

Dijital Zamanda Gerçek Zamanlı Olabilmek



ORTA ANADOLU'DA
KÜÇÜK BİR ORTA ASYA: KIRGIZ OTAĞLARI
YOZGAT YENİFAKILI İLÇESİ

UYGULAMALI YETKİNLİK
VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM MERKEZİ
(MODEL FABRİKA) PROJESİ

“Orta Anadolu’yu Keşfet”
Ödülleri Sahiplerini Buldu



Dr. Elif Aybike BÜYÜKYILMAZ

Yüzyılın Dönüşümü: Eğitimde Değişim



Mustafa EREN

OPA'lar Yerel Üreticilerin Pazarlama Problemleri İçin Çözüm Olabilir mi?



Yunus Emre ŞEKER

Kalkınmada İnsan Odaklı Yaklaşım



Erciyes Kayak Merkezi



16

ORTA ANADOLU'DA
KÜÇÜK BİR ORTA ASYA: KIRGIZ OTAĞLARI
YOZGAT YENİFAKILI İLÇESİ

- 02 Sunuş
- 04 Bizden Haberler
- 14 "Orta Anadolu'yu Keşfet" Fotoğraf Ödülleri Sahiplerini Buldu
- 16 Orta Anadolu'da Küçük Bir Orta Asya: Kırgız Otağları
- 18 Eğitim 4.0 : Neden STEM Etmeliyiz?
- 20 Uygulamalı Yetkinlik ve Dijital Dönüşüm Merkezi (Model Fabrika) Projesi
- 24 Kültürel Alandaki Faaliyetlerimiz: Kayseri İl Kültür Müdürlüğü
- 26 Yüzyılın Dönüşümü: Eğitimde Değişim
- 29 Kobilere ve Pazarlama Sorunları
- 32 Kalkınmada İnsan Odaklı Yaklaşım
- 34 Dijital Zamanda Gerçek Zamanlı Olabilmek



32

**KALKINMADA
İNSAN ODAKLI YAKLAŞIM****ORANTI**

İmtiyaz Sahibi
Orta Anadolu Kalkınma Ajansı

Koordinatör
Nimet TAHTASAKAL

Editör
Dr. Elif Aybike BÜYÜKYILMAZ
Metin ERGÖKTAŞ

Yayın Komisyonu
Dr. Elif Aybike BÜYÜKYILMAZ
Metin ERGÖKTAŞ
Nimet TAHTASAKAL
Serdar ARSLAN
Seyit CEZAOĞLU

Katkı Sağlayanlar
İsmet TAYMUŞ
Nuri Çorbacıoğlu
Dr. Yücel ÖZKARA
Çelebi Kalkan

Yapım
Gramaj

gramaj.com.tr

+90 354 217 07 77 • info@gramaj.com.tr

Dergi içerisinde yer alan yazıların içeriği
Orta Anadolu Kalkınma Ajansının
görüşlerini yansıtmamakta olup, yayınlanan
yazıların içeriğine ilişkin her türlü hukuki
sorumluluk yazarlara aittir.



34

**Dijital Zamanda
Gerçek Zamanlı
Olabilmek**

2019 yılına girerken...



2019 yılının ilk günlerini yaşadığımız şu günlerde Orta Anadolu Kalkınma Ajansı olarak çalışmalarımızı ve faaliyetlerimizi planlamış ve uygulamaya başlamış bulunmaktayız. Yeni yılda Ajansımızın 3 Sonuç Odaklı Programı (SOP) bulunmakta olup öncelikle KOBİ'lerimizin üretimde verimlilik artışına ve katma değerli ürün üretimine geçişinde; Bölge illerimizin sosyal kalkınmada eğitim odaklı geliştirilmesine ve son olarak Sarıkaya ilçesinin Roma Hamamı merkezinde gelişimine katkıda bulunmak üzere faaliyetlerimizi gerçekleştirmeyi planlamaktayız.

Sanayide üretimin verimli hale getirilmesi için gerek devam eden mali destek programlarının uygulanması gerek yalın ve toplam kalite gibi uygulamaların yaygınlaştırılması ve en başında da sanayide çalışanlarımızın bilinçlendirilmesi önem arz etmektedir. Bu anlamda Bölge illerimizin Sanayi ve Ticaret Odaları ile işbirliği halinde çeşitli projeleri de gerçekleştirmeyi düşünüyoruz. Ayrıca

Teknik Destek Programı ile hem kar amacı gütmeyen kuruluşlarımızın hem de sanayicilerimizin eğitim ve danışmanlık anlamında desteklenmesi, ülkemizin birincil hedefleri arasında olan insan kaynağının kalitesinin artırılması için önem verdiğimiz konuların başında gelmektedir.

Bölge illerimizde son dönemde azalmış olmakla beraber hatırı sayılır bir insan akımı bulunmaktadır. Bu akım hem taşradan merkeze hem de illerimizden diğer büyükşehirlere şeklinde olmaktadır. En önemli sebep olarak da eğitim olanaklarını da içeren sosyal altyapının yetersiz olması ya da istenilen seviyede olmaması gösterilmektedir. Biz de Ajans olarak bu konuda 2018 sonunda imzaladığımız mal destekler ile hem il merkezlerinde ağırlıklı olarak ilçelerde 14 ayrı proje ile eğitimde stem, kodlama, maker gibi yeni trend eğitim modelleri için altyapı ve eğiticinin eğitimi konularında mali destek vereceğiz ve toplamda 3,5 milyon TL sırf bu

Ahmet Emin KILCI
Genel Sekreter V.



konuda yatırım yapılmış olacaktır. Yine teknik destek programı vasıtasıyla çok fazla sayıda eğitim faaliyeti gerçekleştirilmiş oldu.

Son olarak Sarıkaya ilçemizde bilindiği üzere MS 3. yy'dan kalma ve Dünya'da halen sıcak suya sahip ve kullanabilen iki Roma Hamamından birinin bulunması Ajans olarak bizim de Sarıkaya'ya eğilmemizi ve ilçeye çeşitli konularda destek ve teknik yardımlar yapma fırsatı sağladı. İlçenin Roma hamamı odaklı kalkınması için yol haritasının çıkarılması ve sonucunda da bu harita eşliğinde çeşitli aksiyonların alınması gerekmektedir. Bu anlamda gerek Yozgat Valiliğimiz, gerek Sarıkaya Belediye Başkanlığımız gerekse de ilgili tüm kuruluşlar ile koordineli çalışmalar devam etmektedir.

Yeni Yılımızın tüm milletimiz ve Bölgemiz için hayırlara vesile olmasını temenni ederim.



BİZDEN HABERLER

3. ULUSLARARASI TERMAL VE SAĞLIK TURİZMİ ZİRVESİ SİVAS'TA GERÇEKLEŞTİRİLDİ



27 - 30 Eylül 2018 tarihlerinde Sivas'ın termal ve sağlık turizminin tanıtılması amacıyla organize edilen 3. Uluslararası Termal ve Sağlık Turizmi Zirvesi Cumhuriyet Üniversitesi konferans salonunda gerçekleştirildi.

Zirveye; dönemin Valisi Davut GÜL, Belediye Başkanı Sami AYDIN, Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Mustafa EKEN, Ajans Genel Sekreter Vekili Ahmet Emin KİLCİ, Türkiye Sağlık Turizmi Gelişme Konseyi Başkanı Emin ÇAKMAK, il protokolü, sağlık ve termal turizm işletmecileri ile 5 kıta 52 ülkeden 256 yabancı katılımcı ve çok sayıda turizm acentesi sahibi katıldı.

Zirve, Sivas'ın termal ve sağlık alanındaki zenginliklerini gösteren bir sunumla başladı, ardından protokol konuşmaları yapıldı. Ajans Genel Sekreteri Ahmet Emin KİLCİ konuşmasında,

Sivas'ın termal ve sağlık turizmi açısından son derece önemli bir alt yapıya sahip olduğunu ve herkesin burada şifa bulması gerektiğini vurgulayarak bu zirve sayesinde doktor balıkların şehri olan Sivas'ın, termal tesislerin ve hastanelerin uluslararası mecralarda tanıtımının yapılacak olmasından memnuniyet duyduğunu ve gerek termal sularıyla gerekse de doktor balıklarıyla şifa dağıtmaya devam edeceğini dile getirdi.

Zirveye katılan yerli ve yabancı katılımcılara termal ve sağlık turizmi ve Sivas'ın yatırım alanlarıyla alakalı bilgilendirmeler yapıldı.

Zirvenin son günü Sivas'ta faaliyet gösteren termal tesislerin yanı sıra Kangal Balıklı Kaplıca (doktor balıklar) yabancı katılımcılar tarafından ziyaret edildi.

İSTANBUL'DA SİVAS TANITIM GÜNLERİ GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Sivas Platformu ve İstanbul Sivas Konfederasyonu öncülüğünde 28 - 30 Eylül 2018 tarihlerinde organize edilen Sivas Tanıtım Günleri etkinliğinin 9'uncusu İstanbul Yenikapı etkinlik alanında gerçekleştirildi.

Sivas'ın yöresel lezzetlerinin, kültürel ve tarihi değerlerinin tanıtıldığı etkinliğe Sivaslılar başta olmak üzere yüzbinlerce vatandaş katılım sağladı.

ORAN Sivas Yatırım Destek Ofisi'nin de katılım sağladığı tanıtım günleri etkinliğinde, özellikle yurtiçi ve yurtdışında faaliyet gösteren Sivaslı işadamları ile karşılıklı olarak Sivas yatırım ortamı hakkında değerlendirmeler gerçekleştirildi.



"BENİM İŞİM GİRİŞİM" YARIŞMASI I.DÖNEM FİNALİ VE II.DÖNEM İŞBİRLİĞİ



ORAN ve Erciyes Teknopark işbirliğiyle hayata geçen 'Benim İşim Girişim' yarışmasının birinci dönem ödül töreni yapıldı. 245 proje arasından ilk 3'e seçilen genç girişimciler projelerini geliştirmek için kendilerine sunulan maddi desteğin sahibi oldu. Ayrıca Kayseri Valisi ve Erciyes Üniversitesi tarafından, ORAN ve Erciyes Teknopark adına II.Dönem için işbirliği protokolü imzalandı.

Yarışmanın birincisi "Gıdalar için Koruyucu Biyojel" projesi ile B-Kare ekibi, ikincisi "Bebekler için Vücut Fonksiyonlarını Ölçen IOT Bileklik" projesi ile Babythings ekibi ve üçüncüsü de "Ev Tipi Bebek İdrar Enfeksiyon Test Kiti" projesi ile BabyLab ekibi oldu.

Erciyes Teknopark Konferans Salonunda gerçekleştirilen ödül törenine, dönemin Kayseri Valisi Süleyman Kamçı, Erciyes Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mustafa Çalış, Kayseri Sanayi Odası (KAYSO) Başkanı Mehmet Büyüksimitçi, Kayseri Ticaret Odası (KTO) Başkanı Ömer Gülsoy, KOSGEB Kayseri İl Müdürü Ahmet Özbekler, Ticaret İl Müdürü Alaattin Fırat, ORAN Genel Sekreter Vekili Ahmet Emin Kilci, jüri üyeleri ve çok sayıda öğrenci katıldı.

Ödül töreninin açılış konuşmasını yapan Kamçı, "Türkiye'de teknolojik anlamda yaşanan gelişmeler ve genç kuşakların ilgisi, her ne kadar istenen seviyede olmasa da bizlere umut vermektedir. TÜBİTAK Bireysel Genç Girişim Programı uygulayıcı kuruluşluğu görevini 3 yıl başarı ile yürütmüş olan Erciyes Teknopark olarak 500'den fazla girişimci aday

bu pazar için hazırlanmış ve 57 girişimci takım BIGG programına Erciyes Teknopark aracılığı ile başvurmuş ve bunların 36'sı destek almaya hak kazanarak şirket kurmuşlardır. Bölgemizdeki girişimcilik kültürünü ve girişimci sayımızı arttırmak amacı ile 2017 yılında başladığımız görüşmelerin meyvesini bugün yiyoruz. Prototip üretimi konusunda Türkiye'de ilk defa, sadece start-up olarak şirket kurmuş firmalara değil; fikir aşamasında olan gençler arasında düzenlenen bu ödüllü yarış ile gençlerimizin hayalini gerçeğe dönüştürme fırsatı yakalamış ve Kayseri olarak bir farka imzamız atmış bulunuyoruz. Benim İşim Girişim İş Fikri yarışmamızın ikincisini bugün burada imzalayacağımız işbirliği protokolünün ardından düzenleyeceğimizin müjdesini de vermiş olalım. Yarışmanın teknik arka planında çalışan tüm ORAN personeline ve Erciyes Teknopark çalışanlarına teşekkür ederim." diye konuştu.

Rektör Mustafa Çalış ise, Türkiye'deki 10 araştırma üniversitesinden biri seçilen Erciyes Üniversitesinin AR-GE projelerine önem verdiğini, bu bağlamda Erciyes Teknopark'ta hayat verilen projelerin hem üniversite hem şehir hem de ülke açısından gerekli ve önemli projeler olduğunu belirtti. Yarışmada finale kalan öğrencileri tebrik eden Çalış, Erciyes Teknopark ve ERÜ'de girişimcilik projelerine yapılan desteklerle ilgili bilgi verdi. Açılış konuşmalarının ardından, Erciyes Üniversitesi ve ORAN arasında 'Benim İşim Girişim 2' projesinin işbirliği protokolü imzalandı.

Daha sonra 245 proje arasından finale kalan 6 projenin sahibi genç girişimciler sunumlarını gerçekleştirdi. Jüri üyelerinin değerlendirmelerinin ardından, 'Benim İşim Girişim 1' yarışmasında ilk 3'e girmeye hak kazanan projelere ödülleri takdim edildi.

İŞ ZEKÂSI ARACI UZMAN KULLANICI EĞİTİMİNE KATILIM SAĞLANDI

Cumhurbaşkanlığı Strateji Bütçe Başkanlığı ve UNDP işbirliğiyle yürütülen Toplam Faktör Verimliliği Politika Çerçevesi Geliştirilmesi Destek Projesi kapsamında 5-7 Kasım tarihlerinde gerçekleştirilen İş Zekâsı Aracı Uzman Kullanıcı Eğitimine Orta Anadolu Kalkınma Ajansı adına İzleme ve Değerlendirme Birimi Uzmanı Metin ERGÖKTAŞ katılım sağlamıştır.

Eğitim kapsamında iş zekâsı aracıyla ilgili olarak sistemin genel tanıtımı, kullanıcı tanımlama ve yetkilendirme işlemleri, meta veri havuzu, veri kaynağı ekleme, ilişkilendirme ve karşılaştırma işlemleri, anlık sorgu aracının kullanımı, fonksiyon editörü kullanımı ve raporlama, ETL oluşturma ve çalıştırma, rapor oluşturma ve grafik türleri konularını kapsayan hem teorik hem de uygulamalı eğitim yapılmıştır.

Eğitime 26 kalkınma ajansından ve sanayi bakanlığından katılım sağlanmıştır. İlerleyen dönemde Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı koordinasyonunda kalkınma ajansları iş zekâsı sistemine birer kullanıcı yetkilendirilmesi yapılarak sistemin etkin kullanımını hedeflenmektedir. 3 günlük eğitim Bakanlık ve UNDP proje



sorumlularının kapanış konuşmaları ve sertifika töreni ile son bulmuştur.

İLÇE ZİYARETLERİ YOZGAT'TA DEVAM ETTİ



Orta Anadolu Kalkınma Ajansı Program Yönetim Birimi ve İl Yatırım Destek Ofisleri tarafından TR72 Bölgesi ilçelerine yönelik düzenlenen ziyaretlere Yozgat ilinde devam edildi.

Bu kapsamda Yerköy, Şefaftli, Yenifakılı, Boğazlıyan, Kadışehri, Akdağmadeni, Çandır ve Çayıralan kaymakamları ile Çekerek Kaymakamlığı proje ofisi ziyaret edildi.

Yapılan ziyaretlerde, Ajans Program Yönetim Birimi Uzmanı Serdar ARSLAN tarafından teknik destek, fizibilite desteği programları başta olmak üzere Ajans destek mekanizmaları hakkında bilgi verildi. Yatırım Destek Ofisi Uzmanı Yasin ZİCİN ise il yatırım destek ofisi faaliyetlerini anlattı.

I. ULUSAL YOZGAT SARIKAYA BASILICA THERMA (ROMA HAMAMI) BULUŞMALARI

Yozgat Valiliği öncülüğünde ve ORAN Kalkınma Ajansı destekleriyle gerçekleştirilen I. Ulusal Sarıkaya Basilica Therma (Roma Hamamı) Sempozyumu 16-18 Kasım 2018 tarihleri arasında Sarıkaya Sarızeybek Kültür Merkezi'nde gerçekleştirilmiştir.

Organizasyonun ilk günü akademisyen, turizm firma temsilcileri, gazeteciler, yayıncılar ve yatırımcılardan oluşan katılımcılar Roma Hamamı'nı gezerek, profesyonel rehberler eşliğinde Roma Hamamı'nın tarihi ve yürütülen çalışmalar hakkında bilgi almışlardır.

2.gün şehir dışından gelen ve yerel paydaşlardan oluşan 133 kişi sempozyuma katılım sağlamış olup; Roma Hamamı'nın tanıtımı, Sarıkaya Roma Hamamı özelinde yapılabilecek çalışmalar ile birlikte termal tedavi uygulamalarına yönelik sunumlar gerçekleştirilmiştir.

Yapılan sempozyumun ardından elde edilen bilgiler dikkate alınarak Yatırım Altyapısı, Akademik Yaklaşım, Tanıtım ve Sağlık Turizmi başlıklarından oluşan bir sempozyum sonuç bildirgesi oluşturulmuştur.



Tüm haberlerimiz ve detaylı bilgiler için ;
oranti.oran.org.tr

İÇ ANADOLU'DAKİ YATIRIM DESTEK OFİSLERİ BİR ARAYA GELDİ

Ankara, Mevka, Ahiler ve ORAN Yatırım Destek Ofisleri, Nevşehir'de Ahiler Kalkınma Ajansı ev sahipliğinde bir araya geldi.

Toplantıda Konya Yatırım Destek Ofisi Koordinatörlüğü tarafından İl Yatırım Komitesi ve Tek Durak Ofis yapısı kurma girişimi ve yaşanan süreçler üzerine bir sunum gerçekleştirildi. Ankara Yatırım Destek Ofisi, TechAnkara projesi hakkındaki tecrübelerini paylaştı.

ORAN Kayseri Yatırım Destek Ofisi Koordinatörlüğü, Dış Ticaret İstihbarat Merkezi kurulması, Ar-Ge Merkezi sayısının artırılması konusundaki girişimler, Benim İşim Girişim İş Fikri Yarışması ve Erciyes'de Turizmin çeşitlendirilmesi konusunda yapılanlar

hakkında paylaşımda bulundu. Sivas Yatırım Destek Ofisi Koordinatörlüğü ise, İŞGEM projesi ile elde edilen başarıyı, Cazibe Merkezi Programı kapsamındaki Kaleiçi projesini, Sivas YDO olarak UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı başvurusundaki rollerini ve İsviçre merkezli bir medikal firmasını Sivas'a kazandırma deneyimini ele aldı. Yozgat Yatırım Destek Ofisi de yurt dışında ve yurt içinde Yozgatlı iş adamlarına yönelik olarak gerçekleştirilen işbirliği buluşmalarını diğer uzmanlarla paylaştı.

Toplantının ikinci bölümünde, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın üzerinde çalışmakta olduğu Yatırım Destek Ofisleri mevzuatı ile ilgili ele alınması gereken değişiklikler üzerinde duruldu. Yapılması gereken ekleme ve çıkarmalar hakkında uzmanların görüşleri alındı.

TEDARİK ZİNCİRİ PROJESİ EĞİTİMLERİ KAPANIŞ ORGANİZASYONU GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Yozgat Valiliği ve ORAN işbirliğiyle, il özelinde bulunan sektörlerde tedarik ağının mevcut durumunun geliştirilip aynı zamanda firmaların tedarik zinciri içerisinde yakın illerin ekosistemine dâhil edilmesi amacıyla Yozgat Tedarik Zinciri Projesi yürütülmektedir. Bu projenin önemli bir parçası olarak proje kapsamında yer alan firmaların temsilcilerine 19-22 Aralık 2018 ve 25-28 Aralık 2018 tarihleri arasında "Müzakere ve İleri Satış Teknikleri, İş Ağı Kurma, Moderasyon" başlıkları altında toplamda 8 gün süreyle 3'er adet eğitim verilmiştir. Eğitimlerin son gününde Yozgat Valisi Kadir ÇAKIR'ın da katılım sağladığı Tedarik Zinciri Projesi Eğitimleri Kapanış Organizasyonu düzenlenmiştir. Projenin sonraki aşamalarına ilişkin bilgiler katılımcılarla paylaşılmış olup Tedarik Zinciri Projesi kapsamında yer alan eğitim faaliyetleri tamamlanmıştır.



KALKINMA AJANSLARI İZLEME VE DEĞERLENDİRME BİRİMLERİ TOPLANTISI YAPILDI

1-2-3 Ekim tarihlerinde ORAN İzleme ve Değerlendirme Birimi tarafından, "Ajans Mevzuat Değişiklikleri" konulu bir toplantı düzenlendi. Toplantıya Trakya Kalkınma Ajansı (Trakyaka), Zafer Kalkınma Ajansı (Zafer), Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (Baka), Ahiler Kalkınma Ajansı (Ahiler) ve Mevlana Kalkınma Ajansı'nın (Mevka) İzleme Değerlendirme Birim Başkanları ile Uzmanları katılım sağladı.

Kayseri Ticaret Odasında düzenlenen toplantıda Haziran ayından bu yana Ajans yönetmelik, kılavuz ve rehberlerinde yapılan değişiklikler üzerinde çalışmalar yapıldı. Ayrıca Ajans proje desteklerinin uygulama aşamasında yapılabilecek iyileştirmeler üzerine görüş alışverişinde bulunuldu.



KAYTEKSİAD'A E-TİCARET DANIŞMANLIĞI VERİLDİ



Kayseri Tekstil Kent Sanayici ve İş Adamları Derneği ile daha önce yapılan görüşmeler sonucunda E-ticaret ile ilgili yapılması kararlaştırılan çalışmalar neticesinde; 22.10.2018 tarihinde Tekstil Kent Kayseri'de gerçekleştirilen toplantıda hazırlık aşamasında olan ve Tekstil Kent'ten 20 iş adamının katılımı ile gerçekleştirilmesi planlanan B to C (Business to Consumer) konseptli e-ticaret platformu için Ajansımızın danışmanlık desteği vermesi kararlaştırılmıştır.

Bu destek kapsamında belirli zamanlarda periyodik olarak yapılacak görüşmeler ile e-ticaret platformunun şekillendirilmesi planlanarak Ajans İzleme ve Değerlendirme Birimi Uzmanlarının KAYTEKSİAD üyelerine "Dijital Dönüşüm Eğitimleri" vermesi planlanmıştır.

GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ TAMAMLANDI



Orta Anadolu Kalkınma Ajansı ve KOSGEB iş birliği ile düzenlenen girişimcilik eğitimi 30 Ekim 2018 - 2 Kasım 2018 tarihleri arasında gerçekleştirildi. Ajans Uzmanlarından Mustafa EREN tarafından verilen eğitim ORAN Teknopark eğitim salonunda gerçekleştirildi.

Yapılan başvurular arasından seçilen 25 girişimci adayının katıldığı eğitim süresince iş fikri geliştirme, iş fikrini test etme, iş modeli oluşturma, pazar araştırması, pazarlama karması, işe alma, liderlik, iletişim, üretim planlama, iş akışı, yatırım ve işletme sermayesi, maliyet takibi, başabaş noktası analizi ve nakit akış tabloları gibi temel bilgiler aktararak farklı uygulamalar ile pekiştirilmeye çalışıldı.

Bu eğitimi başarıyla tamamlayan katılımcılar KOSGEB Girişimcilik destekleri kapsamında 50.000 TL'ye kadar geri ödemesiz, 100.000 TL'ye kadar geri ödemeli mali destek programına başvurmaya hak kazanmışlardır.

PCM EĞİTİMİ GERÇEKLEŞTİRİLDİ



Yozgat İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nün talebi üzerine Yozgat Yatırım Destek Ofisi tarafından 26-27-28 Kasım tarihlerinde toplam 3 (üç) gün olarak Proje Döngüsü Yönetimi (PCM) eğitimi düzenlenmiştir. Eğitimin ilk iki günü PCM eğitimi ve bunu müteakip üçüncü günü ajansımızın İzleme ve Değerlendirme Birimi tarafından katılımcılara proje uygulama süreçleri anlatılarak daha önceki proje uygulamalarındaki tecrübeler aktarılmıştır.

Proje Döngüsü Yönetimi Eğitimleri 2019 yılında da bölgenin diğer il ve ilçelerinden gelen taleplere göre devam edecek olup, bölgenin proje yazma ve uygulama kapasitesinin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bölgede proje kültürünün yaygınlaştırılmasıyla paydaşların Ajans desteklerinin yanı sıra diğer desteklerden de faydalanma oranının artırılması hedeflenmektedir.

2018 TEKNİK DESTEK PROGRAMI SONUÇLARI BELLİ OLDU

Orta Anadolu Kalkınma Ajansı 2018 Teknik Destek Programı kapsamında Temmuz-Ağustos ve Eylül-Ekim dönemlerinde yapılan 28 başvurudan 13'ü destek almaya hak kazandı.

Referans No.	Başvuru Sahibi	Teklif Adı
1. TR72/18/TD/0012	Yozgat Ticaret Ve Sanayi Odası	Üst Yöneticiler İçin Temel Yönetim Becerileri Ve Lobicilik Faaliyetlerinin Geliştirilmesi
2. TR72/18/TD/0013	Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü	SPSS (Biyostatistik) Eğitimi İle Sağlıklı İstatistikler
3. TR72/18/TD/0014	Gürün İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü	Gürün'de Robot Tasarımı İle Akıl Ve Zeka Oyunları Eğitimi
4. TR72/18/TD/0017	Cumhuriyet Üniversitesi	Yalın Üretim Eğitimi
5. TR72/18/TD/0020	Kayseri Mimarsinan Organize Sanayi Bölgesi Müteşebbis Teşekkül Başkanlığı	Mimarsinan OSB' Ye Kurumsallaşma ve Stratejik Yönetim Eğitimi
6. TR72/18/TD/0021	Kayseri Gıda Kontrol Laboratuvar Müdürlüğü	Kayseri Gıda Kontrol Laboratuvarı Metod, Validasyon Ve Ölçüm Belirsizliği Eğitimi
7. TR72/18/TD/0025	Sivas Gelişim Gençlik Ve Spor Kulübü Derneği	Kurumsallaşma Temelli Sivil Toplum & Gönüllü Yönetimi Eğitimi
8. TR72/18/TD/0028	Sivas Milli Eğitim Müdürlüğü	Yönetici Akademisi Projesi Eğitimleri
9. TR72/18/TD/0030	Yozgat İl Milli Eğitim Müdürlüğü	ZEKAAĞI OYUNU EĞİTİMİ
10. TR72/18/TD/0031	Develi İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü	Akıl Dolu Eğitim, Güçlü Geleceğim...
11. TR72/18/TD/0032	Kayseri İl Milli Eğitim Müdürlüğü	Çocuk ve Ergenlerde Bilişsel-Davranışçı Terapi Eğitimi
12. TR72/18/TD/0033	İmranlı İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü	STEM Eğitici Eğitimi
13. TR72/18/TD/0038	Kayseri Ticaret Odası	KTO Dijital Dönüşümle Kapasite Artırımı Eğitim ve Danışmanlık Projesi

Diğer taraftan 2018 Teknik Destek Programı Mayıs-Haziran ve Temmuz-Ağustos döneminde sözleşme imzalanan teknik destek faaliyetlerinden 6 tanesi tamamlandı, 5 teknik destek faaliyetinin ise uygulaması devam etmektedir.



FİZİBİLİTE VE TEKNİK DESTEK PROGRAMLARI İLÇE TANITIMLARI DEVAM EDİYOR



2018 yılı teknik destek ve fizibilite programlarına ilçelerden yapılan başvuruların artması ve TR72 Bölgesi'nin programlar konusunda farkındalığını artırmak amacıyla, Program Yönetim Birimi tarafından TR72 Bölgesi ilçe ziyaret programı başlatıldı.

İl yatırım destek ofislerinin de yer aldığı ziyaretler devam etmekte olup; özellikle TR72 alt bölge çalışmasında birinci düzeyin dışında kalan, teknik destek programına bugüne kadar en az başvuru yapan ilçelerdeki kurumların başvuru sayılarını artırması ve desteklerden yararlanması hedeflenmektedir.

PROJE DÖNGÜSÜ YÖNETİMİ EĞİTİMLERİ

ORAN Uzmanları tarafından 8-9 Kasım 2018 tarihlerinde Cumhuriyet Üniversitesi'nde ve Kayseri İl Afet Ve Acil Durum Müdürlüğü'nde uygulamalı proje döngüsü yönetimi eğitimi verildi. Eğitimlere 32 kişi katıldı.



KAYSERİ ELEKTRİKLİ EV ALETLERİ SEKTÖRÜ DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ GERÇEKLEŞTİRİLDİ



T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından yürütülen, AB ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilen "Toplam Faktör Verimliliği (TFV) için Politika Çerçevesi Geliştirilmesine Destek Projesi" kapsamında Kayseri ilindeki elektrikli ev aletleri sektörüne yönelik değer zinciri analizi gerçekleştirildi.

Orta Anadolu Kalkınma Ajansı'nın ev sahipliğinde Çukurova, Mevlana, Karacadağ, Bursa-Eskişehir-Bilecik, Zafer Kalkınma Ajanslarından ve UNDP'den uzmanların yer aldığı proje ekibi tarafından öncelikle sektördeki firmalara saha ziyaretleri gerçekleştirildi. Sonrasında ise sektörün dünya, Türkiye ve Kayseri özelinde analizi için araştırma çalışmaları yapıldı. Kayseri Sanayi Odası ile bir dizi görüşmeler yapılarak destek

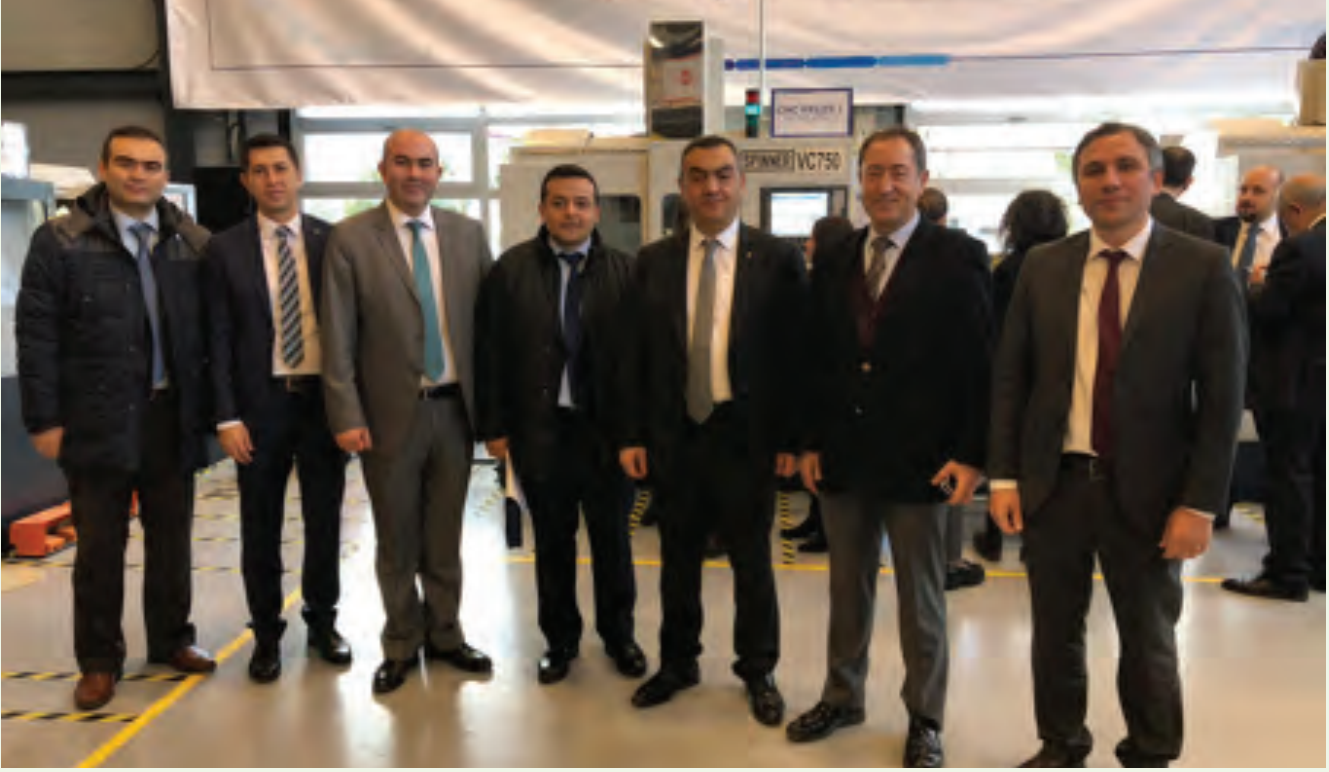
alındı. Son olarak 18 Ekim 2018 tarihinde "Kayseri Elektrikli Ev Aletleri Durum Değerlendirme Çalıştayı" yapıldı.

Çalıştayda ilk olarak sektörün dünya ve ülke ölçeğindeki durumu konusunda genel bir bilgilendirme yapıldı. Daha sonrasında katılımcılar çalışma gruplarına ayrılarak sektörel kabiliyetler grup çalışması ve PESTLE analizi grup çalışması yaptı. Son olarak grup çalışmaları tüm katılımcılarla paylaşılarak değerlendirme oturumu gerçekleştirildi.

Kayseri'deki elektrikli ev aletleri sektörüne yönelik yapılan değer zinciri hususunda proje ekibince edinilen deneyimler, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nda yapılan bir toplantıda diğer kalkınma ajanslarına aktarıldı.



ORAN ANKARA MODEL FABRİKASI AÇILIŞINA KATILDI



T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı koordinasyonunda, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) teknik işbirliği ve yürütücülüğünde kurulan Ankara Yetkinlik ve Dijital Dönüşüm Merkezi'nin (Model Fabrika) açılışı 11 Aralık 2018 tarihinde gerçekleşti. Tesisin açılışına Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa VARANK, Ankara Valisi Vasip ŞAHİN, Kayseri Milletvekili Mustafa ELİTAŞ, Kayseri Sanayi Odası (KAYSO) Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet BÜYÜKSİMİTÇİ katıldı.

Türkiye'deki ilk model fabrika olma özelliği taşıyan tesisin ilk aşamada kesikli üretim yapan işletmelere hizmet vermesi

hedeflenmektedir. Bu kapsamda firmaların yalnız üretimle alakalı yetkinliklerini artırmak amacıyla uygulamalı eğitimler verilecektir. Eğitim aşamasından sonra ise, firmalarda yalnız dönüşümün gerçekleşmesi sağlanacaktır.

ORAN APKB Birim Başkanı M. Fatih ATILABEY ve PYB Uzmanı Serdar ARSLAN'ın da yer aldığı model fabrika açılışının ardından ilerleyen günlerde Kayseri'de de kurulması planlanan model fabrika konusunda Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı yetkilileri ile fikir istişaresi yapıldı. Model fabrika yönetimi ve eğitmenleri ile yalnız dönüşüm süreçleri, merkezin çalışma mantığı ele alındı.



Tüm haberlerimiz ve detaylı bilgiler için ;
oranti.oran.org.tr



Nimet TAHTASAKAL 
Kurumsal Yönetim Birimi

“Orta Anadolu’yu Keşfet” Fotoğraf Ödülleri Sahiplerini Buldu

Orta Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından 1 Temmuz 2018 – 24 Kasım 2018 tarihleri arasında düzenlenen Orta Anadolu’yu Keşfet ulusal fotoğraf yarışması sona erdi. Yarışmaya 2 farklı kategoride toplamda 1418 fotoğrafla katılım sağlandı. 25 Kasım Pazar günü Orta Anadolu Kalkınma Ajansı toplantı salonunda tüm jürinin katılımıyla gerçekleşen toplantıda ödüllü fotoğraflar oy çokluğuyla belirlendi.

Kayseri, Sivas ve Yozgat’ı kapsayan Orta Anadolu’nun tarihi, coğrafi, kültürel güzelliklerinin ortaya konulması hedeflenen yarışmada elde edilen fotoğraflar ile Ajans tarafından hazırlanan dokümanlarda, reklamlarda ve etkinliklerde bölgenin turizm potansiyeline dikkat çekilmesi planlanıyor. Çeşitli para ödüllerinin yanı sıra 10 fotoğrafçıya bölgesel gezi turu da hediye edilen yarışma sonrası kazanan fotoğraflarla sergi açılması planlanıyor.



Orta Anadolu’yu Keşfet Ödülleri

1.lik Ödülü: Murat Durak

Yılkılar, özgür, güçlü, hızlı ve asil fotoğraflamak yetmez onların içinde olmak gerekir hikâyesi. Bir pazar günü ayak seslerini dinlemek için gittiğimde kadrajımda özgürce koşan yılkıları gördüm ve sizlerle paylaştım.



2.lık Ödülü: Mehmet Aslan

Fotoğrafı 2016 yılının Eylül ayında Kayseri'nin, Develi ilçesine bağlı Sindelhöyük mahallesinde çektim. Sultan Sazlığından biçilen kamış ve kındıralar ile ev ve süs eşyası yapan Turan amca'yı çekmeye gittiğimde, evine davet etti. Çay eşliğinde sohbet ederken, evinde beslediği yavru kedi ara ara yanımıza gelip oyun oynamak istiyordu. Turan amca da bizimle sohbeti sırasında elinde salladığı tespihiyle kediyle oynamaya başladı. Ben de bu güzel anıyı fotoğraf olarak onlara güzel bir hatıra bıraktım.



3.lük Ödülü: Sertaç Nuran

Yıldızeli kayak merkezi yolu üzerinde yer alan köy, kar manzarası ve Selvi ağaçlarıyla doğada muhteşem bir tablo oluşturmakta ve şu şarkıyı hatırlatmaktadır: Orda bir köy var uzakta, O köy bizim köyümüzdür. Gezmesek de, tozmasak da O köy bizim köyümüzdür.



Sarıkaya Roma Hamamı'nı Keşfet Özel Ödülü: Ender Pekşen

Astronomiye meraklı olan kızım ile birlikte iki günlük çadır kampı yaparak geceleri yıldız gözlemi ve yıldız pozlaması yapmak için 2 Eylül 2018 tarihinde Samsun'dan Göreme'ye gitmek üzere yola çıkacaktık. Sarıkaya ilçesindeki Roma Hamamı'nın yol güzergahımızın üzerinde olduğunu görünce saat 16:00 gibi orada olacak şekilde seyahatimizi planladım. Sarıkaya'ya vardığımızda Roma Hamamı'nın bulunduğu alanda bir kalabalıkla karşılaştık. ORAN ve Yozgat Valiliği'nin tanıtım etkinliklerinin ödül törenine denk gelmiştik. Etkinlikleri izledik. Bu görkemli yapıdan daha önce neden haberdar olmadığımızı konuştuk. Bu güzergâhtan daha önce de geçmiştik oysa... Kızım yüzyıllar öncesinin görkemli yapısına büyük bir hayranlıkla bakarken bana kalan; bir tarafta tarih, bir tarafta o anı yaşayan canım kızımın birlikte oluşturduğu kompozisyonu görüntülemek kalmıştı.





Türkiye kardeş ülkeleri olan Kırgızistan, Türkmenistan gibi Türk asıllı ülkeler ile daimî diyalog halinde bulundu. Ortak bir Türk kanı taşımanın ve ortak geleneklere sahip olmanın verdiği bağlılık ile her zaman her konuda gücü yettiğince yardım elini uzatmaktan geri durmadı. Yine bu şekilde bir yardım ile 1982 yılında Kenan Evren döneminde, SSCB'nin Afganistan'ı işgal etmesi üzerine bir kısım Kırgız Türkü yıllardır Van'ın Erciş ilçesine getirilmiştir. Burada Ulupamir köyünde kendilerine has gelenek ve görenekleri ile bir hayat sürmeye devam ettiler.

Bugün ise bu köyün bir kısmı Yozgat ilinin Yenifakılı ilçesine göç etmektedir. TOKİ'nin Türkiye'de ilk kez yaptığı 100 hanelik yatay mimari örneği ile Kırgız kardeşlerimize uygun taksitlerle ev sahibi olma imkânı sağlanmaktadır. Devletimizin ve Yenifakılı Belediyesi'nin ortak çaba ve destekleri sayesinde yeni evlerine yerleşerek daha yüksek standartlarla hayatlarını sürdürmeye başlamışlardır. Yenifakılı halkı da Kırgız kardeşlerine ellerinden geldiğince destek olarak yabancılık çekmemeleri için her türlü destek ve çabayı göstermektedir.

Yeni yerleşim yerlerinde bir yandan gündelik hayatlarını sürdürmeye devam ederken diğer yandan da hem yerel hem yabancı turistleri heyecanlandıran bir kırsal turizm projesini Kırgız Türklerinden Kasım Bek ile birlikte başlatma şansı bulduk. Kırgız Türkleri olarak burada sanki Orta Asya'da yaşarcasına sürdürdükleri gelenek ve göreneklerini hem onlar adına hem de tüm ülkemiz adına yararlı olabilecek bir turizm potansiyeline dönüştürme çabası içindeyiz. Geleneksel yemekleri, kıyafetleri, müzikleri deri ve keçe el sanatları ile Orta Asya'da yaşıyor gibi hissedeceksiniz. Ayrıca Türk'ün silahı ve eşi kadar kutsal gördüğü 50'e yakın at da Kırgız Otağlarını şenlendirir durumda.

Orta Asya zamanlarından ancak film ve dizilerden aşına olduğumuz fakat onların hala kullandıkları otağları ile diğer yandan 21. yüzyıla uyum sağlamaları, hayatlarını tamamen kendi çabaları ile kazanmaları, kendi ülkelerinden kopup geldikten sonra Türkiye'deki yerel hayata ve insanlara dair görüşleri, hiç eskitmedikleri rengârenk geleneksel kıyafetleri, geniş mutfaklarının kendine has lezzetleri ile Kırgız Türkleri

Nuri ÇORBACIOĞLU

Fotoğraf Sanatçısı, Fotoğraf Rehberi



ORTA ANADOLU'DA KÜÇÜK BİR ORTA ASYA: KIRGIZ OTAĞLARI YOZGAT YENİFAKILI İLÇESİ

ve onların günlük yaşamları ile oluşturdukları Orta Asya'yı şimdilik yalnızca günebirlik ziyaretler için turizme kazandırdık. Önümüzdeki yıl içerisinde devletimizin de desteği ile mevcut otağ sayısını artırarak hem yerli ve yabancı turistlere günlük konaklama imkânı sunacak olan Otağ Otel projemizi de gerçekleştirmeyi planlıyoruz. Aynı zamanda mevcut atlarımızın ırklarını daha da iyileştirerek Kımız üretimi ve satışına da başlamak planlarımız arasında.

Orta Anadolu'nun ortasında Küçük bir Orta Asya kırsal turizm projesinin ortağı olmaktan ve Orta Asya'daki gelenek-göreneklerimizimizi yaşatmak için küçük de olsa bir destek sağlıyor olmaktan büyük mutluluk duyduğumu belirtmek isterim.

Son cümle: Lütfen bu güzelliği gidip yerinde görüp, yaşayın...

Bir belgeselin içinde yaşamaya hazır mısınız?



Dr. Yücel ÖZKARASanayi ve Teknoloji Uzmanı
Sanayi ve Verimlilik Genel Müdürlüğü

UYGULAMALI YETKİNLİK VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM MERKEZİ (MODEL FABRİKA) PROJESİ

Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018) Üretimde Verimliliğin Artırılması Programı Eylem Planı'nın 25 numaralı ve Verimlilik Stratejisi ve Eylem Planı'nın (2015-2018) 6.9 numaralı eylemleri kapsamında, "sanayi işletmelerinin eğitim ve danışmanlık ihtiyaçlarının sistematik bir biçimde izlenmesine ve giderilmesine; verimlilik alanındaki bilimsel ve teknik kapasitenin uygulamalı eğitimler ve model fabrika gibi uygulamalarla güçlendirilmesine; bilimsel yayın ve etkinliklerin niteliğinin yükseltilmesine ve bu kapsamda üniversite - sanayi - kamu arası ortak iş yapabilme kabiliyetinin artırılmasına imkân sağlayacak şekilde Verimlilik Akademisi'nin kurulması" öngörülmektedir.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi ve Verimlilik Genel Müdürlüğü'nün koordinasyonunda Verimlilik Akademisinin en önemli bileşeni olarak yalın dönüşüm, dijital dönüşüm, ürün geliştirme vb. konularında işletmelere eğitim ve danışmanlık hizmeti sunacak eğitim merkezlerinin kurulmasına yönelik çalışmalar 2015 yılında başlatılmıştır.

Ülkemiz, Kalkınma Planlarında da özellikle değinildiği üzere verimlilik odaklı bir yaklaşımla rekabet gücünü artırarak cari açık sorunu yaşamadan yüksek ve istikrarlı büyümeye ulaşmayı hedeflemektedir. Bu kapsamda, verimlilik algısının geliştirilmesi, üretim süreçlerinin iyileştirilmesi, katma değer artırılması ve böylelikle başta toplam faktör verimliliğinin ve bunun büyümeye katkısının artırılması olmak üzere söz konusu hedefe ulaşılması amaçlanmaktadır. Verimlilik artışı, ekonomik büyümeye doğrudan katkı sağlamanın yanında, kıt

kaynakların etkin ve sürdürülebilir biçimde kullanılmasını da sağlayacağı için ekonomik büyümenin verimlilik artışlarına dayandırılması, uzun vadede büyümenin sürdürülebilirliğini sağlamada ve toplumsal refahın kalıcı biçimde artırılmasında önem taşıyacaktır.



Türkiye ekonomisinde verimlilik artışının düşük olmasının çeşitli nedenleri plan çalışmalarında şu şekilde ifade edilmiştir:

- Küçük firmaların büyüme motivasyonları sınırlı kalmakta ve dolayısıyla bu firmalar ölçek ekonomilerinden yeterince yararlanamamaktadırlar.
- Ayrıca, işletmeler arası etkileşimin zayıflığı nedeniyle değer zincirleri gerekli ölçüde güçlenememiştir. Nitekim ülkemizde, büyük ölçekli işletmelerin (250+ çalışan) işgücü verimliliği

Model fabrika; deneysel öğrenme teknikleri kullanılarak operasyonel mükemmeliyet ilkelerinin yaygınlaştırılmasını sağlayan ve uygulamalı hizmetler sunan eğitim merkezidir.

Süreç iyileştirme, enerji verimliliği, yalın üretim, ürün geliştirme, dijital dönüşüm vb. konularda işletme çalışanlarının bilgi ve becerilerini artırmayı amaçlar.

düzeyi, küçük ölçekli işletmelerin (1-19 çalışan) verimlilik düzeyinin yaklaşık 5,5 katına kadar ulaşmaktadır.

- Verimlilik artışlarının düşük olmasının diğer önemli sebepleri ise teknoloji geliştirme ve kullanım kapasitesinin yetersiz kalması ve işgücü niteliğinin ortalamada düşük olmasıdır. Bu bağlamda, verimlilik algısını geliştirme çalışmaları yanında, kurumsallaşmanın artırılması, üretim süreçlerinin geliştirilmesi ve ölçek sorunlarının azaltılmasına yönelik faaliyetlerin yürütülmesi önerilmektedir.

İmalat sanayiinde esas olarak büyük ölçekli firmalardan kaynaklanan bir verimlilik artışı yaşanmakta; büyük ve küçük ölçekli firmalar arasındaki yüksek verimlilik farkı ise devam etmektedir. Planda, sermaye ve işgücü faktörlerinin nicelik artışının yanı sıra verimlilik düzeylerinin artması da yüksek ve istikrarlı büyüme açısından önemli görülmektedir.



Gelişen üretim süreçlerinin gerektirdiği beceri ve niteliklerin işgücüne kazandırılması da özel önem arz etmektedir. Bu

çerçevede, hem hâlihazırda işgücünde yer alan kişilerin niteliklerinin yükseltilmesi, hem de eğitim kalitesinin artırılması yoluyla yenilikçi ve sürdürülebilir üretim sürecinin gerektirdiği becerilerle donatılmış bireylerin yetiştirilmesi ihtiyacına dikkat çekilmektedir.

Hâlihazırda işgücünün eğitimi için yapılan pek çok hizmet gerek iş öncesi, gerekse işbaşında olmak üzere yaygın biçimde sunulmaktadır. Ancak Kalkınma Planında vurgulandığı üzere, gelişen üretim süreçlerine uygun teknik bilgi ve yetkinlikler, sanayinin teknik düzeyde iş gören, planlama ve yönetim yapan çalışanlarına sunulmadıkça üretimde dönüşümün zorluklarla karşılaşacağı açıktır. Tekniker, mühendis ve yönetici grubu çalışanların işgücü niteliğinin artırılması, firmalar düzeyinde verimlilik artışının daha yapısal ve sürdürülebilir olmasını sağlayacaktır.

Ülkemizde işletmelerin büyük bir oranını oluşturan KOBİ'lerde istihdam edilen personelin ve yöneticilerin verimlilik artırma, kalite iyileştirme, yalın üretim, ürün geliştirme, problem çözme ve süreç iyileştirme gibi konularda bilgi ve becerilerinin geliştirilmesi, KOBİ'ler için işletme performansını artırmak açısından önemli bir konudur. Bu kapsamda, işgücünün uygulama yönlü becerilerini geliştirmek, deneysel ortamlarda daha iyi öğrenmelerini sağlamak, yeni becerileri hızlı bir şekilde ilgili taraflara kazandırabilmek amacıyla işletmelere sunulacak uygulamalı eğitimlerin ve bu eğitimlerin sunulacağı fiziksel ortamların oluşturulması gerekmektedir.

Dünyanın çeşitli ülkelerinde 2001 yılından bu yana "model fabrika" adı altında uygulamalı eğitim hizmeti sunan merkezler (gerçek bir üretim sistemi üzerinde çeşitli uygulamalar yapma yoluyla) sözü edilen bu gereksinime cevap verebilmektedirler. Bu kapsamda, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi ve Verimlilik Genel Müdürlüğü tarafından Türkiye'de model fabrika kurulmasına ilişkin ihtiyaç analizi, müfredat tasarımı, işbirliği olanaklarının araştırılması, model fabrikanın işletim modelinin ortaya çıkarılması ile gerekli fiziksel ve finansal

UYGULAMALI YETKİNLİK VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM MERKEZİ (MODEL FABRİKA) PROJESİ

kaynak (yer/mekan, makine, ekipman, personel vb.) ihtiyacının belirlenmesi çalışmaları gerçekleştirilmiş; bu kapsamda, "Uygulamalı Yetkinlik ve Dijital Dönüşüm Merkezi (Model Fabrika) Projesi" uygulamaya alınmıştır. 2015 yılında fizibilite çalışması ile başlayan bu proje 2020 yılına kadar kurulacak

ilk model fabrikanın kurularak hizmete alınması için de en uygun koşulları taşımaktadır. İlk model fabrikanın Ankara'da kurulması Verimlilik Stratejisi ve Eylem Planı ile belirlenen hedefleri yakalamada öncü olacak ve Türkiye'nin diğer illerinde de model fabrikaların kurulmasında rol model olacaktır.



model fabrikalarla devam edecektir. Model fabrika kurulması planlanan şehirlerden bir tanesi de Kayseri'dir. Proje, Sanayi ve Verimlilik Genel Müdürlüğü koordinasyonunda Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) teknik işbirliği ve yürütücülüğünde gerçekleştirilmektedir.

Proje Kapsamında Yapılan Analizlerin Sonuçları

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ile teknik işbirliği içinde yürütülen model fabrika Projesinin ilk aşamasında birincil ve ikincil analizler yapılarak, anılan bu yetkinlik ve dijital dönüşüm merkezinin nerede (hangi illerde) kurulacağını, hangi sektörleri hedefleyeceğini ve hangi hizmetleri vereceğinin belirlenmesi amacıyla bir "ihtiyaç analizi raporu" hazırlanmış ve bu bağlamda öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler özetle şöyle sıralanabilir:

- Türkiye'deki ilk model fabrika Ankara'da kurulmalıdır. Sanayi yapısı ve büyük üniversiteleriyle model fabrika için oldukça uygun bir ortama sahip iller arasında bulunan Ankara,

- Model fabrika kesikli imalat sektörlerini hedeflemelidir. İlk etapta kesikli imalat sistemi üzerinden eğitim hizmeti verecek olan model fabrikanın altyapısı, ihtiyaç duyulması durumunda ilerleyen dönemlerde sürekli imalat sektörlerini kapsayacak şekilde genişletilebilir.

- Model fabrikada yalın üretim, kalite, dijital dönüşüm ve ürün geliştirme konularında i) farkındalık artırıcı seminerler, ii) deneysel eğitimler, iii) danışmanlık hizmeti de içeren dönüşüm programları düzenlemeli, ayrıca iv) özellikle üniversite-sanayi işbirliği projeleri uygulanmalıdır. KOBİ'lerin insan kaynakları ve bilinç seviyeleri göz önünde bulundurulduğunda, danışmanlık hizmeti de içeren ve süresi altı ayı bulabilen dönüşüm programlarının gerekliliği açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla model fabrikada bir taraftan belirli bir seviyede kapasitesi mevcut olan imalatçı işletmelere deneysel eğitimler verilirken, diğer taraftan dönüşüm programları ile firmaların hem yalın hem de dijital dönüşümüne yönelik kapsamlı faaliyetler uygulanmalıdır.

UYGULAMALI YETKİNLİK VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM MERKEZİ (MODEL FABRİKA) PROJESİ

• Model fabrika hizmet maliyetlerinin kamu tarafından desteklenmesi model fabrika hizmetlerini KOBİ'ler için daha erişilebilir hale getirecektir. Bunun yanında yönetim yapısı içinde Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının yer alması model fabrikanın sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir.

Detaylı bir ihtiyaç analizi ve fayda-maliyet analizi yapılarak, model fabrika'nın hedeflemesi gereken sektörler, model fabrikanın vermesi gereken yetkinlik geliştirme hizmeti türleri ve Türkiye'de model fabrikaların kurulabileceği muhtemel yerler (il olarak) tespit edilmiştir. Buna göre;

• Türkiye'de hizmet verecek model fabrikaların yalın dönüşüm (operasyonel verimliliği artırma hedefli) ve bununla beraber dijital dönüşüm (Sanayi 4.0 ilkelerinin uygulanması hedefli) alanlarına odaklanması ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

• Model fabrikaların ilkinin uygulama yeri olarak Ankara olması kararlaştırılmıştır. Ankara'yı takiben, öncelikli olarak Bursa olmak üzere İzmir, Gaziantep ve Mersin ile Konya ve Kayseri illerinde model fabrikaların kurulması öngörülmektedir.

• Kurulacak olan model fabrikaların hedef kitesininin başta KOBİ'ler olmak üzere yetkinlik gelişimi hedefleyen imalat sanayi firmaları, firmaların hizmet aldığı kuruluşlar, üniversiteler, akademisyenler ve öğrencilerden oluşması planlanmaktadır.

• Model fabrikalarda öncelikli olarak dönüşüm programları, deneysel eğitimler; ayrıca farkındalık artırıcı seminerler, araştırma projeleri ve üniversite-sanayi işbirliği projelerinin geliştirilmesi alanlarında hizmet sunulması öngörülmektedir.

Model Fabrikaların Eğitim Yaklaşımı

Model fabrika yaklaşımı geleneksel sınıf eğitimine kıyasla teorik ve pratik eğitim yöntemlerini deneysel öğrenme prensipleri çerçevesinde birleştirmekte ve böylece sadece sınıf eğitimlerine dayalı kapasite geliştirme programlarına göre altı kata varan bir hatırlanma oranlarını sağlayabilmektedir. Buna ilaveten, uygulamalı eğitimlerin daha ilgi çekici olması da eğitim başarısı üzerinde önemli bir etkidir.

Model fabrika yaklaşımının temelini oluşturan deneysel öğrenme teknikleri, katılımcıların edinimlerini gerçek

koşullarda kullanmasını sağlayarak kalıcı ve sürekli yetkinlikler kazanmalarını sağlamaktadır. Bu nedenle deneysel öğrenme model fabrika yaklaşımının olmazsa olmazı konumundadır. Model fabrikaların bir kısmında uygulamalı eğitimin ve danışmanlığın birlikte sunulduğu ve öğrenme yaklaşımı olarak "saha ve sınıf" ilkelerinin kullanıldığı eğitim programları da yer almakta olup bu tür programların etkisi diğer öğrenme modellerine göre çok daha yüksek düzeyde olmaktadır.

Model Fabrikaların Tasarım Yaklaşımı

Yukarıda belirtildiği üzere Türkiye'de kurulacak model fabrikaların öncelikle yalın dönüşüm (operasyonel verimliliği artırma hedefli) ve dijital dönüşüm (Sanayi 4.0 ilkelerinin uygulanması hedefli) alanlarına odaklanması amaçlanmaktadır. Hedef kitesinde başta KOBİ'ler olmak üzere imalat sanayi firmaları, üniversite öğrencileri ve akademisyenler olan model fabrikanın hizmet içeriğinde, verilmesi mümkün olan tüm eğitim türlerinin yer alması uygun görülmektedir.

Öncelikle kesikli imalat sektörlerine yönelik hizmet sunması amaçlanan model fabrika altyapısının sürekli imalat sektörlerini kapsayacak şekilde genişletilmesi mümkün olacaktır. Model fabrikanın sunduğu eğitim amaçlı üretim ortamında ticari bir faaliyet olmadan örnek bir ürün üzerinden eğitim programı uygulayacaktır.

Model fabrikalar kâr amacı gütmeyen bir yapıya sahip olacak; kamu, meslek odaları, varsa üyelik ya da sponsorlukla dâhil olan özel sektör kuruluşları ve üniversitenin temsil edildiği bir danışma mekanizmasına sahip bir tüzel kişilik ile yönetilmesi planlanmaktadır.

Model Fabrikalar Ne Üretir?

Model Fabrikalarda ürün satışı yoktur. Model Fabrikaların sunduğu eğitim amaçlı üretim ortamında, ticari bir faaliyet olmadan örnek bir ürün üzerinden eğitim programı uygulanmaktadır. Örneğin, Ankara'da kurulan Model Fabrikada kesikli bir üretim hattında (işleme ve montaj) üretilen pnömomatik silindir üzerinden eğitim hizmetleri sunulmaktadır.

Müziğinin duayen ismi merhum Ahmet Gazi Ayhan ile yine Türk kültürüne önemli hizmetleri olmuş değerli kültür adamlarımızdan Av. Nevzat Türkten, Mustafa Öztürk, Muhsin İlyas Subaşı ve aşıklık geleneğimizin önemli temsilcilerinden Âşık İmamî adına Müdürlüğümüz tarafından vefa ve anma programları düzenlenerek şehitlerimiz ve bu değerlerimiz yâd edilmiştir.

Yine dilimizin ve kültürümüzün gelişmesine, zenginleşmesine çok önemli katkıları bulunan büyük veli ve gönül eri Hoca Ahmet Yesevi ile Doğu Türkistanlıların Kayseri'deki duayen öncülerinden değerli fikir adamı merhum Mehmet Kasım Cantürk adına da Müdürlüğümüz tarafından anma programları düzenlenmiştir.

III. Milli Kültür Şurası Kapsamında Yapılan Faaliyetlerimiz

Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN'ın himayelerinde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca İstanbul'da düzenlenen III. Milli Kültür Şura toplantısında alınan kararlar doğrultusunda hazırlanan eylem planı kapsamında; Müdürlüğümüz tarafından ilimizin edebi, manevi ve tarihi şahsiyetleri ile sembolleri ve markalaşmış doğal değerlerinin çocuklarımıza ve gençlerimize etkin bir şekilde anlatılarak, tanıtılarak genç beyinlerin bu değerlerimize sıkı sıkıya sarılmaları ve geleceğe daha iyi hazırlanmaları, bedensel ve zihinsel engelli çocuklarımızın, gençlerimizin sosyal ve kültürel gelişimine katkı ve başta Suriyeli sığınmacılar olmak üzere ilimize yerleşen mültecilerin kültürel entegrasyonlarının sağlanması amacıyla, Müdürlüğümüz tarafından ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği içerisinde;

- 1- "Seyyid Burhaneddin Hazretleri'nin Hayatı ve Talebeleri" konulu konferans sunumu,
- 2- İlimizde yaşayan Suriyeli ve Kerkürlü Türkmenlere yönelik olarak "Erciyes'ten Türkmeneli'ne Vuslat" adlı kültürel kaynaşma ve "Kerkürlü Koca Türkmen Selahattin Kaya'ya Vefa" programı,
- 3- "Gençler Kültürü ve Tarihiyle Buluşuyor" adlı kültür-sanat etkinliği,
- 4- "Çocuk Gözüyle Ağırnaslı Sinan" temalı gezi ve ödüllü resim yarışması,
- 5- Bedensel ve zihinsel engelli çocuklarımıza yönelik ZİÇEV Vakfı işbirliği ile ritim, müzik, halk oyunları, şiir dinletisi, step, Türkiyem, pankart ve işaret dili gösterilerinden oluşan kültürel etkinlik programı gerçekleştirilmiş ve
- 6- Sosyal Farkındalık Federasyonu işbirliği ile de "Bu İşte Bir Sakatlık Var" adlı tiyatro oyunu sahnelenmiş olup, bu konudaki çalışmalarımıza devam edilmektedir.

Sergilerimiz

Başta 15 Temmuz hain FETÖ darbe girişimi esnasında görüntülenen fotoğraflar olmak üzere, sanatsal çalışmaların ilimiz genelinde toplumun geniş kesimleriyle buluşturulması ve sanata olan ilginin artırılması amacıyla gerek Müdürlüğümüz tarafından açılan kurslarda olsun, gerekse diğer sanatçılarımız tarafından üretilen el sanatları ve süsleme sanatlarına ait çeşitli eserler olsun müdürlüğümüz organizasyonunda kültür merkezinde sergilenmektedir.

Kutlamalar-Şenlikler Festivaller

Mevsimlik bayramlarımızdan biri olan ve Farsça'da "Yenigün" anlamına gelen baharın başlangıcı, bolluk ve bereket töreni olma özelliği taşıyan "21 Mart Nevruz Bayramı" ile bütün Türk dünyasında bilinen mevsimlik bayramlarımızdan bir diğeri olan "06 Mayıs Hidrellez Kültür Bahar Bayramı" da düzenlenen çeşitli etkinliklerle ilimizde etkin bir şekilde kutlanmıştır.

Somut Olmayan Kültürel Miras Alanındaki Çalışmalarımız

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı (UNESCO) tarafından 17 Ekim 2003 tarihinde Paris'te düzenlenen 32. Genel Konferansında,

kültürel mirasın korunması ve desteklenmesi amacıyla kabul edilen ve Ülkemizin de 19 Ocak 2006 tarihli ve 5448 sayılı Kanunla 27 Mart 2006 tarihinde resmen taraf olduğu "Somut olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi" kapsamında; Kültür ve Turizm Bakanlığı (Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü) talimatları doğrultusunda oluşturulan ve 2008 yılından beri çalışmalarını sürdüren SOKÜM Kayseri İl Tespit Kurulu'nun çalışmaları neticesinde tarafından ilimiz ve yöresine ait birçok unsur tespit edilmiş olup, bunlar aşağıda belirtilmiştir;

Âşıklık Geleneği'nde "Aşık Seyrani", Yahyalı Halısı ve Kilimi, Kuza Yıkama Töreni, Gelin Hamamı, Yumruk Oyunu, Çocukların Yağmur Duası, Deve Oyunu ve Köfter Yapımı Ağ Gelin Efsanesi, Berber Oyunu, Su Oyunu, Birdirbir Oyunu, Aç Kilit Oyunu, Arı Vız Oyunu, Culluk (Hindi) Oyunu, Telteli Tatlısı, Avşar Ağıtları, Menteş Yemeği, "Develi Simidi, Pırtımpıt Yemeği ve Pehli Yemeği Bakanlığımız tarafından hem il envanterine hem de ulusal envantere alınan unsurlarımız olmuştur.



Bu konuda il merkezinde yapılan çalışmalarımız yanında. Develi, Yahyalı, Yeşilhisar, Bünyan ve Pınarbaşı'ndaki yerel yöneticilerimiz ve yörenin kültür adamlarının da katılımı ile yapılan toplantılarla devam edilmiştir.

Alan Araştırmalarımız

Düğün gelenekleri, inançlar, ölüm adetleri ve Avşar Ağıtları gibi ilimiz ve yöresine ait Halk Kültürü ve Halk Edebiyatı alanlarında gerekli araştırmalar yapılarak hem kitap haline getirilmesi, hem de arşivlenerek gelecek kuşaklara aktarılması için taleplerimiz doğrultusunda Bakanlığımız uzmanlarınca il merkezi ile ilçe ve köylerde (mahalleler dahil) gerekli araştırma çalışmaları yapılmış olup, çalışmaların tamamlanmasının ardından elde edilen veriler kitaplaştırılacaktır.



Dr. Elif Aybike BÜYÜKYILMAZ 
İzleme ve Değerlendirme Birimi
[linkedin.com/in/elifaybikebuyukyilmaz](https://www.linkedin.com/in/elifaybikebuyukyilmaz)



Son yıllarda çokça işittiğimiz bir kavram: 21. yüzyıl becerileri. Kısaca bu becerileri, değişen dünyada bireylerin sahip olması gereken niteliklerin bütünü olarak ifade edebiliriz. Teknolojik gelişmelerle birlikte, ekonomiden iletişime, üretimden politikaya tüm alanlarda yeni paradigmalara yer almaya başladığı dünyamızda geleneksel modellerin işlevini yitirmekte olduğunu, bu değişim sürecinde; davranış, tüketim ve hatta günlük hayat rutinlerimizin dahi değiştiğini kolayca gözlemleyebiliyoruz. Daha geniş bir açıdan ifade edersek; insanlığın kronolojik değişimini: -1 Tarım Toplumu, -2 Sanayi Toplumu ve -3 Bilgi Toplumu şeklinde sınıflayan son yüzyılın önemli düşünürlerinden Alvin Toffler'ın bu 3 aşamalı sınıflandırması doğrultusunda içinde bulunduğumuz çağın olmazsa olmazlarını tanımlayarak ilerleyelim. Yeni çağ ve düzeni, bireylerin farklı yetkinlik ve donanımlara sahip olmasını gerekli kılıyor. 21. yüzyıl becerilerinin ne olduğu yahut olması gerektiği konusunda birçok sınıflandırma mevcut. Karar mekanizmaları, iş çevreleri ve eğitim liderlerinin bir araya gelerek oluşturduğu uluslararası bir organizasyon olan P21 platformu (Partnership for 21 Century Skills/ 21. Yüzyıl Becerileri Ortaklığı) ise 21. yüzyıl becerilerinin, temel becerileri kapsamakla birlikte,

- Öğrenme ve yenilik becerileri
- Bilgi, medya ve teknoloji becerileri
- Yaşam ve kariyer becerileri

olmak üzere 3 beceri kategorisinden oluştuğunu ifade ediyor. Pek çok alanda ihtiyaçlarımızın yeniden şekillendiği düşünüldüğünde; bu becerileri geliştirmeyi amaçlayan uygun

eğitim modellerini inşa edebilmenin, teknolojiyle gelen fırsatları kullanabilmek adına ne denli önem arz ettiğine işaret ediyor.

Teknoloji temelli yeni eğitim yaklaşımlarının, ekonomik ve toplumsal kalkınmada temel role sahip ve hatta büyük mekanizmanın lokomotifini olduğunu söylemekte bir sakınca görmüyorum. Eğitimde yeni modelleri deneyen Finlandiya ve Singapur örneklerine bakılırsa, öğrencilerin okulda öğrendiklerini günlük yaşamda uygulama kabiliyetlerinin ölçüldüğü PISA sonuçlarını değerlendirmek yeterli olacaktır. OECD'nin yürüttüğü ve üç yılda bir yapılan PISA testinde bilim, okuma ve matematik dallarında birinci sırada Singapur, beşinci sırada ise Finlandiya yer almakta. Türkiye ise 72 ülke arasında 50. sırada karşımıza çıkıyor. 21. yüzyıl becerilerine paralel olarak yapılandırılması gereken eğitim modellerinin nasıl olması gerektiğine, nasıl fark yaratılabileceğine geçmeden önce iki eğitim tanımı ile devam etmek yerinde olacaktır:

- Eğitim, insanın bireysel hedeflerine ulaşmasını, yaşama dair sorumluluklarının bilincine varıp bunları yerine getirmesini, tüm yaratıcı yetenek ve potansiyellerini ortaya çıkarmasını ve geliştirmesini yaşamda mümkün kılmaya girişimidir. (1)
- Toplumbilimci ve eğitimci John Dewey'e göre eğitim, bir vazoyu suyla doldurmak değil, bir çiçeğe kendi tarzında büyüebilmesi için yardımcı olmaktır.

Bu tanımların, yaratıcı becerilerin gelişimi ile yakından ilgili olduğunu görmekteyiz. Günümüz iş dünyasında



işverenlerin uygun iş arayanlar ile birbirini bulamadığı (veya tam tersi) yani arz ile talep arasında bir dengesizliğin mevcut olduğu düşünüldüğünde, bunu ortadan kaldıracak yegâne mekanizmanın ise çocuklara yaratıcı zihin alışkanlıkları kazandırmaktan geçmekte olduğu ortaya çıkıyor. Kabul ve varsayımlar ile geleneksel yaklaşımları bir kenara bıraktığımızda eleştirel düşünme ve problem çözme yetilerinin pekiştirilmesi gerekliliğinden net bir şekilde söz edebiliriz. Bunun önce ailede başlayan ve sonra okulda devam eden bir süreç olduğunu, kurguyu bu basamakları atlamadan yapmak gerektiğinin altını çizmek gerek. John Dewey eğitimi pragmatist bir yaklaşımla değerlendirerek eğitimin yaşam boyu süren bir eylem olduğunu, yaparak ve yaşayarak öğrenmenin önemli olduğunu vurguluyor. Doğası gereği insan, düşünebilme yetisine sahiptir ancak bu, düşüncelerinin her zaman iyi olduğu anlamını taşımaz. Düşüncenin niteliği önemlidir. Dönüşen dünya ile eş zamanlı dans edebilmek için yeni metodolojilerin eğitim dünyasında yerini alması gerekmektedir ki nitelikli düşünebilmenin adımları atılabilsin. Zira eğitimdeki bu yeni yarış ve rekabet ortamında; alınan aksiyonlar ile gerçekleştirilen sıçrama, bireysel ve dolayısıyla da toplumsal rotayı belirliyor. Her çocuğun mevcudunda bulunan potansiyeli ortaya çıkarabildiği bir sistem kurgusunda bunun çarpan etkisinin toplumsal boyuta yansması da muazzam büyüklükte olacaktır.

Bilimsel yaklaşım hayatın dinamiklerini açıklamada muntazam bir araçtır. Eğitim, eleştirel düşünme, yeni metodolojiler, 21. yüzyıl becerileri ve daha birçok kavramın toplumsal boyutta olumlu sonuçlar ortaya çıkarması sürecini somut bir örneklendirme teşkil etmesi bakımından Newton beşiği ile izah etmek istiyorum:

Adını Isaac Newton'dan alan 'Newton Beşiği'ni (Newton's Cradle) bilmeyen yoktur. Uçlarında metal toplar olduğu basit sarkaçların yan yana dizilmesi ve bir platforma sabitlenmesi ile oluşan çoklu sarkaç şeklinde tanımlamak hatırlamaya yetecektir.

Newton beşiğinin hareket prensibi şöyledir: Beşikteki ilk top havaya kaldırıldığında potansiyel enerji ile yüklenir. Top serbest

birakıldığında bu potansiyel enerji, kinetik enerjiye dönüşür ve top ivme ile ikinci topa değer. Bu aşamada ilk topun momentumu ikinci topa aktarılır. Bu şekilde momentum sırayla tüm toplara aktarılır ve son topa kadar ulaşır. Momentum sebebiyle son top havaya kalkar ve az evvelki hareketin aynısı bu kez ters istikamette gerçekleşir. Sonra yine ilk istikamette, sonra ters istikamette olmak suretiyle bu hareket (salınım) devam eder. Hava sürtünmesi, çarpışma esnasında oluşan sürtünme, ses ve ısı enerjisi göz ardı edilirse bu salınım (topların çarpışması) sonsuza dek devam eder. Ancak reel hayatta şartların bu şekilde olmaması sebebiyle salınım devam edecek ve bir süre sonra da topalar duracaktır.

İlk bakışta ofisler için şık bir dekoratif ürün, biraz uğraşınca keyifli bir mekanik oyuncak ve derinine inince anlamlı bir felsefeye sahip olan Newton beşiği bize temel fizik yasaları hakkında bilgi verir. Herhangi bir kuvvet uygulayana kadar her cisim var olan durumunu sürdürmek, hareketsizliğini korumak ister. Aşına olduğumuz üzere bu "eylemsizlik ilkesi"nin ta kendisidir. Bu yasa, Isaac Newton'un doğayı matematiğin diliyle anlatmaya çalıştığı ve 1687 yılında yayımlanan Philosophiæ Naturalis Principia Mathematica (Doğa Felsefesinin Matematiksel İlkeleri) isimli eserinde şöyle ifade edilir:



Newton'ın birinci yasası: Eylemsizlik yasası

"Lex I: Corpus omne perseverare in statu suo quiescendi vel movendi uniformiter in directum, nisi quatenus a viribus impressis cogitur statum illum mutare."

"Yasa I: Tüm cisimler bir kuvvet etkisi tarafından durumunu değiştirmeye zorlanmadıkça düzgün doğrusal hareketini veya durağanlığını korur."

İşte bu yüzden ilk adımı atmak, harekete geçmek zordur. Ancak harekete geçtikten sonrası ise muazzam bir değişim vadetmektedir. Newton'un ikinci hareket yasası da tam olarak bu durumu açıklar:

YÜZYILIN DÖNÜŞÜMÜ: EĞİTİMDE DEĞİŞİM

Newton'un ikinci yasası: İvme yasası

"Lex II: Mutationem motus proportionalem esse vi motrici impressae, et fieri secundum lineam rectam qua vis illa imprimitur..."

"Yasa II: Bir cismin momentumundaki değişim, cisim üzerine uygulanan itme ile orantılıdır ve itmenin uygulandığı düz doğru boyunca meydana gelir."

Bunca fizik, teknik ve teorik bilginin özeti esasen şu: Eğer istersek her şey mümkün. Var olan bir enerji var ve dönüşmek için ilk hamlesini bekliyor!

Son olarak 21. yüzyıl becerileri doğrultusunda faaliyetler gerçekleştirdiğimiz bir projemizden söz etmek istiyorum. Orta Anadolu Kalkınma Ajansı olarak sosyal kalkınma eksenindeki faaliyetlerimize ilişkin amacımıza **"İstihdam ve Eğitim Yoluyla Sosyal Yaşamın Geliştirilmesi Sonuç Odaklı Programı"** kapsamında şu şekilde yer vermiştik:

"Eğitimde Yeni Metodolojiler ve Atölye Çalışmaları kapsamında eğitimde modern teknik ve uygulamaların artırılması yöntemiyle sosyal kalkınma ekseninde bölge içi gelişmişlik farklarının azaltılması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda; bilim ve teknolojiye gelişmeler doğrultusunda TR72 bölgesinde başta dezavantajlı gruplar olmak üzere sosyal altyapının geliştirilmesi için ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği geliştirerek eğitim ve atölye faaliyetlerinin yapılması ve dolaylı olarak göçün azaltılması hedeflenmektedir."

Dijital dünyada çağın gereksinimlerini karşılayabilmek adına, 21. yüzyıl becerilerinin kazandırılmasını esas alan "YBO'lar Geleceğe Umutla Bakıyor" isimli TÜBİTAK 4004 Projesi ile Ekim ayından bu yana 3 adet yatılı bölge ortaokulundan (YBO) toplamda 300'ü aşkın öğrenci ile periyodik olarak bir araya geliyoruz. Proje ile yatılı bölge ortaokulu öğrencilerinin merak duygusunun artırılması, sorgulama ve öğrenme isteklerinin tetiklenmesi vasıtasıyla ders ve etüt dışında kalan zamanlarını daha etkin ve verimli geçirmelerini amaçlıyoruz. Orta Anadolu Kalkınma Ajansının yürütücü kurum olduğu projemizin ekibi dört Ajans Uzmanından oluşuyor. İlgili alanları ve yetkinlikleri doğrultusunda, proje konularının liderliği bu uzmanlar eliyle gerçekleştirilmekte. TR72 bölgesinde hâlihazırda eğitim faaliyetlerini sürdüren ve dezavantajlılık durumu esas alınarak belirlenen üç okulumuzun ikisi Sivas, biri ise Kayseri'de, Sivas ve Kayseri İl Milli Eğitim Müdürlükleri projeye aynı katkı sağlamakta. Proje kapsamında gerçekleştirilen atölye çalışmaları; STEM, Robotik, Kodlama ve Zeka Oyunlarından

oluşuyor. Atölyeler kapsamında eleştirel düşünme, problem çözme, yaratıcı düşünme ve akıl yürütme gibi öğrencilerin bilişsel, duyuşsal ve devinimsel becerilerini kullanması, geliştirmesi ve bir ürün ortaya koyması amaçlanıyor. Projenin sonunda ise her bir okulun her branştan belirleyeceği öğrenciler arasında; zeka oyunları kategorisinde turnuva, robotik, kodlama ve STEM kategorilerinde ortaya çıkardıkları projeler için komisyon değerlendirmesi yöntemiyle bir yarışma gerçekleştirilecek. Projenin tamamlanmasıyla birlikte Robotik, Kodlama ve Zeka Oyunları atölyelerinin tüm ekipman, araç ve gereçleri ORAN Kalkınma Ajansı'nın himayesine geçecek ve içeriği tasarlanmakta olan atölye çalışmaları için kullanılacak. Dezavantajlı gruplar öncelikli olmak suretiyle TR72 bölgesinde talep üzerine açılacak bu atölyelerin havadisini bizi takip eden tüm paydaşlarımızla şimdiden paylaşmış olalım.

Eğitimde yeni metodolojiler, bilişim, bilgi teknolojileri, robotik, kodlama, zeka oyunları, akıl yürütme gibi kavramların literatürde ve uygulamada giderek daha fazla yer aldığı bir gerçek. Bu mecburi istikamette ilerlemenin yolu Dewey'in çiçeklerine toprak olabilmektir, sonrası kendiliğinden zaten gelecektir. Tıpkı Newton beşiğindeki salınımın ilk hamleye ihtiyacı olduğu gibi...



Kaynaklar:

- (1) Erdoğan, İrfan. (17.2007). Milli Eğitim Şurası Raporlar Görüşmeler ve Kararlar. Ankara: Milli Eğitim Yayınevi.
- (2) Kylonen, P. C. (2012). Measurement of 21st century skills within the common core state standards. Paper presented at the Invitational Research Symposium on Technology Enhanced Assessments, May 8-7.
- (3) OECD. (2015). Beyond PISA 2015: A longer-term strategy of PISA. Paris: OECD Publishing. <https://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/Longer-term-strategy-ofPISA.pdf>
- (4) OECD. <https://data.oecd.org/pisa/mathematics-performance-pisa.htm>
<https://data.oecd.org/pisa/reading-performance-pisa.htm>
<https://data.oecd.org/pisa/science-performance-pisa.htm>

Mustafa EREN Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Birimi
<https://www.linkedin.com/in/mustafaeren1971>

ORTAK PAZARLAMA AJANSLARI Yerel Üreticilerin Pazarlama Problemleri İçin Çözüm Olabilir mi?

KOBİLER ve PAZARLAMA SORUNLARI

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından sanayi ürünlerinde yerleştirmeye dayalı ekonomik dönüşümün temellerini oluşturarak milli teknoloji, güçlü sanayi hamlesinin tesis edilmesi ve sanayi tabanının güçlendirilmesi amacıyla başlatılan "Milli Teknoloji, Güçlü Sanayi Hamlesi" kapsamındaki çalışmalar Ajansımız ev sahipliğinde 3 ilde düzenlene toplantılar ile devam etmektedir. Bu toplantılar kapsamında yereldeki aktörler ile konuyla ilgili sorun ve çözüm önerileri tartışılmıştır.



Bu toplantılar kapsamında öne çıkan konulardan bir tanesi ise KOBİ'lerin ulusal ve uluslararası pazarlara erişimiyle ilgili yaşadıkları problemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Gündeme gelen sorunlar ise özetle aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

- Yerel firmalar ihracata başlamak için yeterli eşik enerjisini bulamıyor, uluslararası pazar hakkında bilgi edinemiyor, ya da

bu bilgiye nasıl ulaşacağını bilmiyor.

- Firmalar potansiyel iç ve dış pazarlar ile iletişime geçme ya da bu konudaki iletişim kanallarını kullanma konusunda bilgi yetersizliği yaşıyor.

- Firmalar; hedef pazar seçimi, pazar analizi gibi konularda yetersiz kalmaktalar.

- Büyük şehirler dışında dış ticaret konusunda tecrübeli yabancı dil bilen pazarlama elemanı bulmakla ilgili sorunlar yaşanmakta, bu konuda doğru insanlara ulaşılabilsen bile KOBİ'lerin yıllık ciroları göz önüne alındığında sürekli olarak bu kalitede bir pazarlama elemanı istihdamı mümkün olmamakta.

- Firmalar sektörlerle ilgili gelişmeleri ve trendleri takip etmekte sıkıntı yaşamakta, bu nedenle zaten kısıtlı olan bütçelerini yeni ürün ve tasarımlara harcamayı risk olarak görmekteler.

- Firmaların tanıtım faaliyetleri ile ilgili yeterli bütçeleri bulunmamakta.

- Üretim kapasitesi ile ilgili kısıtlar nedeniyle görece büyük siparişlere talip olamamaktalar.

- Yurt dışındaki firmaların kalite ve üretim ile ilgili endişelerini giderecek kurumsal yapı ve markaya sahip değiller.

Bütün bu sorunların sonucu olarak rekabetçi piyasa şartları içinde farklılaşamayan firmalar, düşük kâr marjları ve devamlılığı olmayan anlık siparişler ile ayakta kalmaya çalışmaktadır. Bu durum yetersiz sermaye yapısı ve düşük verimlilik ile birleşince firma gelirleri kaçınılmaz olarak düşmekte, buna bağlı olarak AR-GE, tanıtım, pazarlama ve kurumsallaşmaya yatırım

ORTAK PAZARLAMA AJANSLARI

Yerel Üreticilerin Pazarlama Problemleri İçin Çözüm Olabilir mi?

yapılamamakta ve bunların sonucu olarak da günü kurtarmak adına düşük kâr marjları ile alınan siparişler ile firmaların bir kısır döngünün içine girmiş olduğu görülmektedir.



Bu kısır döngü sadece ülkemizin sorunu olmayıp geçmişten günümüze gelişmiş ülkeler dâhil olmak üzere tüm KOBİ ve yerel üreticilerin aşması gereken bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçte kamu tarafından farklı yöntemler ile bu döngüye müdahale edilmeye çalışılmış, yeni teknolojik makinalara verilen mali desteklerle verimlilik artırılmaya çalışılmış, AR-GE teşvikleri ile firmalar yenilikçi ürünlere yönlendirilmiş, eğitim ve danışmanlık destekleri ile kurumsal yapının geliştirilmesi hedeflenmiş, fuar destekleri ile firmaların yurt dışına açılmaları kolaylaştırılmaya çalışılmıştır. Tüm bu müdahaleler ile firmalar kâr marjlarını yükseltmek, düzenli sipariş akışı ile verimliliği artırarak gelirlerini yükseltmeyi hedeflemektedir. Teşvik ve desteklerden farklı olarak üreticilerin özellikle uluslararası pazarda kendilerine yer bulabilmelerini sağlamak için Ortak Pazarlama Ajanslarının (OPA) kurulması ise dünyada kullanılan etkin müdahale yöntemlerinden bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

ORTAK PAZARLAMA AJANSLARININ AMAÇLARI ?

OPA'lar ilk olarak ABD'de ortaya çıkmıştır. Temel amacı üreticilerin uluslararası pazarlara açılmasına yardımcı olmak ve ihracatı artırmak olan bu yapılar uzun yıllar tarımsal üretici kooperatiflerinin pazarlama çalışmalarını gerçekleştirmek amacıyla faaliyet göstermişlerdir. OPA'ları benzer yapılardan ayıran en önemli özellikleri tüzel kişiliğe sahip, kar amacı güden ticari şirketler olmalarıdır. Aslında OPA'lar ülkemiz içinde yeni bir yapı değildir, 1937 yılında dönemin Cumhurbaşkanı Mustafa

Kemal Atatürk'ün talimatıyla kurulan "Doğu ve Cennup Vilayetleri Mıntıkası Canlı Hayvan İhracatçıları Birliği Türk Anonim Şirketi" OPA'larla aynı amaca hizmet için kurulmuştur. Şirketin kuruluş belgesinde amacı her nevi canlı hayvan satışıyla uğraşmak, iç ve dış piyasa şartlarına göre ihracatını yapmak, yeni pazarlar bulmak için araştırma yapmak ve finansmanı sağlamak olarak belirlenmiştir. Şirket 2009 yılında Resmi Gazete'de yayınlanan kanunla "Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği" ne dönüşerek faaliyetlerine devam etmektedir.

Dünyada pek çok uygulaması bulunan OPA'lardan beklenen genel faydalar şunlardır:

- Bünyelerindeki profesyonel pazarlama ekipleri ile dış pazarlama çalışmalarını gerçekleştirmek, dış ticaret elemanları ile firmaların ihracat prosedürleri ile ilgili sorunlarını çözmek.
- Bölgedeki üyeler arasındaki rekabeti işbirliğine çevirerek ürünlerin daha iyi fiyatlarla satılmasını sağlamak.
- Alternatif pazar olanaklarına ulaşım sağlayarak fiyat dalgalanmaları ya da arz fazlası durumunda çözüm üretmek.
- Ortak yürütülen pazarlama ve tanıtım faaliyetleri ile firmaların bu tip masraflarını azaltmak ve kaynağın daha verimli kullanılmasını sağlamak.
- Markalaşmayı sağlayarak firmaların temsil gücünü artırmak ve bölgedeki tüm üreticilerin bu marka altında satış yapmasına imkân sağlamak.
- Yeni pazar ve ürünler ile ilgili araştırmalar yaparak firmaları doğru AR-GE ve ürün geliştirmelere yönlendirmek.

BENZER YAPILARIN MEVCUT DURUMLARI

Aslında baktığımızda yereldeki üreticilerin bir araya gelerek yukarıdakine benzer amaçlarla ürünlerini tek bir yapı üzerinden satmalarına yönelik pek çok kooperatif, kooperatif birlikleri ve üretici birlikleri gibi yapıların hâlihazırda zaten mevcut bulunduğu düşünülebilir. 2016 yılı Kooperatifçilik Raporu'na göre Türkiye'de toplam 53.259 kooperatif ve yaklaşık 7,5 milyon kooperatif üyesi bulunmaktadır. Ancak gerek kanuni alt yapıdaki eksikler, gerekse ortak hareket etmek ile ilgili sorunlar nedeniyle bunların pek azının aktif ve başarılı olduğu söylenebilir.

Yine benzer amaçlar için KOBİ'lere yönelik olarak özel statülü "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri" (SDŞ) kanunlarımızca tanımlanmış olmakla birlikte, 2016 yılı itibarıyla ülkemizde toplam 6 adet SDŞ bulunmaktadır. Bu yapının istenilen ölçüde gelişmemesindeki önemli nedenlerden biri de yine ticari

ORTAK PAZARLAMA AJANSLARI

Yerel Üreticilerin Pazarlama Problemleri İçin Çözüm Olabilir mi?

hayatta ortak hareket etme, sözleşme ve güven kültürümüzdeki eksiklikler olarak değerlendirilebilir. Çünkü SDŞ'lerin kurulabilmesi için en az 10 (Kalkınmaya öncelikli bölgelerde 5) KOBİ'nin bir araya gelmesi ve statülerini koruyabilmeleri için belirli satış kriterlerini yakalamaları gerekmektedir. (Ortak Pazarlama Ajansları Araştırma ve Fizibilite Raporu - DOĞAKA 2017).

Peki OPA'ları bu noktada yukarıdaki yapılardan farklı kılan nedir? Temel fark statülerinden kaynaklanmaktadır; OPA'lar ticari şirketlerdir dolayısıyla yukarıda bahsettiğimiz diğer yapılardan farklı olarak özel kanun ve tebliğlere değil Türk Ticaret Kanununa göre kurulmuş olan anonim veya limited şirketlerdir. Bu yapı OPA'lara geniş bir faaliyet alanı verdiği gibi ortaklık yapılarını belirlemek, ortak almak ve çıkartmak, desteklerden faydalanmak gibi pek çok alanda geniş bir hareket imkânı sağlamaktadır. Genel olarak OPA'ların ortakları ve uygulamaya göre istenirse üyeleri bulunmaktadır. Gelir kaynakları, gerçekleştirdikleri satışlardan aldıkları oranı sözleşmeler ile belirlenmiş komisyonlardır ki, bu komisyon alıcıdan, satıcıdan ya da her iki taraftan da alınabilir.

Unutulmaması gereken şey OPA'lar ticari şirketlerdir ve kâr amacı gütmelidirler. Burada önemli olan elde edilen kârın nasıl kullanılacağıdır. Bu konuda da farklı model oluşturulması mümkün olmakla birlikte tüm OPA'lar elde edilen kârın kuruluş sözleşmesince belirlenen orandaki kısmını tanıtım, pazarlama ve araştırma faaliyetlerine ayırması gerekmektedir. Kalan kısmın ortaklar ya da üyeler arasında paylaşılması bir seçenek olmakla birlikte, AR-GE çalışmaları veya hammadde alımı gibi konularda üyeleri desteklemesinde kullanılması, yatırım amaçlı üretim tesislerinin kurulması gibi pek çok farklı şekilde değerlendirme esnekliğine sahiptirler.



Dünyadaki örneklere bakacak olursak OPA'ların genelde bölge ya da ülkelerindeki aynı sektörde faaliyet gösteren firmalar ve kooperatifler tarafından kurulduğu görülecektir. ABD'de faaliyet gösteren "Midwest Agri-Commodities" şeker pancarı üretici kooperatifleri tarafından kurulmuştur, "Amcot Inc." yine ABD'de pamuk üreticisi 4 kooperatif tarafından kurulmuştur. Avustralya'da madencilik sektöründe ekipman ve servis hizmeti veren firmalar tarafından kurulan "Austmine" 2007 yılında 80 firması ile 2,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiş olup yürütülen çalışmaları sonucunda "Austmine" ismi bir marka değeri kazanmış ve üye firmaların ürünlerini bu logo altında pazarlaması sağlanmıştır.

BÖLGESEL MODEL ÖNERİSİ

Bu noktada dünyadaki uygulamalarına benzer OPA'ların ülkemizde kurulmasının kooperatif ve SDŞ'ler ile ilgili yukarıda bahsettiğimiz sorunlar nedeniyle başarısız sonuçlar vermesini beklemek pek de yanlış olmaz. Dolayısıyla ülkemiz dinamiklerine uygun farklı aktörlerin bu süreçte bir araya gelmesini değerlendirmek daha doğru olacaktır. Bu açıdan baktığımızda OPA'ların kuruluş aşamalarında özellikle TSO'lar, OSB'ler, Belediyeler gibi güçlü yerel aktörlerin birer melek yatırımcı ve hami olarak rol almaları değerlendirilmesi gereken bir alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu türden güçlü yerel yapıların kurucu ortaklar olarak OPA bünyesinde bulunması yeni kurulan bir şirketin en büyük dezavantajlarından birisi olan güvenilirlik sorununu da müşteriler ve üreticiler gözünde büyük ölçüde çözmüş olacaktır. Ayrıca OPA'ların belki de en büyük avantajı büyük ölçüde insan kaynakları yatırımı ile hayata geçirilebilecek görece düşük maliyetli yatırımlar olmalarıdır. Bu şekilde kurgulanan OPA'lar kurucu ortakların çok değerli olan networkleri ve tecrübelerinden de faydalanarak kısa zamanda bölgedeki KOBİ'ler, kooperatifler ve hatta bölgede üretilen yerel niş ürünlerin pazarlamasında önemli roller üstlenebilirler.

Elbette ki her şirket gibi OPA'ların kuruluş ve hayata geçiş süreçleri kolay olmayacaktır. Yasal süreçler, alım ve satış sözleşmelerinin hazırlanması, çalışma modelinin belirlenmesi, kalifiye iş gücünün temin edilmesi, bölge kaynaklarının iyi bir şekilde analiz edilerek doğru ürünlerin belirlenmesi, bölgedeki üretici havuzunun belirlenmesi, markalaşma süreci, üreticilerin kalite bilincinin ve kurumsal yapının geliştirilmesi, pazarlama ve tanıtım faaliyetleri, üretimin planlaması, takibi ve kalite kontrol gibi bir ticari işletmenin hayatta kalmasını sağlayacak temel fonksiyonların doğru bir şekilde kurgulanarak hayata geçirilmesi gerekecektir. Bu profesyonelce yürütülmesi gereken, zorlu ve riskli bir süreç olmakla birlikte, iyi yönetilen bir OPA'nın kısa ve orta vadede bölgeye kazandıracığı faydalar göz önüne alındığında OPA'lar, değerlendirilmesi gereken bir çözüm alternatifi olarak karşımıza çıkmaktadırlar.



Yunus Emre ŞEKER 

Sivas Yatırım Destek Ofisi

[linkedin.com/in/yunusemresekergsu](https://www.linkedin.com/in/yunusemresekergsu)

KALKINMADA İNSAN ODAKLI YAKLAŞIM

Kalkınma literatüründe politika yapımcılar ve akademikerler uzun yıllar boyunca kalkınma ve iktisadi büyümeyi yer değiştirebilir kavramlar olarak kullandı. Çünkü ülkelerin ya da bölgelerin kalkınması için iktisadi büyümenin yeterli olabileceğini varsaydılar. Aslında bu varsayım iktisadi literatürdeki marjinal fayda anlayışının bir sonucu olarak gelişti. Çünkü Alfred Marshall'ın literatüre yerleştirdiği "homo economicus" adlı varlık insanın sadece ekonomik ilişkileri içinde ele alınmasını savunuyordu. Buna göre, belirli kısıtlar altında kendi faydasını maksimize eden birey, toplumun refaha ulaşması için elzemdi.

Nobel ödüllü Hintli iktisatçı Amartya Sen'in (1999) kalkınma literatürüne getirdiği kabiliyetler anlayışı günümüzdeki insan odaklı kalkınma anlayışına gelinmesini sağlayan en önemli gelişmelerden biri olmuştur. Kabiliyetler arzu edilen duruma ulaşma becerisi iken mallar insanların sadece sahip olduğu nesnelere (Stanton, 2007:9). Kabiliyetler sayesinde insanlar malları kendi istekleri doğrultusunda kullanabilir. Örneğin Nussbaum (2000) on maddelik bir kabiliyetler listesi önermiştir: (1) yaşam; (2) sağlık; (3) vücutsal bütünlük; (4) duyu, hayal gücü ve düşünceler; (5) duygular; (6) kullanışlı us; (7) mensubiyet; (8) diğer varlıklar; (9) rol; ve (10) başkasının çevresini kontrol etmek.



Nussbaum ve Sen'in çalışmaları, İkinci Dünya Savaşı sonrası insan odağını git gide yitiren iktisadi anlayışa insan figürünü tekrar yerleştirdi. İkinci Dünya Savaşı sonrası kalkınma iktisadi literatüründeki kişi başı gayrisafi milli hasıla (GSMH) hakimiyeti doksanlı yıllara kadar devam etti. Ahluwalia and Chenery (1974: 38) iktisadi büyüme ve kalkınmayı ayrı ifadeler olarak kullandı. Sen (1989:138)'e göre GSMH'deki artış ile toplumların yaşam kalitesi arasında çok doğrusal bir bağlantı bulunmamaktadır. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) 1990'daki beyanlarında insanın milletler için asıl refah kaynağı olduğunu belirtmiş, kalkınmanın temel amacının insanların yaşayacağı kaliteli, sağlıklı ve uzun bir yaşam sağlamak olduğunu belirtmiştir (1990: 9).

İnsani Gelişme Endeksi (İGE) ve Göstergeleri

UNDP 1990 yılından beri bir insani gelişme raporu yayınlamaktadır. Bu raporda, İGE vasıtasıyla ülkeleri düşük, orta, yüksek ve çok yüksek insani gelişim olarak gruplamaktadır. İGE birleşik bir endeks olup, insani gelişimde üç ana boyuta odaklanmaktadır. Uzun ve sağlıklı bir yaşama sahip olma becerisi doğuştan beklenen yaşam süresiyle, bilgiye ulaşma becerisi beklenen ve ortalama öğrenim süresiyle, son olarak iyi bir yaşam standardına ulaşma becerisiyle kişi başı gayrisafi milli hasıla ile ölçülmektedir. Sen'in bakış açısı söz konusu endekse yansımıştır. İnsanların sahip olduğundan çok, ne yapabildiği ya da neye ve nasıl ulaşabildiği yukarıda sayılan göstergeler vasıtasıyla ölçülmeye çalışılmıştır (UNDP, 2018:1)

İGE'de bu üç göstergenin ayrı ayrı katsayısı oluşturularak bir endeks oluşturulmaktadır. Ancak burada göz ardı edilmemesi gereken iki husus bulunmaktadır. Birincisi, göstergeler sonucu oluşan katsayıların aritmetik yerine geometrik ortalamaları alınmaktadır. Bu hesaplamadaki amaç endekste yer alan katsayıların birbirine bağımlı olduğunu göstermektir. Herhangi bir katsayının küçüklüğü endeksi oldukça küçültmektedir. Bir başka deyişle, bir ülke çok zengin olup beklenen yaşam süresi kısa ya da beklenen eğitim süresi çok kısa olursa, o ülke insani gelişimde kötü bir sonuç almaktadır.

İkincisi, gelir katsayısının doğal logaritması alınmaktadır. Bu da gelirin azalan bir etki yaratması adına uygulanmaktadır. Aksi takdirde kişi başı GSMH, kalkınma üzerinde olduğundan daha büyük bir etki yaratacaktır.

Son olarak 2014 yılından itibaren toplum cinsiyet endeksi üretmeye başlayan UNDP, gelir eşitliği, çevre, kadın güçlendirmesi vb. konularla yönlendirilmiş endeksler de oluşturmaktadır. 2018 yılı itibarıyla insani gelişme göstere panoları yayınlamaya başlamıştır. Bunlar sırasıyla insani gelişme kalitesi, yaşam boyu toplumsal cinsiyet farkı, kadının güçlenmesi, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyo-ekonomik sürdürülebilirliktir.

Türkiye'nin İGE Performansı ve İlerleme

UNDP'nin 2018'te yayınladığı insani gelişme raporuna göre Türkiye 2017 yılında 0,791 İGE değeri ile yüksek insani gelişme kategorisinde yer almaktadır ve 189 ülke arasında 64. sırada yer almaktadır. Son 25 yılda büyük bir ilerleme kaydeden Türkiye'nin İGE performansı aşağıdaki tablodan incelenebilir. 1990-2017 yılları arasında Türkiye'de beklenen yaşam süresi 11,7 yıl; ortalama öğrenim süresi 3,5 yıl ve beklenen öğrenim süresi 6,3 yıl arttı. Türkiye'de kişi başına Gayrisafi Milli Hasıla (GSMH) 1990-2017 yılları arasında yaklaşık %121,2 oranında bir artış gösterdi (UNDP,2018).

Tutarlı zaman serisi verileri ve yeni hedef ölçütlerine göre Türkiye'nin İGE eğilimleri

YIL	Beklenen Yaşam Süresi	Ortalama Öğrenim Süresi	Kişi başı GSMH (2011 SGP Dolar)	İGE Değeri
1990	64,3	8,9	11.214	0,579
1995	67	9,6	12.089	0,607
2000	70	11,1	13.656	0,655
2005	72,5	11,9	16.129	0,690
2010	74,2	13,8	17.804	0,734
2015	75,5	15,2	23.125	0,783
2016	75,8	15,2	23.500	0,787
2017	76	15,2	24.804	0,791



Kaynakça

- Sen, Amartya (1999) Commodities and Capabilities, Oxford University Press, New York.
- Stanton, Elizabeth (2007) The Human Development Index: A History.
- Nussbaum, Martha (2000) Women and human development: the capabilities approach, Cambridge University Press, Cambridge, UK.
- Ahluwalia, Montek S., and Hollis Chenery (1974) 'The Economic Framework' in Hollis Chenery et al. (Eds.), Redistribution with Growth, Oxford University Press, Oxford.
- Drèze, Jean, and Amartya Sen (1989) Hunger and Public Action, Clarendon Press, Oxford
- UNDP (1990 through 2006) Human Development Report, UNDP, New York.
- UNDP (2018) Human Development Indices and Indicators, UNDP, New York
- UNDP (2018) İnsani Gelişme Endeksleri ve Göstergeleri: 2018 İstatistiksel Güncellemesi

Seyit CEZAOĞLU

Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Birimi
linkedin.com/in/seyticezaoglu

Dijital Zamanda Gerçek Zamanlı Olabilmek

İnternet üzerinden ticaret ya da e-ticaret; dünyada hızla yayılmakta olan yeni alış-veriş yöntemlerinden birisidir. Günümüzde internet üzerinden ticaret alanında rekabet giderek artmaktadır. Artan rekabet ve dijital dönüşüm ile birlikte yeni pazarlama kavramları meydana gelmiştir. Bu kavramlardan birisi de gerçek zamanlı pazarlamadır.

Teknolojinin dolayısıyla dijital pazarlama tekniklerinin gelişmesiyle müşteri memnuniyeti kavramında da köklü değişiklikler meydana gelmiştir. Akıllı telefonlar, tabletler ve dizüstü bilgisayarlar, günün neredeyse her saatinde bizi eğlendiren, güncel bilgilerden haberdar eden ve bilgilendiren teknolojik aletlerdir. Bu nedenle, insanlar teknolojiyi kullanma konusunda giderek daha yetkin hale gelmektedir.

Yaşanan bu veriye hızlı ulaşma çağında artan müşteri ihtiyaçları ve bilgi birikimi ile şirketlerin pazarlama stratejilerinde köklü değişikliklere yol açmış, yeni pazarlama yöntemleri kullanılmaya başlanmıştır.

Gerçek Zamanlı Pazarlama Nedir?

Gerçek zamanlı pazarlama gündemdeki haberleri ve güncel olayları, bilgileri takip ederek, bu olaylara paralel içerik, reklam ve ürün yerleştirme yoluyla markaların hedef kitlelerine ulaşması anlamına gelmektedir.

Geçmişte pazarlama, titizlikle hazırlanan planların takip edildiği ve genellikle programın başlamasından haftalar sonra başlatılan dikkatli bir şekilde reklam kampanyalarından oluşmaktaydı. Ancak günümüzde müşteriler, harcama kişiliklerine ve tercihlerine özgü anlık ve kısa vadeli değerlerin sunulduğu yerinde inşa edilen gerçek zamanlı pazarlama beklemektedir.

Gerçek pazarlamanın doğası gereği yürütülen kampanyaların kişiye özel ve hızlı değiştirilebilir olması gerekmektedir. Bu kapsamda da internet ortamı bu pazarlama metodu için en uygun ortam olmaktadır. Örneğin web sitesi ziyaretçisi tercihlerini ve web geçmişini temel alan gerçek zamanlı bir teklif olarak çevrimiçi aradığı ürüne karşılık gelen bir pop-up (açılır) reklam görebilir.

Gerçek zamanlı pazarlama, kullanıcılara anlık, bireysel reklamlar sağlamak için kişisel eğilimleri ve harcama geçmişi dâhil olmak üzere çevrimiçi kullanıcı bilgilerini ve verilerini yakalar. Çevrimiçi veri toplama, şirketlere, bireylerin ne satın aldıklarını, ne zaman aradıklarını ve ne zaman çevrimiçi olduklarını inceledikçe, bireylerin neler yaptıklarına cevap veren, anında çevrimiçi reklam sunma olanağı verir.

Gerçek zamanlı pazarlamanın hem bir teknoloji hem de bir pazarlama aracı olduğunu kavramak önemlidir. Şirketler çevrimiçi aramalar, demografi, alışveriş geçmişi ve müşterinin internette gezinirken hangi ürün veya ürünleri tıkladığı gibi konularda müşteri bilgilerini toplar. Bir kez toplandığında, bu bilgiler müşteriye neredeyse anında görünen ve müşterinin ilgi alanları ve tercihleri ile doğrudan alakalı reklamlar oluşturmak için kullanılır.

Bu tüketici istihbarat verileri, e-postalardan blog yayınlarına, podcast'lere, web sitesi ziyaretlerine, çevrimiçi aramalara ve anlık mesajlaşmaya kadar her şeyi içerir. Tüm bu bilgiler, şirketlerin müşteri eğilimlerini ve seçimlerini tahmin etmelerine yardımcı olarak, belirli müşteri tercihlerine hitap eden anlık pazarlama mesajları oluşturmasına yardımcı olur. Ayrıca, gerçek zamanlı pazarlama mesajları tüketicileri bu şirketle hem daha fazla zaman hem de para harcamaya teşvik etmektedir.

Bu pazarlama yöntemi, satın alma faaliyetini gerçekleştirme- den bir web sitesinden ayrılan müşterilere gönderilen bir e-posta kadar basit olabilir ve onlara siteye geri getirmek için özel bir teklif sunabilir. Bunun bir örneği, oteller için belirli bir fiyata indirim sertifikası sunan bir şirket olan hotels.com tarafından uygulanmaktadır. Müşteri hotels.com sitesini ziyaret edip bir veya daha fazla indirim sertifikası seçip hiçbir sertifika almadan web sitesini terk ederse, müşteri otomatik olarak, siteye geri dönüp satın alma işlemini teşvik eden bir e-posta alır.

Diğer bir gerçek zamanlı pazarlama örneği, bir müşterinin daha önce bir web sitesi ziyareti sırasında aradığı veya çevrimiçi arama yaptığı öğeleri gösteren banner reklamları içerir. Örneğin, bir tüketici ayakkabı için çevrimiçi arama yapmış görünüyorsa, tüketici bir daha çevrimiçi olduğunda, farklı ayakkabı üreticileri ve perakendecilerinden benzer model ayakkabılar için reklamlar karşısına çıkacaktır. Bu gibi örnekleri teknoloji ve pazarlama tekniklerini kullanarak çoğaltmak mümkün olup birçok farklı versiyonları markalar tarafından kullanılmaktadır.



Bazı Gerçek Zamanlı Pazarlama Biçimleri Sosyal Medya

Facebook, Pinterest ve Twitter gibi sosyal medya web sitelerinde, yalnızca takipçiler veya şirket sayfasını veya profilini «beğenenler» için özel fırsatlar hakkında yorumlar, haberler, fırsatlar, kuponlar, özel bilgiler ve bilgi gönderir. Bu kampanyaları alan bireyler, kayıt yaptırabilecek veya katılabilecek diğer kişilere iletmeye teşvik edilir.

Arama Motoru Reklamları

Google, Yahoo, Yandex veya Bing gibi büyük arama motorlarında görünen reklamlar. Örneğin, "ayakkabı" ve "deri ayakkabı" gibi kelimeler arandığında markanın reklam olarak, ayakkabı, deri ayakkabı vb. ile ilgili özelleştirilmiş içerikleri görünür.

Banner Reklamlar

Banner reklamlar, gerçek zamanlı teklif olarak adlandırılan belirli arama motoru anahtar kelimelerine yanıt olarak çevrimiçi görünür. Örneğin, birisi belirli bir kişinin adını ararsa, facebook.com «dan gelen bir reklamın araması yapılan kişinin adıyla görünmesi muhtemeldir. Bu ilgi çekme metodu bu sayede arama yapan kişiyi sitedeki kişiyi aramak için facebook.com u tıklamaya teşvik eder.

E-posta Kampanyaları

Müşterilere veya üyelere haber, bilgi veya promosyonlar hakkında düzenli olarak gönderilen e-postalardır. Örneğin, 2010 yılında, bir kahve şirketi ve perakendeci bir Markanın Gold Card kulübü üyelerine şirketin 40. yıldönümünü kutlayan bir e-posta gönderdi. E-posta alıcıya bir paket kahve satın alması durumunda, ünlü markanın logosunun bulunduğu ücretsiz bir seramik kupanın verileceğini duyurdu.

Metin Mesajları

Şirketten gelecek haberleri almak için web sitelerinde bulunan kayıt olma sistemlerine kaydını yaptırarak sisteme dâhil olan müşteriler için gerçek zamanlı metin mesajları gönderimi. Bu, konum tabanlı reklam veya «Son Dakika Haberleri» içerebilir. Örneğin, bir müşteri bir şirketin veya mağazanın bulunduğu yerin 5 km yarıçapı içinde hareket ederse, müşteriye özel olarak ve zaman sınırlı bir indirim almak için onları teşvik eden bir metin mesajı gönderilebilir.

Kaynak:

Dünya Ticaret Örgütü İstatistikleri
Rakamlarla 2017 Türkiye e-ticaret istatistikleri. (2017, 11 Temmuz). Marketing Türkiye.
Building an Advantage through Data-Driven Real-Time Marketing: Trendology
Gerçek Zamanlı Pazarlama ve Halkla İlişkiler: Media Cat
UNCTAD İstatistikleri, United Nations Conference on Trade and Development.
<https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/en-yaratıcı-real-time-marketing-ornekleri/>



bizi
sosyal medyada
takip edin



twitter.com/ORANKalkinma



[youtube/OranKalkinmaAjansi](https://youtube.com/OranKalkinmaAjansi)



facebook.com/OrtaAnadoluKalkinmaAjansi





ORAN Orta Anadolu
Kalkınma Ajansı
Central Anatolia Development Agency

KAYSERİ Mevlana Mahallesi, M.K.P Bulvarı, No:79
Kat: 5-6 P.K: 38080 Kocasinan/KAYSERİ
Tel: +90 352 352 6726
Fax: +90 352 352 6733
E-Posta: info@oran.org.tr

SİVAS Akdeğirmen Mah. Höllüklük Cad.
No: 39, 58040, SİVAS
Tel: +90 346 222 0800
Fax: +90 346 222 0820

YOZGAT Aşağınohutlu Mah. Sakarya Caddesi
No:9 Merkez / YOZGAT
Tel: +90 354 217 67 26
Faks: +90 354 217 67 26