www.beksiad.org

BEKSİAD

Bebe Çocuk Konfeksiyonu Sektörü Sanayici ve İşadamları Derneği

Haziran 2016 Yıl:5 Sayı:8

Sektör yeni stratejilerle büyüyor

Bursa bebe çocuk giyiminde yaşanan büyük değişim gözler önünde. Taşlar yerinden oynuyor. Kümelenme çalışmaları, Junioshow Fuarı, yurtdışı seyahatleri, yabancı alım heyetleri ve son olarak ikinci URGE proje başvurusuyla bir sıçrama yaşayan bebe çocuk giyim sektörü, dünyaya açılmayı hedefliyor.

Sektör Yurtdışında Büyüyecek

BTSO Başkan Yardımcısı İsmail Kuş, BEKSİAD ile birlikte bebe ve çocuk giyim sektörünü daha güçlü ve tüm dünyaya mal satan bir konuma taşımak istediklerini söyledi. s30

2. Kuşak Bilgiyle, Profesyonelce, Donanımlarıyla Geliyor

İkinci kuşak patronlar, bebe çocuk konfeksiyonunda da söz sahibi olmaya başladı. Öncelikleri ise yurtdışına açılarak firmalarını ihracat yapan bir konuma taşımak. s56

TÜYAP Bursa
Tüyap Bursa Fuarcılık A.Ş. www.tuyap.com.tr

BTSO
Bursa Ticaret ve Sanayi Odası
127

BEKSİAD Bursa - 2003

JUNIO SHOW

TÜYAP BURSA'DA

BURSA BEBE, ÇOCUK HAZIR GİYİM & ÇOCUK İHTİYAÇLARI FUARI

BURSA BABY, KIDSWEAR & KIDS NECESSITIES FAIR

10-14 OCAK JANUARY 2017

facebook.com/junioshowbursa

@junioshowbursa

junioshow.com +90 224 211 50 81-89 (pbx)

TÜRKİYE CUMHURİYETİ EKONOMİ BAKANLIĞI · UR-GE · BURSA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ · ufi Güvenli Fuar Endüstrisi Birliği The Global Association of the Exhibition Industry Üye Kuruluş Member · TFYD Üye Kuruluş / Member TÜRKİYE FUAR TAPINCILARI DERNEĞİ TURKISH FAIR ORGANIZERS ASSOCIATION · Almira Hotel Bursa Fuar Resmi Otel Official Fair Hotel · BURSA Ulu Şehir

TÜYAP BURSA

TÜYAP BURSA ULUSLARARASI FUAR VE KONGRE MERKEZİ
TÜYAP BURSA INTERNATIONAL FAIR AND CONGRESS CENTER
Altınova Mah. Fuar Cad. 25/1 16250, Osmangazi Bursa/Turkey

"Bursa'nın Gücü"
"Power of Bursa"

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

THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE AUDIT OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO.5174

Monna Rosa
MILANO
www.monnarosa.com

SKOR LOJİSTİK

KOMPLE VE PARSİYEL TAŞIMA

GÜMRÜK İŞLEMLERİ

KONTEYNER TAŞIMA

TRANSİT VE REEXPORT İŞLEMLERİ

LOJİSTİK DEPOLAMA VE DAĞITIM

Hızlı,

Güvenli...

BURSA ŞUBEMİZ HİZMETİNİZDE!

İSTANBUL OFİS
Yenibosna Merkez Mah. Değirmenbahçe
Cad. No: 11 E, Airport Hill Sitesi E Blok
D: 6 Bahçelievler - İstanbul / TURKİYE
Tel.: +90 212 470 30 73 - 74
Fax: +90 212 470 30 50

BURSA OFİS
Gürsu Organize Sanayi Bölgesi Turgut
Özal Cad. No:3 BURSA / TÜRKİYE
Tel.: +90 544 928 0138

MOSKOVA OFİS
Bolshoy Ovchinnikovskiy Pereulok
Dom 16 MOSKOVA / RUSYA
Tel.: +7 495 638 50 47

musterihatti.skor@gmail.com | impex.skor@gmail.com

DIVONETTE®

Kargo63 olarak kuruluşumuzdan bu yana hava ve kara yolu taşımacılığındaki yaygın ulaşım ağımızla, Rusya ve Ukrayna'ya bireysel müşteri temsilcilerimizle birlikte kaliteli, hızlı, güvenilir hizmeti sunmaya devam ediyoruz.

С момента создания
Развита транспортная сеть в России и Украине
Воздушные (авиаперевозки) и автомобильнные (транспортные)
Наши представители заказчика услуг (работ)
Высокое качество, быстрая и надежная работа (доставка)
Доказывая это на протяжении многих лет,
обслуживаемых каргo63 и продолжая оказывать им услуги

KARGO 63

Küçük Langa Cd. Langa Bostan İçi No: 81 Büyük Depo Aksaray / İSTANBUL (Marsel Otoparkı)
Bursa Şube: Yunus Emre Mh. Aracılar Sk. No: 62 Yıldırım / BURSA

Gsm :+90 532 200 26 08
Tel : +90 212 632 63 08
Tel : +90 224 363 86 63
Fax : +90 212 632 63 64

Rusya: +796 80 11 63 63
Rusya: +796 83 38 63 63
Rusya: +792 83 54 50 63
Rusya: +791 88 81 85 63
Rusya: +795 05 40 77 63

Ukrayna: +380 97 831 63 63
Ukrayna: +380 93 016 77 88
Ukrayna: +380 93 062 30 77
Ukrayna: +380 97 009 63 63
Ukrayna: +380 99 601 52 92
Ukrayna: +380 63 587 77 97

export@kargo63.com Skype: kargo-63 www.kargo63.com

MALKOÇ bebe

www.malkocbebe.com

ONLINE SHOPPING

Available on the iPhone App Store

Google play

0 - 16 Yaş Bebe ve Çocuk Giyim Toptan Mağazası

0 - 16 baby and children's clothing wholesale store

ملابس الاطفال والبيبي من العمر 0 - 16
مخزن بيع الجمله

Возраст 0-16 лет
Оптовый магазин детской одежды.

skype **malkocbebe**

www.malkocbebe.com

Duaçınarı Mh. Vişne Cd. No: 182-184/A Yıldırım - BURSA

Tel. : +90 224 361 61 02 +90 224 28 36 Fax: +90 224 220 23 76

ÜÇLER TEKSTİL

SANAYİ ve TİCARET A.Ş.

Merkez : Firuzköy Mah. Mezarlık Üstü Cad. No: 22 AVCILAR / İSTANBUL
Tel. : (212) 428 08 75 (5 Hat) Fax : (212) 428 27 90
Fabrika : E-5 Karayolu Üzeri Bademlik Mevkii Vakıflar Köyü ÇORLU / TEKİRDAĞ
Tel. : (282) 672 26 46 (8 Hat) Fax : (282) 672 26 49
web : http://www.uclertekstil.com.tr mail : info@uclertekstil.com.tr

Lilax

www.lilax.com.tr

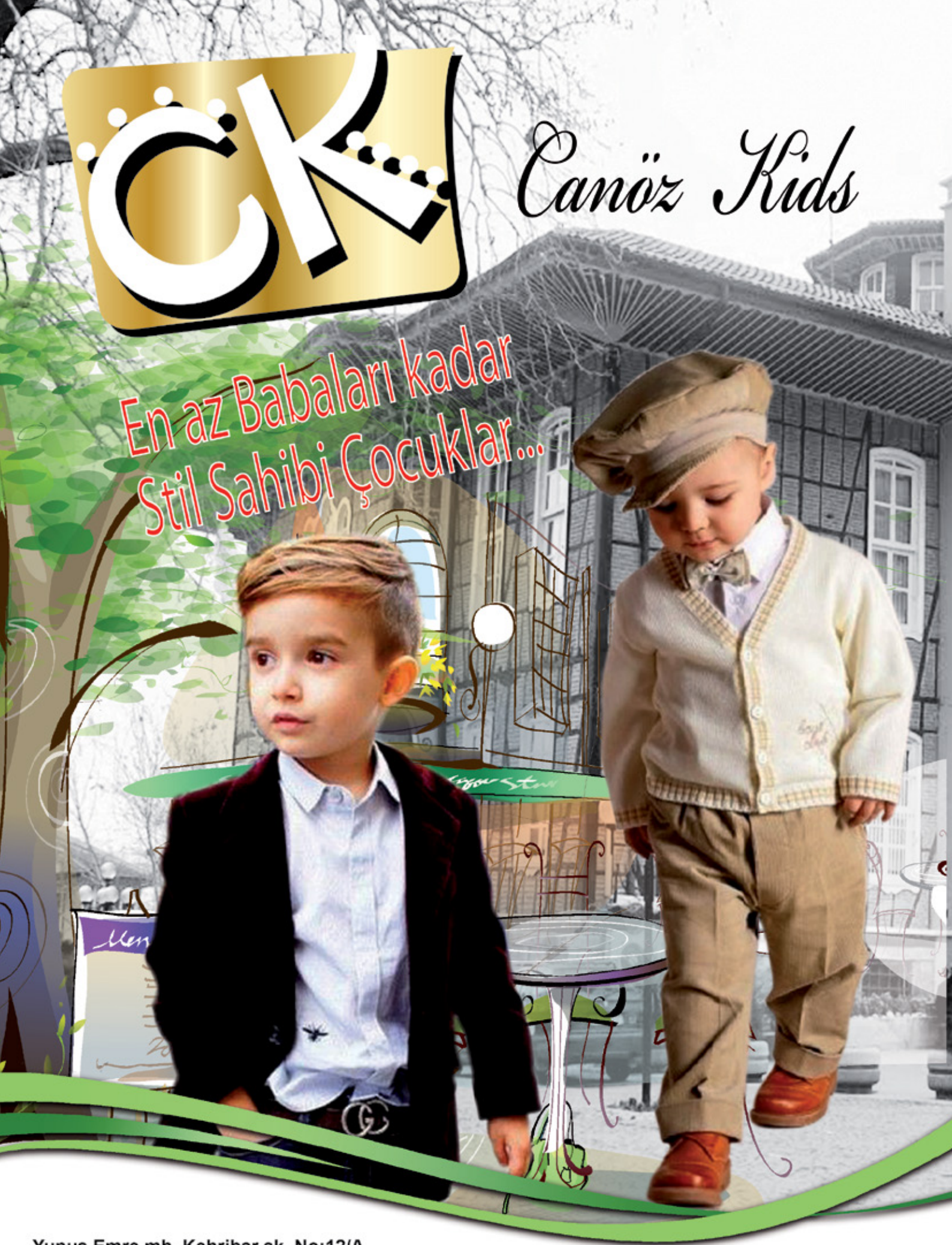
info@lilax.com.tr

Lilax-Baby

lilax_kids

lilax.baby

Yunusemre Mh. Kaplıkaya Sk. No: 26 Yıldırım - Bursa / TURKEY



Yunus Emre mh. Kehribar sk. No:12/A
Yıldırım/BURSA
Tel/Fax: (0224) 363 88 69
Cep : 0532 781 31 05

www.canozbebe.com
info@canozbebe.com
facebook: canöz bebe

TUFFY®

Lorinda GESSBOY BY TUFFY Marry Rose

info@misstuffy.com
tuffy.toptan
0541 584 21 33
Yunusemre Mh. Vişne Cd. Er Sk. No:16 Yıldırım / BURSA
T: 0 224 364 21 60 F: 0 224 364 31 16

TOMAN TEKSTİL

İÇİNDEKİLER

Haziran 2016 Yıl: 5 Sayı: 8
6 ayda bir yayınlanır.

BEKSİAD Adına İmtiyaz Sahibi
Halil ATALAY

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Salih BAHADIR

Yayın Kurulu
Ömer YILDIZ
Selahattin MİZAN

BEKSİAD Yönetim Kurulu
Halil ATALAY
Ömer YILDIZ
Faruk YILMAZ
Murat OSANÇ
Eyüp OTMAN
Salih BAHADIR
Mümin HACIHÜSEYİN
Ali AZİZOĞLU
Selahattin MİZAN
Orhan YEDİKARDEŞLER

Yayına Hazırlayan
yazievi iletişim & yayıncılık
29 Ekim Mh. Ümit Kaftancıoğlu Cd.
No: 21 H Blok D:8 Nilüfer / Bursa
Tel: 0224 451 66 67
www.yazievi.com.tr

Baskı
İMAK Ofset

Basım Tarihi
26 Mayıs 2016

Dergi İletişim
Erol Bakış
Duaçınarı Mah. Özgünay Sok. No: 10
Kat:4 Yıldırım / BURSA
Tel: +90 224 361 92 00
Fax: +90 224 361 92 01
www.beksiad.org info@beksiad.org

Dergide yayınlanan yazı ve makalelerden kaynak göstermek kaydıyla alıntı yapılabilir. Makalelerin sorumluluğu yazarına, reklamların sorumluluğu reklam verene aittir.

DOSYA KONUSU

56

14 | BAŞKAN'DAN SEKTÖRÜMÜZ BÜYÜYOR VE GELİŞİYOR

20 | SEKTÖRÜN KALBİ JUNIORSHOW'DA ATTI

22 | ÇOCUK MANKENLER JUNİOSHOW'DA PODYUMA ÇIKTI

24 | RUS FİRMALAR TİCARETİ SÜRDÜRMEK İSTİYOR

26 | JUNIOSHOW BEKLENTİLERİ AŞTI

28 | İBRAHİM BURKAY'A JUNİOSHOW TEŞEKKÜRÜ

44 | YABANCI ALIM HEYETİ GELİYOR

38 | SEKTÖR DÜNYA PAZARLARINA AÇILIYOR

46 | KÜMELERE İŞBİRLİĞİ VE GÜVEN EĞİTİMİ

48 | EĞİTİMLER UFUK AÇIYOR

30
RÖPORTAJ
"SEKTÖR YURT DIŞINDA BÜYÜYECEK"

34

MAKALE
JUNİOSHOW 44 ÜLKEDEN 24 BİN ZİYARETÇİ AĞIRLADI

36
SEKTÖRÜN YENİ ROTASI
GÜNEY AFRİKA

50

HEDEF
YENİ PAZARLAR

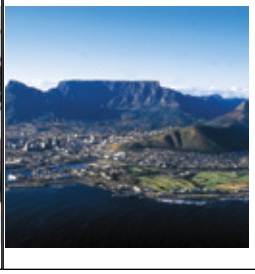
KAPAK KONUSU

52
RÖPORTAJ
SEVNUR BEBE
İHRACATLA
BÜYÜME
HEDEFLİYOR

64
MAKALE
DEĞİŞİM VE GELİŞİM
ZAMANI

68
RÖPORTAJ
SEKTÖRÜN BAŞARISI
ORTAK HAREKETTE
SAKLI

80
BİR GARİP KITA
AFRİKA



2016-2017 SEZON TRENDLERİ BELİRLENDİ | **66**

BEKSİAD'DAN İNEGÖL ÇIKARMASI | **72**

BİLBOARDLAR ÇOK BEĞENİLDİ | **74**

BEKSİAD İHH'YI AĞIRLADI | **76**

MAKALE
İHBAR TAZMİNATI | **78**

EYÜP OTMAN
DÜRÜST TÂCİR | **82**

YILDIRIM'IN DÜNYAYA AÇILAN KAPISI:
CUMALIKIZIK | **84**

BİR SEVDADIR BURSA'DA
TELEFERİK | **86**

ÇOCUKLAR İÇİN
YAZ KAMPI | **88**

Ömer YILDIZ
BEKSİAD
Dergi Komisyonu Başkanı

SEKTÖRÜMÜZÜN GELİŞİMİNİ ANLATMAK İSTEDİK

Merhaba dostlar,

Dergimizin 8. sayısında sizlerle yeniden birlikte olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Oldukça hareketli bir kış dönemini geride bıraktık. Bu dönemde, 5 yıllık bir aranın ardından Bursa'da tekrar düzenlenen fuarla, dünyanın pek çok ülkesinden alıcılar şehrimize geldi ve güzel ticari işbirliklerine imza atıldı. Önümüzdeki yıldan itibaren yılda iki defa düzenlenecek olan Junioshow Fuarı'nın sektörümüze ve Bursamıza hayırlı olmasını diliyorum.

Dergimizin bu sayısında, özellikle son bir yıldır kümelenme çalışmaları, yurtdışı seyahatleri ve alım heyeti organizasyonlarıyla adeta bir sıçrama yaşayan bebe ve çocuk konfeksiyonunun gelişimini ve büyümesini gözler önüne sermek istedik. Bu süreçte yapılan çalışmalar ve girişimleri detaylarıyla sayfalarımızda bulabilirsiniz.

Bu sayımızda da içeriği yoğun bir yayın sizleri bekliyor. Junioshow Fuarı ile ilgili haberler, BTSO Başkanvekili İsmail Kuş ile yapılan ve içinde önemli mesajların olduğu röportaj, üyelerimizle söyleşiler, bilgilendirici makaleler, BEKSİAD olarak yaptığımız ziyaret ve faaliyetlerin derlemeleri bunlardan birkaçı.

Bir diğer konu başlığımız ise UR-GE projesi kapsamında yapılan Güney Afrika seyahati. Amerika'nın ardından ikinci yurtdışı ziyaret programı olan bu seyahatin sektörümüze yeni ufuklar açacağına yürekten inanıyorum. Her şeyden önce pazarı tanımak ve yakından görmek açısından çok faydalı bir programdı.

Biliyorsunuz sektörümüzde ikinci kuşak yavaş yavaş söz sahibi olmaya başladı. Bu gerçekten hareketle kimi şirketlerde babalarının yerine geçen, kimilerinde de babalarıyla birlikte işlerin sorumluluğunu almaya başlayan genç meslektaşlarımızın düşüncelerini, geleceğe yönelik planlarını ve firmalarını taşımak istedikleri noktaları kendilerinden dinledik. Bu izlenimleri de ilgiyle okuyacağınızı umarız.

Halil ATALAY
BEKSİAD Yönetim Kurulu Başkanı

SEKTÖRÜMÜZ BÜYÜYOR VE GELİŞİYOR

Değerli dostlar, kıymetli meslektaşlarım,

Şehrimize pek çok alanda değer katan bebe çocuk konfeksiyonu sektörünün temsilcileri olarak yıla çok iyi başladık ve uzun yıllar sonra Bursa'da tekrar fuarımızı düzenledik. Şehrimizde 2016'nın ilk fuarı da olan Junioshow beklentilerin üzerine çıkarken, Orta Doğu'dan Balkanlar'a, Rusya'dan Afrika ülkelerine kadar dünyanın pek çok ülkesinden alıcıları, sektör mensuplarımızla buluşturdu. 2015 seçimlerinin ardından ülkemizde sağlanan istikrar ve güven ortamı, fuardaki temaslarımızın da etkisiyle bizlere yeni iş bağlantıları olarak döndü. Buradan bir kez daha fuarın düzenlenmesinde bizlere sağladığı desteklerden ötürü Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Başkanımız İbrahim Burkay'a ve TÜYAP Bursa Genel Müdürümüz İlhan Ersözlü'ye teşekkür ediyorum. Önümüzdeki yıldan itibaren yılda iki defa gerçekleştireceğimiz Junioshow, inanıyorum ki sektörümüzün Bursa'daki tanınırlığına ve gelişimine her yıl değer katacak ve zaman içerisinde alanında dünyanın en gözde fuarlarından biri haline gelecektir.

Sektör olarak "Büyümek ve yeni pazarlara açılmak" ve "Rusya, Ukrayna ve yakın coğrafyadaki kayıpları nasıl telafi edebiliriz?" diyerek çalışmalar yürütüyoruz. Bildiğiniz gibi kümelenme çalışmaları çerçevesinde ilk yurtdışı seyahatimizi geçtiğimiz yıl Amerika'ya yapmıştık. Son gerçekleştirdiğimiz Güney Afrika seyahatiyle de oldukça önemli bir potansiyele sahip kıtada sadece Kuzey Afrika ülkelerine değil, kıtanın ortalarına da ürünler satabileceğimizi fark ettik. Bu seyahatin de bizler için yeni kapılar aralayacağını ümit ediyorum. Şimdi önümüzde iki yurtdışı ziyaret programı daha bulunuyor. Yıl içerisinde Amerika Las Vegas'taki bebe, çocuk giyim fuarına ve yine Almanya Köln'deki fuara katılım hedefliyoruz. Sektörümüzün gelişimi ve yurtdışı pazarlardaki ağırlığının artması adına bu çalışmalarımız artarak devam edecek.

Bir yıl önce çalışmalarına başladığımız kümelenme projemiz, sektörümüzden yoğun ilgi ve talep görünce, şimdi ikinci URGE projesi için de Ekonomi Bakanlığı'na başvuruda bulunduk. 38 firmamızın yer alacağı 2'nci URGE projemizin de güzel çalışmalara imza atacağına inanıyorum.

Son yıllarda sektörümüzde olumlu yönde yaşanan değişim gözler önünde. Tabiri caizse taşlar yerinde oynuyor. Kümelenme çalışmaları, Junioshow Fuarı, yurtdışı seyahatleri ve yabancı alım heyetleriyle büyük bir sıçrama yapan sektörümüzde artık tek ve en önemli hedef dünyaya açılmak. Bunu da başaracağımızdan asla şüphe duymuyorum.

Bir yandan da Vişne Ticaret Bölgemizin daha da gelişmesi ve uluslararası alanda bilinirliği anlamında yerel yönetimlerle çalışmalarımız artarak sürüyor. Bu dönemde Vişne Caddemizde iki ayrı bilboard çalışması yapıldı. Cadde üzerindeki ve dışındaki tüm sektör paydaşlarımızın beğenisini kazanan bu çalışma için Yıldırım Belediye Başkanımız İsmail Hakkı Edebali'ye çok teşekkür ediyoruz. Ayrıca hem üyelerimiz hem de sektör temsilcilerimizin faydalanacağı yeni dernek merkezimizin yapımına da yakında başlanacak.

Sektörümüzün gelişimi doğrultusunda çalışmaya, yeni projeler üretmeye devam edeceğiz. Sektörümüzün büyümesine katkı koyan başta Sayın Valimiz Münir Karaloğlu'na, Büyükşehir Belediye Başkanımız Sayın Recep Altepe'ye, Yıldırım Belediye Başkanımıza, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Başkanımıza buradan bir kez daha teşekkür ediyoruz. Onların her zaman yanımızda olduğunu bilmek bize ayrı bir güç veriyor.

Saygı ve sevgilerimle…

www.lovetti.com.tr

info@lovetti.com.tr

Skype: lovettigirlsclup

YENİ EKONOMİ YÖNETİMİ BELLİ OLDU

65. Hükümet açıklandı, ekonomi yönetimi belirlendi. AK Parti Denizli Milletvekili Nihat Zeybekci, yeniden Ekonomi Bakanlığına getirildi. Yeni kabinede Mehmet Şimşek Başbakan Yardımcısı, Naci Ağbal Maliye Bakanı oldu. Ekonomi yönetiminde yer alan isimler şöyle; Başbakan Yardımcısı: Mehmet Şimşek, Maliye Bakanı: Naci Ağbal, Ekonomi Bakanı: Nihat Zeybekci, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı: Berat Albayrak, Gümrük ve Ticaret Bakanı: Bülent Tüfenkci, Çevre ve Şehircilik Bakanı: Mehmet Özhaseki, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanı: Faruk Çelik, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı: Süleyman Soylu, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı: Faruk Özlü, Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanı: Ahmet Arslan.

RUSYA'DAN SEBZE-MEYVE AÇIKLAMASI

Rusya Federasyonu Federal Veterinerlik ve Bitki Karantina Servisi Başkanı Dankvert, "Türkiye'den ithal edilen gıda ürünlerinin tamamen yasaklanması düşünülmüyor" dedi. Rus haber ajansı RIA Novosti'de yer alan habere göre, Sergey Dankvert, Türk yetkililerin ithal edilen ürünlerle ilgili Rusya'nın endişelerine yapıcı yaklaştığını ve Türkiye'den ithal edilen gıda ürünlerinin tamamen yasaklanmasının düşünülmediğini söyledi. Türkiye'den ithal edilen gıda ürünlerinin gereken koşulları sağlaması gerektiğini belirten Dankvert, "Bu konuda da gerek Rus gerek Türk tarafı çalışıyor. İlerleme kaydettiğimizi söyleyebiliriz" diye konuştu. Hatırlanacağı üzere Rusya, 1 Ocak 2016 itibarıyla Türkiye'den portakal, mandalina, üzüm, elma, armut, şeftali, çilek, domates, soğan, karnabahar, brokoli, salatalık ve marul gibi ürünlerin ithalatını yasaklamıştı.

MERKEZ BANKASI ÜST BANDI İNDİRDİ

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Para Politikası Kurulu, faiz koridorunun üst bandını indirdi. Buna göre marjinal fonlama oranı yüzde 10'dan yüzde 9,50'ye indirilirken, Merkez Bankası borçlanma faiz oranı yüzde 7,25 düzeyinde sabit tutuldu. Bir hafta vadeli repo ihale faiz oranı ise yüzde 7,5 düzeyinde sabit tutuldu. Duyuruda sıkı para politikası duruşunun ve alınan makroihtiyati önlemlerin etkisiyle yıllık kredi büyüme hızlarının makul düzeylerde seyretriği belirtildi. Dış ticaret hadlerindeki olumlu gelişmeler ve tüketici kredilerinin ılımlı seyrinin cari dengedeki iyileşmeyi desteklediği belirtilerek, "İç talep büyümeye pozitif katkı verirken, Avrupa Birliği ülkelerinin talebindeki artışın ihracat üzerindeki olumlu etkisi sürmektedir. Kurul, yapısal reformların uygulamaya geçirilmesinin büyüme potansiyelini önemli ölçüde artırabileceğini değerlendirmektedir." ifadelerine yer verildi.

MERKEZ BANKASI ANKETİ: DOLAR YILSONU 3,10'A ÇIKAR

TCMB Mayıs beklenti anketini yayımladı. Ankette, yıl sonu dolar beklentisi 3,0790'dan 3,1087'ye yükseldi. Kurda ay sonu beklentisi 2,9731; 12 ay sonunda ise 3,2176 oldu. Yıl sonu TÜFE beklentisi ise bir önceki anketteki yüzde 7,91'den yüzde 7,80'a geriledi. 24 ay sonrası yıllık TÜFE beklentisi yüzde 7,14 ile değişim göstermezken; 2016 GSYH artışı da yüzde 3,6 ile değişmedi. 2016 sonu cari açık beklentisi 32,9 milyar dolardan 32,8 milyar dolara geriledi. Merkez Bankası politika faizinde ise beklenti bu ay yüzde 7,50 ile değişim göstermedi. Faizde beklenti gelecek 3 ay sonunda yüzde 7,37'den yüzde 7,50'ye çıktı, gelecek 12 ay sonunda ise beklenti yüzde 7,79'dan yüzde 7,59'a geriledi.

BABY BOYS AND GIRLS

SONBAHAR autumn KIŞ winter

KTS® baby

A.K.M.
Tekstil Konfeksiyon San. ve Tic. Ltd. Şti.
info@ktsbaby.com
bilgi@akmtekstil.com
www.ktsbaby.com
www.akmtekstil.com
www.ktsbebetoptan.com

Manufacturing Wholesale
ПРОИЗВОДСТО ОПТОВОЕ
مبيع البسة اطفال جملة

BÜTÇE FAZLASI NİSANDA 5.4 MİLYAR TL OLDU

Maliye Bakanlığınca, bu yılın nisan ve ocak-nisan dönemi bütçe uygulama sonuçları açıklandı. Merkezi yönetim bütçesi hem nisanda hem de ocak-nisan döneminde 5,4 milyar lira fazla verdi. Nisanda bütçe gelirleri, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 15,7 artarak 49,7 milyar liraya, bütçe giderleri de yüzde 6,6 artış kaydederek 44,3 milyar liraya ulaştı. Bütçe gelirleri ocak-nisan döneminde, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 16,2 artışla 181,4 milyar lira, bütçe giderleri de yüzde 9,9 artarak 176 milyar lira oldu. Maliye Bakanı Naci Ağbal yaptığı açıklamada, "Yılın ilk 4 ayında elde edilen sonuçlar, hükümetimizin mali disiplini kararlılıkla devam ettirdiğini göstermektedir. Yılın geri kalan döneminde de mali disiplini esas almaya devam edeceğiz" dedi.

İŞSİZLİK ŞUBAT'TA YÜZDE 10,9 OLDU

İşsizlik oranı, şubatta geçen yılın aynı dönemine göre 0,3 puan azalarak yüzde 10,9 seviyesinde gerçekleşti. İşsiz sayısı da 2 bin kişi azalarak 3 milyon 224 bin kişi oldu. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) şubat ayına ilişkin iş gücü istatistiklerini açıkladı. Buna göre, Türkiye genelinde 15 ve daha yukarı yaştakilerde işsiz sayısı, şubatta geçen yılın aynı dönemine göre 2 bin kişi azaldı ve 3 milyon 224 bin kişi oldu. İşsizlik oranı ise yüzde 0,3 puan azalarak yüzde 10,9 seviyesinde gerçekleşti. İşsizlik oranı, şubatta bir önceki aya göre ise 0,2 puan azaldı. Bir önceki ayda işsizlik oranı yüzde 11,1 olarak gerçekleşmişti. Aynı dönemde tarım dışı işsizlik 0,5 puanlık azalışla yüzde 12,7 olarak tahmin edildi. 15-24 yaş grubunu içeren genç işsizlik oranı 1,4 puanlık azalışla yüzde 18,6 olarak gerçekleşirken, bu oran 15-64 yaş grubunda 0,3 puanlık azalışla yüzde 11,1 oldu.

KONUT SATIŞLARI NİSANDA YÜZDE 10,9 DÜŞTÜ

Türkiye genelinde konut satışları 2016 Nisan ayında bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 10,9 oranında azalarak 106 bin 348 oldu. Konut satışlarında, İstanbul 19 bin 537 konut satışı ile en yüksek paya (%18,4) sahip oldu. İstanbul'u, 11 in 843 konut satışı (%11,1) ile Ankara, 6 bin 568 konut satışı (%6,2) ile İzmir izledi. Türkiye genelinde ipotekli konut satışları da bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 27,4 oranında azalış göstererek 33 bin 429 oldu. Yabancılara yapılan konut satışları ise bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 14,4 azalarak bin 581 oldu. Yabancılara yapılan konut satışlarında, Nisan 2016'da ilk sırayı 540 konut satışı ile İstanbul aldı. İstanbul ilini sırasıyla 360 konut satışı ile Antalya, 116 konut satışı ile Bursa, 71 konut satışı ile Yalova, 67 konut satışı ile Trabzon ve 66 konut satışı ile Sakarya izledi.

TÜKETİCİ GÜVENİ MAYISTA ARTTI

TÜİK ve TCMB işbirliği ile yürütülen tüketici eğilim anketi sonuçlarından hesaplanan tüketici güven endeksi, mayıs ayında bir önceki aya göre yüzde 0,4 oranında arttı. Nisan ayında 68,46 olan endeks, mayıs ayında 68,75 oldu. Hanenin maddi durum beklentisi endeksi nisanda 89,97 iken, mayısta 89,94 oldu. Bu durum, gelecek 12 aylık dönemde hanenin maddi durumunda bir önceki aya göre önemli bir değişiklik beklenmemesinden kaynaklandı. 91,02 olan genel ekonomik durum beklentisi endeksi de yüzde 3 artarak, mayısta 93,71 oldu. Bu artış, genel ekonomik durumun daha iyi olacağı yönünde beklentisi olan tüketicilerin sayısının bir önceki aya göre arttığını gösteriyor.

0-18 ay bebek dış giyim
imalat ve toptan satışı

Age 0-2 children outwear
production and wholesale

Etemoğlu

KANGAROO®

Adres: Yunusemre Mahallesi 2. Yel Sokak No: 5 Yıldırım / Bursa
T: +90 224 360 89 07

SEKTÖRÜN KALBİ JUNİOSHOW'DA ATTI

Bebe ve çocuk konfeksiyonu sektöründe lider olan Bursa'da 5 yıllık bir aradan sonra yeniden düzenlenen Junioshow Fuarı, sektör temsilcilerini dünyanın her yerinden alıcıyla buluşturdu.

BTSO öncülüğünde, BEKSİAD ile TÜYAP Bursa Fuarcılık işbirliğinde, Ekonomi Bakanlığı, Bursa Büyükşehir Belediyesi, Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı (BEBKA), Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) ve KOSGEB'in destekleriyle hazırlanan Bursa Bebe, Çocuk Hazır Giyim & Çocuk İhtiyaçları Fuarı (Junioshow), Bursa Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. Programın açılışında konuşan BTSO Başkanı İbrahim Burkay, Türkiye'nin üretim ve ihracat üssü konumundaki Bursa'yı fuarcılıkta da önemli bir merkez haline getirmeyi hedeflediklerini söyledi. Stratejik ortak TÜYAP ile birlikte 2015 yılı boyunca Bursa'da 16 fuara ev sahipliği yaptıklarını açıklayan Burkay, 2016'nın ilk fuarı olan Junioshow'un bebe ve çocuk konfeksiyonu sektörüne önemli hareketlilik kazandıracağını söyledi.

JUNİOSHOW, FİRMALARA TASARIMSAL BAKIŞ AÇISI KAZANDIRACAK

Başkan Burkay şöyle devam etti: "Junioshow, Rusya'dan Almanya'ya, Mısır'dan Gana'ya dünyanın dört bir yanındaki pazarlarına ürünlerini gönderen firmalarımızın üretimdeki gücünü yansıtıyor. Yaklaşık bir yıllık hazırlık sürecinin ardından kentimize kazandırdığımız fuarımız, firmalarımız için sadece 4 salonda ve 20.000 metrekarelik alanda ürünlerini sergiledikleri bir platform olmakla kalmayacak. Sektör temsilcilerimiz 30'u aşkın ülkeden ve 150'den fazla profesyonelden oluşan alım heyetleri ile ikili iş görüşmeleri gerçekleştirecek. Fuarla birlikte farklı bir vizyona kavuşan firmalarımız, yeni dönemde tasarımsal bakış açısına sahip olacaklar" dedi.

Burkay ayrıca, bebe ve çocuk konfeksiyonu sektörü adına ikinci URGE projesini de en kısa sürede hayata geçireceklerinin müjdesini verdi.

"ÖNEMLİ BİR MARKA OLACAK"

Bursa Valisi Münir Karaloğlu da, "Bursa'da bebe ve çocuk konfeksiyonu sektöründe büyük bir potansiyel var. Vişne Bölgesi, Türkiye'deki bebe ve çocuk konfeksiyonu konusunda önemli bir kümelenme merkezidir. Bugün Türkiye'nin ve Bursa'nın geldiği noktada sektör, fuarcılıkta yeni bir başlangıç yaptı. Junioshow'un ciddi bir marka olacağına inanıyorum. BTSO'nun liderliğinde BEKSİAD'ın destekleriyle bu fuarın çok daha gelişerek sektöründe dünyada söz sahibi olacağına inanıyorum" diye konuştu.

YENİ FIRSATLARA KAPI ARALAYACAK

Büyükşehir Belediye Başkanı Recep Altepe de, "Türkiye'nin hedeflerine ulaşmasında şehirlerin performansı çok önemli. Bu kapsamda Bursa'nın öncü bir rolü var. Bizler de bu hareketliliğin güçlenmesini, üretimin ve kalitenin artmasını, tasarımların ve inovasyonun gelişmesini istiyoruz. Ve Bursa'da bu alanlarda hamleler yapıyoruz. Bursa'nın geleceği, Türkiye'nin geleceğidir. Bu noktada şehrin tüm dinamikleri ile güzel bir işbirliği halindeyiz. Bebe ve çocuk konfeksiyonu sektörü için büyük önem arz eden Junioshow Fuarı'nın kentimiz ve sektörümüz için hayırlı olmasını diliyorum" dedi.

"BTSO OLMASAYDI BU FUARI DÜZENLEYEMEZDİK"

Bursa'ya kazandırılan Junioshow Fuarı'nın bebe ve çocuk konfeksiyonu sektörüne büyük bir değer kattığını belirten BEKSİAD Başkanı Halil Atalay da, "Sektör temsilcilerimiz 5 yıl aradan sonra tekrar fuara kavuştu. Bu fuarın düzenlenmesinde bizlere büyük katkı sunan BTSO'ya teşekkür ediyoruz" dedi.

GENÇ TASARIMCILAR ÖDÜLLENDİRİLDİ

Açılış konuşmalarının ardından Genç Tasarımcılar Yarışması ödül töreni gerçekleştirildi. Vali Karaloğlu, Başkan Altepe, BTSO Başkanı Burkay ve BEKSİAD Başkanı Halil Atalay, 9 projenin dereceye girdiği yarışmada başarılı üniversite öğrencilerine ödüllerini takdim etti.

SON TRENDLER SERGİLENDİ

Sektörün son trendlerinin sergilendiği Junioshow, 5 gün boyunca çok sayıda iş profesyonelini buluşturdu. Afrika'dan Asya'ya, Avrupa'dan Orta Doğu'ya kadar geniş coğrafyada yapılan tanıtımlar ile organize edilen alım heyetleri fuarı ziyaret etti. Çok sayıda ülkeden profesyonel iş dünyası temsilcileri, Junioshow Fuarı katılımcıları ile buluştu. Fuarda ayrıca, Genç Tasarımcılar Ödül Töreni, Trend Sohbetleri, Trend Alanı ve Junio Defile etkinlikleri de gerçekleştirildi. Alanında uzman kişiler tarafından yapılan sohbetler ile de ziyaretçilere ve katılımcı firmalara sektör hakkında bilgiler aktarıldı.

ÇOCUK MANKENLER JUNİOSHOW'DA PODYUMA ÇIKTI

Junioshow Fuarı kapsamında düzenlenen Junio Defile ile çocuk mankenler, yeni yılın kreasyonlarını podyuma taşıdı.

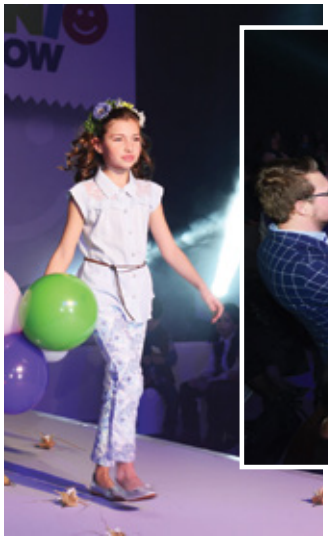
Junioshow Fuarı, bebe ve çocuk konfeksiyonu sektörüne büyük bir hareketlilik getirdi. Rusya, İran, Ukrayna, ABD, İngiltere gibi 30'u aşkın ülkeden çok sayıda alım heyetinin mercek altına aldığı fuar, yeni konsepti ve etkinlik takvimi ile dikkatleri çekti. Fuarın en çok ilgi çeken etkinliklerinden birisi de Junio Defile oldu. Bursa Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenen defilede, Bursalı çocuk mankenler podyuma çıktı. Yeteneksizsiniz Yarışması'na katılarak beğeni toplayan Nüans Dans Okulu ve Minik Yıldız Anaokulu öğrencileri, bebe ve çocuk konfeksiyonu firmalarının yeni kreasyonlarını sergiledi.

DEFİLEYE TAM NOT

Bursalı firmaların özel tasarım ürünlerinin sergilendiği defilede, minik mankenlerin gösterileri programa renk kattı. Çok sayıda ziyaretçinin yakından takip ettiği defile boyunca çocuk mankenlerin gösterdiği performans herkesten alkış aldı. Minik mankenlerin, dans gösterileri de sergilediği defilede, hazırlanan kareografi ise herkes tarafından büyük beğeni topladı.

2016-2017 YILININ MODASI JUNİOSHOW FUARI'NDA

Fuar kapsamında trend sohbetleri de yoğun katılımlarla gerçekleştirildi. Fuarın ikinci gününde, dünyada tekstil tasarımı konusunda ilk trend book'u yayınlayan Promostyl firmasının trend uzmanı Feriel Keraoui Bursalı firmalarla buluştu. Keraoui, bebe ve çocuk konfeksiyonunda 2017 yılı ilkbahar ve yaz modasına ilişkin düşüncelerini paylaştı. Fuar kapsamında organize edilen 'Bebe ve Çocuk Giyiminin E-ticaret Sektöründeki Konumu ve Geleceği' panelinde de sektör temsilcileri ve akademisyenler ziyaretçilerle buluştu.



JOJOMAMA
Girls & Boys
/jojo.mama
#jojomama.jjm
+90 533 240 18 22
jojomama717
Yunus Emre Mah.
Vişne Cad. No:181
Yıldırım / BURSA
Tel: +90 224 360 39 49
Fax:+90 224 360 39 89

RUS FİRMALAR TİCARETİ SÜRDÜRMEK İSTİYOR

Junioshow Fuarı kapsamında Rusya'dan Bursa'ya gelen 25 firma temsilcisi, bebe çocuk konfeksiyonu sektöründe faaliyet gösteren firmalarla ikili iş görüşmeleri gerçekleştirdi.

Junioshow Fuarı, bebe ve çocuk konfeksiyonunda Bursalı firmaların gücünü sergiledikleri bir platforma dönüştü. Yaklaşık 150 firmanın stant açtığı fuarda bir yandan ürünler tanıtılırken, diğer yandan farklı coğrafyalardan 30'u aşkın ülkeden 150'ye yakın yabancı katılımcıyla da ikili iş görüşmeleri gerçekleştirildi. Yabancı ziyaretçiler arasında Rus firmaların ilgisi ise dikkati çekti. Rus savaş uçağının Türk hava sahasını ihlal etmesiyle başlayan gerilimin ardından iki ülke arasında dip seviyeye inen ticari ilişkiler, Junioshow ile farklı bir boyuta taşındı. Fuara en yoğun katılımı gerçekleştiren Rus firmalar, tüm engellere rağmen Türk mallarından vazgeçmek istemediklerini bir kez daha gösterdi.

İLK SİPARİŞLER ALINDI

Rus alıcılar, Bursalı bebe ve çocuk konfeksiyonu temsilcilerinin ürünlerini yakından incelerken, ilk siparişlerini de verdi. Rusya'dan gelen Yaroslav Klychkov Makaruk, Rusya bebe ve çocuk konfeksiyonu pazarında Bursa markalarının önemli bir noktada bulunduğunu ve Türk mallarından vazgeçmek istemediklerini belirterek, "Müşterilerimiz Bursa'nın ürünlerinden çok memnun. Bursa

mallarının güvenli ve sağlıklı olduğuna inanıyoruz. Rusya ve Türkiye arasındaki ticari ilişkilerin tekrar eski günlerine kavuşmasını arzu ediyoruz" dedi.

"TÜRK MARKASININ KALİTESİ FARKLI"

Rusya'da bebe ve çocuk konfeksiyonu sektöründe faaliyet gösteren iş kadını Olesya Agassi de, kaliteli üretim yapısıyla ön plana çıkan Bursa firmaları ile birçok Rus firması gibi kendilerinin de ticareti sürdürmek istediklerini söyledi. Agassi, "Yaşanan siyasi gerilime rağmen Bursa ile ticareti sürdüreceğiz. Bursa firmalarına sipariş vermeye devam edeceğiz. Türk markasının bizim pazarımızda bir ismi var. Bursa'ya alternatif olarak sunulan Uzak Doğu ülkelerinin ürünlerini tercih etmiyoruz. Çünkü buradaki ürünler kadar kaliteli değiller" diye konuştu.

"RUSYA'NIN ÜRÜNLERİMİZE İHTİYACI VAR"

Rus alıcıların yoğun ilgisiyle ilgili değerlendirmelerde bulunan BEKSİAD Başkanı Halil Atalay, Junioshow Fuarı'nın Bursalı firmaların dünyaya açılmasında önemli bir köprü olduğunu kaydederek, "Rusya, Bursa için kıymetli ve önemli bir pazar. Sektörümüz 15 yıldan beri Rusya ile büyüdü. Bu kolay kolay da bitecek gibi görünmüyor. Devletler arasında birtakım sıkıntılar olabilir ama ticarette sıkıntı olmaz. Bizim Rusya ile bir altyapımız var. Rusya'daki alıcıların bizim ürünlerimize ihtiyacı var. Ticari ilişkilerimiz bir miktar düşmüş olsa da en kısa sürede yine yükselişe geçecektir diye düşünüyorum" dedi.

spring summer
pafim®
BOYS & GIRLS
www.pafim.com
www.pafimonline.com
Toptan Şube 1
Duaçınarı Mh. Vişne Cd. No:205 Yıldırım/BURSA
Tel: +90 224 364 00 27 Fax: +90 224 364 00 28
skype: pafim.tekstil skype:pafim.tekstil2
Toptan Şube 2
Daya Hatun Mah. Tarakçılar Cd. No:40 Mahmutpaşa-Fatih/İSTANBUL
Tel: +90 212 512 89 88 Fax: +90 212 512 25 50
pafim@pafim.com pafimteks@pafimteks.com
edasel

JUNİOSHOW BEKLENTİLERİ AŞTI

Bursa'da 2016 yılının ilk fuarı olan Junioshow beklentilerin üzerine çıkarken Orta Doğu, Balkanlar ve Rusya'dan gelen alım heyetleriyle bebe çocuk konfeksiyonu sektöründe faaliyet gösteren iş adamlarının yüzünü güldürdü.

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası, Bebe Çocuk Konfeksiyonu Sektörü Sanayici ve İşadamları Derneği (BEKSİAD) ve TÜYAP Bursa Fuarcılık AŞ işbirliğinde düzenlenen Bursa Bebe, Çocuk Hazır Giyim & Çocuk İhtiyaçları Fuarı (Junioshow), Bursa'daki bebe çocuk konfeksiyonu sektörünün büyüklüğünü gözler önüne serdi. Nitelikli ziyaretçi sayısıyla da katılımcılarını memnun eden fuar, bebe çocuk giyim sektöründe faaliyet gösteren işadamlarının yüzünü güldürdü.

Junioshow'da Orta Doğu, Balkanlar, Uzak Doğu, Doğu Avrupa ve Afrika ülkelerinden gelen alım heyetleriyle birçok ikili iş görüşmelerine imza atılırken, katılımcı firmalar gelecek yıllarda fuarın Bursa'da bir marka olacağına inandıkları görüşünü dile getirdiler.

"FUARIMIZ MARKA OLACAK"

İlk kez düzenlenmesine rağmen Junioshow'a beklentilerin üzerinde bir ziyaretçi akını olduğunu belirten BEKSİAD Başkanı Halil Atalay, "Fuarımız gelecek yıllarda Bursa'nın markalarından biri olacaktır. Yılın ilk ve 6'ncı aylarında fuarımızı sürdürmek için hem fikiriz" dedi.

Amaçlarının bu fuarla birlikte sektörün Bursa'daki büyüklüğünü yurtdışına da tanıtmak olduğunu söyleyen Atalay, "Dünyanın çeşitli coğrafyalarından misafirlerimizin oluşu bizi memnun etti. Öte yandan her ne kadar şu an siyasi bir

kriz yaşansa da Rusya bizim için önemli bir pazar. Krizin sektörümüze olan etkisini de zaman gösterecek. Ancak kaliteli ürünler üreten Bursalı firmalar olarak bizler umutluyuz" diye konuştu.

"RUSYA'YLA YAŞANAN KRİZ SEKTÖRÜMÜZE YANSIMADI"

Yuvam Bebe sahibi Asım Yedikardeş: Bu organizasyon dolayısıyla BEKSİAD'a teşekkür ediyoruz. Fuara olan ilgi ve alakadan çok memnun kaldık. İlerleyen zamanlarda daha da iyi olacaktır. Rusya, Mısır, Suudi Arabistan gibi ülkelerden gelen ziyaretçilerin ilgileri çok yoğun oldu. Rusya'yla yaşanan siyasi krizin sektörümüze yansımadığını rahatlıkla da gözlemledik.

"GELECEK YILLARDA DAHA İYİ OLACAK"

Minnoş Bebe Genel Müdür Yardımcısı Harun Çavuş: Beklenenden daha yoğun bir ilgi oldu. Firma olarak fuar düzenlendikçe burada stant açmak istiyoruz. Fuar ortamını gören ziyaretçiler sayesinde bu organizasyon gelecek yıllarda daha da önemli noktalara gelecektir.

"ZİYARETÇİ SAYISINDAN MEMNUNUZ"

Zuh Bebe sahibi Mustafa Kartal: Ziyaretçi yoğunluğundan çok memnun kaldık. Fuarın sık aralarla tekrarlanmasını istiyoruz. Yabancı ziyaretçiler bizi özellikle mutlu etti. İran, Cezayir, Rusya ve Orta Doğu ülkelerinin ilgisi yoğundu. Rusya'yla yaşanan siyasi krizin sektörümüze etkilerinin fazla olmadığını gördük.

"BEKLENTİMİZİ KARŞILADI"

Sönmez Bebe sahibi Ömer Dikili: Junioshow beklentimizi büyük bir oranda karşıladı. İleride daha da iyi olacağına inanıyoruz. Yabancıların ilgisi çok iyiydi. Rusya'da yıllardır Türk malları kullanılıyor. Rus vatandaşlarıyla sıkıntımız olmadığı için yaşanan krizin sektörümüzü çok fazla etkilemediğini gördük.

"RUS MÜŞTERİLERİMİZ FUARDAN MEMNUN"

Kargo 63 sahibi Eyüp Balyeyen: Fuar beklediğimizden iyi geçti. Gelecek yıllarda Türkiye'nin en önemli fuarlarından biri olacaktır. Kargo 63 olarak Bursa'ya getirdiğimiz müşteriler, fuardan çok memnun olarak ayrıldılar. Bir sonraki fuara daha fazla insan gelecektir. Bursalı üreticiler bu kalitelerini devam ettirdikçe, özellikle Rusya ile yaşanan siyasi kriz bebe çocuk konfeksiyon sektörünü teğet geçecektir.

BURKAY'A JUNİOSHOW TEŞEKKÜRÜ

BEKSİAD Başkanı Halil Atalay, BTSO Başkanı İbrahim Burkay'ı ziyaret ederek Junishow Fuarı'na katkılarından dolayı teşekkür etti.

Bebe Çocuk Konfeksiyonu Sektörü Sanayici ve İşadamları Derneği (BEKSİAD) Başkanı Halil Atalay, Yönetim Kurulu ve dernek üyeleri ile birlikte Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO) Başkanı İbrahim Burkay'ı makamında ziyaret etti. Bursa'ya 5 yıllık bir aranın ardından kazandırılan Junioshow Fuarı için BTSO'ya teşekkür eden Atalay, "Başkanımız Sayın İbrahim Burkay'ın vizyonu ve liderliğiyle beklentilerimizin üzerinde bir fuar gerçekleştirdik" dedi.

Fuarda 150'ye yakın firmanın stant açtığını açıklayan Atalay, "Tüm firmalarımız fuardan büyük bir memnuniyetle ayrıldı. Bu fuarın gerçekleştirilmesine önderlik yapan BTSO'ya ve vizyonunu ortaya koyan Sayın Başkanımız İbrahim Burkay'a teşekkürlerimizi sunuyorum. Beklentilerimizin üzerinde bir fuar gerçekleştirdik. Birliğimize ve beraberliğimize katkı koyan tüm firmalarımıza da ayrıca teşekkür ediyorum" diye konuştu.

"SEKTÖRÜMÜZÜN GÜCÜNÜ SERGİLEDİK"

BTSO Başkanı Burkay da, üretimin ve ihracatın merkezi konumundaki Bursa'yı fuarcılığın da merkezi haline getirmek istediklerini söyledi. Kentin tüm dinamikleriyle birlikte bu vizyona katkı koyduğunu belirten Burkay, "Sektör temsilcilerimizin de sahip çıkmasıyla Bursa'ya çok önemli bir fuar kazandırdık. Fuar ile ürünlerini 3 kıtaya ihraç eden firmalarımızın neleri başarabileceğini bir kez daha göstermiş olduk. İnşallah önümüzdeki yıllarda fuarımızın gücünü artıracağız. Katılımcı firmalarımız, BEKSİAD'ın kıymetli Başkanı ve değerli yöneticilerine işbirlikleri ve katkıları için şükranlarımı sunuyorum" diye konuştu.

"Sektör temsilcilerimizin de sahip çıkmasıyla Bursa'ya çok önemli bir fuar kazandırdık."

ŞEHRİSTAN TEKSTİL

KONF. İTH. İHR. SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.

ÖNCE KALİTE

Sökücüler
TEKSTİL TİCARET VE SANAYİ A.Ş.

İPTAŞ TEKSTİL
Sanayi ve Ticarest A.Ş.

Welsoft - Polar - Raşel Havlu - Dokuma Havlu

Duaçınarı Mah. Vişne Cad.
No: 199 Yıldırım / BURSA
Tel : 0224 362 93 93 Fax : 0224 362 22 13
E-mail: eyyupsokucu@gmail.com

"SEKTÖR YURTDIŞINDA BÜYÜYECEK"

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Başkan Yardımcısı İsmail Kuş, BEKSİAD ile birlikte bebe ve çocuk giyim sektörünü daha güçlü ve tüm dünyaya mal satan bir konuma taşımak istediklerini söyledi.

BTSO ve BEKSİAD, bebe-çocuk giyim sektörünün Bursa'daki üretim gücünü, yurtdışına çevirerek sektörün uluslararası pazarlardaki gelişimine katkı sağlamak amacıyla son dönemde ciddi işbirliğine gitti. Kümelenme çalışmalarıyla başlayan ve yıllar sonra Bursa'da tekrar düzenlenen fuarla birlikte (Junioshow) doruk noktasına ulaşan bu işbirliğinin en önemli aktörlerinden olan Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO) Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İsmail Kuş, bebe-çocuk konfeksiyonunun artık Bursa'nın bir parçası haline geldiğini belirterek, "Bu sektördeki en büyük eksiklerimizden biri sadece belirli ülkelere odaklanma. Bu uzun yıllar Rusya bölgesi olmuş, şimdi Arap coğrafyası olarak kendini gösteriyor. Mutlaka bu piyasayı çeşitlendirmemiz lazım" dedi.

URGE projesi ve Junishow Fuarı ile birlikte sektörde ciddi bir sıçrama yaşandığını kaydeden İsmail Kuş, "Sektör bu çalışmalarda çok istekli ki şimdi 38 firmanın katılımıyla ikinci URGE projesini de yapıyoruz. Öte yandan mayıs ayında Güney Afrika ziyaretimiz oldu. Yine yıl içerisinde Amerika Las Vegas ve Köln fuarlarına katılarak, sektörün yurtdışındaki performansını yükseltmek istiyoruz" diye konuştu. İsmail Kuş, BTSO ve BEKSİAD işbirliğini, bebe-çocuk giyim sektöründe hayata geçirmeyi istedikleri dönüşümü ve bu yönde yapılacakları şöyle anlattı:

Bebek ve çocuk giyim sektörünün bugün ulaştığı konumu değerlendirir misiniz?

Bebe-çocuk giyim sektörü Bursa'nın artık bir parçası. Nasıl ki yıllardır otomotiv ve tekstil sektörlerinden söz ederiz, artık bebe ve çocuk giyim sektörü de Bursa'da oturdu. Tabii sektörün pazar payını yükseltmek ve uluslararası arenada tanınırlığını artırmak için bizde BTSO olarak BEKSİAD ile ortak çalışmalar yürütüyoruz. UR-GE faaliyetleri, fuarlar, yurtdışı gezileri, alım heyetlerinin getirilmesi ve sektörü tanıtıcı çalışmalar bunlara örnek gösterilebilir.

Sektörün ortalama büyüme rakamları, firma sayısı ve istihdama katkısı hakkında bilgiler verir misiniz?

Bu sektör, İstanbul Laleli pazarıyla birlikte büyüdü. Ancak ticaretini İstanbul'daki bölge üzerinden gerçekleştiren sektörlerin gücünü ölçmek çok kolay olmuyor. Özellikle Rusya başta olmak üzere Doğu Bloku ülkeleriyle yapılan ticaretin detayı ve kaydı elimizde tam manasıyla mevcut değil. Fakat potansiyel olarak baktığımıza ciddi bir istihdam var. Bu gücü daha detaylı ölçebilmek için sektörün pazar payını genişletmesi ve farklı bölgelere erişmesi gerekiyor. Kısacası Rusya'nın bağımlılığından kurtarıp dünyaya açılmasını sağlamak lazım. Bu gerçekleştiği takdirde sektörün potansiyelinin daha fazla ortaya çıkacağına inanıyorum.

Son dönemde BTSO ve BEKSİAD arasındaki işbirliği ile sektör önemli bir ivme kazandı. Bu işbirliği hakkında neler düşünüyorsunuz?

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası olarak bugüne kadar yapılanların dışında bu dönem farklı bir strateji izliyoruz. Sektörün öncü dernekleriyle bir araya gelerek onlarla diyaloglarımızı kuvvetlendirdik. Ve dernekler vasıtasıyla o sektörlerimizin temsilcileriyle buluştuk. Biliyorsunuz BTSO olarak "Bursa büyürse Türkiye büyür" sloganıyla yola çıkmıştık, amacımız da tüm sektörlere Ticaret ve Sanayi Odamızın imkânlarını en iyi şekilde hissettirmek. Sektörlerimizin bizden yana taleplerini yerine getirmek için bu derneklerin çok büyük önemi olduğuna inanıyorum. Bu dernekler aracılığıyla üyelerimize yönelik faaliyetler gerçekleştirdiğimizde ve bizim gayretlerimizin üstüne derneklerin de çabaları eklenince hedefe ulaşmak daha kolay oluyor.

DESTEK OLUNCA BAŞARI GELİYOR

Kümelenme çalışmalarının kazanımları ve rekabette firmalara sağladığı avantajlar nelerdir?

Bursa'daki en büyük sıkıntımız ve yıllardır en fazla şikâyet ettiğimiz konulardan biri, merkezi hükümetlerden çok fazla destek alınamamasıydı. Biz de bu konuda neler yapabiliriz diyerek, Ekonomi Bakanlığı'nın UR-GE projelerine ayırdığı ciddi desteklerden sektörlerimizi faydalandırabileceğimizi düşündük. Tam bu süreçte de BEKSİAD bu yönde bir düşüncesinin olduğunu bize iletmişti. BTSO olarak şu anda 10 UR-GE projesi yürütüyoruz ve bebe-çocuk konfeksiyonu da bunların ilklerinden. Yaklaşık bir yıl önce çalışmalarına başlandı. Onların isteği, bizim de desteğimizle zaten başarı kendiliğinden geliyor. Bebe-çocuk giyim sektöründeki en büyük eksiklerimizden biri sadece belirli ülkelere odaklanma. Bu uzun yıllar Rusya ve bölgesi olmuş, şimdi Arap coğrafyası olarak kendini gösteriyor. Mutlaka bu piyasayı çeşitlendirmemiz lazım. URGE projelerinin amacı da zaten bu. Alternatif ülkeler seçilerek, sektörleri o ülkelerde ticaret yapmaya zorluyor. Ve bunun için de ciddi destekler veriyor. Ekonomi Bakanlığı'nın yanında Ticaret ve Sanayi Odası olarak biz de bu projelere destek sağlıyoruz. Ancak projenin başarılı olabilmesi için ilgili sektörün de istekli olması önemli. Bebe-çocuk giyim sektörü bu konuda çok istekli ki şimdi ikinci URGE projesini de yapıyoruz.

AMERİKA'YA TEKRAR GİDECEĞİZ

Bu yıl içerisinde Amerika Las Vegas'taki bebe-çocuk giyim fuarına katılım düşünüyoruz. Orada bir stant açılması ve firmaların kendilerini tanıtması planlanıyor. Aynı şekilde Almanya Köln'deki fuara da katılım hedefleniyor.

Yakın zamanda başta ne tür girişimler planlanmaktadır?

Amerika Las Vegas'taki bebe-çocuk giyim fuarına katılım düşünüyoruz. Orada bir stant açılması ve firmaların kendilerini tanıtması planlanıyor. Yine İran ve Almanya Köln'deki fuarlara katılım hedefleniyor. Bu çalışmaların arkası da gelecek. Sektör temsilcilerimizle istişare edip, hedef ülkeleri belirleyip, firmalarımızı bu ülkelere götüreceğiz. Ülkemizi tanıtarak, firmalarımızı gidilen ülkelerdeki sektör mensuplarıyla buluşturmaya devam edeceğiz.

2. URGE PROJESİ'NE İLGİ BÜYÜK

Sektörde ikinci URGE projesinin de başlatılmaya yakın olduğunu söylediniz. Süreç ne aşamada?

Şu an itibarıyla 38 firma ikinci URGE projesinde yer almak için başvurusunu yaptı ve Ekonomi Bakanlığı'na başvuru gerçekleşti. Bir veya iki ay içerisinde de bu başvurunun onaylanıp, hemen akabinde ihtiyaç analizinin yapılarak faaliyetlerin başlamasını öngörüyoruz. Ben bu konuya uyuyan devi uyandırdık diye düşünüyorum. Artık herkes URGE yapmak gibi bir gayret ve uğraş içerisinde. Zaten böylesine güzel imkanlar varsa, doğru olan da firmaların bunlardan faydalanmasıdır. Çünkü az değil, Ekonomi Bakanlığı tüm faaliyetlerin yüzde 75'ini destekliyor. Bebe-çocuk giyim sektörünün URGE projesinin de örnek URGE'lerden birisi olacağını düşünüyorum. 31 Mayıs tarihinde yurtdışından bir alım heyeti kümelenme çalışmaları kapsamında Bursa'ya gelerek firmalarımızla ikili iş görüşmeleri gerçekleştirecek. Bunlar güzel ve örnek teşkil eden faaliyetler. Yakın zamanda Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımızın bir URGE programı vardı ve ben orada bebe-çocuk kümelenmesini örnek UR-GE'lerden bir tanesi olarak anlattım. İnşallah devamı gelir.

Junioshow Fuarı sektöre önemli bir hareketlilik getirdi. Fuar hakkındaki değerlendirmelerinizi alabilir miyiz?

Fuar daha önce 5 yıl boyunca düzenlenmiş ama yeterli başarı sağlanamadığından sonlandırılmış. Şüphesiz bu gerçeğin üzerine Bursa'da tekrar bir fuar düzenlemek kolay bir olay değil. İnsanlar ürkerek ve biraz da zorlamayla fuara katıldılar ki aynı tarihlerde İstanbul'da da yapılan bir fuar olmasına rağmen. Ama Bursa'da düzenlenen fuar çok başarılı oldu ve ciddi bir ses getirdi. Biz dahi bu kadar güzel sonuçlar alınacağını tahmin etmiyorduk. Özellikle sektör temsilcisi arkadaşlarımızın çok gayretleri oldu. Biz de onlara Ticaret ve Sanayi olarak destek olduk, tabii TÜYAP'ın da ciddi emekleri vardı. Ben bu organizasyonu sadece bir fuar olarak görmüyorum, o haftayı defilesi ve tasarım yarışmasıyla Bursa çocuk giyim moda haftası gibi yaşa dık. İnşallah fuar daha da büyüyerek ve renklenerek gelişecek.

2017 ile birlikte ise ocak ve temmuz aylarında olmak üzere yılda iki fuar düzenlenmesi planlanıyor. Ben bu saatten sonra fuarla ilgili çok fazla tereddüt ve olumsuz durumlar yaşanacağına da pek ihtimal vermiyorum. Çünkü bizim de tahminimizin üzerinde hareketli ve başarılı bir fuar oldu. Yaklaşık 44 ülkeden alım heyeti geldi. İlk fuar olmasına rağmen bu kadar çok alıcının gelmesi büyük iş. Bu da Bursa'nın bebe ve çocuk giyiminde ne kadar önemli ve artık tanınan bir şehir olduğunun göstergesi.

TAŞ YERİNDE AĞIRDIR

İlerleyen yıllarda sektördeki fuarın merkezinin Bursa olması mümkün mü?

Amacımız bu. "Taş yerinde ağırdır" diye bir söz vardır. Eğer üretimi yapıyorsanız, fuar merkezinin ve pazarlama ağının da burada olması gerekiyor. Zaten insanların doğasında malın kaynağına inmek gibi bir eğilim vardır. Kaynak burada ve biz de insanları bu kaynağı görmeye davet ediyoruz, üstelik gelmelerine de yardımcı oluyoruz. Başarılı olmamak için hiçbir neden yok. Oda olarak üzerimize düşen ne varsa yapmaya hazırız.

BTSO ve BEKSİAD arasında başka ne tür işbirlikleri, sektöre fayda sağlayacak ortak projeler geliştirilebilir?

Bu sektörün en büyük sıkıntısı pazarlama. Üretimi yapıyoruz ama iş pazarlamaya gelince çok başarılı olduğumuz söylenemez. Bence en büyük hedef pazarlama ağını genişletmek olmalı ve bunun için çok fazla çalışmak zorundayız. Malı üretmekten ziyade pazarlamak daha önemli. Çünkü pazarlayamadığınız ürünün hiçbir değeri ve hükmü yok. Birinci önceliğimiz pazarlama, ikincisi de o ürünü tasarlayacak çalışanları yetiştirmek olmalı, yani eğitim. Bu konuda Uludağ Üniversitemizle bir görüşmemiz oldu ve inşallah önümüzdeki yıl üniversitemizde bu konuyla ilgili bir moda tasarım bölümü açılacak.

MALINIZI TANITAMAZSANIZ MARKA OLAMAZSINIZ!

Bu kadar çok üreticinin bulunduğu Bursa'dan ulusal çapta bir markanın çıkarılamamış olması, sektörün önemli eksikliklerinden biri olarak dile getiriliyor. Sizce Bursa neden bunu başaramıyor?

Marka olmak için önce uluslararası arenada boy göstermeniz gerekiyor. Hiçbir şey yapmasanız bile fuarlara ve etkinliklere katılmak, firmanızın imajını ve marka değerini yükseltir. Kısacası çaba göstermeniz şart. Bu yüzden firmaların belirli yerlerde ve fuarlarda muhakkak yer almaları gerekiyor. Çok güzel ve kaliteli ürünler yapabilirsiniz ama malınızı sergileyemez ve tanıtamazsanız marka da olamazsınız. Bebe ve çocuk giyimi Bursa'da üretime dayalı bir sektör. Bugün baktığımızda büyük markaların üretimden çıktığını görüyoruz. Çünkü markalaşmanın gerekliliği onu gerektiriyor. Daha çok tasarım noktasında öne çıkıyorlar. Bizim için Bursa'da önemli olan ise firmalarımızın kendi markalarını yaratmaları. Kendi markasıyla üretim yaparak, kendi markalarıyla bu ürünleri dünyaya pazarlamaları. Dünyadaki son trend de zaten bu. Umuyorum ki üretimden sonra Bursalı şirketlerimiz markalarıyla beraber dünya piyasalarında yer alırlar.

Fuar daha önce 5 yıl boyunca düzenlenmiş ama yeterli başarı sağlanamadığından sonlandırılmış. Şüphesiz bu gerçeğin üzerine Bursa'da tekrar bir fuar düzenlemek kolay değildi. Ama çok başarılı olundu.

Rusya pazarının küçülmesi ve Orta Doğu'daki karşılıklar sektörü olumsuz etkiledi. Bu tablo karşısında sektör yeni pazarları gündemine aldı. Bu konuda neler söylersiniz?

Çocuğun olduğu her yer potansiyel pazardır bu sektör için. Bu şekilde olaya bakmamız lazım. Bugün Afrika özelinde konuşacak olursak, "orası fakir burada satış olmaz" dediğiniz ülkelerde dünya markaları mağazalar açıyor. Demek ki bir şeyler yapılabiliyor. Kısa zaman önce Fas'taydık. Fas bir Afrika ülkesi ama müthiş bir potansiyeli var. Fas'ı hedefleyebilirsiniz, bu Cezayir, Tunus, Senegal de olabilir. Önemli olan o ülkeleri araştırıp, pazarlara nüfuz etmek. Bugün Afrika gibi Güney Amerika ülkelerini de buna dahil edebiliriz. Şu anda bizim rakibimiz olarak gördüğümüz Çin, Hindistan, Tayvan gibi Uzak Doğu ülkelerine dahi mal satabiliriz. Pazar payını geliştirmek, çeşitlendirmek için her şeyden önce biraz gayret gerekiyor.

Geçtiğimiz yıl gerçekleşen Amerika ziyareti hakkında neler söylersiniz? Sizce bu ülkeyle ticaret potansiyeli var mı?

Bugüne kadar gözümüzde büyüttüğümüz Amerika'ya da ürün satılabileceği gerçeğini sektör temsilcilerimiz bu ziyarette net olarak gördü. Fakat oradaki alıcılara ulaşmak kolay değil. Ulaştığınız zaman ise yapacağınız işin sınırı neredeyse yok. Bu arada Amerika'dan davet ettiğimiz bir firmayı Junioshow Fuarı'nda misafir ettik. Ve sanıyorum bir, iki firmamızın bu pazarla ilgili çalışmaları var. Amerika pazarını gösterdik, yeni hedef ise 10'uncu aydaki Las Vegas fuarında da stant açmak. O fuarda biraz daha Bursa'nın potansiyelini, firmalarımızı ve ürünlerimizi gösterme fırsatı yakalayacağız. Şüphesiz ki Amerika büyük ve ihmal edilmemesi gereken bir pazar. Biz de şartları elimizden geldiğince zorlayacağız. Ticaret ve Sanayi Odası olarak hem bebe-çocuk giyiminde hem de diğer sektörlerde Amerika pazarını çok önemsiyoruz.

Diğer görüşleriniz ve eklemek istedikleriniz…

Şu an en iyi çalıştığımız sektörlerden bir tanesi bebe ve çocuk giyimi. BEKSİAD ve sektör temsilcilerine bu gayretli çalışmalarından ötürü teşekkür ediyorum ve de onları kutluyorum. Biz de Oda olarak burada olduğumuz sürece elimizden gelen desteği ve gayretleri gücümüzün yettiği kadar yapmaya devam edeceğiz.

popolin®
Kids Collection
popolin®
Kids Collection
MADE IN TURKEY
popolinkids
Popolin Kids
popolinkids16@gmail.com
Yunusemre Mahallesi 7. Nur Sokak No:22/A Yıldırım / BURSA / TÜRKİYE
Tel.:+90 224 364 44 20

İlhan ERSÖZLÜ
TÜYAP Bursa Fuarcılık AŞ Genel Müdürü

JUNİOSHOW, 44 ÜLKEDEN 24 BİN ZİYARETÇİ AĞIRLADI

Kuruluşumuz Tüyap Bursa Fuarcılık Anonim Şirketi tarafından, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası ve Bebe Çocuk Konfeksiyon Sektörü Sanayici ve İşadamları Derneği (BEKSİAD) işbirliğinde, T.C. Ekonomi Bakanlığı, Bursa Büyükşehir Belediyesi'nin destekleri alınarak hazırlanan ve 2016 yılının ilk fuarı olan JUNIOSHOW Bursa Bebe ve Çocuk Hazır Giyim ve Çocuk İhtiyaçları Fuarı, 5 yıl aradan sonra tekrar sektöre kazandırıldı. 150'in üzerinde üretici ve ihracatçı katılımcının binlerce modelini aynı mimari proje ile hazırlanan dekor stantlarda, 4 salondan oluşan 20 bin metrekarelik platformda sergilediği fuar, beş gün boyunca 44 ülkeden 23 bin 948 kişi tarafından ziyaret edilerek sektör ticaretine büyük hareket sağladı. Bursa'nın ürünlerinin kalitesini, çeşitlerini ve marka değerini ortaya koyan, hazırgiyim sektörü modasının en son trendlerini sergileyen Junioshow, katılımcı firmalar ile alıcıların buluşturulmasıyla oluşan sinerji; iş bağlantılarının kurulmasına, siparişlerin verilmesine, iç piyasa satışlarının büyütülmesine ve dış piyasada bağlantıların güçlendirilerek sektörün ihracat gelirlerini artırmasına olanak sağladı.

Yabancı Alım Heyetleri Katılımcı Firmalar İle Buluştu

Junioshow Fuarı'nda; Tüyap yurtdışı ofisleri, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası ve T.C. Ekonomi Bakanlığı koordinasyonu ile ABD, Almanya, Azerbaycan, Bangladeş, Birleşik Arap Emirlikleri, Bosna Hersek, Bulgaristan, Cezayir, Çek Cumhuriyeti, Çin, Fas, Filistin, Gürcistan, Hollanda, Irak, İran, İrlanda, İsrail, İtalya, Katar, Kazakistan, Kırgızistan, Kosova, Kuveyt, Libya, Lübnan, Macaristan, Makedonya, Mısır, Rusya, Sudan, Suudi Arabistan, Suriye, Tunus, Türkmenistan, Ukrayna, Ürdün, Yemen ve Yunanistan'dan davetli gelen işadamları, yoğun iş bağlantıları kurdu. Ayrıca Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'nın, Ekonomi Bakanlığı desteğindeki URGE projesi kapsamında ABD, Azerbaycan, Cezayir, Gana, Hollanda, Irak, İngiltere, İran, Lübnan, Kanada, Kazakistan, Kırgızistan, Mısır, Moldova, Rusya ve Ukrayna'dan gelen 148 profesyonel işadamından oluşan alım heyeti de fuarda katılımcı firmalar ile buluştu.

Düzenlenen bu organizasyonlar sonucunda yurtiçi ile yurtdışı sektörünün buluşmasından ortaya çıkan sinerji ile Bursa'da yıldızı parlayan bebe çocuk giyiminin, uluslararası platforma taşınmasına olanak sağlandı.

Başarı ile gerçekleşen 2016 fuarından hemen sonra 2017 fuarları için de hazırlıklara başlandı. JUNIOSHOW Bursa Bebe ve Çocuk Hazır Giyim ve Çocuk İhtiyaçları Fuarı, önümüzdeki yıl 10-14 Ocak 2017 ve 5-8 Temmuz 2017 tarihleri arasında iki farklı dönemde düzenlenecek. 0-12 yaş arası bebe ve çocuk hazırgiyim sektöründe ilkbahar-yaz ve sonbahar-kış konsepti ile sektörün en iyilerini yılda 2 kez buluşturacak fuarlar; toptancılar, perakendeciler, zincir mağazaların satın alma yöneticileri, mağaza/market sahipleri, ihracat yapan dış ticaret firmalarının yöneticileri, bayilik almak isteyen girişimciler ve profesyonel yurtdışı ziyaretçilerinden oluşan hedef kitleyi ağırlayacaktır.

Modaya Yön Veren Fuar 2017 Yılında Yine Dopdolu

2016 Ocak döneminde sektörün en iyilerini bir araya getiren bir platform olma özelliği taşıyan Junioshow; 2017 yılında da dünyaca ünlü trend uzmanlarının tasarladığı trend alanları, önemli tasarımcılarla yapılan trend sohbetleri ve Junio Defile ile katılımcı ve ziyaretçilere farklı bir fuar deneyimi yaşatmaya devam edecek.

Trend Alanı

Tüm katılımcı firmaların inovatif ve tasarım odaklı en son trendlere uygun ürünlerinden seçilerek düzenlenen Trend Alanı, dünyaca ünlü trend uzmanları tarafından oluşturuluyor. Trend uzmanları, katılımcı firmalara sektördeki trendleri aktararak, firmaların bu trendlere uygun koleksiyonlar hazırlamalarında yol gösteriyor. Hangi renk kodlarının, dokuların, tekstürlerin trend olacağının ipuçları, 2017 yılında da Junioshow ile sektöre sunulmaya devam edecek. Trend Alanı Yarışması'na katılan firmaların ürünleri arasından, ünlü trend uzmanları tarafından incelenerek belirlenen ürünlerin sergilendiği "Trend Alanı", fuarın yine vitrini olacak

Trend Sohbetleri

Junioshow, 2017 yılında da dünyaca ünlü tasarımcılar ve trendsletterları katılımcılar ve ziyaretçilerle buluşturacak. Sektörün yöneldiği trendlerin tespit edildiği, tasarım ve ürünlerin geleceğinin tartışıldığı, inovatif ürün ve fikirlerin sunulduğu söyleşiler, önümüzdeki dönemde de oldukça dikkat çekecek.

Junio Defile

Ocak ayında Junio Defile ile fuar katılımcısı firmaların yeni koleksiyonları, küçük mankenler tarafından ziyaretçilere sunuldu. Renkli bir atmosferde geçen defile, yurtiçi ziyaretçiler kadar yurtdışından gelen misafirler tarafından da beğeniyle izlendi. 2017 yılında da dünyaca ünlü trend uzmanları tarafından hazırlanacak olan Junio Defile, 2017-2018 trendlerini gözler önüne serecek.

Buradan bir kez daha fuarımıza gösterdikleri ilgiden dolayı tüm katılımcılarımıza, ziyaretçilerimize ve basınımıza teşekkür eder, bir sonraki fuarda bir arada olmayı dileriz.

Kazımkarabekir Mah. 2. Koç Sk. No:24 Yıldırım - BURSA

0 532 272 67 66 pakelbebe@hotmail.com www.pakelbebe.com

SEKTÖRÜN YENİ ROTASI: GÜNEY AFRİKA

BTSO tarafından yürütülen URGE projesi kapsamında Bursalı bebe ve çocuk konfeksiyonu sektörü temsilcileri, Afrika kıtasının en büyük ekonomisine sahip Güney Afrika Cumhuriyeti'ni mercek altına alarak, Bursa markasını pazarlama imkânı yakaladı.

BTSO, Bursalı firmaların ihracatlarını artırarak, yeni pazarlara açılmasına liderlik etmeye devam ediyor. Türkiye'de bebe ve çocuk konfeksiyonu üretimin yüzde 80'e yakınını tek başına karşılayan Bursalı firmalar, UR-GE projesi kapsamında dünya pazarlarını yakından inceliyor. Ekonomi Bakanlığı'nın da destekleriyle UR-GE projesi kapsamında ilk olarak Ekim 2015'te ABD'de Children's Club Fuarı'nı inceleyen sektör temsilcilerinin yeni hedef pazarı ise dünya ekonomisinin yükselen yıldız ülkelerinden Güney Afrika Cumhuriyeti oldu.

HEDEF PAZAR: GÜNEY AFRİKA

"Bebe ve Çocuk Konfeksiyonu Sektörü'nün Bursa'dan Dünyaya Açılımı" konulu UR-GE projesine üye firmalar, projenin ihtiyaç analizinde belirlenen hedef ülkelerde yer alan Güney Afrika Cumhuriyeti'ni mercek altına aldı. Programa, BTSO Yönetim Kurulu Başkan Vekili İsmail Kuş, BTSO Yönetim Kurulu Üyesi Hasan Gürses, BTSO Meclis Başkan Vekili Mesut Okyay, BEKSİAD Başkanı Halil Atalay, MÜSİAD Bursa Şube Başkanı Mustafa Gürses ve beraberindeki 45 kişilik bir heyet katıldı.

B2B GÖRÜŞMELERİ İLE PAZARI YAKINDAN TANIDILAR

Heyet ilk olarak, Cape Town'da bebek ve çocuk giyim mağazalarını ziyaret ederek, Güney Afrika pazarında en çok tercih edilen ürünleri yakından inceledi. Güney Afrika programı kapsamında Bursalı firmalar ayrıca, Cape Town Ticaret ve Sanayi Odası ve Türkiye Pretoria Ticaret Müşavirliği işbirliğinde ikili görüşmeleri gerçekleştirdi. Güney Afrika'da en etkin zincir mağazaların satın alma yetkililerinin de katıldığı görüşmeler ile iki ülke iş

dünyası temsilcileri işbirliği platformlarını kurma imkânı yakaladılar. Sektör mensupları program çerçevesinde, Johannesburg şehrinde düzenlenen Mama Magic Bebek Giyim ve Bebek İhtiyaçları Fuarı'na da katıldı. UR-GE projesinin ortak markası olan 'Juniokids' ismi ile açılan stantta Bursa'daki bebek ve çocuk giyim üretiminin ve firmaların tanıtımı yapıldı. Heyet, Türkiye Pretoria Ticaret Ataşesi Hakan Karabalık'ın da katılımıyla Johannesburg Ticaret ve Sanayi Odası'nı da ziyaret etti.

GÜNEY AFRİKA'DAKİ BURSALI YATIRIMCIYA ZİYARET

Tülteks firmasının sahibi Bursalı başarılı işadamı Adnan Erciyas'ın Johannesburg'daki firmasını ziyaret eden BTSO heyeti, firmanın çalışmaları hakkında bilgiler aldı. Bursa iş dünyası temsilcileri, gala programında da Türkiye Cumhuriyeti Güney Afrika Büyükelçisi Kaan Esener ve Türkiye Güney Afrika Ticaret Ataşesi Hakan Karabalık ile bir araya geldi.

"GÜNEY AFRİKA FIRSATLAR SUNUYOR"

BTSO Yönetim Kurulu Başkan Vekili İsmail Kuş, Bursa bebe ve çocuk giyim sektörünün dünya standartlarının üzerinde üretim kalitesine sahip olduğunu söyledi. Güney Afrika programında Bursalı firmaların önemli alıcılarla iş bağlantıları kurma imkânı yakaladığını belirten İsmail Kuş, "BTSO olarak firmalarımızın önünü açmaya ve dünyaya açılmasını sağlamaya devam ediyoruz. Güney Afrika programı ile üyelerimiz, bu pazarı yakından tanıma ve ürünlerini pazarlama fırsatı yakaladı. İkili iş görüşmelerinde de ciddi alım heyetleriyle buluşuldu. Bu programın Bursamıza yeni fırsatlar sunacağına inanıyor, katılan tüm firmalara teşekkür ediyorum" dedi.

BTSO Yönetim Kurulu Üyesi Hasan Gürses de, BTSO liderliğinde yürütülen UR-GE projeleri ile firmaların ihracat potansiyelini artırarak, yurtdışı pazarlara açıldıklarını kaydederek, "BTSO olarak sektörlerimizin ihracatını güçlendirmeye yönelik çalışmalarımıza devam edeceğiz" diye konuştu.

BURSA'NIN KALİTESİNE HAYRAN KALDILAR

BTSO öncülüğünde gerçekleştirilen UR-GE projesinin sektör temsilcilerine yeni ufuklar kazandırdığını ifade eden BEKSİAD Başkanı Halil Atalay ise, "Güney Afrika programında Bursamızın üretim kalitesini gösterme imkânı yakaladık. Güney Afrikalı firmalar da Bursa'nın ürünlerine hayran kaldı. Firmalarımız yüzde 100 memnun ayrılarak Bursa'ya döndü. Ağırlıklı olarak Çin ve Hindistan menşeili ürünlerinin hakim olduğu bu pazarda Bursamızın söz sahibi olmasını istiyoruz" dedi.

Johannesburg şehrinde düzenlenen Mama Magic Bebek Giyim ve Bebek İhtiyaçları Fuarı'nda 'Juniokids' ismi ile açılan stantta Bursa'daki bebek ve çocuk giyim üretiminin ve firmaların tanıtımı yapıldı.

GÜNEY AFRİKA GEZİSİ
2.URGE PROJESİ
ALIM HEYETLERİ
JUNIOSHOW FUARI
AMERİKA GEZİSİ
KÜMELENME

Sektör yeni stratejilerle büyüyor

Bursa bebe çocuk giyiminde yaşanan büyük değişim gözler önünde. Taşlar yerinden oynuyor. Kümelenme çalışmaları, Junioshow Fuarı, yurtdışı seyahatleri, yabancı alım heyetleri ve son olarak ikinci URGE proje başvurusuyla bir sıçrama yaşayan bebe çocuk giyim sektörü, dünyaya açılmayı hedefliyor.

Uzun yıllar boyunca belli modeller üreten ve ürünlerini depolarında bekletip başta Laleli olmak üzere İstanbul'daki toptancılar kanalıyla satışını gerçekleştiren Bursalı bebe ve çocuk konfeksiyon firmaları, son yıllarda büyük bir atağa kalktı. Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO) ve BEKSİAD işbirliğinde kümelenme çalışmalarıyla başlayan süreçte firmalar, dünyadaki son trendleri takip etme, profesyonel eğitim ve danışmanlıklar alma ve yurtdışı seyahatleri ile büyüme ve dünyaya açılma yolunda ilerliyor. Firmaların öncelikli hedefinde ise uzun yıllardır İstanbul'un himayesinde devam edilen ürün satışlarının, bu süreçte dünya alıcılarına ulaşılarak doğrudan yapılması var.

Firmalar yurtdışı pazarlara daha fazla açıldıkça ve yeni siparişler aldıkça, siparişe göre üretim yapmayı da daha iyi öğrenecekler. Sektörün genelinde de bu durumun, firmaların URGE projesi kapsamındaki en önemli kazanımlarından biri olacağı görüşü hakim. Siparişe göre doğru planlamaları yapabilmek, tedarik zinciri sistemlerini buna göre kurgulamak ve fason üretimlerin bu doğrultuda yeniden gözden geçirilmesi sektörün diğer kazanımları olacak. BTSO ve BEKSİAD işbirliğinde son yıllarda bebe çocuk giyim sektörüne hareket katan ve sektörün büyümesini ve ilerlemesini hızlandıran çalışmalar şunlar:

KÜMELENME ÇALIŞMALARI

BTSO liderliğinde ve BEKSİAD işbirliğinde "Bebe ve Çocuk Konfeksiyonu Sektörünün Bursa'dan Dünyaya Açılımı" URGE projesinin çalışmalarına 2015 Nisan ayında başlandı. Projenin ilk basamağı olan ihtiyaç analizi kısmında, kümede yer alan firmaların ve sektörün geliştirilmesi gereken yönleri, genel olarak eksiklikler, ihtiyaç duyulan eğitim ve danışmanlık faaliyetleri ile hedef pazarlar belirlendi. Bakanlık onayının ardından da faaliyetlere başladı.

İhtiyaç analizi çalışmasında 10 hedef pazar belirlendi ve bu pazarlardaki fuarlar araştırılarak firmalara sunuldu. URGE projelerinde ilk faaliyetler eğitim olarak planlanıyor. Bu çerçevede ilk olarak "Etkin Toplantı Yönetimi" eğitimi gerçekleştirildi. Ardından devam edilen eğitim faaliyetleri kapsamında Fransız Promostyl firması tarafından, Junioshow Fuarı'nda firmaların yeni tasarımlarını tanıtmaları, nasıl koleksiyon hazırlayabilecekleri ve yeni trendler hakkında danışmanlık verildi. Son olarak da Afyon'da iki günlük "Kümelerde İşbirliği Ağ Oluşturma ve Güven" eğitimi gerçekleştirildi. Bu eğitimle birlikte de; kümelenme nedir, kümeler ne yaparlar, işbirliği içerisinde nasıl hareket edilir? konularında bilgilendirmeler yapıldı ve dünyadaki başarılı küme örnekleri anlatıldı. Eğitimler, yurtdışı pazarlama faaliyetleri, danışmanlıklar, 3 yıllık süre boyunca bir zaman çizelgesine oturtuldu ve süreç devam ediyor.

YURTDIŞI SEYAHATLERİ

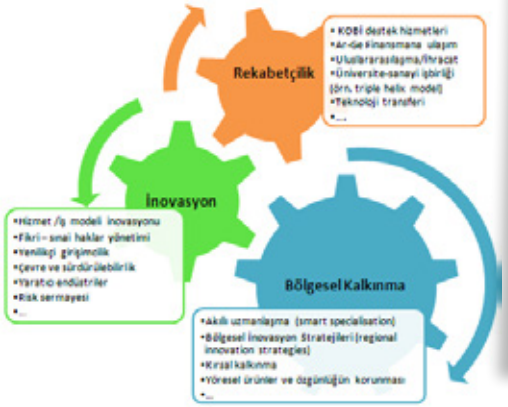
URGE projesi kapsamında gerçekleştirilen ilk yurtdışı seyahat programı, 17-23 Ekim 2015 tarihleri arasında Amerika'ya oldu. İkili iş görüşmelerinin yapıldığı ve ENK Kids Childrens Club Fuarı'nın ziyaret edildiği programa 45'e yakın sektör temsilcisi katıldı. Kümede yer alan firmaların ikinci durağı ise 9-15 Mayıs 2015 tarihileri arasında Güney Afrika oldu. 19 firmadan 40 kişinin katılım sağladığı programda ilk olarak Cape Town Ticaret Odası ile ikili iş görüşmeleri yapıldı. Ardından 12 Mayıs'ta Johannesburg'a gidilerek, MamaMagic Fuarı'nda kümenin info standı yer aldı. 2016 Eylül ayında da alanında dünyanın en büyük fuarlarından biri olarak görülen Almanya'daki Kind Jugend Fuarı'na katılım sağlanması planlanıyor. Burada 218 metrekarelik bir stanta sahip olacak olan firmalar, 9-10 metrekarelik bireysel stantlarında ürünlerini ve firmalarını tanıtma şansını yakalayacak.

Amerika ziyaretinin ardından, ulaşılamaz bir pazar olarak görülmesi rağmen bu ülkedeki ürünleri kalite olarak yakaladıklarını gözlemleyen Bursalı firmalardan ikinci bir Amerika ziyareti talebi daha geldi. Bu kapsamda URGE projesinin sonraki durağı Ekim 2016'da yeniden Amerika olacak. Las Vegas'ta düzenlenen fuara katılım sağlayacak olan sektör mensupları, Almanya örneğinde olduğu gibi 9-10'a metrekarelik bireysel stantlarda ürünlerini sergileme imkânı bulacak.

2.URGE PROJESİ

URGE projesine katılmayan bazı bebe ve çocuk giyim firmaları, kümelenme çalışmaları kapsamında gerçekleştirilen başarılı çalışmaları ve somut çıktıları gördükten sonra ikinci bir URGE projesinin gerçekleştirilmesi talebinde bulundular. Bu durumundan yola çıkılarak da ikinci URGE projesi kurgulandı. BEKSİAD'ın organizasyonunda proje talepleri toplandı ve ardından talepler Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'na iletilerek 38 firmanın katılımıyla ikinci projesinin başvurusu bakanlığa gönderildi. Bakanlık onayının ardından bu firmalara ziyaretlerin yapılması ve talepleri, ihtiyaçları çerçevesinde ikinci URGE projesinin de yol haritasının belirlenmesi hedefleniyor.

İkinci URGE projesinde yapılacak çalışmaların da ilk projedekilere paralel ilerlemesi bekleniyor.



ALIM HEYETLERİ

"Bebe ve Çocuk Konfeksiyonu Sektörünün Bursa'dan Dünyaya Açılımı" URGE projesinin basamaklarından biri olan alım heyetlerinin getirilmesi noktasından ilk faaliyet Junioshow Fuarı kapsamında gerçekleştirildi. 26 ülkeden 145 katılımcı, fuara katılan firmalarla görüşme ve işbirlikleri yapma fırsatı buldu. Yine firmaların talebi çerçevesinde 31 Mayıs'ta Bursa'da küme üyesi firmalarla bir araya gelecek olan ikinci alım heyetinde de hedef pazarlar belirlendi. Bu kapsamda potansiyel alıcılar seçilerek davetler gönderildi. 31 Mayıs-3 Haziran 2016 tarihleri arasında Bursa'ya gelecek olan alım heyetine katılmayı teyit eden alıcıların uçak biletleri ve konaklamaları URGE kapsamında karşılanacak.

31 Mayıs'ta Almira Hotel'de gerçekleştirilecek olan bu etkinlik, mini bir fuar şeklinde olacak. Firmalar için ürünlerini sergileyecekleri stantlar oluşturulacak. Bu alım heyeti için 200'den fazla isim belirlenirken, ancak bu alandaki bütçenin maksimum 100.000 Dolar'a kadar oluşundan ötürü, bu sayının 120 ila 130 arasında tutulması planlanıyor. Cezayir, Irak, İran, Suudi Arabistan, Kanada, Amerika, İrlanda, Almanya ve İngiltere'nin yanında daha pek çok ülkeden alıcıların Bursa'ya getirilmesi planlanırken, Kuzey Afrika ülkeleri ve Rusya ile Ukrayna bölgesinden katılımda yoğunluk bekleniyor.

Alım heyeti etkinlikleri ile birlikte yabancı alıcılar, sektörün Bursa'daki potansiyelini yerine görme fırsatı yakalıyor. İkili iş görüşmelerinin yanında isteyen katılımcı firmalar, yabancı alıcıları üretim tesislerinde misafir etme fırsatı da yakalayabilecek. Gelen katılımcıların hem ulaşım hem konaklama giderlerinin karşılanması ise küme firmaları açısından önemli bir destek mahiyetinde.

Güney Afrika seyahatinin ardından önümüzdeki dönemde gidilecek olan Almanya Köln ve Amerika Las Vegas programları sonrasında da bu temasların devamı olarak bu ülkelerden alım heyetlerinin getirilmesi gündeme gelebilir.

2. URGE PROJESİ KATILIMCI LİSTESİ

A.S.B KUMAŞ GİYİM TEKSTİL
AKİRA BEBE KONFEKSİYON
AL-GİY TEKSTİL
ASİLGÜÇ TEKSTİL
ASLAN KARDEŞLER TEKSTİL
B. MART TEKSTİL
BABYDOLL TEKSTİL
BELEMİR BEBE GİYİM KONFEKSİYON
BURSABİL KONFEKSİYON TEKSTİL
CEMİ HAZIR GİYİM TEKSTİL
CEVVAL TEKSTİL
COPPA TEKSTİL
DEMARLAR KONFEKSİYON
DOĞRU BEBE GİYİM TEKSTİL
GÜLER ÇEYİZ TEKSTİL
İ.V.K. TEKSTİL
KARDELYA BEBE TEKSTİL
KURTOĞLU KONFEKSİYON TEKSTİL
MAVERA TEKSTİL
MELCAN ÇOCUK GİYİM TEKSTİL
MİNİMİDİ BEBE KONFEKSİYON TEKSTİL
MİNİPA TEKSTİL
MUTTİ MİNİGO TEKSTİL
NESS BEBE TEKSTİL KONFEKSİYON
NOY NOY TEKSTİL
OVERDO KONFEKSİYON TEKSTİL
SEALY KONFEKSİYON TEKSTİL
SELDİNÇ KONFEKSİYON TEKSTİL
SERMİN KONFEKSİYON
SERVET TEKSTİL
Ş. N. ARAS KARDEŞLER TEKSTİL
ŞERİFOĞULLARI BEBE GİYİM
TF TAFYY BABY TEKSTİL
ULUOCAK BEBE GİYİM TEKSTİL
VİYOLİNA TEKSTİL
Y.T.L. TEKSTİL KONFEKSİYON
YUSUF ŞEREF SERBEST TEKSTİL
ZEYNEVA TEKSTİL

KURUMSALLAŞMA ÇALIŞMALARI

URGE projesi kapsamında bu dönemde, kümede yer alan 34 firma için ortak bir kurumsal kimlik çalışması yapıldı ve ortak bir marka ve logo olan Juniokids belirlendi. Aynı zamanda firmaların tüm iletişim bilgileri ve ürünlerinin yer aldığı www.juniokids.com isimli bir web sitesi oluşturuldu. Bu web sitesi 6 dilde hizmet veriyor. Her firmadan seçilen 5 ürün için de fotoğraf çekimleri gerçekleştirildi. Yaklaşık bir hafta süren çeşitli dış ve iç mekân çekimlerin ardından bir katalog ve tanıtım videosu da hazırlandı.

Kurumsallaşma çalışmaları firmaların yurtdışı pazarlardaki tanıtımları için son derece önemli bir faaliyet durumunda. Ve bundan böyle tüm yurtdışı temasları Juniokids ortak markasında gerçekleştirilecek. Bilindiği üzere Zara, 200'e yakın İspanyol üreticinin bir araya gelerek oluşturdukları ve bugün dünyanın en önemli hazırgiyim markalarından bir konumunda. Projenin sonlanmasının ardından ilerleyen yıllarda firmalar da istedikleri takdirde bu marka altında ortak bir üretim ve pazarlama organizasyonu gerçekleştirebilir.

JUNİOSHOW FUARI

Bursa'dan dünyaya ihracat yapan, tasarım odaklı üretim anlayışı ve kalitesi ile adından söz ettiren bebe ve çocuk konfeksiyonu sektörü, Junioshow Fuarı ile yeni bir vizyon kazandı. Bursa Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi'nde 13-17 Ocak 2016 tarihleri arasında düzenlenen fuara çok sayıda yerli ve yabancı iş profesyoneli katılım gösterdi. Fuar programı boyunca Rusya, İran, Ukrayna, ABD, İngiltere gibi 30'u aşkın ülkeden profesyonel alım heyetleri sektör temsilcileriyle ikili iş görüşmeleri gerçekleştirdi. Fuar, 'Genç Tasarımcılar Yarışması', 'Trend Sohbetleri' ve 'Junio Defile' programları ile de tam not aldı. Çok sayıda iş profesyonelinin yoğun ilgisiyle gerçekleştirilen Junioshow'a 150'nin üzerinde firma katılım sağladı. Çok sayıda üretici ve ihracatçı katılımcı, binlerce modelini aynı mimari proje ile hazırlanan dekor stantlarda ziyaretçilere sundu. 4 salonda 20 bin metrekarelik platformda kurulan fuar, ziyarete açık kaldığı 5 gün boyunca 44 ülkeden 24 bin kişi tarafından ziyaret edilerek sektör ticaretine büyük hareket sağladı. Fuar, Bursa ürünlerinin kalitesini, çeşitlerini ve marka değerini bir kez daha ortaya koydu. BTSO'nun öncülüğünde BEKSİAD ve TÜYAP Bursa Fuarcılık AŞ işbirliğiyle hayata geçen fuarın önümüzdeki yıldan itibaren yılda iki kez düzenlemesi planlanıyor.

Varol® Kids

Yunusemre Mah. Vişne Cd. No:167/1 Yıldırım / BURSA Tel.: +90 224 3621 55 60 Fax: +90 224 362 06 18

.varolkids.com varolkids@hotmail.com varolkids varolkids varolkids

Bebe ve çocuk konfeksiyonu sektörü temsilcileri, 31 Mayıs ile 2 Haziran tarihleri arasında Bursa'ya gelecek olan alım heyetini karşılamaya hazırlanıyor.

YABANCI ALIM HEYETİ GELİYOR

3 gün boyunca Bursa'da ağırlanacak olan yaklaşık 50 kişilik alım heyeti, Almira Hotel'de yapılacak ikili iş görüşmelerinde Bursalı üreticilerle bir araya gelecek. Konunun detayları paylaşmak üzere sektör temsilcileriyle bir araya gelen BEKSİAD Başkanı Halil Atalay, alım heyetini, BTSO ile birlikte gerçekleştirdikleri URGE projesi kapsamında Bursa'da ağırlayacaklarını söyledi.

Katılımcıların geleceği ülkelerin belirlenme aşamasında olduğunu ve bu yöndeki çalışmaların sürdüğünü anlatan Atalay, "Bu tarihler arasında yaklaşık 50 firma temsilcisi Bursa'da bizim ve BTSO'nun konuğu olacak. Onları en iyi şekilde ağırlamanın yanında ticari işbirlikler de gerçekleştireceğimizi düşünüyorum" dedi.

Alım heyetinin, öncelikle URGE projesine dâhil olan 34 firmanın temsilcileri ile bir araya geleceğini, ardından da bu etkinlikte yer almak isteyen diğer firmalarla buluşacağını açıklayan Atalay, "Heyeti, öncelikle kümemizde bulunan firmalarla buluşturacağız. Ardından da bu etkinlikte aramızda olmak isteyen ve orada stant açmak isteyen üyelerimizle bir araya getirmek istiyoruz. Misafirlerimiz, yapılacak olan görüşmelerin ardından Vişne Ticaret Bölgesi'ne gelecekler. Her açıdan sektörümüz adına önemli bir etkinlik geçireceğimizi düşünüyorum. Hatta bu etkinliği mini bir fuar olarak da değerlendirebiliriz" diye konuştu.

"BİZDEN DE NEDEN BİR ZARA ÇIKMASIN?"

Toplantıda konuşan MÜSİAD Bursa Şubesi Başkanı ve aynı zamanda sektörün duayen isimlerinden Mustafa Gürses, "BEKSİAD bir çatı ve biz de bu çatının altında olmaktan son derece mutluyuz. İnsanlar var oldukça bu sektör de var olacaktır. URGE çalışmaları sadece Türkiye'de yapılan bir uygulama değil. 20 yıl önce İspanya'da yapılmış ve sonunda Zara gibi bir marka ortaya çıkmış. Belki ilerleyen yıllarda bizden de böyle bir marka çıkabilir. Bu sektör güçlensin diye BEKSİAD üyelerine sahip çıktı ve çıkmaya da devam ediyor" dedi.

"TECRÜBE KAZANIYORUZ"

BTSO Meclis Başkan Vekili ve sektör temsilcisi Mesut Okyay da, sektörün URGE projelerinde tecrübe kazandığına dikkat çekti. Okyay, "Şu an çalışmaları devam eden ve yakında hayata geçirilmesi hedeflenen ikinci URGE projesinde, bu konuda tecrübelendiğimiz için üzerine bir şeyler katabileceğimizi düşünüyorum" diye konuştu.

Duaçınarı Mh. Tezcan Sk. No: 16 Yıldırım / Bursa / Türkiye
Tel: +90 224 362 78 88 misspallone@gmail.com

KÜMELERE İŞBİRLİĞİ VE GÜVEN EĞİTİMİ

Bursalı bebe ve çocuk konfeksiyoncularının oluşturduğu küme temsilcilerine, Afyon'da "Kümelerde İşbirliği, Ağ Oluşturma ve Güven" eğitimi verildi.

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'nın yürüttüğü, Ekonomi Bakanlığı destekli "Bebe ve Çocuk Konfeksiyonu Sektörünün Bursa'dan Dünyaya Açılımı" URGE projesi kapsamında, "Kümelerde İşbirliği, Ağ Oluşturma ve Güven" eğitimi düzenlendi. Afyon Korel Termal Otel'de 2 gün süren eğitime URGE proje üyesi 17 firmadan 24 temsilci katıldı. Eğitim, European Secretariat for Cluster Analysis tarafından akredite edilmiş küme kıyaslama uzmanlarından biri ve aynı zamanda Avrupa Küme Mükemmeliyeti Vakfı'nca Küme Mükemmeliyeti Eğitimi'ni vermek üzere akredite edilen ilk eğitmenlerden olan Ekin Taşkın tarafından gerçekleştirildi. Eğitim ile firmalara; kümelenmeye yönelik temel kavramları olaylar üzerinden değerlendirmelerini sağlamak, firmalar arası işbirliği anlayışını oluşturacak altyapıyı geliştirmeleri ve ortak bir sinerji oluşturmaları konusunda bilgiler verildi.

Eğitmen Ekin Taşkın, her geçen gün zorlaşan rekabet koşullarında firmaların, özellikle de KOBİ'lerin pek çok konuda tek başlarına ayakta kalabilme ve küresel rekabette başarıyı yakalama şanslarının son derece zor olduğunu belirterek, "Projenin de alt yapısını oluşturan kümelenme yaklaşımı tam da bu noktada; firmaların işbirliği içinde eksik yönlerini görerek geliştirmeleri, birlikte hareket ederek rekabet güçlerini arttırmaları, zorluklara karşı birlikte mücadele ederek daha güçlü ve sürdürülebilir büyümeyi yakalamayı mümkün kılmaktadır. Küme içinde yer alan firmalar arasında güvenin artması, onların birçok farklı alanda birlikte hareket edebilmelerini kolaylaştırmaktadır. Güvenin en önemli işbirliği unsuru olduğunu göz önüne alarak, güven ortamını yaratmak, geliştirmek ve kalıcı hale getirmek, küme geliştirme çalışmalarının en önemli ve aslında en zor kısmıdır" dedi.

baby & junior

Dündarlar

KONF. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

Bebe Toptan

оптовая детская одежда

ملابس أطفال بلجمله

Duaçınarı Mah. Vişne Cad. No:98 Yıldırım/BURSA / TÜRKİYE

+90 224 225 05 05 pbx

+90 224 225 34 55

мобильный : +90 543 287 88 21

www.dundarlarbebetoptan.com

info@dundarlarkonfeksiyon.com

EĞİTİMLER UFUK AÇIYOR

Uluslararası Rekabetçiliği Geliştirme (URGE) projesi kapsamında bebe ve çocuk konfeksiyonu temsilcilerine son olarak "Ekip Çalışması ve Liderlik" eğitimi verildi.

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'nın (BTSO), bebe ve çocuk konfeksiyonu sektörü için gerçekleştirdiği Uluslararası Rekabetçiliği Geliştirme (URGE) projesi kapsamında verilen eğitimler, firmalara iş hayatında yeni ufuklar kazandırıyor.

Sektör temsilcileri proje kapsamında 2015 yılında iki ayrı eğitimden geçti. Bunların ilki olan "Etkin Toplantı Yönetimi" ile firmalara toplantı içeriklerinin belirlenmesi, etkili fikir yönetimi, bilgi organizasyonu oluşturmak ve iletişim planı hazırlamak gibi konularda önemli bilgiler verildi. Firmaların ikinci eğitimi ise 'Pazarlamada ikna ve müzakere becerilerinin geliştirilmesi' oldu. URGE projesine katılan 34 firma, bu eğitimde müzakerenin planlanması, yöntem ve teknikler hakkında önemli bilgilerden faydalandı.

LİDERLİK EĞİTİMİ

Firmalar son olarak 'Ekip Çalışması ve Liderlik' eğitiminden geçti. BTSO Hizmet Binası'nda gerçekleştirilen eğitimde firmalara, Uzman Eğitmen Özlem Çelik Gürbüz tarafından liderliğin tanımı, vizyonu ve misyonu, lider yönetici farkı, takım çalışması, çalışan motivasyonu, karar verme ve problem çözme, stres yönetimi, duygusal zeka gibi konularda önemli bilgiler sunuldu. Eğitim programları kapsamında önümüzdeki günlerde eğitimlere devam edilecek.

YARARLI BİLGİLER EDİNİYORLAR

BTSO Yönetim Kurulu Başkanvekili İsmail Kuş, bebe ve çocuk konfeksiyonu sektöründe üretim üssü olan Bursa'da firmaların ihracatını artırmak, dünyaya açılmalarını sağlamak için URGE projelerine büyük önem verdiklerini söyledi. Eğitim programlarının, URGE projesinin bir diğer ayağı olduğunu hatırlatan İsmail Kuş, firmaların bu eğitimler sayesinde çok yararlı bilgiler edindiğini dile getirdi. Sektörün güçlenmesi için Uludağ Üniversitesi'nin de katkılarıyla bir çalıştay hazırlığında olduklarını ifade eden İsmail Kuş, "Eski klasik üretim modellerinin yerine artık firmalarımızın tasarım odaklı üretime daha fazla ağırlık vermesini istiyoruz. Bu yolda eğitim çok mühim bir unsur. Bu anlamda birbirinden kıymetli olan bu eğitim programlarının firmalara yeni ufuklar kazandırdığına inanıyorum" dedi.

"BTSO BİZE GÜÇ VERDİ"

BEKSİAD Başkanı Halil Atalay da, Bursa iş dünyasının BTSO öncülüğünde örnek işbirliklerine imza attığını belirterek, "URGE projeleri firmalarımız arasındaki işbirliği kültürünün oluşmasında büyük katkı sağladı. Firmalarımız kendi gücünün bir kez daha farkına vardı. URGE projelerine yoğun katılım gösteren firmalarımızın memnuniyeti bizleri oldukça memnun ediyor. Bu kapsamda gerek fuarcılık gerek kümelenme konusunda desteğini esirgemeyen ve yeni fikirler sunarak bizlere yol gösteren BTSO Yönetim Kurulu Başkanımız İbrahim Burkay'a bir kez daha teşekkür ediyorum" diye konuştu.

KUŞ TEKSTİL
www.kustekstil.com
maiTEKS
tekstil
DRAMA
TEKSTİL

HEDEF YENİ PAZARLAR

Rusya krizinin ardından alternatif pazar arayışına giren Bursalı bebe ve çocuk konfeksiyoncuları, Laleli Sanayici ve İş Adamları Derneği'nin de katıldığı toplantıda durum değerlendirmesi yaptı.

BEKSİAD, Laleli Sanayici ve İş Adamları Derneği (LASİAD) Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca'nın da katıldığı toplantıda, Rusya krizi ve alternatif pazar fırsatlarını değerlendirdi.

Almira Otel'de düzenlenen toplantıya, Yıldırım Belediye Başkanı İsmail Hakkı Edebali, MÜSİAD Bursa Şubesi Başkanı Mustafa Gürses, BİHMED Başkanı Kadir Oruç, BEKSİAD Başkanı Halil Atalay, yönetim kurulu üyeleri ve bebe çocuk konfeksiyonu sektöründe faaliyet gösteren işadamları katıldı.

ÖNEMLİ BİR BULUŞMA

Toplantıda konuşan Yıldırım Belediye Başkanı İsmail Hakkı Edebali, günümüz ekonomik koşullarında şirketlerin ve kurumların güçlü kalabilmek adına paydaşlarla kollektif çalışmalar içerisine girmesinin zorunlu hale geldiğini belirterek, "BEKSİAD ve LASİAD'ın bu çerçevede bir araya gelmesi çok önemli. BEKSİAD ocak ayında gerçekleştirdiği fuarla vizyonunu oraya koydu. Biz, Yıldırım'ın en büyük ekonomik gücü olan BEKSİAD'ın faaliyetlerini çok önemsiyor ve katkıda bulunmak için çaba gösteriyoruz. Bursa ve İstanbul birbirinin paydaşı. Bebe çocuk konfeksiyonu sektörünün pazar payı ve ilçemizde oluşturduğu istihdam bizim açımızdan çok kıymetli" dedi.

BEKSİAD'a sözünü vermiş oldukları idari bina için geçtiğimiz hafta ihaleye çıktıklarını da kaydeden Edebali, "Vişne Ticaret Bölgesi'ni daha da geliştirmek için projeler yürütüyoruz. BEKSİAD'a yakışır güzel bir bina çok kısa zamanda hayata geçecek" diye konuştu.

BEKSİAD ATILIMA HAZIRLANIYOR

13-17 Ocak 2016 tarihleri arasında gerçekleştirdikleri Junioshow'un, katılımcılar ve ziyaretçiler tarafından memnuniyetle karşılandığını dile getiren BEKSİAD Başkanı Halil Atalay da, "Önümüzdeki yıl 1 ve 7. aylarda bu fuarı yeniden tertip edeceğiz ve Bursa'nın üretim gücünü tüm ilgili alanlara duyuracağız. Bunun dışında ikinci kümemizi oluşturduk. Yakın bir gelecekte Uludağ

Yılın ikinci yarısı için umutlanabiliriz. Ruslarla geçmişte ortak bir tarihimiz yok belki ama gelecekte mutlaka olacaktır. Çünkü biz Ruslarla aslında akrabayız. Hemen hemen 120 bin evlilik yapmışız. Bu insanları birbirinden koparmak o kadar kolay değil. Ticaretin gücünün önünde kimse duramaz.

Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu'nda moda tasarım sınıfları açmayı düşünüyoruz. Talebimiz, Rektörümüz Prof. Dr. Yusuf Ulcay tarafından da destek gördü. İl Milli Eğitim Müdürlüğümüzle de meslek liselerinde sektörümüze nitelikli teknik eleman yetiştirme noktasında çalışmalar yapmayı planlıyoruz. Yakın zamanda ayrıca, sektörün artılarını ve eksilerini değerlendireceğimiz bir çalıştay gerçekleştirerek yol haritamızı çizeceğiz" dedi.

Atalay, Laleli'nin, Bursa'da üretim gerçekleştiren bebe çocuk konfeksiyoncuları için çok önemli olduğunu da vurguladı.

BURSA VE İSTANBUL BİR BÜTÜN

Toplantıda, Bursa ve İstanbul'u bir bütün olarak gördüğünü söyleyen LASİAD Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca ise, Laleli'nin 57 ülkeyi içeren bir ticaret ağına sahip olduğunu dile getirdi. Konfeksiyon sektörü için Rusya dışında da ciddi bir pazar bulunduğunu anlatan Eyyüpkoca, "Bizler, dersimizi iyi çalışmalıyız. Sektörümüz açısından Rusya, 20 küsur yıllık bir partnerimiz. Rusya'nın yayılmacı politikasına kadar ticaretimiz yukarı yönlü bir ivmeyle hareket etti. Ancak Rusya'nın bu politikası ve yaşadığı ekonomik sorunlarla birlikte ticaretimiz yüzde 60 oranında küçüldü. Rusya'yla yaşanan uçak krizinin yansıması ise yüzde 20. Yani Rusya'yla yaşanan kriz sonrası iki ülke arasındaki ticaret hacmi zirvedeyken dibe vurdu" dedi.

2016'nın ilk yarısı için ekonomik yönde olumlu gelişmeler beklenmediğini belirten Eyyüpkoca, "Yılın ikinci yarısı için umutlanabiliriz. Ruslarla geçmişte ortak bir tarihimiz yok belki ama gelecekte mutlaka olacaktır. Çünkü biz Ruslarla aslında akrabayız. Hemen hemen 120 bin evlilik yapmışız. Bu insanları birbirinden koparmak o kadar kolay değil. Ticaretin gücünün önünde kimse duramaz. Ben uçak krizi sonrası hiçbir müşterimizin bize karşı olumsuz bir tavrını duymadım. Biz ticaretimize bakacağız. Siyasetçiler bir araya gelecek ve mutlaka bu krizi sonlandıracaktır" diye konuştu.

HEDEF PAZARLARIMIZI BELİRLEDİK

Eyyüpkoca, şöyle devam etti:

"Hedef pazarlarımızın arasında birinci sıraya İran'ı koyduk. İran'da Türk mallarına karşı inanılmaz bir talep var. İkinci sırada ise Cezayir, Tunus, Fas üçgeni yer alıyor. Bu üç ülke arasında var olan serbest ticaret anlaşması elimizi güçlendirebilir. Batı Afrika'da da Gana bizim için merkez bir ülke olacak. Çünkü Gana, Batı Afrika'nın en güvenli ülkesi. Güney Amerika'da da Arjantin, Meksika ve Brezilya'yı belirledik. Bu ülkelerin tüketim alışkanlıklarının bize benzemesi avantaj. Bir diğer avantaj da mevsimsel farklılıklar. Biz her ne olursa olsun dünyanın birçok ülkesinden çok daha iyi durumdayız. İçimizdeki İrlandalılara rağmen hâlâ berabersek ve ayaktaysak, bu dünyanın en büyük kazancıdır. Bunun için ne kadar şükretsek az. Biz bu kardeşliğimizi devam ettirdiğimiz sürece çok daha sağlıklı kararlar verebiliriz."

Konuşmaların ardından LASİAD Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca, BEKSİAD Başkanı Halil Atalay, MÜSİAD Başkanı Mustafa Gürses ve BEKSİAD Kurucu Başkanı Nihat Alpay, bebe çocuk konfeksiyonunda faaliyet gösteren iş adamlarının sorularını yanıtladı. Programın sonunda Başkan Atalay, Eyyüpkoca'ya bir plaket takdim etti.

Sevnur Bebe sahibi Adem Çolak, zamanın ruhunu yakalayarak ihracatla büyümek istediklerini söyleyerek, "Adımlarımızı buna göre atıyoruz. Hedefimizde, ürettiğimiz malın yüzde 70-80'ini doğrudan ihraç etmek var" dedi.

SEVNUR BEBE İHRACATLA BÜYÜME HEDEFLİYOR

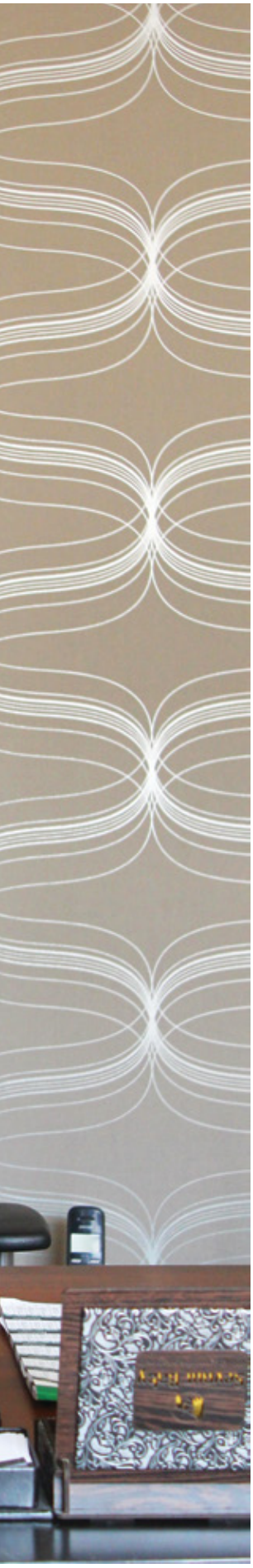
Sevnur Bebe, bebek giyim sektörünün en dinamik firmalarından. Hikâyesi, 27 yıl önce 60 metrekarelik küçük bir atölyede başladı. 0-2 yaş grubu için üretim gerçekleştiren, ancak temel üretimi çocuk doğduktan sonra ilk 6 ay ve bir yaşına kadar giyeceği kıyafetleri kapsayan şirketin geleceğe yönelik stratejisinin odağında ise ihracatla büyümek var. Sevnur Bebe sahibi Adem Çolak, "Geçtiğimiz yıla kadar ana müşterilerimiz İstanbul, Bursa ve Anadolu'daki toptancılardı. Bu sene bir değişim yaşadık ve toptancıların yanında doğrudan yabancı müşterilere de ürünlerimizin satışını yapmaya başladık. Bu yıl toptancılarımızın ağırlığı düştü, direkt müşterilerimizin sayısı arttı. Ve Junioshow Fuarı'ndan sonra Suudi Arabistan ve Filistin'e ilk ihracatımızı gerçekleştirdik" dedi.

Üretimlerinin yüzde 70-80'ini doğrudan ihraç etmek istediklerini istediklerini kaydeden Çolak, "Pazardaki hızlı gelişmeler, iç piyasadaki dinamiklerin değişmesi, bizi daha hareketli olmaya itiyor. Zannediyorum bu süreçte ürün yelpazemiz de genişleyecek" diye konuştu.

Adem Çolak ile Sevnur Bebe'nin doğuşunu, aldıkları kritik kararları ve hedeflerini konuştuk…

Sevnur Bebe'nin kuruluşu ve bugünlere gelişini anlatır mısınız?

Sevnur Bebe, 1 Ocak 1994 yılında kuruldu, fakat sektörde 5 yıl kadar daha geçmişimiz var. İlk olarak 60 metrekarelik küçük bir atölyede işe başladık. Sonra 120 metrekarelik başka bir yere geçtik, şimdi bulunduğumuz yer ise 800 metrekare. Fakat burası da artık bize yetmemeye başladı. Kuruluştan itibaren bir aile şirketiyiz. Firmamızda ikinci kuşak söz sahibi olmaya başladı ve bu işi bizden daha iyi götüreceklerine inanıyorum.



Üretim, istihdam ve ihracat rakamlarınız hakkında da bilgi verir misiniz? Çocuklarda nasıl bir ürün gurubuna hitap ediyorsunuz?

Bünyemizde çalışan personel sayımız 20 civarında. Ama fason dediğimiz atölyelere iş yaptırdığımız için bu sayı değişiyor. Ve atölyelerde dolaylı yoldan istihdam ettiğimiz rakam dönem dönem 50'ye kadar çıkabiliyor. Prensip olarak temel hedefimiz, şirketimizi kurumsal bir yapıya taşımak. Bu noktaya ulaştığımız takdirde, çalışan personel ve idari kadro, biz olmasak da işleri rahatlıkla yürütebilir. Temel hedefimiz aslında bu. Bunu kısmi olarak başardığımızı düşünüyoruz ama gerçek manada henüz kurumsallaştık diyemem. İmalatını yaptığımız başlıca ürün grupları; onlu zıbın set, beşli zıbın set, badi, tek alt grupları ve mevlit takımları.

Bu yıl ürün gruplarımızın ticaretini yerli pazar ile beraber yabancı pazarda da gerçekleştirmeye başladık. Ancak bu ticarette ihracatı doğrudan biz yapmıyoruz. Müşterilerimizin talep ettiği aracı kurumlar ile gerçekleştiriyoruz. Ama tabii bu aracı kurumlar, toptan satış yapan firmalar değil. Bebe ve çocuk giyiminde ihracatın artması ve müşteriler ile birebir satış-tedarik trafiğinin oluşması, sektör anlamında gelinmesi gereken bir noktaydı. Bizim için de olmazsa olmazlardan bir tanesiydi.

Bu durumun firmanız ve sektör açısından faydaları sizce neler?

Bu durum bize ne sağlıyor? Öncelikle, daha hızlı karar verme mekanizmamız gelişti. Çünkü bu yolla müşterilerin ne istediklerini daha net anlayabiliyoruz. Onlardan gelen olumlu ya da olumsuz tepkileri hemen değerlendirmeye alabiliyoruz. Laleli piyasası son birkaç yılda çeşitli problemler yaşadı, son olarak da Rusya Krizi buna ilave oldu ve dolayısıyla piyasada daralma ortaya çıktı. Diğer yandan Güneydoğu'daki karışıklık hâlâ devam ediyor. Bu da iç piyasadaki toptancılarla olan alışverişimizin kapasitesini düşürdü. Kısacası şartlar bizi bu duruma gelmeye zorladı.

KÜMELENMENİN ETKİSİ BÜYÜK

İhracat nasıl başladı, bunun adımlarını nasıl attınız?

Bu süreçte kümelenmenin çok büyük etkisi var. Kümelenme bize ulaşmamız gereken hedefleri daha net gösterdi, eksiklerimizi belirledi. Arkasından düzenlenen fuar da kâğıt üzerinde gördüğümüz eksikliklerin giderilmesini sağladı. Sanıyorum bu süreçte müşteriler de kendi ülkelerinde yaşanan daralmalardan dolayı toptancıları aradan çıkarmak ve doğrudan üreticiyle temas kurmak istediler. Ve doğrudan ilk ihracatımız Filistin'e oldu. Hemen hemen 10 yıldır Filistin'den müşterilerimiz vardı fakat satışlarımız dolaylı olarak yapılıyordu. Fuardan sonra ise önce Filistin'e sonrasında Suudi Arabistan'a ürün gönermeye başladık. Filistin her ne kadar eski pazarımız olsa da Suudi Arabistan, düşüncelerimizin çok daha üzerinde bir öneme sahip.

"ÜRETİMİN YÜZDE 80'İNİ İHRAÇ ETMEK İSTİYORUZ"

Bu yolda kendinize nasıl bir hedef belirlediniz?

Tabii ki kâğıt üzerinde hedeflerimiz var ama müşterilerle diyalog kurduktan sonra gelişmelere göre şartlar değişti. Biz, ürettiğimiz malın yüzde 70-80'ini doğrudan müşterilere satmamız gerektiğini düşünüyoruz. Pazardaki değişimden dolayı kapasitemizi şu an biraz düşürdük. Ürün gruplarımızda bazı revizyonlara gittik. Bu da doğruca müşterilerle muhatap olmamızdan kaynaklandı. Pazardaki hızlı gelişmeler, iç piyasadaki dinamiklerin değişmesi bizi mecburen daha hareketli olmaya itiyor.

Ürettiğimiz malın yüzde 70-80'ini doğrudan müşterilere satmamız gerektiğini düşünüyoruz. Pazardaki değişimden dolayı kapasitemizi şu an biraz düşürdük. Ürün gruplarımızda bazı revizyonlara gittik. Bu da doğruca müşterilerle muhatap olmamızdan kaynaklandı.

Rusya ve Ukrayna başta olmak üzere sektörün ana pazarı hep Doğu Bloku ülkeleriydi. Bu coğrafyanın yerini artık Orta Doğu ve Afrika pazarı mı alıyor?

Avrupa'yı da buna dâhil edebiliriz. Son dönemde Bosna Hersek ve Yunanistan da ön plana çıkmaya başladı. Orta Doğu ile devam eden bir ticaretimiz zaten var. Afrika pazarına giriş ise iç karışıklıklar sebebiyle biraz gecikti. Önümüzdeki günlerde Libya'da sağlam bir hükümet kurulursa, bizim Arap ülkelerine sattığımız ürünlerin iki ya da üç katı Libya üzerinden Afrika ülkelerine satılacaktır. Ve bir sonraki hedefimiz artık Afrika olacaktır. Avrupa ve Amerika olur mu şimdilik bilmiyorum ama yakın dönem için gözüken pazar Afrika. Öte yandan Rusya pazarının renkleri de beden ölçüleri bölgenin özelliklerine bağlı olarak farklıydı. Yeni yöneldiğimiz pazarlarda ise kültür farklı. Biraz daha geleneksel çizgiler hâkim. Ürün gruplarımız hemen hemen yüzde 50-60 oranında değişti. Bu başlangıçta zor gelebiliyor, ama artık bunu aştığımızı düşünüyorum. Zannediyorum ürün yelpazemiz daha da genişleyecek.

Yeni doğan grubunda çocuk sağlığını düşünerek üretim gerçekleştirmek son derece önemli hale geldi. Sizin bu konudaki çalışmalarınız neler?
Firma olarak yeniliği seven bir şirketiz. Yaklaşık 6-7 sene önce Türkçe yazılı ürünler üretmeye başladık. Sanıyorum bunun çıkışını biz yapmışızdır. Şimdi buna ilave olarak emekleme pantolonları üretiyoruz. Bebek sağlığı, kalıp olarak ve kumaş kalitesi anlamında bizim için olmazsa olmazlardan. Tabii alanın sıfır yaş olması da bizi bu yola itiyor. Ve bu konuda çok ileri seviyede olduğumuzu düşünüyorum.

HEDEF: 0-2 YAŞTA DIŞ GİYİM

0-2 yaş grubu üretimin dışına çıkmayı düşünüyor musunuz?
Biz sıfır yaşı seviyoruz. Hedef olarak ise 0-2 yaşın dış giyimine de yönelmeyi düşünüyoruz. Yaş grubunu büyütmeyi istemiyoruz ama aynı yaş grubunun tüm ihtiyaçlarına, çeyiz ve dış giyimine de girmeyi hedefliyoruz. Zaten şu anda Arap müşteriler bizi çeyiz grubuna yönlendirdi. Bu bizim hâkim olduğumuz bir alan değildi, ama yelpaze bu noktada açıldı. İki yaşa kadar olan bu alan oldukça geniş ve yapılabilecek çok şey var.

Firma olarak varmak istediğiniz, hedeflediğiniz nokta neresi?
Müşterilerimizin çok memnun olduğu, ürünleri satın alırken kontrol etme ihtiyacı bile hissetmediği kaliteye ulaşmayı istiyoruz. Kalitemizi zaten bu seviyede olduğunu düşünüyorum, ama bunu anlatabilmek için biraz da reklam gerekiyor. İç piyasada ürünleri güvenilir, kalıpsal, dikim kalitesi ve kumaş anlamında belirli bir noktaya gelirsek, ben zaten dış pazarın da bunun üzerinde bir şey istediğini düşünmüyorum. Temel hedefimiz, ülkemizde bilinen, güvenilen bir marka olmak. Fakat bu belki bizden sonraki neslin pekiştireceği bir durum olabilir.

Gündeminizde yeni bir yatırım planı, bulunduğunuz yeri büyütmek gibi bir düşünce var mı?
Ben bunu ikinci neslin hedefleri arasına bıraktım artık. Çünkü emeklilik yaşımız geldi. Daha büyük planlar ikinci kuşağın hedefleri olmalı. Oğlum şirketimizde pazarlama ve mal sevkiyatından sorumlu, kızım ise model tasarım ve stilistlik bölümünde okuyor. İkisi de önümüzdeki yıllarda işlerin başına geçecekler. Ben hedeflediğimiz sistemi kurabilirsem, onlar da bilgi ve becerileriyle firmamızı daha

ileri noktaya taşıyacaklardır.

Nasıl bir 2016 yılı geçiriyorsunuz? Sektörün geneliyle ilgili değerlendirecek olursak da sektörde şu an neler oluyor?
Yurtdışı piyasası karışık. Rusya ile yaşanan sıkıntı malum, Arap coğrafyasında petrolün fiyatını düşük olması, Afrika'daki iç karışıklıklar, Avrupa'nın durumu da çok iç açıcı değil. Böylesine karamsar bir tabloya bakıldığında işlerin çok zayıf olması gerekir, hâlbuki uygulamaya baktığımızda ben bu yılın geçen seneye göre daha kötü olduğunu düşünmüyorum. Belki şartlar bizi değişime ittiği için dış pazarlardaki sıkıntıların olumlu olarak döndüğünü sanıyorum. Bu sene bizim için farklı bir açılım getirdi. Dış piyasa bu kadar sıkıntılı olmasaydı, fuar ve kümelenme çalışmaları bizi bu kadar olumlu etkilemeyecekti belkide. Bu krizin hem firmamız hem de sektör için fırsata döndüğünü düşünüyorum. Şu an sektörümüzde ikinci nesil söz sahibi olmaya başlıyor ama henüz aktif olarak görünmedi, çünkü babalarının işlerini devam ettiriyorlar ve çizgileri değişmedi. Babalarından alacakları tecrübenin üzerine bilgi ve birikimlerini de ilave ederek sektörümüzü daha iyi noktalara taşıyacaklardır.

Kümelenme çalışmalarında yer alan bir firma olarak bu girişimi nasıl görüyorsunuz?
Kümelenme çalışmaları önce ihtiyaç analizleriyle başladı. Her şirketin eksik olduğu alanların, uzman kişiler tarafından kontrol edilip şirketlere bildirilmesi bizim için önemliydi. Eksiklerimizi dışarıdan birisinin gözünden görme fırsatı bulduk. Bu işin önemli bir kısmıydı. Sonraki kısmı eğitimlerdi. Ardından firmaların dış pazarlarda nasıl hareket etmeleriyle ilgili olumlu bilgiler edindik. Bunlar yapılırken kümede yer alan 34 firma arasındaki diyalog ve güven ortamı da pekişti. Kümelenme her ne kadar yeni bir süreç olsa da ileriye dönük çok güzel adımlar atılacağını düşünüyorum. Sektörümüzde ikinci kümenin kurulmuş olması da bu çalışmaların sektörümüz için çok büyük artıları olacağının bir işareti. Eğer kümelenmeyi iyi değerlendirirsek bize sadece dış pazarlar anlamında değil, kendi iç dinamiklerimiz anlamında da getirileri olacağına inanıyorum.

"KONTROL MEKANİZMALARININ ÖNE ÇIKMASI GEREKİYOR"

Sizce sektörün gelişimi adına daha başka ne çalışmalar yapılabilir?
Sektör hızlı büyüdüğü için biraz daha kontrol mekanizmalarının öne çıkması gerekiyor. Biz alışkın olmadığımız bir pazara girdiğimizde bazen yerine getiremeyeceğimiz taahhütler verebiliyoruz. Bu durum Laleli'de yaşandı ve müşterilerin talepleri tam olarak yerine getirilmeyince olumsuz bazı gelişmeler oldu. Biz bunun bölgemizde olmasına izin vermezsek, müşteri memnuniyetinin sürekliliğini sağlayabilirsek, sektörümüz için yeterli olabileceğine inanıyorum.

"FUAR İÇİN GEÇ BİLE KALINDI"

Bence fuarın düzenlenmesinde geç bile kaldık. Önümüzdeki yıl 2 fuar yapılacak ve gittikçe ilginin artacağını düşünüyorum. Fuardan yüzde 99 memnuniyet alınması da ne kadar doğru bir iş yapıldığının göstergesi. Fuarın kazanımını özellikle yabancı müşterilerin hızlı artışından görebiliriz. Aynı zamanda bizim ürünlerimizde mevsimsel dönüşüm çok yoktur, yaz-kış çok belirgin değildir. Bu fuar bir yandan da o dönemlere iyi hazırlanmamız gerektiğini bize gösterdi. Ve bize daha çok ürün yapma zarureti getirdi. Eski müşterilerle yenilerini beraber değerlendirme imkânımız oldu. Ürünlerimizi üretime almadan numune olarak gösterip olumsuz stok anlamında da bize artı getirdi.

CANTOY
Tekstil Konf. San. Tic. Ltd. Şti.
www.cantoybebe.com
www.cantoyshop.com
baby doll

2. KUŞAK BİLGİYLE, PROFESYONELCE, DONANIMLARIYLA GELİYOR

İkinci kuşak patronlar, bebe çocuk konfeksiyonunda da söz sahibi olmaya başladı. Öncelikleri ise yurtdışına açılarak firmalarını ihracat yapan bir konuma taşımak. Babalarına göre kurumsallaşmaya, ARGE'ye, tasarıma, markalaşmaya ve profesyonel danışmanlıklar almaya daha fazla önem veriyorlar. Ve yaptıkları işlerde 1'inci kuşağı geçme arzuları yüksek. Babalarının kurdukları şirketleri günden güne büyüten ve dünyaya açmak için çalışan ikinci kuşağın farklı liderlik özelliklerini ve hedeflerini anlattık...

"KURUMSALLAŞMAYA ODAKLANDIM"

Sektörün ikinci kuşak patronlarından Orhan Yedikardeşler, 2012 yılında babası Niyazi Yedikardeşler'in yerine şirketin başına geçti. Bu dönemde firmalarında kurumsallaşmayı ön plana alıcı çalışmalara imza atmak isteyen Orhan Yedikardeşler, hedeflerini şöyle anlatıyor:

EN ÖNEMLİ TECRÜBE: ÖZ SERMAYENİN ÖNEMİ

Kuruluşumuz olan 1991 yılından 2012'ye kadar firmamızın başında babam vardı. 2012'den bugüne kadar olan süreçte ise ben yönetici olarak aktif görev alıyorum. Fakat öncesinde 5 yıl kadar firmamızın hemen hemen tüm kademelerinde çeşitli görevler üstlendim.

Ege Üniversitesi Tekstil ve Hazırgiyim Konfeksiyon Bölümü mezunuyum. Babamdan aldığım en önemli tecrübe, öz sermaye ile hareket etmek. Bugüne kadar hep yavaş ve emin adımlarla büyümek isteyen bir firma olduk ve bu düşüncemiz devam ediyor.

Babam vizyonu açık bir insan. Hiçbir zaman fikirlerimin önünde durmadı. Düşüncelerimizi ortaya sererek, kararları da birlikte almışızdır. Ben, her şeyden önce tecrübelerden faydalanmamız gerektiğine çok inanıyorum. Benim genel planım şu; eski neslin tecrübelerinden faydalanarak, benim gibi yeni nesil kadrolarla çalışarak, enerjiyi de yüksek tutarak firmamızı geleceğe taşımak.

"İKİNCİ NESİL KURUMSALLAŞMAK DURUMUNDA"

Sektörümüzde birinci kuşağın temel amacı, sadece satılabilir ürün yapmaktı ve bu yeterliydi. Fakat ikinci nesilde firmalar kurumsallaşmak durumunda. Tabii bu da sürdürülebilir ekonomiyle geliyor. Kurumsallaşmaktan kastım da çok kalabalık personelle iş yapmak değil, firmayı sistem olarak geleceğe taşıyacak yapıyı oluşturmaktır. Aynı zamanda üretimden ziyade markaya daha çok yatırım yapmak da söz konusu olmalı. Ben de bu dönemde biraz daha markalaşma yolunda ilerlemeye çalışıyorum. En önemli hedefim, firmamızı Bursa'da ciddi bir üretime sahip çocuk giyim markası haline getirmek.

"BİRİNCİ KUŞAĞI GEÇMEK ZORUNDAYIZ"

Her şeyden önce bizlerin birinci kuşağı geçme gibi bir yükümlülüğü var. Bu sağlayabilmek için de daha cesur kararlar alabiliriz, çünkü hâlâ arkamızda bir sermaye desteği ve danışmanımız var. Bu bizim için çok kıymetli. Yaptığımız işte rakiplerimizden sıyrılmak için de tasarıma, AR-GE'ye ve inovasyona daha fazla önem vermek zorundayız. Ürünlerimizi, alıcısına kolay ve ulaşabilir bir düzende göndereceğimiz sistemleri oluşturmamız gerekiyor. Aynı zamanda yeni nesil olarak danışman firmalardan profesyonel destek almayı da düşünmek zorundayız. Eski sistemle, bugünün şartlarında mücadele etmek artık çok zor.

YENİ YATIRIM YOLDA

Kısa vadeli bir planımız olan ve geçen yıl gündeme aldığımız, fabrikamızın yanında bir toptan satış mağazası kurma projemiz var. Şu an tadilatı bitmek üzere. Yaklaşık 6 ay sonra toptan satış mağazamızı hizmete almayı amaçlıyoruz. Bizim için önemli ve ciddi bir konu.

SATIŞ ŞEKİLLERİ DEĞİŞİYOR

Hemen hemen yıllardır aynı pazarlara hitap etmemize rağmen artık satış şekillerimiz değişmeye başladı. Önceden sadece tedarikçilere satış yaparken, artık doğrudan müşterilere de ulaşmaya başladık. Tabii bu sistemi kurarken geçmişten gelen tedarikçilerimizi ve bayilerimizi de korumak istiyoruz.

"UZUN VADELİ PLANLAR YAPAMIYORUZ"

Genç yaşta işlerle ilgilenmeye başlayan, 2000 yılından bu yana da tam mesai olarak aile şirketlerinde çalışan Gülbebe Tekstil Genel Müdürü Fatih Gürses, "Eskiden 2-3 yıl sonrasını planlayabiliyorken, şimdi uzun vadeli planlarımız en fazla bir yıl olabiliyor. 2016 yılı için de üretimi sabit tutup, sonrasına bakacağız" diyor.

Firmamızı daha ileri noktaya taşımakla ilgili hedeflerimiz var. Fakat son iki yıldır piyasa ciddi manada daraldı. Biz de bu durum karşısında üretim yapımızı değiştirmeye gayret ediyoruz. Üretimimizi dışarıya aktarıp, önce aynı üretim miktarını tekrar yakalamayı ve daha çok yurtdışı ağırlıklı çalışmaya gayret ediyoruz. Bu durumu sağlamak için de benim aklımdan geçen; Laleli'deki konumumuzu güçlendirip, oradaki toptancılarımızla olan cirolarımızı artırmak şeklindeydi. Fakat bu da mümkün olmayacak gibi duruyor. Ukrayna-Rusya savaşı ile bu pazar ciddi manada azaldı. IŞİD'in Musul'u işgaliyle Irak pazarında sıkıntılar yaşamaya başladık. Özellikle petrolün düşüşüyle beraber Rusça konuşan ülkelerde oluşan devalüasyon ve gelir kayıpları, Azerbaycan'dan Özbekistan'a, Tacikistan'dan Kazakistan'a, Rusya ile birlikte tüm bölge ülkelerini etkiledi. İç piyasada ise biraz zayıfız ama iç piyasaya da üretimle girmeyi düşünüyoruz. Bu belki farklı firmalara mal üreterek ya da kendi markamıza yatırım yaparak olabilir.

"İÇ PİYASAYA ÜRETİMLE GİREBİLİRİZ"

Biz üretim bazlı bir firmayız ve bu gücü elimizde tutmaya çalışıyoruz. 100'e yakın çalışanımız var. Eskiden 2-3 yıl sonrasını planlayabiliyorken, şimdi uzun vadeli planlarımız en fazla bir yıl olabiliyor. 2016 yılı için de üretimi sabit tutup, sonrasına bakacağız. Bugün uzun vadeli planlar yapamamamızın en önemli nedeni ise dış pazarlardaki sıkıntılı süreçler. Ukrayna çok iyi bir müşterilerimizdi.

MALI SATMAK TOPTANCININ GÖREVİ OLMALI

Babamdan aldığım en önemli tecrübe; güvenilir olmayı devam ettirebilmek. Her kapının çok kolay bir şekilde bize açıldığına tanık olmuşumdur. Bunu devam ettirebilmek için de elimizden geleni yapıyoruz. Pazarlama konusunda ise babam ile ayrı düşünüyoruz. O müşteriye bizzat ulaşmayı tercih ederken, ben ise bizim üretici olduğumuzu ve bu işi toptancıların yapması gerektiğini savunuyorum. Afrika'daki perakendecilere ulaşmak için bizzat Afrika'ya gitmek değil, toptancılarımızı oraya teşvik etmek yönündeyim. Aynı şekilde babam, internet üzerinden satışlara yönelmemiz gerektiğini savunurken, ben bu ürünü satanlara bir pay veriyor, kâr marjı bırakıyorsak, o işin üstesinden de onlar gelsinler istiyorum. Fakat bu görüşümde de yanılacağım gibi, çünkü gidişat bunu gösteriyor. Her ne kadar bazı konularda farklı bakış açılarımız olsa da konuşarak ortak bir çözüm mutlaka buluyoruz.

YENİ VE İNOVATİF İŞLERE YÖNELECEĞİZ

1980'li yıllarda konfeksiyon Bursa'da başladığında o zamanlar en sıkıntılı şey kumaş bulabilmekti. Kumaş üretimi çok az olduğu için, eğer kumaşı bulup bir şey üretebiliyorsanız zaten çok kolay satıyordunuz. 90'lara gelindiğinde kumaş konusundaki sıkıntı aşılmış, ama bu sefer üretim problemi başlamıştı. 2000'li yıllarda üretim konusu da çözülmüş, ancak bu sefer satış problemi baş göstermişti. Ve o dönem Laleli aracılığıyla bu durum giderilmişti. 2010'dan sonra satış problemi de ortadan kalktı ama bu sefer tahsilatla ilgili sıkıntılar başladı. Bundan sonra da mutlaka sıkıntılar farklı olacaktır. Belki ilerleyen zamanlarda yeni ve inovatif işler yapmak zorunda kalacağız. 2020 yılları için şu an sürecin ne getireceğini tahmin edemiyorum.

ÜRETİM AVANTAJLI OLMAKTAN ÇIKTI

Bu sektörde son 5 yıla kadar üretici olmak ve bu gücü kullanmak önemli bir unsurdu. Fakat artık ciddi sermayeler bağlayarak üretime girişmek avantajlı olmaktan çıktı. Düşünce olarak hâlâ üretimin gücüne inansam da süreç satışa doğru gidiyor. Satışta güçlenerek bunun üzerinde gitmek gerekecek. Biz de bu doğrultuda planlarımızı revize ediyoruz.

"DÜNYAYA AÇILMAMIZ LAZIM"

Amerika'daki eğitiminin ardından 3 yıl önce aile şirketi olan Atalay Tekstil'de çalışmaya başlayan Fatih Atalay, "Birinci kuşak bu şirketleri çok dip noktalardan bugünlere getirmiş. Bu duruma bakarak bizlerin tüm dünyaya satış yapması artık daha kolay" diye konuşuyor.

AMERİKA'YA İHRACAT...

Ben liseyi bitirdikten sonra eğitim için Amerika'ya gittim ve orada uluslararası ticaret okudum. Amerika'daki 5 yılın ardından tekrar buraya döndüm ve 3 yıldır da firmamızda çeşitli görevler üstleniyorum. Sektörümüzde Rusya ile yaşananlardan ötürü son yıllarda düşen bir grafik var. Çeşitler arttı, farklı ürünler yapmaya başladık ama işler aynı oranda yükselmedi. Firmamızda göreve başladığımdan bu yana değişen en önemli nokta ise Amerika'ya ihracat oldu. 1,5 yıldır bu ülkeye ürünlerimizi satıyoruz. Ve güzel bir noktaya geldiğimize inanıyorum. Şu an bizim için en önemli pazar orası.

BİRİNCİ KUŞAĞA EMEKLİLİK YOK

Bu firmaları kuran birinci kuşak, sıfırdan bugünlere geldiği için çok fazla deneyime sahip. Bizler ise işlere belli bir noktada dahil olduk. İkinci kuşağın eğitimli olması firmalara illaki bir şeyler katacaktır ama bu sektör daha çok tecrübe istiyor. Bu yüzden birinci kuşağa her zaman ihtiyaç duyuyorsunuz. Ve hemen ikinci kuşağa devredilebilecek bir iş değil bu. Artık standart bir ürün yapmıyorsunuz. Her sezon, hatta her ay değişen koleksiyonlar var. Bu yüzden geçmiş tecrübelere ihtiyaç duyuyoruz. Ben, birinci kuşak için bu işte emeklilik olacağını pek düşünmüyorum. Aynı şekilde bizim için de öyle. Birinci kuşakla zaman zaman fikir ayrılıklarına düştüğümüz durumlar olabiliyor. Sonuçta yıllardır süregelen alışkanlara sahip bir kesim var karşınızda. Bunları kırmak güç olabiliyor. Ama zamanla birbirimizi daha iyi anlayacağımızı düşünüyorum.

YENİ PAZAR ARAYIŞLARINA GİRMEMİZ GEREKİYOR

Sektörümüzün yıllardır ortak çalıştığı bir pazar var: Laleli. Ve Laleli gerçekten çok büyük bir pazar. Ancak bizler Laleli piyasasının yanında yeni pazar arayışları içerisine de girerek firmalarımızı geliştirmeliyiz. Yeni ve inovatif ürünler yaparak hem Laleli'den alışveriş yapan yabancı alıcılara hem de dünyaya açılmak durumundayız. Kurumsallaşmaya gelince, doğrudan satışlarınızı artırdığınızda ve sipariş üzerine ürün yapmaya başladığınızda kurumsallaşmanın da yavaş yavaş oluşacağını düşünüyorum.

ALIŞKANLIKLARIMIZ DEĞİŞİYOR

Birinci kuşak, bu şirketleri çok dip noktalardan bugünlere getirmiş. Bu duruma bakarak bizlerin tüm dünyaya satış yapması artık daha kolay. Bu yüzden çok çalışmalı ve bir şekilde yurtdışına açılmamız lazım. Bu sektörün yıllardır en büyük müşterisi Ruslardı. Ancak bugün Rusların eskisi gibi piyasada olmayışından dolayı bazı sıkıntılar yaşanıyor. Hep Rusların giyim tarzlarına yönelik ürünler yaptık, ama bütün alışkanlıklarımız değişiyor artık. Şu an Arap alıcılar gözde. Fakat onların ne istediği anlamak da uzun sürecektir. Onları anlamaya, yaptıklarımızı dünyaya satmaya çalışacağız.

Firmamızı ihracat yapan, hatta ürettiğinin büyük bir kısmını ihraç eden bir konuma taşımak hedefindeyiz. Şirketimiz 1998 yılında kuruldu ve 18 yıldır çalıştığı bir pazar vardı. Şimdi bunu yavaş yavaş farklı piyasalara kaydırmaya çalışıyor. Haliyle bunun sıkıntılarını yaşıyoruz. İşimiz kolay olmasa da bunu başaracağımıza inanıyorum.

"AR-GE VE İNOVASYONA YATIRIM YAPMAK ZORUNDAYIZ"

Sektörün son dönemdeki başarılı ikinci kuşak temsilcilerinden biri de Minnoş Bebe Genel Müdür Yardımcısı Harun Çavuş. Çavuş, ikinci jenerasyon olarak inovasyon ve AR-GE'ye önem vererek sektörü ayakta tutabileceklerini ve daha iyi noktalara taşıyabileceklerini düşünüyor…

İKİNCİ NESİL ÇOK ŞANSLI

Ben lise yıllarımdan bu yana firmamızda pek çok kademede görev aldım. Ama son 5 yıldan beri babamla işlerin başındayız. Her ne kadar çeşitli görev paylaşımları yapmış olsak da işle ilgili tüm süreçlere hakimim. Birbirimizin yükünü paylaşıyoruz. İkinci nesil olarak kendimizi şanslı görüyorum. Çünkü bu sektöre uzun yıllarını vermiş tecrübe sahibi kişilerin yanında, onların yönlendirmesi ve eğitimiyle yoğrulmuş bir nesiliz. Babamdan aldığım en önemli tembih de her zaman dürüst ticaretten yana olmam yönündedir.

İlk kuşak bizlere nazaran, belki yaş itibarıyla da bazı kararlara daha temkinli yaklaşabiliyor, yıllardan beri alışılagelmiş düzenin aynı şekilde devam etmesi gerektiğini düşünebiliyor. Yeni nesil olarak biz ise daha cesur kararlar ve yerine göre risk almayı seviyoruz. Ancak, arkası dolu olan riskleri almayı bilmeliyiz.

FARKI YAKALAMANIN YOLU AR-GE VE İNOVASYON

Ciddi emek isteyen bir sektördeyiz. Her geçen gün zorlaşan rekabet şartları ve talepler, bizleri yenilikçi olmaya itiyor. İkinci jenerasyon olarak inovasyon ve AR-GE'ye önem vererek sektörümüzü ayakta tutabilir ve daha iyi noktalara taşıyabiliriz. Henüz tasarım aşamasındayken ürünlerimizi hangi pazara yönelik üretmeyi planlıyoruz diye karar vermemiz de çok önemli. Sonrasında da pazarın talepleri çerçevesinde doğru araştırmalar yaparak, buna göre adımlar atmalıyız. AR-GE, inovasyon ve yenilik üretebilmenin yolu da şüphesiz bu konuda ön yatırımları yapmaktan geçiyor. Ve bu yatırımları da asla gereksiz harcamalar olarak görmemek lazım. Bu konuda cesur olmamız gerekiyor. Çünkü bugün dünya çapında talepler de çok yüksek standartlarda. Bunlara cevap verebilmemiz için bizim de belli standartları mutlaka yakalamamız şart. Sektörümüzde çok çeşitli ürünler olsa da, baktığımızda çok benzer ürün grupları bulunuyor. İşte bu noktada ön plana çıkabilmeniz, ancak farklı ürünlerle mümkün. Bunun da yolu AR-GE ve inovasyona önem vermekten geçiyor.

"KÜÇÜK BİR FARKLILIK BİLE SİZİ ÖNE TAŞIMAYA YETER"

'Demek bu ürün bu şekilde yapılıyor, bende böyle yapayım' düşüncesini artık kafamızdan atmamız şart. Yoğun rekabet koşullarında sektörümüz artık bunu kaldırabilecek durumda değil. 'Ne yok' veya 'nerede bir eksik var?' ya da 'ne yapabilirim de olmayan bir şeyi ortaya çıkarabilirim?' diye sorgulamak zorundayız. Bugün alıcılar bizden çok büyük bir yenilik ya da buluş beklemiyor. Fakat küçük bir farklılık ve onun ilgi çekici olması bile sizi hemen bir adım öne taşımaya yetiyor. Biz de adımlarımızı bu doğrultuda atıyoruz.

HEDEFLERİN TEPESİNDE KURUMSALLAŞMAK BULUNUYOR

Firmamızı daha ileri noktalara taşıma hedeflerimizin başında kurumsallaşmak bulunuyor. Bugüne kadar kalıplaşmış bir düzen var, ancak bu düzenin içerisinde bazı eksikler de var. Yeni nesil olarak kurumsallaşma yönünde atılacak adımlar, çok kısa vadede olmasa da son derece önemli. Bunun dışında iş hacmimizi nasıl artırabiliriz? Talepler ne yönde ve bunlara nasıl cevap verebiliriz? Hangi yeni pazarlara girebiliriz? diyerek sürekli bir araştırma içerisindeyiz. Hedeflerimizi her zaman yüksek tutmalıyız ki yarısına bile ulaşsak, bu bizim için başarı sayılacaktır.

BABY&KIDS

Bombili

1988

Duaçınarı Mahallesi Vişne Caddesi Devrengeç Sokak No:7 Yıldırım / BURSA / TÜRKİYE

Tel : +90 0224 363 22 58-59 www.bombili.com.tr e-mail : info@bombili.com.tr

"ÖNCELİKLİ HEDEFİMİZ YURTDIŞI PAZARLAR"

Popolin Kids Genel Müdürü Muhammet Ali Bektaş, firmalarında kardeşiyle birlikte ikinci kuşak olarak işleri daha ileriye taşımanın planlarını yapıyor. Bektaş, "İç piyasanın darlığı ve fiyatları belli seviyeye kadar kaldırabilmesi nedeniyle öncelikli hedefimiz yurtdışı pazarlar" diyor.

İKİ KARDEŞ İŞLERİN BAŞINDA

Şirketimiz 1995 yılında kuruldu. Fakat öncesinde de babam konfeksiyon üzerine ticaret yapıyordu. O da bu işi dedemden devralmış. Yani aslında biz üçüncü kuşağız. Ben işletme mezunuyum. Üniversiteyi bitirdiğim 2009 yılından bu yana işlerin içerisindeyim. Firmamızda sorumluluk artık kardeşimle bende. Bizim aynı zamanda Balıkesir'de de bir dikim atölyemiz var. Babam artık daha çok oranın başında duruyor. 2010 yılında firmamız limited şirkete döndü ve biz de kardeşimle beraber işlerin başına geçtik.

Bugün büyümek, gelişmek ve çağı yakalamak isteyen tüm firmalar belirli kriterlere göre hareket etmek zorunda. Özellikle fuarlar ve yurtdışı seyahatleriyle daha fazla yabancı müşteriye ulaşmak için çalışıyorlar. Bizim de en temel hedefimiz bu. İç piyasanın darlığı ve fiyatları belli seviyeye kadar kaldırabilmesi nedeniyle temel hedefimiz yurtdışı pazarlar. Bunu da en başta fuarlara katılarak gerçekleştirmek istiyoruz. Her ne kadar ürünlerimizin yüzde 70'i Laleli üzerinden satılsa da, özellikle fuarlar aracılığıyla yabancı müşterilere ulaşmayı ve yurtdışı satışlarımızı artırmayı istiyoruz.

Babamdan aldığım en önemli tecrübe; yaşanan olaylara soğukkanlı bakarak sağlıklı düşünmek ve buna uygun stratejiler geliştirerek sonuç odaklı hareket etmektir.

"YENİ MÜŞTERİLERE VE PAZARLARA ULAŞMAMIZ ŞART"

Sektörümüzde firmaları kuran birinci kuşak uzun yıllar boyunca belli model ve ürünlere odaklanarak bunların satışını Laleli üzerinden gerçekleştirmiş. Zaten bu durum da onlara yetiyormuş. Fakat tablo artık değişti. Laleli piyasası daraldı ve bizlerin doğrudan müşterilere, yani yeni pazarlara ulaşması şart. Öte yandan bugün piyasada çok fazla üretici var ve sizlerin bu koşullarda ayakta kalabilmeniz ancak kaliteli ürünleri, daha ucuza imal etmenizle mümkün.

"HEP ARAŞTIRMA İÇERİSİNDEYİZ"

Babam uzun yıllar işleri tek başına yürütmüş. Biz ise bu konuda daha şanslıyız. Kardeşimle beraber her konuyu istişare ederek, en doğruyu bulmaya çalışıyoruz. Ben daha çok yurtdışı müşterilerle, kardeşim ise iç piyasa ve model seçimleriyle ilgileniyor. Nasıl daha güzel ürünler yapabiliriz, daha fazla adede nasıl ulaşabiliriz, şu an bulunduğumuz durumdan bir basamak daha yukarı nasıl çıkabiliriz? diyerek sürekli araştırma içerisindeyiz. Büyümeyle ilgili kendimize bir hedef koymadık, çünkü piyasa koşulları uzun vadeli hedefler belirlememizin önünde bir engel. Ancak üretim rakamlarımızı her yıl yüzde 20 seviyesinde yükseltmek, kalitemizi daha ileri taşımak, Türkiye içinde ve yurtdışı pazarlarda tanınan bir firma hale gelmek istiyoruz.

FUARLAR ÇOK ÖNEMLİ

Junioshow Fuarı'nda güzel bir müşteri potansiyeline ulaştık. 31 Mayıs 2016'da Bursa'ya gelecek olan alım heyetinde de yeni müşterilerle tanışmak istiyoruz. Önümüzdeki yıl hem ocak hem de temmuz aylarında Bursa'da tekrar düzenlenecek fuarlarla birlikte yeni alıcılarla temas kurmak hedefindeyiz. Bugün valizimizi alıp ülke ülke gezerek yeni müşteriler aramak gibi bir imkânımız maalesef yok. Bu yüzden fuarlar çok önemli. Artık yenilik yapmayan, yeniliklere açık olmayan firmaların ayakta kalması mümkün değil. Biz de ARGE'ye, tasarıma, pazarlamaya, profesyonel danışmanlıklar almaya büyük önem veriyoruz. 10-15 yıl önce 3-4 modelle 4-5 sezon satış yapmak mümkünmüş. Bugün ise alıcılar aynı sezonun içerisinde bile yeni ürünler görmek istiyor. Bu koşullarda ayakta kalmanın yolu da tasarıma, ARGE'ye, inovasyona önem vermekten geçiyor.

Leylek

Leylek'in Getirdiği Bebeklere

Tiasis

Yumuşacık Bir Dokunuş...

Yunus Emre Mh. Köklü Cd. No:75 Yıldırım / Bursa / Türkiye
T: +90 224 364 22 17 F: +90 224 364 23 12
tiasis.com info@tiasis.com

Mehtap KINDIRA
Proje Uzmanı / Tekstil Mühendisi
Bursa Ticaret ve Sanayi Odası

"Dünle beraber
Gitti cancağızım
Ne kadar söz varsa
Düne ait
Şimdi yeni şeyler
Söylemek lazım"

Mevlana Celaleddin Rumi

DEĞİŞİM VE GELİŞİM ZAMANI

Her geçen gün değişen bir dünyada ve zamandayız. Bu değişime direnmek yerine kabullenmek ve uyum sağlamak hem kurumların hem şirketlerin hem de bireysel olarak hepimizin gelişimi için zaruridir. Heraklitos'un dediği gibi "Değişmeyen tek şey değişimin kendisidir".

Günümüz dünyasında sürekli değişmekte olan iş yapma şekilleri ve ticaret anlayışları yeni zorlukları da beraberinde getiriyor elbette. Misal rekabet anlayışı; yıllardır öğretile geldiği üzere, aynı veya benzer işi yapan iki firmanın birbirini rakip görerek buna göre strateji belirlediği bir dünyadan, bu firmaların bir araya gelerek dünyadaki devler ile rekabet edebilecekleri yepyeni bir model ve yeni stratejiler belirlemelerini gerektiren bir dünyaya dönüşmekte. Bu yeni iş modellerinden en önemlisi şüphesiz ki, bizim tarihimizde, kültürümüzde aslında çok aşina olduğumuz "kümelenme"dir. Ur-Ge projelerinin de temel altyapısını oluşturan kümelenme yaklaşımı ile firmaların ortak hedefler belirleyip, ortak bir vizyonla, birlikte hareket ederek dünyadaki diğer rakipleri ile çok daha güçlü ve daha kalıcı rekabet edebilmeleri mümkün olmaktadır. Bu da daha geniş bir perspektifte ülkemizin dünyadaki rekabet gücünün arttırılmasına katkı sağlamaktadır.

Bebe ve Çocuk Konfeksiyonu Sektörü'nün Bursa'dan Dünyaya Açılımı Ur-Ge projesinde ihtiyaç analizi çalışmalarına başlandığından itibaren 1 yıl geçti. Bu 1 yılda kat edilen yol hayli uzun, zaman zaman farkına varamasak da çok önemli bir değişimin içindeyiz ve günden güne gelişmekteyiz. Bu 1 yılda konuşmakta olduğumuz dil bile değişmeye başladı. Misal; Laleli'ye, Osmanbey'e nasıl daha fazla ürün satabileceğimizden sıkça bahsederken, şimdi "Amerika'ya, Güney Afrika'ya nasıl satış yaparız, o pazarlara nasıl hakim oluruz?"u konuşmaya başladık.

Değişim bir anda ve kolayca olmuyor elbette, zaman alan, bazen sancılı, bazen keyifli bir süreç. Ur-Ge tebliğinin esas amacı da işte tam bu noktada; değişen dünya, ticaret ve rekabet koşullarına şirketlerin, sektörlerin ayak uydurmalarını kolaylaştırmak, yeni, alışılagelmişin dışında bir modelle firmaların uluslararası rekabetçiliğini arttırmaktır. Ur-Ge tebliğinin yürürlüğe girmesinden önce ciddi incelemeler, araştırmalar yapıldı. Ekonomi Bakanlığı tarafından önce "KOBİ İşbirliği ve Kümelenme" projesi tasarlandı ve belirlenen 5 pilot ilde yapılan çalıştaylar, istişareler sonucu belirlenen sektörlerle bu projeler kapsamında kümelenme çalışmaları yapıldı. Bizzat yer aldığım bu proje, uygulanan 5 pilot ilde başarılı bulununca, elde edilen çıktılar Ur-Ge tebliğinin alt yapısını oluşturmuş oldu. Ur-Ge tebliğinin yürürlüğe girmesi ile birlikte de değişim rüzgarı özel sektörde faaliyet gösteren firmaları ve proje yürütücüsü kurumları da etkisi altına almaya başladı.

Değişim elbette tek başına değil, "gelişim" ile birlikte vuku bulduğu sürece daha anlamlı olmakta. Gelişim için de projenin bizlere sunduğu en önemli imkanlardan olan eğitim ve danışmanlık faaliyetlerinden en doğru şekilde istifade etmek gerekmekte. Bu bağlamda, şimdiye kadar gerçekleştirilen ve önümüzdeki dönem için planlanan eğitim ve danışmanlık faaliyetleri ile elde edilen bilgi ve beceriler ile dünyadaki değişime uyum sağlamak daha kolay olacaktır. Önümüzdeki dönem proje kapsamında planlanan eğitim ve danışmanlık faaliyetlerinden bazıları; Üretim Planlama, Üretim Süreçleri Yönetimi, Üretim Verimliliği, Tedarik Zinciri Yönetimi, Ürün ve Pazarlama İnovasyonu, Müşteri İlişkileri Yönetimi, Dış Ticaret, Pazarlama Yönetimi, Kurumsallaşma ve Kurumsal Yönetim, Bebek ve Çocuk Konfeksiyonu'nda Güncel Gelişmeler ve Yeni Teknolojiler, İnsan Kaynakları Yönetimi'dir.

Netice olarak hayatta kalabilmek için değişim ve gelişim kaçınılmazdır. Tıpkı kartalın hikayesindeki gibi;

"Kartal, en uzun yaşayan kuş türlerindendir. 70 yıla kadar yaşayan kartallar vardır. Ancak bu yaşa ulaşmak için, 40 yaşındayken çok ciddi ve zor bir karar vermek zorundadır. Kartalın yaşı 40`a vardığında pençeleri sertleşir, esnekliğini yitirir ve bu nedenle de beslenmesini sağladığı avlarını kavrayıp tutamaz duruma gelir. Gagası uzar ve göğsüne doğru kıvrılır. Kanatları yaşlanır ve ağırlaşır. Tüyleri kartlaşır ve kalınlaşır. Artık kartalın uçması iyice zorlaşmıştır. Dolayısıyla kartal burada iki seçimden birini yapmak zorundadır:

– Ya ölümü seçecektir,

– Ya da yeniden doğuşun acılı ve zorlu sürecini göğüsleyecektir.

Bu yeniden doğuş süreci 150 gün kadar sürecektir. Bu yönde karar verirse kartal bir dağın tepesine uçar ve orada bir kayada, artık uçmasına gerek olmayan bir yerde, yuvasında kalır. Bu uygun yeri bulduktan sonra kartal gagasını sert bir şekilde sürekli olarak kayaya vurmaya başlar. En sonunda kartalın gagası yerinden sökülür ve düşer. Kartal bir süre yeni gagasının çıkmasını bekler. Gagası çıktıktan sonra bu yeni gaga ile pençelerini yerinden söker çıkarır. Yeni pençeleri çıkınca kartal bu kez eski kartlaşmış tüylerini yolmaya başlar. 5 ay sonra kartal, kendisine 20 yıl veya daha uzun süreli bir yaşam bağışlayan meşhur yeniden doğuş uçuşunu yapmaya hazır duruma gelir."

CLASSIC SPECIAL

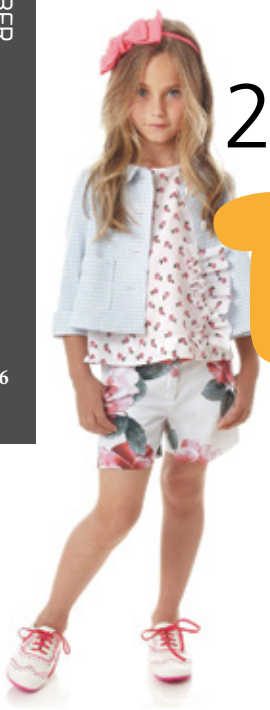
COOL®

exclusive

MELCAN®

GROUP

Fab :Yunusemre Mh. Kehribar Sk. No:7 Yıldırım/BURSA Tel.: +90.224 342 00 59 Fax: +90.224 342 03 11
Mağz:Yunusemre Mh. Köklü Cd. No:69 Yıldırım/BURSA Tel.: +90.224 342 00 59 Fax: +90.224 342 03 11
melcan_kids@hotmail.com melcankids 0.507 769 11 40 www.melcankids.com.tr



2016-2017 SEZON TRENDLERİ BELİRLENDİ

URGE projesi kapsamında Fransa'nın en büyük trend ofislerinden biri olan Promostyl firmasından danışmanlık alan küme üyesi firmalar, gerçekleştirilen eğitimlerden önemli kazanımlarla ayrıldı.

"Bebe ve Çocuk Konfeksiyonu Sektörünün Bursa'dan Dünyaya Açılımı" URGE Projesi kapsamında verilen danışmanlık hizmetleri ile proje katılımcılarının 2016-2017 Sonbahar-Kış ve 2017 İlkbahar-Yaz bebek ve çocuk giyim trendlerine uygun ürünler üretmeleri ve uluslararası pazarda rekabet güçlerini yükseltmeleri amaçlandı. Küme üyesi firmaların temsilcileri, Fransa'nın en büyük trend ofislerinden olan Promostyl firmasından eğitimler alarak, önümüzdeki sezonlar için kendilerine yeni ufuklar çizdiler.

URGE projesi üyesi olan 34 firmanın katılım gösterdiği faaliyetler, 2015 Ekim ayı sonunda başladı ve toplamda 30 gün çalışma yapıldı. 2016 Ocak ayında Junioshow Fuarı'nda düzenlenen son eğitim ile süreç tamamlandı. URGE projesi trend ve tasarım danışmanlığı faaliyeti sonunda hayata geçirilen çalışmalar şunlar oldu:

Danışmanlık Süreçleri

- Keşif ve Analiz
- Eğitim İçeriğinin Hazırlanması
- 2016-2017 Sonbahar-Kış ve 2017 İlkbahar-Yaz Trend Rehberi
- Eğitim; Konferans ve Atölye
- Fuar Konferans

Keşif ve Analiz

Danışmanlık faaliyeti, URGE kapsamında kayıtlı 34 bebek ve çocuk giyim firmasının ihtiyaçlarının analizi ile başladı. Firmalar birebir ziyaret edilerek sektör hakkında ihtiyaç tespiti gerçekleştirildi ve firmaların mevcut koleksiyonları incelendi. Koleksiyonların hangi pazarlara yönelik hazırlandığı, koleksiyon hazırlama süreleri, modeller, kullanılan kumaşlar ve renkler konusunda bilgi edinildi. Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'nın hazırladığı sektör analizi raporu ve Junioshow fuar bilgileri trend ofisi ile paylaşıldı.

Eğitim İçeriğinin Hazırlanması

Eğitim iki kısım olarak kurgulandı. İlk bölüm teorik çalışma, ikinci kısım ise

uygulama; atölye çalışması. Teorik çalışma kısmında Avrupa, Rusya ve Asya pazarı trendleri, trendlere yön veren öncü markalar, trendlerin belirlenmesinde rol oynayan sosyolojik öğeler, örnek başarı hikâyeleri ve trendlerin ürünlere, markalara nasıl uyarladığına dair bilgiler firmalarla paylaşıldı. Atölye çalışmasında ise bilgileri verilen trendlerin, markalara uyarlanması üzerine nasıl yapılandırılacağına dair aktif çalışma uygulaması, renk, baskı ve model üzerine trend atölyesi gerçekleştirildi.

Trend Rehberi
2016-2017 Sonbahar-Kış ve 2017 İlkbahar-Yaz çocuk giyim trendlerinin; renk, model ve baskı detayları ile konsept hikayelerini içeren bir kitapçık oluşturularak katılımcılarla paylaşıldı.

Eğitim

Edinilen bilgiler doğrultusunda trend ve tasarım uzmanları tarafından sektör özelinde hazırlanan eğitim programı gerçekleştirildi. Birinci aşamada trendlerin çıkış noktalarından, bebek ve çocuk giyim modasının ortaya çıkan eğilimlerden ve bunların sebepleri anlatılarak, ünlü markalar ve onların stratejilerinden çalışmalar açıklandı. Toplumların yapıları ve dolasıyla renk seçimlerinin değişkenliğinden söz edildi. Rusya, Avrupa ve Asya pazarı trendleri hakkında da bir sunum gerçekleştirildi. Ayrıca; gelecek vizyonları ve senaryoları hakkında ve trendlerin nasıl marka bazında değerlendirileceğine dair önemli bilgiler firmalara aktarıldı.

İkinci aşamada da, eğitim surecisince verilen bilgilerin katılımcıların kendi markalarına veya eğitmenler tarafından seçilen iki firmaya uyarlamasının nasıl olabileceğine dair atölye çalışması düzenlendi.

Fuar Konferansı

Danışmanlık faaliyetinin son kısmı olan fuar konferansı, 14 Ocak 2016 tarihinde Junioshow Fuar'ında yer alan Trend Sohbet Alanında Promostyl Trend firmasından konusunda uzman kişiler tarafından gerçekleştirildi. Eğitimde; Türkiye iç pazarı, Rusya ve Arap ülkelerine yönelik 2017 İlkbahar-Yaz trendleri anlatıldı.

Sonuç ve Öneriler

Faaliyetten genel memnuniyet düzeyi yüzde 94 oranda yüksek ve çok yüksek olarak kaydedilirken, katılımcılar "Faaliyet firmanıza yeni bilgi ve beceriler kazandırdı mı?" sorusuna yüzde 76 oranda "evet" cevabını verdi. Ayrıca katılımcıların yüzde 94'ü bu faaliyeti firmaları için çok gerekli gördüklerini ifade ettiler. Eğitim gün sayısı ve firmalarla birebir görüşmelerin arıtılarak danışmanlık faaliyetinin daha uzun bir süreçte ve daha yoğun olarak gerçekleştirilebileceği de gelen öneriler arasında yer aldı.

"SEKTÖRÜN BAŞARISI ORTAK HAREKETTE SAKLI"

Dündarlar Bebe Toptan sahibi Sedat Dündar, "Biz her zaman sektörün birlikte hareket etmesi gerektiğini düşünen bir firmayız. Beraber ne kadar güçlü olur ve ortak hareket edersek bu hepimizin faydasına" dedi.

Dündarlar, çocuk giyim sektörünün ilk firmalarından. 70'li yılların ortalarında kuruldu. Uzun yıllar boyunca konfeksiyon ve trikotaj üretimi gerçekleştiren firma, 2001 yılında toptan ticarete de adım attı. Toptan satışlar ile üretimin birlikte yürümeyişinden ötürü 2004'te tamamen toptan ticarete dönen şirket, yaklaşık bir yıl önce sektörün kalbinin attığı Vişne Caddesi'ne taşındı. Vişne Caddesi'ndeki ilk yıllarında yüzde 40'a yakın bir büyüme yakalayan ve 2016'da da bu grafiğini korumayı hedefleyen Dündarlar Bebe Toptan'ın sahibi Sedat Dündar, "Bugün satışlarımızın yüzde 90'ı iç piyasaya dönük. Yabancı müşteri potansiyelimiz son bir yılda, yani Vişne Caddesi'ne geldiğimizden beri oluştu. Ama bu oranı daha da yükseltmek istiyoruz. Bu yöndeki hedefimiz de yüzde 50-50" dedi.

Bugün tek başına fuarlara katılmalarının firmalar için ciddi maliyeti olduğunu söyleyen Dündar, "Ancak BEKSİAD önderliğinde bu fuar katılımları sağlanabilirse ki burada firma tanıtımları değil, Vişne Caddesi ve sektörün Bursa'daki potansiyeli anlatılırsa önemli kazanımlar sağlanacağına inanıyorum" diye konuştu. Sedat Dündar, Dündarlar'ın 40 yıllık geçmişi, geldiği nokta ve gelecek hedeflerini anlattı…

Dündarlar Bebe Toptan'ın kuruluşu ve bugünlere gelişini anlatır mısınız?
Ailemiz 1970 senesinde Batı Trakya Gümülcine'den göç edip Bursa'ya yerleşmiş. O yıllardan beri de tekstil ticaretinin içerisindeyiz. Kuruluşumuz 1970'li yılların ortaları. Toptan işine girmeden önce konfeksiyon ve trikotaj imalatı yapıyorduk. Baktığımızda şu an binlerce üretici var bu sektörde ama o yıllarda Bursa'daki 8'inci firma bizmişiz. Yani Dündarlar olarak mazimiz oldukça eski.

Toptan ticarete ne zaman adım attınız?
2001 yılında toptan ticarete başladık, fakat 2004 yılına kadar üretime de devam ettik. Tabii toptana başlayınca imalatlar sekteye uğramaya, ürettiğimiz ürünleri satmakta zorlanmaya başladık. Ve biz de ağırlığımızı toptana verdik. Bir yıl kadar önce de Vişne Caddesi'ne geldik, daha önceki yerimiz Cumhuriyet Caddesi'ndeydi. Orada 7 katlı bir mağazamız vardı. Bu mağazamız ise 5 katlı ve toplamda 1200 metrekare. Bilirsiniz toplumda; macırlar kendi mülkünden kiraya geçmezler, genellikle kiradan kendi mülküne geçerler diye bir deyiş vardır. Ama biz kendi yerimizi bırakıp buraya kiraya geldik. Çünkü sektörün kalbi burada atıyor.

Satış, istihdam, ihracat ve cirosal rakamlarınız hakkında bilgi verir misiniz?
Sektörün büyümesi ve gelişimi devam ediyor. Ve biz de buna paralel büyümemizi sürdürüyoruz. Bugün İran'a, Lüb-

nan'a, Mısır'a, Cezayir'e, Azerbaycan'a, Rusya'ya mal satıyoruz ama bunlar doğrudan ihracat şeklinde gerçekleşmiyor. Biz, İstanbul'daki dış ticaret şirketlerine fatura kesiyoruz, ihracatı onlar yapıyor. İhracat bugün o şirketler üzerinden gerçekleşse de ilerleyen dönemlerde bu döngünün kırılacağına ve firmaların doğrudan ihracattaki paylarının artacağını düşünüyorum.

Yabancı müşteri potansiyelimiz son bir yılda, yani Vişne Caddesi'ne geldiğimizden beri oluştu diyebilirim. Satışlarımızın toplamının yüzde 90'ı iç piyasaya, yüzde 10'u ise yurtdışına gidiyor. Ama bu yüzde 10'luk dilim sürekli artıyor. Yurtiçinde de İstanbul ve Trakya bölgesi haricinde bütün Türkiye'ye hitap ediyoruz. Bünyemizde 20 çalışanımız var. Ancak dolaylı yoldan istihdama katkımız ise bu sayının çok çok üzerindedir. Ve ürünlerini sattığımızın 100'ün üzerinde firma var. Bursa'nın dışında İstanbul, İzmir, Gaziantep'ten de firmalar var. Ve şu bir gerçek; Gaziantep bebe çocuk konfeksiyonu alanında çok hızlı büyümeye başladı. Sektör olarak bu gerçeği göz ardı etmemek gerekiyor.

BEKSİAD'A BÜYÜK GÖREV DÜŞÜYOR

Sektördeki konumunuzu nasıl anlatırsınız?

Biz her zaman sektörün birlikte hareket etmesi gerektiğini düşünen bir firmayız. Diğer firmalarla birlikte ne kadar güçlü olur, ortak hareket edersek bu hepimizin faydasına. Geçmiş dönemlerde İran ve Cezayir'deki fuarlara katılmıştık ve buralardan bölgemize müşteriler getirdik. Haliyle bu müşterilerden diğer arkadaşlarımız da yararlandı. Bu alanda herkesin elinden geldiği kadar çalışması gerekiyor ki sektör daha iyi noktalara gelsin. Tabii bu durumun gerçekleşmesi için BEKSİAD'a da büyük görev düşüyor. Firmalar olarak tek başımıza fuarlara katılmak ciddi bütçeler istiyor. Ancak BEKSİAD önderliğinde bu fuar katılımları sağlanabilirse ki burada firma tanıtımları değil, Vişne Caddesi ve sektörün Bursa'daki potansiyeli anlatılırsa önemli kazanımlar sağlanacağına inanıyorum.

Çocuklarda nasıl bir ürün gurubuna hitap ediyorsunuz?

Ürün yelpazemiz 0-14 yaş gurubu içeriyor. Fakat bebek grubu o kadar geniş ki sıfır yaş dediğimizde bunun içerisinde araç gereçler de giriyor. Ama bizde araç gereç ürünleri yok. Giyimle ilgili olan 0-14 yaş grubu ürünlerinin satışını gerçekleştiriyoruz. Ve tüm yaş gruplarında eşit bir oran var.

"BİR YILDA YÜZDE 40 BÜYÜDÜK"

Bir yıldır Vişne Caddesi'ndeyiz dediniz. 2015 sizin için nasıl geçti?

Vişne Caddesi'ne bir yıl önce geldik ama keşke daha önce gelseymişiz. Bebe çocuk giyim sektörü bugüne kadar Bursa'nın farklı farklı bölgelerinde gelişim göstermiş. Geçmiş 40 yıla baktığımızda Beşyol, Gençosman, Cumhuriyet Caddesi ve son olarak Vişne Caddesi ön plana çıkıyor. Vişne Caddesi bu alanda son durak ve buranın gelişimde Ömer Balgüneş'in ciddi katkısı vardır. İlk önce buraya o gelmiş ve ardından diğer firmalar burada toplanmaya başlamış. Satışlar açısından güzel ve verimli bir 2015'i geride bıraktık. Ve bir önceki yıla oranla ciro bazlı büyümede yüzde 40'a yakın artış gösterdik. Bunda da şüphesiz en büyük etken Vişne Caddesi'nin potansiyeli. Burada şöyle bir örnek vermek istiyorum. Diyelim ki yurtiçinde bir müşterimiz ayda 5 kez Bursa'ya geliyor. Biz Cumhuriyet Caddesi'nde olduğumuz dönemde bunların belki ikisinde bize uğruyor, üçünde uğramıyordu. Ama bölgeye geldiğimizden beri bu müşterimiz 5 gelişinin tamamında bize uğramaya başladı. Tabii bu da doğal olarak satışlarımıza yansıyor. Aynı şekilde Vişne Caddesi'nin yeni ve yabancı müşterileri de bu durumu tetikliyor.

Biz her zaman sektörün birlikte hareket etmesi gerektiğini düşünen bir firmayız. Diğer firmalarla birlikte ne kadar güçlü olur, ortak hareket edersek bu hepimizin faydasına.

2016 nasıl geçiyor?

Aynı hızla devam ediyor. 2015'e göre de ilk 3 ayda yüzde 30 artıdayız. Bu yılı da 2015'e göre yüzde 30-40 aralığında artışla kapatmayı hedefliyoruz. Bu büyümede önemli olan müşteriye ulaşabilmeniz, onun size ulaşması, doğru ve kaliteli ürünlerle ticaret yapmanız.

İÇ PAZARI GÖZ ARDI ETMEDEN YENİ PAZARLAR ARAMALI

Firma olarak varmak istediğiniz nokta nedir?

Yurtdışı pazarlar bizim için çok önemli ama iç piyasa da bir o kadar değerli. Çünkü bugün Rusya'dan, Ukrayna'dan, İran'dan ya da Cezayir'den buraya müşteriler geliyor, ancak bunlar belki 3 yıl sonra gelmeyebilir. Fakat Balıkesir, Ankara ya da İzmir'deki müşteriler sürekli burada. Dolayısıyla iç piyasayı göz ardı etmeden yeni pazarlar aramak lazım. Tabii bu yön-

deki hedefimiz yurtdışına daha çok mal satabilmek ve satışlarımızda yüzde 50-50 oranını yakalamak.

Rusya ve Ukrayna'daki gelişmelerin sektörü ciddi manada etkilediği söyleniyor. Bu konuda neler söylersiniz?
Pazar noktasında sadece Rusya hitap eden üreticiler son dönemdeki gelişmelerden ciddi manada etkilendi. Gerçekten sıkıntılı bir süreç yaşanıyor. Bu duruma karşı yapılabilecek en doğru şey de yumurtalarımızı ayrı ayrı sepetlere koymanın yollarını bulmaktan geçiyor. Yani, dünyanın her yerinden müşterilerimizin olması lazım. Zaten baktığımızda büyük şirketlerin, holdinglerin ihracatta onlarca ülkeyle çalıştıklarını görürüz. Biz de sektör olarak bunu başarırsak, işte o zaman Rusya ya da Ukrayna'da patlak veren bir krizi daha az hasarla atlatabiliriz. Ayrıca bugün gerçekten Avrupa kalitesinde ürünler yapıyoruz. Dolayısıyla bütün dünya bizim için potansiyel bir pazar.

Orta ve uzun vadede gündeminizde proje, yatırım planlarınız var mı?
Yakın zaman için yeni bir yatırım planımız ya da projemiz yok. Ancak bu konuda söylemek istediğim bir şey var: Bana göre içinde bulunduğumuz sistem bayilik şekline gidiyor. Bizim hedefimizde de Bursa'daki sadece belli birkaç firmanın mallarını satabilmek var. Ve o marka üzerinden ilerlemek. Biliyorsunuz bugün piyasada belirli markalar mevcut ve bunların oluşumu, bugünlere gelişi kolay olmadı. Yeni baştan bir firma kurarak, aynı noktayı yakalamak çok zor. Ama böyle bir değer varken, bu değeri üretici imalat biz de pazarlama noktasında birleşerek daha ileri konuma taşıyabiliriz.

"FUARLARI SADECE SATIŞIN YAPILDIĞI YER OLARAK GÖRMEMEK LAZIM"

Bebe çocuk giyim sektörünün şu anki durumunu nasıl görüyorsunuz?
Sektör özellikle son 5 yıldır hızlı bir büyüme trendi içerisinde. Yılın ilk ayındaki fuarın da hem Bursa'ya hem de sektörümüze artı bir değer kattığını düşünüyorum. Bu fuarda BTSO ve BEKSİAD yönetimlerinin ciddi emekleri var ve onlara teşekkür etmeden geçemeyeceğim. Önümüzü gerçekten açtılar. Biz bu fuara katıldık, bundan sonrakilere de katılmayı planlıyoruz. Ama fuarları sadece satış yerleri olarak görmemek lazım. Fuar organizasyonları müşterilerle tanışma, ürünlerinizi sergileme ve yeni bağlantılar kurma alanlarıdır. Ocak ayındaki ilk fuara Amerika'dan Gana'ya, Cezayir'den Rusya'ya kadar pek çok ülkeden müşteriler geldi. Eğer bu fuar olmasaydı bu insanlar Bursa'ya gelmezlerdi. İşte bu yüzden fuarları, dünyadaki alıcıları getirebilmek için önemli platformlar olarak görmekte fayda var. Gereken altyapıyı hazırladığınızda zaten satış sonrasında kendiliğinden geliyor. Bu yüzden daha büyük düşünmek lazım.

Sektörün sıkıntıları sizce neler?
Bence en büyük sıkıntı ulaşım. Bize yurtdışından gelen müşterileri gidip İstanbul'dan ya da Mudanya'dan almak zorunda kalıyoruz. Aynı zamanda konaklamayla ilgili de eksiğimiz var. Kesinlikle bölgemizin bir otel ihtiyacı var. Bir yandan da bölgemizdeki trafik sorununun da bir an önce çözüme kavuşturulması şart. Burada sadece trafik yoğunluğunu kastetmiyorum. Son dönemde çok hızlı araç kullanan insanlar var. Allah korusun ama bir yabancı müşteriye ki özellikle Rusya bölgesinden gelenlerin çoğu kadın müşteriler, onlardan birine araba çarpması bölgemizin prestiji açısından kötü bir algı oluşturabilir. Bu nedenle ilgili kurumların caddenin belli bölgelerine bir an önce hız kesici şeritler koyması faydalı olacaktır.

ULAŞIM VE KONAKLAMA SIKINTISI!

Rekabette sizi en çok neler zorluyor?
Belki çok fazla oyuncunun bulunması diyebiliriz ama bu da bir yandan sizi hırslandırıyor ve canlı tutuyor. Biz de bu kadar geniş bir ürün gamı içerisinde kaliteli ve doğru ürünler yapan, yeni ürünler geliştirme kapasitesi, bilgisi ve yeteneği olan firmalarla çalışmaya gayret ediyoruz. Sıkıntısını yaşadığımız bir konu ise çekler. Tabii bu sadece bizim değil tüm sektörlerin sıkıntısı. Biz burada iyi niyet içerisinde bir ticaret yapmaya çalışıyoruz. Ama piyasada art niyetli insanlar da var ve bu pek çok firmayı zora sokabiliyor. Kesinlikle çek yasasının tekrar düzenlenmesi gerekiyor. Cezai müeyyidelerinin artması, devlet ya da bankaların teminat istemesi lazım.

İnternet üzerinden satış yapıyor musunuz?
İnternet üzerinden satışlar giderek artmaya başladı ki bu günden güne daha da büyüyecektir. Özellikle yeni nesil interneti daha fazla kullanıyor. Bizim de Rusya ve farklı bölgelere yönelik internet üzerinden satışlarımız var. Şu an toplam satışlarımızın yüzde 10'a yakını bu şekilde gerçekleşiyor.

www.difakids.com
/Difakids
Difa Kids
0224 362 12 10
0532 567 96 44
info@difakids.com
Yunus Emre Mah. Kadife
Sok. No: 3 Yıldırım / Bursa

BEKSİAD'DAN İNEGÖL ÇIKARMASI

BEKSİAD, mobilya sanayinin başkenti İnegöl'de Mobiliyum AVM, İnegöl Mobilya Sanayicileri Derneği (İMOS) ve Çilek Mobilya'yı ziyaret ederek, mobilya sanayinin gelişimini yerinde inceledi.

BEKSİAD, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası işbirliği ile yürüttüğü 'Bebe Çocuk Konfeksiyonu Sektörünün Bursa'dan Dünyaya Açılımı' UR-GE projesi kapsamında proje üyelerine yönelik İnegöl'e tecrübe paylaşımı gezisi düzenlendi.

Gezi kapsamında BEKSİAD Başkanı Halil Atalay, BTSO Meclis Başkan Yardımcısı Mesut Okyay, BEKSİAD Yönetim Kurulu üyeleri ve bebe çocuk konfeksiyonu sektörünün temsilcilerinden oluşan kalabalık bir heyetle, İnegöl'de incelemelerde bulundu.

BEKSİAD'ın İnegöl'de ilk durağı Mobiliyum AVM oldu. Türkiye'nin ilk mobilya AVM'sinde Mobiliyum AVM Genel Müdürü Mustafa Çaltılı'dan bilgi alan heyet, İMOS'u da ziyaret ederek İMOS Başkanı Yavuz Uğurdağ ve Yönetim Kurulu üyeleriyle bir araya geldi. Bebe ve çocuk konfeksiyonu sektörü temsilcileri son olarak ise Çilek Mobilya'nın üretim tesislerini inceleme fırsatı buldu.

"ORTAK AKLI HAREKETE GEÇİRDİK"

İnegöl temaslarıyla ilgili açıklamalarda bulunan BEKSİAD Başkanı Halil Atalay, "Bebe ve çocuk konfeksiyonun kalbinin attığı bir şehirde hedefimizi dünyanın çocuklarını giydirmek olarak belirledik ve bu vizyon doğrultusunda Bursa'da ortak akılı hareket ettirmeyi başardık. Son dönemde sektörümüzde gün geçtikçe artan bir güç birliği var. Ortak bir hedefle bir araya gelen iş adamları olarak bu fırsatı değerlendirmemiz gerektiğini düşünüyorum" dedi.

İnegöl'ün yüz yıllık tecrübesiyle mobilya sektöründe örnek bir model olarak karşılarında durduğunu söyleyen Başkan Atalay, şöyle konuştu:

"Henüz çok genç olan sektörümüz BTSO işbirliğiyle gerçekleştirdiğimiz kümelenme çalışmalarıyla örnek bir modele imza attı. Ana hedefimiz ise bu başarının sürdürülebilir olarak inşa etmek. Dünyada her geçen gün değişen ekonomik dengelere ayak uydurabilmek, rekabette bir adım öne çıkabilmek ve dünyada söz sahibi olabilmek için kentimizde, ülkemizde ve dünyadaki tüm örnekleri yakından inceliyoruz. Sektörümüzün önünü açmak ve kabiliyetini artırmak için bu tarz etkinlikleri sürekli kılacağız."

Petite Ponpon Baby

Serbest Tekstil LTD. ŞTİ

Duaçınarı Mah. Renkli Sk. 13/A Yıldırım - BURSA (Showroom)

Vatan Mah. Vefalı Sk. No:1 Yıldırım - BURSA

0 224 273 28 31 0 545 273 28 34

www.ponponbaby.com

BİLLBOARDLAR ÇOK BEĞENİLDİ

Vişne Ticaret Bölgesi'ne Yıldırım Belediyesi'nin katkısıyla konulan ve BEKSİAD üyelerinin tanıtıldığı 2 billboard, bölge işadamları ve vatandaşlar tarafından çok beğenildi.

BEKSİAD Başkanı Halil Atalay, Yıldırım Belediyesi'nin desteğiyle Vişne Ticaret Bölgesi'ne yerleştirilen 2 billboardun, sektörün tüm paydaşları tarafından beğeniyle karşılandığını söyledi. Atalay, "Belediyelerimizin yetkilileri ile zaman zaman bir araya gelip, Vişne Ticaret Bölgesi'ne nasıl katkı sağlarız gibi çalışmalar yapıyoruz. Bu bağlamda 6 ay önce Yıldırım Belediye Başkanımız İsmail Hakkı Edebali'ye bu caddeye yapılacak olan billboardların fayda sağlayacağını söylemiştik. Başkanımız da bu çalışmayı hayata geçirdi. Şuan 2 billboardda BEKSİAD üyelerinin tanıtımları yapılıyor" dedi.

AYRI BİR HAVA KATTI

Billboardların caddeye ayrı bir hava kattığını söyleyen Atalay, "Billboardlar cadde üzerindeki ve dışındaki tüm sektör paydaşlarının beğenisini kazandı. Bu bağlamda başta Bursa Valimiz Münir Karaloğlu'na, Bursa Büyükşehir Belediye Başkanımız Recep Altepe'ye, BTSO Başkanımız İbrahim Burkay'a ve bu çalışmanın hayata geçmesinde büyük emeği olan Yıldırım Belediye Başkanımız İsmail Hakkı Edebali'ye çok teşekkür ederim" diye konuştu.

Her geçen gün bölgenin bir eksiğini gidermeye gayret ettiklerini belirten Atalay, "Önümüzdeki günlerde de bu bölgenin eksikliklerinin giderilmesi adına çalışmalarımız devam edecek" dedi.

KRİZE RAĞMEN BÜYÜYORUZ

Vişne Ticaret Bölgesi ile bebe-çocuk konfeksiyonu sektörünün emin adımlarla büyüdüğünü ve geliştiğini hatırlatan Atalay, "Şu an uluslararası bir ekonomik kriz var. Buna rağmen Vişne Ticaret Bölgesi ve bebe-çocuk konfeksiyonu imalatçıları bu krizi fırsata çevirmek adına birçok çalışma yapıyor. Fuar ve kümelenme çalışmaları bunlardan sadece birkaçı. Bunlarla birlikte makul seviyede bir gelişimimiz var. Bu seviyede büyümemizi ve gelişimimizi sürdüreceğiz. Sektörümüz artık krizleri fırsata çevirecek büyüklüğe ve güce sahip. Bunda ülkedeki ekonomik ve siyasi istikrarın payı göz ardı edilemez" dedi.

Başlangıçlar güzel olsun diye...

Bebitof

Bebeginizle.

www.bebitofbaby.com
E mail:bebitofbaby@hotmail.com

BEKSİAD İHH'YI AĞIRLADI

Bursa İHH Başkanı Hüseyin Kaptan ve yönetimi, BEKSİAD yöneticileri ile kahvaltıda bir araya geldi.

Bebe Çocuk Konfeksiyon Sektörü Sanayici ve İşadamları Derneği, düzenlediği kahvaltı programında Bursa İHH'yı ağırladı. BEKSİAD Başkanı Halil Atalay, İHH'nın ümmet coğrafyasında çok önemli bir misyon yüklendiğini ve çalışmalarını başarıyla sürdürdüğünü ifade ederek, "140 ülkede çalışmalarını sürdüren İHH'nın Bursa'daki çalışmalarını sürdüren değerli yöneticilerine çok teşekkür ediyoruz. Biliyoruz ki emanetlerimizin yerlerine eksiksiz bir şekilde ulaşıyor. Gönül rahatlığı ile kendileri vasıtasıyla dünya mazlumlarına destek çıkabiliyoruz. Bu meşakkatli yolda kendilerine kolaylıklar ve başarılar diliyoruz" dedi.

"4316 YETİM ÇOCUĞA BAKIYORUZ"

Bursa İHH Başkanı Hüseyin Kaptan da, 10 yılı geride bıraktıklarını belirterek, "Dolu dolu geçen 10 hizmet yılımızda siz değerli gönül dostlarımızın katkılarıyla birbirinden değerli birçok faaliyete imza attık. Bursa'da 267, yurt dışında 4049 olmak üzere toplamda 4 bin 316 yetim çocuğa bakıyoruz. Kutsal emanetler olarak gördüğümüz yetim çocuklarımızın barınma ve eğitim ihtiyaçlarının karşılanabilmesi adına 5 ülkede yetimhaneler inşa ettik.. Bugün geriye dönüp baktığımızda bu çalışmaları hep birlikte hayata geçirdiğimizi görüyoruz. Pek kıymetli desteklerinizden ötürü siz değerli gönül dostlarımıza çok teşekkür ediyoruz" dedi.

Konuşmaların ardından Bursa İHH Başkanı Hüseyin Kaptan, BEKSİAD Başkanı Halil Atalay'a plaket ve teşekkür belgesi takdim etti.

Büşra

Hayal ettiğim gibi...

0-14 years Children's Wear Apparel

www.busrabebe.com

info@busrabebe.com

Vi ne Caddesi No:146 Yıldırım/BURSA

+90 224 364 9112 +90 532 461 7586

Av. Mustafa SAVAŞ

İHBAR TAZMİNATI

Değerli okurlar,

Dergimizin hukuk köşesinde üyelerimizin sıkça karşılaştıkları hukuki problemleri ile ilgili sordukları sorulara cevap vermeye devam ediyoruz. Sorularınızı derneğimiz sekreterliği aracılı ile bizlere ulaştırabilirsiniz.

İhbar Tazminatı nedir, süresi ne kadardır ve nasıl uygulanır?

Her sözleşme gibi iş sözleşmesinin de feshi mümkündür. Fesih tek taraflı hukuki sonuç doğuran bir işlemdir. Yani, karşı tarafın kabulüne bağlı değildir. Karşı tarafa ulaşmakla sözleşme feshedilmiş olur. İş sözleşmesi süresiz yapılmışsa bunun feshi belirli bir sürenin geçmesine bağlıdır. Sözleşmeyi fesheden taraf bu sürelere riayet etmelidir. Bu süreye Bildirim Süresi (İhbar Öneli, İhbar Süresi) denir. Eğer fesheden taraf süreye riayet etmez ise, bu süreye ait ücret tutarını karşı tarafa ödemek zorundadır ki buna da ihbar tazminatı denir.

Çalışanlar arasında "15 haberi" "15 öneli" gibi isimlerle anılan Fesih Bildirim Süresi, işçinin işyerindeki kıdemine göre hesaplanır.

Bu süreler şöyledir:	
0-6 ay	2 hafta
6 ay-1,5 yıl	4 hafta
1,5 yıl-3 yıl	6 hafta
3 yıl sonrası	8 hafta

Bu süreler kanunun belirttiği asgari süreler olup hiçbir şekilde kısaltılamaz. Ancak sözleşme ile artırılabilir.

Fesih Bildirim sürelerinin işlemeyeceği ve ihbar süresinin olmadığı durumlar:

1-Yıllık izin süresince ihbar süresi işlemez. Yıllık iznin bitmesiyle süre işlemeye başlar.

2-Sağlık raporlu döneminde süre işlemez. Raporun bitiminde süre işlemeye başlar.

3-Kadının evlenmesi sebebiyle feshinde ihbar süresi olmaz.

4-Erkeğin zorunlu askerlik sebebiyle feshinde ihbar süresi olmaz.

5-İşçinin emeklilik sebebiyle feshinde ihbar süresi olmaz.

6-İşçinin (İş K.Md.24) veya işverenin (İş K.Md.25) haklı nedenle derhal fesih hakkı bulunan durumlarda ihbar süresi olmaz (Bu iki madde içeriği çok geniş olduğu için sadece madde numaraları verilmiştir).

7-Deneme süresi içinde yapılan fesihlerde ihbar süresi uygulanmaz.

İş arama izni:

İhbar süresi içinde işveren işçiye iş saatlerinde günde 2 saatten az olmamak şartıyla iş arama izni vermelidir.

Bu izin sebebiyle ücretinden bir kesinti yapamaz. İşçinin muvafakati ile bu süreler toplu halde de kullandırılabilir. İş arama izninde işçi çalıştırılır ise ücreti yüzde 100 zamlı ödenmelidir.

İhbar süresi bölünemez. Nasıl kullandırılacağı baştan belirlenmeli ve ona uyulmalıdır. Yani 6 hafta ihbar süresi olan işçiye 2 hafta sonra kalan 4 haftalık ücreti ödenerek derhal fesih gerçekleştirilemez. Bu durumda dahi 6 haftalık ücreti ödenmelidir.

İşveren ihbar tazminatını peşin vermek şartıyla sözleşmeyi derhal feshedebilir.

İş akdini kendisi fesheden işçiye ihbar tazminatı ödenmez.

İhbar tazminatı gelir vergisi ve damga vergisine tabidir.

Sağlıklı iş barışı ile kalınız.

Gülbebe Tekstil Konfeksiyon San. ve Tic Ltd. Şti.
Yunusemre Mh. Yakup Sk. No:6 Yıldırım Bursa

T +90 (224) 363 4242
M +90 (532) 336 7984
W www.gulbebe.com
www.babyrose.com.tr

SKYPE USER > FATİH GÜRSES
fat_of@hotmail.com

babyrose

BİR GARİP KITA **AFRİKA**

Büşra AZİZOĞLU

Belleğimizde 'Afrika' adıyla bütünleşmiş; siyahi insanlar, renkli kıyafetler, açlık, vs. imgesiyle oldukça tezat oluşturan Avrupalı bir ülke karşılıyor bizi. Sokak isimlerinden şehir yerleşim planına kadar Avrupa izleri taşıyan Cape Town, Güney Afrika'nın üç başkentinden biri olma özelliğini taşıyor.

İlk kez ziyaret ettiğim bu güzel şehir ve ülkeyi gezmeye, dünyanın güncel 7 harikasından biri sayılan Masa Dağı'yla başlıyoruz. Masa Dağı'na, zemini dönen ve her açıdan fotoğraf çekmeyi kolaylaştıran ilginç bir teleferikle ulaşılıyor. Adını masa gibi düz bir tepeye sahip olmasından alan dağ, şehrin tam ortasından Ümit Burnu'na varan tepe kümesiyle bizi selamlıyor. Ziyaretçilerin rahat dolaşabilmesi ve vakit geçirebilmesi adına düzenlenmiş zirvede, sergilenen 3 boyutlu Cape Town harita/maketinin üzerinde, rehberimiz şehrin ve ülkenin tarihini kısaca anlatıyor.

1453 yılında, Avrupa kıtasındaki dengeleri değiştiren İstanbul'un fethiyle, Avrupalılar kendilerine yeni ticaret yolları bulmak üzere dünyayı keşfe çıkıyorlar. Portekizli denizci ve kaşif Bartholomeu Dias'ın 1488 yılında Ümit Burnu'nu keşfi de bu döneme rastlıyor. Yine aynı dönemde Asya-Avrupa arasındaki ticaret yollarını geliştirmek üzere keşifler yapan Vasco Da Gama'nın da buranın bilinirliğe kavuşmasında etkili olduğunu görüyoruz. Cape Town bölgesine Avrupalıların yerleşmesi ise 1650'li yıllarda Hollandalıların, Asya ve Avrupa kıtaları arasındaki uzun yolculuklarda dinlenme, temiz su, meyve, sebze ve et temin edebilmesi için kurdukları istasyonlarla başlıyor. Şehrin şekillenmesinde İngiliz ve Hollandalıların etkisi kolaylıkla fark ediliyor.

Masa Dağı'nın zirvesinde başladığımız tarih yolculuğuna, ilginç ve çok renkli bir durakta; Müslüman Mahallesi'nde devam ediyoruz. 1994 yılında Nelson Mandela'nın oyların yüzde 60'ını alarak kazandığı seçimle sona eren Apartheid rejiminin reddinin cesur bir dışavurumu olan mahallenin, en dikkat çekici özelliği, bütün evlerin birbirinden canlı ve güzel renklerde olması.

MÜSLÜMAN MAHALLESİ ÇOK RENKLİ

Gayet temiz ve düzenli bulduğumuz sokaklarda bir de böyle sempatik ve renkli evler olunca, ortaya çok şirin ve aynı ölçüde turistlerin ilgisini cezbeden bir mahalle ortaya çıkmış. Apartheid rejimi sırasında nüfusun çoğunluğunu oluşturan siyahilerle birlikte, beyazların dışında kalan tüm azınlık grupları çeşitli haksızlıklara maruz kalıyor. Nerede yaşayıp, ne yiyip içeceklerinden tutun, evlerinin ne renk olacağına dair bile dayatma yapan rejimin sona ermesiyle, ülkede yüzde 2'lik bir nüfus oranına sahip olan Müslümanlar, özgürlüğün ilk işareti olarak evlerini, çeşitli ve çok canlı renklere boyamayı tercih ediyorlar. Ortaya çok keyifli, sıcak ve kesinlikle görülmeye değer bir tablo çıkıyor.

Ziyaretimizin Cape Town şehrini kapsayan ilk bölümünde, bana göre en ilginç

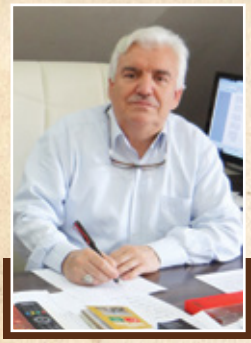
cazibe noktası Ümit Burnu idi. Tarihte ticaret yollarına yön veren çok önemli bir keşif olmasıyla yerini alan bölge, tüm Afrika kıtasının en güneydeki ucu ve teoride Atlas ve Hint Okyanusu'nu ayıran burun olma özelliğiyle yeterince heyecan uyandırıyor. Masa Dağı'nı tamamlayan tepeler boyunca en güneye doğru ilerleyerek ulaştığımız burun, uçsuz bucaksız Atlas Okyanusu'yla bizi karşılıyor. Deniz fenerine tırmanıp ufka baktığınızda, bu doğa harikası karşısında etkilenmemek ve umutlanmamak elde değil. Belki de zamanında Dias'ın, bizim durduğumuz noktadan aynı yöne bakarak hissettiği umuda ve motivasyona biz de eşlik ediyoruz. Bu güzel duygularla seyahatimizin ilk bölümünü tamamlayıp, ertesi gün Johannesburg şehrine yol almak üzere hazırlıklarımıza başlıyoruz.

Johannesburg, 1889 yılında bölgede altın ve elmasın bulunmasıyla Avrupalıların yoğun göçüne maruz kalarak günümüzdeki şeklini almış, Güney Afrika ülkesinin en tanınmış şehridir. Uluslararası düzeyde bilinen pek çok mücevher markası ana tedariğini ülkenin madenlerinden sağlamaktadır. Şehir, bu anlamda madenlerin en yoğun bulunduğu bölgedir. Johannesburg, adını değerli taş işleme sektörüyle duyursa da farklı iş kolları için buluşma noktası olmayı hedefliyor. Bunu şehirde bulunan çok sayıdaki fuar ve toplantı merkezinden anlayabiliyoruz.

AVRUPA TRENDLERİ HAKİM OLSA DA TİCARET MÜMKÜN

Bebe ve çocuk giyim sektörünün 1'inci UR-GE kümesiyle ziyaret ettiğimiz Mama Magic Fuarı, yıllık takvimde yer alan en önemli buluşmalardan biriydi. Fuara gösterilen uluslararası katılım oranı oldukça yüksekti. Katılımcı profilinin 0-3 yaş arası bebek ürünlerinde yoğunlaştığını söyleyebiliriz. Güney Afrika pazarında nihai kullanıcının ulaşabildiği satış noktalarında teşhir edilen ürünlerde, Avrupa trendlerinin hakim olduğunu görüyoruz. Ancak yerel marketlerde biraz daha renkli ve etnik ürünlere rastlamak mümkün. Türk ürünleri pazarda pek tanınmamakla birlikte, pazara odaklı planlı bir çalışma yapıldığında, ülkenin komşularıyla serbest gümrük anlaşması bulunması ve bölgedeki en büyük ticaret merkezi olmasının da etkisiyle umut vaat edici olduğu kanısındayım.

Güney Afrika'dan olumlu izlenimlerle ayrılırken, Afrika'ya özgü bir aktiviteyle son günümüzü renklendiriyoruz; safari. Zürafa beslediğimiz, kafesli araçlarla kıtaya özgü beyaz aslana dokunduğumuz ve ancak belgesellerde gördüğümüz pek çok hayvan türünü doğal ortamında seyrettiğimiz, unutulmayacak bir gezi gerçekleştiriyoruz. Afrika'ya dair beklentilerimiz, yanlış bildiklerimiz, hiç bilmediklerimiz ve yeni umutlarla kıtadan ayrılıyoruz.



Eyüp OTMAN

DÜRÜST TÂCİR

Dürüst Tâcir haşrolur, Şehîd ve Sıddîklerle,
Bunları örnek alıp; doğru, dürüst ilerle.

En ulvi makama denk, dürüstlük mühim ahenk,
Nebî, Sıddîk, O Tacire, hep komşuluk edecek.

Bunlara lâyık olmak; an şart ki dürüstlüktür,
Veren el olabilmek, çok mukaddes bir yüktür.

Hiç kimseyi aldatma, "Aldatan bizden değil,"
Peygamberî bu ikaza; Âmenna deyip eğil.

Kendin istemediğin; başkalara da yapma,
Ânı fırsat bilerek; hemen parsayı kapma.

Bir araştır incele, hak mıdır bir ölç ve tart,
Dürüstlük ticarette aranan en büyük şart.

Ticarî bir yanlışın, başkaları da yakar,
Birçok işçi, hizmetli, ellerinize bakar.

Onları mağdûr etmek, hakkını gasp etmektir,
Allah'ın huzuruna; kul hakkıyla gitmektir.

Hesabı ağır olur, sevapların da yetmez,
Azabın şedîd olur, sorgusu çabuk bitmez.

İmzalarsın çek'ini çektirmek için bana,
Benim ne günahım var; ürün verdim ben sana.

Geciktirdiğin günler, kul hakkına dâhildir,
Dürüst tüccar yapamaz, bunu yapan cahildir.

Test edelim kendimizi, hangisine dâhiliz,
Bizler örnek olarak, dürüstlüğe tâlibiz…

NUH PEYGAMBER'İN GEMİSİNDEN KRİZ YÖNETİMİ DERSLERİ

Vakit gelip çatmadan planınızı yapın. Tedbirlerinizi alın. Hz Nuh gemisini inşa ederken yağmur yağmıyordu!

Geminizi yükseklerde inşa edin. Dalgalar size gelmeden siz hazırlığınızı yapın. Eleştirileri dinleyin, doğru olanlarına değer verin, diğerlerine kulak asmayın. Yapılması gerekeni yapmaya devam edin. Kendinizi sürekli geliştirerek büyük günü bekleyin. Günün ne zaman geleceğini bilemezsiniz. Büyük gün geldiğinde ona hazır olursanız, fırtına sonrasında dünyayı yeniden kuracak olan siz olursunuz. Tufan geldiğinde sakın gemiyi kaçırmayın. Gemide değilseniz boğulmak, yani çöküş kaçınılmazdır.

Fırtınalı bir yolculukta dürüstlük ve sadakat çok önemlidir. Ekipleri uyumlu kişilerden oluşturun.

Unutmayın. Hız her zaman kazandırmaz. Yılanlar da çitalar da aynı geminin güvertesindeydiler. Çalışanlarınıza sahaların yeryüzündeki son örnekleriymiş gibi muamele edin. Onlara değer ve güven verin.

Unutmayın! İçerideki ağaçkakan, dışarıdaki fırtına ve tufandan daha büyük bir tehlike olabilir.

Su giderek yükseldiğinde oturup şikâyet etmeyin, kürek çekin!

Herkesin aynı gemide olduğunu, her zaman herkese hatırlatın.

Üzerinizde aşırı baskı hissettiğinizde, bir süre boşlukta yüzün. Olayları akışına bırakın. Hiçbir zaman amatörlüğü elden bırakmayın. Büyüklenmeyin, gurura kapılmayın. İlişkilerinizde amatör, iş yapma tarzınızda profesyonel olun.

Unutmayın Nuh'un gemisini amatörler, Titanik'i ise profesyoneller inşa etmişti.

Çifter çifter yolculuk yapın, güveni ve paylaşımı önemseyin. Gemi karaya oturup kriz bittiğinde, her şeye sil baştan başladığınızda yanınızda sağlam çalışanlarınız olsun.

Olaylara olumlu ve çözüm odaklı bakın, umudunuzu asla kaybetmeyin. Fırtına gücü ne olursa olsun, sizi bekleyen bir gökkuşağı mutlaka vardır.

cevval minimen®

Facebook : cevvalminimen
twitter : minimencevval
skype : minimencevval
Pinterest : cevvalminimen
WhatsApp : +90 532 795 22 48
Viber : +90 532 795 22 48

Yunus Emre Mahallesi 2. Kestaneli Sk. No:2-4/A Yıldırım / BURSA / TÜRKİYE
Tel : +90 0224 360 7752 www.minimencevval.com e-mail : info@minimencevval.com

YILDIRIM'IN DÜNYAYA AÇILAN KAPISI: **CUMALIKIZIK**

Tarihi zenginliklerini doğal güzelliğiyle perçinleyebilen nadir yerler arasında bulunan Cumalıkızık, Osmanlı sivil mimarisinin ilk örneklerini oluşturan 700 yıllık tarihi evleri ve anıtsal yapılarıyla adeta bir açık hava müzesi.

Şehir hayatının her geçen gün artan iş yoğunluğu ve karmaşası, farklı arayışları da beraberinde getiriyor. Metropollerin bu karmaşasından bunalan insanlar bir an bile olsa nefes almak için doğaya ve tarihe yöneliyor. Tarih zenginlikleri ve doğal güzellikleriyle yeni turizm trendi alanında önemli değerlere sahip olan Yıldırım ilçesi, bu alanda insanlara önemli alternatifler sunuyor. Bu bağlamda, ünü Bursa ve Türkiye sınırlarını aşarak bir dünya markası haline gelen Cumalıkızık, UNESCO Dünya Mirası Listesi'ndeki yerini alarak değerini perçinledi. Her yıl on binlerce yerli ve yabancı turisti ağırlayan Cumalıkızık'ın doğal yapısının korunmasını öncelikli hedefleri arasında kabul eden Yıldırım Belediyesi de, Yıldırım'ın dünyaya açılan penceresi olarak gördüğü tarihi köyün değerine değer katmak için yoğun bir çaba sarf ediyor.

KIZIK KÖYLERİ

Osmanlı Beyliği, kuruluşundan kısa süre sonra etkinliğini her geçen gün arttırarak 1326'da Bursa'yı, 1331'de de İznik'i fethetti. Bölgeyi hâkimiyeti altına alan Osmanlı, salt bir fetih hareketiyle yetinmeyip, bu coğrafyada yaşam alanları ve köyler kurdu. Osmanlı'nın kurduğu ilk yerleşim birimlerinden birisi olan ve tarihi kaynaklarda adı geçen Cumalıkızık'ın isminin menşei ile ilgili farklı tezler bulunuyor. Bu görüşlerden en fazla kabul gören anlatıya göre; Uludağ'ın (O zamanki adıyla Keşiş Dağı) kuzeyindeki dik yamaçlar ile vadiler arasında sıkışıp kalan köylere, bu konumlarından dolayı 'kızık' denilmiştir. Bu köylerden dere kıyısında kurulana Derekızık, fidye verene Fidyekızık, değirmeni olana Değirmenlikızık, hamamı olana ise Hamamlıkızık adı verilmiştir. Cuma namazı kılınan camisi bulunan bu köye de Cumalıkızık (Camilikızık) denilmiştir.

ZAMAN YOLCULUĞU

Köye giriş; ağaçlarla çevrili özgün taş döşemeli yolla sağlanıyor. Girişte ilk adımdan itibaren Osmanlı köyü olgusu kendini hissettirir ve adeta bir zaman yolculuğu başlar. Köy içerisindeki yollar da özgün niteliklere sahip. Yaya ve binek hayvanları ile at arabaları ve kağnıların geçebileceği şekilde tasarlanan yollar, yağışlı havalarda yağmur sularının ortada toplanmasını sağlayacak şekilde yassı taşlarla döşenmiştir. Bununla birlikte köyde, iki yayanın yan yan geçmesine imkân vermeyecek darlıkta aralıklar da mevcuttur. Nitekim bir kişinin bile zor geçebildiği 'Cin Aralığı', dünyanın en dar sokaklarından birisi olarak biliniyor. Yapılışlarında herhangi bir plan bulunmayan sokaklar, eğimli ve yörenin topografyasına uygun olarak oluşturulmuştur.

CUMALIKIZIK EVLERİ

Geleneksel ataerkil aile yapısına uygun inşa edilen Cumalıkızık evleri genellikle üç katlıdır. Evler yapılırken birbirine

akraba olan ailelerin, birlikte işbirliği ve uyum içinde yaşamalarını kolaylaştıracak yapılaşma esas alınmıştır. Ayrıca evler yapılırken Osmanlı mimarisinin belirgin özelliği olan aile mahremiyeti konusunda hassasiyet gösterilmiştir. Konutların dış kısmında, zemin ve birinci katlar ile avlular 3 metrelik moloz taş ve ahşap destekli duvarla örtülmüştür. Bu duvarlar evin içinin görünmesini engellerken, pencereler ise üst katlarda kafesli veya cumbalıdır.

CUMALIKIZIK'IN 'ANIT'LARI

Köyün kuzeyinde Deli Çay kıyısında bugün defin yapılmayan ve Koca Mezarlık diye bilinen kabristanda köyün tarihini yansıtan Osmanlı döneminden kalma çok sayıda mezar taşı bulunuyor. Ahşap revakları ile dikkat çeken köy camisindeki ahşap direkler, başlıklar, kemerler ve kalem işleri ise başlı başına birer sanat eseridir.

Yapım tarihi kesin olmamakla birlikte, köyün kurulduğu 13. yüzyıldan bu yana Cumalıkızık'ta bir caminin bulunduğu biliniyor. Bazı kaynaklarda ise bugün kullanımda olan caminin 300 yıllık bir geçmişe sahip olduğu aktarılıyor. Bu da eski caminin yerine yenisinin yapıldığı savını güçlendiriyor.

Caminin doğu cephesinde bulunan Zekeriya Hatun Çeşmesi, çift merdivenin altında beşik tonozlu nişin içinde yer alıyor. Çeşmenin Osmanlıca kitabesinde 'Sahibül hayrat ve hasenat Zekeriya Hatun vakfıdır. Sene 1316' yazılıdır. Caminin karşısında ise 1992'de hizmete açılan Cumalıkızık Etnografik Müzesi bulunuyor. Köydeki tek kubbeli hamamın ılıklık, sıcaklık ve su deposu bölümleri orijinal haliyle günümüze ulaşmıştır. Ayrıca köyde, birisi köyün girişindeki, diğeri ise cami ve kahvelerin bulunduğu iki ana meydan bulunuyor.

NE YENİR?

Kent merkezine yakın olduğu kadar, şehrin yoğunluğundan uzak, doğa ile iç içe Cumalıkızık'ta sunulan köy kahvaltısında el yapımı yufkalarla yapılan ıspanaklı, patlıcanlı, patatesli, peynirli gözlemeler, erişte, mantı, dalından toplanan meyvelerden yapılmış reçeller, salça, gibi zengin organik ürünler servis ediliyor.

NE ALINIR?

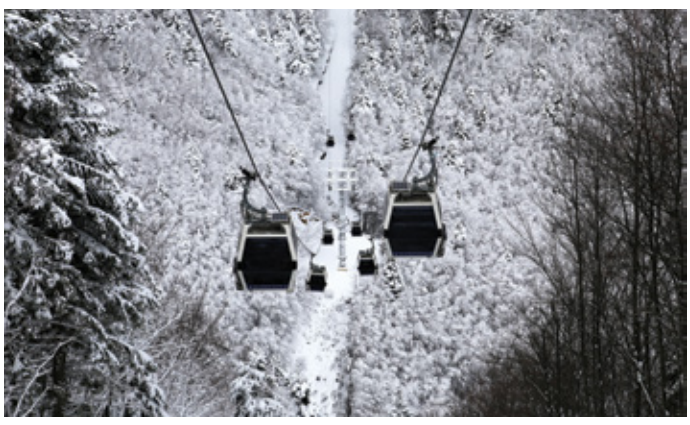
Cumalıkızık'ta köy kadınlarının örgü, dantel özgün el işi örnekleri, köyde yapılan hediyelik eşyalar, yine köyde üretilen ve tamamen organik olan, tarhana, erişte, salça, reçel, ekmek gibi birçok ürün evlerin önünde kurulan stantlarda satışa sunuluyor.

BİR SEVDADIR BURSA'DA TELEFERİK

Bursa, 1963 yılında Türkiye'nin ilk ve en uzun hatlı teleferiğini kurdu. Günün koşullarına göre oldukça modern bir araç olan teleferikle Bursa arasında zaman içerisinde öyle bir bağ kuruldu ki, teleferikle Uludağ'a çıkma kültürü bile oluştu.

Tüm Türkiye teleferiği Bursa'da gördü, binmek için Bursa'ya geldi. Döndüğünde teleferikten hikâyeler götürdü kendi memleketine. Ancak zamanla hem teknolojisi eskiyen hem de konfor ve güvenlik bakımından sıkıntılar yaşatmaya başlayan teleferik, Bursa Büyükşehir Belediyesi'nin çalışmalarıyla bugün elektrik tellerine konmuş kuşlar gibi dizilen modern kabinleri, hızlı, güvenli ve daha konforlu bir şekilde, üstelik Oteller Bölgesi'ne kadar ulaşıyor. Onlarca yıldır karlı-buzlu yollarda büyük meşakkat çeken Uludağ sevdalıları da artık hem karayolunun külfetini çekmiyor hem de Teferrüç'ten binip 22 dakikada Oteller Bölgesi'ne ulaşabiliyor.

1950'li, teller üzerinden giden sisteme 'havayi hat' denilen, 'milli park' kavramının pek bilinmediği yıllar. Bursa, yanı başındaki Uludağ'ı daha etkin kullanabilmek, kent halkını kolayca Uludağ'a çıkarabilmek için arayış içerisinde. Göreve gelen Bursa Belediye Başkanı Reşat Oyal, 1957 yılında gazetelere verdiği beyanatta, "30 kişilik kabinlerle Uludağ'a teleferik yapacağız" diyor. O dönem Bursa Belediyesi'nin yıllık yatırım rakamı 1 milyon 100 bin lira civarında. Oysa teleferik için yapılan keşif, başlamak için en az 3 milyon lira gerektiğini, bu bedelin yakın zamanda 5 milyona, iş bittiğinde ise çok daha büyük rakamlara ulaşacağını gösteriyor. Belediye Başkanı Reşat Oyal ve Vali İhsan Sabri Çağlayangil'in teleferiğe kaynak bulma çabaları bugün Bursa teleferiği tarihinin önemli aşamaları olarak kabul ediliyor. Belediye bünyesinde Uludağ Teleferik İşletmeleri kuruluyor ve 1958 yılında Von Roll firması işe başlıyor. Yapım sürecinde bir darbe gören (1960 darbesi) Bursa teleferiği, öngörülen tarihte açılamıyor, ancak 1963 yılının Cumhuriyet Bayramı'na yetiştiriliyor. O tarih için Türkiye'nin ilk ve en uzun hattı Bursa teleferiği. O günün gazetelerinin verdiği bilgiye göre toplam 17 milyon lira harcandı teleferik inşaatı için ve ilk günde 3 bin 820 kişi taşındı Teferrüç-Sarıalan arasında. O günden bu yana Bursalılar nice anılar biriktirdi, "Bir gün teleferikte" diye başlayan nice



Tüm Türkiye teleferiği Bursa'da gördü, binmek için Bursa'ya geldi. Döndüğünde teleferikten hikâyeler götürdü kendi memleketine. Bursalılar da nice anılar biriktirdi, "Bir gün teleferikte" diye başlayan nice öyküler kurdu.

öyküler kurdu. Hemen başımızın üzerindeki demir tekerlerin gıcırtısı, aralardaki direkleri atlarken titreşim ve sarsıntılar eşliğinde 50 yıl süren yolculuğun nice kahramanları oldu.

YENİ İNŞAAT DA İLKİ GİBİ HENGAMELİ OLDU

Zaman çabucak aktı ve Türkiye'nin ilk ve en uzun teleferiği de yaşlanmaya başladı. Ekonomik ömrünü tamamlayan teleferik, son yıllarda hem arızalar vermeye hem de güvenlik bakımından ciddi sıkıntılar yaşatmaya başladı. Ve yeni teleferiğin inşaatı da ilki gibi hengameli oldu. İhaleyi alan firma uzun süre kaynak aradı. Sonra başka üstlenici girdi devreye, o da bir süre kaynak aradı. En sonunda doğru yüklenici bulundu ve işe başlandı. Kasım 2012'de başlayan inşaatın, eski teleferikte olduğu gibi 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'na yetiştirilmesi planlanıyordu ama olmadı. Araya hem kötü hava koşulları hem de hat üzerindeki ağaçların kesilecek olması nedeniyle yürütmeyi durdurma yönünde mahkeme kararları girdi. Bursalılar, yeni ve modern teleferiğe ancak 2014 Haziran başından itibaren binebildiler. İlk gün çok ciddi yoğunluk yaşandı. Açıldıktan sonraki ilk 20 günde yaklaşık 70 bin kişi bindi teleferiğe. Daha sonraki günlerde yoğunluk da giderek arttı. Örneğin, öğretmenlere ücretsiz hizmet verdiği 24 Kasım günü teleferiğin Uludağ'a taşıdığı insan sayısı 10 bini aştı. İlki gibi Türkiye'nin en uzun ve Bursa'nın sembolü olan yeni teleferiğin ilk etabı yaklaşık 15 milyon Euro'ya mal oldu. Sarıalan-Oteller Bölgesi etabıyla birlikte yaklaşık 25 milyon Euro'ya mal olan yeni teleferik; Teferrüç-Kadıyayla-Sarıalan arasını yaklaşık 12 dakikada; Sarıalan-Oteller Bölgesi'ni ise 10 dakikada kat edebiliyor.

DÜNYANIN EN UZUNU

Proje kapsamında Teferrüç, Kadıyayla ve Sarıalan istasyonlarına yeni makine daireleri inşa edildi. Hatlarla birlikte mevcut istasyonlar tamamen yenilendi. Oteller Bölgesi hattıyla birlikte toplam 8,84 kilometre ile dünyanın en uzun teleferik hattına sahip oldu Bursa. Sekizer kişi kapasiteli 90 kabinle başlayan teleferikle Uludağ yolculukları, hat Oteller Bölgesi'ne kadar uzadığında 190 kabine çıkarıldı. Yeni teleferik projesi kapsamında önemli bir rekreasyon alanına dönüşecek Kadıyayla İstasyonu'nunda tur rehberi birimleri, kafeterya ve restoran gibi birimler yer alacak. Kampçıların yoğun olarak kullandığı Sarıalan Bölgesi'ndeki istasyonda da yine tur rehber birimleri ile kafeterya bulunacak. Oteller Bölgesi'ne inşa edilecek istasyona ise kayak eğitim birimleri, otel, kafeterya, kapalı spor ve sağlık birimlerinin bulunması planlanıyor. Yap-işlet-devret modeliyle yapılan yeni teleferik hattı, Bursa Teleferik AŞ tarafından 30 yıllığına işletilecek.

Kaynak: Bursa'da Zaman

ÇOCUKLAR İÇİN ÇOK ÖZEL
YAZ KAMPI

BEKSİAD üyelerinin çocuklarının da katıldığı Ahrar Yaz Kampı, bambaşka bir dünyanın kapılarını açıyor.

Yaz aylarında çocukların boş zamanlarını geçirmek için kamplar düzenleniyor. Ahrar Yaz Kampı da bunlardan biri. Ancak pek çok kamp, çocukların eksik kalan derslerini tamamlama, spor etkinliklerinde çocukları belli noktalara getirme veya sırf eğlence-oyun üzerine kurulu olsa da, bu kamp diğerlerine göre oldukça farklı özellikler taşıyor. Osmangazi Seçköy'de yer alan ve BEKSİAD üyelerinin çocuklarının da katıldığı Ahrar Yaz Kampı, bir köy evinden oluşuyor. Kampta elektrik kullanılmadığı için çocuklar her şeyden önce yıl boyunca ellerinden düşürmedikleri teknolojik aletlerden uzak kalıyor. Bunlardan kurtulmayı becerebilen çocuklar, elindeki basit bir tahta parçasından kendi oyuncağını yapabiliyor. Kampta, doğayla içiçe olan çocuklar, çiçekleri, böcekleri tanıma imkânı buluyor. Bu sadelik de çocuğa huzur veriyor.

Kamptaki hedeflerden biri de çocukları israftan uzak tutmak. Çocuk kampta hiçbir şeyin sınırsız olmadığının farkına varıyor. Çocuklar burada güne saat 8'de kahvaltı yaparak ve Kur'an-ı Kerim okuyarak başlıyor. Uzun mesafeleri yürüyor, bisiklet kullanıyor veya koşuyorlar. Voleybol, futbol oynuyorlar, hamakta batan güne karşı kitap okuyorlar. 10 gün süren kamp, çocuğu sıkmadan bunaltmadan ama güzel farkındalıklar oluşturarak geçiyor. Tüm namazlar cemaatle kılınıyor, toplu dualar ediliyor.

Kamptan bugüne kadar 130 öğrenci faydalandı. Kamp 10'ar günlük periyotlar olarak yapılıyor ve her grupta 10-15 arası öğrenci bulunuyor.

KAMPIN ÇOCUĞA KAZANDIRDIKLARI

Sessizliğin sesini dinliyor gece boyunca. Toprağa çıplak ayakla basmanın ne demek olduğunu anlıyor. Şehir ışıklarından hiç göremediği gökyüzünde ne kadar da çok yıldız olduğunu fark ediyor. Tabiatın bağrında zaman nasıl geçiyor onu fark ediyor. Anne babayı özlüyor, kıymet bilir hale geliyor. Mahrumiyet ne demek onu anlıyor, elindeki sayısız nimetlerin kıymetini daha iyi anlıyor. Bu bir israf önleme eğitimi oluyor fark etmeden. Âlemde hiçbir şeyin şehirden, apartmandan göründüğü gibi olmadığını fark ediyor. Kendini tanıyor, zayıf yönlerini, güçlü yönlerini keşfediyor. Bir iş başararak kendine olan güveni artıyor. Yapabilirim, başarabilirim diyor.

KAMP DÖNEMLERİ

DÖNEM	BAŞLAMA	BİTİŞ	
1. Dönem	9 Temmuz 2016	18 Temmuz 2016	Erkek
2. Dönem	20 Temmuz 2016	29 Temmuz 2016	Erkek
3. Dönem	31 Temmuz 2016	9 Ağustos 2016	Erkek
4. Dönem	11 Ağustos 2016	20 Ağustos 2016	Erkek
5. Dönem	22 Ağustos 2016	31 Ağustos 2016	Kız

bebekevi

BEBEKEVİ TEKSTİL KONFEKSİYON SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.

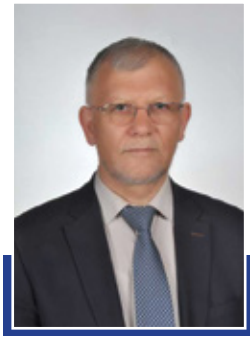
Bebeğiniz için aradığınız herşey

www.bebekevi.com.tr

Online satış hizmetimiz çok yakında hizmetinizde.

Fabrika: Anadolu Mh. Karlıdağ Cd. Kahraman Sk. No:30 Yıldırım / BURSA Tel: 0.224 363 50 00

Satış Mağazası: Şehreküstü Mh. Kalburcular Sk. No:7-8 / A Osmangazi / BURSA Tel: 0.224 222 99 99



Prof. Dr. Remzi KAYA
UÜ İlahiyat Fakültesi

KUR'AN'DA İNSAN İLİŞKİLERİ

Kur'an insana iki yol gösterir. Bu yollardan biri cennete diğeri cehenneme gider. Yüce Allah cennete ve cehenneme gidecek insanların özelliklerini peygamberleri aracılığı ile haber verir. Kur'an'da peygamberlerin gönderiliş sebebi belirtilirken şu ifadelere yer verilir. *"And olsun ki biz, her topluma bir peygamber gönderdik. Onların görevi, toplumu, 'Allah'ı gereği gibi tanıyıp yalnız O'na kulluk edin ve Tağuttan (insanları cehenneme götürecek yollardan) sakındırın diye uyarmaktı."* Tağut, İslam'ın dışında kalan ve mensuplarının cehenneme gitmesini sağlayan yanlış inanç sistemleridir. Kur'an'a göre insan ilişkileri iki şekilde olur. Birincisi Allah, peygamber, Kur'an ve Müslümanlarla barışık olup yaşantılarını bu istikamette tanzim edenlerdir. Bu insanlara inanan anlamında Mü'min denir. Mü'minin iki hedefi vardır. Birincisi dünyada Kur'an ve sünnet çizgisinde yaşayıp, yaratılanlara yardımda bulunmak, İslam'ı yaşayıp tebliğ etmek ve İslam'ın yayılması için elinden geleni yapmaktır. İkincisi de ahitrette Hz. Peygamber'e komşu olmayı hedeflemektir. Bu iki hedefin gerçekleşmesi için;

a) Allah'la barışık olunması gerekir. Yüce Allah kendisiyle barışık olan Mü'minlerin beş vasfını haber verir. *"Unutmayın ki gerçek Mü'minler, Allah'ın ismi anılınca kalpleri ürperir. Kur'an okuduklarında imanı artar. Onlar yalnız Allah'a güvenir ve O'na dayanırlar. Onlar namazları kılar ve kendilerine verilenlerden infak eder. İşte gerçek Mü'min bunlardır."* Hz. Peygamber'de Mü'min, elinden dilinden kimseye zararı olmayan insan olarak tanıtır. Allah'la barışık olan insanın diğer yaratıklara kötülük yapması mümkün değildir. Kötülük tapıyorsa tövbe edip Allah'a dönmesi gerekir. Mü'min kendisine şu soruyu sormalıdır. Ben Allah'ın istediği gibi yaşayan bir Müslüman mıyım?

b) Peygamberle barışık olmak: Hz. Peygamber bütün yaratılanlara gönderilen bir rahmet Peygamberidir. Onu seven sevdiği gibi yaşamaya çalışır. Her konuda Peygamberini örnek alır. Kur'an'da Hz. Peygamberi seven, O'nun bıraktıklarına sahip kılan Mü'minin ahirette peygamberle beraber olacağını belirtir. *"Allah'a ve peygambere iteat edenler bilsinler ki, onlar (ahirette) kendilerine nimet verdiği peygamberler, sıddıklar, şehitler ve iyi kimselerle beraber olacaklardır. Onlar ne güzel arkadaşlardır."*

Allah ve Peygamberi seven Mü'min ikinci olarak ben ayetin müjdelediği kişiler içerisine girebiliyor muyum? Sorusunu sorması ve cevabını kendi vermesi gerekir. Bunun için olaylar karşısında Hz. Peygamber'in tutum ve davranışlarını düşünerek ona göre yaşantısını tanzim etmesi gerekir. Furkan Suresi 30. ayette; ahirette peygambere komşu olunması için dünyada Kur'an ve sünnetin terk edilmemesi gerektiği belirtilir. Peygambere komşu olunması için Peygamberin gereği gibi sevilmesi ve O'nun sünnetinin yaşanmasına vurgu yapılmaktadır. Diğer taraftan Kur'an'la barışık olunması için Kur'an'ın yaşanması ve terk edilmemesi gerekir. Taha Suresi 124. ayette Yüce Allah şu hatırlatmada bulunur:

"Benim kitabımdan kim yüz çevirirse bilsin ki dünya darlık ve sıkıntı içinde yaşayacaktır. Kıyamet gününde ise onu mahşer yerine kör olarak getireceğiz."

Rabbine kendisinin niçin kör olarak yaratıldığını sorduğunda dünyada Kur'an'ı terk etmesi ve yaşamaması sebep olarak belirtilecektir.

c) Müslümanlarla İlişki: Müslüman Müslümanın kardeşidir. Kardeşine haksızlık etmez, yalan söylemez, canına ve malına göz dikmez. Kardeşinin derdiyle dertlenir. Üç haslet vardır ki cezası önce dünyada sonrada ahirette verilir. Bunlar nekes, mekr ve bağy'dir. Nekes verilen sözü yerine getirmemedir. Mekr bilerek tuzak kurmaktır. Bağy ise zulmetmektir. Bunlar Allah'ın yasakladığı, şeytanın istediği kötü fiillerdir. Bu hasletler mensuplarını şeytana yaklaştırıp cehenneme götürür. Yüce Allah'ta insanların sıkıntılarıyla ilgili olarak şöyle buyurur: *"Başınıza gelen herhangi bir musibet, kendi ellerinizle işledikleriniz yüzündendir. (Bununla beraber) Allah çoğunu affeder."* İşte Allah, Peygamber ve Kur'an'la barışık olan Müslümanlar, Kur'an ve sünnetin güzel hasletlerini yaşayarak dünya ve ahıretini kazanır. Allah'ın sevdiğini sever sevmediğini de sevmez. Emin insandır.

2. Müslüman Gayr-İ Müslim İlişkisi

Kur'an'da zikredilen ikinci yol şeytanın ve isteklerini yeri getiren insanların yoludur. Yüce Allah öncelikle bu yol sahiplerini tanıtıp sonra onlara karşı alınması gereken tedbirleri haber verir. Bu insanlar Müslümanlar arasında gizlenen münafıklar. Özellikleri; sabah ve yatsı namazlarını terk etmeleri, yalan söyleyip, iftira ve kumpas kurabilmeleri, dünya menfaati için her fiili mubah görmeleri, Mü'minlerin aleyhine Gayr-i Müslimlerle ittifak içine girebilmeleri olarak belirtilebilir. Diğerleri Ehl-i Kitap mensupları ve müşrik kapsamındaki asrımızdaki dini kabul etmeyen inançsızlardır. Bunlarla nasıl ilişki kurulması gerektiğini Bakara 7 ve 120; Al-i İmran, 100, 118, Mâide 51, 53 ve Mümtehıne 8, 9. ayetleri açıklamaktadır. Cehenneme gidecek olan bu guruba Allah cc Müslümanlar arasında günahkar olup tövbe etmeden ölen kullarını da ilave etmektedir. Müslümanlardan cehenneme gidecekler için şöyle buyurulur: *"İçinizden, oraya uğramayacak hiçbir kimse yoktur. Bu, Rabbin için kesinleşmiş bir hükümdür. Sonra biz, Allah'tan sakınanları kurtarırız; zalimleri de diz üstü çökmüş olarak orada bırakırız."*

Yüce Allah kullarının dünya ve ahireti kazanmalarını arzular. Ancak hür iradelerine göre karar vermeleri ve yaşantılarını ona göre tanzim etmelerine izin verir. Mü'min Hz. Ömer ile Hz. Ebû Bekr arasında geçtiği ileri sürülen şu cümleleri kendine rehber edinmesi gerekmektedir. Hz. Ömer, Hz. Ebu Bekr'e Hz. Peygamberin Ebû Bekr'i çok sevmesi sebebiyle kendisinin kıskandığını bunun için yaşantısı hakkında soru sorduğunda Hz. Ebû Bekr şu cevabı verir. Farklı bir yaşantısının olmadığını, ancak yapacağı işlerde yapmadan önce kalbine şu fiili işlersem Allah ve Peygamberi memnun olur mu? şeklindeki soruya göre yaşantısını tanzim ettiğini ifade etmesi üzerine kendisinin de bundan böyle benzer şekilde hareket edeceğini ileri sürmüştür. Yüce Allah Müslümanların her konuda dengeli olmasını, istikamet çizgisinde yürümesini, Allah'ın kırmızı çizgilerini çiğnemesini, Allah ve Peygamberin verdiği hükümlere riayet etmesini ve Hz. Peygamber'e kavuşmaya hazır olmasını için ölüme her an hazır olmasını ister.

ÖZGÜL BEBE

Gökkuşağı renkleri arasından

TARZINI YARAT

0-12 Yaş Çocuk Dış Giyimi İmalat & Toptan

www.ozgulbebe.com

Duaçınarı DSİ Altı Erdoğan Sk. N:24 Yıldırım/BURSA Tel: 0224 360 3214

AFRİKA'NIN MODEL ÜLKESİ GANA

Afrika standartlarında diğer ülkeler için politik ve ekonomik anlamda model ülke olarak görülen Gana, içinde bulunduğumuz dönemde Afrika kıtası içinde adından en çok söz edilen ülkeler arasında yer alıyor.

Gana, Batı Afrika'da Gine Körfezi kıyısında yer almaktadır. Ülkenin komşuları doğusunda Togo, batısında Fildişi Sahili, kuzeyinde ise Burkina Faso'dur. 2.094 km'lik karasal sınıra sahip ülkenin komşuları ile sınırlarının uzunluğu ise şu şekildedir: Togo 877 km, Fildişi Sahili 668 km, Burkina Faso 549 km. Ülkenin kıyı şeridinin uzunluğu ise 539 km'dir. Tropik iklime sahip ülkede sıcaklıklar genellikle 21-30 derece arasındadır. Kuzeydeki savan bölgelerde, güneydeki kıyı şeridine göre daha büyük iklim farklılıkları oluşmaktadır. Marttan hazirana kadar ve eylülden ekime kadar süren iki yağış sezonu bulunmaktadır. En fazla yağış ülkenin güney batısına düşmektedir. En sıcak aylar mart ve nisan olup, bu aylarda sıcaklık 35 dereceye kadar yükselmekte ve çok yüksek nemlilik yaşanmaktadır. En yağışlı ay ise hazirandır. Haziran ayında düşen ortalama yağış miktarı 178 mm'dir. Haziran ayından sonra hasat dönemi başlamaktadır.

Ülkenin altın yatakları Ashanti ve Western bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Ancak Central ve Brong-Ahafo bölgelerinde de geniş rezervler bulunmaktadır. Dünyanın en büyük yapay gölü olan Volta Gölü, Gana'da (Akosombo Barajı'nın kaynağı) bulunmaktadır. Akra Bölgesi ve ülkenin orta kısımlarının bazı bölümleri sel baskınlarına maruz kalmaktadır. Ülkede tarımsal üretim büyük ölçüde kuzey bölgelerinde yapılmaktadır. En önemli tarımsal ürün olan kakao, ülkenin kuzeyindeki tüm bölgelerde yetiştirilmektedir. Tarımsal üretim ülke genelinde geleneksel yöntemlerle gerçekleştirilmektedir.

SİYASİ VE İDARİ YAPI

Gana, 6 Mart 1957'de İngiltere'den bağımsızlığını kazanmıştır. Ancak bağımsızlığını kazandıktan sonra uzun süre kötü yönetim, rüşvet, yolsuzluk ve kaçakçılık gibi nedenlerle fazla ilerleme gösterememiştir. 1966 yılında Kwame Nkrumah ilk askeri darbesini gerçekleştirdikten sonra 1981 yılındaki ikinci darbesi ile birlikte ülkede ekonomik istikrar ve demokrasi dönemi başlamıştır. Bugün Afrika standartlarında Gana diğer ülkeler için politik ve ekonomik anlamda model ülke olarak görülmektedir. Gana, geniş altın, elmas, manganez ve boksit yataklarına sahiptir.

EKONOMİK YAPI

Son yıllarda ekonomide önemli bir büyüme hızı yakalamış olan Gana, özellikle 2000'li yıllardan sonra uluslararası ilişkilerini de hızla güçlendirmektedir. Özellikle Birleşmiş Milletler Genel Sekreterliği yapmış olan Kofi Annan ile dünyaya açılması ivme kazanmış olan Gana, içinde bulunduğumuz dönemde Afrika ülkeleri içinde adından en çok söz edilen ülkeler arasında yer almaktadır. Ayrıca, 2008 yılında Afrika Futbol finallerinin Gana'da düzenlenmiş ve başarıyla gerçekleştirilmiş olması nedeniyle, tüm dünya medyasında yaklaşık 1 ay süre ile gündemde kalmış ve çok önemli gelişme sinyalleri vermiştir.

Gana'da tarım sektörü, halen ekonominin temel sektörü olup, tarımın GSYİH'ya katkısı yüzde 35 civarındadır. Hizmetler sektörü GSYİH'dan yüzde 30 civarında pay almakta, sanayinin GSYİH'ya katkısı

Birleşmiş Milletler Genel Sekreterliği yapmış olan Kofi Annan ile dünyaya açılması ivme kazanmış olan Gana, içinde bulunduğumuz dönemde Afrika ülkeleri içinde adından en çok söz edilen ülkeler arasında yer almaktadır.
Gana, 1983 yılından itibaren IMF ve Dünya Bankası desteği ile kapsamlı bir ekonomik gelişme programı izlemektedir.

yüzde 25, sanayi sektörü içinde değerlendirilen madencilik ve petrol sektörünün ise yüzde 10 düzeyindedir. Gana'nın GSYİH'sı son yıllarda önemli gelişme göstermiştir. 2010 yılında yüzde 7,7 oranında gerçekleşen GSYİH, 2011 yılında ise yüzde 14,4 gibi rekor düzeyde gerçekleşmiştir. Ülkede tarım sektöründeki sağlıklı gelişmenin devam etmesi, altın madeni üretiminin önemli ölçüde artması, petrol üretiminde ve hizmetler sektöründe beklenen olumlu gelişmelerin devam etmesi neticesinde önümüzdeki yıllarda yüzde 5'in üzerinde büyüme hızlarının yakalanabileceği öngörülmektedir. Gana, 1983 yılından itibaren IMF ve Dünya Bankası desteği ile kapsamlı bir ekonomik gelişme programı izlemektedir. Gana Merkez Bankasının para politikasının ana hedefi enflasyonu tek haneli rakamlara indirmektir.

PAZAR İLE İLGİLİ BİLGİLER

Gana'da fikri mülkiyet haklarının korunması yönünde yasal düzenlemeler yapılmaktadır. Gana, Dünya Fikri Mülkiyet Hakları Örgütünün (WIPO) üyesidir. WTO TRIPS anlaşmasını uygulamak için adımlar atılmakta olup, Gana parlamentosu kopyalama yasası hariç tüm TRIPS düzenlemelerini kabul etmiştir. Yabancı yatırımlar yasası, diğer yollar ile çözülemeyen anlaşmazlıklar konusunda Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Yasası Komisyonu kurallarına dayalı tahkim veya ülkeler arasındaki karşılıklı anlaşmalara atıfta bulunmaktadır. Yabancı yargı kararlarının Gana'da tanınması, karşılıklılık esasına dayalıdır. Gana anlaşmazlıkların çözümü konusunda Newyork Konvansiyonu'nu imzalamıştır.

TÜRKİYE-GANA İKİLİ TİCARETİ

Türkiye ile Gana arasındaki dış ticarete ilişkin istatistiki veriler aşağıda yer almaktadır. 2010 yılı itibariyle 96,5 milyon dolar olarak gerçekleşen ihracatımıza karşılık 194,4 milyon dolarlık ithalatımız söz konusu iken, 2011 yılında ihracatımız 220 milyon dolara ithalatımız ise 292 milyon dolara, 2012 yılında ihracatımız 224 milyon dolara ithalatımız ise 303 milyon dolara yükselmiştir. 2013 yılında ise ihracatımız 180 milyon dolar, ithalatımız ise 202 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Gana ile olan dış ticaretimiz son 10 yıllık dönem içerisinde 2007 ve 2008 yılları dışında genel olarak ülkemiz aleyhine açık vermiştir. 2012 yılında dış ticaret açığımız 80 milyon dolar, 2013 yılında ise 22 milyon dolardır. Önümüzdeki yıllarda Gana ile dış ticaretimizin artış göstermesi beklenmektedir.

2015 yılında ülkemizden Gana'ya 400'ün üzerinde farklı ürünün ihracatı gerçekleştirilmiştir. İhracatımızda önem taşıyan başlıca ürünler plastik hortum ve borular, izole edilmiş kablo ve teller, çimento, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, buğday unu ve makarnadır. Aynı şekilde 2015 yılı itibarıyla ülkemiz Gana'dan 19 kalem ürün ithal etmiştir. İthalatımızda en önemli ürünler kakao ve kakao ürünleri ile altındır. Bu iki ürün Gana'dan olan ithalatımızın yüzde 95'inden fazlasını oluşturmaktadır.

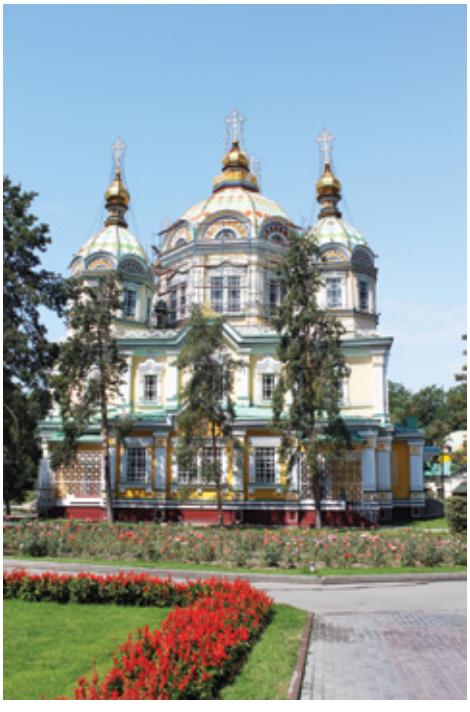
PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR

Gana'nın resmi dili İngilizcedir. İş yazışmalarında İngilizce kullanılmaktadır. Diplomatik, hizmet, hususi ve umuma mahsus pasaport hamilleri vizeye tabidir. Gana'ya girmek için uluslararası sağlık sertifikasında sarıhumma aşısının olduğunun belgelemesi gerekmektedir. Sıtma aşısı ile tetanos, menenjit ve hepatit B aşılarının yaptırılması ise önemle tavsiye edilmektedir. Gana'da firmaların ticari veya yatırım işine girişmelerinde herhangi bir yere para bloke etme zorunluluğu bulunmamaktadır. Bu yüzden özellikle bu ülkeye ihracatta firmaların özellikle ilk ihracat deneyimlerinde, ödemelerin garantisi için, deneyimli ve geçmişi bulunan firmalarla iş yapmaları önerilmektedir.

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülke Masaları

TÜRK YATIRIMCININ GÖZDESİ: KAZAKİSTAN

Türkiye'nin Orta Asya Türk cumhuriyetleri içinde en fazla yatırımının bulunduğu Kazakistan, hâlihazırda en elverişli iş ortamını sağlayan ülke konumunda yer alıyor.



Kazakistan, yüzölçümü açısından dünyanın dokuzuncu, eski Sovyetler Birliği ülkelerinin ikinci en büyük ülkesidir. Türkiye'nin yaklaşık 3,5 katı büyüklüğündeki ülke, Orta Asya'da Çin'in kuzeybatısında, Ural Nehri'nin batısında yer almaktadır. Ülkenin sınır komşuları Çin (1533 km), Kırgızistan (1051 km), Rusya (6846 km), Türkmenistan (379 km) ve Özbekistan'dır (2203 km). Kazakistan'ın Aral Gölü'ne 1.070 km'lik ve Hazar Denizi'ne 1.894 km'lik sınırı da bulunmaktadır. Ülkede tam anlamıyla karasal iklim hakimdir. Bu nedenle çok soğuk kışlar ve çok sıcak yazlar yaşanmaktadır.

SİYASİ VE İDARİ YAPI

Parlamenter bir cumhuriyet olan Kazakistan Cumhuriyeti, 16 Aralık 1991 tarihinde Sovyetler Birliği'nden bağımsızlığını kazanmasından bu yana Nursultan Nazarbayev başkanlığında yönetilmektedir. Nazarbayev, 1991 yılında göreve gelmesinin ardından 1999 Ocak ayında yedi yıllığına yeniden Cumhurbaşkanı seçilmiştir. Nazarbayev, 2005 Aralık ayında gerçekleştirilen en son Cumhurbaşkanlığı seçiminde yeniden Cumhurbaşkanlığına seçilmiştir. Yönetsel alanlarda Cumhurbaşkanı tarafından yapılan düzenlemeler, Cumhurbaşkanlığı Kararnameleri ve Bakanlık yenilemeleri ile gerçekleştirilmektedir. Nursultan Nazarbayev, ülkede günümüzdeki politik istikrarın ana unsuru konumundadır.

EKONOMİK YAPI

1991 yılında gerçekleşen bağımsızlık öncesinde Kazakistan'ın uzmanlaşmaya dayalı Sovyet sistemi içindeki rolü; buğday üretimi, metalurji ve mineral üretimi üzerinde yoğunlaşmıştır. Sovyetler Birliği'nin dağılması, merkezi planlı ekonominin çöküşü ile birlikte Kazakistan'ın üretiminde ciddi bir düşüş meydana gel-

miştir. Ekonomisi büyük ölçüde Rusya'ya bağlı olan Kazakistan'ın, bağımsızlık sonrası yaşadığı durgunluk döneminde tüketim malları üretimi gibi bazı alt sanayi sektörleri büyük zarar görmüştür. Sonuç olarak, 1990'lar süresince GSYİH içinde sanayi sektörünün payı gerilemiştir. 2000 yılı itibarı ile sanayi sektörü GSYİH içindeki payı yeniden yüzde otuzlara ulaşmıştır. Bunda en önemli rolü, yatırımlarla ivme kazanan petrol sektörü oynamıştır. Günümüzde petrol, toplam sınai üretimin yarısından fazlasını oluşturmaktadır. Kazak ekonomisinin diğer önemli sektörleri ise metal işleme ve çelik üretimidir. Bu sektörler de Sovyet sonrası dönemde ülkeye giren yabancı yatırımlar sayesinde en çabuk toparlanan sektörler olmuştur. Kazakistan, Dolar bazında BDT ülkeleri içinde -Rusya hariç- en yüksek kişi başı GSYİH ve aylık ücretlere sahip ülkedir.

Ülke, ciddi ekonomik reformlar uygulamaya ancak 1994 yılında bir istikrar, özelleştirme ve yabancı yatırım paketi ile başlamıştır. Pazar ekonomisi için gereken reformların gerçekleştirilmesi zaman almış olsa da, ülke bu yönde önemli bir gelişme göstermiş durumdadır.

TÜRKİYE-KAZAKİSTAN YATIRIM İLİŞKİLERİ

Kazakistan, ülkemizin Orta Asya Türk cumhuriyetleri içinde en fazla yatırımlarının bulunduğu ülkelerden biridir. Ülkedeki Türk yatırımlarının toplam tutarı 1,8 milyar Doları aşmış durumdadır. Ülkedeki Türk şirketlerinin faaliyetleri; ticaret, telekomünikasyon, otel işletmeciliği, süpermarket işletmeciliği, müteahhitlik, petrol ürünleri ve gıda imalatında yoğunlaşmıştır. Türkiye, Kazakistan'ın maden çıkarma sektöründe faaliyet gösteren 10 büyük yatırımcı ülkeden biridir. Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığı-TPAO, ülkedeki en büyük Türk yatırımcısıdır. Türk müteahhitlik şirketleri de ülkede çok önemli projelere imza atmıştır.

Kazakistan, Orta Asya Türk cumhuriyetleri içinde hâlihazırda en elverişli iş ortamını sağlayan ülkedir. Ancak pazara giriş yapacak firmalarımızın, Kazakistan'ın bir dönüşüm sürecinden geçmekte olduğunu, bu bakımdan ülkede çok çeşitli fırsatlar bulunmakla birlikte, iş ortamını elverişsiz hale getiren bazı zorlukların da bulunduğunu göz önünde bulundurması gerekmektedir. Bu zorluklar bürokrasinin fazla olması, yasal altyapının henüz tamamlanmamış olması ve bu nedenle mevzuatta sık değişikliklerin yaşanması, ülkede uluslararası iş kültürünün henüz yeterince yerleşmemiş olması vb. gibidir. Ülkeye ihracat gerçekleştiren ya da ihracatta bulunmayı hedefleyen üretici firmalarımızın, rekabetin yoğun olduğu bu pazarda uzun vadede kalabilmek için üretim faaliyetine geçmeleri gerekebilecektir.

PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR

Ülkemiz menşeli ürünlerin Kazak pazarında olumlu bir imajı bulunmaktadır. Türk malı ürünler kaliteli mallar olarak tanınmakta olup, orta ve üst-orta sınıfa hitap etmektedir. Bürokrasinin ağır işlemesi, ülkede iş yapan Türk işadamlarınca önemli bir sorun olarak ifade edilmektedir. Ödemelerde peşin ödeme ya da akreditifin tercih edilmesi gerekmektedir. Kazak işadamları genellikle peşin ödeme yöntemini kullanmayı tercih etmektedir. Bankacılık sisteminde yaşanan gelişmeler paralelinde akreditif kullanımı da yaygınlaşmaya başlamıştır. Pazarda rekabet edebilmenin ve tutunabilmenin ön koşulu nakliye, servis ağı ve garanti koşullarının sağlanabilmesidir. Bu nedenle bazı sektörlerde faaliyet gösteren firmalarımız, bir süre pazarı tanıdıktan sonra ihracat yerine pazarda üretime geçmeyi tercih edebilmektedirler.

Kazakistan pazarına giriş yapacak firmaların önceden etüt ederek pazara yönelmeleri, Kazak-Türk İşadamları Derneği, Kazakistan Yatırımları Geliştirme Ajansı (Kazinvest), ülkedeki sanayi ve ticaret odaları gibi kuruluşlar ve T.C. Astana Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği ile temasa geçerek bilgi almaları ve doğru ticari ortaklarla çalışmak için araştırma yapmaları tavsiye edilmektedir.

ESNEK VE SABIRLI OLUNMALI!

Doğal kaynakları ve iş olanakları açısından zengin olan Kazakistan, hızlı değişen bir piyasa görünümünü sergilemektedir. Bu açıdan ülkeye yönelik girişimlerde esnek ve sabırlı olunmalı ve ülkedeki risk faktörü göz ardı edilmemelidir. Kazakistan, Türkiye ile iyi ilişkiler içinde olan Türk cumhuriyetlerinin başında gelmektedir. Ancak, Kazak nüfusunun yüzde 55'i çeşitli ırk ve dinlerden oluşan bir topluluktur; dolayısıyla bu özel durum dikkate alınmalıdır. Kazakistan'da yaz ayları çok sıcak olduğu için, bürokratların büyük çoğunluğu ceket ve kravat kullanmaz. El sıkışma ve insanlara ilk isimleri ile hitap etme âdeti vardır. Görüşmelerin sonunda küçük armağanların (kalem, ajanda vb.) verilmesi yaygındır. Toplantılarda kartvizit değişimi yapıldığından, bir tarafı İngilizce, diğer tarafı Türkçe yazılı kart bulundurmak faydalıdır.

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülke Masaları

CEVVAL TEKSTİL'DE HEDEFLER BÜYÜK

Cevval Tekstil, bayan giyim sektöründe edindikleri tecrübe ve birikimi bebe ve çocuk giyim sektörüne taşımak isteyen iki ortak, Davut Çevik ve Şaban Alan tarafından 1995 yılında kuruldu. Bugüne sürekli bir gelişim ivmesi gösteren firma, Elayza ve Cevval markalarının yanına 2014 yılında Minimen'i de ekleyerek büyümesini sürdürüyor. Kız çocuklarına yönelik törensel kıyafetlerin (etek, bluz, elbise, tunik, okul gömleği vs.) yanı sıra erkek çocuklarına yönelik ceketli, montlu, yelekli takımlar üreterek zengin bir ürün portföyüne sahip olan şirket, 1 yaştan 12 yaşa kadar üretim yaparak her yaştan ve zevkten tüm çocuklara hitap edebilecek kıyafetler sunuyor. Bugün itibarıyla ürünlerini iç piyasanın yanı sıra AB, Rusya, Ukrayna ve Baltık ülkeleri, Doğu Avrupa ve Balkanlar, Türki cumhuriyetler, İran, Arap Yarımadası ve Kuzey Afrika pazarlarına ulaştıran Cevval Tekstil, iç piyasada edindiği liderlik pozisyonunu dış piyasalara da taşımayı hedefliyor.

SEKTÖRÜN ÖNDE GELEN KURULUŞU: DİVONETTE

Divonette, 1999 yılında K. Yıldız Tekstil bünyesinde halen şirketin Yönetim Kurulu Başkanlığını yapan Ömer Yıldız tarafından kuruldu. Müşterilerini en uygun, pratik ve ekonomik çözümlerle buluştururken, kaliteden ödün vermemeyi de ilke edinerek bugünlere ulaştı. Divonette'nin ürün profilinde 0-16 yaş kız-erkek penye üst grupları ve 0-12 yaş kız-erkek penye takımlar yer alıyor. Yıllık bazda 1 milyon adet seviyelerinde üretim gerçekleştiren firma, yaklaşık 150 kişiye de iş imkânı sağlıyor. Üretiminin yarısını ihracatta diğer yarısı da iç piyasada değerlendiren şirketin hedeflerinde, son teknolojik gelişmeleri takip ederek üretim aşamalarına entegre etmek, kalite anlayışını dünya standartlarına yükseltmek ve yeni dış pazarlara ulaşmak bulunuyor. Divonette ayrıca, çocuk giyim alanında müşteri beklentilerinin üzerinde hizmet ve ürün sunmak, yüksek nitelikli ve küresel standartlarda oluşturduğu kurumsal yapısı ile sektörün önde gelen kuruluşları arasında yer almak için durmadan çalışıyor.

DMB SPORT, ÇOCUKLARIN RAHATLIĞI İÇİN ÇALIŞIYOR

Dmb Sport &Kids, 1990 yılında Şükrü Hatipoğlu tarafından bir şahıs firması olarak kuruldu. Geçen 26 yıl içerisinde birçok değişime ve evreye uğrayarak bugünkü yapısına ulaşan firma; eşofman, pijama gibi rahat giyim çocuk kıyafetleri üreterek hazırgiyim sektöründe faaliyetlerine devam ediyor. 3000 metre kapalı alanda 50 kişilik üretim kadrosuyla son teknolojileri kullanarak üretim yapan Dmb Sport, üretiminin yaklaşık yüzde 80'ini iç piyasaya, yüzde 20'sini ise dış pazarlara gönderiyor. Şirketin gelecek yıllardaki en önemli hedefi ise Dmb Sport&Kids markasının iç ve dış piyasalardaki pazar payını arttırmak.

DOĞRU BEBE'DEN SAĞLIKLI VE DOĞAL GİYSİLER

2010 yılında Vişne Ticaret Bölgesi'nde 3 personel ile üretim faaliyetine başlayan Doğru Bebe, bugün itibarıyla bünyesindeki 30 çalışanı ve fason üreticileriyle beraber 300'e yakın kişiye iş imkânı sağlıyor. Necix's, Baby Pearly ve Jolly Joy markalarıyla 0 ila 3 yaş arası çocuklar için bebek takımları, bebek tulumları, badili takımlar, 5'li set elbise, 10'lu set elbise, battaniye, tek bandana ve tek şapka üretimi yapan firma, ürün çeşitliliğini ve üretim kapasitesini günden güne yükseltiyor. Bebek ve çocuklar için sağlıklı ve doğal giysiler üretme vizyonuyla çalışmalarına devam eden şirket, güçlü ARGE ekibiyle de kaliteli ürünleri uygun fiyata, muhtelif bölgelerdeki toptancılar kanalı ile piyasaya sunuyor. Üretiminin yüzde 60'nı doğrudan ve aracı kuruluşlar vasıtasıyla Suudi Arabistan, İran, Azerbaycan, Rusya, Cezayir, Irak, Filistin, İsrail, Kırgızistan ve Kazakistan pazarlarına gönderen firma, yerel zincir mağazalarla birlikte, Avrupa ve Amerika pazarına açılmak için de çalışmalarını sürdürüyor.

Yurtta Barış
Dünyada Barış

Peace at Home
Peace in the World

Мир в доме,
Мир в мире

لما انا وانت رح نكون مع بعض الدنيا كلها رح تتحاد مع بعض

MİMOZA BABY - EFULİ BABY

www.meloditekstil.com - facebook.com/meloditekstil - info@meloditekstil.com

MELODİ - MİMOZA ve EFULİ BEBE BİR SERVET TEKSTİL MARKASIDIR.

TEL:0224 250 78 89 / 0224 532 05 48

Halil ATALAY
BEKSİAD Chairman of the Board

OUR SECTOR IS GROWING AND DEVELOPING

Dear friends, esteemed colleagues,

We, as the representatives of the ready-made baby's and child's wear sector, had a very good start this year, and after long years, we have organized once more our trade fair. While "Junioshow" fair exceeded all expectations, buyers from numerous countries worldwide – from the Middle East to the Balkans, and from Russia to the African countries – this fair made them meet members of our sector. The environment of stability and confidence provided in Turkey after the 2015 elections returned to us as new business connections due to the contacts we have made during the fair. As from the next year onwards, we will organize "Junioshow" fair twice a year, which will increase our sector's recognition and development in Bursa. Within the course of time, this fair will become one of the world's most popular fairs in its field.

We, as a sector, have launched the aim "Growing, and opening up new markets", and are saying "How can we retrieve Russia, Ukraine, and the doors in the near geography", and are continuing to work in this direction. Within the scope of the clustering activities, we made our first journey to a foreign country, which was the US. And during our journey to South Africa, a country on a continent with a quite important potential, we realised that we can sell our products not only to the North African, but also to the Central African countries. I hope that this journey, too, will open new doors for us. For the sake of our sector's development and an increase in weight on the foreign markets, our activities and endeavours will continue in an increase way.

The development towards a positive direction experienced in our sector is obvious. If I am allowed I would say, the ball is set rolling. Our sector made a great start-up by means of the clustering activities, "Junioshow" fair, the journeys made to foreign countries, and the visits made by foreign purchasing delegations, thus, from now on, it is the only and most important goal to widely open up to the world. Furthermore, on the other hand, our Commercial Zone at Bursa's Vişne Street will develop even further, and our activities and endeavours with the local administrations in the meaning of its recognition on the international platform are continued, and increased.

We will continue to work on our sector's development, according to our members' demands, and to generate new projects.

Faithfully yours,

A SECTOR GROWING BY MEANS OF NEW STRATEGIES

The great change experienced with baby's and child's wear in Bursa is obvious. The ball is set rolling. Our baby's and child's wear sector experienced a start-up by means of clustering activities, "Junioshow" fair, the journeys made to foreign countries, the visits made by foreign purchasing delegations, and, last but not least, the second SDIC (Communiqué on Supporting the Development of International Competitiveness) project application, thus this sector aims to open up to the world.

For many years, the ready-made baby's and child's wear companies in Bursa manufactured specific models, kept their products in their warehouses, and then sold their products through wholesalers in Istanbul located mainly in Laleli. During recent years, however, they made a sensational attack. Those companies that, in cooperation between the Bursa Chamber of Commerce and Industry and BEKSIAD Association, started clustering activities, make progress within this process by following the latest trends worldwide, by taking professional trainings and consultancy services, and by making journeys to foreign countries, on their way to grow and to open up to the world. It is one of these companies' goals of first priority to now make product sales directly to the international buyers, after having continued to make product sales for many years under the care of Istanbul. As long as they open up more to the foreign markets, and as long as they get new orders, the companies will also learn better to make order-based production. In the sector in general, there is an opinion prevailing saying that this situation will be one of the most important gains for the companies within the scope of the SDIC project. The sector's other gains will be to have companies that will be able to make the right, order-related planning, to set up the supply chain systems accordingly, and to review one more time contract manufacturing in this direction.

THE SECTOR'S NEW ROUTE: SOUTH AFRICA

Within the scope of the SDIC (Communiqué on Supporting the Development of International Competitiveness) project conducted by the Bursa Chamber of Commerce and Industry, the representatives of the sector of ready-made baby's and child's wear in Bursa have put the South Africa geography, which has the largest economy on the African continent, under the microscope, and thus have caught an opportunity to market the Bursa brand in this way.

The Bursa companies alone meeting nearly 80 per cent of the production of ready-made baby's and child's wear in Turkey are examining the global markets closely. The new target market of the sector's representatives, however, who, in October 2015, examined, also with the support of the Department of Commerce, the Children's Club Fair in the US for the first time, became the Republic of South Africa, one of those countries being a rising star in global economy. Those companies, which are members of the SDIC project called "Opening- up of the sector of ready-made baby's and child's wear from Bursa to the world", have put the Republic of South Africa under the microscope. South Africa is one of those target countries having been defined in the project's needs analysis. A delegation of 45 persons participated in this programme.

IN B2B MEETINGS, THEY GOT TO KNOW THE MARKET CLOSELY

First, the delegation visited stores in Cape Town selling baby's and child's wear. During this visit, they examined those products that are mostly preferred on the South African market. Within the scope of the programme, the Bursa companies also made bilateral negotiations, in cooperation with the Cape Town Chamber of Commerce and Industry, and the Turkish Commercial Consultancy Office in Pretoria. In these meetings, in which also the authorized purchasing officials of South Africa's most efficient chain stores participated, both countries have caught the opportunity to establish a platform for the cooperation of their business world representatives.

The sector's members furthermore participated in the "Mama Magic" Fair for Baby's Wear and Baby's Needs, organized in the city of Johannesburg. At the booth opened under the name "Juniokids", which is a SDIC co-brand, the promotion of the production of baby's and child's wear in Bursa and its producing companies has been made.

After an interval of five years, "Junioshow" fair has been organized once more in Bursa, the leader in the sector of ready-made baby's and child's wear. In this fair, the sector's representatives were brought together with buyers from all over the world.

THE SECTOR'S HEART BEAT AT "JUNIOSHOW" FAIR

"Junioshow", the Bursa Fair for Ready-Made Baby's and Child's Wear & Children's Needs, has been organized in January 2016 in the International Fair and Congress Centre in Bursa. During his speech made at the programme's opening, Burkay, chairman of the Bursa Chamber of Commerce and Industry, said that "Junioshow", the first fair opened in 2016, will gain an important dynamism to the sector of ready-made baby's and child's wear. Burkay said: "Junioshow" fair reflects our companies' manufacturing strength, the strength of those companies, which ship their products to markets in the four directions on the compass, from Russia to Germany, and from Egypt to Ghana. Our sector's representatives will make bilateral negotiations with purchasing delegations consisting of more than 150 professionals from over 30 countries."

"JUNIOSHOW" FAIR WILL BECOME AN IMPORTANT BRAND

Bursa Governor Karaloğlu said in his speech: "Bursa has a great potential in the sector of ready-made baby's and child's wear. And today, Vişne Zone is in the position of being the sector's important clustering centre in Turkey. I believe that 'Junioshow' fair will become a weighty brand, and that it will have a say in the world, in its sector."

THE LATEST TRENDS WERE EXHIBITED

During five days, "Junioshow" fair, where the sector's latest trends were exhibited, brought together a great number of professionals in this field. Purchasing delegations organized with the promotions made in such a vast geography as from Africa to Asia, and from Europe to the Middle East, visited this fair. During this fair, moreover, the Award Ceremony for Young Designers has been performed, and conversations on trends have been made, also activities called "Trend Area" and "Junio Fashion Show" have been organized.

THE NEW SEASON'S TRENDS HAVE BEEN DEFINED

Within the scope of the SDIC (Communiqué on Supporting the Development of International Competitiveness) project, cluster member companies, who take counselling services from Promostyl company, one of the biggest trend offices in France, completed the trainings with important gains.

It has been aimed that the project participants together with the counselling services given within the scope of the SDIC project called "Ready-Made Baby's and Child's Wear Sector's Opening-Up from Bursa to the world", manufacture products considered appropriate for baby's and child's wear trends for the 2016-2017 Fall-Winter and the 2017 Spring-Summer season, respectively, and maximize their competitive strengths in the international market. The representatives of the cluster member companies have got training from Promostyl company, one of the biggest trend offices in France, and have sketched in this way new horizons for themselves for the coming seasons.

Activities were made during 30 days in the activities in which the 34 SDIC project member companies participated. The process ended with the last training performed at the "Junioshow" fair organized in January 2016. These are the activities implemented at the end of the trend and design counselling activity, forming part of the SDIC project:

Counselling Processes

- Exploration and Analysis
- Preparing of the Training Contents
- Trend Guide for the 2016-2017 Fall-Winter, and the 2017 Spring-Summer season
- Trainings, Conferences, and Workshops
- Fair Conference

NEW MARKETS TARGETED

After the Russia crisis, the manufacturers of ready-made baby's and child's wear in Bursa started to search for alternative markets, and they have made an evaluation of the situation in a meeting, in which also the Laleli Industrialists' and Businessmen's Association participated.

In the meeting, in which BEKSİAD, the Bursa Association of Industrialists and Businessmen of the Ready-Made Baby's and Child's Wear Sector, and Gıyasettin Eyyüpkoca, chairman of LASİAD, the Laleli Industrialists' and Businessmen's Association, participated, they evaluated the Russia crisis and alternative market opportunities. BEKSİAD Chairman Halil Atalay, who spoke in this meeting, said: "Next year, we anew will organize 'Junioshow' fair, in January and in July, respectively, and we will announce Bursa's manufacturing strength to all related fields. At the same time, we are planning to open fashion design classes in the near future at the University of Applied Sciences of Bursa Uludağ University. We furthermore are planning to make endeavours at the vocational high schools, with our Directorate of National Education in Bursa, in order to raise qualified technical staff."

BURSA AND ISTANBUL, TWO CITIES CONSIDERED AS A WHOLE

Gıyasettin Eyyüpkoca, chairman of LASİAD association, said that he considers Bursa and Istanbul as a whole, also said that Laleli has a commercial network embodying 57 countries. Eyyüpkoca stressed that, for the ready-made clothing sector, there is a very important market, also outside Russia. He said: "We should do our homework well. Considered from the point of view of our sector, Russia is our partner since more than 20 years. As Russia's policy of expansion did, our trade moved in an upward momentum. This Russian policy, however, together with the economic problems experienced in Russia, our trade volume decreased by 60 per cent."

Eyyüpkoca continued as follows: "Among our target markets, we have put Iran in first row. The second row, however, holds the triangle Algeria, Tunisia, and Morocco. Also Ghana in West Africa will become a central country for us. And in South America, we have defined Argentina, Mexico, and Brazil."

COOPERATION AND CONFIDENCE TRAINING FOR THE INDIVIDUAL CLUSTERS

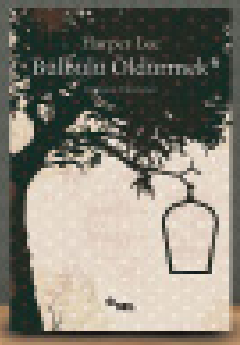
A training on "Cooperation within Clusters, Networking, and Confidence" was performed to the cluster representatives constituted by Bursa ready-made baby's and child's wear manufacturers.

Within the scope of the SDIC (Communiqué on Supporting the Development of International Competitiveness) project, a training on the "Cooperation within Clusters, Networking, and Confidence" was organized. 24 representatives from 17 SDIC project member companies participated in the two-day training performed in Afyon. This training was performed by Ekin Taşkın, one of the cluster-comparison experts accredited by the European Secretariat for Cluster Analysis, and at the same time one of the first accredited trainers to perform the Cluster Excellence Training by the European Cluster Excellence Foundation.

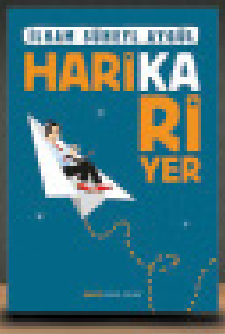
Information on how to provide evaluations of basic clustering concepts through events, to develop the infrastructure that will form the cooperation understanding between the companies, and to form a joint synergy has been given to the companies during the training.

Trainer Ekin Taşkın said, "The clustering approach enables companies to see their weak points, and to improve them in cooperation, to increase their competitive powers by taking joint action, and to catch more powerful and sustainable growth by fighting difficulties together. The increased confidence between the companies within the cluster makes it easier for them to be able to take joint action in many different fields. Taking into account that confidence is the most important factor for cooperation, for creating a confidential environment, for developing and maintaining it, is the cluster-developing works' most important, and actually its most difficult part."

Yazar: Harper Lee
Sel Yayıncılık
Çevirmen: Ülker İnce



1960 yılında yayımlandığından bu yana bütün edebiyatseverlerin gönlünde özel bir yer edinen, Pulitzer ödüllü Bülbülü Öldürmek, ırkçılığı ve eşitsizliği bir çocuk kahramanın, Scout Finch'in gözünden anlatıyor. Bir "zenci"nin haksız yere suçlanması üzerinden gelişen olaylar; önyargılar, riyakârlık, ırk çatışmalarıyla beslenen küçük Amerikan kasabasının sınırlarını aşıp, insanlar arası ilişkide adaletin ve dürüstlüğün önemini anlatan bir hikâyeye dönüşüyor.

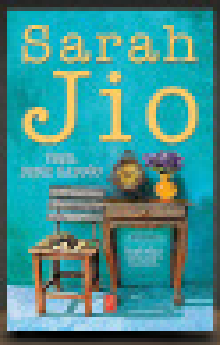


Yazar: İlham Süheyl Aygül
Alfa Yayıncılık

O bir İK düşünürü, bir ezber bozan, farklı ve çok boyutlu bakan, çok yönlü yazan bir yazar... Diğer kişisel gelişim yazarlarından farklı olarak edebi bir dille kaleme aldığı, ilham veren işaret levhaları, büyülü sözleri ile dolu kitapları ile sadece kariyer alanında değil, kitabı açtığınız andan itibaren farkındalık yaratan yolculuğunuza gastronomi, sinema, felsefe, müzik, uzak diyarlar, insan ve hayata dair ne varsa içinizi dolduracak şekilde devam edeceksiniz...

Yazar: George Orwell
Yayınevi : BGST
Çevirmen: Jülide Ergüder

George Orwell'in 1938 yılında yayımlanan kitabı Katalonya'ya Selam, Orwell'in bir milis olarak katıldığı İspanya İç Savaşı'ndaki deneyimlerini konu alır. Kitap, faşizme karşı yürütülen savaşa ışık tutmanın yanı sıra İspanya'da başlayan toplumsal devrimi, cumhuriyetçiler cephesinde anarşistler ile komünistler arasındaki çatışmaları önyargılardan uzak bir yaklaşımla yansıtmaktadır.



Yazar: Sarah Jio
Pena Yayınları
Çevirmen: Fatma Zeynep Öztürk

Yirmili yaşlarda hayat daha kolaydı. Özellikle de konu aşk olduğunda. Biriyle tanışıyordun, sen onları seçiyordun, onlar seni seçiyordu. Birlikte dünyayı fethedebilirdiniz. Günlük tuttuğunuz zamanlarda yazdığınız her şeyi yapabilirdiniz. Hayaller, parlak, çarpıcı renklerde yaşanacaktı. Hayat sizindi, ikinizindi. Her şeye birlikte göğüs gerip birlikte yaşayabilirdiniz. Hayatınızı birine bağlardınız ve gerisi önemini kaybederdi. Peki ya şimdi?

Haknur®

wearing

BABY & KIDS FASHION

tayni® collection

my little Peri Masalı®

Yunusemre Mah. Ay Cad. No :25 16400
Yıldırım / BURSA / TURKİYE
Tel : +90(224) 360 80 18
Fax: +90 (224) 360 31 18
e-mail: info@haknurbebe.com.tr

by Haknur®

Miniworld® natural

GOOGLE VE LEVİ'S'TAN AKILLI CEKET

İnternet devi Google, Levi's ile birlikte ürettiği akıllı ceketi görücüye çıkardı. Kullanıcının el hareketlerini algılayan sensörü bulunan ve dokunmatik bir yüzeye de sahip olan ceket, akıllı telefon ile birlikte çalışıyor. Örneğin bir arama aldığınızda cekete dokunarak cevaplayabiliyor veya reddebiliyorsunuz. Kullanıcıların akıllı telefonlarındaki uygulamalarla birlikte de kullanılabilecek olan ceket, Google Maps, Spotify ve mesaj servisleri ile koordineli olarak çalışabiliyor. Başka bir deyişle ceketin üzerinden yaptığınız dokunuşlarla Spotify'dan dinlediğiniz şarkıyı değiştirebileceksiniz. Şirketten yapılan açıklamaya göre, çalışmalarına 2015'te başlanan akıllı ceket 2017'de piyasaya sürülecek.

3D YAZICI İLE ÜRETİLEN MOTOSİKLETİN FİYATI BELLİ OLDU

3D yazıcı ile üretilmiş ilk motosikleti kullanmak istiyorsanız bir şekilde 56 bin dolar bulsanız iyi olur. Zira Airbus'un bünyesinde bulunan APWorks, 3D yazıcı ile yapılan ilk motosiklet için talep ettiği ücret bu. Peki, piyasadaki diğer motosikletlere oranla bir servet değerinde olan bu modelin özellikleri neler? Elektrikli bir motora sahip ve 35 kilo ağırlığında olan motosiklet, 3 saniyede 45 km hıza ulaşabiliyor. Tek şarjla 60 km seyahat edebilen Scalmalloy isimli motosikletten sadece 50 adet üretildi. Henüz satışına başlanmayan ürün için siparişleri almaya başlayan şirket bu motorun sahibi olmak isteyenlerden 2 bin 200 dolar (6 bin 500 TL) depozito talep ediyor.

NASA'NIN YAPAMADIĞINI HİNDİSTAN YAPTI

İlk insansız uzay aracını uzaya yollayan Hindistan 'yeniden kullanılabilir roket' üretimi yarışına katıldı. Ülkenin güneyindeki Andhra Pradesh kentinden kalkan 6,5 metre yüksekliğinde ve 1,75 ton ağırlığındaki mini uzay aracının başarısı uzay keşfi maliyetini büyük ölçüde azaltabilir. Zira Amerikan Havacılık ve Uzay Dairesi (NASA) yüksek maliyetlerden dolayı 2011 yılında Uzay Mekiği Programı'nı durdurmuş ve yeniden kullanılabilir uzay aracı üretiminde tabiri caizse uluslararası bir rekabet de bu hamle ile start almıştı. Son yıllarda uzay araştırmalarına ciddi yatırımlar yapan Hindistan, 2013 yılında Mars'a oldukça düşük bir maliyetle uydu yollamıştı. Hindistan, önümüzdeki 10 yıl içinde uzaya tam kapsamlı yeniden kullanılabilir bir uzay mekiği yollamayı hedefliyor.

SOLAR IMPULSE 2, DÜNYA TURUNUN BİR ETABINI DAHA TAMAMLADI

Güneş enerjisiyle çalışan Solar Impulse 2, dünya turunun 12. etabını tamamladı. ABD'nin Oklahoma eyaletindeki Tulsa Uluslararası Havalimanı'ndan kalkan uçak, 16 saat 34 dakikalık uçuşun ardından Ohio eyaletindeki Dayton Uluslararası Havalimanı'na indi. Sadece güneş enerjisiyle çalışan ve ortalama hızı saatte 45 kilometre olan uçak, güneş ışınlarının en güçlü olduğu saatlerde bu hızın iki katına ulaşabiliyor. Dünya turuna 5 Mart 2015'te Abu Dabi'den başlayan Solar Impulse 2, şimdiye kadar 12 etabı tamamlamış oldu. Ağırlığı sadece 2,3 ton olan uçağın 72 metrelik genişliğe sahip kanatlarında toplam 17 bin 248 güneş hücresi bulunuyor. Solar Impulse 2, gündüzleri lityum bataryalarında güneş enerjisi depolayabilmesi sayesinde geceleri de uçabiliyor.

GAYE®

baby fashion

TONTON® *baby*

Adres
Duaçınar Mah. 3. Kumru Sok. No:5
Yıldırım / Bursa

Telefon : 0.224 246 44 29
fax : 0.224 246 15 80

www.gayebebe.com

ERİŞİLEMEYEN İLAÇLAR İÇİN YENİ DÜZENLEME

Başta bazı kanser türlerinde olmak üzere çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanılan ve kamuoyuna "erişilemeyen ilaç" olarak yansıyan, geri ödemesinde sıkıntı yaşanan bazı ilaçların temini için yeni düzenleme yapıldı. Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu (TİTCK) ile Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) işbirliğiyle yapılan yeni düzenleme, Sağlık Uygulama Tebliğinde (SUT) "endikasyon dışı ilaç kullanım onayı" verilen hastalar için geri ödemelerde kolaylıklar içeriyor. Düzenlemeye göre, SUT'ta "geri ödeme koşulu" olarak tanımlanan kriterler nedeniyle kısıtlanmış ya da tanımlanmamış ilaçlara erişim sağlayamayan hastalara, Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu tarafından verilecek onayla ödeme yapılabilecek. Özellikle kimi kanser ilaçları için zorunlu olan "hastanın daha önce sigara içmemiş olması" şartına karşın, TİTCK'ye bağlı bilimsel komisyonun "hastanın tedavisinin olumlu gittiği yönünde kanaat getirmesi" yeterli olacak. Bu durumda ilaca onay verilecek ve ilaç geri ödeme kapsamına alınacak.

SAHTE GÜNEŞ GÖZLÜKLERİNE DİKKAT

Ucuz, markasız ve kalitesiz güneş gözlüklerinin güneşten korumadığı gibi göz sağlığını bozduğunu söyleyen uzmanlar, standartlara uygun olmayan güneş gözlükleri konusunda uyarıyor. Sahte güneş gözlüklerinde ultraviyole filtresinin bulunmadığını, bunun da göze zarar verdiğini belirten ve sahte güneş gözlüklerinin güneşten korumadığı gibi göz sağlığını bozduğunu kaydeden uzmanlar, "İnsanlar gözlük alırken kaliteli, tescilli ve standartlara uygun bir yerden gözlük almalıdır. Kullandığımız güneş gözlüklerinde ultraviyole filtresinin bulunmasına dikkat edilmelidir. Gözlerimiz ultraviyole filtresinin ışınlarına maruz kaldığı zaman çeşitli derecede rahatsızlıklara yol açabiliyor. Gözlük, bizim için bir aksesuarın ötesinde olmalıdır" uyarısında bulunuyor.

KALİTELİ BİR YAŞAM İÇİN TUZU AZALTIN

Besinlerinin pek çoğunun içinde bulunan ve tuzun ana maddesi olan sodyum, vücuttaki sıvı dengesini sağlayan ve kan basıncını düzenlenmesinde rol oynayan önemli bir mineral. Ancak tuzun fazla tüketilmesinin birçok sağlık sorununa neden olabileceğinin altını çizen uzmanlar, Türkiye'nin, dünyada en fazla tuz kullanan ülkelerin başında geldiğini söylüyor ve ekliyor; "Ülkemizde günlük 18 gram, Japonya da 11,6 gram, İngiltere de 8,5 gram, ABD ise 9,6 gram tuz tüketilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü'nün önerdiği değer ise günlük 5 gramdır. Günlük tuz alımının erişkinler için 5 gramı geçmemesi, tuz tüketiminin az miktarda dahi azaltılmasının, kalp ve damar hastalıkları riskine büyük etkisi olduğu görülmektedir. Günlük beslenmede tuz tüketiminin 10 gramdan 5 grama düşürülmesi ile inme riskinin yüzde 23 ve kardiyo vasküler hastalıklar riskinin yüzde 17 azaldığı görülmüştür."

ÇİĞ KÖFTE YERKEN DİKKAT!

Lezzetli olmasının yanı sıra besleyici özelliği de bulunan çiğ köfte, bağışıklığı güçlendirirken, sinir ve sindirim sistemine de olumlu etki yapıyor. Ancak çiğ köfteyi satın alırken, tüketirken ve saklarken dikkat edilmesi gereken önemli kurallar olduğu unutulmamalı. Beslenme ve Diyet Uzmanı Neşe Ceylan, çiğ köftenin sağlığa faydası olduğu kadar, kurallara dikkat edilmediğinde tam tersine zararlı hale gelebildiğini söyledi. Çiğ köfteyi satın alırken, tüketirken, saklarken dikkat etmek gereken önemli kurallar olduğunu belirten Ceylan, "Özellikle bazılarının lezzet katması için çiğ köftenin içine koydukları Çin tuzu, insan sağlığına hem zararlı hem de bağımlılık yapan bir katkı maddesi. O nedenle çiğ köfte satın alırken güvenilir markaları ve emin olduğunuz yerleri tercih edin" dedi. Ceylan çiğ köfte tüketmeden önce dikkat edilmesi gereken 10 kuralı ise şöyle sıraladı: Etlisini tercih etmeyin, Çin tuzuna dikkat, bulyonlar bakteri üretir, günlük tüketeceğiniz kadar alın, açıkta satılandan kaçının, etiketini mutlaka okuyun, yeşillikleri yeniden yıkayın, porsiyona dikkat edin, lavaş yerine marula sarmayı tercih edin, çölyak hastaları tüketmemeli.

Baby Sport®

Amacımız

Ürünlerimizi günün modasına uygun farklı çizgiye sahip ve standart ölçülere uygun olmasını sağlayarak tüketiciye kaliteli hizmet vermektedir . Çalışmalarımız sonucu olarak kuruluşumuzdan bu yana geçen hergün çıtamızı yükselterek üretimimize devam etmekteyiz

Geleceğimiz olan çocuklarımızı en iyi şekilde giydirmek bizim işimiz

jamicom baby collection

MİNİ FONTE®

''Gururla Türkiye'de üretilmiştir.''

M. HATİPOĞLU KONFEKSİYON

Adres:Kazımkarabekir mah.Kaleci sk. no:9-13
Yıldırım / BURSA
Tel & Fax:0224 369 19 90

www.babysport.com.tr

MAİL: iletisim@babysport.com.tr

Made in TURKEY

OLAY
TARİH: 14 OCAK 2016
SAYFA: 3

GİYSİLER KÜÇÜK UMUT BÜYÜK

DÜNYA
TARİH: 12 OCAK 2016
SAYFA: 2

Junioshow'a hazırlanan bebeciler Afrika pazarına girmeyi hedefliyor

BURSA HAKİMİYET
TARİH: 22 MAYIS 2016
SAYFA: 7

YENİ ROTA: Güney Afrika

BURSA HAKİMİYET
TARİH: 10 ŞUBAT 2016
SAYFA: 7

Rusya olmazsa İran var

BURSA HAKİMİYET
TARİH: 14 OCAK 2016
SAYFA: 6

Junioshow kapılarını açtı

BURSA
TARİH: 10 ŞUBAT 2016
SAYFA: 5

Rusya krizi Bursa ekonomisini sarstı

GAZETE
TARİH: 13 NİSAN 2016
SAYFA: 6

BEKSİAD MİSAFİRLERİNİ BEKLİYOR

OLAY
TARİH: 15 NİSAN 2016
SAYFA: 6

Feridun EYÜPOĞLU

Kritik sektörün zorlu mücadelesi

Meydan
TARİH: 08 ŞUBAT 2016
SAYFA: 5

BURSALI FİRMALARA 'LİDERLİK' EĞİTİMİ

MARMARA
TARİH: 08 ŞUBAT 2016
SAYFA: 6

BTSO'DAN LİDERLİK EĞİTİMİ

Türkiye
TARİH: 28 OCAK 2016
SAYFA: 19

BTSO üyeleri, Rektör Ulcay'ı ziyaret etti.

ÜÜ'DE TASARIM BÖLÜMÜ AÇILIYOR

Bebek giyimine akademik destek

Hürriyet
TARİH: 20 OCAK 2016
SAYFA: 5

AR-GE REFORMUNA DESTEK SÜRÜYOR

PAY YÜKSELTİLMELİ | YATIRIM KOLAYLAŞTI | YILA MORALLİ GİRDİK

YeniDönem
TARİH: 16 MART 2016
SAYFA: 6

TECRÜBE İÇİN İNEGÖL ÇIKARMASI

Meydan
TARİH: 29 MART 2016
SAYFA: 5

Krize rağmen büyüyoruz

SEKTÖR MEMNUN

Şehir
TARİH: 19 NİSAN 2016
SAYFA: 6

Halil Atalay: "İHH ümmet için önemli"

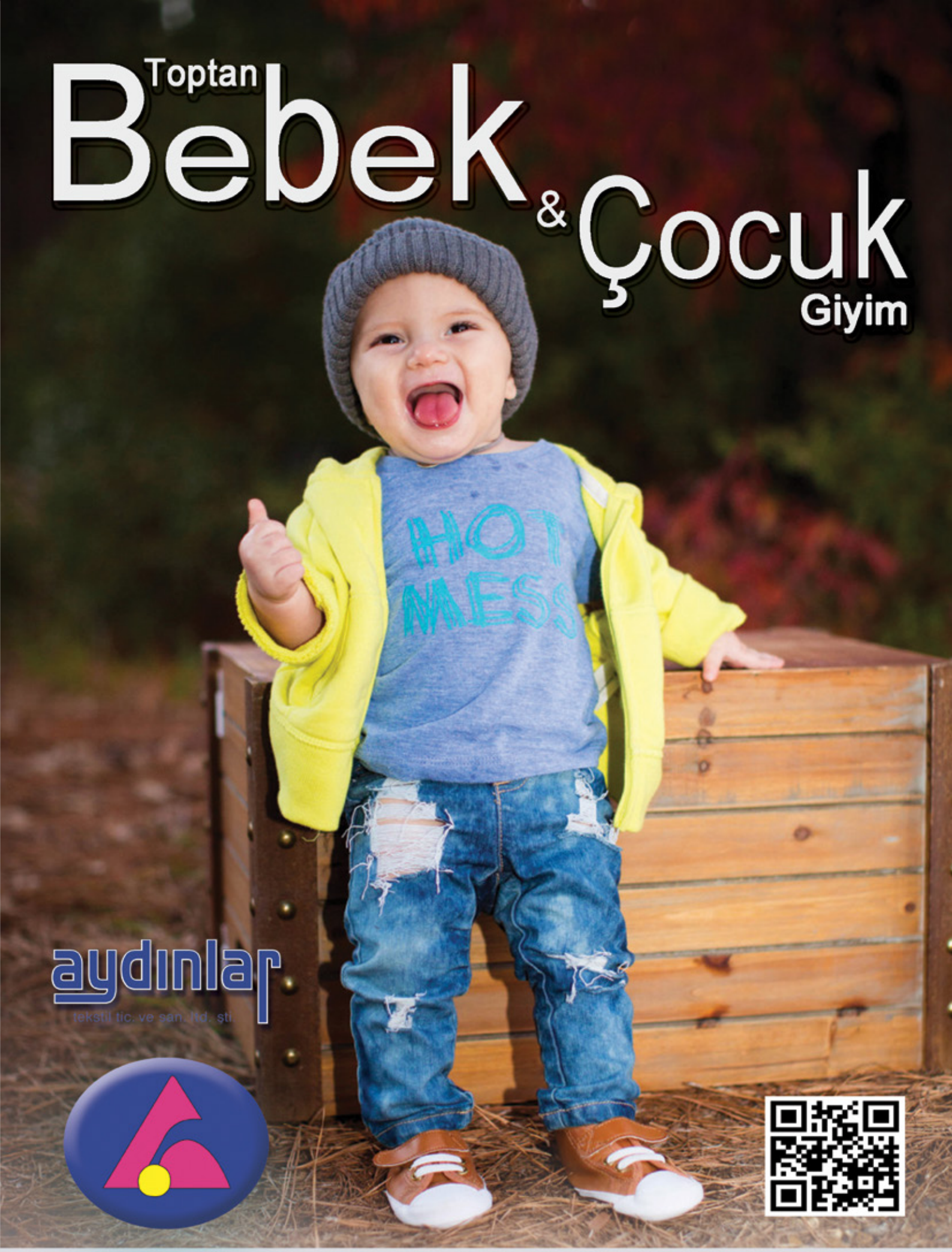
YUVAM TOTTO

Kazım Karabekir Mh. Kocadere Sk. No:14 Yıldırım / Bursa / TÜRKİYE Tel: +90 224 362 70 60 Fax: +90 224 360 15 20
info@yuvambaby.com www.yuvambaby.com

deco® SPORT

Yunus Emre Mh. Karacalar Sok. No:3
Yıldırım/Bursa
Tel: 0.224 367 59 99 Fax: 0.224 367 93 13

Toptan Bebek & Çocuk Giyim



aydınlar
tekstil tic. ve san. ltd. şti.

/AydinlarbebeCom /aydinlarbebe16 /aydinlarbebe www.aydinlarbebe.com

Kazım Karabekir Mah.Vişne
Cad. No:131 - Yıldırım / Bursa
Tel:+90224 364 05 85-86 - Fax:+90224 364 05 84

FİRMA	TELEFON + 90 224	FAX +90 224	WEB SITE	E-MAİL
AGUCUK BEBE	364 63 44	364 63 44		agucukbaby@gmail.com
AKDEM	364 70 90	364 80 10	www.akdemtekstil.com	tuncay.akdemir@hotmail.com
AKİRA BEBE	366 05 26	366 05 26	www.akirabebe.com	info@akirabebe.com.tr
AKKON TEKSTİL SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	363 87 63	363 87 65	www.akkonbaby.com	admaksoy@gmail.com
AKM TEKSTİL.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	364 95 96	364 97 98	www.akmtekstil.com	bilgi@akmtekstil.com
AKPLAST TEKSTİL	363 28 03	364 02 47	www.akplasttekstil.com	huseyinavci@akplasttekstil.com
AKRİDA TEKSTİL	360 55 54	361 20 32	www.akridatekstil.com	yavuz@akridatekstil.com
AL-GİY	363 61 84	362 12 06		algiy@algiykids.com
ALİ-KAN TEKSTİL	366 59 78	366 81 34		ali-kan.textil@hotmail.com
AN DİZAYN	360 02 30	360 02 40	www.andizayn.com	gamze.dikenci@andizayn.com
ARGÜL TEKS SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	364 31 42	364 25 29	www.argultekstil.com.tr	info@argultekstil.com.tr
ARILAR FANTAZİ KUMAŞ	361 57 38	361 86 29		bursaarilar@hotmail.com
ASİLGÜÇ TEKS.KONF.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	363 77 45	363 77 90	www.asilguc.com	info@asilguc.com
ATC TEKSTİL	365 00 05	365 00 05	www.atctekstil.com	ismail@atctekstil.com
ATILIM BASKI	363 85 95	363 73 96		atilimbaski1992@hotmail.com
AYAZMALI	360 68 38			azizogluaziz@hotmail.com
AYDINLAR TEKSTİL	364 05 85	364 05 84	www.aydinlarbebe.com	info@aydinlarbebe.com
AYDOĞDULAR NAKIŞ İPLİK KON.TEKS.LTD.ŞTİ.	360 07 84	360 07 94	www.aycitykids.com.tr	ay-dogdular@hotmail.com
AYFİ BABY	360 04 07	364 28 33	www.ayfibaby.com	info@ayfibaby.com
AY-GÜL BEBE	362 96 07	362 96 07		aygulbebe@hotmail.com
AYŞEN TEKSTİL MOBİLYA SAN.TİC.LTD.ŞTİ	361 26 23	362 62 46	www.aysenbebe.com	info@aysenbebe.com
AYTÜRK TEKSTİL	360 09 57	360 09 58	www.ayturktekstil.com	sedat@ayturktekstil.com
BABYMOL				
BABYROSE - GÜLBEBE	363 42 42	363 42 43	www.gulbebe.com	gulbebe@gulbebe.com
BAHADIRKON	363 00 55	363 88 34	www.bahadirkon.com.tr	bahadir@bahadirkon.com.tr
BAMBOLA	361 92 67	361 74 85	www.bambolatekstil.com	info@bambolatekstil.com
BAŞEREN TEKSTİL	361 24 64	364 26 75	www.basaren.net	info@basaren.net
BEBE MANİA	215 37 55	215 37 55	www.qikakids.com	f.ersn@hotmail.com
BEBEKEVİ	363 50 00	362 55 21	www.bebekevi.com.tr	info@bebekevi.com.tr
BEBELİNNA			www.bebelinna.com	info@bebelinna.com
BEBESSİ	361 06 60	364 78 37	www.bebessi.com.tr	bebessi@bebessi.com.tr
BEBETTO	371 71 73	371 71 07	www.bebetto.com.tr	info@bebetto.com
BEBİSE	364 51 80		www.bebise.com	bebise@16 hotmail.com
BEBİTOF	364 10 92	364 10 92	www.bebitofbaby.com	bebitofbaby@hotmail.com
BEBÜŞ	361 17 97	361 91 84	www.bebuskids.com	info@bebuskids.com
BEKÇİ TEKSTİL	362 11 35	362 11 36		bekcitekstil@windowslive.com
BELEMİR TEKSTİL	362 20 96	362 20 97		hayrielverir@hotmail.com
BEYZADE BEBE	364 51 18	364 51 18		i.ismailoglu@hotmail.com
BFK KUMAŞ	362 63 80	362 63 80	www.bfktekstil.com	info@bfktekstil.com
Bİ BABY - AKDEM MAĞAZACILIK LTD. ŞTİ.	364 70 90	222 44 68	www.bibaby.com.tr	turgay.a@akdemgroup.com
BİRCAN TEKSTİL	364 40 58		www.bircantekstil.com	info@bircantekstil.com
BİRİZ BABY	360 95 48	363 28 45	www.birizbebe.com.tr	info@birizbebe.com.tr
BOMBEY BEBE - ARİF BEBE KONFEKSİYON	366 23 11	366 23 11	www.bombeybaby.com	info@bombeybaby.com
BOMBİLİ - BEKON KONF.NAKIŞ.	363 22 58	363 22 60	www.bombili.com.tr	serifyilmazbombili@gmail.com
BONJOUR TURİZM	233 44 33	233 44 33	www.bonjourtour.com	bonjour@bonjourtour.com
BURSA BEBE	364 20 21	364 20 22	www.bursabebekgiyim.com	yunusdogru@hotmail.com

BÜŞRA BEBE	364 91 12	364 91 13	www.busrabebe.com	info@busrabebe.com
CAN BURAK TEKSTİL	360 87 87	360 87 87		canburaktekstil@hotmail.com
CANÖZ	363 88 69	363 88 69	www.canozbebe.com	okt_cambaz@hotmail.com
CANTOY	364 86 86	364 90 90	www.cantoybebe.com	cantoy@cantoybebe.com
CARAMELL	364 50 50	364 14 00	www.caramell.com.tr	info@caramell.com.tr
CAYMAZ PLASTİK	361 18 47	361 18 47	www.caymazplastik.com	caymazplastik@hotmail.com
CEKE	364 90 60	361 28 86	www.ceketeks.com	ceke@ceketeks.com
CEMCO KİDS	364 80 58	364 80 58	www.cemcokids.com	info@cicilikids.com
CEMİ BEBE	364 48 21		www.cemikids.com	cemi@cemikids.com
CİCCİM	361 58 60	361 58 60	www.ciccimbaby.com	ciccimbaby@gmail.com
CİCİX	360 83 00	360 63 33	www.cicixbaby.com.tr	info@cicixbaby.com
COPPA KİDS			www.coppatekstil.com	coppatekstil@hotmail.com
CREMİX (ASB)	360 37 33	262 59 32		cremix@hotmail.com
ÇAĞKON BEBE KONFEKSİYON SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	363 11 11	362 44 66		cagkonbebe@hotmail.com
ÇELEK TEKSTİL	224 09 77		www.celekbebe.com	celekbebe@hotmail.com
ÇİÇEK BEBE	363 02 78	363 02 78	www.cicekbebe.com	murat@cicekbebe.com
DAC DAC	361 18 80	360 20 53	www.dacdac.com.tr	info@dacdac.com.tr
DECO SPORT - KAŞİFOĞLU TEKS.KONFEKSİYON	367 59 99	367 93 13	www.decosport.net	kasif_kasifoglu@hotmail.com
DENUBA	368 27 69	368 27 69		murullahkartal16@hotmail.com
DİVONETTE - K. YILDIZ TEKSTİL SAN. TİC LTD. ŞTİ	361 68 15	361 68 16	www.divonette.com	info@divonette.com
DMB	253 63 03	254 81 29	www.dmbtekstil.com	dmbtekstil@hotmail.com
DOĞRU BEBE	360 06 84	360 06 85	www.necixs.com	servet@necixs.com
DOMAKİN - DİKELLER TEKS.KONF. SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	271 71 28	254 28 44	www.dikeller.com.tr	info@dikeller.com.tr
DUHA BEBE	361 26 59	361 26 59	www.duhabebe.com	duhabebe@hotmail.com
DURUCAN BEBE	362 89 68	362 89 68		
DÜNDARLAR KON. SAN.TİC. LTD. ŞTİ	225 05 05	225 34 55	www.dundarlarkonfeksiyon.com	info@dundarlarkonfeksiyon.com
EFE TEKSTİL	361 42 82	361 86 81		efetekstil-16@hotmail.com
EKONOMİ KUYUMCULUK	363 40 07	363 40 07		ekonomikuyumculuk2@hotmail.com
ELAYZA - CEVVAL TEKSTİL	361 70 71	362 03 09	www.cevval.com.tr	info@cevval.com.tr
ELCİN BEBE	360 80 08			elci1944@hotmail.com
EMİR BEBE	362 45 32			emirkids@hotmail.com
ERAY KİDS	363 50 54	363 50 54		eray_acar57@hotmail.com
ERİŞ BEBE	224 97 87		www.erisbebe.com	b.e.y.t.0009@hotmail.com
ESLEMİX	364 91 42	361 91 48	www.eslemix.com	eslemixbaby@hotmail.com
FAVO KİDS(CANWİN)	360 55 66	362 11 70	www.favo.com.tr	avms@favo.com.tr
FIRINDA	364 01 23		www.firin-da.com	molla.sinan@hotmail.com
FLEXİ - (CASSİOPE)	361 10 20	364 31 71	www.flexibaby.com	flexibaby@flexibaby.com
GAMZELİM	364 17 64	364 36 80	www.gamzelimkids.com.tr	akin_alan@hotmail.com
GAYE BEBE	246 44 29	246 15 80	www.gayebebe.com	asni_82@hotmail.com
GÜLHAN TEKSTİL (FİNGER)		360 02 07		fingerkids@gmail.com
GÜLERYÜZ KONFEKSİYON MALZEMELERİ	360 19 76	361 10 24	www.guleryuzmalzeme.com	bilgi@guleryuzmalzeme.com
GÜLMAT	368 33 86	366 52 53	www.gulmat.com	servet@gulmat.com
GÜVEN MAKİNA	363 15 91	363 21 67	www.guventekstilmakina.com	guven@guventekstilmakine.com
GÜVENİR BEBE	362 89 88	362 89 49	www.guvenirbebe.com	guvenirbebe@hotmail.com
HAKİNO	364 47 32			hakinolazer@gmail.com
HAKNUR WEAR SPORT	360 80 18	360 31 18	www.haknurbebe.com.tr	mustafa80_budak@hotmail.com
HAMBOYA KUMAŞÇILIK	362 23 38	360 23 03	www.hamboya.com.tr	bursa@hamboya.com.tr
HARUN NAKIŞ				hrnnks@hotmail.com
HARUN TEKSTİL (STARLET)	364 10 57	364 10 57		

HATİPOĞLU KONFEKSİYON(BABY SPORT)	369 15 50	369 19 90	www.babysport.com.tr	mehmet_8316@hotmail.com
IŞIK BEBE KONFEKSİYON	363 74 54	363 74 54	www.bupperkids.com	info@bupperkids.com
İLKAY İPLİK MAKİNE	360 43 44	364 44 02		erkanak75@gmail.com
İMKO TEKSTİL	362 82 60	362 04 83	www.imkotekstil.com	imko@imkotekstil.com
İZMİRLİ KONF.TEKS.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	351 20 67	351 26 96	www.izmirlikonfeksiyon.com.tr	izmirli-epica@hotmail.com
JOJOMAMA	360 39 49	360 39 89	www.jojomama.com.tr	info@jojomama.com.tr
JOY KEEPER	367 68 23	367 68 24	www.joy-keeper.com	joy.keeper.joy@hotmail.com
K.E.T BEBE	361 60 62	361 60 62	www.bobisko.com.tr	bobisko_bebe@hotmail.com
KAHRAMAN TEKSTİL	364 65 40	364 65 39	www.kahramanaksesuar.com	info@kahramanaksesuar.com
KAMBURLAR TEKSTİL LTD.ŞTİ.	364 66 66	361 11 78	www.kamtexbaby.com	info@kamburlar.com
KANGAROO - ETEMOĞLU BEBE KONF.	360 89 07	360 89 07		mesut.ahmet@hotmail.com
KAPALI ÇARŞI KUYUMCULUK	361 56 36	361 56 36		se-se-su55@hotmail.com
KARDELYA BEBE	215 53 41		www.kardelyababy.com.tr	kardelya@kardelya.com.tr
KARGO63	632 63 64	632 63 08	www.kargo63.com	export@kargo63.com
KASAR ETİKET	362 71 16	364 06 82	www.kasaretiket.com	kasarteks@hotmail.com
KIRTEKS	364 01 59	364 01 58		
KUMRU BEBE	361 00 41	360 22 00		ozak1986@hotmail.com
KURŞUN AMBALAJ	211 62 66	211 62 99	www.kursunambalaj.com.tr	muhsin@kursunambalaj.com.tr
KURTOĞLU (VİZZY) TEKSTİL	363 12 58	364 47 93	www.wizzy.com.tr	info@wizzy.com.tr
KUŞ TEKSTİL	361 37 69	361 26 15	www.kustekstil.com	info@kustekstil.com
KUZİM BEBE	361 33 38	361 37 35	www.kuzimkids.com	kuzimbebe@hotmail.com
LAY LAY - LAY LAY BEBE	360 04 48	360 04 49	www.laylay.com.tr	info@laylay.com.tr
LEMON - BEBESİN	254 03 57	253 93 98	www.bebesin.com	bebesinbursa@gmail.com
LİLAX - A.H.ATALAY TEKS. KONF.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	362 91 91	362 69 73	www.atalaytekstil.com	h.atalay1964@hotmail.com
LİLİTOP	364 82 17	364 07 67		lilitop26@hotmail.com
LOVETTİ - MAVERA TEKSTİL	363 73 89	363 73 89	www.lovetti.com.tr	lovettigirls@hotmail.com
MELCAN	362 47 64	362 47 64	www.melcankids.com	melcankids@melcankids.com
MELİH KONFEKSİYON	362 72 67	362 72 36	www.melihamca.com	melihacilmis@melihamca.com
MERKEZ BEBEK GEREÇLERİ	364 36 16	364 36 26	www.merkezbebek.com	yukselennihat@hotmail.com
MESUTTO	362 21 24	362 21 24		
MERVE BEBE (TİMMY TİLİ)	361 08 88	361 08 89	www.timmytilly.com	sedatm@gmail.com
MİNİ BARAY	363 42 77	364 60 41	www.minibaray.com	baraybaby@hotmail.com
MİNİA - TEFEKKÜR TESKTİL SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	363 22 00	363 22 02	www.minia.com.tr	minia.tr@hotmail.com
MİNİCAN AYAKKABI	364 05 92		www.minican.com.tr	info@minican.com.tr
MİNİKON TEKSTİL	215 41 33	215 18 09	www.minikonbaby.com	minikon_brs@hotmail.com
MİNİMİDİ	363 42 53	363 42 55	www.minimidi.com.tr	info@minimidi.com.tr
MİNİPA(POPOLİN)	364 44 20		bektasmucahit@gmail.com	m_ali_bektas16@hotmail.com
MİNİSİ	362 86 58	362 79 93	www.minisibaby.com	
MİNNOŞ	364 32 83	364 32 85	www.ytltekstil.com	haruntriko@hotmail.com
MİSS ELLİTE	364 02 72	364 02 72		rimykids@hotmail.com
MİSS PALLONE	362 78 88	256 35 38		misspallone@gmail.com
MİŞSA DENİZ(SEALY BEBE)	361 07 96			sealykids@hotmail.com
MODA GRANDE	361 88 66	361 88 54	www.modagrandekids.com	info@modagrandekids.com
MODAX NAKIS KONFEKSİYON	364 92 24	364 92 28		modax@windowslive.com
MONAROSA	362 66 61	362 66 94	www.monnarosa.com	info@monnarosa.com
MUTLUÇLAR TEKS.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	364 61 58	364 61 37	www.mutluclar.com.tr	mutluclar@mutluclar.com.tr
NANİK BEBE	363 79 12	363 79 13	www.ekremuslu.com	info@nanikbebe.com
NOY NOY	361 18 27	364 84 32	www.noynoybaby.com	noynoy-16@hotmail.com
NURHAS BEBE	364 82 37	364 82 37		nurhasbebe@hotmail.com
OKYANUS AKSESUARKAYIŞ	360 16 70	360 11 74	www.okyanusdugme.com	okyanusak@hotmail.com

ORYEDA	366 95 42	366 13 54	www.oryedakids.com	oryeda@hotmail.com
OVERDOKİDS	364 43 54	364 64 88		
ÖZGÜL BEBE	360 32 14	361 51 44	www.ozgulbebe.com	ozlem016guler@gmail.com
ÖZİMAMOĞLU TEKS. KONF.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	360 24 10	361 47 58	www.ozimamoglu.com	imamoglu@ozimamoglu.com
ÖZNUR BEBE	363 09 51	363 09 51	www.oznurbaby.com	info@oznurbaby.com
ÖZTÜRKLER TEKSTİL	364 64 82	364 64 82	www.ozturklertekstil.com	desen@ozturklertekstil.com
PAFİM	364 00 27	364 00 28	www.pafim.com	pafim@pafim.com
PAKEL BEBE	360 26 94	360 26 94		pakelbebe@hotmail.com
PANTONE BASKI	363 81 71			
PAYAS TOPTAN	363 16 36	363 20 36	www.payastoptan.com	yunus-payas@hotmail.com
PENGİM	362 50 21	362 50 21		pengim@hotmail.com
PUFİDİK - AKIN TEKSTİL	364 38 38	363 38 11	www.pufidik.com.tr	info@pufidik.com.tr
PUMPİDO - ÜNAL BEBE	361 18 37	364 42 92	www.pumpido.com	info@pumpido.com
RAVZA LTD.ŞTİ.	366 88 58	366 88 58	www.ravzakids.com	hadra-bebe1@hotmail.com
REKOR TEKSTİL(BEMBEYAZ TEKSTİL)	360 90 00	360 90 01		kml_gurbuz@hotmail.com
SANÇO	360 55 30	360 55 30	www.sancokids.com.tr	sancokids@hotmail.com
SANİ	364 79 79	364 77 33	www.sanikids.com	sani@sanikids.com
SELDİNÇ (BİZİZO)	360 00 36	362 87 27	www.bizizo.com	info@bizizo.com
SERBEST TEKSTİL(PONPON BABY)	273 28 31	273 28 31	www.ponponbaby.com	info@serbesttekstil.net
SERKON BABY	361 75 19	364 38 46	www.serkonbaby.com	info@serkonbaby.com
SERMİNO	360 67 60	364 24 95		sermibursa@hotmail.com
SEVDE GİYİM KONF.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	363 48 08	363 48 08	www.sevnurbaby.com.tr	info@sevnurbaby.com.tr
STİLTEKS	360 18 38	360 18 38	www.stilteks.com.tr	recep@stilteks.com.tr
ŞEHRİSTAN KUMAŞ	362 93 93	362 22 13		eyyupsokucu@gmail.com
ŞEREF FERMUAR	363 32 85	363 34 27	www.sereffermuar.com	seref@sereffermuar.com
ŞNS ARAS	360 19 65	364 24 92	www.arasbaby.com	info@arasbaby.com
TAFYY BEBE	361 68 58		www.tafyy.com	tafyybaby@hotmail.com
TAM PLASTİK	364 00 13	364 00 83	www.tamplastik.com	info@tamplastik.com
TİASİS	364 22 17	364 22 17	www.tiasis.com	info@tiasis.com
TİMO (ZEYNOVA TEKSTİL)	360 13 33	360 23 33		
TİNY MİNY	362 62 96	362 62 96	www.byminos.com	byminos@gmail.com
TİVİDO	362 00 65	362 00 65		tividobebe@hotmail.com
TOFİGO KİDS	362 64 25	362 64 45		tofigokids@hotmail.com
TOMUYCUK BEBE	364 07 32	364 07 35	www.tomuycukbebe.com	info@tomuycukbebe.com
TRAKYALILAR KUMAŞÇILIK	364 38 00	364 72 73	www.trakyalilarkumas.com	info@trakyalilarkumas.com
TUFFY	364 21 60	364 31 16	www.misstuffy.com	info@misstufy.com
ÜNAL TEKSTİL	211 05 60	211 05 62	www.unaltekstil.com.tr	mahmutucar1@hotmail.com
ÜNSAL PLİSE	216 02 65			basarbrs@icloud.com
VAROL BABY	362 62 92	362 83 88	www.my-babycollection.com	melyesilcicek@hotmail.com
VAROL KİDS	362 55 60	362 18 03	www.varolkids.com	varolkids@hotmail.com
VERDİNO DIŞ TİCARET			www.verdino.com.tr	mustafa@verdino.com.tr
VERSCON	342 22 97	341 04 44	www.verscon.com.tr	fabrika@verscon.com.tr
VİA GİRLS	363 80 35	363 80 92		mbk_bektas@hotmail.com
VİŞNE BEBE	361 21 57	360 60 12	www.visnebebek.com	visnebaby@hotmail.com.tr
VİZYON BASKI	361 61 49	361 61 49		vizyonbaskii@gmail.com
WOOKİE	363 43 85	363 43 96	www.wookiebaby.com	lokmankocak@wookiebaby.com
YILDIZ ETİKET TEKS.KONF.LTD.ŞTİ.	364 89 30	364 89 32	www.yildizetiket.com	grafik@yildizetiket.com
YITAŞLAR TEKSTİL	353 02 06	353 02 08	www.yitaslar.com	cemhayirli@yitaslar.com
YUSUF YILMAZ	363 73 85			kotalar_yusuf@hotmail.com
YUVAM BEBE	362 70 60	360 15 20	www.yuvambaby.com	info@yuvambaby.com
ZUFF BABY	362 01 39	363 97 85	www.babyzuff.com.tr	babyzuff@babyzuff.com.tr

"anne kalbi sıcaklığında"

0-3 Years Clothing

Sevnur Baby

Duaçınarı mah. Vişne cad. 7. Yalçın sok. No:2
BURSA / TÜRKİYE
Tel: +90 224 363 48 08
Fax: +90 224 363 48 08
www.sevnurbaby.com.tr
info@sevnurbaby.com.tr

"geleceğin ikonlarını giydiriyoruz"

MESUTTO®

mesutto.com.tr

Yunus Emre Mh. Köklü Cad.
Kader Sk. No:4 Yıldırım / Bursa
Tel / Fax 0 224 362 21 24
www.mesutto.com.tr
info@mesutto.com.tr

CEVVAL®
GIRLSFASHION

ELAYZA®

Facebook : cevvaltekstil
twitter : cevvaltekstil
skype : cevvaltekstil
Pinterest : cevvaltekstil
WhatsApp : +90 533 714 71 26
Viber : +90 533 714 71 26

Yunus Emre Mahallesi 2. Kestaneli Sk. No:2 Yıldırım / BURSA / TÜRKİYE
Tel : +90 0224 362 03 09 www.cevval.com.tr e-mail : info@cevval.com.tr

bi'dünya mutluluk

BABY & junior

KAMBURLAR

Tekstil San. ve Tic. Ltd. Şti.

Kaliteli, Güvenli,
Rahat ve Modern
Ürünleriyle...

- **Yazlık Ürünler**
- **Kışlık Ürünler**
- **Mevsimlik Ürünler**
- **Bebe Çeyiz**

Wholesale Shop **оптовый магазин** **الجملة متجر**

Kamtex Baby

bebece

axice

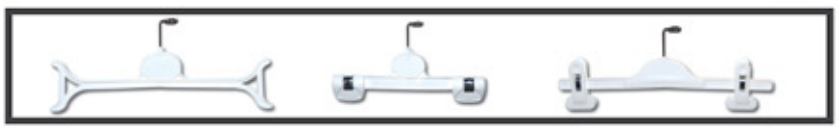
www.kamtexbaby.com

Kazım Karabekir Mah. Vişne Cad. No:127 Yıldırım / BURSA
Tel.: 0.224 364 66 66 (pbx) Faks: 0.224 361 11 78 info@kamburlar.com

www.kamburlar.com

yaşamın tüm renkleri bu askılarda...

ZTS
Plastik



0224 362 01 35
www.ztsplastik.com.tr

edasel