.

Orta zeminde hilal ve tuğranın etrafında eni-ne altı adet içinde Enfâl Suresi'nin 72. ve Râd

Suresi'nin 24. ayetlerinin işlendiği yazı şeritleri bulunmaktadır. Orta zemin etrafında yer alan geniş yeşil kuşağın üst bölümünde yer alan iki bordürün içinde Bakara Suresi'nin 255. ayeti olan Ayete'l-Kürsi, alt bölümde yer alan iki bordürde ise Enfâl Suresi'nin 65. ve 66. ayetleri işlenerek yerleştirilmiştir. Sağ ve sol kenarlarda bulunan boyuna yerleştirilen ikili bordürlerin içlerine yine Enfâl Suresi'nin 15, 16, 17 ve 18. ayetleri devamı sağlanarak işlemlerle yerleştirilmiştir.

Sancağın yüzey süslemesinde kullanılan beze-melerde Arapça sülüs yazı yer almaktadır. Ayet-lerin bitiş noktalarında küçük hatayı çiçekleri, orta zeminde iki, üst iç bordürün içinde bir, alt ke-nar bordürlerin içlerinde birer adet olmak üzere toplam beş adet yerleştirilmiştir.

Sancağta yer alan kırmızı renk, " gücü, şehade-ti sembolize ederken yeşil renk ise İslamiyet ve Ahiliğin ticari boyutunun hareketliliğini ve dina-mizmini temsil etmektedir.

Esnaf ve sanatkârların oluşturduğu iktisadi yapının temel taşı niteliğinde olan Ahilik; üretime, üretimin adilce paylaşılmasına, kardeşliğe ve dayanışmaya dayanmaktadır. Bu iktisadi gücün temelinde ise akıl, bilim, ahlak ve çalışma yer almaktadır. Esnaf ve sanatkârların temel felsefesi olan Ahilik, günümüz ticaret hayatına yön vermekte, icra ettikleri mesleklerin standardını belirlemek-tedir. Ahilik felsefesinin yaşatılması ve yaygınlaştırılması gayesiyle çıkarılan "Ahiname" dergisi; esnaf ve sanatkâr-lara ışık tutmayı, esnaf ve sanatkârların gündeminde yer alan konulara ve esnaf ve sanatkârları ilgilendiren geliş-melere yer vermeyi amaçlamaktadır.

Dergimizin bu sayısında, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müs-teşan Sayın Cenap Aşçı ve TESKOMB Genel Başkanı A. Kadir Akgül ile yapılan röportajlara yer verilmiştir. Zeytin Dalı Ha-rekatı'na katılan silahlı kuvvetler mensuplarımıza ve kurta-rlan bölge halklarına destek için Sayın Bakanımız Bülent Tüfenkci'nin tezrifleriyle Hatay'da gerçekleştirdiğimiz bu-luşmadan Perakende Zirvesi'ne, Gıda sektörüne yönelik olarak paydaşlarla bir araya gelinen sektörel bilgilendirme toplantısından, Erzurum'da gerçekleştirilen Ahilik Pane-li'ne, Ahilik Haftası Merkez Yürütme Kurulu toplantısından, Başbakanımız Sayın Binali Yıldırım'ın Türkiye'nin dört bir yanından esnaf ve sanatkârlarla buluştuğu toplantıya, Bakanlığımızın esnaf ve sanatkârlara yönelik düzenlediği birçok gelişme dergideki yerini almıştır. Ayrıca; esnaf ve sanatkârları yakından ilgilendiren güncel gelişmeler ve Genel Müdürlüğümüzün çalışmalar sonucunda çeşitli ku-rum ve kuruluşların esnaf ve sanatkârlara sağladığı kredi ve desteklerle ilgili bilgilendirme konuları da bu sayımızda yer almaktadır.

Genel Müdürlüğümüz çalışanları ve Ahilik alanında çalış-malarını sürdüren akademisyenler tarafından ele alınan ve esnaf ve sanatkârlarımızı ilgilendiren konularda çeşitli makaleler yazılmış, böylece gerek güncel konularda ge-rekse tarihi açıdan okuyucu kitlemizi oluşturan esnaf ve sanatkârlarımızın mesleki ve kültürel olarak bilgilerinin ar-tırılması ve bu kaynaklardan faydalanması amaçlanmıştır.



Ahiname dergisinin diğer sayılarında olduğu gibi bu sayı-sında da Ahilik kültürünün doğduğu ve yaşatıldığı şehir-lerden birinin tanıtımına yer verilmiş olup, bu sayıda ticari ve kültürel açıdan çok önemli bir ilimiz olan Kayseri "Tarih, Kültür ve Sanat" bölümünde tanıtılmıştır. Ahilik felsefesini daha yakından tanıma ve Ahiliğin mesleğe yön verdiği de-ğerleri inceleme fırsatı bulunmasını amaçlayan Ahiname dergisinde ayrıca kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerden biri olan çömlekçilik mesleği kaleme alınmış ve detaylı olarak anlatılmıştır.

Ticaret hayatında önemli bir yere sahip olan ve geniş bir kitleyi oluşturan esnaf ve sanatkârlara yönelik olarak çı-karılan Ahiname dergisinin yeni sayısının hazırlanmasında yoğun bir emek verilmiş ve çalışmalar titizlikle yürütül-müştür. Bu çalışmalarda emeği geçen Esnaf ve Sanat-kârlar Genel Müdürlüğü personeline teşekkür ediyor, Ahi-name dergisinin esnaf ve sanatkârlarımız ile tüm ticaret camiası açısından faydalı olmasını temenni ediyorum.

Necmettin ERKAN

Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürü



Ahiliğe sahip çıkmamız, atalarımızın değerlerini yaşatmanın yanında, özümüzü kavramamızı da sağlayacaktır. Ahilik konusunda yapılacak her çalışma bizi kendimizle, tarihimizle buluşturacaktır.

Selçuklulardan Osmanlılara kadar bizi bugünlere getiren devletlerin çok güçlü temeller üzerinde yükselmesinde etkili olan kurumların başında Ahilik Teşkilatı gelir.

Ahiler toplumu birleştiren, kaynaştıran, bir arada tutan değerlerin uygulanması, toplumsal denetim mekanizmasının işleminde çok önemli görevler almıştır. Bu bakımdan sosyal, kültürel, siyasal, dini ve askeri işlevlere de sahip olan Ahilik Teşkilatı, milletimizin adeta Anadolu'ya vurulan mührüdür.

Ahiler, topluma en kaliteli ve en hesaplı hizmeti verirken, aynı zamanda buldukları mahallede sosyal yardımlaşmayı, dayanışmayı, güvenliği sağlamada aktif rol almıştır. Kaynağını Kur'an ahlakından alan Ahi ilkeleri, toplumda kin ve nefret tohumlarının atılmasını engellemiş, milletin banış ve sevgi temelinde büyümesine yardımcı olmuştur.

Toplumun önderi, ileri geleni, bugünkü manada aydını olan Ahilerin davranışları ahlak ve adap üzerinedir. Yemek yerken, su içerken, ürününü satarken, alışveriş ederken, yürürken, evden çıkarken hasılı gündelik hayatın her alanında Ahiler, hep bu ahlak ve adaba uygun hareket ederek, topluma örnek olmuşlardır.

Ahiliğin açık şartları olan; "elini, kapını ve sofranı açık tut" ilkesiyle, kapalı şartları olan "dilini, gözünü, belini bağlı tut" anlayışı, maddi yönü öne çıkan günümüz insan ilişkileri ve sosyal hayatı için ihtiyaç duyduğumuz çerçeveyi ifade ediyor.

Ahiliğe sahip çıkmamız, atalarımızın değerlerini yaşatmanın yanında, özümüzü kavramamızı da sağlayacaktır. Ahilik konusunda yapılacak her çalışma bizi kendimizle, tarihimizle buluşturacaktır.

Recep Tayyip ERDOĞAN
Cumhurbaşkanı





14

Takdim Necmettin ERKAN
Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürü



82

06 Güncel

Zeytin Dalı İçin Hatay'dayız Devletimizin Yanındayız
Perakende Zirvesi Yapıldı
Gıda Sektörü Bir Araya Geldi

16 Röportaj

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşar Cenap AŞCI
Ahilik Değerlerine Sahip Çıkıyoruz

20 Dosya

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşar Yrd. İsmail YÜCEL
Perakende Bilgi Sistemi (PERBİS) ile Ticari Hayatı
Kolaylaştırıyoruz

22 Dosya

Çağatay Yasin KARABOĞA
Geleneksel, Kültürel veya Sanatsal Değeri Olan
Kaybolmaya Yüz Tutmuş Mesleklerle Vergi Muafiyeti,
Sıfır Faizli Kredi ve AVM'lerde İşyeri İmkânı

26 Dosya

Bahadır Gökhan ÖZÇELİK
Bacıyan-ı Rum Teşkilatı

30 Kadın Girişimci Kavramı

32 Tarih, Kültür & Sanat

İlk Ticari Merkezi: Kayseri

38 Dosya

Selda Nil GÜNER
Ülkemizde Markanın Doğuşu ve
Markalaşmada Ahilik Felsefesinin Önemi

42 Dosya

Prof. Dr. H. Şaduman OKUMUŞ
Ahilik ve Sosyo-Ekonomik Yoksunlukların
Azaltılmasında Mikro Finansman Modeli

46 Tarih, Kültür & Sanat

Çömlekçilik



06

50 Dosya

Ahmet Hamdi ALSAT
Mesleki Yeterlilik Sistemi; Standartlar
Yeterlilikler ve Belge Zorunluluğu

54 Ahilik ve Günümüz Pazarlama İlişkisi

55 Bir Hikayesi Var

Pabucunu Dama Atmak

56 Dosya

Halil Burak ŞAHİN
KOBİ'ler için bir rekabet aracı: E-Ticaret

60 Yerel İşletmeler için Sosyal Medya Rehberi

64 Dosya

Prof. Dr. Ahmet KALA
Anadolu Sanayi Devrimi: Ahilik

66 Röportaj

Ak Parti Yozgat Milletvekili ve TESKOMB
Genel Başkanı Abdulkadir Akgül
Ahilik İnsan Merkezi Alan; Ekonomik
ve Sosyal Bir Sistemdir

70 Gelenekten Günümüze Tasarım Kültürü

El Sanatları Dünya Modasında Yerini
Aldı

76 Dosya

Prof. Dr. İsmail BAKAN
Rekabet Üstünlüğü Elde Etmede
Yenilikçilik

80 Gıda Sektörü Analiz Raporu

92 Ahilik Ansiklopedisi Hakkında

Prof. Dr. İlhan ŞAHİN



14

Haber

TESK Değerlendirme Toplantısı

Ahilik Panelleri

Esnaf ve Sanatkârlar Bilgilendirme
Toplantıları

Esnaf ve Sanatkârlara Yönelik Pazarlama
ve Markalaşma Projesi

Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör
Analizleri Projesi

Veriler

Ahiname Dergisi

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
Esnaf ve Sanatkârlar Genel
Müdürlüğü
Sürekli Yayındır.

Yıl 2018 / Sayı 3
ISSN- 2587-2338

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
Esnaf ve Sanatkârlar Genel
Müdürlüğü adına

Genel Müdür
Necmettin ERKAN

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Erhan KÖKSAL

Hazırlayan
Ahilik ve Şûra Dairesi

Yayın Kurulu
Necmettin ERKAN
Çağatay Yasin KARABOĞA
Serhat SÜMER
Cemalettin KÖMÜRCÜ
Mutlu ACAR
Prof. Dr. Ahmet KALA
Prof. Dr. Şaduman OKUMUŞ
Prof. Dr. İsmail BAKAN

Yönetim Adresi
Dumlupınar Bulvarı No:151
Eskişehir Yolu, 9. Km, B Blok 06800
Çankaya / Ankara
T. (312) 449 43 00
F. (312) 449 43 06
E-Posta: ahinamedergisi@gmail.com

Her Hakkı Saklıdır. Kaynak
Gösterilerek Yapılacak
Kısa Alıntılar Dışında
Yayıncının İzni Olmaksızın
Hiçbir Yolla Çoğaltılamaz

Zeytin Dalı için Hatay'dayız Devletimizin Yanındayız



81 İlden 5 Bin Esnaf ve Sanatkâr, Afrin İçin bir aradaydı

Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci öncülüğünde TESKOMB ve TESK işbirliğiyle "Zeytin Dalı için Hatay'dayız, devletimizin yanındayız" kampanyası başlatıldı. Kampanya kapsamında 81 ilden yaklaşık 5 bin esnafın "Zeytin Dalı için Hatay'dayız, devletimizin yanındayız" sloganı ile getirdiği 3 tır dolusu yiyecek içecek ve giysi yardımı, Afrin'de terörden temizlenen bölgelerdeki sivillere gönderildi.

Organizasyon kapsamında düzenlenen toplantıda, esnaf ve sanatkârlarla bir araya gelen Bakan Tüfenkci, Afrin'de bulunan Mehmetçiğe esnaf adına selamlarını ilettiler.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın "Terörün sonunu getireceğiz, inlerine gireceğiz" dediğine de dikkat çeken Bakan Tüfenkci;

"Gerçekten de hem yurt içinde hem de yurt dışında inlerine girdik, giriyoruz, terörün asla ve asla sınırlanmızda koridor oluşturmasına izin vermeyeceğiz dedik gerçekten de izin vermiyoruz. Biz Afrin'e kardeşlik adına, terörün zulmünden oradaki akrabalarımızı, kardeşlerimizi kurtarma adına gidiyoruz. Afrin bizim komşumuz, Afrin'de akrabalarımız var tıpkı Cerablus'ta, El Bab'ta olduğu gibi.

Biz orada o insanları, terörün zulmünden, gerek PKK gerek DEAŞ gerek PYD'nin zulmünden kurtarmak için gittik ve Mehmetçiğimizin şefkatli ellerini onlara uzattık. Gittiğimiz her yerde terörden her temizlediğimiz yerleşim yerinde biz yardım elimizi uzattık, sağlık ekiplerimizle oradaydık, AFAD'ımızla oradaydık, bugün de esnaflarımızla oradayız, esnaflarımızın duasıyla oradayız.

Esnafımızın gönlünden kopan, heybelerini doldurdukları yardımları illerinin sembollerine oradayız." şeklinde konuştu.

Hatay'a kadar gelen tüm esnafa teşekkür eden Bakan Tüfenkci,

"Hatay'dayız, tek yürek, tek ses olarak devletimizin yanındayız." dedi. Esnafın, 15 Temmuz'da milli iradeye sahip çıktığını ve hainlere gerekli derisi verdiklerini aktaran Bakan Tüfenkci, esnafın o gün nasıl ki milli iradeye sahip çıktıysa bugün de vatana sahip çıktıklarını söyledi.

Bugüne kadar istikbal ve istiklal için canlarını feda eden şehitlere Allah'tan rahmet, yaralılara acil şifa dileyen Tüfenkci;

"Afrin operasyonu ile bütün dünyaya ve milletimize devlet olarak teröre

asla ve asla geçit vermeyeceğimizi, taviz vermeyeceğimizi bir kez daha gösterdik. Türkiye'nin hiç kimsenin toprağında gözü yoktur. Buna karşılık bu millet, kendi toprağına, istiklaline, istikrarına göz dikenlerinin başını da Allah'ın izniyle ezmesini bilir. Dün Fırat Kalkanı Harekatıyla Cerablus'a ve El Bab'a gelen huzur inşallah yarın da Afrin'e gelecek. Hükümet olarak oradaki altyapının oluşturulması noktasında, eksikliklerin giderilmesi noktasında, operasyondan sonra orada yaşayan Suriyeli kardeşlerimizin ihtiyaçlarının giderilmesi noktasında Başbakanımızın talimatıyla hazırlıklar yapılıyor, inşallah bu operasyonlar bittiğinde oradaki kardeşlerimize de bu hizmetleri sunacağız."

Tüfenkci, "Ekonomimiz zora mı gider?" diye endişelenenler olmasına rağmen bugün bu operasyonlarla ekonominin dara da zora da girmediğini ifade ederek;

"Onun için kimse merak etmesin, eğer esnaflarımız buradaysa, ekonomiye sahip çıktılarsa bundan kimse endişe etmesin. Ekonomimiz de emin ellerde, yanlarımız da emin ellerde. Yeter ki kimse istikrar bozucu, birliğimizi ve beraberliğimizi bozucu hareketlere ödün vermesin" dedi.

Yanların bugünlerden çok daha iyi olacağını söyleyen Tüfenkci, "Bundan herkes emin olsun" dedi.

Bakan Tüfenkci, her zaman esnafı millet'in çimentosu ve omurgası olarak

“

Onun için kimse merak etmesin, eğer esnaflarımız buradaysa, ekonomiye sahip çıktılarsa bundan kimse endişe etmesin. Ekonomimiz de emin ellerde, yanlarımız da emin ellerde. Yeter ki kimse istikrar bozucu, birliğimizi ve beraberliğimizi bozucu hareketlere ödün vermesin.

”



gördüklerine dikkat çekerek, "Onun için her zaman da esnafımızın yanında olduk, yanında da olmaya devam edeceğiz. Esnaflardan gelen her talebi titizlikle takip ettik. Bundan sonra da takip etmeye devam edeceğiz. Bu toplantıdan sonra Hatay'da özellikle sivillere yönelik bu saldırılardan zarar gören sınır ilçelerimiz başta olmak üzere Hataylı ve Kilisli esnaf ve sanatkâr oda başkanlarımızla ticaret sanayi odaları başkanlarımızla toplantı yapacağız. Onları dinleyeceğiz, taleplerini alacağız. Neler yapabiliriz onu konuşacağız. Esnaf ve sanatkârlarımıza biz bugüne kadar çok şeyler yaptık ama yeter mi biliyoruz yetmez, daha da yapacağız.

Bakan Tüfenkci, huzuru korumak için bir yandan terörle mücadele ettiklerini bir yandan da ekonomiyi büyütme, ülkenin refahını attırmaya çalıştıklarını hatırlatarak, esnafı destekleme adına yapılan çalışmalar hakkında bilgi verdi.

“
İstiyoruz ki esnaf
kardeşlerimiz de
büyüsün.
”

Tüfenkci, 2002’de AK Parti hükümeti iktidara gelmeden önce Türkiye’nin faiz yükünün bilindiğini belirterek, o gün yüzde 47’lerde kredi kullanan esnafın bugün yüzde 4-5 bandında kredi kullanabilir hale geldiğini ve ayrıca faizsiz kredi imkanı da sunulduğunu söyledi.

Küçük sanayideki esnafın büyümesini istediklerini, bu noktada önemli kredi destekleri verildiğini hatırlatan Tüfenkci,

“Onlar buldukları illerde bir kardeşimize daha istihdam sağlasın istiyoruz. Onun için dedik ki biz küçük esnafa ne yapabiliriz? Büyüklere destek sağladık, Allah’a hamdolsun onlar kendi kulvarlarında gidiyorlar ama bir işçi, iki işçi çalıştıran küçük esnafımıza ne yapalım dedik. Dedik ki onlara da bir senden bir benden diyelim, eğer yeni bir işçi alacaklarsa onların da 6 aylık maaşını, SSK primini, vergisini hükümet olarak biz vereyim dedik. Bunu niye yaptık? İstiyoruz ki o esnaf kardeşlerimiz de büyüsün, işini büyütsün, istihdama katkı sağlasın. Başarılı olursa desteklemeye de



devam edeceğiz. Onun için siz rahat olun, devletimize güvenin.” dedi.

Tüfenkci, esnafa kolaylıklar sağlama adına yakında yeni bir paketi de açıklayacakları müjdesini verdi.

“
Dünyanın dört bir
yanından sipariş
alacaksınız.
”

Küçük esnafın da e-ticarette olması gerektiğini vurgulayan Bakan Tüfenkci, şöyle devam etti:

“Onun için bir şeyler yapmamız gerekir dedik. Artık küçük esnafımızı da geleneksel iş yapan esnafımızı da bakkallık yapan esnafımızı da biz e-ticaret sitelerine hükümet olarak taşıyacağız. Sizler adına PTT ile iş bir-

liği yaptık, sizin her bir dükkanınızın bir profilini oraya taşıyacağız ve PTT AVM’de yer alacaksınız. Dükkanınızda sattığımız ürünleri oraya yerleştireceğiz. Artık sadece Kilis’ten Hatay’dan veya Niğde’den değil dünyanın dört bir tarafından sipariş alacaksınız. Bu siparişlerin de kargosunu PTT indirimli yapacak, siz de o tüketicilere eriştireceksiniz. Onun için bunun inşallah taahhütlerini de hep beraber yapacağız ve esnafımızı oraya taşıyacağız.”

Tüfenkci, bu uygulamanın esnafa para kazandıracaklarını da sözlerine ekledi.

Bakan Tüfenkci toplantının ardından, sınır ilçelerinin esnaf, ticaret ve sanayi odaları, borsa ve esnaf kredi kefalet kooperatifi başkanlarıyla basın kapalı bir toplantı gerçekleştirdi.

Zeytin Dalı için

Bakan Tüfenkci; Bizim Kimsenin Toprağında Gözümüz Yok

Bakan Tüfenkci; Zeytin Dalı Harekati’ne ilişkin “Gerek sınırlarımızı korumak gerek sınırlarımızın yakınındaki ilçelerimizde yaşayan vatandaşlarımızın güven ve huzur içerisinde yaşamlarına devam edebilmeleri adına bu operasyonları yapıyoruz.” dedi.

Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci, Reyhanlı ilçesinde ziyaretinde bulunarak, pazar esnafı ve vatandaşlarla sohbet etti.

Bakan Tüfenkci daha sonra Reyhanlı Belediyesi’nde şehit aileleriyle bir araya geldi. Burada Kur’an-ı Kerim okundu, dua edildi. Bakan, şehit yakınlarına Türk bayrağı hediye etti.

“
Gerek sınırlarımızı koruma, gerek sınırlarımızın yakınındaki ilçelerimizde yaşayan vatandaşlarımızın güven ve huzur içerisinde yaşamlarına devam edebilmeleri adına bu operasyonları yapıyoruz.
”

Sınır Kapısında İncelemelerde Bulundu



Bakan Bülent Tüfenkci, Cilvegözü Sınır Kapısı’na da giderek, yetkililerden bilgi aldı. “Türkiye Suriye Sınır Cilvegözü Sınır Geçiş Noktasında Alt yapı, Donanım ve Operasyonel Kapasitesinin Güçlendirilmesi Projesi” kapsamında faaliyete geçirilen mobil tarayma cihazının açılışına katıldı.

Ziyaret sırasında 81 ilden gelen esnaf adına Zeytin Dalı Harekati’ndeki Mehmetçikler için kurban kesildi.



bütün aktörleri ile birlikte tartışmak istiyoruz. Sorunları beraber masaya yatırmak, beraber çözümler bulmak istiyoruz. Bunu Bakanlık, hükümet politikası haline getirelim istiyoruz.”

Türkiye'nin jeopolitik konumu ve lojistik avantajlarını da anlatan Bakan Tüfenkci, Türkiye'nin perakende sektörü için çok cazip bir ülke olduğunun altını çizdi. Türkiye'nin enerji hatları ve finans merkezi projeleriyle dikkat çektiğine vurgu yapan Bakan Tüfenkci, "Ülkemizin bir ticaret merkezi olarak öne çıkmasını istiyoruz" dedi.

Perakende Zirvesi'nin 'Sektörel Ticaret Zirveleri'nin' ilki olduğunu belirten Tüfenkci; "Türkiye ekonomisinde önemli rol üstlenen beş büyük sektör için düzenleyeceğimiz 'Sektörel Ticaret Zirveleri'nin ilki için bir araya geldik. Bu zirvenin akabinde e-ticaret, beyaz

Perakende Zirvesi Yapıldı

Türkiye ekonomisinde önemli rol üstlenen 5 büyük sektörün sorunları, beklentileri ve gelecek vizyonunu sektör temsilcileri ile birlikte kamuoyu önünde katılımcı bir anlayışla değerlendirerek, yeni politikalar ve çözümler üretmek amacıyla yapılması planlanan Türkiye Ticaret Buluşmaları toplantılarının ilki perakende sektörüne yönelik olarak 21-22 Şubat 2018 tarihinde İstanbul'da gerçekleştirildi.

Etkin bir katılımı gerçekleştiren Perakende Zirvesi'ne, sektöre ilişkin analiz ve çözümlerin katılımcı bir şekilde yapılması ve uygulama sonuçlarının alınabilmesi amacıyla, sektördeki tüm paydaşlar, konusunda uzman akademisyenler ve ilgili kamu temsilcileri katıldı.

Toplantı; Perakende Bilgi Sistem (PERBİS) hakkında bilgilendirme sunumuyla başladı.

Perakende işletmelerin açılış ve faaliyeti ile kapanışında gerekli başvuru ve diğer işlemlerin yapılması, ilgili kurum ve kuruluşlara iletilmesi, değerlendirilmesi, sonuçlandırılması ve bu işletmelere yönelik veri tabanının oluşturulması ile bilgi paylaşımının sağlanmasını amaçlayan PERBİS, Bakanlıkça ilgili kurum ve kuruluşların erişimine açılarak bu kurum ve kuruluşlar nezdinde kurulan elektronik kayıt sistemleriyle çevrimiçi olarak birbirine bağlanabilecek işyeri açma ve çalışma ruhsatı PERBİS üzerinden verilerek, işyeri açma ve çalışma ruhsatı başvurusu, doğrudan veya PERBİS üzerinden yetkili idareye yapılabilecek.

İstanbul'da düzenlenen Türkiye Perakende Zirvesi'nin açılışında konuşan Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci, hükümet olarak perakende sektörüne verdikleri öneme dikkat çekerek, "Türkiye perakende sektörü cirosunun son 5 yıllık performansını devam ettirerek orta vadede yılda ortalama yüzde 9 büyümesini bekliyoruz. Eğer ülkemiz bu hızla büyümeye devam ederse, perakende sektörünün yüzde 9'ların üzerinde büyüyeceğine inanıyorum." diye konuştu.

Bakan Tüfenkci, "Perakende, Türkiye için önemli sektörlerden biri. Eğer Türkiye'de ekonomi, ticaret nezle olsa perakende hapsirmeye başlar. Perakende sektörümüzün sorunlarını kapsamlı şekilde, sektörün

“

Bakan Tüfenkci: Perakende Sektöründe Yüzde 9'un Üzerinde Büyüme Bekliyoruz

”

eşya, lojistik ve otomotiv sektörleri ile de bir araya geleceğiz. Perakende güçlü olduğumuz sektörlerden biri. Ülkemiz ticaretine, kayıtlı ekonomisine katkı sağlayan, üreten, istihdam eden perakende ticaret sektörünün büyük pazarlara uzanan bir büyüme stratejisiyle dünya çapında markalar çıkarması, perakende ticaret sektörünü temsil edenlerden en büyük beklentimiz.”

Dünya çapında markaları çıkarma ve

oluşturmanın önemine de dikkat çeken Tüfenkci, markalaşma sürecinde hükümet olarak verilmesi gereken bütün destekleri ve teşviklerini vermeye devam edeceklerini söyledi.

Bakan Tüfenkci, Perakende Ticaret Sektörü Güven Endeksine göre, 2018 Ocak ayında sektöre güvenin yüzde 5,6 arttığını görüyoruz. Bu yükseliş, son üç aylık dönemde iş hacmi ve satışların arttığını, mevcut mal stok



seviyesinin mevsim normallerinin altında olduğunu değerlendiren ve gelecek üç aylık dönemde iş hacmi ve satışların artacağını bekleyenlerin sayısının artmasından kaynaklanmaktadır.” dedi.

Bu sonuçların, sektörün mevcut ve gelecek döneme ilişkin iyimserliğini koruduğunun, küresel ve jeopolitik risklere rağmen büyümeye devam edileceğinin en somut göstergelerinden şeklinde okunması gerektiğini belirten Tüfenkci; “Küresel perakendecilere stratejik yatırımları konusunda rehberlik etmek amacıyla hazırlanan Küresel Perakende Gelişim Endeksi sonuçlarına göre de Türkiye 2016 yılında

“
Türkiye tüketim
harcamalarında
Avrupa’da ilk
10’un içinde
”

6’ncı sırada iken 2017 yılında 4’üncü sıraya yükselerek ciddi bir performansla ilerlemeye devam etmektedir. Endekse göre ülkemiz çekiciliği hızla artan ve perakende pazarı hızla büyüyen ülkeler arasında yer almaktadır. Perakende sektörü ciro bakımından imalat sektöründen sonra ikinci sırada gelmektedir. Perakende sektörü ülkemizdeki tüm sektör cirolarının yüzde 12’sini, tüm istihdamın yüzde 13’ünü teşkil eden ve ülkemizdeki her dört işletmeden birinin içinde yer aldığı bir sektördür.” dedi.

Tüfenkci, sektörün kendi içinde bölünmeler yaşadığına dikkati çekerek, sek-

törün hep birlikte nasıl büyütüleceğinin tartışılması gerektiğini söyledi.

Sektörün bürokrasi gibi birçok alanda yaşadığı sıkıntıları anlatan Bakan Tüfenkci, “Perakende Bilgi Sistemi’ni (PERBİS) inşallah 2019 yılının başında hayata geçirmek istiyoruz. İş yapmayı kolaylaştıran adımları atmamıza rağmen, taşrada ya da tabanda, birçok kurumun bundan haberi olmadan esnafımızın işlerini zorlaştırma adına birçok belgeye boğduğunu görüyoruz. Biz PERBİS’le bu belge sayılarını azaltacağız. Bu çalışma ile istiyoruz ki süreleri 6 güne, maliyetleri de şu ankinin onda birine çeke-

lim” dedi. Bakan Tüfenkci, sektör verilerine göre Türkiye’nin tüketim harcamalarında Avrupa’da ilk 10’un içinde, gıda harcamalarında ise ilk 5 ülke içinde yer aldığını söyledi.



Türkiye
Perakende
Zirvesi

Gıda Sektörü Bir Araya Geldi



“

Esnaflar ve Sanatkarlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi kapsamında ortaya konan sonuçların görüşüldüğü Sektörel Bilgilendirme Toplantılarının ikincisi, Gıda Sektörü temsilcileriyle 6-7 Şubat tarihlerinde Gümrük ve Ticaret Bakan Yardımcısı Fatih Çiftçi'nin katılımıyla gerçekleştirildi.

”

Esnaflar ve sanatkarların faaliyet gösterdiği sektörlerde detaylı sektör analizleri yaparak mevcut durumlarını ortaya koymak ve gelecek projeksiyonlarını çizmek üzere hayata geçirilen Esnaflar ve Sanatkarlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi kapsamında yürütülen faaliyetlerin sonuçlarının ilgili meslek kuruluşlarına aktarılması ve sektöre ilişkin yeni düzenlemeler hakkında bilgi verilmesi amaçlarıyla yapılan sektörel bilgilendirme toplantılarının ikincisi olan Gıda Sektörü

Bilgilendirme Toplantısı 6-7 Şubat 2018 tarihlerinde Antalya'da Gümrük ve Ticaret Bakan Yardımcısı Sayın Fatih Çiftçi'nin katılımıyla gerçekleştirildi.

Toplantıya Türkiye Esnaflar ve Sanatkarlar Konfederasyonu Genel Başkanı Bendevi Palandöken'in yanı sıra gıda sektöründe faaliyet gösteren Türkiye Bakkallar ve Bayiler Federasyonu, Türkiye Fırıncılar Federasyonu, Türkiye Kasaplar Besiciler Et ve Et Ürünleri Esnaflar ve Sanatkarlar Federasyonu, Tür-

kiye Sebzeciler Meyveciler ve Sevyar Pazarcılar Esnaflar ve Sanatkarlar Federasyonu, Türkiye Lokantacılar Kebapçılar Pastacılar ve Tatlıcılar Federasyonu Başkanları ve ilgili oda temsilcileri katılım sağladı.

Bilgilendirme toplantısı, Bakan Yardımcısı Çiftçi'nin açılış konuşmalarıyla başladı. Çiftçi, Türkiye'nin dört bir yanından katılım sağlayan sektör temsilcilerine yapılan düzenlemeler hakkında bilgi verdi.

Bakan Yardımcısı Çiftçi konuşmasında, proje kapsamında gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaflar ve sanatkarların %84'ünü oluşturan 18 mesleğin detaylı bir şekilde analizinin yapıldığını ifade etti.

Ayrıca sektör temsilcileri, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının katılımıyla odak grup toplantıları, esnaflar ve tüketici anketleri, iyi uygulama örneklerinin incelenmesi, yurtdışı ülke incelemeleri, sektördeki büyük şirketler ile mülakatlar gibi çeşitli faaliyetlerin yürütüldüğünü ve bu çalışma sonuçlarının da basımının yapılarak kamuoyu ile paylaşıldığını belirtti.

Konuşmasının son bölümünde Çiftçi, esnaflar ve sanatkarlara yönelik makine,

“
Proje kapsamında
gıda sektöründe
faaliyet gösteren
esnaflar ve
sanatkarların
%84'ünü oluşturan
18 mesleğin detaylı
bir şekilde analizi
yapıldı.

”

teçhizat alımlarına ilişkin hibe ve kredi faiz desteklerinin sağlandığını, çıraklık eğitiminin zorunlu eğitim sürecine dâhil edildiğini ve çıraklara ödenen ücretin desteklendiğini, kredi kullanırken taşınmaz malların yanı sıra taşınır malları da teminat olarak gösterebilme imkânının sağlandığını belirtti. “Perakende Ticarete Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmelik” ile perakende işletmelerin mağaza markalı ürün, kampanyalı satış ve sürekli indirimli satışları ile çalışma saatlerini düzenlenmesi gibi kazanımlar elde edildiğini ifade eden Çiftçi, esnafların ticari hayatlarını kolaylaştırmaya ve sorunlarını çözmeye yönelik icraatlarına hız kesmeden devam edeceğini söyledi.

*Gıda Sektörü
Bir Araya Geldi*

Ahilik Değerlerine Sahip Çıkıyoruz



Ahilik kültür ve felsefesi hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

"Ahilik, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde Anadolu'da yaşayan Müslüman Türk halkın sanat, ticaret, ekonomi gibi çeşitli meslek alanlarında yetişmelerini sağlarken, onları ahlaki yönden geliştirmiş ve çalışma yaşamını iyi insan meziyetlerini esas alarak düzenlemiştir."

Ahilik teşkilatı; Orta Asya'dan göç eden Türkler arasında yer alan çok sayıdaki sanatkârın Anadolu'da yer edinmelerini ve bu kişilerin Anadolu'daki yerli sanatkârlar ile rekabet edebilmelerini sağlama, mal ve hizmet üretimini düzenleme, sanatkârlarda sanat ahlakını yerleştirme ve Müslüman Türk

halkını ekonomik olarak bağımsız hale getirme gibi gayelerle kurulmuştur. Öte yandan, Selçuklular döneminde ekonomik ve ticari faaliyetlerinin yanı sıra, askeri ve siyasi faaliyetlerde de bulunmuş, Osmanlı Devletinin kuruluşunda ve güçlenmesinde etkin rol oynamışlardır. Ahiliğin gelişiminin ve köylere kadar teşkilatlanmasının politik ve sosyoekonomik bir hedef çerçevesinde gerçekleştiği görülür. Bu bağlamda, Ahi teşkilatlarının göçebe Türklerin İslamlaşma sürecini hızlandırmak, Anadolu'yu Türk yurdu haline getirmek, ülkeye yapılacak yabancı saldırılarda devletin silahlı kuvvetleri yanında ülkeyi savunmak ve yerleşim bölgelerinde Türk-İslam kültürünü yaymak gibi misyonları da vardı.

Ahilerin kurdukları teşkilat, bugünkü esnaf ve sanatkârlar meslek ku-

ruluşlarının, işveren sendikalarının, ticaret ve sanayi odalarının, işçi sendikalarının ve mesleki eğitim hizmetleri veren kuruluşların kökü sayılır. Dahası, Ahilik yalnızca belirli grupların mesleki örgütlenmesi olmanın ötesine de geçerek sosyal güvenlik, iş ve ürün standardı belirleme, yerel yönetim gibi birçok kamusal alanda kanunname ve tüzükler yoluyla oluşturduğu nizamla modern dünyamızda toplumsal ve ticari hayatı düzenleyen birçok kamu kurum ve kuruluşunun da temelini atmıştır. Ahilik, müsteşarlık görevini yürüttüğüm Gümrük ve Ticaret Bakanlığının da sancağı ve önemli bir rehberdir. Ticaret hayatını düzenleyen Bakanlığımız bünyesindeki Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü, İç Ticaret Genel Müdürlüğü, Koope-

ratifçilik Genel Müdürlüğü ile Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü görevlerini doğrudan Ahilik teşkilatlarının edindiği birikim üzerine yürütüyor.

Ahiliği, dönemin ticari, siyasi ve askeri zümresiyle sınırlı bir yapı olarak görmek eksik bir yaklaşımdır. Ahilik, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde Anadolu'da yaşayan Müslüman Türk halkın sanat, ticaret, ekonomi gibi çeşitli meslek alanlarında yetişmelerini sağlarken, onları ahlaki yönden geliştirmiş ve çalışma yaşamını iyi insan meziyetlerini esas alarak düzenlemiştir. Ahilik, iktisadi sosyal ve siyasi bakımdan yönetip yönlendiren ve güçlü bir imparatorluk ve toplum meydana gelmesinde rehber niteliği taşıyan bütünsel bir kültür ve felsefedir.

Ahilik değerlerinin yalnızca tacirler, esnaf ve sanatkârlar için değil tüm toplum için rehber olduğunu ifade ettiniz. Ahiliğin toplum için anlamı nedir?

Sağlam bir teşkilatlanma modeli ve köklü bir eğitim sistemi üzerine inşa edilen Ahilik, yalnızca ekonomik ve ticari bir oluşum olmakla kalmamış, kurulduğu günden bu yana Anadolu insanının hem sosyal hem de kültürel hayatına yön veren toplumsal bir mihenk taşı olmuştur. Ahilik, esnaf ve sanatkârlara birbirini sevmeyi, birbirine saygı duymayı, ihtiyaç sahiplerine yardım etmeyi, muhtaç insanları gözetmeyi, yoksulu bandırmayı, işi kutsal saymayı, çalışmayı bir ibadet bilmeyi, din ve ahlak kurallarına sıkı sıkıya bağlı olmayı öğütlerken Türk-İslam medeniyetinin de bu değerler üzerinde yükselmesine öncülük etmiş oldu.

Ahilik eğitim sisteminde temel ilke olarak Ahinin yoksullara, düşkünlere yardım etmek için eli; misafirler ya da ondan bir şey istemeye gelenler için kapısı; yoksullara, düşkünlere, konuklara yemek yedirmek ve açları doyurmak için sofrası açıktır. Öte yandan, Ahinin kimsenin ayıbını görmemek, kimseye kötü gözle bakmamak için gözü; kimsenin ırzına, namusuna, haysiyet ve onuruna kötülük etmemek için beli; kimseye kötü söz söylememek, kimse hakkında iftira etmemek, münafıklık ve koğuculuk yapmamak için dili kapalıdır. Bu ana ilkeler, yüzyıllardır Müslüman Türk toplumunun karakteristik bir özelliği olmuş ve topluma alın teri ile geçinme, başı dik bir şekilde kendine güvenli ve minnetsiz yaşama yeteneği kazandırmıştır.

Ahilik teşkilatlarının amacı, zenginle fakir, üretici ile tüketici, emek ile sermaye, halk ile devlet arasında iyi ve sağlam ilişkiler kurarak sosyal adaleti gerçekleştirmektir. Ahilik kültür ve felsefesinin ahlak kuralları, sadece Anadolu'da değil, Selçuklu Devleti'nde ve ardından Osmanlı Devleti'nin egemen olduğu Asya, Avrupa ve Afrika'nın diğer ülkelerinde de ticari ve toplumsal hayata rehberlik edip ışık tuttu. Doğruluk, haklılık, sevgi ve saygıya dayalı ahenkli bir çalışma sistemini öğütleyen Ahilik, bu geniş coğrafyada verimliliği artırmış, böylece hallerinden memnun, gelecekte emin, yararlı hizmetler başarma azim ve yetenekleriyle donatılmış sağlıklı ve mutlu toplumlar oluşmasını sağlamıştır.

“Doğruluk, haklılık, sevgi ve saygıya dayalı ahenkli bir çalışma sistemi”

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı ve Halkbank Yönetim Kurulu Üyesi olarak, esnaf ve sanatkârların finansman olanaklarına yönelik atılan adımlar hakkında bilgi verebilir misiniz?

Küçük ölçekli işletmeler, toplumun geniş kesimine yönelik hizmet ve üretimleri, istihdama katkıları, emek ile sermaye arasındaki bağı kurmaları ve gelişme potansiyelleri nedeniyle toplumun ve ekonominin çok önemli unsurlarıdır. Bu öneme binaen, cumhuriyetimizin kuruluşundan itibaren "Halk Bankası ve Halk Sandıkları Kanunu" ile 1933 tarihinde Halkbank kuruldu. Esnaf ve sanatkârlara uygun koşullarla kaynak aktarmak ve sermaye birikimlerini başlatmak amacıyla kurulan banka, kurulduğu günden bu yana esnaf ve sanatkârların finansman ihtiyaçları için başvurdukları ilk adres oldu. Bugün itibarıyla, Halkbank tarafından esnaf ve sanatkârlara sunulan faiz indirimli ve faizsiz kredilerin toplam bakiyesi 24 milyar TL'yi geçti. Bunların yanında, KOSGEB ve Kalkınma Ajansları gibi kamu kurum ve ku-

ruluşlarının da sağladığı finansal destekleri de düşündüğümüzde devletimizin her zaman esnaf ve sanatkârların yanında olduğunu görmek mümkündür.

Tabii ki esnaf ve sanatkârların ticari koşullarının iyileştirilmesine yönelik devletin görevinin kredi ve hibe desteği sağlamakla bitmediğinin farkındayız. Bu bağlamda, kısaca ESDEP dediğimiz Esnaf ve Sanatkârlar Değişim, Dönüşüm, Destek Strateji Belgesi ve Eylem Planı'nı hayata geçirdik. Esnaf ve sanatkârların bir yandan Ahilik değerlerine sahip çıkarken bir yandan kalıcı ve sürdürülebilir büyümesini, küresel gelişmelere ayak uydurabilmesini vizyon olarak belirleyen ESDEP kapsamında, esnaf ve sanatkârların ihtiyaç duydukları finansman desteğine erişim imkanlarının geliştirilmesine yönelik tedbirler aldık.

Söz konusu tedbirler doğrultusunda 2013 yılında Esnaf ve Sanatkârlar Destek Sistemi (ESDES) projesini hayata geçirdik. Kamu ve akademi ortaklığı ile yürüttüğümüz ESDES ile esnaf ve sanatkârların finans alanındaki mevcut durumlarının bilimsel araştırma yöntemleriyle röntgenini çekerek, bu alandaki sorun ve ihtiyaçlarını tespit ettik. Bugün birçok esnaf ve sanatkârımız ESDES sonucunda uygulamaya konan desteklerden faydalanmaya devam ediyor. ESDES kapsamında elde ettiğimiz en öne çıkan sonuçlardan bir tanesi de esnaf ve sanatkârların ihtiyaçlarının tespitinde tam isabet kay-

“
Esnaf ve sanatkârların değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için gerçekçi ve sürdürülebilir politikalarla desteklenmesi gerekiyor.

”
dedilmesi için bu kesimin beklenti ve taleplerinin sektör sektör ele alınmasının gerekliliği oldu. Bu amaçla, 2014 yılında Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri projesini hayata geçirdik.

Sözünü ettiğiniz Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri projesinden bahsederseniz?

Dünya ekonomisi, gelişen teknolojiyle beraber hızlı bir değişim içerisine girdi. Üretim yöntemlerinden pazarlamaya, müşteri beklentilerinden yatırım eğilimlerine ekonominin bütün alanlarında her gün birçok yenilik meydana geliyor. Esnaf ve sanatkârların değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için gerçekçi ve sürdürülebilir politikalarla desteklenmesi gerekiyor. Bu kesimin vizyonunun ve yol haritasının belirlenmesi için mevcut durumlarının, sorunlarının, beklentilerinin, müşterilerinin taleplerinin ve buldukları sektörlerin durumlarının tespit edilmesi büyük önem arz ediyor. Esnaf ve sanatkârlara ilişkin politikalarla sorumlu Bakanlık olarak, esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdiği sektörlerde detaylı sektör analizleri yaparak mevcut durumlarını ortaya koy-

mak ve ihtiyaç duyulan alanlarda politikalar geliştirmek amacıyla 2015 yılında Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri projesini hayata geçirdik.

Bugün itibarıyla esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdiği 307 meslek bulunuyor. Tıtız bir çalışmanın sonucunda, bu meslekleri 8 sektör altında sınıflandırarak çalışmalarımızı başlattık. Projenin hedeflerine ulaşması için bilimsel yöntemlerin uygulanması gerektiğinin bilinciyle, her bir sektörün analizi için bir üniversitemizle sözleşme imzaladık. Kamu ve akademi işbirliğiyle yürütülen proje kapsamında; sektörlerin mevcut sorunlarının tespit edilmesi, bu sorunlara çözümler bulunabilmesi, yurt içi ve yurtdışı iyi uygulamaların tespit edilmesi, sektörlerdeki yeni yönelimlerin belirlenmesi, sektör beklentilerinin tespit edilmesi ve sektörlerin vizyonunun ortaya konulması için çeşitli analiz ve inceleme yöntemleri kullandık.

Öncelikle, sektörlerin yurtiçi mevcut durumların tespitine yönelik her bir sektör için masa başı incelemeler, hem sektördeki esnafla hem sektörün müşterileriyle ülke çapında kapsamlı anket çalışmaları, meslek temsilcileriyle odak grup toplantıları, sektördeki büyük şirketlerle mülakatlar ve iyi uygulama örneklerine ilişkin yerinde incelemeler gerçekleştirdik. İkinci adım olarak, sektörlerin OECD ve AB ülkelerindeki durumunu inceleyerek ve sektörde öncül ülkelere inceleme ziyaretleri gerçekleştire-

terek sektörlerin dünya genelindeki durumlarını ortaya koyduk. Son olarak, yaptığımız tespitler ve elde ettiğimiz veriler doğrultusunda sektörlerin sorunlarına çözüm önerileri geliştirdik; kısa, orta ve uzun vadeli projeksiyonlarını ortaya koyduk. Çalışmalarımızın her aşamasında bilimsel bir yöntem kullanmaya ve sektörün görüş ve önerilerini almaya dikkat ettik.

Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri projesine ilk etapta ulaştırma sektörü; gıda sektörü; deri, giyim ve ayakkabıcılık sektörü ile makine, taşıtlar ve madeni eşya sektörü olmak üzere 4 sektör ile başladık. 2016 yılında ilk 4 sektörün analizini tamamlayarak sonuçlarını kamuoyuyla paylaştık. Proje ağaç, kâğıt ve camdan mamul eşya sektörü; bakım, temizlik ve sağlık hizmetleri sektörü; eğlence, dinlenme ve bannma sektörü ve elektrik ve inşaat sektörünün analizi ile devam ediyor.

Türkiye'nin çeşitli illerinde düzenlediğiniz Esnaf ve Sanatkârların Bilgilendirme Toplantılarının esnaf ve sanatkârlara katkısı nedir?

Bakanlık olarak, mevcudu 1,7 milyonu bulan, Türkiye'nin her bölgesinde, her mahallesinde, her köyünde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar camiasına ilişkin konuların tek merkezde düzenlemeler yaparak ele alınmasının doğru bir yöntem olmadığı kanaatindeyiz. Bu düşünceden yola çıkarak, politika ve faaliyetlerimizi

belirlerken yüz yüze görüşme, buluşma, toplantı, anket gibi çeşitli yöntemlerle esnaf ve sanatkârlara ilişkin hususları onlarla istişare ederek değerlendirmeye özen gösteriyoruz.

Bu doğrultuda, esnaf ve sanatkârların mevcut sorunlarını dinleyerek bu sorunlara ilişkin çözüm önerilerini sunmak, onların beklentilerini tespit etmek; sosyal güvenlik, mevzuat, devlet destekleri gibi konularda onları bilgilendirilmek, faaliyet gösterdikleri sektörlerdeki yeniliklerden haberdar etmek, yenilikçilik

”
Çalışmalarımızın her aşamasında bilimsel bir yöntem kullanmaya ve sektörün görüş ve önerilerini almaya dikkat ettik.

”

ve rekabet konularında fikir vermek, yerel sorunların yerinde tespit etmek amacıyla bu toplantıları düzenliyoruz. Gerek Sayın Bakanımız Bülent Tüfenkci'nin, gerek Sayın Bakan Yardımcımız Fatih Çiftci'nin, gerekse şahsımın ve Bakanlığımızın üst düzey bürokratlarının Türkiye'nin dört bir yanından esnaf ve sanatkârlarla buluştuğu toplantılar vesilesiyle onların sorunlarını ve taleplerini yüz yüze istişare etme fırsatı buluyoruz.

Esnaf ve Sanatkârların Bilgilendirme Toplantıları'nın hem Bakanlığımıza hem de esnaf ve sanatkârlara çok önemli faydaları var. Öncelikle, esnaf ve sanatkârlar toplantılar vesilesiyle sorun, görüş ve beklentilerini Bakanlığımıza en üst düzeyde iletebilme ve birçok konuda Bakan düzeyinde görüş alışverişinde bulunma imkânı buluyor. Bunun ya-

nında, toplantılarda esnaf ve sanatkârların ilgilendiren hususlarda ilgili kurum ve kuruluşların temsilcileri tarafından bilgilendirici sunumlar yapılıyor. Söz konusu kurum ve kuruluş temsilcileri her sunumun sonunda esnaf ve sanatkârlardan gelen sorulara yanıt veriyor ve bu kesimin kurum faaliyetlerine ilişkin görüş, öneri ve şikâyetlerini tespit edebiliyor. Bugüne kadar Çorum, Ordu, Adana, Bursa, İzmir, Ağrı, Kocaeli, İstanbul, Kırşehir, Aksaray, Adıyaman, Van, Elazığ, Hatay ve Erzurum olmak üzere toplam 15 ilimizde Esnaf ve Sanatkârların Bilgilendirme Toplantıları'nı gerçekleştirdik. Türkiye'nin çeşitli illerinde bu toplantıları yapmak; esnaf ve sanatkârların yereldeki mevcut durumlarının, buldukları bölgeye has sorun, beklenti ve ihtiyaçlarının tespitinde Bakanlığımıza eşsiz bir kaynak ve birikim sağlıyor. İnşallah gelecek dönemde de ülkemizin dört bir yanında esnaf ve sanatkârlarla buluşmaya devam edeceğiz.

Bu toplantılar, esnaf ve sanatkârlara yönelik çalışmalarımızda onların görüş ve önerilerine verdiğimiz önemin bir göstergesidir. Bakanlık olarak, esnaf ve sanatkârların verimli bir ticaret atmosferinde güçlü, büyüyen ve daha çok istihdam sağlayan işletmelerle dünya çapında emsalleri ile yarışabilmeleri için çalışmalarımız devam edecektir.

Toplumumuzun temel direklerinden biri olan Ahiliğin temsilcileri olarak gördüğümüz esnaf ve sanatkârların yarana attığımız her adım, yalnızca ekonomimizi değil milletimizin köklü geleneğini de güçlendirecektir.



Perakende Bilgi Sistemi (PERBİS) ile Ticari Hayatı Kolaylaştırıyoruz

İsmail YÜCEL

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşar Yrd.

Perakende ticaret, mal ve hizmetlerin perakende işletmelerce satışı ve pazarlanmasıyla ilgili faaliyetlerin bütünüdür.

Ülkemizde perakende satış yapan yaklaşık 750 bin işletme (tüm işletmelerin %26'sı), bir yandan kendine gelir sağlarken diğer yandan tüketicinin hayatını kolaylaştırıyor. Ayrıca çalışan nüfusumuzun yaklaşık %13'ü perakende sektöründe çalışıyor.

Bakanlığımızın temel hizmet anlayışı, ticaretin hızlı, kolay ve güvenli yapılabilmesini sağlamaktır. Bu anlayışa uygun olarak, ticaret erbabının tüm işlemlerini elektronik ortama taşımak istiyoruz.

Bir perakende işletmenin muhatap olduğu ilgili kamu kurumları ile sektörün çatı kuruluşları olan TOBB ve TESK ile işbirliği yaparak işyeri kuruluş işlemlerini kolaylaştırıp hızlandıracak Perakende Bilgi Sistemini geliştirdik. Perakende Ticaretin Dü-

zenlenmesi Hakkında Kanun'da tanımlanan Perakende Bilgi Sistemi'nin kuruluşuna ilişkin hazırlıklarla, aynı Kanunda yapılan düzenlemeye göre Bakanlar Kurulumuz tarafından yayımlanacak olan işyeri kuruluş ve faaliyet izni kriterlerini belirleyeceğimiz Yönetmelik hazırlıklarını birlikte yürütüyoruz.

PERBİS olarak ifade edilen Perakende Bilgi Sistemini perakende ticaret yapan 750 bin işletme ile bundan sonra kurulacak perakende işletmelerin işlemlerini kolaylaştırmak ve hızlandırmak amacıyla tasarladık. PERBİS işyeri açılış, faaliyet ve kapanış sürecinde pek çok kurum ve kuruluşun bilgi edinmek ve bunlara ayn ayn başvuruda bulunmak zorunda kalan perakende işletmelerin bilgiye tek bir kaynaktan ulaşmasını, başvurularını elektronik ortamda bu sistem üzerinden tek seferde yaparak izinlerini tek elden alabilmesine imkân sağlıyor. Kısacası PERBİS perakende işlet-

meler için kamu kurum ve kuruluşlarıyla ilişkilerde TEK KAPI, diğer bir deyişle bir TEK TEMAS NOKTASI olacak. Girişimcilerin muhatap olduğu kamu kurumları ve ilgili kuruluşların sistem üzerinden entegrasyonu sağlanacak ve girişimciler bütün işlemlerini PERBİS üzerinden gerçekleştirebilecek. PERBİS ile girişimcilerin kuruluş maliyetleri düşecek. Ayrıca, PERBİS ile birlikte kamu kuruluşlarının da zaman ve emek maliyetleri de önemli ölçüde düşecek ve karar alıcılara politika geliştirmek için çok daha detaylı veriler sunulabilecek.

Bir örnekle ifade edelim. Mevcut durumda bir perakende işletme **ortalama 20 kurum ve kuruluşa** gidilerek **26 ila 45 gün** içinde açılabilir. PERBİS ile bu süreyi tek noktadan işlem yapılmasını sağlayarak **6 güne** indirmeyi hedefliyoruz. Bu da zaman olarak çok değerli bir tasarruf anlamına geliyor. Ayrıca perakende işletmeler-

“ İşyeri Kuruluş ve Faaliyet İzni İşlemlerinde Çok Kapıdan TEK KAPI' ya ”

den farklı işlemler için 317 ayrı belge isteniyor. Bu 317 belgenin elektronik ortama aktarılmasıyla yılda yaklaşık 195 milyon sayfa kağıt tasarrufu sağlayacağız. Gerek bir kurumdan bir kuruma giderken katlanılan ulaşım maliyetleri, gerekse mükerrer belge taleplerinden kaynaklanan belge maliyetlerinde oluşacak düşüşlerle toplam maliyetlerin azalmasını hedefliyoruz. PERBİS ile harcanan emek miktarında toplamda 12 milyon adam/saat işgücü tasarruf sağlanacak ve bu sayede sağlanan yıllık toplam tasarruf yaklaşık 2,5 milyar TL'ye ulaşacak.

Ülkemizde özellikle küçük sermayeli işletmelerin kuruluş yeri seçimini analizden daha ziyade geleneksel anlayışlarla yaptığını biliyoruz. Çeşitli nedenlerle ülkemizde her yıl yaklaşık 100 bin küçük işletme kapanıyor. Bu kapanışların büyük bir çoğunluğu yanlış yer seçimi, başka bir deyişle pazar potansiyeli ve rekabet durumu uygun olmayan yerlerde işyeri açıl-

ması sebebiyle gerçekleşiyor. PERBİS sayesinde bu sebeple gerçekleşen işletme kapanışlarını azaltmayı planlıyoruz. PERBİS'in üreteceği verilerle birlikte girişimcilerimiz; işletmeyi nereye konumlandıracakları, nasıl ve kimlere ürün satacakları, tedarikçiler ve işletmenin kurulacağı bölgedeki rekabet düzeyi hususunda somut bir kanaate ulaşabilecekler. Yani PERBİS, girişimcinin fizibilite araştırmaları sırasında ve daha öncesinde çok değerli veriler sunarak işletmenin yer seçiminde doğru karar almasına katkı sağlayacak.

PERBİS, bürokrasinin en çok yakınılan özelliklerinden biri olan kırtasiyeciliğin de önüne geçecek. Şu an itibarıyla kamu kurum ve kuruluşlarınınca perakende işletmelerden **mevzuatta belirtilmemesine rağmen 27 adet ilave belge** talep ediliyor. Kamu personelinin kendini güvende hissetme arayışı sebebiyle ortaya çıkan bu durum PERBİS ile kendiliğinden ortadan kalacak, sistem elektronik olarak işleme-

ceği için fazladan hiçbir bilgi, belge istenemeyecek.

Son olarak PERBİS ile ruhsat verilmesi mümkün olmayan yerlerde işyeri açılması sonucunda ruhsatsız olarak sürdürülen ticari faaliyetleri de engelleyeceğiz. PERBİS'in perakende ticaretin TEK KAPISI olması kamu kurumlarına güvenilir veri sağlayarak denetim faaliyetlerinin etkinliğini artıracak ve kayıt dışı ticari faaliyetleri azaltacak.

Sonuç olarak PERBİS ile işyeri açılış ve faaliyet izni sürecinde bürokratik işlemleri basitleştiriyoruz, kurumlar arası zaman ve maliyet kayıplarını azaltıyor, aynı türden işletmelerin belirli bölgelerde yoğunlaşmasına engel oluyoruz ve karar alıcılara gerekli güvenli bilgiler sağlıyoruz. Bakanlık olarak paydaşlarımızla işbirliği içerisinde inşallah 2019 yılı içinde PERBİS'i esnaf ve tacirimizin hizmetine sunacağız.

Geleneksel, Kültürel veya Sanatsal Değeri Olan Kaybolmaya Yüz Tutmuş Mesleklere Vergi Muafiyeti, Sıfır Faizli Kredi ve AVM'lerde İşyeri İmkânı

Çağatay Yasin KARABOĞA

Ahilik ve Şura Dairesi Başkanı



Geleneksel, kültürel ve sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş meslekler ve bu meslekleri icra eden ustalar Ahilik Kültürü'nün taşıyıcı kolonu olmakla birlikte zengin milli kültürümüzün kodlarını anlatan ve günümüzde yaşatan en muteber değerlerlerindedir. Bu bağlamda devletimizce söz konusu mesleklerin yaşatılmasına yönelik çeşitli teşvik ve destek mekanizmaları sunulmaktadır.

Kaybolmaya Yüz Tutmuş Meslekleri İcra Eden Esnaf ve Sanatkârlara Vergi Muafiyeti

193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun

9'uncu maddesi ile esnafın vergi muafiyeti düzenlemiştir. İlgili maddenin birinci fıkrasının 8'inci bendine göre basit usulün genel şartlarına haiz olanlardan kendi ürettikleri ürünleri satanlara münhasır olmak üzere el dokuma işleri, bakır işlemeciliği, çini ve çömlek yapımı, sedef kakma ve ahşap oyma işleri, kaşıkcılık, bastonculuk, semercilik, yazmacılık, yorgancılık, keçecilik, lüle ve oltu taşı işçiliği, çankçılık, yemenicilik, oyacılık ve bunlar gibi geleneksel, kültürel, sanatsal değeri olan ve kaybolmaya yüz tutan meslek kollarında faaliyette bulunanlar gelir vergisinden muafır.

İlgili fıkranın 9'uncu bendinde ise maddenin bentlerinde sözü edilen işlere benzerlik gösterdikleri Maliye Bakanlığınca kabul edilen ticaret ve sanat işleri ile iştigal edenlerin de gelir vergisinden muaf olacağı hükme bağlanmıştır.

Anılan meslek kollarında faaliyette bulunanların söz konusu muafiyetten yararlanabilmeleri için 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun 47'nci maddesinde yazılı basit usule tabi olmanın genel şartlarını topluca taşımaları ve münhasıran kendi ürettikleri ürünleri satmak suretiyle faaliyette bulunmaları gerekmektedir.

Öte yandan söz konusu meslek kollarında; devamlı veya anızı olarak, işyeri açılarak, motorlu araç kullanılarak, yardımcı işçi veya çırak çalıştırılarak faaliyette bulunulması muafiyetten yararlanmaya engel teşkil etmemektedir.

Ancak, söz konusu meslek kollarında faaliyette bulunup da;

- Ticari işletmelere ait malları mutad olarak veya belli aralıklarla satanlar ile kendi ürettikleri ürünlerle birlikte başkalarına ait ürünleri de satanlar,
- Gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerine bağlılık arz edecek şekilde faaliyette bulunanlar,
- Ticari, zirai veya mesleki kazancı dolayısıyla gerçek usulde gelir vergisine tâbi olanlar muafiyetten yararlanamazlar.

Vergiden muaf olan esnaf ve sanatkârların dikkat etmeleri gereken hususlardan biri, faaliyetleri ile ilgili olarak satın aldıkları mallara ve giderlerine ilişkin, gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinden aldıkları belgeleri saklamak zorunda olduklarıdır. Bir diğeri ise Gelir Vergisi Kanunu'nun 9'uncu maddesinin son fıkrasında "Bu muaflığın, 94'üncü madde uyarınca tevkif suretiyle kesilen vergiye şümulü yoktur." ifadesi çerçevesinde ilgili Kanunun 94'üncü maddesinin birinci fıkrası uyarınca tevkifat yapmak zorunda olanların, esnaf muaflığından yararlananlardan mal ve hizmet alımları karşılığında, yaptıkları ödemeler üzerinden gelir vergisi tevkifatı yapmaları gerektiği hususudur.

Esnaf muaflığına ilişkin şartları taşıyanlara talep etmeleri halinde vergi dairesince "Esnaf Vergi Muafiyeti Belgesi" verilmektedir. Belgeyi almak isteyenlerin, dilekçe ile varsa işyerle-

rinin, işyeri olmayanların ise ikametgâhlarının bulunduğu yerdeki tarha yetkili vergi dairesine başvurmaları gerekmektedir.

Vergi dairesi tarafından esnaf vergi muafiyeti belgesi talep edenlerin, Gelir Vergisi Kanunu'nun 9'uncu maddesinde yer alan şartları taşıdığına anlaşılması halinde belge verilmektedir. Vergi dairesince gerekli görülen durumlarda işyerinde veya faaliyetin yapıldığı yerde araştırma veya tespit de yapılabilmektedir.

Esnaf vergi muafiyeti belgesi düzenlendiği tarihten itibaren üç yıl için geçerli olmaktadır. Sürenin sonunda vergi dairesine başvurularak yeni belge alınması mümkündür. Üç yıllık süre içinde esnaf muaflığı şartlarını kaybedenlerin, işi bırakanların veya kendi isteği ile muafıktan çıkmak isteyenlerin esnaf vergi muafiyeti belgeleri vergi dairesince iptal edilmektedir. Belgesi iptal edilenlerin, esnaf muaflığına ilişkin şartları taşıyan halinde yeniden belge talebinde bulunmaları da mümkündür.

Kaybolmaya Yüz Tutmuş Meslekleri İcra Edenlere Sıfır Faizli Kredi

193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun 9'uncu maddesinde belirtilen geleneksel, kültürel, sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutan meslek kollarında (el dokuma işleri, bakır işlemeciliği, çini ve çömlek yapımı, sedef kakma ve ahşap oyma işleri,

kaşıkcılık, bastonculuk, semercilik, yazmacılık, yorgancılık, keçecilik, lüle ve oltu taşı işçiliği, çankçılık, yemenicilik, oyacılık ve bu işlere benzerlik gösterdikleri Maliye Bakanlığınca kabul edilen) faaliyet gösteren ve "Esnaf Vergi Muafiyet Belgesi" sahibi esnaf ve sanatkârlara %100 faiz indirimli kredi verilebilmektedir.

Şartları taşıyan esnaf ve sanatkârlarca Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliğine (TESKOMB) bağlı

bölge birliklerine ortak olan Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri (ESKKK) kefaletiyle veya bu kefalet olmaksızın Halk Bankası şubelerine başvurularak söz konusu imkândan faydalanılabilmektedir.

Esnaf ve Sanatkârlar ile Kaybol-

maya Yüz Tutmuş Meslekleri İcra Edenlere AVM'lerde İşyeri

6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 12'nci maddesinde; alışveriş merkezlerinde, esnaf ve sanatkâr işletmecilerine rayiç bedel üzerinden kiraya verilmek üzere, toplam satış alanının en az yüzde beşi oranında, geleneksel, kültürel veya sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri icra edenlere kiraya verilmek üzere rayiç bedelinin dörtte birinden fazla olmamak koşuluyla, toplam satış alanının en az binde üçü



oranında yer ayrılacağı, söz konusu mesleklerin ise ilgili üst meslek kuruluşunun görüşü alınarak Bakanlıkça belirleneceği ve ilan edileceği hükme bağlanmıştır.

Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmelik'in 17'nci maddesinde de benzer şekilde kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerin ilgili üst meslek kuruluşunun görüşü alınarak Bakanlıkça tespit edileceği ve Bakanlık internet sitesinde yayınlanarak ilan edileceği ifade edilmiştir.

Kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerin belirlenmesi karar 4. Esnaf ve Sanatkarlar Şurası'nda da alınmış,

bu minvalde Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğüne gerekli çalışmalar yapılmıştır.

Bu kapsamda oluşturulan çalışma gruplarında yapılan müzakerelerin çıktılan, birçok kurum ve kuruluşun konu ile ilgili daha önce yapmış olduğu çalışmalar, yapılan yazışmalar ve Meslek Kuruluşlarından alınan bilgiler derlenerek mesleklerin gelenekselliği, Türk kültürüne özgü oluşu, geçmişten günümüze Anadolu'da usta-çırak ilişkisiyle icra edilmesi gibi kriterlerle ve üst meslek kuruluşunun görüşü de alınarak 116 meslekten oluşan liste oluşturulmuş, Gümrük ve Ticaret Bakanlığının web sayfasında ilan edilmiştir.

“

Kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerin belirlenmesi karar 4. Esnaf ve Sanatkarlar Şurası'nda da alınmış, bu minvalde Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğüne gerekli çalışmalar yapılmıştır.

”

Aşağıda tablo haline getirilmiş listede yer alan meslekleri icra edenler yasa gereği alışveriş merkezlerinin ayırmak zorunda oldukları yerlerde rayiç bedelinin dörtte birinden fazla olmamak koşuluyla faaliyet gösterme imkânına sahip olmuşlardır.

Sıra	Hammadde	Geleneksel, Kültürel veya Sanatsal Değeri Olan Kaybolmaya Yüz Tutmuş Meslek Kolları
1	AHŞAP	1) Oymacılık (Neccarlık) 2) Kakmacılık 3) Nalın Yapımı 4) Takunya Yapımı 5) Rölyef Yapımı 6) Sedef Kakmacılık 7) Külekçilik 8) Şimşir Tarak Yapımı 9) Tahta Kaşıkçılık 10) Haratlık 11) Bastonculuk 12) Asa Yapımcılığı 13) Beşik Yapımı
2	CAM	1) Camaltı Resim 2) Hareli Cam Yapımı (Çeşm-i Bülbül) 3) Minecilik 4) Üfleme Cam Yapımı 5) Vitray Yapımı
3	DERİ	1) Debbaglık 2) Tabaklık 3) Sepicilik
4	DERİ	1) Çarıkcılık 2) Yemencilik
5	DERİ	1) Köşgerlik 2) Sayacılık 3) Kavaflık
6	HAYVAN VE BİTKİ ATIKLARI	1) Hasırcılık 2) Sepetçilik, Sepet Örucülüğü 3) Süpürge Yapımı 4) Sap Örucülüğü ve Süslemeciliği 5) Sapçılık 6) Kırıkcılık
7	HAYVAN VE BİTKİ ATIKLARI	1) Tiftikçilik 2) Yüncülük 3) Keçecilik
8	HAYVAN VE BİTKİ ATIKLARI	1) Kemik İşleri
9	HAYVAN VE BİTKİ ATIKLARI	1) Kök Boyacılığı
10	İPLİK/TEKSTİL	1) Dantel Örne 2) Firkete Oyacılığı 3) İğne Oyacılığı 4) Kastamonu Çarşaf Bağlama 5) Mekik Oyacılığı 6) Tığ Oyacılığı 7) İşlemecilik 8) Nakışçılık 9) Pikoculuk
11	İPLİK/TEKSTİL	1) Yazmacılık
12	İPLİK/TEKSTİL	1) Yorgancılık 2) Hallaçlık
13	İPLİK/TEKSTİL	Geleneksel Dokumacılık (1) Beledi Dokuma 2) Çember ve Mahrama Dokuma 3) Dastar Dokuma 4) Denizli Bezi Dokuma 5) Ebrahim Dokuma 6) Elpek Bezi Dokuma 7) Heybew Dokuma 8) İpek Çarşaf Dokuma 9) İpek Dokuma 10) Kemha Dokuma 11) Keşan Dokuma 12) Keten Dokuma 13) Mekikli Dokumacılık 14) Muğla Dokuma 15) Mutaş İşleri 16) Peşkir Dokuma 17) Şal-Topik Dokuma 18) Şayak Dokuma 19) Şile Bezi 20) Kastamonu El Dokumacılığı 21) Kendir Dokuma)
14	İPLİK/TEKSTİL	Geleneksel Halı ve Kilim Dokumacılığı (1) Cicim Dokumacılığı 2) Tülü Dokuma 3) Yayı Yapımı 4) Sumak Dokuma 5) Zili Dokuma 6) Savan Dokuma 7) Urgancılık)
15	İPLİK/TEKSTİL	1) El Örgücülüğü 2) Çorap Örucülüğü
16	MADEN	1) Bakırcılık 2) Kalaycılık 3) Tombakçılık
17	MADEN	1) Bileycilik 2) Bıçakçılık
18	MADEN	1) Nalbantlık
19	MADEN	1) Telkari Yapımı 2) Kazaziye Yapımı 3) Mıhlamacılık 4) Sadekarlık 5) Savatçılık 6) Kalemkarlık
20	MADEN	1) Sobacılık
21	TAŞ	1) Oltu, Lüle, Kehirbar vb. Taş İşlemeciliği 2) Hacıbektaş Taşı İşlemeciliği 3) Mimari Eleman (Taş) İşlemeciliği 4) Sarımsaklı Taşı İşlemeciliği
22	TOPRAK	1) Çanakçılık 2) Çömlekçilik
23	TOPRAK	1) Çinicilik
24	HAMMADESİ KARIŞIK OLAN EL SANATLARI	1) Kolan Eşya (Yassı Kemer) Yapımcılığı 2) Hamutçuluk 3) Kedencilik 4) Saraçlık 5) Semercilik 6) Kürtüncülük 7) Koşumculuk 8) Eyercilik
25	HAMMADESİ KARIŞIK OLAN EL SANATLARI	1) At Arabacılığı, Faytonculuk ve Kağnıcılık
26	HAMMADESİ KARIŞIK OLAN EL SANATLARI	1) Gramofon Tamirciliği 2) Halk Çalgıları Yapımı
27	HAMMADESİ KARIŞIK OLAN EL SANATLARI	1) Ebru, Hat ve Tezhip Sanatkarlığı 2) Nakkaşlık
28	HAMMADESİ KARIŞIK OLAN EL SANATLARI	1) Osmanlı Kilitçiliği
29	HAMMADESİ KARIŞIK OLAN EL SANATLARI	1) Folklorik Bebek Yapımı 2) Gölge Oyunları Tiplemeleri Yapımı
30	HAMMADESİ KARIŞIK OLAN EL SANATLARI	1) Ciltçilik

Geleneksel, kültürel veya sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş meslek olduğu düşünülen ancak listede yer almayan faaliyetler için Bakanlığın görüşü esas alınır.

<https://www.gtb.gov.tr/duyurular/kaybolmaya-yuz-tutmus-meslekler-listesi>

Aynı'lerde işyeri imkanı

Bacıyan-ı Rum Teşkilatı

Bahadır Gökhan ÖZÇELİK
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü
Veri Hazırlama ve Kontrol İşletmeni

Bir buğdayı toprağa ekerseniz, binlerce başak verir. Filizlenen bu başaklar öyle bir hale gelir ki onun bereketinden nasibini almayan kimse kalmaz. Geçmişte bu topraklara bırakılan ilim, irfan ve sevgi tohumları çok geçmeden serpilmiş bir ulu çınar gibi gökyüzüne yükselmiştir. Bu çınar bereketin, huzurun ve adaletin kaynağı olmuştur. Nerede daralan bir gönül varsa, bu kaynağın ışıltısı altında huzura kavuşmuştur.

Ahilik, Anadolu'nun üzerine kara bulutların çöktüğü, kargaşanın yaygınlaştığı bir dönemde, insanları birliğe, dirliğe, beraberliğe, kardeşliğe davet etmiş, ticareti ahlakla buluşturmuş, Osmanlı devletinin kurulmasında ve cihan devleti olmasında önemli rol oynamış bir sistemdir.

Günümüzde sendikacılık, sosyal güvenlik kuruluşları, ürün standardı, tüketicisi ve rekabetin korunması ile toplam kalite yönetimi, belediyeçilik, ombuds-

manlık gibi unsurların Anadolu'daki öncüsü olmuş Ahilik sistemi; çalışma, ahlak, adalet gibi insani değerleri sevgi, saygı ve tevazu zemininde eritip gönül coğrafyamızda ilmek ilmek işlemiştir.

Ahilik teşkilatının önemli bir kolu da Anadolu Kadınlar Birliği olarak da bilinen Bacıyan-ı Rum teşkilatıdır.

“
**Bacıyan-ı Rum teşkilatı
13. yüzyılda kurulmuş,
dünyanın bilinen ilk sivil
kadın teşkilatıdır.**

”
Tarihçi Aşıkpaşazade Orta Asya'dan Anadolu'ya göç edip yerleşen Türkler tarafından kurulan Anadolu'nun İslamlaşmasında dört önemli müesseseye (Gâziyân-ı Rûm, Âhiyân-ı Rûm, Abdalân-ı Rûm) arasında Bacıyân-ı

Rûm'u da saymıştır. (Aşıkpaşazade 1332 : 205). Bu zümreler içinde Gâziler, savaşçı sınıfı; Ahiler, esnaf ve zanaat-kâr sınıfı; Abdallar, dervişleri; Bacılar da kadınlar zümresini temsil etmektedirler.

Bacıyan-ı Rum teşkilatının kurucusu Fatma Bacı'dır. Kadıncık Ana, Kadıncık, Fatma Ana gibi isimlerle sık sık yâd edilen Fatma Bacı ünlü mutasavvıf Şeyh Evhadüddin Kirmani'nin kızı ve aynı zamanda Ahilik Teşkilatının kurucusu Ahi Evran'ın (Şeyh Nasırüddin Mahmut) eşidir.

Bacıyan-ı Rum teşkilatında kadınlar, ekonomik, kültürel ve askeri alanda toplum hayatında aktif rol üstlenmiştir. Ahilik teşkilatının yan kolu olan Anadolu Bacılar teşkilatı sanat ile ticaret ahlakının oluşmasında, yaygınlaşmasında ve Anadolu'nun vatanlaşmasında çok önemli bir rol üstlenmiştir.

Ahiyan-ı Rum'un sloganı “*Eline, diline, beline sahip ol*” iken, *Bacıyan-ı Rum'un umdeleri ise “işine, aşına, eşine sahip ol”*dur.

Ahiyan-ı Rum'un sloganı “Eline, diline, beline sahip ol” iken, Bacıyan-ı Rum'un umdeleri ise” işine, aşına, eşine sahip ol” dur. (Erdem ve Yiğit, 2010:36)

Bacıyan-ı Rum'un başlıca faaliyetleri ni şu şekilde sıralayabiliriz:

◇ Anadolu kadınları birliği Ahilerin kadınlar kolu olarak yetim, kimsesiz genç kızları himayesine almış, onların eğitimlerinden ve ev bark sahibi olmalarından sorumlu olmuşlardır. 1908 yılında kurulan Osmanlı Kadınları Şefkat Cemiyet-i Hayriyesi mezhep farkı gözetmeksizin kimsesiz kadınlara ve çocuklara kapıları açmış bir yardım kurumu olarak Bacıyan-ı Rum'u temsil etmiştir.

◇ Anadolu Bacıları, kimsesiz ve ihtiyar kadınların bakımı, genç kızların evlendirilmesi gibi birtakım sosyal hizmetlerde bulunmuşlar, maddi sıkıntıda olanlara yardım etmişlerdir.

◇ Öncelikle üyelerine yamak, çırak, kalfa ve usta sıralaması doğrultusunda sıkı bir mesleki uygulamalı eğitim verilmektedir.

◇ Mesleki eğitimin yanında zaviyelerde dini, ahlaki ve güncel hayatla ilgili bilgiler de verilmektedir.

◇ Binicilik ve atıcılık gibi eğitimler verilerek askeri yetenek de kazandırılmıştır. Nitekim şehirlerin savunması sırasında Moğollara karşı aktif olarak mücadelede kadınların da yer aldığı görülmektedir.

◇ Ahi zaviyesinde gelen konuklara yemek hazırlamada, savaş zamanlarında ordunun ihtiyacı olan elbise ve savaş malzemelerinin bakımında ve onan- mında yardımcı olmuşlardır.

◇ Kadınlar çadırcılık, keçecilik, halı, nakışçılık, örgücülük, kilim dokumacılık, oya, dantelcilik ve kumaş imalinde ve

bunlardan elbise yapılmasında faaliyet göstermişlerdir.

Anadolu Bacılarının en önemli faaliyetlerini hiç şüphesiz Anadolu'daki Moğol işgalinde görmekteyiz. Bu süreçte Moğol işgaline karşı fiilen direniş göstermişler, mücadele etmişler, gerektiğinde savaşan, cenk eden komumda olmuşlardır. Fatma Bacı 1243 yılında çok sayıda Bacı teşkilatına mensup adınlarla birlikte Moğollara karşı kahramanca mücadele etmiş ve esir düşmüştür.

“
Bacıyan-ı Rum teşkilatında kadınlar, ekonomik, kültürel ve askeri alanda toplum hayatında aktif rol üstlenmiştir.

”

Günümüzde birçok vilayetimizde Ahiler ve Bacıların izine rastlamak mümkündür. 1290'lardan itibaren devlet otoritesinden yoksun kalan Ankara'nın yönetimini, asayiş Ahiler ve Ahilerin kadın kolu Bacıyan-ı Rum teşkilatı sağlamış ve kentin ticaretine yön vermişlerdir.

Kadınlar kurdukları vakıflarla topluma katkı sağlamışlardır.



Türkiye'de Yılın Ahisi Emine Coşkuner - 2016

Ankara sicil kayıtlarında Ahi İklim Hatun gibi Ahi isimli kadınlar da bulunmaktadır. Ankara'da ağa paşa unvanlı ahi kadınlara da rastlamak mümkündür. Paşa Hatun, Oğul Paşa Hatun, İri Paşa Hatun, Ayan Paşa Hatun, İnan Paşa Hatun, Turan Paşa Hatun, Sultan Paşa Hatun, Şah Paşa Hatun bunlardan bazılarıdır. (Hacıgökmen, M. Ali, 2002, 187-188).

Kayseri'de Hunat Hatun Medresesi, Mardin Hatuniye Medresesi, Kayseri Gevher Nesibe Hatun Şifahanesi, Sivas Divriği Melike Turan Duruşifası, İlduz Hatun tarafından yaptırılan Amasya Darüşşifası, İsmetiye Zaviyesi, Rabia Hatun Zaviyesi Anadolu kadınının bu topraklardaki yerini karşımıza çıkarmaktadır. (Altun Ara 1978, 115)

Osmanlı Devletinde kadınlar ekonomik hayatın içerisinde yer almışlardır. Kadınlar kurdukları vakıflarla topluma katkı sağlamışlardır. Toplumun en üst seviyesindeki hanım sultanlardan Anadolu'nun küçük bir kasabasındaki kadınlara kadar her gelir ve seviyeden kadın vakıf kurma faaliyetinde yer almıştır. Kaynaklarda Osmanlı toplumunda kadınlara ait vakıfların sayısı toplam vakıfların sayısına oranı yüzde 40 olarak geçmektedir.

1967 yılında yayımlanan ve 1968 yılında ise "Türk Dil Kurumu Roman Ödülü"ne layık görülen ünlü romancı Kemal Tahir'in kaleme aldığı Devlet Ana romanı da Bacıyan-ı Rum'un kadın motifini Bacıbey karakteriyle en güzel örneğini yansıtmaktadır.

Romanda Bacıbey adaletli, güven veren, sevgi ve şefkat timsali olmuş, kale kuşatıp fetheden, bir oğlunu cesur bir savaşçı diğer oğlunu ise yiğit bir derviş olarak yetiştiren, ocaklar kuran güçlü karakteriyle Anadolu kadınının adeta ruhunu yansıtan bir ayna gibi karşımıza çıkmaktadır. (Erdem- Yiğit 2010:50)

Bacıyan-ı Rum (Anadolu Bacıların) teşkilatı, iktisadi, askeri, sosyal açıdan birçok faaliyetlerde bulunarak güçlü, fedakâr, onurlu, çalışkan Anadolu kadın ruhunun en güzel örneklerini yansıtmıştır.



“

Bacıyan-ı Rum teşkilatının kurucusu Fatma Bacı'dır. Kadıncık Ana, Kadıncık, Fatma Ana gibi isimlerle sık sık yâd edilen Fatma Bacı ünlü mutasavvıf Şeyh Evhadüddin Kirmani'nin kızı ve aynı zamanda Ahilik Teşkilatının kurucusu Ahi Evran'ın (Şeyh Nasırüddin Mahmut) eşidir.

”

Anadolu'da yaşayan kadınlar asırlar önce kurdukları teşkilatla adeta bir medeniyet inşa etmişler, onların bıraktıkları miras Anadolu kadın ruhu olarak bugüne kadar gelmiştir. Bunun en güzel örneği 15 Temmuz Kahramanlık Destanında kadınlarımızın vatan için, bayrak için kahramanca mücadelesinde görülmüştür.



Kadın Girişimci Kavramı

“

Günümüzün yükselen trendi girişimcilik, kendi işini kurarak hayallerini gerçekleştirmek isteyen pek çok kimsenin en önemli hedefleri arasında yer almaktadır. İş dünyasında yaşanan rekabetin önemli bir alternatifi durumunda olan girişimcilik aynı zamanda günden güne kendini iş yaşamında daha çok göstermekte olan Türk kadınları için de önemli bir fırsat durumundadır.

”

“Piyasa ekonomisi içinde hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan pazara yönelik, nakde dönüşebilen, mal ve hizmet üretilip satan, kendi işinin sahibi olup, esnaf ve sanatkârlar veya ticaret sicil kaydı olan ve sosyal güvenlik kurumlarından birinin şemsiyesi altında çalışan ya da yanında başka kişileri istihdam eden kadınlar” olarak tanımlanabilir.

Evinin dışında, bir mekanda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, tek başına veya çalıştırdığı kişilerle birlikte, çalışan veya sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temasa geçen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan, işletmeden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları konusunda söz sahibi olan ve işletmesi adına tüm riski üstlenen kişi kadın girişimcidir.

Dolayısıyla eğitimini gördükleri alanda mesleklerini icra eden kadınlar, herhangi bir risk üstlenmeden iş sahibi oldukları için girişimci olarak kabul edilmezler.

Günümüze kadar girişimcilik konusunda yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğu erkekler baz alınarak yapıldığı için, girişimciliğin genelde erkekler için geçerli olduğu düşüncesi hakimdir.



Ancak, kadın girişimcilerin iş hayatına atılması ile girişimci tipine yeni bir boyut geldi. Kadınların fırsatlara yenilikçi bir tarzda yaklaşması, iş yaşamında yaşam kalitesinin yanında, yeni oluşan ekonomik çevrenin gelişimine de katkıda bulunmaktadır.

Bunun bir nedeninin kadının yenilikçilik gücü olduğu da bir gerçektir.

“

Kadının yenilikçilik gücü olduğu da bir gerçektir.

”

Yapılan araştırmalara göre; kadın girişimcilerin; personel eğitimi, takım çalışmaları, şirket yapısında hiyerarşinin azaltılması, kalite konularında erkeklerden daha duyarlı oldukları da ortaya çıkmıştır.

Tarih, Kùltür & Sanat

Kayseri

“Kayseri, Ahi Evran’ın hocası Evhadüddin-i Kirmanî ile Bağdat üzerinden Anadolu’ya geldiğinde ilk yerleştiiği şehirdir. Anadolu’da en uzun süre ikamet ettiği merkezdir. Burada kocaman bir ticaret ortamı oluşturmuştur”



Şehrin en eski adı olan Mazaka, Roma devrine kadar devam etmiş; Roma devrinde şehre imparator şehri anlamında Kaisareia adı verilmiş; bu isim Araplarca Kaysariya şeklinde kullanılmıştır.

Kayseri, İç Anadolu'nun güney bölümü ile Toros Dağları'nın birbiriyle kesiştiği yerde, Orta Kızılırmak bölümünde yer alır. Doğu ve kuzeydoğusu Sivas, kuzeyi Yozgat, batısı Nevşehir, güneybatısı Niğde, güneyi ise Adana ve Kahramanmaraş illeri ile komşudur.

Türkiye'nin kültür, sanat, bilim ve turizm merkezlerinden biri olan Kayseri, tarihin en eski zamanlarından beri pek çok uygarlığa ev sahipliği yapmış, ve her dönemde önemli yerini korumuştur. Şehrin en eski adı olan Mazaka, Roma devrine kadar devam etmiş; Roma devrinde şehre imparator şehri anlamında Kaisareia adı verilmiş; bu isim Araplarca Kaysariya şeklinde kullanılmıştır.

Türkler Anadolu'yu fethettikten sonra Şehre Kayseriye adını vermişler ve bu ad, Cumhuriyet dönemiyle birlikte Kayseri şeklini almıştır. Kayseri, her köşesi değişik uygarlıkların kalıntılarının birbiriyle kucaklaştığı Anadolu'nun en köklü ve en eski yerleşim alanlarından biridir. M.Ö. 4. binden, yani Kalkolitik (Bakırtaş) çağlardan başlayarak Asur, Hitit, Frig dönemlerinde ve Roma devri sonuna kadar bir yerleşim alanı olan Kültepe; bu uygarlıkların kalıntılarını barındıran bir açık hava müzesidir. Kayseri, bu önemli merkezin yakınında yer alan bir bölge olarak bu uygarlıkların hepsinden izler taşımaktadır. 1067'de Selçuklu komutanı Afşin ile Türk hakimiyetine giren Kayseri; Selçuklu Devleti, Eratna

Beyliği, Dulkadiroğulları, Kadı Burhanettin, Karamanoğulları ve Osmanlı Devleti dönemlerini yaşamış, başta Selçuklular olmak üzere her dönemde önemli bir Türk kültür merkezi olmuştur. Cumhuriyet döneminde 1924 Anayasası ile il yapılan Kayseri, ülkenin ilk uçak fabrikasının kurulması ve ardından gelen demiryolları bağlantıları hattı, 1953'te kurulan Sümer Bez Fabrikası ve 1950'lilerde başlayan sanayi sitesi ile Türkiye'nin ilk büyük sanayi ve ticaret hamlelerine öncülük etmiştir. Günümüzde ise Kayseri ekonomik, kültürel, sağlık, eğitim, spor ve şehircilik alanında yakaladığı başarı ile Türkiye'nin en hızlı gelişen illerinin başında geliyor.

İlk Uluslararası Ticaret Merkezi: Kültepe



Asur Krallığı, Yaklaşık olarak M.Ö. III. Binin sonlarında bağımsızlığını kazanmış ve hemen sonrasında Kral I. Erişum, Asur krallığının geleceğini sağlamak amacıyla, ticarete yenilikler yapmış ve Anadolu ile sistemli bir ticareti başlatmış. Böylece ticarete devlet tekeli kaldırılmış, serbest ticaretin aile fertleri ve onların kuracağı firmalar tarafından

yapılmasına olanak sağlanmıştır. Böylelikle, M.Ö. 2. bin yılın ilk çeyreğinde, Anadolu ile Mezopotamya arasında çok kuvvetli ve yaygın bir ticaret ağı kurulmuş. Bu ticaret sisteminin Anadolu'daki merkezi Kültepe - Kanişdi ve Kaniş'e getirilen mallar, Anadolu içlerine kadar dağıtılmaya başlamış.

Asurlular, kurdukları bu sistemi bir ticaret kolonisi anlamında geliştirmeyi başarmışlar, çoğu yerli krallıkların merkezinde veya önemli şehirlerde, liman anlamına gelen ve "karum" denilen birer ticaret merkezi / pazaryeri oluşturmuşlar.

Ahi Evran Müzesi

Türkiye'nin ilk esnaf ve sanatkârlar müzesi olan Ahi Evran Müzesi Kayseri'de bulunmaktadır. Müzede; unutulmaya ve kaybolmaya yüz tutmuş birçok zanaat eşyaları sergilenmektedir.

Müzenin tam ismi, Ahi Evran Zaviyesi Esnaf ve Sanatkârlar Müzesi'dir. Müze

binası, Büyükşehir Belediyesi tarafından restore edilip ziyarete açılmıştır. Müzede; çeşitli mesleklere ait araç ve gereçler, aynı zamanda Ahi Evran'ın kullandığı deri terbiye taşı görülebilecek eserler arasında yer almaktadır.



Geleneksel El Sanatları

Kayseri'de el sanatları çok zengindir. Bunlar; halıcılık, kilimcilik, taş işlemeciliği, ahşap oymacılığı, demircilik ve kadınların yaptıkları dantel, işleme, makrame, mekik oyalan, iğne oyalandır.

Kültürel değerlerimizin en önemli öğelerinden biri olan el sanatları, ülkemizin birçok yerinde olduğu gibi Kayseri'de de babadan oğula ya da ustadan çırağa geçerek günümüze kadar ulaşmıştır.

Kayseri kültürünün bir parçası olan ve geçmişte ekonomik hayata yansıyan geleneksel el sanatlarının pek çoğu neredeyse kaybolmaya yüz tutmuştur. Kayseri için önemli gelir kaynaklarından biri de deri işlemeciliğidir. Bununla birlikte yüzyıllardır sürdürülen kimi el sanatları günümüzde de varlığını korumaktadır. Kayseri'de üretilen el dokuması halılar, kilimler ve el yapımı bakır malzemeler değerini bugünde koruyor.



Erciyes Kayak Merkezi

Yaz ve kış üzerinde eksik olmayan karla, tatilcilere en uzun kayak sezonunu yaşatan Erciyes eşsiz doğa ve doğal güzellikleri ile en tercih edilen kış turizmi alternatifleri arasında son yıllarda yerini almayı başardı.

Erciyes Kayak Merkezi, ülkemizdeki en yeni liftleri ve teknik imkânlarıyla, dünyanın en iyi markaları olan ürünlere sahip. 23 bin 750 metre hat uzunluğunda son teknoloji teleferik sistemiyle, saatte 26 bin 750 kişi taşıma kapasitesi bulunuyor. Erciyes Dağı üzerinde kurulan Kış Sporları Merkezi, 2'si gondol 18 mekanik tesis ağı ile misafirlerine çok farklı noktalarda kayak yapma imkânı da sunuyor.

Gesi Bağları

Eşsiz doğası ve yeşilliği ile göz doldurmaktadır. İçerisinde tarihi yerler, bolca gezilecek yeşil alan, kuşluk denen taş yapılar, mağaralar ve piknik alanları bulunmaktadır. Gesi Bağları türküsü ile ünlenmiştir. Birçok ünlü sanatçının da seslendirdiği türkü Kayseri ile anılmaktadır.

Sultan Sazlığı (Kuş Cenneti)

Sultan Sazlığı Kayseri'nin 70 km. güneyinde mevsimlere göre değişerek 8-13 hektar alanı kaplayan sulak alanıdır. Develi-Yeşilhisar-Yahyalı üçgeni içinde yer alır. Kuzeyinde bölgenin en yüksek volkanik dağı Erciyes bulunur. Dağın eteklerinde büyük tatlı su bataklığı vardır. Büyük kısmı sazlarla kaplıdır. Açık havalarda nilüfer ve süsen görülür. Sahanın merkezine doğru görülmeyecek kadar çok yüzen saz adacıkları vardır. Bunlar kuvvetli rüzgarlarla yer değiştirirler. Bu tatlı su kompleksi güney ve kuzeyde Yay Gölü ile ayrılır bu tuzlu bir göldür. Kuzey-batı köşesinde bu göle bağlı Çöl Gölü bulunur. Bu göl çok fazla tuz ihtiva eder, derinliği birkaç desimetreyi geçmez. Civannda bitki bulunmaz yazın kurur.

Sultan Sazlığı, step ekosistemi içerisinde eşine az rastlanan tatlı ve tuzlu su ekosistemini bir arada bulundurarak, İç Anadolu step ekosistemi içerisinde sahip olduğu zengin biyolojik çeşitliliği ve Afrika ile Avrupa arasındaki göçmen kuşlarının kullandığı iki ana kuş göç yolunun bu alanda kesişmesi nedeniyle ülkemizde en önemli sulak alanlardan birisidir. Burada 600 bin adet ördek, kaz, flamingo ve çok çeşitli kuşlara rastlanır. Kayseri'de Erciyes Dağı'nın eteklerinde yaşayan

Yılkı Atları

yılkı atları, Hörmətçi, ve Sultan Sazlığı ile Soysallı Mahallesi'nde sürüler halinde, yollarda tozu dumana katarak koşarlar.

Ülkemizde Markanın Doğuşu ve Markalaşmada Ahilik Felsefesinin Önemi

Selda Nil GÜNER
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü
Gümrük ve Ticaret Uzman Yardımcısı



Dünyada ve ülkemizde marka kavramının doğuşunda ilk olarak "ayırt edici simge" anlayışı ön plana çıkmıştır. Çağdaş pazarlama ve markalaşma literatüründe sıklıkla dile getirilen ve markalaşmanın tamamlayıcı unsurlarını oluşturan kalite vurgusu ile markanın görünmeyen (soyut) özelliklerinin önemi daha sonraki dönemlerde anlaşılmıştır. Ahilik müessesesi ise markalaşmanın olmazsa olmaz ilkelerine ışık tutmaktadır.

Marka (brand) sözcüğünün kelime kökenine bakıldığında, çeşitli kaynaklarda markanın 12. yüzyıl öncesinde Kuzey Avrupa'da yaşayan İskandinavların

kullandığı eski Norse dilinde "yakmak ya da yakı" anlamına gelen brandr kelimesinden türediği ifade edilmektedir. Bunun sebebi ise, eskiden çiftlik sahiplerinin hayvanlarını diğer çiftlik sahiplerinin hayvanlarından ayırt etmek için hayvanların belirli bölgelerine kızgın demirle işaret koymalarıdır (Akat ve Taşkın, 2008: 2). Ayrıca, eski Mısırlı, Romalı, Yunanlı ve Çinli zanaat-kârlar tarafından sahiplik ve kalitenin belirtilmesi amacıyla üretilen çanak çömlek benzeri eşyalara veya kullanılan aletlere bir takım işaretler (mühür, damga) konulduğu dile getirilmiştir. Böylece, insanlar beğendikleri veya problem yaşadıkları eşyanın kim tara-

findan üretildiğini, o eşyayı beğendikleri takdirde bir dahaki sefere kimden temin edeceklerini, sorun yaşadıkları eşya için de kimi sorumlu tutacaklarını bilebiliyorlardı (Knapp, 2003).

Tıpkı dünyada olduğu gibi ülkemizde de markaya dair ilk örnekler tarihte hayvancılıkla uğraşan topluluklarda rastlanmaktadır. Hayvanların kime ait olduğunun anlaşılabilmesi için üzerlerine ayırt edici işaretlerin konulması ihtiyacı doğmuştur. Örneğin, Orta Asya Türkleri bahsi geçen işaretlere bugünkü "damga" anlamına gelmek üzere "tamga" diyorlardı (Cihanalp, 2015).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde marka kavramının bugünkü anlamına

yakın olarak kullanıldığı ilk örnekler, başlangıcı 13. yüzyıla dayanan "Ahilik Müessesesi" içinde görülmektedir (GTB, 2016a). Osmanlı döneminde esnaf ve sanatkârların örgütlendiği lonca kuruluşu ve Ahi birliklerinin temeli sosyal, ekonomik, dini ve kültürel hayatı düzenleyen bir çeşit iç denetim mekanizması olarak belli başlı kurallara dayanmaktaydı (GTB, 2016b: 214). İktisadi alanda ve ticaret hayatında, yüksek kaliteli ve standartlara uygun olarak mal üretmek, "müşteri velinettir" anlayışı çerçevesinde müşteri memnuniyetini ön planda tutmak ve iş ahlakı prensipleri çerçevesinde faaliyet göstermek çok önemliydi (GTB, 2016b: 214; San, 2016: 60).

Ahilik sistemi içinde, esnaf ve sanatkârların ürettikleri mallarda ve sundukları hizmetlerde ayırt edilmelerini sağlamak üzere iki temel denetim mekanizması bulunmaktaydı. Bunlardan ilki, imal edilen ürünlerin üzerine kazınan çentik şeklinde bir işaretin

konulmasıydı. Demirden mamul araba parçaları, nal, kağrı tekerleri, deriden mamul ayakkabı, bakır ve çeşitli maddelerden yapılan kılıç, kap-kacak, çatal, bıçak, kaşık gibi ürünlere konulan bu işarete Osmanlıcada "alamet-i farika" denilirdi (San, 2016: 69). "Alamet-i farika" Osmanlıcada bir isim tamlamasıdır. Türk Dil Kurumuna göre, alamet; iz, belirti, işaret anlamlarına gelmektedir. Farikanın anlamı ise ayırmaçtır ve bir şeyi benzerlerinden ayırt etmeye yarayan işaret olarak tanımlanmıştır. Başka bir deyişle, Osmanlıcada bir şeyin alamet-i farikası onun markasıdır.

“**Norse dilinde "yakmak ya da yakı" anlamına gelen brandr kelimesinden türediği ifade edilmektedir.**

”

Böylece, üretilen ürünlerin kalitesiz çıkması durumunda o ürünün kim tarafından üretildiği yani kime hesap sorulması gerektiği kolayca anlaşılabilirliyordu. Diğer taraftan, bahsi geçen işaretle, o ürünü üreten ustanın hem övünç kaynağı hem de kalite belgesiydi (San, 2016: 69). Ahilik felsefesinde, kalite ön planda tutulduğundan, ürettiği ürüne alamet-i farikasını kazıyan ustanın ürünün kalitesinden emin olduğunu düşünmek yerinde olacaktır.

“
Sanayi öncesi toplumda bütün alışveriş birbirini tanıyanlar arasında, sıcak ilişkilerle yapılıyordu. Ticari hayat, yakınlık ve güven üzerine kurulmuştu.”

“
Türk Dil Kurumuna göre, alamet; iz, belirti, işaret anlamlarına gelmektedir.”

Ahilik kültüründe kaliteli üretim ve hizmet esnaf ve sanatkârların ticari itibarı için en önemli unsurdu. Kısacası, Ahilik sistemi, dönemin esnaf ve sanatkârlarının markalaşmasını teşvik ediyor, alamet-i farikasını ortaya koyabilen esnaf ve sanatkâr piyasada kalıcı olabiliyordu. Çağdaş pazarlama ve markalaşma yazınında ise kaliteli ürün ve hizmet sunumunun, işletmelerin rakiplerinden ayrılarak markalaşmasına katkı sağladığı ve müşterilerin markaya olan güven ve sadakatini pekiştirdiği vurgusu ön plandadır.

Diğer taraftan, yine Ahilik geleneğinin bir parçası olan insan odaklı, samimiyet temelli, ürün ve hizmet sunumu anlayışı modern pazarlama ve markalaşma teknikleri arasında sayılmakta-

dır. Logo ve isim gibi görünen unsurlara ek olarak, arkasında yatan değerler ve hikâyesiyle de sıcak marka olabilen ve insani dokunuşu bulunan markaların rakiplerinden ayrıştığı ifade edilmektedir (Aksoy, 2013). Müşteriyle duygusal bağ kuran, empati yapan ve müşterinin hayatına değer katan markalar sonunda kazançlı çıkarlar (Moralioğlu, 2014).

Bunun için de, üretilen ürün ve sunulan hizmetin görseelliğinin yanında müşteriye neler hissettirdiğine de odaklanılması gerekir. O ürün ve hizmet satın alındığında, müşteri mutlu olabiliyorsa, kendini iyi hissediyorsa bundan sonra da tüketicinin gözünde vazgeçilmez olması kaçınılmazdır.

Marka danışmanı Temel Aksoy'un (2013) "Bir Marka Nasıl Sıcak Olur?" başlıklı makalesinde, ülkemize özgü ve temelde insan odaklı olan esnaflık kültürü, insan ilişkilerini yücelten bir ticari anlayışı benimsemekle birlikte kaliteli ve "sıcak markalar" yaratma konusunda Ahilik geleneğinden gelen bir potansiyeli barındırmaktadır. Özetle Aksoy, kültürümüzdeki esnaflık anlayışının kalite, insan ilişkileri ve samimiyet temelleri üzerine kurulu bulunduğunu aşağıdaki sözlerle ifade etmiştir:

“
Sanayi öncesi toplumda bütün alışveriş birbirini tanıyanlar arasında, sıcak ilişkilerle yapılıyordu.”

"Sanayi öncesi toplumda bütün alışveriş birbirini tanıyanlar arasında, sıcak ilişkilerle yapılıyordu. Ticari hayat, yakınlık ve güven üzerine kurulmuştu. İnsanlar tanıdıkları ustalardan satın alır; ustalar da müşterilerin güvenine layık olmak için gayret gösterirlerdi."

Bu bağlamda, esnaf ve sanatkârların markalaşma potansiyellerinin kültürel boyutunu daha iyi anlayabilmek amacıyla, Genel Müdürlüğümüzce 2016 yılında sonuçlandırılan "Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi" nin müşteri anketleri çalışmasında elde edilen aşağıdaki bulguların vurgulanması yerinde olacaktır. Deri, Giyim ve Ayakkabı; Madeni Eşya, Makine ve Taşıtlar ile Gıda sektörlerinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlara ilişkin olarak müşterilerle yapılan anketlerde tüketicilere "Esnaf sözcüğü sizin için ne ifade ediyor?"

diye sorulmuştur. Esnaf kelimesinin müşterilere çağrıştırdığı kavramlar arasında "saygınlık", "tanınırlık/bilinirlik", "güven" ve "garanti" kelimeleri ilk sıralarda gelmiştir.

İlave olarak, aynı anketlerde müşterilerden esnafın ülke ekonomisi içindeki önemini değerlendirmeleri istenmiştir. Benzer şekilde, esnaf ve sanatkârlarımızın ülke ekonomisi için "gerekli" olduğunu savunan müşterilerin toplam sayısı içindeki oranının % 85-90 aralığında olduğu görülmüştür.

Yukarıda bahsedilen değerlendirmelere göre, esnaf ve sanatkârlığın toplumsal ve ekonomik yapı için halen vazgeçilmez bulunduğu, "esnaf" sözcüğünün müşterilerin gözünde olumlu çağrışımlara sebebiyet verdiğinin anlaşılması, meslek erbabının gelişimi ve geleceği

açısından oldukça önemlidir. Her ne kadar, esnaf ve sanatkârların hem içsel hem de dışsal sorunlarla ve zayıflıklarla mücadele ettikleri bilirse de, markalaşmaları açısından büyük bir kültürel ve toplumsal potansiyele sahip olmaları sevindiricidir. Tüketicilere sıcak ilişkileri çağrıştıran esnaf ve sanatkârların marka olabilmeleri yolunda emin adımlarla ilerleyebilmeleri için ise Ahilik kültüründen kaynaklanan potansiyellerini "kalite" ile birleştirmeleri elzemdir.

KAYNAKÇA

- Akat, Ö. ve Taşkın, Ç. (2008). Marka ve marka stratejileri (1. bs.). Alfa Aktüel Yayınları.
- Aksoy, T. (2013). Bir Marka Nasıl Sıcak Olur? <http://www.temelaksoy.com/bir-marka-nasil-sicak-olur/> Son Erişim Tarihi: 24 Eylül 2017.
- Cihanalp, C. (2015). Türklere damgalar. Akademia Dilişiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi 1 (1), 17-20.
- GTB. (2016a). Ahilik ansiklopedisi (Cilt 1) (2. bs.). Ankara: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- GTB. (2016b). Ahilik ansiklopedisi (Cilt 2) (2. bs.). Ankara: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- GTB. (2016c). Esnaf ve sanatkârlar özelinde sektör analizleri projesi: deri, giyim ve ayakkabı sektörü müşteri anketleri raporu (Yayımlanmamış rapor). Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Ankara.
- GTB. (2016d). Esnaf ve sanatkârlar özelinde sektör analizleri projesi: gıda sektörü müşteri anketleri raporu (Yayımlanmamış rapor). Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Ankara.
- GTB. (2016e). Esnaf ve sanatkârlar özelinde sektör analizleri projesi: madeni eşya, makine ve taşıtlar sektörü müşteri anketleri raporu (Yayımlanmamış rapor). Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Ankara.
- Knapp, D. E. (2003). Marka aklı (A. T. Akartuna, Çev.). Ankara: MediaCat Kitapları.
- Moralioğlu, D. (2014). Ben Marka Olsam. İstanbul: Epsilon Yayınları.
- San, İ. (2016). Ahi Evren ve Ahilik: Ahilik Türklerin "Rönesansı"dır. İstanbul: Net Medya Yayıncılık.

Ahilik Ve Sosyo-Ekonomik Yoksunlukların Azaltılmasında Mikro Finansman Modeli

Prof.Dr. H. Şaduman OKUMUŞ

İstanbul Gedik Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi

Ahilik, Anadolu'da 13.yy'da kurulmuş mesleki, ahlaki ve dini kuralları olan esnaf ve sanatkarlar birliğini ifade eder. Oryantalist yayınlarında Ahiliğin kökenleri 11.yy'da Arap dünyasında gelişmeye başlayan fütüvvet kuruluşuna dayandırılmaktadır. Ancak, Ahiliğin fütüvvetten farklı olduğu ve Anadolu Türkleri tarafından biçimlendirildiği yönünde de görüş birliği vardır. Zira, Türklerin ekonomik ve sosyal hayat düzeninde bu kurumun önemli rol oynadığı ve özellikle Osmanlı Devleti'nin ilk yıllarında etkili olduğu konusunda araştırmacılar görüş birliğindedirler. Anlam itibarıyla "Ahilik", küçük

esnaf ve sanatkarları içine alan, mesleklerini doğruluk dürüstlük prensiplerine uygun olarak yapmalarına ve ayrıca meslek ve sanatları ile ilgili eğitim almalarına imkan sağlayan bir mesleki teşkilattir. Bu teşkilatın en önemli bir diğer özelliği ise; devlet değil de bir halk inisiyatifi (bottom-up) ile oluşmuş olması ve temelini sosyal-iktisadi bileşenlere dayandırmasıdır (Baer, 1970).

Yaygın, serbest ve kısmi özerk bir yapıda olan 13.yy-15.yy Ahiliği zaman içerisinde orijinal paradigmasından uzaklaşmıştır. 16.yy'ın ilk yarısında bağımsız teşkilat yapısı dönemin yaptırımları ve ekonomik

gelişimleri nedeniyle profesyonel loncalara dönüşmeye başlamıştır. Bu dönüşümün veya ahi birliklerinin çözülmesinde doğrudan ya da dolaylı iki önemli faktörü belirtmekte fayda vardır: Birincisi, sermayedarların üretici ile tüketici arasına girmiş olmasıdır. 16.yy sonlarında Batı sanayi ürünlerinin Anadolu pazarlarına ulaşması sonucu Anadolu esnafı hem hammadde sıkıntısı yaşamaya başlamış hem de üretimlerini satmakta zorlanmışlardır. Zira sermaye sahipleri bu dönemde hammadde ticareti yaparak esnaf ve sanatkarları kendilerine bağımlı hale getirmeye çalışıyorlardı.

Sermaye sahiplerinin sanayi yatırımlarına yönelmesiyle ahi birliklerindeki sermaye-emek bütünlüğü parçalanmaya başlamıştır. İkincisi ise; kendilerine esnaflık yapma hakkı verilen askerler ile çift bozan (devlet yönetiminin çift bozan akçesi olarak ceza alması) köylülerin şehre göçerek şehir yaşamı içerisinde kendilerine yer bulmaya çalışmalarıdır (Nazır, 2011).

Genel olarak ifade etmek gerekirse; 13.yy'da başlayan ve fütüvvet temelli Anadolu-Türk kültürü ile harmanlaşan meslek teşkilatı olan Ahilik, 16.yy'da önce loncalara 18.yy'da ise gedik haline dönüşerek evreleşmiştir. Bu evreleşme sürecinde Ahilik teşkilatından bugüne kadar gelebilen ilke ve esaslar temel alınarak günümüz esnaf ve sanatkar odaları ortaya çıkmıştır.

“

Ahilik, Anadolu'da 13.yy'da kurulmuş mesleki, ahlaki ve dini kuralları olan esnaf ve sanatkarlar birliğini ifade eder.

”

Ahi birliklerinin çözülmeye başlaması ve sonrası lonca teşkilatlarına dönüşmeleri 16.yy'da yaşanmıştır. 16.yy öncesinde kesin olarak ortaya konulmasa da, 1570 ve 1580'li yıllarda bazı meslek grupları için loncalara kethüda ve yiğitbaşı atandığını tarih araştırmacıları ifade etmektedir. 17.yy-19.yy yıllarına gelindiğinde ise; loncaların devlet yönetimi ile yakın işbirliği içerisine girdikleri görülmektedir. Bu etkileşim İstanbul loncalarında daha fazla görülmekle birlikte, Osmanlı'nın merkezden uzak şehir/eyaletlerinde faaliyet gösteren loncaların göreceli olarak özerk yapılarını daha fazla korudukları bilinmektedir (Kurran, 2010).

Yüzölçümünü gözönüne alındığında 14.yy ve 15.yy'da Osmanlı Devleti'nin kentleşmenin başında olduğu ifade edilebilir. Üretim anlamında iktisadi yaşam (tarım ve hayvancılık hariç) şehir ve kasabalarda küçük imalathaneler ile sınırlıydı. Sabunhaneler, boyahaneler, zeytin sıkım evleri, boza imalathaneleri, keçe değirmenleri, fırınlar, dokumacılar, iplik ve halat imalathaneleri, silah imalathaneleri, ayakkabı imalathaneleri, terziler, nalbantlar, saraçlar, yorgancılar, demirciler, şapkacılar, debbağlar, baharatçılar, bakırcılar fermanlarda, fiyat denetimine ilişkin belgelerde ve başta İbni Bat-

tuda ve Evliya Çelebi olmak üzere seyyahların seyahatnamelerinde belirtilen mesleklerdi. 15.yy'da özellikle İstanbul, Bursa ve Edirne'de önemli sayıda her meslekten işyeri ve loncalar mevcuttu (Mantran, 2012). Ancak, bu meslekler modern anlamıyla mikro işletmeler olup, çoğunlukla aile fertleri veya birkaç çalıştığı işyerlerinden ibaretti. Öyle anlaşılıyor ki; Ahilik teşkilatının yaygın olduğu dönemlerde, meslek çeşitliliği, yaygınlığı ve Ahilik ilke/esaslarına ilişkin bilgilerin varlığı tarih araştırmacıları tarafından teyit edilmektedir.

Bununla birlikte, bu teşkilatların gelenek ve bugünkü anlamıyla etik kurallar çerçevesinde gerçekleştirdikleri teşkilat içi uygulamalarına ilişkin belge ve bilgilerinde sınırlı olduğu tespitinde bulunmak yanlış olmayacaktır.

“ Mikro finansman modelinin etkin ve verimli olmasının pek çok unsuru vardır ancak belirleyici unsurlardan en önemlisi karşılıklı güven duyan ve bu güveni karşı tarafa hissettirebilen dayanışma grupları oluşturmaktır.

”

finansman modelinde grup veya birlik üyelerine sadece kredi tedarik etme veya tasarruf etme değil, aynı zamanda iş kurmalarına veya mesleklerini geliştirmelerine yönelik eğitimler verilmektedir. Birliklerin bu işlevi, üyelerinin sadece iktisadi gelişimini değil sosyal gelişimlerini de beslemeyi bir görev edindiklerini ortaya koymaktadır.

“

Mikro finansman modelinde dayanışma grup üyeleri, elde ettikleri ticari kazançlarının belli bir oranını tasarruf olarak bir çeşit yedek akçe gibi biriktirmek durumundadırlar.

”

Ahi teşkilatlarının iktisadi yapısında orta sandık mekanizmasının özel bir yeri ve önemi vardır. En genel anlamıyla orta sandık karşılıklı yardımlaşma ilkesi benimsenerek teşkilat üyelerine sosyal ve iktisadi dayanışma sağlayan bir mekanizmadır. Bu bakış açısıyla; ahi teşkilatlarının orta sandık mekanizmasının, modern ekonomi sistemi içerisinde kendisine yer bulmaya çalışan mikro finansman modeli ile birebir uyum içerisinde olduğu söylenebilir.

Kredi geri ödemeleri veya kredi tutarının artırılması veya kredinin ye-

nilenmesi, grup üyelerinin garantisi ile gerçekleştirilmektedir. Benzer sosyo-ekonomik özelliklere sahip olan bir grup, karşılıklı güvene dayalı bir dayanışma içerisinde yaşamlarını iyileştirme azmini paylaşmaktadırlar. Ahi teşkilatlarında da teşkilat harcamaları sonrasında orta sandıkta kalan fondan esnafa kredi verilmiştir. Burada da mikro finansman modelinde olduğu gibi ahi-teşkilat arasında karşılıklı güven ilkesi esas olup, kredi işleminin teminatını teşkil etmektedir.

Mikro finansman modelinde dayanışma içerisindeki grup üyeleri, elde

ettikleri ticari kazançlarının belli bir oranını tasarruf olarak bir çeşit yedek akçe gibi biriktirmek durumundadırlar. Böylece iktisadi anlamda kendilerine disipline etmeleri ve geleceğe yönelik olarak birikim yapmalarını özendirilmiş olmaktadır. Bu bir anlamda sosyal güvence de sağlamaktadır. Benzer şekilde, her esnaf mal satışından elde ettiği gelirin Bab-ı Meşihat tarafından tespit edilen belli bir oranını orta sandığa aktarmak durumundaydı (Cevherli vd., 2017).

Mikro finansman modelinin etkin ve verimli olmasının pek çok unsuru vardır ancak belirleyici unsurlardan en önemlisi karşılıklı güven duyan ve bu güveni karşı tarafa hissettirebilen dayanışma grupları oluşturmaktır.

Global Finans Krizi sonrasında, mevcut dünya ekonomik ve finans sistemlerinin temelleri ve başansı hiç olmadığı kadar sorgulanmaya başlanmıştır. Mikro finansman modeli veya İslami kalkınma modeli gibi alternatif yaklaşımlar akademi ve iş dünyasında hiç olmadığı kadar merak uyandırmıştır. Günümüz itibarıyla 500 yıllık bir geçmişine sahip olan Ahilik teşkilatının sadece mikro finansman modeli uygulaması ile sınırlı kalmayıp, hiç değilse özünün, günümüz geleneksel kurumlarına uyarlanması, benimsenmesi ve

“

Mikro finansman modeli veya İslami kalkınma modeli gibi alternatif yaklaşımlar akademi ve iş dünyasında hiç olmadığı kadar merak uyandırmıştır.

”

yaygınlaştırılmasının, ülkelerin sosyo-ekonomik kazanımlarını artıracakları sorunlarını ise azaltacakları tartışma götürmez bir gerçektir.

Kaynakça:

Cevherli, F., Cevherli, K ve B. Çakmaktaş, 2017. Business Ethics and Contribution to Economic Life of Ahi Institution as a Community of Solidarity, Journal of Current Researches on Social Sciences, vol.7, no.1, ss. 307-322.

Kuran, T., 2011. Mahkeme Kayıtları Işığında 17.Yüzyıl İstanbul’unda Sosyo Ekonomik Yaşam- Esnaf ve Loncalar, Hıristiyan ve Yahudi Cemaat İşleri ve Yabancılar, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Cilt 1.

Mantran, R., 2012. Osmanlı İmparatorluğu Tarihi: Kuruluş ve Yükseliş Yılları, Çeviren: Server Tanilli, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Çömlekçilik

Çömlek, çamur haline getirilen killi toprağın elle ya da çömlekçi çarkında şekillendirilmesiyle üretilen testi, vazo, küp gibi eşyalardır.



Çömlek yapımı Anadolu, Kuzey Suriye ve Kuzey Mezopotamya'da yaklaşık 8 bin 200 yıl önce ortaya çıkmış ve 2 bin yıl gibi kısa bir sürede tüm dünyaya yayılmıştır. Anadolu'da ilk çarklı çömlekçiliğe ait bulgulara günümüzden yaklaşık beş bin yıl önce ilk kez Kayseri dolaylarında, Alışar'da, Boğazköy'de ve Truva'da rastlanmıştır. Osmanlı döneminde su küpleri, kavanozlar, su testileri gibi kaba eşya, sırlı ve sırsız pişmiş topraktan yapılmıştır.

Çömlek yapımında kullanılacak olan kil, içindeki taşlardan ayıklanarak el ya da çömlekçi çarkında şekillenmeye hazır hale getirilir. İstenilen şekil verildikten sonra balçığın suyunu kaybetmesi, sertleşmesi için ilk fırınlama işleme yapılır. Çömlek içine konulan malzemenin dışarıya geçmemesi için veya süslemek amacıyla ihtiyaç duyulursa sırlanır ve sırlı sabitlenmesi için ikinci kez fırınlanır. Çömlek elle ya da kazıma yöntemiyle üzerine farklı renklerde kil sürülerek ya da içine boya kanştırılan sırlarla süslenir. Çoğunlukla krem renk fon üzerine koyu yeşil, mor, lacivert, kobalt mavisi ve turuncu renklerle insan ve hayvan figürleri, çiçek motifleri, geometrik desen ve süslemeler yapılır.

Günümüzde çömlekten amacına göre değişik büyüklükte yemek tenceresi, tencere kapağı, su testisi, güveç, yoğurt kâsesi, sarma taşı gibi ürünlerin yanı sıra dekoratif amaçlı da yapılmaktadır.

AVANOS ÇÖMLEKLERİ

Ürgüp, Göreme gibi Kapadokya'nın üç turistik merkezinden biri olan Avanos'un tam ortasından akan Kızılırmak, tüflü kıvılcı toprağını yüzyıllardır geçtiği yerlere bırakırken, aslında bir sanatın doğmasını da sağlamıştır. Kırmızı renkli bu topraktan ve mil kanşımıyla elde edilen seramik hamuruna Avanoslu sanatçıların el emeği göz nuru da eklenince, dünyada çömlek denilince akla hemen Nevşehir Avanos gelir.

Nevşehir'in 18 km. kuzeyinde kalan ve antik dönemde adı 'Venessa' olarak anılan Avanos'un tarihi M.Ö. 2000'li yıllara, Hititlere kadar uzanıyor. Nevşehir Avanos Çömleklerinin tarihi de tüm Kapadokya'ya yön veren Hititlerden bu yana sürüp geliyor. Çok eski zamanlarda Avanos çömleklerinin atlar ve eşeklerle köy ve kasabalarda pazarlandığı bilinir ki, bu

Osmanlı döneminde, hatta Cumhuriyet kurulduğunda bile devam etmiş. Çömlek yapmayı bilmiyorsa kız verilmeyen Avanos'un erkeklerinden oluşan kervanlar Kayseri – Gülşehir – Ak-saray yolunu izleyerek çanak çömlek satmak için çıktıkları yolculuklarda, pazar alanlarında 'dolusuna pirincine, bulguruna, peynirine, tuzuna' diye bağırarak, takas yöntemiyle verilen çömleğin dolusu kadar üretilen üründen alırlar ve geçimlerini sağlarlarmış. Bu yolculuklarda kınlan çömlekler ise yol kenarına atılır, Avanos yollarının kenarlarında birikerek hatlar oluşturmuş.

"Arar isen gerçek Meryem oğlunu, elindeki sınığından bellidir.

Kör de bilir Avanos'un yolunu, testi bardak kınğından bellidir." diyen Aşık Seyrani'ni de bu dizeleri ile Avanos'un o zaman ki yol kenarlarını anlatmış.

"Ata yadigan bir meslek gibi babadan oğula, kavimden kavime geçerek ve her dönemde kendine bir şeyler ekleyerek gelişen bu sanat, günümüzde olduğu gibi geçmişte de Avanos'un başlıca geçim kaynağı olmuş"

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE ÇÖMLEĞİN MODERN YOLCULUĞU

Çömlek, bugün bile daha modern tasarımlarla ev dekorasyonları ve bahçe düzenlemelerinde karşımıza çıkıyor. Ülkemizde ve dünyanın her yerinde çömlek örneklerine sıklıkla rastlayabiliyoruz.



Çömlekçilik, çok ama çok uzun tarihi sürece sahip olup muhtemelen en eski sanat eserlerinin ortaya konulduğu bir zanaattir. Milattan çok önce var olmuş birçok toplumlardan günümüze ulaşmış, çömlek eşyalar ve objeler, yerli ve yabancı birçok müzede de sergileniyor.

Günümüzde çömlekçilik, diğer birçok zanaat gibi sanayileşmenin, ihtiyaçların ve zevklerin değişmesi ile terk edilmiş ve unutulmaya yüz tutmuş olsa da, Evlerimizde özellikle mutfaklarında düzine düzine seramik tabaklar, fincanlar ve çoğu fabrika üretimi olsa da çömlek tencereler, kaseler bulunuyor.



El yapımı objeler , daha çok dekoratif amaçlı çoğumuzun evinde, bahçesinde hatta pek çok ülkede farklı formlarda karşımıza çıkıyor.

Mesleki Yeterlilik Sistemi

Standartlar Yeterlilikler ve Belge Zorunluluğu

Ahmet Hamdi ALSAT
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü
Gümrük ve Ticaret Uzman Yardımcısı

Üretimin öznesi statüsünde bulunan iş gücü ya da insan, günümüzde verimlilik açısından en çok dikkate alınan unsurlardan biridir. Çünkü işgücü verimliliği diğer üretim unsurlarının verimliliğinden daha çok ön plana çıktığından; nitelikli bilgi ve beceri ile verimlilik arasındaki doğrusal ilişkinin giderek arttığı piyasa ortamında üretilen çıktılara doğrudan yansımakta ve üretimdeki payı artmaktadır.

Eğitim sisteminin iş gücüne yansımaları sonucu elde edilen çıktılar, iş gücü piyasasının girdilerini oluşturmaktadır. Bu nedenle bireylerin piyasanın ihtiyaçları doğrultusunda oluşturulan meslek standartlarına göre belirlenen bir mesleki eğitim sürecinden geçerek ya da başka şekillerde edindikleri yetkinlikleri belgelemeleri hem kişilerin kendileri hem de iş yaşamı baki-

mından önem taşımaktadır.

Kalite güvencesi sağlanmış ve güvenilir bir belge sistemiyle kişilerin niteliklerine uygun iş bulmaları daha kolay olacağı gibi işverenler de istihdam edecekleri kişilerde aradıkları nitelikleri görme imkânı bulacaklardır.

Mesleki yeterlilik sistemi; ulusal meslek standartlarının oluşturulduğu mesleki ve teknik eğitim ve öğretim programlarının bu standartlara göre hazırlandığı, iş gücünün mesleki yeterliliğinin akredite olmuş ve "Mesleki ve Yeterlilik Kurumu (MYK)" tarafından yetkilendirilmiş kuruluşlarca ölçme ve değerlendirme merkezlerinde yapılan teorik ve uygulamalı sınavlar sonucunda belgelendirildiği, hayat boyu öğrenmenin desteklediği bir sistemdir.

Mesleki Yeterlilik Kurumu, 2006 yılında 5544 sayılı Mesleki Yeterlilik Kurumu Kanunu ile Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının ilgili kuruluşu olarak kamu tüzel kişiliğini haiz, idari ve mali özerkliğe sahip, özel bütçeli bir kamu kurumu olarak AB ile uyumlu ulusal yeterlilik sistemini kurmak ve işletmek amacıyla kurulmuştur.

Ulusal Mesleki Yeterlilik Sisteminde koordinasyon görevi MYK tarafından üstlenilmekte olup, MYK sistemde izleme, değerlendirme, görevlendirme ve yetkilendirme görevlerini üstlenmektedir. Kurumun faaliyet alanının kapsamı eğitim ve istihdam kesimini birlikte ilgilendirdiğinden bütün karar süreçlerinde de ilgili sosyal tarafların katkılarının esas alındığı bir yaklaşıma benimsenmiştir.

5544 Sayılı Kanun'un 2 nci Maddesine göre tabiplik, diş hekimliği, hemşirelik, ebelik, eczacılık, veterinerlik, mimarlık, mühendislik mesleği ile en az lisans düzeyinde öğrenimi gerektiren ve mesleğe giriş şartları kanunla düzenlenmiş olan meslekler bu Kanunun kapsamı dışında olup bunların dışındaki tüm meslekler kapsamda yer almaktadır.

“ Kalite güvencesi sağlanmış ve güvenilir bir belge sistemiyle kişilerin niteliklerine uygun iş bulmaları daha kolay olacağı gibi, işverenler de istihdam edecekleri kişilerde aradıkları nitelikleri görme imkânı bulacaklardır.

Ulusal Meslek Standardı

Ulusal Yeterlilik Sisteminin temelini oluşturan süreç, iş piyasasının ihtiyaçları doğrultusunda ulusal meslek standartlarının hazırlanmasıdır. Ulusal meslek standardı, iş ve eğitim dünyasının üzerinde uzlaşarak hazırladığı, bir mesleğin başan ile icra edilebilmesi için gerekli bilgi, beceri, tavır ve tutumların ortaya koyan resmi dokümanlardır.

Ulusal meslek standartları;

♦ Mesleklerin doğru bir şekilde tanımlanmasını sağlar,

♦ Mesleki ve teknik eğitim müfredatlarına girdi oluşturur,

♦ Sınav ve belgelendirmeye altyapı oluşturur,

♦ Kariyer danışmanlığı ve rehberlik ile ilgili çalışmalarda kılavuzluk yapar,

♦ Nitelikli ve belgeli iş gücünün oluşmasına katkı sağlar.

2018 yılı itibarıyla Resmi Gazetede yayımlanan ve yürürlükte olan Ulusal Meslek Standardı sayısı 775'e ulaşmıştır.

Ulusal Yeterlilik

Ulusal ya da uluslararası meslek standartları temel alınarak hazırlanan, öğrenme, ölçme ve değerlendirme amacıyla kullanılan, bireylerin mesleğini başan ile icra edebilmeleri için sahip olmaları gereken bilgi, beceri ve yetkinlikler ile bu bilgi, beceri ve yetkinlikleri kanıtlamaları için nasıl bir ölçme ve değerlendirme sürecinden geçmeleri gerektiğini açıklayan, MYK tarafından onaylanarak yürürlüğe giren teknik dokümanlardır.

Ulusal yeterlilikler, yetkilendirilmiş ilgili sektör kurum ve kuruluşları tarafından ulusal veya uluslararası meslek standartlarına dayanılarak hazırlandıktan sonra Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından onaylanıp Türkiye Yeterlilikler Çerçevesine yerleştirilir. Meslek standartları, mesleklerin başan ile icra edilebilmesi için gereken asgari bilgi, beceri ve yetkinlikleri tanımlarken, yeterlilikler bu bilgi, beceri ve yetkinlikler için ölçme kriterlerini belirler.

Ulusal yeterlilikler ile uyumlu ölçme, değerlendirme ve belgelendirme faaliyetleri Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından yetkilendirilmiş belgelendirme kuruluşlarıca yürütülmektedir. Uygulanan sınavlar sonucu başarılı olan bireylere MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi verilmektedir.

2018 yılı itibarıyla Resmî Gazetede yayımlanan ve yürürlükte olan Ulusal Yeterlilik sayısı 425'e ulaşmıştır.

Türkiye Yeterlilik Çerçevesi

Ulusal yeterlilik çerçevesi, bir ülkede mevcut olan yeterlilikleri tanımlamak, daha önceden kararlaştırılmış ölçütlere göre sınıflandırmak ve karşılaştırmak için kullanılan, seviyelerden oluşan ilkeler ve kurallar bütünüdür.

“
Ulusal yeterliliklerin seviyesi yükseldikçe o mesleği icra eden kişiden beklenen bilgi ve beceri seviyesi de aynı oranda yükselmektedir.
”

5544 sayılı Kanununa göre Türkiye Yeterlilikler Çerçevesi; Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi ile uyumlu olacak şekilde tasarlanan; ilk, orta ve yükseköğretim dâhil, meslekî, genel ve akademik eğitim ve öğretim programları ve diğer öğrenme yolları ile kazanılan tüm yeterlilik esaslarını ifade etmektedir.

Çeşitli yaklaşımlarla ortaya konmuş olan yeterlilikleri, bütünlük bir çerçeve içerisine alma ve tek bir yapı oluşturma Türkiye Yeterlilikler Çerçevesinin çıkış noktasıdır.

Avrupa Yeterlilik Çerçevesi

Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi, yeterliliklerin anlaşılması ve karşılaştırılması için geliştirilen hayat boyu öğrenme politika aracıdır. Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi; yeterliliklerin

işverenler, bireyler ve kurumlar tarafından daha iyi anlaşılmasını sağlayarak, çalışanların ve öğrenenlerin yeterliliklerini diğer bir ülkede kullanabilmesinin yolunu açmakta, ülkelerin yeterlilik sistemlerinin birbirleriyle bağlantısını sağlayan ortak karşılaştırma aracı işlevi görmektedir.

Her ülkenin farklı mesleki ve teknik eğitim sistemi bulunmakta ve buna bağlı olarak da ülkelerin kendilerine özgü mesleki yeterlilik sistemleri vardır. Bu farklılıklara ilişkin de Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi; farklı Avrupa ülkeleri ve sistemleri arasındaki yeterlilikleri daha okunabilir ve anlaşılabilir yapmak için çeviri aleti gibi hareket eden, ülkelerin yeterlilik sistemlerini birbirine bağlayan referans çerçevesidir. Temel amaç ülkeler arası hareketliliği artırmaktır. Birçok

Avrupa ülkesi ulusal yeterlilik sistemlerini Avrupa Yeterlilikler Çerçevesine referanslamıştır ve bu süreç şu an da devam etmektedir. Bu kapsamda Türkiye Yeterlilik Çerçevesi de Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi ile uyumlu olacak şekilde tasarlanmıştır ve 2015 yılında Bakanlar Kurulu Kararıyla onaylanarak yürürlüğe girmiştir.

Mesleki Yeterlilik Belgesi ve Belge Zorunluluğu

Mesleki Yeterlilik Kurumu Sınav, Ölçme, Değerlendirme ve Belgelendirme Yönetmeliği'ne göre Mesleki Yeterlilik Belgesi; yetkilendirilmiş belgelendirme kuruluşlanca düzenlenen ve sınavlarda başarılı olanlara verilen MYK Mesleki Yeterlilik Belgelerini ifade etmektedir.

MYK tarafından yetkilendirilmiş sınav ve belgelendirme kuruluşları; Ulusal Yeterlilik Çerçevesinde tanımlı, ulusal yeterliliklere göre sınav ve belgelendirme faaliyetlerini yürüten, Türk Akreditasyon Kurumu ya da Avrupa Akreditasyon Birliği bünyesinde çok taraflı tanıma anlaşması imzalamış akreditasyon kurumlanca ilgili yeterliliklerde TS EN ISO/IEC 17024 standardına göre akredite edilmiş, MYK tarafından yapılan inceleme, denetim ve değerlendirme sonucunda gerekli şartları sağladığı tespit edilen personel belgelendirme kuruluşlarıdır.

6645 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile 5544 sayılı Mesleki Yeterlilik Kurumu Kanununda önemli değişiklikler yapılmıştır.

6645 sayılı Kanunun "Tehlikeli ve çok tehlikeli işlerden olup, Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından standardı yayımlanan ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığınca çıkarılacak tebliğlerde belirtilen mesleklerde, tebliğlerin yayım tarihinden itibaren on iki ay sonra Mesleki Yeterlilik Kurumu Kanununda düzenlenen esaslara göre Mesleki Yeterlilik Belgesine

bağlı mesleki ve teknik eğitim okullarından ve üniversitelerin mesleki ve teknik eğitim veren okul ve bölümlerinden mezun olup, diplomalarında veya ustalık belgelerinde belirtilen bölüm, alan ve dallarda çalıştırılanlar için mesleki yeterlilik belgesi zorunluluğu aranmamaktadır.

Ülkemizdeki mesleki yeterliliklerin belgelendirilmesine ilişkin süreçler Mesleki Yeterlilik Kurumu yanında Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu ve Millî Eğitim Bakanlığı tarafından da yürütülmekte ve bunun sonucunda da yeterlilik belgelerinde denkliğin sağlanmasına ilişkin sorun-

Sınav ve belgelendirme işlemlerinin temelini oluşturan ulusal yeterlilikler, farklı seviyelerde hazırlanmakta olup her bir seviyede bireyden beklenen bilgi ve yetkinlikler farklılık arz etmektedir. Bireylerin ulusal yeterliliklerin hangi seviyesinde belge alması gerektiği; bireyin kendi bilgisi, becerisi ve sahip olduğu yetkinlikleri doğrultusunda yapacağı seçimle ilişkili olmaktadır. Bireylerin ulusal yeterliliği incelemek suretiyle o işi hangi seviyede yaptığını ve ulusal yeterlilikte tanımlanan iş ve işlemleri, mesleğinin gerekliliklerinin yerine getirirken yapıp yapmadığını tespit etmesi büyük önem teşkil etmektedir. Ulusal yeterliliklerin seviyesi yükseldikçe o mesleği icra eden kişiden beklenen bilgi ve beceri seviyesi de aynı oranda yükselmektedir.

sahip olmayan kişiler çalıştırmamaya caktır." hükmü ile belge zorunluluğu getirilmiştir.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının 25.05.2015 tarihinde yayımlanmış olduğu ilk tebliğ ile 40 meslekte, 24.03.2016 tarihinde yayımlanmış olduğu ikinci tebliğ ile 8 meslekte, 26 Eylül 2017 tarihli ve 30192 sayılı Resmî Gazete 'de yayımlanan üçüncü tebliğ ile de 33 meslekte daha MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi zorunluluğu getirilmiştir. Söz konusu tebliğ ile MYK Mesleki Yeterlilik Belgesi zorunluluğu getirilen meslek sayısı 81'e ulaşmıştır.

Ayrıca 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'na göre ustalık belgesi almış olanlar ile Millî Eğitim Bakanlığınca

lar ortaya çıkmaktadır. Ayrıca eğitim programları, standartlar ve yeterliliklerin hazırlanması süreçleri farklı kuruluşlar tarafından yürütüldüğü için standartlara uygun eğitim programlarının hazırlanması, iş dünyasının iş gücüne yönelik taleplerinin standartlar yoluyla eğitim sistemine yansımaları güçleştirmektedir.

Bu itibarla mevcut sistemdeki eğitim programları, yayımlanan ulusal meslek standartları ve mesleki yeterlilikler çerçevesinde düzenlenmeli, eğitim ve iş gücü piyasası uyumunun oluşturulması adına mesleki eğitim öğretim kurumlarının akreditasyonu sağlanmalı ve anılan bu kurumlarca verilen belgeler ortak bir mesleki yeterlilik belgesi çerçevesinde sunulmalıdır.

Ahilik ve Günümüz Pazarlama ilişkisi



İşletmelerin yaşadıkları yönetimsel ve pazarlamaya ilişkin sorunların çözümüne yönelik müşteri yönelimli arayışlar son yıllarda önem kazanmıştır. Daha bilinçli ve seçici davranan müşteriler, işletmelerin stratejilerini de önemli ölçüde etkilemiştir. Böylece işletme stratejileri, müşteriye odaklı bir dönüşüme uğramıştır. Bu stratejilerden biri olan; 4P pazarlama karmasının (Ürün- Product, Fiyat-Price, Dağıtım-Place, Tutun-

durma-Promotion) müşteri yönelimli dönüşümü, 4C pazarlama karmasını (Müşteri Değeri-Customer Value, Malın Müşteriye Maliyeti-Cost to customer, Müşteriye uygunluk-Convenience for buyer, Müşteri ile iletişim-Customer communication) ortaya çıkarmıştır.

20. yüzyılın sonlarında ortaya atılan 4C pazarlama sistemi, 13. yüzyıl ve sonrasında Ahilik felsefesindeki kullanımlarıyla ilişkilendirilebilir. Müşteri değeri, müşteri velinimetimizdir, malın müşte-

riye maliyeti, denetsel fiyat, müşteriye uygunluk unsurunun müşterinin ürüne kolay ulaşımı ve müşteri ile iletişim unsurunun, pazarla etkileşim şeklinde Ahi teşkilatlarında kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda Ahilik felsefesinin, daha detaylı analizleriyle, günümüz işletmecilik sorunlarından önemli bir kısmına cevap verebilecek nitelikte olduğu da ortadadır.

BİR HİKAYESİ VAR



“Ahiliğin kontrol mekanizmalarından biri “Pabucunu Dama Atmak” diye bilinen ve günümüzde de sıkça kullanılan deyimdir. Ahilik geleneğinde ‘pabucu dama atılmak’ bir ustanın mesleğini iyi yapamaması durumunda toplumsal olarak da dışlanması demektir” Ahilik kültüründe kaliteli üretim ve hizmet esnaf ve sanatkarların ticari itibarı için çok önemlidir.

“PABUCUNU DAMA ATMAK”

Günümüzde kullandığımız pek çok deyim bir ortaya çıkış hikayesi vardır. Her deyim kendi içerisinde bir başka tarihi, bir başka yaşanmışlığı barındırır. Zamanla özelliğini, değerini kaybeden, artık değersiz kabul edilen bir şey için kullandığımız “pabucunu dama atmak” deyimini de bunlardan biri.

Ahilik geleneğinde her meslek teşkilatı kendi içerisindeki meslek dalını denetler, kanunları ve yöntemleri belirler ve esnafı denetlerdi. Etnaf ile kethüda arasında yiğitbaşı denilen bilirkişi konumunda bir esnaf temsilcisi bulunur, sanatta hile yapan olursa, yiğitbaşı tarafından tespit edilerek kethüdaya bildirilir ve gerekli işlemler yapılırdı.

Mesleki ahlak ilkeleri ile çalışıldığı o dönemlerde hile ve kandırma çok sık görülmeyen bir olaydı. Fakat her türlü şikayetlere açık bir meslek grubu olan ayakkabıcılıkta, çok çabuk eskiren ayakkabıların üretim hatasından mı imalat hilesinden mi kaynaklandığı araştırılır, kethüda çarıkçılar yiğitbaşını çağırıp denetlemeler yapılırdı.

Eğer bir imalat hilesi var ise usta çağırılır, esnafın ileri gelenleri, yiğitbaşı ve diğer meslek temsilcileri huzurunda kethüda tarafından uyanılır, sattığı ürünün parası alıcıya geri iade edilirdi. Şikayet konusu olan ayakkabı ise bir daha kullanılmamak üzere dama atılırdı.

Ayakkabının dama atılması bir esnaf için en büyük utanç sebebi sayılırdı. Dama atılan ayakkabı ustasının mesleki itibarı yok olur, müşterisi azalırdı. Bu uygulama tüm esnaf grupları için bir genelleme olup birisi hakkında ‘pabucu dama atıldı’ denilince o kişinin artık o meslekten para kazanması zor bir hale gelirdi.

Ayrıca bu geleneğin Ahi Evran’dan kalma olduğu, daha o zamanlarda hatalı ürün satan esnafın Ahi şeyhi tarafından meclisten çıkarılıp pabucunun dama atıldığı ve evine yalın ayak gönderildiği de rivayet edilir.

Esnaflar için utanç verici bir durum olan ve gündelik hayatımızda kullandığımız ‘pabucu dama atılmak’ deyimini böyle ortaya çıkarmıştır.

KOBİ'ler için bir rekabet aracı: E-Ticaret

Halil Burak ŞAHİN
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü
Gümrük ve Ticaret Uzmanı



Günümüzde ticari faaliyetini geleneksel yöntemlerle tek kanal üzerinden yürüten firmaların sayısı her geçen gün azalmaktadır. Bu bağlamda sayısal veriler e-ticaretin tüm dünyada geleneksel ticaretin yerini almaya başladığının kanıtıdır.

Türk Sanayici ve İş Adamları Derneğinin (TÜSİAD) Nisan 2017'de yayımladığı Türkiye E-Ticaret Raporuna göre; 2012 yılında 630 milyar dolar olan küresel perakende e-ticaret hacmi 2016 itibarıyla 1.6 trilyon dolara yükselmiştir. 2020 yılında ise küresel işlem hacminin 3 trilyon dolara ulaşacağı öngörülmektedir.

Diğer taraftan 2011 yılında toplam perakende ticaret içindeki payı %3.6 olan e-ticaretin 2016'daki payı %8.5'e yükselmiştir. 2021 yılında bu oranın %13 seviyesine ulaşması beklenmektedir.

E-ticaretin dünyada gözlemlenen büyüme trendi Türkiye'de de benzer bir eğilim göstermektedir. Ülkemizde 2013-2016 yılları arasında ortalama

%34 büyüyen perakende e-ticaret hacmi, 73 milyar TL'den 175 milyar TL'ye ulaşmıştır. Benzer şekilde 2012 yılında %1.7 olan e-ticaretin toplam perakende içindeki payı, 2016 itibarıyla %3.5 seviyesine yükselmiştir. Ancak e-ticaretin ülkemizde sergilediği gelişim trendine rağmen %8.5'lik dünya ortalaması göz önünde bulundurulduğunda e-ticaretin ülkemizdeki toplam perakende içindeki payı oldukça sınırlı kalmaktadır. Özellikle KOBİ'lerin e-ticarete katılımı oldukça sınırlıdır.

Hiç kuşkusuz KOBİ'ler yarattıkları istihdam ve katma değerle büyümenin ve kalkınmanın itici gücüdür. Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre; KOBİ'ler 2014 yılında toplam girişim sayısının %99.8'ini oluştururken, istihdamın %73.5'ini, katma değer ise %53.5'ini yaratmıştır. KOBİ'ler ekonomide üstlendikleri önemli role rağmen işletme becerisi ve yenilikçilik konuları açısından arzu edilen gelişmişlik düzeyinden oldukça uzaktadır.

Avrupa Komisyonu KOBİ'lerin gelişimi konusunda ülkelere rehberlik etmesi amacıyla her yıl ülkeler bazında Avrupa Küçük İşletmeler Raporu (Small Business Act - SBA Fact Sheet) yayınlamaktadır. 2016 yılına ait Türkiye raporuna göre; işletme becerisi ve yenilikçilik başlığında KOBİ'ler özellikle çevrimiçi satın alma ve çevrimiçi satış yapma göstergelerinde AB ortalamalarının oldukça gerisindedir. Bahsi geçen raporda KOBİ'lerin e-ticaret potansiyelinden yeteri ölçüde faydalanmadığının altı çizilmiştir. KOBİ sınıflandırması göz önüne alındığında mikro ölçekli işletmelerin bu göstergelerde daha kötü bir performansla sahip olduğu düşünülebilir.

Ülkemizdeki ciddi potansiyeline rağmen KOBİ'lerin e-ticaret faaliyet-

“
TÜSİAD'ın Nisan 2017'de yayınladığı Türkiye E-Ticaret Raporuna göre; 2012 yılında 630 milyar dolar olan küresel perakende e-ticaret hacmi 2016 itibarıyla 1.6 trilyon dolara yükselmiştir.
”

lerini istenilen düzeyde benimseyememesine yönelik pek çok neden sayılabilir. Ancak özellikle üzerinde durulması gereken konuların başında KOBİ'lerin yapısal problemleri gelmektedir. Ticaretin doğası gereği ticari hayata adım atan tüm girişimler arzu ettikleri gelişmişlik düzeyine ulaşmadan önce sınırlı bir ölçekte faaliyet göstermek durumundadır. Sınırlı ölçekte faaliyet yürüten bu girişimlerin yüzleştirdiği "geleneksel yollarla üretim", "yetersiz girişim ve yatırım sermayesi", "düşük kredi kullanım oranı", "sınırlı kurumsal kapasite" gibi etmenler KOBİ'lerin yenilikçi uygulamalar sayesinde sağlıklı bir büyüme gerçekleştirmesine mani olmaktadır. Örnek vermek gerekirse eğitimli ve kalifiye personel istihda-

mı, AR-GE yatırımı, eğitim ve danışmanlık hizmeti satın alma, reklam ve pazarlama faaliyetleri gibi hususlar mikro ölçekli işletmelerin çoğunlukla katlanmayı göze alamadığı maliyetler arasında yer almaktadır. KOBİ'lere ilişkin benzer yapısal problemlere KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2015-2018) ve Onuncu Kalkınma Planı da işaret etmektedir. Bu doğrultuda Onuncu Kalkınma Planı KOBİ'lerin; küreselleşmeden kaynaklanan yüksek rekabete ayak uydurma, yeterli sermayeye sahip olma, yenilikçi projeler üretme, ortak iş ve proje geliştirme gibi hususlarda güçlendirilmesine ihtiyaç duyduğunun önemle altını çizmektedir.

KOBİ'lerin yeni pazarlara yönelmesini ya da mevcut pazarlarda yeni strateji ve uygulamalar benimsemesini zorlaştırmaktadır. Hiç şüphesiz e-ticaret konusunda tecrübesi olmayan girişimler için e-ticarete geçiş bir takım zorluklar içermektedir. Bu zorluklar kabaca teknik altyapı ve trafiğin kurulması, operasyon süreçlerinin yönetimi ve satış sonrası hizmetler şeklinde sayabiliriz. Kaldı ki bu süreçler tüketici ihtiyaçları çerçevesinde sürekli olarak kendini yenilemekte ve giderek karmaşıklaşan dinamik bir yapıya bürünmektedir.

KOBİ'lerin geleneksel satış ve tahsilat yöntemlerini terk ederek e-ticarete yönelmesinin ve yürüttükleri operasyonlarda dijital yetkinliğe ulaşmasının önündeki bir başka engel ise e-ticarete yönelik bilgi eksikliğidir. KOBİ'lerin geleneksel ticareti e-ticarete kıyasla daha kolay ve güvenli bulmaları, diğer taraftan müşteriye ulaşma konusunda internetin gücünün yeterince farkında olmamaları söz konusu duruma örnek verilebilir. Bugün pek çok firma yalnızca sosyal medyayı kullanarak fiziksel işletme kapasitesinin çok ötesinde geniş müşteri kitlelerine ulaşabilmektedir.

“
Türkiye’de internet kullanan her 3 kişiden 1’i çevrimiçi alışveriş yapmaktadır.
”



“
TÜSİAD’ın raporuna göre; Türkiye %65’e ulaşan akıllı telefon penetrasyonu ve 46 milyonluk internet kullanıcısı ile ciddi bir internet nüfusuna sahip bulunmaktadır.
”

Dolayısıyla rekabette yer edinebilmek için söz konusu yapı içerisinde doğan ihtiyaçlara en kısa sürede gerekli refleksi gösterebilmek piyasadaki aktörler için önemli bir sınanmadır. Ancak belirtmekte fayda var ki günümüzde internet üzerinden satış ve pazarlama yöntemlerinin sayısı her geçen gün artmaktadır. Bir başka deyişle e-ticarete ilişkin çok farklı yöntemler bulunmaktadır. Özellikle çevrimiçi alışverişin lokomotifleri konumunda olan pazar yerleri, mikro ölçekli işletmelere daha az maliyetli ve karmaşık süreçlerin gerektirdiği uzmanlığın üçüncü bir hizmet sağlayıcı tarafından sağlandığı önemli bir alternatif sunmaktadır.

Buna rağmen KOBİ'lerin e-ticaret alanındaki potansiyelin yeterince farkında olmadıklarını söyleyebiliriz. TÜSİAD’ın raporuna göre; Türkiye %65’e ulaşan akıllı telefon penetrasyonu ve 46 milyonluk internet kullanıcısı ile ciddi bir internet nüfusuna sahip bulunmaktadır. Diğer taraftan e-ticarete yönelik tüketici algısı her geçen gün olumlu yönde değişmektedir. Aynı rapora göre; Türkiye’de internet kullanan her 3 kişiden 1’i çevrimiçi alışveriş yapmaktadır. Ayrıca yapılan araştırmalar interneti yoğun kullanan KOBİ'lerin diğerlerine oranla cirolarını daha fazla arttırdığını kanıtlar niteliktedir. Dolayısıyla her ne saik ile olursa olsun e-ticarete yönelmeyen KOBİ'lerin hem kendi ölçeklerinde hem de daha büyük ölçekte faaliyet yürüten

firmalara karşı önemli bir rekabet dezavantajı yaşadığı rahatlıkla görülmektedir.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında KOBİ'lerin özellikle de mikro ölçekli işletmelerin e-ticaret pazarında istenilen düzeyde kendisine yer bulamadığı açıktır. Teknolojik ilerleme sayesinde piyasalarda yaşanan baş döndürücü dönüşüm giderek rekabet çitasını yukarıya taşımaktadır. Bu nedenle KOBİ'lerin söz konusu rekabetin dışında kalmasını engelleyecek adımların atılması zorunluluk oluşturmaktadır. Sektör temsilcileri, meslek kuruluşları ve idari yapı arasında iletişimi yoğunlaştıracak mekanizmaların geliştirilmesi sektör ihtiyaçlarına cevap verecek düzenlemelerin hızlıca hayata geçirilmesi açısından önemlidir.

Özellikle sektördeki ihtiyaçlar çerçevesinde ortak söylem oluşturulması ve hiçbir oyuncuyu dışarıda bırakmayacak sektör hedeflerinin belirlenmesi konularında meslek kuruluşlarının daha fazla rol alması yerinde olacaktır. Örnek vermek gerekirse; TOBB bünyesinde kurulan e-ticaret sektör meclisine benzeyen bir yapının TESK bünyesinde kurulması ülkemizdeki tüm girişimlerin yaklaşık %64’ünü oluşturan esnaf ve sanatkârlar e-ticaret hazırlayacak çalışmaları eşgüdüm içerisinde yapılmasına olanak sağlayacaktır.

Aynı doğrultuda KOBİ'lerin e-ticarete yönelik bilgi eksikliğini giderecek projelerin kamu ve meslek kuruluşları işbirliğiyle hayata geçirilmesi faydalı

olacaktır. Özellikle mikro ölçekli işletmeler ile esnaf ve sanatkârların internet kullanımı ve dijital okur yazarlığını arttıracak uygulamalar hayata geçirilebilir. Diğer taraftan söz konusu kesime e-ticaret yapma yeteneği kazandıracak, e-ticarete başlayanlar için ise bu alanda sürdürülebilirliği sağlamaya yardım edecek eğitimler verilebilir. Bu kapsamda kamu kaynakları ile kurulacak kapsamlı bir internet portalının oluşturulması faydalı bir adım olacaktır. Kurulacak portalda piyasada kabul görmüş e-ticaret yöntemleri, sosyal medya kullanımı, pazarlama ve satış stratejileri, tüketici memnuniyeti, tüketici hakları gibi konular ile bunlara ilişkin mevzuat ve devlet destekleri kolay anlaşılır elektronik materyaller-

le (video, grafik, kısa film, animasyon vb.) anlatılabilir. Yöntemi ne olursa olsun KOBİ'lere e-ticaret vizyonu kazandıracak her çalışma KOBİ'lerin rekabet yeteneğini artırarak büyümelerine yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

- T.C. Resmi Gazete. (2015) KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2015-2018). 21/8/2015, 29466.
- T.C. Resmi Gazete. (2013) Onuncu Kalkınma Planı. 06/07/2013, 28699.
- European Commission. 2016 SBA Fact Sheet Turkey. <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/22382/attachments/35/translations> (28/07/2017).
- TÜİK. Haber Bülteni. 25/11/2016, 21540.
- TÜSİAD. (2017) Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: E-Ticaret. TÜSİAD-T/2017, 04-587.

Yerel işletmeler için Sosyal Medya Rehberi

Sosyal Medyayı Ne Kadar Kullanıyoruz ?

“Küçük esnaf, lokal işletmeler sosyal medyayı nasıl kullanmalı? Birçok yerel işletmenin ihtiyacı olan sosyal medyayı ne kadar tanıyoruz, ne kadar biliyoruz ve ne kadar kullanıyoruz? ”

DIŞ GÖRÜNÜŞÜNÜZ

İnternetteki görünümünüz sizi tanımayanlar için oldukça önemli. Bu kişisel olarak da böyle kurumsal olarak da. İşletmeniz için iyi bir ilk izlenim yaratacak kadar dış görünümünüzü önemsemelisiniz. Ayrıca bu itibar yönetimi açısından da ilk sırada geliyor. Olmazsa olmazlara gelirse;



Web sitesi: işyeri adına bir domainle açılmış bir web siteniz olması en önemlisi. Çok fonksiyonlu olmasına gerek yok. Sadece logo, slogan, sizi anlatan bir foto ve iletişim bilgileriniz bile yeterli olabilir. Başka özellikler eklemek isterseniz o da sizin tercihiniz ve bütçenizle alakalı olacaktır.

ÖNCE HEDEF BELİRLEME

Öncelikle müşterilerinizi tanımlamalısınız. Hizmet verdiğiniz veya ürün sattığınız kişiler kimler ? Onları nasıl tanımlarsınız? Hangi yaş gurubu? Hangi belirgin özellikleri mevcut ? Bunlar sadece sosyal medya pazarlamasında değil her türlü satış - pazarlama faaliyetinde size yardımcı olacaktır. O nedenle bu konuda bir çalışma illaki yapmalısınız.

Peki nasıl ? Hedef müşteri kitlenizi en güzel tespit etme yolu, gözlemlemek ve sorular sormaktır. Sizi ve iş yerinizi tercih eden kişilerle görüşün, onların fikirlerini sorarak hedef kitlenizin yaşam şekline dair bilgiler almaya çalışın. Ancak bunu objektif olarak, onları belirli bir cevaba veya konuya yönlendirmeden yapmaya çalışmalısınız.

İş yerinizin yakınlarında belirgin topluluklar varsa ve sizin hizmet/ürünlerinizle eşleşiyorsa veya o gruplara yönelik ürün/hizmet çıkarma planınız

varsa bu çok iyi bir fırsat demektir. Hemen o toplulukla alakalı detaylı bilgi toplayın. Giriş çıkış saatleri, yemek ve dinlenme saatleri, ortalama yaş aralıkları, cinsiyetleri, o bölgeye ulaşım yöntemleri ve buna benzer birçok sorunun cevabını almaya gayret edin. Bu topluluk bir okuldan, bir devlet kurumundan, şirketlerden veya güvenlik güçlerinden olabilir. Önemli olan bu topluluğu iyi gözlemlemeniz ve tanımanız.

Logo: Logonuzda yaptığınız işi anlatmanıza gerek yok. İş yerinizin baş harflerini veya direk adını güzel bir yazı fontuyla da yazabilirsiniz. Basit olmasında fayda var. Akılda kalıcılık için bu şart.

Slogan: İlginç bir slogan müşterilerinizin sizi daha iyi anlamasına olanak sağlayacaktır. Kanşık çok mesaj kaybı vermeye çalışan veya çok entelektüel duran sloganlardan kaçınmalısınız.

“

İlginç bir slogan müşterilerinizin sizi daha iyi anlamasına olanak sağlayacaktır. Kanşık çok mesaj kaybı vermeye çalışan veya çok entelektüel duran sloganlardan kaçınmalısınız.

”

FACEBOOK

Bir web siteniz, iletişim bilginiz, yaptığınız işi açıklayan cümleleriniz ve logonuz. Tüm bunları ilk kullanılacağı sosyal medya mecrası Facebook. Facebook'ta bir yerel işletme oluşturmakla başlangıç yapabilirsiniz.

<https://www.facebook.com/pages/create> adresini internet tarayıcınızda yazın ve açılan sayfada işletmenize en uygun kategoriyi seçerek tüm aşamaları eksiksiz şekilde doldurarak ilerleyin. Bütün adımları bittğinde artık sizin de bir Facebook sayfanız var. Sayfanızı beğenip, insanları davet edebilirsiniz.

FOURSQUARE

Mekanların tanıtım sayfalarını incelemek için Foursquare (4sq) sıklıkla kullanılıyor. Siz de insanların sizin mekanınıza gelerek yer bildirmesi (check-in) yapmasını sağlamalısınız. İstatistikler insanların 4sq'da yer alan yorum ve fotoğraflar, kullanıcılar için tercih sebebi oluyor.

INSTAGRAM

Görsel ve video içerikleriyle en çok kullanılan paylaşım şekli diyebiliriz. İnsanlar kısa videolardan ve fotoğraflardan çok etkileniyor. Bunları beğeniyor, yorum yapıyor, paylaşıyor. Dolayısıyla markalara temas ederek sadık müşteri olma yolunda ilerliyor. Sizin de yerel işletmenizin bir Instagram hesabı olması kendinizi anlatmanız için oldukça önemli. Her gün mekanınızdan fotoğraflar ve kısa videolar paylaşarak insanlarla DM'den (Direct Message) daha hızlı ve kısa bir şekilde iletişime geçebilirsiniz.

**BEN DAHA FAZLASINI İSTİYORUM DİYORSANIZ****YOUTUBE**

Yaptığınız işin nasıl yapıldığı hususunda insanlarda merak uyandırmayı ve onlara etkili bir şekilde göstermek istiyorsanız, bir Youtube kanalınızın olmasında fayda var. Örnek; gıda işletmeleri (tostçu, büfe, kafe, restoran vb.), el işçiliği işletmeleri (deri atölyesi, çanta imalatı, tekstil vb.), spor işletmeleri (fitness, havuz işletmeleri) kuaförler gibi.

PINTEREST

Görselliğin ön planda olduğu işler için Pinterest güzel ve bir o kadar da uygun bir platform. İş yerinizin fotoğraflarını 4sq'da sergilerken ürünlerinizin fotoğraflarını veya kullanım alanlarını da Pinterest'te istediğiniz gibi sunup yayınlatabilirsiniz.

TWITTER

İnsanlara bilgi verebileceğiniz bir işletmeniz varsa Twitter bu anlamda sizin içindir. Buradan, çeşitli duyurular ve bilgi aktarımlarını yapabilirsiniz. Yapacağınız paylaşımlar hem çok işe yarayacak hem de RT (Retweet) edilerek daha fazla insana ulaşmanızı sağlayacaktır. Twitter da Retweet iltifattır. Beğendiğiniz bir yazıyı yada görseli yayınlamanız karşı taraf için iltifat sayılır. Etkileşiminiz artar. Özellikle; Hukuk büroları, emlak ofisleri, bilgisayar/telefon teknik servisleri gibi işletmeler için daha fazla yararlıdır.

REKLAM

Sosyal medya hesaplarınızın ve web sitenizin var olması yolun büyük bir kısmını tamamladığınızı gösterir. Geri kalan kısım da reklam faaliyetleriniz. Reklam vererek nerelerde olmalısınız?

FACEBOOK ADS

Facebook'ta tavsiye edilen iki tür reklam vardır. Birisi sayfanızın beğeni sayısını arttırmamız için 'like' kampanyası'. Diğeri ise gönderi de öne çıkarabileceğiniz 'sponsorlu içerik' çalışmaları. Facebook'ta ana sayfanızın sol kısmındaki menüde yer alan 'reklamlar' sekmesini açarak bu reklam çeşitlerini de görebilirsiniz. Veya doğrudan aşağıdaki linke girebilirsiniz. (<https://www.facebook.com/ads/manager/account/?act=23925899>)

Bu reklamlarda hedefleme çok önemli. Yakınlarınızda yer alan diğer rakip işletmelerin sayfasını beğenen müşterileri veya sizin hedef kitlenizin beğendiği sayfaları 'reklamlarınızın gösterileceği kişiler' olarak seçebilirsiniz. Müşterilerinizin yaş aralığını ve cinsiyet hedeflemesini de tercihleriniz arasına almalısınız. Yerel işletmenizin bulunduğu alanı (il/mahalle/ilçe vb.) daraltmanız da doğru hedefleme yapmanız için önemli.

**INSTAGRAM ADS**

Facebook'un Instagram'ı satın almasının ardından bu iki platform arasında birçok konuda entegrasyon sağlandı. Öyle ki artık Facebook'taki reklam panelinizden Instagram reklamı dahi yapabiliyorsunuz.

TWITTER SPONSOR TWEET

Twitter'da reklam yapmanız için reklam paneline giriş yapmanız ve kampanyanızı ifade eden 140 karakteri geçmeyecek bir tweet hazırlamalısınız. Görsel ve link de kullanabilirsiniz. Twitter reklamlarına aşağıdaki adresten erişebilirsiniz:

<https://ads.twitter.com/>

GOOGLE ADWORDS

Eğer müşterilerinizin sizi Google'da bir takım aramalar yaptıklarında bulmalarını ve satışa yönelmelerini istiyorsanız Google Adwords size göre bir yöntem olacaktır. Ancak dikkat etmeniz gereken şey 'yerel işletmenizin' bu Google aramalarında görülmesinin size satış olarak mı yoksa sayfa ziyareti olarak mı döneceğidir.

Google Adwords'ün kelime, tam eşleşme gibi arama kriterlerine dikkat etmelisiniz. Ayrıca lokasyon kısıtlama gibi seçenekleri de kullanabilirsiniz.

Anadolu Sanayi Devrimi: Ahilik

Prof. Dr. Ahmet KALA
İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi
Türk İktisat ve İçtimaiyat Tarihi Araştırmaları Merkezi Müdürü

Ahi Evran geliştirdiği Kümelenerek Üretim Modeli ile meslekleri zümreler halinde gruplandırılmış, grupların mesleki zümreler (birlikler) halinde sanayi sitelerinde örgütlenip üretime geçmesiyle Anadolu Sanayi Devrimi başlamıştı (Kala, 2012). Meslek gruplarının sanayi-ticaret birlikleri halinde sanayi ve ticaret sitelerinde örgütlenmesini, böylece sanayiye dayalı sanayi-tarım ve ticaret sektörleri üretiminin yeniden organizasyonunu öngören kümelenme modelinin teorisyeni ve uygulamacısı Ahi Evran'dır. Ahi Evran 1200-1220 yılları arasında Selçuklu Anadolu'sunda kümelenme modeli teorisini ve uygulamasını birlikte geliştirerek sanayi birliklerine dayalı sanayi devrimini başlatmıştır. Teorik olarak, tarım, ticaret ve sanayide, üç sektörde üretimin ilişkili olarak yeniden organizasyonunun başarılması ve bu başarının sürdürülebilmesi, mevcut ekonomide yapı dönüşü-

müne neden olarak iktisadi devrimle sonuçlanmaktadır.

Selçuklular (1000-1200) karma tarım devrimi ile sağladıkları önemli üretim artışını ticaret devrimi ile sürdürdüler. Çin'den Anadolu'ya uzanan Selçuklu coğrafyası üzerinde ipek yolu diye meşhur olan dünya kara ticaret yollarını inşa ettiler. Bu ticaret yolları üzerinde her bir günlük mesafede kervansaraylar, vakıf misafirhaneler, hanlar, kapalı çarşılar inşa ederek, kervan ticaret sistemini kurdular. Böylece Selçuklular 1500'den sonra Avrupa'da gelişmeye başlayan ticaret şekli merkantilizm'inden çok daha önce kervanizm olarak da adlandırabileceğimiz kervan ticaret sistemi ile ilk uluslararası ticaret sistemini geliştirdiler (Kala, 2008). Selçuklu Anadolu'sunda Tarım ve ticaret devrimi ile sağlanan büyük iktisadi gelişmeyi tamamlayıcı yönünde Ahi Evran geliştirdiği kümelenme

modeli ve teorisinde; nüfus artışı ve şehirleşmeyle artan ihtiyacı karşılayacak üretimi sağlamak için, verimsiz esnaf ferdi üretim faaliyetinin terk edilip, meslek grupları oluşturup sanayi/ticaret birlikleri halinde örgütlenerek sanayi öncülüğünde, sanayi-tarım ve ticaret sektörlerinin üretim ilişkilerinin yeniden organizasyonunu öngörmekteydi. Ahi Evran'ın bu öngörüsü kümelenme modeline dayalı yeni bir üretim sistemi içermekteydi. Ahi Evran'ın bu düşünce ve görüşleri Anadolu halkı tarafından Ahilik olarak benimsendi. Süreç olarak 1200 öncesinden 1205 yılına kadar süren bu dönemde Ahi Evran, fütüvvet-Ahilik felsefesine (tasavvuf felsefesi) dayalı 'kümelenme modeli teorisini geliştirdi. Bu büyük gezinin sonunda da Kayseri'ye yerleşti.

(Yeni İktisadi Felsefe)

Ahi Evran dini ve mesleki eğitim öğretim metodu olarak Ahmet Yesevi'nin uygulamalı eğitim-öğretim metodunu esas aldı. Felsefi düşüncede Gazali'yi, felsefi model olarak da fütüvveteye dayalı tasavvufi felsefeyi benimsedi. Teşkilatlanma modeli olarak, Ahmet Yesevi ve Fütüvvet teşkilatını örnek aldı.

Bunlardan hareketle Ahilik düşüncesini ve Ahi tasavvuf felsefesini geliştirdi, Ahilik Okulunu- Ahilik Teşkilatını kurdu. Ahi Evran tüm bu oluşuma paralel olarak meslek geliştirme-eğitim, üretim (iktisat) ile tasavvuf (Ahi tasavvufi düşüncesi-felsefesi ve teşkilatı) arasında ilişki kurarak farklı bir iktisadi düşünce, iktisadi felsefe ve iktisadi kalkınma modeli içeren "Kümelenme Modeli Teorisi"ni geliştirdi.

Ahi Evran, öncesine ve çağdaşlarına göre ilk kez bir ekonomide hür teşebbüs tarafından mesleki-sanayi üretim birlikleri kurularak ihtiyacı karşılayacak üretimin yapılabileceğini, farklı sektörler arası ilişkilerin düzenlenerek üretimin ve üretim verimliliğinin arttırılabileceğini, alt mesleki birlikler halinde kümelenmiş üretim bölgeleri oluşturup rekabet üstünlüğü sağlanarak iktisadi gelişme- kalkınma sağlanabileceği, devletin kümelenme modeline

“
Ahi Evran'ın bu öngörüsü kümelenme modeline dayalı yeni bir üretim sistemi içermekteydi. Ahi Evran'ın bu düşünce ve görüşleri Anadolu halkı tarafından Ahilik olarak benimsendi.
”

dayalı yeni üretim sistemine uygun iktisat hukuku geliştirip hukuki denetim sağlayarak iktisadi gelişime katkıda bulunabileceği gibi konular içeren bir model geliştirmiştir.

Ahi Evran, teorisini ve modelinde üretimin kümelenmiş meslek birlikleri halinde hür teşebbüs tarafından gerçekleştirilmesini öngörüyordu. Devletin de üretimi düzenleyici iktisat hukuku oluşturup, hukuki denetim rolünü üstlenerek iktisadi hayata doğrudan değil dolaylı ve düzenleyici rol oynayarak katılmasını öngörüyordu. Bu teori ve model ilk kez tarafımızdan "Ahi Evran'ın meslek zümreleri halinde kümelenme modeli teorisini" olarak tanımlanmıştır (Kala, 2012). Özetle; Ahi Evran tarafından geliştirilen kümelenme modeli teorisini; iktisadi düşünce-felsefe, iktisat bilimi, üretim ve bölüşüme yönelik iktisadi teşkilatlanma/sistem, bölgesel, sektörel, bölgelerarası

ve sektörler arası iktisadi ilişkiler ve iktisadi kalkınma konularını bir teorik model çerçevesinde ele almaktaydı. Teorisini uygulamaya koyarak eksik kalan yönlerini de tamamlamış olan Ahi Evran, böylece teorisini uygulanan bir iktisadi üretim ve organizasyon modeli haline getirmeyi de başarmıştır.

Kaynakça

Kala, A., 2012. Debbağlıktan Dericiliğe, Zeytinburnu Belediyesi Yayınları, İstanbul.

Kala, A., 2008. Türk Sınai Mülkiyet Hakları Tarihi, Türk Patent Enstitüsü Yayını, Ankara.

Ahilik İnsanı Merkeze Alan; Ekonomik ve Sosyal Bir Sistemdir



Esnaflar ve sanatkârlarımızın köklü bir kültürü olan Ahilikle ilgili düşünceleriniz nelerdir?

Ahilik insanı merkeze alan; ekonomik ve sosyal bir sistemdir. İnsanın mutluluğunu ve toplumun dengesini gözetir. İyi ahlâk, insan sevgisi, birlikte ve huzur içinde yaşamak ve yaşatmak temel amaçtır. Kendisini düşündüğü kadar başkalarını da düşünen, onların da hak sahibi olduğunu kabul eden bir insan modeline günümüzde her zamankinden daha çok ihtiyaç var. Ahilik dünya ve ahireti birbirinden ayırmadan düşünen bir sistemdir. Bu sistemde dünya için dinden, din için dünyadan vazgeçilmez. Bir meslek sahibi olmamak, çalışmamak ise kesinlikle kabul edilmez.

Ahi, iş yerinde saygı ve samimiyetle çalışır, parasını helalinden kazanır.

Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliği (TESKOMB) olarak Ahiliğin yaşaması, tanıtımı, anlaşılması, yaygınlaşması için her türlü katkıyı sunuyoruz. Her yıl yapılan kutlamalarda hem TESKOMB olarak hem de bölge birliklerimiz ve kooperatiflerimiz, gerek etkinliklere katkıda bulunma gerekse gerekli bütçeleri sağlama konusunda üzerine düşeni yapmaktadır. Kırşehir de yapılmakta olan Ahi Evran-ı Veli Külliyesi için TESKOMB olarak şu ana kadar 10 milyon Türk lirası katkı sağladık. Söz konusu külliye'nin hem Kırşehir'imize hem de

Ahilik kültürünün tanıtımına yarar sağlayacağına inanıyorum.

TESKOMB'u daha yakından tanıyabilir miyiz?

Esnaflar ve sanatkârların dost kapısı TESKOMB, bugün Türkiye'de 10 bin yöneticisi, 5 bin çalışanı ve bin kooperatifi ile esnaflar ve sanatkârlara hazine destekli düşük faizli kredi hizmeti vermektedir. TESKOMB aracılığıyla kullanılan kredilerin, Kredi Garanti Fonu kefaletiyle verilen kredilerden farkı, kredilerin geri ödenmemesi durumunda kalan bakiyenin devlet tarafından değil kooperatiflerimiz tarafından karşılanmasıdır. Esnaflar ve sanatkârlara kullanılan 23,5 milyar TL kredinin garantisi TESKOMB'dur.

“ Bizler zorda olan esnaflar ve sanatkârlarımıza her zaman bir şans daha vererek işlerini düzeltmesi için destek oluruz.

”

Aynı zamanda 25 ülkenin üye olduğu Avrupa Kredi Garanti Kuruluşları Birliği Yönetim Kurulu görevini de yürütüyorum. Dünyada bütün ülkelerde kredi garanti kuruluşları bulunuyor. Bu kuruluşlar içerisinde ortaklarına kullandırdıkları kredilere %100 garanti sağlayan tek kuruluş TESKOMB'dur. 1950 yılından beri faaliyet gösteren TESKOMB'un batık kredi oranı ise yok denecek kadar azdır. Kredi riskinin tamamının riskini üstlenip de bu derece başarılı olan tek sistem bizimkidir. Bu konuda Dünyada örnek gösteriliyor olmak teşkilatımız adına ayrıca gurur vericidir.

TESKOMB'un kredi ve kefalet sisteminin işleyişinden bahsedebilir misiniz?

Başkanlığımıza seçildiğim dönemde sistemin kefalet gücünü yükseltmek amacıyla Risk Fonunu oluşturduk. Alınan kredinin yüzde 1'inin hiç bir şekilde kullanılmadan bu risk fonunda birikmesini sağladık. Bu sayede 15 yılı aşkın süredir sağlanan birikimlerle Fon büyüklüğü 3 milyar Türk lirası seviyelerine ulaştı. Bu sayede kredilerden yapılan kesintileri minimize

ederek esnaflar üzerindeki yükü hafifletmeyi başardık. 20 milyar TL'lik kredi anaparası sağlayan Halkbank'ın bu kredilerde geri alamadığı para bulunmamaktadır. Takibe düşen kredilerin takibini biz yapıyoruz. Dünyanın en büyük ve en gelişmiş bankaları verdiği kredinin yüzde 5'ini dönmeyecek olarak hesaplar. Ama bu oran bizde sıfır, hepsini biz karşılıyoruz. Kefili biz olduğumuz için esnaflar kredi borcunu ödeyemediği durumda bu ödeme kooperatifin hesabından tahsil edilir.

Krediyi kullanıp vadesinde ödeyemeyen esnaflar ve sanatkârlarımızın yerine kooperatiflerimiz bankaya kredi borcunu öder ve esnaflarımızdan tahsil yoluna gider. 3 ay süreyle yasal takip yapmadan tahsil etmeye çalışırız. Çok zorda kalmadan icra işlemi başlatmayız. Bazı dönemlerde kooperatiflerimizin takibindeki alacaklar için ödeme kolaylığı sağlarız. Yeniden yapılandırma yaparak esnafların kooperatife olan faiz borçlarını siler ve taksitler halinde ödemesini sağlarız. Bizler zorda olan esnaflar ve sanatkârlarımıza her zaman bir şans daha vererek işlerini düzeltmesi için destek oluruz.

Ak Parti Yozgat Milletvekili ve TESKOMB Genel Başkanı olarak Türkiye ekonomisinin son yıllardaki ilerleyişini nasıl değerlendiriyorsunuz? Ekonomiyi iyileştirmek için yapılan

“

Yüzde 4-5 faiz oranı ile esnaflar ve sanatkârlarımıza verilen 23,5 milyar TL'yi aşan devlet desteği ile son 70 yılda verilen kredi kadar esnaflar ve sanatkârlara destek sağlandı.

”

Çalışmalar doğrultusunda kısa bir süre önce açıklanan esnaflar ve sanatkârlara teşvik ve kredi destekleri hakkında neler söylersiniz?

Kırk senedir ekonominin içinde olan biri olarak yüz yıllardır yapılamayan büyük atılımların son 15 yıl içerisinde Türkiye'de gerçekleştirildiğini rahatlıkla söyleyebilirim. Türkiye'de her şey millileşmeye başladı. Fabrikalarımızdan otomobillerimize kadar, tanklarımızdan silahlarımıza kadar her şey milli olmaya başladı. Türkiye'nin dışa bağımlılığının azalmasını istemeyen çevrelerin her biri aynı yönde Türkiye'yi durdurmaya çalışıyorlar. Fakat bunların karşısında eskiden olduğu gibi boyun bükken Türkiye yok. Dik duran, Türkiye'nin hakkını bir Türk gibi veren bir liderimiz var. Bizim buna ihtiyacımız vardı.

Yüzde 4-5 faiz oranı ile esnaflar ve sanatkârlarımıza verilen 23,5 milyar TL'yi aşan devlet desteği ile son 70 yılda verilen kredi kadar esnaflar ve sanatkârlara destek sağlandı.

“

Esnafın işi bozuk, o yüzden kredi alıyor.” diyenler var. Onlara şunu söylemek gerekir ki son on yılda esnaf ve sanatkâra verilen düşük faizli 65 Milyar TL kredinin hepsi sıfır takip oranıyla geri ödendi. Demek ki bu krediyi alan esnafımız işliyor, çalışıyor, kazanıyor ve geri ödüyor. Onun için de buna vesile olan Cumhurbaşkanımıza, Hükümetimize, Bakanımıza ve Halk Bankamıza teşekkür ediyorum.

”

Beş bin lirayı zor verdiğimiz dönemlerden esnaf ve sanatkârımızın kooperatif kredisi ile işyeri alabildiği günlere geldik. Esnaf ve sanatkârlarımız piyasa faiz oranlarına göre oldukça düşük bir şekilde %5 faiz oranı ve 10 yıl vadeli 500.000 TL kredi kullanabilmektedirler. Ayrıca işyerinde kullanacağı bir taşıt almak isteyen esnafımızda 500 bin liraya kadar yüzde 4-5 faiz oranlı ve beş yıl vadeli kredi kullanma imkânına sahip. Bu saydıklarım esnaf ve sanatkârların işlerini geliştirmek için devletin tüm imkânlarıyla es-

naf camiasının yanında olduğunun bir göstergesidir.

Bunların yanı sıra özellikle belirtmek isterim ki 50 yıldır özlemle beklediğimiz ve yaklaşık 53 bin kooperatifimize büyük destek sağlayacak kooperatif genel kurullarının üç yılda bir yapılması imkânını sağlayan düzenleme de yasalaştı. Ayrıca kooperatiflerin ortak dışı kazançlarının ayrıca vergilendirmesi ve ortaklarla gördüğü işlemlerin yine kurumlar vergisinden muaf tutulmasını sağlayan düzenleme de bizim özlemle beklediğimiz bir konuydu. Bu konularda yapılan kanuni düzenlemelere verdiği desteklerden dolayı Bakanımıza ayrıca teşekkür ederim. Sayın Cumhurbaşkanımızın öncülük ettiği istihdam seferberliği kapsamında esnaf ve sanatkâr yanında bir kişi çalıştırması durumunda bu çalışanın bir yıl boyunca maaşının yarısı devlet tarafından karşılanmaktadır.

Bir nevi yeni istihdamda tüm vergi ve sigorta primleriyle birlikte 6 ay maaşı devlet karşılayacak. Bu bir buçuk milyon esnaf ve sanatkâr için beklentinin çok üzerinde bir müjde. Böylesine önemli bir konuya öncülük eden başta Sayın Cumhurbaşkanımız olmak üzere katkısı olan herkese çok teşekkür ediyorum.

Kredilere ilişkin güncel veriler nelerdir?

TESKOMB olarak terörden zarar gören esnaf ve sanatkârımıza, faizleri TESKOMB kaynaklarından karşılanmak üzere faizsiz 50 bin TL kredi kullandırdık. 30 yaşını doldurmamış girişimcilerimize 100 bin TL ye kadar sıfır faizle kredi kullanıyoruz. Yine kendi emeğiyle çalışan ve kaybolmaya yüz tutmuş esnaf ve sanatkârımıza faizsiz kredi kullanıyoruz.

2002 yılında kredi faizleri %59 seviyelerinde iken 2003 yılında %30'a, sonraki yıllarda devam eden düşüş neticesinde önce tek hanelere sonrasında ise Cumhuriyet tarihinin en düşük kredi faiz oranlarına ulaşarak %4-5 oranlarına kadar indi.

Aynı şekilde kredi şahıs limitleri 5.000 TL iken zamanla yükselerek bu günlerde yatırım kredilerinde şahıs limiti 500 bin TL diğer kredilerde ise 200 bin TL seviyelerine çıktı. 2002 yılında kullanılan toplam kredi miktarı 153 milyon TL iken bu yıl için kredi miktarımız 23 milyar TL'nin üzerine çıktı.

2018 yılı Ocak ayı itibarıyla kooperatif kredileri 24 milyar TL'ye kredi kullanan esnaf sayısı ise 448 bine ulaştı. 2017 yılında 181.671 esnafımıza 13,2 milyar TL kredi kullanıldı. Son 10 yılda kredilendirilen esnaf ve sanatkâr sayısı 1,5 milyona ulaştı.



ESNAF VE SANATKÂRLAR ÖZELİNDE SEKTÖR ANALİZLERİ PROJESİ

Ulaştırma Sektörü • Deri Giyim ve Ayakkabı Sektörü
Makine Taşıtlar ve Madeni Eşya Sektörü • Gıda Sektörü



TÜRK EL SANATLARI

Modern Tasarımlarda Hayat Buldu



İstanbul Moda Akademisi'nin (İMA) beş öğrencisi geleneksel Türk el sanatlarını canlandırmak için dünyaca ünlü Dice Kayek markasının kreatif direktörü Ece Ege ile bir araya geldi. Uzun süren çalışmalar sonunda Türk el sanatlarının farklı yorumlarından oluşan çarpıcı tasarımlar ortaya çıktı.

Uzun süren çalışmaların sonunda; iğne oyası, tel sarma, tel kırma, Beykoz cam üfleme sanatı, Ödemiş ipeği ve sedef kakma gibi Türk el sanatlarının farklı yorumlarından oluşan tasarımlar ortaya çıktı. Her bir öğrenci üç sunumdan oluşturduğu tasarımlarında, tüm süreci couture tekniği ve el dikişi ile uyguladı.

Dice Kayek koleksiyonlarında işlemler önemli bir yere sahip. Unutulmaya yüz tutmuş, Türkiye'nin önemli bir mirası olan Türk el sanatlarını yeniden canlandırmayı ve aktif halde uygulamayı amaçlayan projede, İMA'da okuyan lisans ve lisansüstü

öğrencilerden oluşan 5 kişilik bir grup Türkiye'nin 5 değişik yöresinin geleneksel el sanatlarını işlemek üzere AR-GE çalışmalarına başladılar. Daha sonra da tasarımlar ortaya çıkarıldı.

El sanatlarının tasarımlara uygulanması iki aşamada gerçekleştirildi. Öncelikle mimari mirasımız olan önemli yapılardan elbiselerin formları oluşturuldu. Daha sonra bu formlara uygun el sanatları çağdaş bir yorumla elbiselerin üzerlerine işlendi.

"Türk el sanatlarını yeniden canlandırmayı hedefleyen koleksiyonda yer alan 15 parçanın her biri; iğne oyası, tel sarma, tel kırma, Beykoz cam üfleme sanatı, Ödemiş ipeği ve sedef kakma gibi Türk el sanatlarının farklı yorumlarından oluşuyor"



DEV VE LÜKS MARKALARDAN SIKILAN TÜKETİCİ EL EMEĞİ GÖZ NURU ÜRÜNLERE YÖNELDİ

Son dönemde yabancı birçok modacının da koleksiyonlarında el işçiliğiyle öne çıkan tasarımlara yer verildiğini söyleyen Dice Kayek markasının yaratıcısı ve kreatif direktörü Ece Ege; "Şu anda dünyada gerçek lüks diye addedilen, kişiye özel yapılan zaman ve emek harcanmış tasarımlar. Global pazarlarda, dev ve lüks markaların artık çok fazla dağıtıldığı ve yayıldığı günümüzde, sıkılan tüketici, el emeği, göz nuru diye tabir edebileceğimiz ürünlere yöneldi. Bu tip işçiliğin gelecekte büyük bir talep oluşturacağına inanıyoruz" dedi.

"Türk El Sanatları Koleksiyon Projesi ile; ülkemizdeki önemini zaman içinde yitirerek unutulmaya yüz tutmuş, geleneksel el sanatlarının yaşatılması ve yeniden canlandırılması amaçlanıyor"

Geleneksel el sanatlarının çağdaş bir formatla sunulduğu koleksiyonda, yer alan tasarımlarda;



9 bin adet tel kırmadan oluşan kafes ceket,
5 bin 200 metre tel ile hazırlanırken,
toplamda **6 bin 510 metre tel** kullanıldı.
Çeşm-i bülbül desenlerinden esinlenerek
4 bin 800 adet üfleme boncuk tasarımlara işlendi,
410 adet sedef taşı ve **600 metre tül kumaş** kullanıldı.
70 metre Ödemiş keteni ile hazırlanan tasarımlar
1.200 adet iğne oyası kullanılarak hazırlandı.



NESLİHAN ÇÖMEZ / Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı Öğrencisi

ÇEŞM-İ BÜLBÜL / CAM ÜFLEME

"Çeşm-i bülbül, 18. yüzyılın sonunda III. Selim'in mevlavi dervişi Mehmet Dede'yi cam tekniklerini öğrenmek için Venedik'e göndermesi sonucunda ortaya çıkmış bir cam işleme sanatıdır. Bülbül kuşunun göz çeperindeki dalgalı çizgi yapısından esinlenmiş, mavi hâreli çizgilerle şeffaf cam üzerinde ruhunu bulmuştur".

Tasarımcı, Çeşm-i Bülbül tekniğini üfleme cam boncuklarla harmanlayarak, ilham aldığı Osmanlı dönemindeki cam objelerin formlarını yansıtmış.

Toplam 4 bin 800 adet üfleme boncuk ve 1000 adet swarovski taş kullanılmış.

TUĞÇE DEMİRAN / Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı Öğrencisi

TEL SARMA

"Tel sarma, el nakışında iple uygulanan desenlerin telle sarılmasıdır. İğneye geçirilen tel, üst üste veya yan yana sarılarak motifleri oluşturur. Tel kırmadan farkı, tel sarma tekniğinde formların sayıya bağlı olmadan daha özgür bir şekilde işlenebilmesidir".

Tasarımcı, Osmanlı döneminde bulunan çeşmelerin burmalı ve alemlı musluklarının formlarından ve Topkapı Sarayı Arz Odası'nda bulunan çeşmelerden ilham alarak, büyük formlar ve geometrik tel sarma parçaları günümüze uyarlanmıştır.

650 adet tel sarma parçaları kadife kumaş üzerine el işlemesiyle dikilmiş, toplam 6 bin 510 metre tel kullanılmış.



Asude ŞENOĞLU / Moda Tasarımı ve Teknolojisi Lisans Programı Öğrencisi
ÖDEMİŞ KETENİ

“Ödemiş İpeği, diğer ipeklere göre çok sert, katlandığında kalıp gibi kalan bir kumaştır. Özelliğini bozmadan kalabilmesi için ipeğin en saf hali kullanılarak, eğitilmiş kişiler tarafından dokunur”

Tasarımcı, çini sanatı bezemelerinin formlarından ilham almış. İzmir Ödemiş'te üretilen ve Anadolu'ya has bir kumaş olan Ödemiş keteninden bu koleksiyonda 70 metre kullanılmış.



SEDEF KAKMA

“Sedef kakma, ilk çağın en eski uygarlıklarında görülmekle birlikte, sedefin en yaygın ve en gelişmiş şekliyle Türk-Osmanlı Sanatı'nda görüldüğü bilinmektedir. Sedef işleme olarak bilinen teknikte sedef, ahşap üzerine açılan çukur veya oymalara yerleştirilir ve tahtaya temas eden yüzeyden düşmelerini önleyecek yapıştırıcılar sürülür ya da sedeflerin etrafı madeni tellerle çevrilir”

Tasarımcı, Sultan Ahmet Camii'nin kubbe-belerinden esinlenmiş.

Koleksiyonda 1200 metre tül, 410 adet sedef taş kullanılmış.

Şebnem GÜNAY / Moda Tasarımı ve Yönetimi Lisansüstü Diploma Programı Öğrencisi

İĞNE OYASI

“Türk el sanatları içinde önemli bir yeri olan iğne oyası, çok zengin çeşide ve geçmişe sahiptir; Sadece süs eşyası olarak değil kişinin duygu ve düşüncelerini ifade etme aracı olarak düğüm düğüm işlenerek uygulanır”

Tasarımcı, kutsal bilgelik anlamına gelen Ayasofya'dan ilham almış. 1461 yılında Fatih Sultan Mehmet'in Trabzon kuşatması sonucu kültürümüze kazandırılan Trabzon Ayasofya Camii'nin mimari yapısının formları tasarımlara uyarlanmış.

Koleksiyonda 1210 adet iğne oyası kullanılmış.



Tayfun KABA / Moda Tasarımı ve Yönetimi Lisansüstü Diploma Programı

TEL KIRMA / BARTIN YÖRESİ

“Türk işlemlerinin en güzel örneklerinden biri de Bartın yöresine ait tel kırma tekniğidir. Tel kırma tekniği uygulanırken, tel makas kullanılmadan kıvrılarak koparıldığı için bu ismi almıştır”

Tasarımcı, Sultan Ahmet Camii kapısında bulunan künde-kari deseninden esinlenmiş. Koleksiyon 16 bin 460 adet tel kırmadan oluşurken, toplam 9 bin 500 adet tel kullanılmış.

Rekabet Üstünlüğü Elde Etmede Yenilikçilik

Ahiliğin Yenilikçiliğe Etkisi

Prof. Dr. İsmail BAKAN
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
İ.İ.B.F. İşletme Bölümü

Küreselleşmenin etkisini tam olarak gösterdiği, işletme çevresinde her şeyin çok hızlı şekilde değiştiği ve geliştiği, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin çok hızlı yaşandığı çağımızda, büyümenin, rekabet avantajı elde etmenin, yeni fırsatlar yakalayıp bunları değerlendirmenin ve yeni kazançlara sahip olmanın sürdürülebilir en önemli ve dikkat edilmesi gereken kaynağı yenilikçiliktir. Günümüzde küresel pazarda rekabetçi avantaj elde etmenin çeşitli yollarını deneyen yöneticiler sürekli ve stratejik bir vizyona yönelerek yenilikçiliği ön plana çıkarmanın (Porter, 2000: 4) önemine vurgu yapmaktadırlar.

"Eski köye yeni adet getirme", "İcat çıkartma" gibi ifadelerin işletmecilik açısından baktığımızda günümüzde pek geçerli olmadığını, icat çıkartmanın, buluşlar yapmanın, günün şartlarına göre mal ve hizmetlerin üretilme-

si ve sunumunun önemli olduğu artık herkes tarafından kabul görmektedir. İşleri eskisi gibi sürdürmenin artık istenen sonuçlar getirmediği anlaşıldığından, işletmelerin çoğu kendilerine daha iyi gelecek oluşturmak için başkalarından farklı olma adına yeni fikirler geliştirdikleri ve yeni faaliyetlere giriştikleri net bir şekilde görülmektedir. Bu deneyimlere girerken odak noktaya yerleştirdikleri kavram ise "yenilik" kavramı olmuştur. Genç (1997: 43)'e göre yenilikçi olmak, mevcut duruma, değişim gerektiği zaman yapıcı bir şekilde meydan okuyan bir tutum sergilemektir.

Yenilik Kültürünü Oluşturan Bileşenler

Putzier (2002: 19-20) yenilik yapmanın bir görev değil, yenilik kültürünü oluşturan dört bileşenin etkileşiminden kaynaklanan bir sonuç olduğunu belirtmiştir. Bu bileşenler şunlardır:

Bağımsızlık: Daha başlangıçta doğru kişileri işe alarak ve işe alınan bu kişilere zaman içerisinde kendi fikir ve projelerini ifade edebilecekleri özgürlük alanı tanıyarak işletmede yenilik kültürünün temelleri atılabilir. Burada işe alımlarda liyakatin ne kadar önemli olduğu, işe uygun elemanın seçiminin ne denli hassas bir konu olduğu da ortaya çıkmaktadır. Elemanı işe alıp ona uygun iş bulma çabası yerine, yapılacak işleri doğru tanımlayarak bu işi yapacak nitelik ve kapasitedeki kişilerin işe alınması sağlanmalıdır. Aksi takdirde sayı olarak fazla ancak nitelik açısından yetersiz bir ekiple yenilikçi projelerin ortaya çıkmasını sağlayamazsınız. Doğru bireyleri işe aldığımızdan emin olduktan sonra ise bu elemanları yetkilendirerek hatta daha da önemlisi güçlendirerek işletmemize katkı sunmalarının kapısını aralamamız gerekmektedir.

Çocukluktan beri yetişme tarzımızda genellikle, maalesef, cezalandırma anlayışı vardır. En küçük bir hatanın (kasti olarak yapılan bir davranışsal yanlışlığı kastetmiyoruz) büyük cezalarla karşılık bulduğu durumlarda bireyin kendini ifade etmesini bekleyemezsiniz. Birey cezalandırılmamak anlamında farklı bir şeyler denememe zorunluluğunda kendisini hisseder.

“
Yenilikçi olmak,
mevcut duruma,
değişim gerektiği
zaman yapıcı bir
şekilde meydan
okuyan bir tutum
sergilemektir.”

Acaba sürücü ehliyetini almış ancak ehliyetini aldığı günden itibaren hiç araç kullanmadığından hatası da olmayan bireyi en kaliteli şoför olarak tanımlaya bilir miyiz? Hatayı bir şeyler yapmak için yola çıkan insanlar yaparlar.

"Ya başarısız olursam" endişesi kişinin var olan gizli yeteneklerini işletme hedeflerimiz doğrultusunda açığa çıkartmasına engel teşkil edecektir. Özellikle çevresinde işletmesi adına faydalı işler yapmak için kendi fikirlerinden yola çıkarak girişimde bulunmuş ancak başanmaya ulaşamamış bireylerin bu başarısız denemelerinden dolayı cezalandırıldığını görmüşse, bu bireyden yenilikçilik adına yeni şeyler ortaya çıkartmasını bekleyemezsiniz. Oysa, işletmesinin başarısı adına yeni bir şeyleri iyi niyetli olarak ve gerekli özeni göstererek yapmış olan bireyi, denemesinde başarısız dahi olsa başarısızlığından ders aldığını, yeni bir deneyime sahip olduğunu düşünerek desteklemek doğru olan yoldur. Hangi büyük buluş ya da metod ilk denemede başarılı olmuştur ki? Acaba, Edison'un yüzlerce defa buluşu için yaptığı faaliyetleri tekrarlaması ve her başarısızlığında pes etmeden yoluna devam etmesi yanlış bir uygulama

miydi? İstanbul'un fethi için defalarca denemeler yapılması ve her kuşatma sonucunda ele geçirilemeyince yeni kuşatmaların başka zamanlarda yapılması gereksiz miydi? Ya da kendi yaşantımızda geçmişe baktığımızda yaşadığımız "keşke"lerimiz neyi ifade ediyordu? Kendimiz her başladığımız işi ilk defasında doğru mu yapıyoruz? Hayatımız hep başarılarla dolu, kendimizi başarısız bulduğumuz denemelerimiz olmadı mı? Bisiklet kullanmayı öğrenmeye başladığımız ilk zamanlar bisikletten ilk düştüğümüzde acaba o işten vazgeçerek kendimizi cezalandırdık mı? Şimdi tüm bunlara baktığımızda ve bu soruların cevaplarını düşündüğümüzde nasıl olurda iyice araştırarak, deneyim ve niteliğine güvenerek işe aldığımız çalışanlarımız bizim ve işletmemizin yararına yeni bir girişimde bulduklarında şayet başanmaya ulaşamadı iseler onları nasıl cezalandırırız?

Önemli olan, yaptıkları işlerde samimi davranmaları, işletmemizin menfaatine sonuçlar ortaya çıkarmaya niyetlenmeleridir. Aksi takdirde yanımızda çalışan insanları birer robota dönüştürmüş oluruz. "Şunu yap, bunu yapma, bana niye sormadın" gibi ifadeler nitelikli çalışanın zihnine ve bedenine prangalar vurmaya anlamına gelir. Tabii ki, çalışanlarımızı biz yönlendireceğiz, kontrol edeceğiz, performanslarını ölçümleyeceğiz, ancak hiç bir zaman onları "beyninizi işletmenin giriş kapısına bırakın, lütfen yalnızca bedeninizle içeri girin" gibi bir yaklaşımla onları yönetmeye kalkışmayacağız. Hatta tam aksine "hep benim gibi düşünüyorsan ekibimde yer almana gerek yok, ben zaten onları kendim düşünüyorum" anlayışıyla hareket ederek, bizden farklı düşünen, bize yeni projeler sunacak olan başarılı elemanlardan oluşan ekipler kurmamız gerekir.

Bilgi: Günümüzde işlerde başan elde etmenin en temel unsurlarından birisi de yeterli bilgiye ulaşmak, bu bilgileri içselleştirmek ve kullanabilmektir. Bilginin en önemli güç kaynağı olduğunu unutmamalıyız. Sahip olduğumuz bilgiyi bir çiçeği sulayıp bakımını yaparak yaşamda tuttuğumuz gibi sürekli yenilemeli ve yeni bilgileri mevcut bilgilerimize ekleyerek bilgi ihtiyacımızı karşılamalıyız. Bakın, fason üretimin yapıldığı alanlara göz attığımızda çok sayıda kaynak, imkan seferber edilerek ve insanların alın teri akıtılarak büyük zahmetlerle başka firmalar için ürünlerin üretildiğini görmekteyiz.

“
Yenilikçilik, yeni fırsatların organize edilmesini, sistematik ve sürekli bir biçimde araştırılmasını kapsamalıdır.
”

Ancak önemli kaynaklar harcıyarak, büyük zahmetlere katlanılarak fason ürün üretenlerin elde ettikleri kar marjı ile markalaşmış olduklarından kendi adlarına üretimin yapıldığı marka sahibi firmaların kar marjlarını karşıladığımızda arada önemli oranda marka sahibi firmalar lehine bir farklılık olduğunu görmekteyiz. Yani kısacası, asıl ürünü üreten neredeyse kann tokluğuyla çalışırken, üretimde hiç elini sıcağından soğuya değdirmeyen ancak markasını görüyoruz. Niçin? Çünkü biri marka geliştirmiş, markanın kendisi bilgidir, bu bilgi düzeyine ulaşmış ve başkasına ürettirerek kendisi markasıyla önemli kazanımlar elde etmiştir. O halde, işletmelerin yeterli bilgiye sahip olmaları, bilgilerini güncelleştirmeleri ve bu bilgileri çalıştırdıkları elemanlarıyla paylaşmaları gerekmektedir.

Bireysellik: Çalışanların farklı düşüncelerine değer verilmeli ve farklılıklardan hoşnut olunmalıdır. Yöneticiler “kendilerine benzemeyen insanlarla” çalışmayı tercih etmelidirler. Eğer çalışanların tek yaptıkları yöneticilerinin söylemlerini onaylamak ise, yenilikçi fikirlerin oluşması mümkün olmayacaktır. Önemli olan bireysel düşüncelerin serbestçe ifade edilebileceği ortamların yaratılmasıdır.

Ödüllendirme: Yenilik ve yeni fikirler gözlemlendiği, ölçüldüğü ve ödüllendirildiği zaman ortaya çıkmaktadır. O halde, yeni fikirler üreten çalışanların takdir edilmesi gerekmektedir.

Yenilikçiliğin Öğretilmesi Konusunda İlkeler

Değişen ve gelişen işletme çevresinde işletmelerin başan kazanabilmeleri için değişime ayak uydurabilmeleri ve değişime ayak uydurabilmeleri için de yenilikçi olmaları gerekir.

Ancak yenilikçi olmak bir işletmede yalnızca belli kişilere bırakılacak basit bir iş olmayıp işletmede bütüncül yaklaşımla herkesin yenilikçilik sürecine dahil edilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, işletmedeki herkesin gizli kalmış yenilikçilik yeteneklerini açığa çıkarmak için başarılı işletmelerin yenilikçiliği çalışanlarına öğretmeleri gerekir. Tucker (2002: 14)’e göre yenilikçiliğin öğretilmesi konusunda şu dört temel ilkeye öncelik verilmesi gerekmektedir:

İşletmenin yenilikçiliğe yaklaşımı geniş kapsamlı olmalıdır. Yenilikçilik, işletmede yalnızca işletme sahibinin ya da yöneticinin sorumluluğu olarak görülmemeli, tepeden aşağıya herkesin sorumluluğunda olmalıdır. Herkes yeni ürün, hizmet, süreç, strateji, iş modelleri ve yeni pazarlar geliştirme konusunda sorumluluk üstlenmelidir (Tucker, 2002: 14).

Yenilikçilik, yeni fırsatların organize edilmesini, sistematik ve sürekli bir biçimde araştırılmasını kapsamalıdır: İşletmelerde yeni fikirlerin ve projelerin geliştirilmesi için ortaya çıkan fırsatların işletme açısından değerlendirecek, yeni fikirleri uygulamaya aktaracak sistemlerin oluşturulması gerekmektedir. Bu amaçla öneri sistemleri, çalışanların kararlara katılımı gibi sistemlerin işletmelerde kurgulanmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Kuruluştaki herkes yenilikçilik sürecinin içinde yerini almalıdır. Uygulamada birçok işletmenin, çalışanlarının yenilikçi fikirlerinin açığa çıkması için çaba sarf etmedikleri hatta onlardan böyle bir beklenti içerisine dahi girmedikleri görülmektedir. Oysa, “akıl akıldan üstündür”, herkesin kendi bilgi ve tecrübesine dayalı önemli çözümleri vardır. Bu çözümlerin işletme amaçları doğrultusunda açığa çıkartılması önem arz etmektedir. İşletmenin yaşamını sürdürebilmesi için çalışanlarının sorun çözme ve fırsat yaratma beceri ve yeteneklerinden yararlanmak gerekmektedir. Her yeni düşünce uygulamaya aktarılmaya elverişli olmayabilir. Bu gayet normaldir. Öncükilerin tekrarı veya kişinin çıkana uygun fikirler ortaya çıkacak endişesiyle çalışanların düşüncelerini hiç almamak, işe yarayacak olanlara da hayat şansı tanımamak anlamına gelir.

İşletme, yenilikçilik ortamını geliştirmek için sürekli çaba göstermelidir. İşletmeler yenilikçiliğe imkan tanıyan düşünce, ilke, anlayış, normlar kısacası yenilikçi bir örgüt kültürü geliştirebilirler.

Yöneticinin önce kendisi yenilikçiliğe açık olmalı daha sonra da diğer çalışanlarını yenilikçiliğe teşvik etmelidir. En değerli yönetici ve iş görenler kendi konfor alanlarının dışına çıkarak, örgüt olarak daha verimli ve başarılı olmak için yeni ve daha iyi yollar aramaya ve bunları uygulamaya hazır olanlardır. Bir işletmeyi rakiplerinden farklı ve üstün kılacak temel özellikler çalışanlarının bilgi, beceri, kararlılık ve yenilik yapma yetenekleridir (Bakan, 2004).

Ahiliğin teşkilatında müşteri memnuniyeti önemli olup, müşterilerin ihtiyaçlarını en etkin şekilde karşılayacak

“
Yenilik ve yeni fikirler gözlemlendiği, ölçüldüğü ve ödüllendirildiği zaman ortaya çıkmaktadır. O halde, yeni fikirler üreten çalışanların takdir edilmesi gerekmektedir.
”

kalitede mal ve hizmetin üretilmesi esastır. Kaliteli mal ve hizmetin üretimi ise iyi eğitilmiş kalifiye çırak, kalfa ve ustalar ile mümkün olduğu kabul edilmiştir. Ahi teşkilatının kurucusu Ahi Evran her esnafın kaliteli ürünler üretip üretmediği ve müşterisini memnun edecek faaliyetlerde bulunup bulunmadığını kontrol ederek üretimde belirli standartlara ulaşılmasına önem vermiştir. Ahilikte bugünkü yenilikçi işletme kültürünü destekleyen müşteri odaklı davranma, müşteriye daha iyi mal ve hizmet üretme adına çalışanları eğitme ve motive etme ilkeleri esas alınmıştır.

Yenilikçi fikir ve projelerin ortaya çıkması için ortak akıl kullanmak önemli bir durum iken ahilikte bununla örtüşen kararlara katılım ve paylaşım esaslarına önem verilmiştir. Esnaflarla ilgili kararlardan önemli olanlar büyük meclislerde görüşüldü. Yenilikçi anlayışta kullanılan kalite çemberleri, beyin fırtınası gibi tekniklerin özü belki de bu meclislerde bulunmaktaydı. Örneğin, ahilikte işbirliği, yardımlaşma ve sosyal ilişkilere önem verilmekte olup üst yöneticiden çırağa kadar bütün ça-

alışanların işbirliği halinde çalışmaların temel felsefe olarak kabul görmüştür. Bu durum, yenilikçi kültürde, yenilikçiliğin işletmede yalnızca belirli bireylerin sorumluluğuna bırakılmaması, işletmede çalışan herkesin bu kapsama alınması gerekliliğinin temelini oluşturmaktadır. Dolayısıyla, ahilik teşkilatının uyguladığı birçok ilke ve uygulama yenilikçi kültürün temel argümanlarını içerisinde barındırmaktadır.

Kaynakça:

- Bakan, İ., 2004. Yöneticiler İçin Başarı Stratejileri, Beta Basım, İstanbul.
- Genç, N., 1997. Zirveye Götüren Yol: Yönetim. Timaş Yayınları Başarı Dizisi-4, İstanbul.
- Porter, M., 2000. Avantaj Yaratmak, Executive Excellence, Yıl.4, Sayı.43, s.3-4.
- Putzier, J., 2002. Yenilik Reçetesi, Executive Excellence, Yıl.6, Sayı.65, s.19-20.
- Tucker, R. B., 2002. Çalışanlarınıza Yenilikçi Olmayı Öğretin, Executive Excellence, Yıl.6, Sayı.62, s.14-16.

Gıda Sektörü Analiz Raporu Kitap Haline Geldi

Türkiye genelinde sayıları 1.7 milyonu aşan esnaf ve sanatkârlar istihdama sağladıkları katkı ve oluşturdukları katma değer ile hem ekonominin hem de sosyal hayatın en önemli yapı taşlarından biridir. Bu doğrultuda esnaf ve sanatkârlara ilişkin yapılacak düzenlemeler toplumun büyük bir çoğunluğuna doğrudan etki edeceğinden söz konusu düzenlemelerin yapılması için öncesinde esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdikleri sektörlerin derinlemesine incelenmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü, esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdikleri sektörlerdeki mevcut durumlarının ve sorunlarının tespit edilerek çözüm önerileri oluşturulması ve sektörün gelecek vizyonunun belirlenmesi amacıyla 2015 yılında "Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizi Projesini" hayata geçirmiştir. Proje

Halkbank'ın desteğiyle üniversiteler ile beraber yürütülmektedir.

Proje kapsamında analiz edilen sektörlerden birisi olan gıda sektöründe faaliyet gösteren yaklaşık 400bin esnaf ile ulaştırma sektöründen sonra sayıca en büyük sektör olma özelliğini taşımaktadır. Gıda sektöründeki esnaf ve sanatkârlara ilişkin çalışmalar özetle şu şekildedir:

- Masa başı araştırmaları, literatür taraması, konuya ilişkin rapor ve çalışmaların tespiti
- 10 adet odak grup toplantısı
- 10 adet iyi uygulama incelemesi
- 8 adet büyük ölçekli şirket mülakatı
- 2 adet yurt dışı iyi uygulama incelemesi
- Dünya- OECD- AB ülkeleri mevcut durum incelemeleri

- 1100 esnaf, 1000 tüketici anketi uygulaması

- Eğitici materyaller hazırlanması

Proje sonucunda, gıda sektöründe faaliyet gösteren esnafın mevcut durumunu tespit ederek karşı karşıya kaldığı sorunların çözümü ve geleceğe yönelik yol haritası oluşturmakla beraber proje kapsamında geliştirilen öneriler ile birlikte sektörün daha iyi bir noktaya gelmesi için yapılması gerekenlerin tespit edilerek ihtiyaç duyulan adımların atılması amaçlanmıştır.

Tüm bu beklentilerle yürütülen proje faaliyetleri Bakanlığımız koordinasyonunda, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi proje ekibi ile gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın ardından elde edilen çıktılar sonuç raporu şeklinde kitaplaştırılarak kamuoyuna sunulmuştur.



Söz konusu kitabın ilk bölümlerinde sektöre ait istatistiksel verilere, sektörün bölgelere göre dağılımına, ülke ekonomisi içerisindeki yerine, tüketicilerin sektörde sunulan hizmetlerden memnuniyet durumu ve beklentilerine yer verilmiştir. Ayrıca sektörün Dünyada, Avrupa Birliğinde ve OECD ülkelerindeki durumu ile ülkemizdeki uygulamaları, proje kapsamında gerçekleştirilen ziyaretlerde tespit edilen yurt dışı ülkelerin durumu, ülke içinde ziyaret edilen büyük şirket ve iyi uygulama örneklerinden elde edilen değerlendirmeler de detaylı olarak incelenmiştir.

Kitabın diğer bölümlerinde ise yapılan bu değerlendirmelerin ve incelemelerin ardından proje kapsamında

ele alınan on sekiz meslek grubu, 5 ana başlık altında ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

Bu kapsamda her mesleğe ilişkin;

- Tanım, istatistiksel veri, sektörel dağılım,
- Esnaf, şoför ve tüketici memnuniyet durumu ve beklentileri,
- İlgili mevzuat,
- İnsan kaynağı ve mesleğin güçlü- zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini içeren SWOT analizi,
- İşe başlangıç süreçleri ve teknoloji kullanım düzeyleri,
- Rekabet analizi ve karşı karşıya kalınan sorunlar gibi hususlar detaylı olarak incelenmiştir.

İncelemeler sonucunda esnafın karşılaştığı sorunlara yönelik elde edilen tüm veriler çerçevesinde çözüm önerileri ve kısa- uzun vadeli stratejiler de kitap içeriğinde yer almaktadır.

Söz konusu kitaba elektronik ortamda www.esnaf.gtb.gov.tr adresinden ulaşılabilir.

Ayrıca bu proje esnaf ve sanatkârlar özelinde bugüne kadar yapılan en detaylı çalışma olarak da ayrı bir öneme sahiptir. Bu nedenle bu kitap gıda sektöründe çalışma yapmak isteyen kişiler için önemli bir kaynak olma özelliği de taşımaktadır.

TESK Değerlendirme Toplantısı Yapıldı

TESK Değerlendirme Toplantısı, 15 Ocak tarihinde Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu Genel Merkezinde, Başbakan Binali Yıldırım, Maliye Bakanı Naci Ağbal, Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci'nin katılımıyla gerçekleşti.

Bakanlık bürokratları, Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu (TESK) Genel Başkanı Bendevi Palandöken, esnaf ve sanatkarlar federasyonlarının başkanları ve 81 ilden gelen birlik başkanlarının katıldığı toplantıda esnaf ve sanatkarların mevcut durumu, beklenti ve talepleri ele alındı.

Toplantıda konuşan Başbakan Binali Yıldırım; esnaf ve sanatkarın ülke ekonomisinin geleceğinin temelini olduğunu ifade ederek, "Bizim medeniyetimizde esnaf ve sanatkarlar sadece ekonomi faaliyetiyle iştiğal eden kurum, kesim değildir. Selçukludan, Osmanlıdan, Cumhuriyet döneminden Ahilik kültürü adı altında esnaf ve sanatkarlar bu ülkenin her zaman çimentosu olmaya devam etmiştir. Bu güçlü kadim gelenek ülkeyi ayakta

tutan, bir arada tutan, ülkemize istikamet veren bir vazifeyi hakkıyla yerine getirmiştir" ifadelerini kullandı.

Hükümetin esnaf ve sanatkarlara yönelik attığı adımlara, bu kesime sunulan destek ve hizmetlere değinen Yıldırım, esnafın dayanışma ve desteğinin önemini vurgulayarak "Esnaf için her gün yeni bir başlangıçtır. Esnaf her yeni güne yeni bir heyecanla başlar. Dükkanını besmele ile açar, akşam da helalinden kazandığına hamd ederek dükkanını kapatır. Bu manevi zenginliğiniz ülkemizin gelecek hedefleri için en büyük kaynaktır" diye konuştu.

TESK Genel Başkanı Bendevi Palandöken ise yaptığı konuşmada; Hükümetin 15 senedir çalışma hayatını ve esnafın çalışmalarını kolaylaştırıcı adımlar attığını belirterek, Başbakan Binali Yıldırım'a teşekkür etti. Esnafın sorunlarıyla ilgili hükümetin kapısını her çalışlarında olumlu sonuç aldıklarını belirten Palandöken, bundan memnuniyet duyduklarını da söyledi.



Ahilik Panelleri Devam Ediyor



toplum refahı gibi değerler 13'üncü yüzyıldan itibaren Ahilerin ve Ahilik Teşkilatının vizyonu olmuştur. Milletimizin asırlar boyunca birlik ve beraberlik duygusu içerisinde, maddi ve manevi bütün değerleriyle medeniyet tarihine kazandırdığı; mükemmel insanı ve mükemmel toplumu hedefleyen Ahilik değerlerine duyduğumuz ihtiyaç günümüz dünyasında her zamankinden fazladır. Bu doğrultuda; Bakanlık olarak bütün yıl boyunca üniversitelerimizde paneller düzenlemeyi, gençlerimizle Ahilik çatısı altında buluşmayı hedefliyoruz" diye konuştu.

Moderatörlüğünü Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Nihat Yatkın'ın yaptığı panelde; Erzurum Atatürk Üniversitesi akademisyenlerinden Prof. Dr. Turan Öndeş ve Prof. Dr. Fehim Bakırcı konuşmacı olarak katıldı. "İş ve Meslek Ahlakında Ahilik" ve "Sosyo-Ekonomik Açıdan Ahilik Teşkilatı" konularında katılımcılara bilgi verildi.

Panelin hemen ardından ER-ÇİM-SAN Holding Yönetim Kurulu Başkanı Lütfü Yücelik, kariyeriyle ilgili tecrübelerini öğrenciler ile paylaştı.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü koordinasyonunda, Ahilik kültürünün tanıtılması, esnaf ve sanatkarlar ile meslek teşkilatlarında yaşatılması ve gelecek kuşaklara aktarılması amacıyla birçok faaliyet yürütülmektedir.

Bu faaliyetler Ahilik Haftası Kutlamaları Yönetmeliği uyarınca oluşturulan Ahilik Kutlamaları Merkez Yürütme Kurulu'nda alınan kararlar çerçevesinde şekillenip gerçekleştirilmektedir.

Ahilik Kutlamaları Merkez Yürütme Kurulunda alınan karara istinaden; Ahilik değerlerinin yaşatılması ve gençlerimiz arasında bu kültürün yaygınlaştırılması amacıyla Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü tarafından Ahilik Panellerinin birincisi 21 Mart 2017 tarihinde Gaziantep Üniversitesinde, ikincisi 25 Nisan 2017 tarihinde Karadeniz Teknik Üniversitesi'nde, üçüncüsü 29 Eylül 2017 tarihinde Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi'nde, dördüncüsü ise 14

Aralık 2017 tarihinde Erzurum Atatürk Üniversitesinde gerçekleştirildi.

Erzurum Atatürk Üniversitesi Nene Hatun Kültür Merkezinde gerçekleştirilen ve öğrencilerin yoğun ilgi gösterdiği panel; Erzurum Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği (ESOB) Başkanı Rasim Fırat, Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdür Yardımcısı Hüseyin Altındal ve Erzurum Atatürk Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Ömer Çomaklı'nın konuşmalarıyla başladı.

Altındal, konuşmasında Ahilik kültür ve felsefesinin, toplumsal yaşamın ortak paydası olan insan üzerine kurulduğunu, özünde insanı temel aldığı belirterek; "Ahilik, insanlar arasındaki ticari ve toplumsal ilişkilerde dürüstlük, iş ve meslek ahlakına, hak ve hukuka riayet etme, saygılı ve güler yüzlü olma ilkelerini temel düstur edinmiştir. Bu değerler, toplum tarafından da bir yaşam tarzı olarak benimsenmiştir. Günümüz dünyasında iş etiği denince aklımıza gelen kavramlar olan kalite standardı, dürüst rekabet, tüketici hakları ve



Esnaflık ve Sanatkarları Bilgilendirme Toplantısı Erzurum'da Gerçekleşti



Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü tarafından esnaf ve sanatkar kesimini geliştirmek, büyütmek ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlayacak seviyeye getirmek için birçok koldan faaliyet yürütülmektedir. Bu amaçları gerçekleştirmek için ülke genelinde esnaf ve sanatkarlara yönelik bilgilendirme toplantıları da yapılmaktadır.

Esnaflık ve Sanatkarları Bilgilendirme Toplantıları çerçevesinde;

- Mevcut sorunların dinlenmesi ve bu sorunlara çözüm önerileri sunulması,
- Esnaf ve sanatkarların vergi ve sosyal güvenlik konularında bilgilendirilmesi,
- Kredi ve finansmana erişim ve bunlardan yararlanma imkânlarının tanıtılması,
- Esnaf ve sanatkarların beklentilerinin tespit edilmesi,
- Yenilikçilik ve rekabet konusunda fikir verilmesi

amaçlarıyla Halk Bankası, Sosyal Güvenlik Kurumu, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, Kredi Garanti Fonu, Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Merkez Birliği gibi kurumlardan temsilciler, esnaf ve sanatkarlar ile bir araya getirilmektedir.

“

Esnaflık yapmak, emek ve piyasa arasındaki boşluğu kapatmak, yeni iş yaratmak, mevcut işi geliştirmek, büyütme, piyasaya yeni mal ve hizmet sunmaktır

”

Gerçekleşen toplantılarda esnaf ve sanatkarların sorun ve talepleri birinci ağızdan dinlenmekte ve bunlara alanında uzman kişilerce cevap verilmektedir.

Söz konusu toplantılar bugüne kadar 14 ilde (Çorum, Ordu, Adana, Bursa, İzmir, Ağrı, Kocaeli, İstanbul, Kırşehir, Aksaray, Adıyaman, Van, Elazığ, Hatay) yapıldı.

Üst düzey katılımıyla gerçekleştirilen Esnaf ve Sanatkarları Bilgilendirme Toplantılarının 15'incisi Erzurum'da gerçekleştirildi. Söz konusu toplantıya Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci de katıldı.

Çok sayıda Erzurumlu esnaf ve sanatkarın katıldığı toplantıda konuşan Bakan Tüfenkci; Esnafın hak ve adalet için gerektiğinde "Ahi Evran, Şeyh Edebalı, Fatih Sultan Mehmet ve Çanakkale ruhu" olmak demek olduğunu ifade etti ve ardından,

"Topluma, girişimciliği öğreten, sermayeden ziyade emeğine ve sanatına güvenen, Türk ticaret hayatını ayakta tutup buna zemin oluşturan esnaf ve sanatkarlarımızdır. Esnaflık yapmak, emek ve piyasa arasındaki

boşluğu kapatmak, yeni iş yaratmak, mevcut işi geliştirmek, büyütme, piyasaya yeni mal ve hizmet sunmaktır" diye konuştu.

Toplantıya Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Cenap Aşçı, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu Genel Başkanı Bendevi Palandöken, Erzurum Valisi Seyfettin Azizoğlu, Erzurum Büyükşehir Belediye Başkanı Mehmet Sekmen, Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürü Necmettin Erkan, Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Lütfü Yücelik, Erzurum Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği Başkanı Rasim Frat, AK Parti İl Başkanı Mehmet Emin Öz, oda başkanları ve çok sayıda bürokrat da katıldı.

Toplantıda; Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Merkez Birliği ve Halkbank temsilcileri tarafından, esnaf ve sanatkarların yararlanabileceği teşvik ve destekler ile finansmana erişim imkânları hakkında bilgi verildi. Toplantının sonunda Bakan Tüfenkci, Erzurumlu esnaf ve sanatkarların sorunlarını dinleyerek, sorularını cevapladı.



Esnaflar ve Sanatkarlara Yönelik Pazarlama ve Markalaşma Projesi (PAMAP) hayata geçirildi

Projeyle rekabet güçlerini kaybetmekte olan, istihdama ve milli gelire önemli katkı sağlayan, imalat kapasite ve potansiyeli yüksek olan sektörlerdeki küçük işletmelerin uluslararası rekabet gücünün artırılması amaçlanıyor.

Sayılan 1,7 milyonu bulan esnaf ve sanatkar işletmeleri, gerek ekonomiye katkıları gerekse de sosyal ve kültürel hayattaki rolleri itibarıyla Türk toplumunun vazgeçilmez bir parçasıdır. Küreselleşen dünyadaki rekabetçi ve yenilikçi ortama uyum sağlamak zorluk çeken esnaf ve sanatkarların bu koşullarda ayakta kalabilmeleri için kapsamlı bir değişim ve dönüşüm geçirmeleri zorunlu hale gelmiştir. Değişim ve dönüşümü mümkün kılmak adına atılacak öncelikli adımlardan birisi, çoğunlukla yerel pazarlara yönelik mal ve hizmet üreten bu işletmelerin faaliyetlerini uluslararası piyasalara taşımasına imkân sağlamaktır.

Çeşitli nedenlerle rekabet güçlerini kaybetmekte olan, istihdama ve milli gelire önemli katkı sağlayan imalat kapasite ve potansiyeli yüksek sek-

törlerdeki küçük işletmelerin uluslararası rekabet gücünün artırılması bu bağlamda önemlidir. Aynı zamanda markalaşma çalışmalarının geliştirilmesi, desteklenmesi ve uluslararası mecrada ulusal ya da sektörel markalar çatısında tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesinin de iyi neticeler doğurabileceği değerlendirilmektedir.

Bu doğrultuda, ülkemizin ekonomik, sosyal ve kültürel hayatının önemli bir unsuru olan esnaf ve sanatkar işletmelerine yönelik politika ve programlar geliştirilmesi ve mevcut uygulamaların iyileştirilmesi amacıyla bu alanda daha çok araştırma yapılması gerektiği gerçeğinden hareketle Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından, Esnaf ve Sanatkarlara Yönelik Pazarlama ve Markalaşma Projesi (PAMAP) hazırlanarak, 2017 yılı itibarıyla hayata geçirildi.

Projenin tüm esnaf ve sanatkarları kapsamak yerine ihracat potansiyeli bulunan meslek kolları içinden seçilecek sektörler özelinde yürütülmesinin yerinde olacağı değerlendirilirken, ihracat yapan esnaf ve sanatkar

sayısı ve bunların gerçekleştirdiği ihracat tutarları ile Esnaf ve Sanatkarlar özelinde Sektör Analizleri Projesi sonuçları ve deneyimleri dikkate alınarak projenin makine ve aksamları, hazır giyim ve konfeksiyon, mobilya, mücevherat, deri ve deri mamulleri sektörleri özelinde yürütülmesi uygun görülmüş, Esnaf ve Sanatkar meslek kolları bazındaki ihracat verileri toplanarak yapılan analizlerde ise söz konusu beş sektörün toplam ihracat tutarının yaklaşık % 48'ini, ihracat yapan esnaf ve sanatkar işletmelerinin de % 37'sini oluşturduğu belirlenmiştir.

Öte yandan Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğü tarafından yürütülen, Esnaf ve Sanatkarlara Yönelik Pazarlama ve Markalaşma Projesi kapsamında Ankara, Gaziantep, Bursa, Konya, İstanbul ve Denizli illerinde odak grup toplantıları; Antalya, İzmir ve İstanbul illerinde fuar ziyaretleri; Çin Halk Cumhuriyeti'nde uzman incelemesi ve yerinde incelemeler gerçekleştirildi. Söz konusu toplantı ve incelemelerin başka il ve ülkelerde de yapılması planlandı.

Sektör Analiz Toplantıları Sürüyor

Esnaflar ve sanatkarların faaliyet gösterdiği sektörlerin her birinde Gümrük ve Ticaret Bakanlığı personeli ve akademisyenlerden oluşan proje ekipleri tarafından analiz çalışmaları yürütülüyor.

Esnaflar ve sanatkarların sorunlarını tespit etmek, çözüm önerileri geliştirmek ve ilgili kurumlar nezdinde girişimde bulunma görevi doğrultusunda, Bakanlığımızca esnaf ve sanatkarların faaliyet gösterdiği sektörlerde detaylı sektör analizleri yaparak mevcut durumlarını ortaya koymak ve gelecek projeksiyonlarını çizmek üzere Esnaf ve Sanatkar Özelinde Sektör Analizleri Projesi hayata geçirilmiştir.

Projenin amacı her bir sektörde;

- Sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkarların mevcut durumlarını, sorunlarını, ihtiyaçlarını ve beklentilerini tespit etmek,
- Tespit edilen sorunlara çözüm önerileri geliştirmek,
- İlgili sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkarların rekabet gücünün artırılabilmesi için, sektördeki yurtiçi ve yurtdışı iyi uygulamalar, yeni akımlar, yönetsel ve teknolojik gelişmeleri tespit etmek,
- Bu çerçevede sektör vizyonunu ortaya koymak ve sektörü bu vizyona

taşıyacak gelişme eksenlerini tanımlamaktır.

Bu kapsamda esnaf ve sanatkarların faaliyet gösterdiği sektörlerin her birinde Bakanlığımız personeli ve akademisyenlerden oluşan proje ekipleri tarafından analiz çalışmaları yürütülmektedir.

İlk etapta analizine başlanan 4 sektörde aşağıda belirtilen üniversiteler ile çalışılmıştır.

- Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü -Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi
- Makina, Taşıtlar ve Madeni Eşya Sektörü-Çankaya Üniversitesi
- Gıda Sektörü -Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
- Ulaştırma Sektörü -Atılım Üniversitesi.

Sektör incelemeleri kapsamında, yukarıda bahsi geçen 4 sektörde; 35 odak grup toplantısı, 39 büyük ölçekli şirket mülakatı, 49 iyi uygulama örneği incelemesi, 8400 anket uygulaması, 8 ülke inceleme ça-

lışmaları yapılmıştır. Bu sektörlerdeki analiz çalışmaları tamamlanmış olup, proje ortağı üniversitelerce hazırlanan raporlar Bakanlığımızın da kontrolünden geçerek nihai halini almıştır.

Esnaflar ve Sanatkarlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi; Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü, Bakım, Temizlik ve Sağlık Hizmetleri Sektörü, Eğlence, Dinlenme ve Barınma Sektörü ve Elektrik ve İnşaat Sektörlerinin analizi ile devam etmektedir.

Bu sektörlerde de ilk dört sektörde olduğu gibi odak grup toplantıları, büyük ölçekli şirket mülakatları, iyi uygulama örneği incelemeleri, tüketicilere ve sektöre dönük anketler tamamlanmıştır.

Bu çalışmalar ışığında söz konusu sektörlerde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkarların mevcut durumu ve sorunları tespit edilmiş olup, bu sorunların çözülmesi noktasında ilgili kamu kurum ve kuruluşlarıyla kamu odak grup toplantıları yapılmaktadır.

Veriler

31 Mart 2018 itibariyle esnaf ve sanatkârlara kullanılan kredi hacmi 26 milyar 427 milyon 420 bin 382 lirayı aşmış olup 2002 yılına göre yaklaşık 145 kat artış gösterdi.

Ülkemizde esnaf ve sanatkârlara verilen desteklerin başında Hazine destekli olarak Halk Bankası üzerinden kullanılan düşük faizli ya da faizsiz krediler ile KOSGEB tarafından sunulan hibe ve kredi destekleri gelmektedir.

1. Hazine Destekli Halkbank Kredileri

a) 2017 Yılında Kullanılan Krediler

Bakanlar Kurulunun 16.12.2015 tarihli ve 29564 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan son Kararı gereğince 1 Ocak - 31 Aralık 2017 tarihleri arasında esnaf ve sanatkârlara, Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifi (ESKKK) kefaletiyle veya ESKKK kefaleti olmaksızın doğrudan Türkiye Halk Bankası A.Ş.'nce bankacılık ve kredi mevzuatı

çerçevesinde 5 yıla kadar vadeli %50 ile 18 ay vadeli %100 faiz indirimli (faizsiz) olarak uzun vadeli kredi imkânları sağlanmıştır.

2002 yılı sonu itibariyle kredi riski bulunan ortak sayısı 63.520 iken, bu sayı 31 Mart 2018 itibariyle **459.486'**ya kullanılarak kredi hacmi ise **26 milyar 427 milyon 420 bin 382** liraya ulaşmıştır.

31 Mart 2018 itibariyle kredi kullanan esnaf ve sanatkâr sayısı 2015 yılı sonu itibariyle (kredi kullanan 353.627 ortak sayısına göre) yaklaşık %30 oranında artarak **459.486** olarak gerçekleşmiştir. 2002 yılı sonuna göre yaklaşık 8 kat artış göstermiştir.

31 Mart 2018 itibariyle kullanılan kredi hacmi 2015 yılı sonu itibariyle gerçekleşen kredi hacmine göre (16 milyar 159 milyon 93 bin 348 TL) yaklaşık %40 oranında artarak **26 milyar 427 milyon 420 bin 382** lirayı aşmıştır.

2002 yılına göre ise yaklaşık 145 kat artmıştır.

2017 yılı içinde (Ocak-Aralık döneminde) kullanılan kredi miktarı 2016 yılı içinde (12 ayda) kullanılan kredi miktarına göre (12 milyar 38 milyon 254 bin 258 TL) yaklaşık 1 milyar TL artış göstererek 12 milyar 966 milyon 608 bin liraya ulaşmıştır. 2002 yılı sonu rakamına göre ise (154 milyon TL) yaklaşık 78 kat artmıştır.

2018 yılı içinde kullanılan kredi tutarı ise 31.03.2018 itibariyle **5 milyar 326 milyon 167 bin 731** liraya ulaşmıştır.

31.03.2018 itibari ile 49.507 esnaf ve sanatkâra toplam **1 Milyar 381 Milyon 330 Bin 707** TL sıfır faizli kredi kullanılmıştır.

2002 yıl sonu itibariyle 402 kooperatif kredi kullanılabiliyordu, **31.03.2018** tarihi itibariyle 901 kooperatif kredi kullanılabilecek durumdadır.

31.03.2018 tarihi itibariyle kullanılan kredilere ilişkin bilgiler aşağıdaki gibidir:

SIFIR FAİZLİ KREDİLER			
	Adet	Kredi Bakiyesi (TL)	Kullanım Tutarı (TL)
Kaybolmaya yüz tutan	162	2.206.961	4.602.600
Usta girişimci	185	3.484.062	7.764.879
30.000-TL Sıfır faizli kredi	48.768	306.731.422	1.349.739.678
100.000-TL Genç Girişimci	26	1.121.121	1.538.000
50.000.-TL TESKOMB Faiz Destekli Kredi	366	10.599.400	17.685.550
TOPLAM	49.507	324.142.967	1.381.330.707
YATIRIM KREDİLERİ			
İş Yeri Edindirme Kredisi	318	95.426.670	97.399.830
Taahhüt Edindirme Kredisi	208	52.289.230	54.057.712
TOPLAM	526	147.715.899	151.457.542
GENEL TOPLAM	50.033	471.858.866	26.427.420.382

b) 2018 Yılında Kullanılacak Krediler

Bakanlar Kurulunun 08.01.2018 tarihli ve 2018/1189 sayılı Kararı gereğince 1 Ocak - 31 Aralık 2018 tarihleri arasında esnaf ve sanatkârlara, Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifi (ESKKK) kefaletiyle veya ESKKK kefaleti olmaksızın doğrudan Türkiye Halk Bankası A.Ş.'nce bankacılık ve kredi mevzuatı çerçevesinde %50 veya %100 faiz indirimli (faizsiz) olarak ve 5 yıla kadar uzun vadeli kredi imkânları sağlanmıştır.

Bakanlar Kurulu Kararına göre;

- Geleneksel, kültürel, sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutan meslek kollarında faaliyet gösteren ve "Esnaf Vergi Muafiyet Belgesi" sahibi esnaf ve sanatkârlara,

- Mesleki Eğitim Kanunu kapsamında, kredi başvuru tarihi itibariyle en az 3 yıl ustalık belgesine sahip olan ve ustalık belgesiyle ilgili meslek kolunda son 1 yıl içinde kendi adına işletme kurduğunu belgeleyen esnaf ve sanatkârlara,

- KOSGEB tarafından sağlanan hibe ve faizsiz kredi desteğinden yararlananlar hariç olmak üzere, KOSGEB Girişimcilik Destek Programını bitiren, başvuru tarihinde 30 yaşını tamamlamamış olan esnaf ve sanatkârlara faizsiz kredi kullanılmaya devam edilecektir.

2. KOSGEB Destekleri

05.05.2009 tarih ve 27219 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı Kurulması Hakkında Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" ile KOSGEB desteklerinden hizmet sektöründe faaliyette bulunan esnaf ve sanatkârlarında yararlanabilmeleri sağlanmıştır.

Halen KOSGEB hizmetleri,

-KOSGEB Destek Programları

-KOSGEB Kredi Faiz Destekleri olmak üzere iki ana başlık altında hedef kit-

lesine sağlanmaktadır.

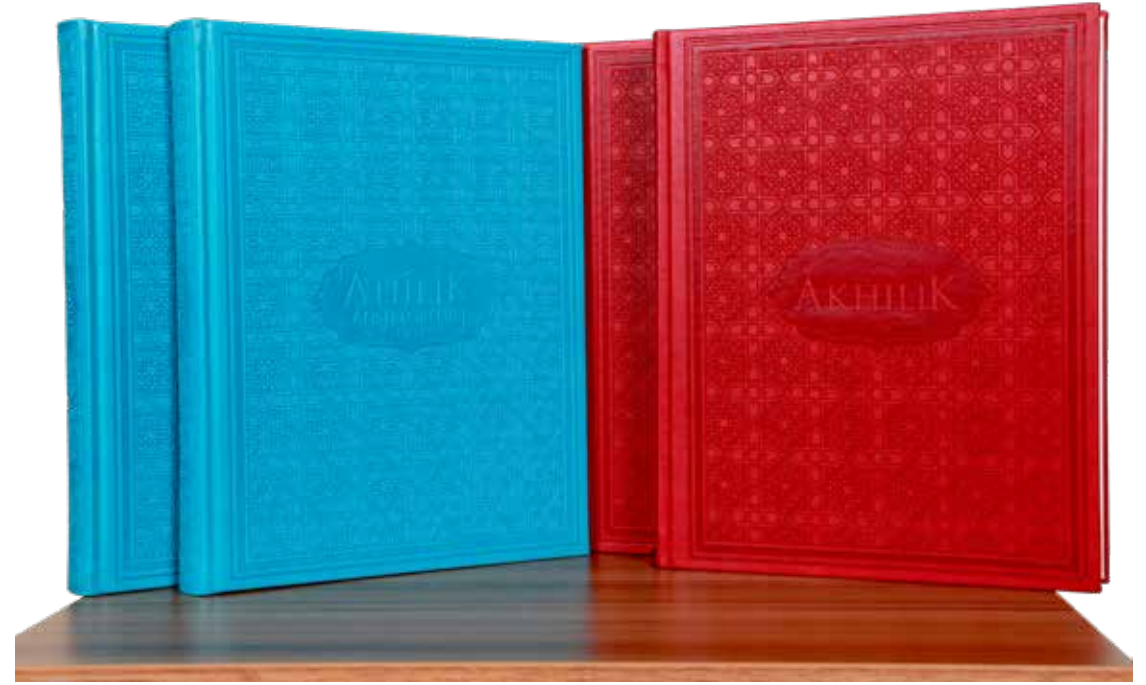
31.12.2017 tarihi itibarıyla KOSGEB veri tabanına kayıtlı işletme sayısı 1.359.808'dir. Bu işletmelerden 654.902'si esnaf ve sanatkâr odalarına kayıtlıdır. 2017 sonu itibarıyla esnaf ve sanatkârların en çok faydalandığı AR-GE ve İnovasyon Endüstriyel Uygulama Destek Programı, Genel Destek Programı, Girişimcilik Destek Programı ve KOBİ Proje Destek Programı desteklerinden toplam 46.776 esnaf ve sanatkâr faydalandı. Söz konusu desteklerden yararlanma durumuna ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

PROGRAM ADI	ESNAF VE SANATKÂR İŞLETME SAYISI
Ar-Ge Ve İnovasyon Endüstriyel Uygulama Destek Programı	269
Girişimcilik Destek Programı	33.936
Genel Destek Programı	12.252
Kobi Proje Destek Programı	319
TOPLAM	46.776

* Yukarıda açıklanan %50 ve %100 faiz indirimli kredilerden ESKKK kefaletiyle yararlanılabileceği gibi, ESKKK kefaleti olmaksızın doğrudan Halkbank'a başvurmak suretiyle de yararlanmak imkân dâhilindedir.

Ahilik Ansiklopedisi Hakkında

Prof. Dr. İlhan ŞAHİN
İstanbul Aydın Üniversitesi



Uygarıklar, insanoğlunun ve toplumların yaratıcılığının eserleridir. Dolayısıyla her toplumun birbirinden farklı dil, tarih, coğrafya, düşünce ve inanç içinde olması tabiidir. Bu durum insanoğlunun yaratıcılığının eseri olan farklı uygarlıkların ortaya çıkmasında şüphesiz önemli bir rol oynamıştır. Bu bakımdan insanoğlunun ve toplumların gelişmesi yönünde pek çok imkânlar sunan küreselleşme süreci içinde uygarlıklar ve özellikle Türk ve İslam uygarlığı konusunda araştırmalar yapılması ve yayımlanması büyük bir önem taşımaktadır.

Bu yayımları ve ilk anda başvurulacak eserlerin başında şüphesiz ansiklopediler gelmektedir. En genel tanımıyla bilimsel bir ansiklopediyi toplumların kültür ve uygarlık birikimlerini içeren bilgi havuzuna benzetmek mümkün-

dür. Bu havuzda hem evrensel düzeyde birikimler, hem de ilgili toplumun oluşumunu sağlayan uygarlık değerleri yer alır. Bu bağlamda ansiklopediler, hem bilgi elde etmek hem de araştırma yapmak isteyenler için ilk ve temel müracaat eserleridir.

Bilimsel ansiklopedilerin hazırlanmasında ve bilim dünyasına sunulmasında bazı temel kurallar vardır. Bu temel kuralların başında ansiklopedideki yazılan, en son verilere göre tartışılabilir, en son verilerle tartışılabilir ve detaylara fazla girmeksizin maddeler hâlinde yer alması gelir. Bir diğer önemli kural, maddelerin A'dan Z'ye sistematik ve alfabetik bir sıra hâlinde düzenlenmesidir. Gerekliğinde görsel malzemelerin de kullanıldığı maddelerin sonunda o maddenin yazımı için kullanılan kaynaklar "Bibliyografya" veya "Kay-

nakça" olarak gösterilir. Ayrıca yazılan her maddenin altında genellikle o maddeyi yazan kimsenin adı yer alır.

Belirttiğimiz hususlar çerçevesinde bilim dünyasında ansiklopedi ile ilgili çalışmaların hem metot hem de kapsam itibarıyla 18. yüzyıl ortalarından günümüze kadarki süreç içinde giderek bir gelişme gösterdiği dikkati çekmektedir. Bu bağlamda evrensel düzeyde yayınlanan ansiklopediler arasında öncelikle Encyclopedia Britannica ve Hollanda'nın Leiden şehrinde Brill müessesince 1908'de İngilizce, Fransızca ve Almanca olarak yayımına başlanan ve 30 yılda tamamlanan Encyclopedia of Islam sayılabilir. Bu son ansiklopedi, Millî Eğitim Bakanlığının kararıyla İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi'nde kurulan ilmi heyetin çalışmalarından sonra 1940'tan

itibaren Türkçeye çevrilerek ve bazı maddeler yeniden ikmal edilerek yayımlanmaya başlanmış ve 1988'de tamamlanmıştır. Bunu takiben Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi 1988'de yayımlanmaya başlanmış (1988) ve 44 cilt hâlinde 2013'te tamamlanmıştır. Bu konuda son zamanlarda yapılan çalışmalar ve yayınlar, Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi, Kayseri Ansiklopedisi, Konya Ansiklopedisi gibi bir şehri veya yöreyi içine alan ve böylece o şehrin veya yörenin tarihi, kültürü ve uygarlık değerlerinin bir bütün hâlinde yerellikten evrenselliğe çıkararak ansiklopediler de vardır. Ayrıca Manas ve Dede Korkut Kitabı gibi edebî eserlerden hareketle hazırlanmış ansiklopediler de mevcuttur.

Bu tür ansiklopedilerin yanında 13. Yüzyıl başlarında Anadolu'da Türk kültür ve uygarlık değerleri başta ol-

mak üzere toplumun tarihi, sosyal ve ekonomik yapısı, din ve inanca dayalı ritüeller ile iş ve meslek ahlakının oluşumunda önemli bir rol oynayan ve Anadolu'nun ticari ve sınai yapısını derinden etkileyen Ahilik kurumu ve mensuplarıyla ilgili olarak hazırlanan ve ilmi vasıflar taşıyan Ahilik Ansiklopedisi'ni de zikretmek gerekir.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığına bağlı Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğünce iki cilt hâlinde hazırlanan ve yayımlanan (Ankara 2014) ansiklopedide ilk dikkati çeken husus, Yayın Kurulu'nda uzman bilim insanlarının yer almasıdır. Ansiklopedinin ilk cildi (472 sayfa) A harfinden I harfine; ikinci cildi (441 sayfa) ise İ harfinden Z harfine kadar olan maddeleri içine almaktadır.

Ansiklopedide maddeler alfabetik bir sıra dâhilinde yer almasına rağmen

muhteva bakımından maddeleri üç ana kısma ayırmak mümkündür. Bunların ilkinin, tarihi süreç içinde "Ahi" unvanıyla bilinen Ahilik teşkilatı mensupları ve önderleri ile Ahilikle bir şekilde ilişkisi olan, Ahilik teşkilatının gelişmesine hizmet veren ve hatta geçmişten günümüze Ahilikle ilgili eserler veren, bilimsel çalışmalar yapan yerli ve yabancı kimselerin biyografileri (hâl tercümeleri) teşkil etmektedir. Geçmişten günümüze Ahilik teşkilatına mensup olan ve hizmet veren şahsiyetlerin bütüncül bir tarih anlayışı içinde ansiklopedide yer alması isabetli olmuştur. Bu bağlamda bazı şahısların biyografileri ile ilgili bilgilerin birkaç satır olması, hem Ahi unvanıyla bilinen hem de Ahiliğe hizmet eden kimselerin ansiklopedide yer alması hususunda oldukça titiz davranıldığını göstermektedir.



Ahi Evran

Alanında uzman birçok bilim insanının katkı sunduğu Ahilik Ansiklopedisinin uluslararası alanda da tanıtılması amacıyla İngilizce çevirisi yapılarak tüm bilim dünyasının ve ilgililerin yararlanması için basıldı.

Ansiklopedide yer alan maddelerin ikinci kısmını, Ahiliğin kaynağı olan "Fütüvvet", "Fütüvvetname", "Ahi" ve "Ahilik" başta olmak üzere bunların idari, siyasi, sosyal ve ekonomik yapılanmasyla oluşan çarşı, pazar, bedesten gibi kavramlar, kavram işaretleri, bu kavramların anlamları ve fonksiyonları; Ahilerin faaliyetlerini yaptıkları, gelen-geçen yolculara hizmet verdikleri tekke ve zaviye olarak bilinen dini-sosyal tesisler ve bunların mimari bakımından özellikleri teşkil etmektedir. Bu bağlamda söz konusu oluşumlara ve tesislere uzak veya yakın yerlerden kimselerin geldiği düşünülecek olursa, bu yerlerin sadece ekonomik ve ticari ilişkiler bakımından değil, ortak bir dilin oluşumunda, kullanımında ve gelişiminde de önemli roller oynadıklarını da gözden kaçırmamak gerekir. Bunun yanında tekke ve zaviyelerin Anadolu ve Rumeli coğrafyasını bir ağ gibi örmesi, Ahilerin sadece züm-

re olarak değil, Anadolu ve Rumeli'nin iskân tarihinde de önemli roller oynadıklarını göstermektedir.

Ansiklopedideki maddelerin üçüncü kısmını ağırlıklı olarak Ahilikle ilgili kaynak eserler ile Fütüvvet ve Ahilik başta olmak üzere doğrudan esnaf, sanayi ve ekonomi ile ilgili konularda yüksek lisans ve doktora olarak yapılan tezlerin künyesi ve kısaca tanıtımı meydana getirir. Buradan anlaşıldığı kadıyla Türkiye'deki üniversitelerde Fütüvvet ve Ahiliğe karşı giderek bir ilginin olduğu dikkati çekmektedir.

Ahilik Ansiklopedisi'nin genelinde dikkati çeken en önemli husus, her maddenin altında bir kaynakçanın ve ilgili maddenin yazarnın adının verilmesidir. Bu durum ansiklopedinin hem akademik usullerle hazırlandığını hem de maddenin bilimsel olarak sorumlusunu göstermesi bakımından önemlidir. Bazı maddelerin kaynakça-

sında sadece madde ile ilgili yayınlar ve incelemeler değil, arşiv malzemesinin de kullanıldığı dikkati çekmektedir. Bu durum ansiklopedinin bilimsel seviyesine bir işaret olmalıdır. Ansiklopedinin en sonunda toplu ve kendi içinde tasnif edilmiş bir bibliyografyanın yer alması, Ahilikle ilgili arşiv malzemesi ile araştırma ve incelemelerin bir araya getirilmesi bakımından da oldukça faydalıdır.

Büyük bir emek mahsulü olarak hazırlandığı ve yayımlandığı anlaşılan Ahilik Ansiklopedisi, Ahilikle ilgili bilgi almak ve araştırma yapmak isteyenler için şüphesiz ilk müracaat kaynağıdır. Ansiklopedinin Gümrük ve Ticaret Bakanlığına bağlı Esnaf ve Sanatkarlar Genel Müdürlüğüne yayımlanması ise, şüphesiz kökü mazide olan kurumların tarihlerini araştırmaları ve ortaya koymaları bakımından en güzel örneklerden birini teşkil etmiştir.

Ahilik teşkilatının kurucularından ve debbağ esnafının piri olan Ahi Evran'ın asıl adı Şeyh Nasirüddin Mahmud Ahi Evran b. Abbas'dır. Tarihi bir hüviyete sahip olmasına rağmen gerçek kişiliği menkıbeler arasında kaybolmuştur. Evran isminin 'gök, kâinat' ve 'yılan, ejderha' anlamına gelmesi, efsanevi kişiliğinin bir işareti olabilir.

Asya içlerinden göç ederek Anadolu'ya gelen Ahi Evran, bir süre Denizli, Konya ve Kayseri'de ikamet ettikten sonra birçok şehir ve kasabayı gezerek Ahilik teşkilatının kuruluşunda ve yayılışında önemli bir rol oynadı. Daha sonra Kırşehir'e yerleşti ve ölümü ne kadar burada kaldı. XV. yüzyılda kaleme alınan Hacı Bektaş Vîlâyetnâmesi'nde, menkıbevi şahıslarla münasebeti ve bu arada Hacı Bektaş-ı Velî (ö. 1270) ile olan yakınlığı anlatılır. Bazı siyasi ve sosyal olaylar, Ahi Evran'ın hem Hacı Bektaş-ı Velî hem de Mevlâna Celâled-din-i Rumî (1207-1273) ile çağdaş olduğunu gösterir. XIV. yüzyılın başlarında Gülşehri tarafından Ahi Evran'ın vasıfları ve kerametleri üzerine kaleme alınan mesnevide Ahi Evran, tipik bir süfi dervişi olarak tasvir edilir. Bu bağlamda hayatının menkıbeler içinde yer aldığı dikkati çeker. Ancak bu menkıbelerde onun hayatı, vasıfları ve toplum içindeki yeri ve tesiri gibi konularla ilgili izleri keşfedilir. Nitekim mesnevide Ahi Evran'ın hayatıyla ilgili verilen efsanevi bilgiler arasında geçen:

*Âhi Evrân kim Haka irmişidi
Tengrinün didârını görmüşidi
Toksan üç yıl dünyede oldı temâm
Ne helâl önünde geçdi ne harâm*

beyitlerinden hakikati anlayan, bizzat Tanrı'nın yüzünü gören, ahlak ve töre dışı hiç bir hareketi bulunmayan Ahi Evran'ın 93 yıl yaşadığı belirtilir.

Ahi Evran'ın debbağlık mesleğini icra ettiğine dair anane, onun 'velî' olarak anılmasından sonra debbağ esnafının piri sıfatıyla yüceltilmesine sebep olmuştur. Bu bakımdan Türk debbağlarının silsilenâmeleri kendisine dayandırılmış ve oradan da bütün debbağların piri olan Zeyd-i Hindî'ye götürülmüştür.

Osmanlı Devleti döneminde Ahi Evran'ın esnaf zümresi arasında pîr olarak kazandığı itibar bütün Anadolu, Rumeli, Bosna ve hatta Kıbrıs'a kadar yayılmıştır. Şeyhlerinin Ahi Baba unvanını aldığı Kırşehir'deki Ahi Evran Zaviyesi, Osmanlılarda Türk debbağlarının ve zenaat erbabının manevi merkezi durumunda idi. Ahi Baba ve onun selahiyet verdiği, diğer şehirlerdeki yine Ahi Baba unvanını taşıyan Ahi teşkilatı reisleri, çıraklara 'şed bağlamak' hakkına sahipti. Zaviye şeyhleri, bu yetkinin kendilerine ait olduğunu zaman zaman devlete tasdik ettirme ihtiyacını duymuşlardır. Bu durum daha çok bazı esnafın Ahi Evran makamı ile münasebetinin gevsemeye başladığı zamanlarda olmuş-

tur. Nitekim 1780, 1782, 1822-1823 ve 1842 tarihlerinde bu gibi durumların ortaya çıkması üzerine devlet yetkililerine başvuran zaviye şeyhleri, bütün esnafın piri olduklarını bildiren beratlar almışlardır. Ahi Evran Zaviyesi, XX. yüzyılın başlarına kadar esnaf zümresi üzerindeki manevi tesirini devam ettirmiştir. Bu durum başta debbağlar olmak üzere bütün esnafın Ahi Evran'ı pîr kabul etmelerinden ve devletin bu bağlılığı teşvik eden desteğinden ileri gelmiştir.

Eserleri: Şeyh Nasirüddin Mahmud olarak kaynaklarda ismi geçen Ahi Evran, kaleme aldığı hiçbir eserinde adını anmamıştır. Anlatım tarzı, eserindeki konu benzerliği, konular açıklama yöntemi, gerek kendi eserlerinde ve gerek bazı olaylara örtülü olarak değinmesi eserlerini tespit etmede yardımcı olmaktadır.

Menahic-i Seyfi: Önsözde Emir Seyfüddin Tuğrul'a sunduğunu belirtmektedir. Bu zat, I. Alâeddin Keykubad'ın haslanndan Kırşehir emiri idi.

Metâli'ü'l-îmân: İman esaslarının ilmihi mahiyetinde olan bu eser Somuncu Baba diye tanınan Hamideddin el-Aksarâyî'nin (815 / 1412) oğlu şair Yusuf Hakiki tarafından Türkçe'ye tercüme edilmiştir.

Tabşira: Allah'ın birliği, sıfat ve fiilleri ile peygamberlik ve maâd meselelerini konu edinen bu eserin tam adı Tab-

siratü'l-mubtedi ve tezkiretü'l-müntehi olup, daha çok kısa adı olan Tabsira ile tanınmıştır.

Letâif-i Gıyâsiyye: Dört cilt olan bu eserin bir cildi felsefe, iki cildi ahlak ve siyaset üç cildi fıkıh, dört cildi dua ve ibadet hakkındadır. Birinci cild Mevlâna Müzesi Ktp. nr. 1727'dedir. Bir nüshası da Edirne Selimiye Kütüphanesi'ndedir. Yurt dışında da iki nüshası bulunmaktadır. Ahi Evran'ın hayatı ile ilgili önemli izleri bu eserinde bulabilmekteyiz.

Letâif-i Hikmet: Sultan II. İzzeddin Keykavus'a sunulmuştur. Siyasetnâme türünde bir eser olup, baştan bir yaprak eksik bir nüshası Esad Efendi Ktp. nr. 2880' de kayıtlıdır.

Âğâz-u Encam: Bir vasiyetnâme olup, bir nüshası Bursa Eski Eserler Ktp. Hüseyin Çelebi Kısmı, nr. 1184'deki mecmuanın 190b-198a sahifelerindedir. Diğer önemli bir nüshası da Fatih Ktp. nr. 5426'daki mecmuanın 123b-130a sahifelerinden yer almaktadır.

Mürşidü'l-kıfaye: Ruhun bekası hakkında olup I. Alâeddin Keykubad'a sunulmuştur. Bilinen tek nüshası Fatih Ktp. nr. 5426'daki mecmuanın 130b-136a sahifelerindedir.

Tubfetü's-şekur: Şeyh Sadreddin Konevî'ye yazdığı bir mektupta bu eserden bahsetmekte ve Tâcüddin-i Kâşî için yazdığını bildirmektedir. Fakat bugüne kadar nüshasına rastlanmamıştır. Zehebî, bu eseri Sadreddin Konevî'ye nispet etmiştir.

Ulum-i Hakiki: Letâif-i-Hikmet'de bu eserden bahsetmektedir. Henüz bir nüshasına rastlanmamıştır.

İlmü't-teşrib: Tıbbâ dair bir eser olduğu anlaşılmaktadır. Letâif-i Gıyâsiyye ve Latâifü'l-Hikmet'te bu eserden çok

sık söz etmiş ve atıflarda bulunmuştur. Ahlâk-i Nâsirî'de de bu eserden söz edilmiştir.

Kitabü'l-afai: Yılanlardan bahsettiği bu eserine atıflarda bulunmaktadır. Fakat bu eser de bugüne kadar bulunmuş değildir.

Yezdan-şinaht: Bu eser başta Suhreverdi el-Maktul olmak üzere çeşitli kimselere mal edilmiş, felsefi mahiyettedir. Şeyh Nasîrüddin'in bu eseri, Seyyid Nasrullah Takva'nın teshihi ile yapılan taş basmasına da Suhreverdi el-Maktul'e nispet edilmiştir. Yezdan-şinaht'ın Türkiye kütüphanelerinde sadece iki nüshası bulunmaktadır. Bu nüshalardan biri 731 (1330) istinsah tarihli olup, Ayasofya (Süleymaniye) Ktp. nr. 4819, yp. 118b-138b'dedir. Diğer ise 720 (1320) istinsah tarihi olup, Şehit Ali Paşa Ktp. nr. 2841, yp. 31a-45b'dedir. Bu nüshanın başına Suhreverdi el-Maktul'e ait olduğuna dair bir kayıt mevcuttur.

Goşayış-nâme: Bir nüshası, içinde Ahi Evren Hâce Nasîrüddin Mahmud'un birkaç eserinin bulunduğu Ayasofya Ktp. nr. 4819'daki mecmuadadır. Eserde Ahi Evran'ın hayatı ve uygulamaları ile anlatımlar bulunmaktadır.

Ahlâk-i Nâsirî: Eskiden beri Hâce Nasîrüddin-i Tûsî'ye ait olduğu kabul edilmiş ve böyle biline gelmiştir. Fakat Ahi Evran Hâce Nasîrüddin'in eserleri ortaya çıktıktan sonra Ahlak-i Nâsirî'nin Hâce Nasir-i Tûsî'ye mal edilmiş macerası takip edilince gerçekten bu eserin de Ahi Evran'ın eserlerinden olduğu şüpheye mahal kalmayacak şekilde anlaşılmış bulunmaktadır.

Müsari'ü'l-Müsari: Ünlü kelâmcı Şehristani'nin İbn Sina'ya reddiye olarak kaleme aldığı Musari veya Musaraa diye bilinen eserine, Şeyh Nasîrüddin

Mahmud bir reddiye yazarak Müsari'ü'l-Müsari adını vermiştir. Arapça olan bu eserin bilinen tek nüshası, onun Konevî'ye yazdığı mektupları ihtiva eden Ayasofya Ktp. nr. 2358'deki mecmuanın 1b-118a yapraklarındadır.

Medb-i fakr u zemm-i dünya: Suhreverdi el-Maktul'un Vasiyye'sinin tercümesi olup, Celâleddin Karatay'a sunulmuştur. Bu eser de Bursa Eski Eserler Ktp. nr. 1148'deki mecmuanın 180a-187a sahifelerinde, diğer Fatih Ktp. nr. 5426'daki mecmuanın 229b-235a sahifelerinde yer almaktadır.

Tercüme-i en-Nefsü'n-nâtika: Ahi Evran'ın İbn Sina'dan yaptığı bu tercüme eserin bir nüshası Ayasofya Ktp. nr. 4851, 31b-49a'da olup, Sultan Alâeddin Keykubad'ın emriyle tercüme etmiştir.

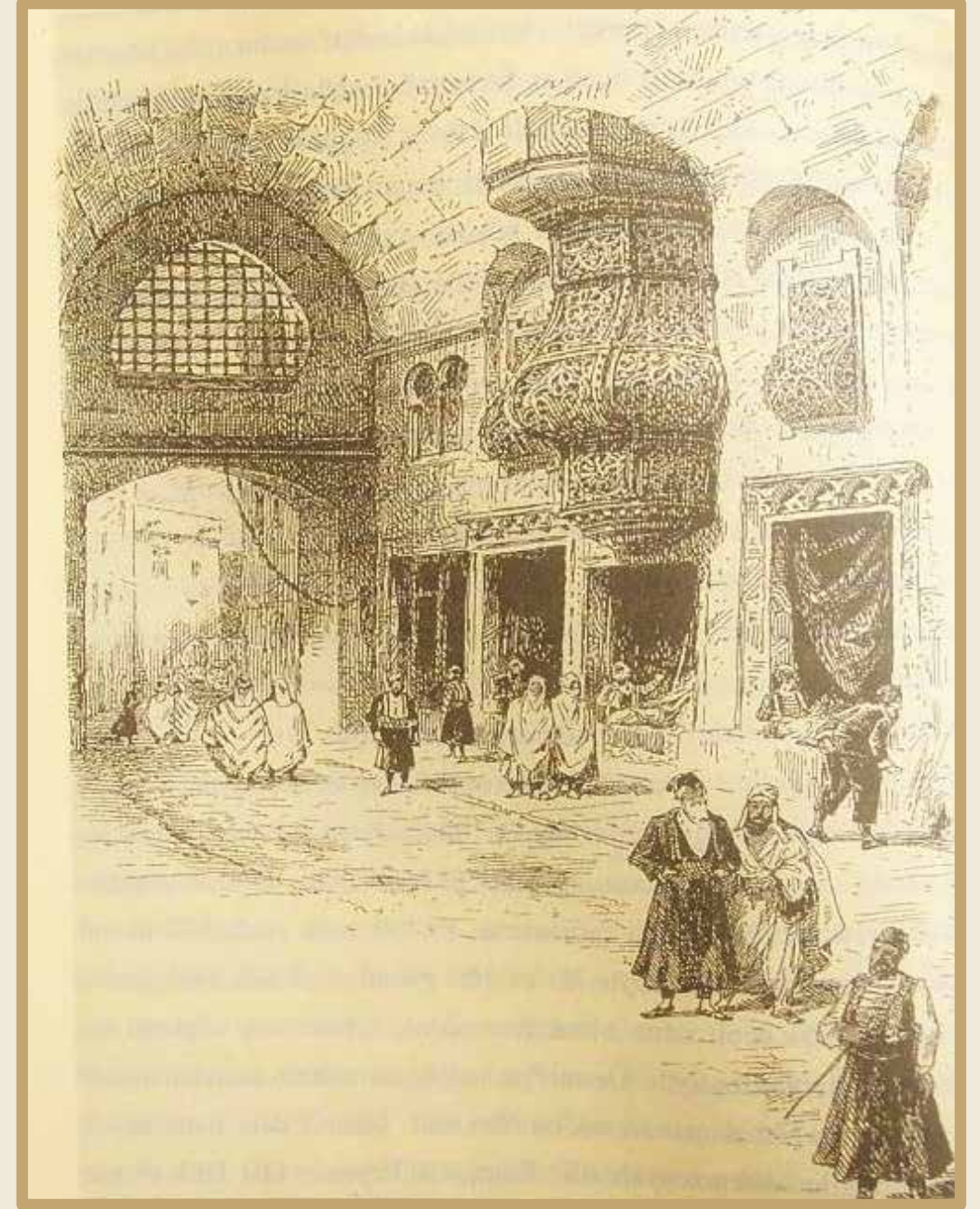
Tercüme-i Kitabü'l-bamisin fi usulî'd-din: Bilinen nüshası Reşid Efendi Ktp. nr. 333'de kayıtlı olup, Ahi Evran'ın Fahrüddin-i Râzî'den yaptığı tercüme eserlerinden biridir.

Tercüme-i et-Teveccübü'l-etemm nabva'l-Hakk: Sadreddin Konevî'nin küçük bir risalesinin tercümesidir. Konevî'nin isteği üzerine uzunca bir ön söz ekleyerek tercüme etmiştir. Bilinen tek nüshası Konya Yusuf Ağa Ktp. nr. 4866'daki mecmua içindedir.

Tercüme-i Miftâbu'l-gayb: Sadreddin Konevî'den tercüme olup, Sultan Fatih'in mührünü ihtiva eden bir nüshası Pertev Paşa Ktp. nr. 278'de kayıtlıdır.

Mi'rac-nâme: Ünlü tabip ve filozof İbn Sina'ya aittir. Fahrüddin-i Râzî bunu Farsça'ya tercüme etmiştir. Encümen-i Dust-daran-i Kitab yayınları arasında bir mukaddime eklenerek tıpkı basım halinde yayımlanmıştır.

Kaynakça: Ahilik Ansiklopedisi



Kayseri Urgancılar Arastası



*“Hak ile sabır dileyip bize gelen bizdendir,
İlim, akıl ve ahlak ile çalışıp bizi geçen bizdendir.”*

Ahi Evran-ı Veli



katkılarıyla