

T/LIFE

Sayı 1 / TEMMUZ 2014
TANIŞLAR GRUP

» Aşıklar Şehri UŞŞAK

Herşeyiyle bambaşka bir şehir...



60x60
Emily Kahve



60x60
Thunder Kahve



İsterse Olur!

Aydın Baran

Grup Pazarlama Müdürü

T/Life başlamış ve devam eden bir sürecin habercisi, büyük bir ailenin aynası, yeni ufukların habercisi bir yayın olarak ilk sayısını elinize ulaştırdı. Her ne kadar iletişim kanalları çeşitlenip hızlansa da "bu içtenlikte bir temas" sanırım yaş ve yetişme kültürü bakımından bize daha yakın.

Tanışlar Grup ailesi olarak yarım asra yakın bir süredir devam ticari faaliyetlerimizin belki de en önemli kırılım noktalarını yaşadığımız zaman dilimindeyiz. Zira 2013 yılı Mart ayında İstanbul UNICERA fuarında ve Uşak Seramik 41. Yıl gecesi bayi ödül gecesinde beyan ettiğimiz "büyük değişim başlıyor" vizyonumuzun bugün bir bir yerine geliyor olması, gurubun ortak his ve hafızasına tüm paydaşlarına moral ve destek veriyor.

T/Life bir kurumun ilan yayını olmaktan çok, konvansiyonel bir iletişim aracıdır. Tanışlar grup ailesi nihayetinde yöneticileri, çalışanları, tedarikçileri, müşterileri, paydaşları, bayileri ile büyük bir aile. Ortak istek ve enerji ile yürüyen bu büyük yapı bundan böyle T/Life üzerinden de beyanına paylaşımına devam edecek.

Tanışlar grup "büyük değişim başlıyor" sloganı ile çıktığı yolda önemli adımlar atarak hayalini ve vaadini yerine getiriyor.

Ortaya koyduğumuz hedef ve vizyona uygun olarak büyük fotoğrafın bir parçalarını hayata geçiren Grup, markaları ve hizmetleri üzerinden kalıcı değişimler gerçekleştiriyor.

Başta İstanbul'daki 5 nokta olmak üzere, İzmit, Ankara, Eskişehir ve Rize'de olmak üzere 9 şubeden oluşan SERAMİK PARK mağazalar zincirinin tüm konseptini ve içeriğini genişletip değiştirerek sürdürülebilir kalkınmaya bir halka daha ekledi.

Banyo mobilyaları markamız Albinno bu değişim ve gelişim sürecinin bir başka yüzüdür. Avangard, Modern, Klasik ve Basic ürün guruplarında ürün gamının önemli bir kısmını yenileyerek sektöre bir yaklaşım getirdi. Alanında öne çıkan markalardan oldu.

İnşaat ve yapı sektörünün köklü kuruluşlarından Tanışlar Grup, Tanışlar İnşaat'la İstanbul ve Afyon'da büyük projelere imza atarak konut ve işyeri üretiminde çıkış yılına anlam ve katma değer sağladı. Hammadde ocaklarında yeni yatırımlara girildi. Seramik fabrikası, kalıp sanayi, mobilya, yapı kimyasalları ve inşaat yapımına kadar sektörün önemli dinamiklerini kendi bünyesinde gerçekleştirerek yeniden büyük hedeflere yelken açtı.

Tanışlar Grup'un amiral gemisi olan ve ilk 600 sanayii şirketi arasında bulunan Uşak Seramik A.Ş.'de sene başında Turkuallity çalışmalarını başlatarak Türkiye'nin 10 yılda 10 uluslararası bilinen marka idealine ortak oldu. Köklü bir değişim ve yeniden küresel dünya normları ve beklentilerine uygun olarak, baştan sona yeniden yapılandı, organize oldu.

Bugün 36 ülkeye ürünlerini ulaştıran Uşak Seramik A.Ş., üretim kapasitesi, modern teknoloji yatırımları ve yüksek kalite avantajları sayesinde, rekabet gücünü artırmaya devam etmektedir. Bu doğrultuda şirketimizde, bilime, Ar-Ge'ye ve teknolojiye önem verilmesi, özellikle üniversite-sanayi işbirliğinin daha üst aşamaya taşınması yüksek fayda sağlayacaktır.

Uşak Seramik A.Ş. strateji belgesi ve eylem planının vizyonu, "Uşak Seramik" imajını yükseltmek ve küresel pazar payını artırmaktır.

Bu vizyondan yola çıkarak "kalite ve verimliliğinin artırılması" ile "iç ve dış pazarda ticaret ve rekabet şartlarının korunması ve iyileştirilmesi" şeklinde iki önemli stratejik hedef belirlenmiştir. Uşak Seramik A.Ş.'nin ülkemizdeki ve dünyadaki gelişmeler çerçevesinde analizi yapılarak, güçlü ve zayıf yönleri ortaya koyulmuştur. Strateji belgesinde belirlenen eylemler, şirketimizin sahip olduğu avantajların daha iyi değerlendirilmesine, zayıf yönlerinin güçlendirilmesine ve tehditlerin fırsata dönüştürülmesine imkân verecektir.

Uşak Seramik için 41.yılı "başarı odak yılı" olarak tanımlanmıştır. Bir ömür anlamına gelen yarım asırlık süreci 2014 ve sonrası yıllara tahvil ederken kalkınma süreci başlatılmış, ulusal ve uluslararası rekabet için hareket noktaları yeniden tarif edilmiştir.

GÜVEN - GELİŞİM - SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK - SİSTEM - TEKNOLOJİ - HİZMET - YAYGINLIK VE BİLİNİRLİK - TREND VE BÜYÜK DEĞİŞİMİ BAŞLATTIK.

BU DEĞİŞİM;

Teknolojiyi verime; toprağı nitelikli ürüne; tasarımı trende dönüştüren yeni vizyonumuzu haber veriyor.

BU DEĞİŞİM;

Türkiye'nin en modern ve en büyük tesislerinden biri olan fabrikalarımızda, 18 milyon m²'yi aşan kapasiteyle, üstün kaliteli ürün üretmek için saat gibi işleyen 700 kişilik uzman kadromuzun müşteri memnuniyeti için canla başla çalıştığını haber veriyor.

BU DEĞİŞİM;

Nitelikli ve zengin ürün çeşidimiz; 30'dan fazla ülkeye yayılan ihracatımızla, uluslararası bir MARKA olma yolunda attığımız dev adımları müjdeliyor.

Markanın tam karşılığı **GÜVENDİR.**

Güven ise yukarıdaki ana dinamiklerin yanı sıra yüzlerce parçadan oluşan süreklilik isteyen hissiyatla tarif edilen ama somut yaşanan insan beklentisinin en temel kavramıdır. Mal ve hizmetlerin bu tek kelimelik sonuç (güven) için verdikleri mücadele oldukça yoğun ve sürdürülebilir olmalıdır.

Sistematiğin ve içsellüğün yanı sıra teknolojik ve güncel olmak zorundadır. Tam karşılığını yansıttığı gibi yaygın ve bulunabilir olmalıdır. Özetle marka olmak için yola çıkmışlar, çetin ve uzun bir yolun yolcusu olduğunu bilmelidir.

BU DEĞİŞİM;

Göz alıcı tasarımlar ve birbirinden kaliteli ürünlerle mekâna zarafet; kullanıcıya MUTLULUK vermeyi vaat ediyor.

İlk sayımızda önce dünü bugünü ve yarını kısaca tarif etmek durumundan hareketle geriye ket vurmalar olmuş, geleceğe atfedilen çalışmalardan haber verilmiştir.

Ülkemizin parlayan yıldızlarından, içerik ve sistem katkıları, vizyon ve motivasyonla ileri hedeflere hızla gidebilecek yapı ve imkana sahip Tanışlar Grup'a "marka" olma yolunda en kalbi dualarımla başarılar dilerim...

İÇİNDEKİLER

- 05 Aşıklar şehri Uşak
- 06 Büyük Değişim Devam Ediyor
- 08 Sektör Duayen İki Dost
26. Unicera'da Bir Araya Geldi
- 09 İş Adamı Derneklerinden Uşak Seramik
Standına Çoğun İlgi
- 09 Tanışlar Grup Dünyanın Dört Bir
Çanından Gelen Öğrencileri Ağırladı
- 10 Çozgat Ticaret Ve Sanayi Odası (TSO)
"Kariyer Günleri" Etkinliği Düzenledi
- 11 Yönetim Kurulu Başkanımızın
Ankara Ziyaretleri
- 12 Uşak Seramik Unicera'nın
Parlayan Yıldızı Oldu
- 14 Profesyoneller 26. Kez Unicera Dedi
- 15 Rıza Kayaalp, Dünyanın 1 Numarası
- 16 Uşak Seramik Usta Seminerleri Devam Ediyor
- 18 İnşaat, Yüklenici Sektör Olmaya
Devam Ediyor
- 21 Yeni Bir Takımla Çola Devam
- 22 Albinno Banyo Mobilyalarında
Yeni Bir Sayfa
- 27 Seramik Sektörü Enerji Kullanımı
- 30 Tarihi Urğanlı Kaplıcaları
- 32 Seramik Tarihi
- 32 Seramik Tasarımı
- 40 Uşak Seramik, Dünya Markası Olma
Çolunda Büyük Adımlar Atıyor
- 43 Dünya Ekonomisi Genel Değerlendirme
- 48 Bilfen Dünyaca Ünlü Seramik Sanatçısı
Ebüzziya'yı Ağırladı
- 56 Aşıklar şehri Uşşak
- 64 Markalar



TLIFE BİR TANIŞLAR GRUP TANITIM YAYINIDIR.

GENEL YAYIN YÖNETMENİ : AYDIN BARAN

GRAFİK TASARIM : ERCAN TEZELİ
SELÇUM DEMREN
ECE GÜLTEPE
SEDA BAĞCIYAN
ASUMAN BAYAZİT

İLETİŞİM ADRESİ : HAMZA YERLİKAYA BLV.
ÇEKMEKÖY YOLU NO:11 DUDULLU
ÜMRANİYE İSTANBUL
TEL: (216) 527 67 67

TLIFE



KAPAK

Aşıklar şehri
Uşak

BÜYÜK DEĞİŞİM DEVAM EDİYOR

Tanışlar grup "Büyük Değişim Başlıyor" sloganı ile çıktığı yolda ikinci büyük adımını atarak vaadini yerine getiriyor.



Yıl başında ortaya koyduğu büyük fotoğrafın bir bir parçalarını hayata geçiren Grup, geçtiğimiz günde SERAMİK PARK mağazalar zincirinin tüm konseptini ve içeriğini genişletip değiştirerek sürdürülebilir kalkınmaya bir halka daha ekledi.

İnşaat ve yapı sektörünün köklü kuruluşlarından Tanışlar Grup, hammadde tedarikinden seramik fabrikası, kalıp sanayi, mobilya, yapı kimyasalları ve inşaat yapımına kadar sektörün önemli dinamiklerini kendi bünyesinde gerçekleştirerek 41. Kuruluş yılında 2013'ü büyük değişim yılı ilan etti.

Tanışlar grubun amiral gemisi olan ve ilk 600 sanayii şirketi arasında bulunan Uşak Seramik Sanayi A.Ş de sene başında Turkalitiy çalışmalarını başlatarak Türkiye'nin 10 yılda 10 uluslar arası bilinen marka idealine ortak oldu. Köklü bir değişim ve yeniden küresel dünya normları ve beklentilerine uygun olarak baştan sona reorganize edildi. 5'i İstanbulda olmak üzere Ankara İzmit ve Eskişehir illerinde toplam 8 Seramik Park mağazası ile perakende sektörüne yeni bir bakış ve sunum getirildi.

Başta gruba bağlı üretim şirketlerinin ürünleri olmak üzere iç yapı elemanlarının hemen tamamının pazara sunulduğu, farklı marka ve modellerin yer aldığı Seramik Park mağazalar zinciride büyük değişimin ikinci ve önemli bir adımı oldu.

Ümraniye Tepeüstünde Belediye başkanı Hasan Can, Sultanbeyli Belediye Başkanı Hüseyin Keskin AKP il teşkilat başkanı Halis Dalkılıç ve yönetim kurulu başkanı Durmuş Tanışın kurdelasını kestiği, İstanbul Yozgatlılar Federasyon Başkanı Mehmet Deniz ve yönetim kurulunun, AKP Ümraniye İlçe başkanı ve yönetiminin çeşitli sivil toplum kuruluş başkan ve yönetimleri, sektörün önde gelen isimleri basın yayın kuruluş temsilcileri ile çok sayıda müteahhit ve mimarın katıldığı, görkemli açılışla yeni ve farklı seramik park açıldı.

Tanış ailesinin Ümraniye ve Türkiye için önemli bir şirketler topluluğu olduğunu ilçedeki yatırımlarının sadece ticari değil hayır ve sosyal sorumluluk çalışmalarında da Durmuş Tanışın ilgili ve destekçileri olduğunu belirten



belediye başkanı Hasan Can, yeni yüz ve konseptin gruba yakışır sektöre yön veren bir mağaza olmasından dolayı yönetimi tebrik ettiklerini dile getirdi.

Açılış kurdelasının kesiminden sonra davetlilerin tek tek yakın ilgi ile yeni konsept mağazayı gezmelerinin ardından açılış sürprizi olarak hazırlanan Ebru sanatı uygulamasına geçildi.

Seramik taş üzerine yapılan sanatken suya yapılan ve geçmişten günümüze kültürel geçmişi olan ebru sanatı ile yakından ilgilenen davetliler kendi tasarımlarını yaprak ebru yapmayı deneyimlemiş oldular.

Yönetim kurulu başkanı durmuş tanışta konuklara hem kendi yaptıkları ebru çalışmalarını hediye ederken günün anısına el yapımı hazırlanmış otantik sanatsal hediyeler sundu.



Yeni konseptiyle davetlilerce beğeni toplayan Seramik park; mimar, müteahhit ve nihai kullanıcı için hem ürün gamı ve çeşitliliğinde hem kalite ve ebatlardaki değişik ürünlerin yanı sıra iç mekan dizaynında alanında marka ürünlerle beraber yeni ve ilk kez seramik park mağazada ilan edilen S Dsing Home markası ve aksesuar standını da açtı. Daha çok küçük aksesuarlar ve aydınlatmalar üzerine yoğunlaşan SDsing home markalı tasarımlar, geniş ürün yelpazesi ile nihai tüketicinin beğenisine sunuldu. Logodaki renk ve karakter değişimi, mağaza sunum ve sergileme yapısındaki değişim, granit ve gurup dışı ürünlerin ürün gamına alınması, mağaza biçim ve kullanım alanlarının sosyal alanları, toplantı odaları ve müşteri temsilcileri konumlamaları ile baştan ayağa yeniden tasarlanıp sektöre bir bakış açısı ortaya koymuş oldu.

Açılış 4 saat süren bir koktel ve yoğunlukta gerçekleşti. 8 mağazadan oluşan seramik park mağazalar zincirinin ilk ve büyük halkasından başlanılarak 2014 yılı değişimin devam ettiği yıl olarak belirlenmiş oldu.

SEKTÖR DUAÇENİ İKİ DOST 26. UNICERA'DA BİR ARAYA GELDİ

Bu yıl 26. Düzenlenen UNICERA mutfak banyo fuarı ziyaretçilerine kapılarını açtı. Özellikle seramik sektöründeki marka ve fabrikaların boy gösterdiği fuarda bir yanda rekabet yerli ve yabancı müşterileri etkileme yarışını öbür yanda dostluk vardı.



Durmuş Tanış

Nafi Güral

Sektörün iki önemli oyuncusu Kütahya seramik ve Uşak Seramik aynı salonda komşu oldular. Yurt içi ve yurt dışı Pazarlarda iki markanın kıyasıya rekabeti, kalite fiyat ve hizmette sürerken yönetim kurulu başkanlarının dostlukları

gıpta ile izlendi. Uşak seramik standına bağımsız yönetim kurulu üyesi ile gelerek hayırhah dileklerde bulunan Kütahya Seramik yönetim kurulu başkanı Nafi Güral, Uşak Seramik yönetim kurulu başkanı Durmuş Tanışla süren ebedi dostluklarını fuarda da göstermiş oldular.

Standı ve bu yıl ilk kez sergilenen ürünleri yakından inceleyen ve grup pazarlama yöneticilerine tebrik ve takdirlerini ileten Güral, Durmuş Tanışla olan eski dostluklarını ve sektördeki geçmiş anılarını paylaştı. Hemen her yıl aynı geleneği sürdüren ve rakipleriyle insani ve dostluk ilişkisini sıcak tutan Nafi Güral, Durmuş Tanışla bir süre keyifli sohbet etti.

İŞ ADAMI DERNEKLERİNDEN UŞAK SERAMİK STANDINA YOĞUN İLĞİ

Unicera banyo mutfak fuarı Uşak Seramik standı farklı kesimlerden binlerce ziyaretçiyi ağırladı.

26. Kez kapılarını açan ve son yıllarda İtalya -İspanya seramik fuarlarına rakip olduğunu ispatlayan Unicera genel katılımcılar bakımından da etkinliğini sürdürdü. Yurt içi bayileri yurt dışı bayileri, profesyonellerin ziyaretleri, nihai tüketiciler gibi sektörü takip edenler den oluşan ziyaretçi skalasında 5 günde 6bine yakın kişi uşak seramik standını gezmiş oldu. Her yıl üzerine yeni şeyler koyarak ürün gamını yatay ve dikey değiştiren, sunum ve tarzında sürekli iyileştirmelerle günceli takip eden Uşak Seramik, nitelikli ve farklı kesimlere ev sahipliği yaptı.

İstanbul Yozgatlı Sanayici ve iş adamları Derneği yönetimi tam kadro standa buluştu. Uşak Seramik ve aynı zamanda İYOSİAD yönetim kurulu başkanı Durmuş Tanış fuar alanında ziyaret edip hayırlıh dileklerde bulundular. Varlık makine yönetim kurulu başkanı Ekrem varlık, Irmak Group yönetim kurulu başkanı yüksel akgül, çamlık inşaat yönetim kurulu başkanı Yusuf Erkoç İstanbul Yozgatlılar federasyon başkanı Mehmet Deniz, Dünya Gümrük yönetim kurulu başkanı Ahmet Yılmaz ve bir çok iş adamından oluşan grup, başkanları ve hemşehrileri olan Tanış'ı yalnız bırakmadılar.

Durmuş Tanış'ın yönetiminde yer aldığı ve ağırlıklı olarak sanayici ve inşaat sektöründe faaliyet gösteren üyelere den oluşan çekmeköy sanayici ve işadamları derneği eski ve yeni başkanları ile yönetim kurulu üyeleri Uşak Seramik standını ziyaret ederek, aynı yönetimi paylaştıkları durmuş tanışla bir süre sohbet edip başarılar dilediler.



TANIŞLAR GRUP DÜNYANIN DÖRT BİR YANINDAN GELEN ÖĞRENCİLERİ AĞIRLADI

Üniversiteler arası öğrenci değişim programı kapsamında (aicek) Abd, Kenya, Afganistan, Çin ve Mısır'dan gelen öğrenciler 6 hafta boyunca Seramikpark'ta pazar araştırması yapacak.



Okudukları Üniversitelerden Türkiye'deki öğrenci değişim programına hak kazanan öğrenciler; Seramik Park İzmit şubemizde çalışmaya başladı.

Ekonomik, Kültürel ve Sosyal bir çalışma olan Toplumlar arası kaynaşmayı ve ekonomik gelişmeyi hedefleyen program 140 ülkeden öğrencileri kapsıyor.

Programa sponsor olan ve çalışmayı destekleyen Tanışlar Grup yönetim kurulu üyesi Seramik Park Genel Müdürü Hasan Tanış öğrencilerle yakından ilgilendi.

Tanış, seramik park izmit şubesinde öğrencilerle tek tek sohbet ederek, aileleri, bölümleri ve Türkiye izlenimlerini aldı. Grup hakkında bilgiler veren Hasan Tanış ve beraberindeki grup mağazalar müdürü Hayati Murteza ve Grup pazarlama müdürü Aydın Baran izmit mağaza müdürü Necat Uysal ve mağaza personeli ile "bir dünya hatıra fotoğrafı" çektiler.

YOZGAT TİCARET ve SANAYİ ODASI (TSO) “KARİYER GÜNLERİ” ETKİNLİĞİ DÜZENLEDİ

Yozgat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Salonunda düzenlenen Kariyer Günleri etkinliğine konuşmacı olarak Uşak Seramik Yönetim Kurulu Başkanı Durmuş Tanış katıldı.



Tanış, iş hayatındaki tecrübelerini Yozgatlı işadamları ve öğrencilerle paylaşan Uşak Seramik Yönetim Kurulu Başkanı Durmuş Tanış, 1967 yılında Yozgat'tan ayrılarak İstanbul'a gittiğini belirterek, "Bir şeye ulaşmak için önce onu hayal etmek gerekir. Yapılamayacak iş dünyaya gelmemiştir, bunun için önce hayal edip, özverili bir şekilde çalışıp, sabrederseniz hayalinize ulaşabilirsiniz. İkincisi ise iş hayatında zorluklarla karşılaştığınızda ümitsizliğe düşmeden mücadelenizi sürdürmeniz gerekir" dedi.

İş hayatında eğitimin çok önemli olduğunu vurgulayan Tanış, kendisinin iyi bir eğitim alamadığını belirterek, "Ben eğitim alamadım ama çocuklarımla tamamının en iyi tahsili yapmalarını sağlamaya çalıştım. Tahsil yaparken de çalışacağınız bölümleri en iyi şekilde öğrenmeniz ve pratiğe dökmeniz gerekiyor. Bugün fatura kesemeyen üniversite mezunu gençlerimiz var. Çivi çakamayan mimar ve mühendislerimiz var.

Bugün ülkemizde işsizlik sıkıntısı değil kalifiye elemanı sıkıntısı yaşanmaktadır. Bunun için gençlerimizin eğitim aldıkları meslek dallarını en iyi şekilde öğrenmeleri gerekmektedir" diye konuştu.

Gençlere ve işadamlarına yapacağınız işlerde mutlaka önceden fizibilite çalışması yaptırılmaları tavsiyesinde bulunan Tanış, "Fizibilite yaptırmadan girdiğiniz işler sizleri yanıltabilir. Şahsen bunu ben tecrübe etmiş bir insanım. Yıllar önce fizibilite çalışması yapmadan 1,5 milyar liraya mal olur diye girdiğimiz bir iş bize 6,5 milyar liraya mal ettik ve o dönemde bu iş bizi çok büyük sıkıntıya soktu. Bu sebeple yapacağınız işlerin mutlaka fizibilitesini yaptırın" ifadelerini kullandı.

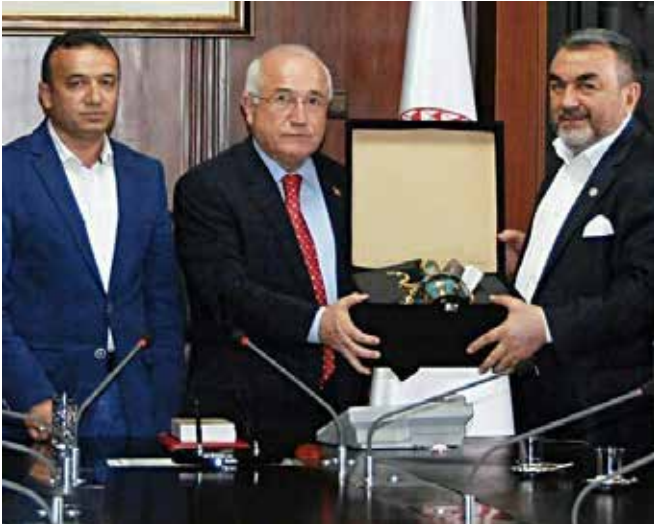
Yozgat TSO Başkanı Metin Özışık, düzenlenen kariyer günlerine katılımlarından dolayı Uşak Seramik Yönetim Kurulu Başkanı Durmuş Tanış'a teşekkür etti.



YÖNETİM KURULU BAŞKANIMIZIN ANKARA ZİYARETLERİ

Tanışlar grup yönetim kurulu başkanı Durmuş Tanış TBMM Başkanı Cemil Çiçek ve Adalet Bakanı Bekir Bozdağı makamında ziyaret ederek bir dizi görüşmelerde bulundu.

Heyet günün ilk ziyaretini meclis başkanlığına yaptı. Meclis başkanı Cemil Çiçek, Yoğun gündemi arasında YOSİAD yönetim kurulu ve İstanbul Yozgatlılar federasyon başkanı Mehmet Denizinde hazır bulunduğu heyete geniş zaman ayırdı. İstanbuldaki iş adamlarının çalışmaları projeleri ve faaliyet alanları ile ilgili detaylı bilgiler alan Çiçek, yoğun istihdam ve ihracat yapan sektörlerin başında gelen seramik sektörüne dair bilgileri de ilk ağızdan almış oldu. Durmuş Tanıştan ve beraberindekiler günün anısına başkan Çiçek'e plaket takdim edip hatıra fotoğrafı çektirdiler.



TBMM Başkanı Cemil Çiçek

Ankara ziyaretlerinin ikinci durağı adalet bakanlığı oldu. Başbakan yardımcılığı görevinden sonra adalet bakanlığı görevine getirilen Bekir Bozdağı hem hayırlı olsun hem de İstanbullu iş adamlarının çalışmaları hakkında bilgi vermek üzere gerçekleştirilen ziyaret yaklaşık bir saat sürdü. Heyetteki hazirun ve başkan Durmuş Tanış, Bozdağıyla yaptıkları görüşmede de iş dünyasına dair güncel ve ekonomik konular üzerine görüş alışverişinde bulundular. Bozdağı'na da günün anısına plaket takdim eden İYOSİAD ve Tanışlar Grup başkanı Durmuş Ankara programını tamamlamış oldular.



Adalet Bakanı Bekir Bozdağı



UŞAK SERAMİK UNICERA'NIN PARLAYAN YILDIZI OLDU

Bu sene 26. kez kapılarını ziyaretçilerine açan Mutfak ve Bayo fuarı UNICERA özellikle seramik sektörünün yeni koleksiyonları, inovasyonları ve genel faaliyetlerinin start aldığı bir çizgi olarak ta algılanabilir.

Gerek istihdam gerek ihracat cirosu gerek se üretimin yaklaşık yüzde 95'ini yerli hammadde ve kaynakları kullanarak üretim yapan seramik sektörü yerli ve yabancı 60 bin civarında ziyaretçiyi ağırladı.

Avrupa ülkelerinde yaşanan ekonomik krizlerin seramik sektörünü de etkilemesi üzerine hem Avrupa'daki fuarlar hemde Avrupalı üreticilerin mevcut pozisyonlarını kaybetmeleri üzerine İstanbul UNICERA fuarı daha stratejik ve hareketli olmaya başladı.

Afrika ve Ortadoğu pazarının ülkemize yönelmesi ise ayrı bir katma değer sağladı.



Seramik sektörünü direk etkileyen bu dış faktörlerin yanısıra üreticilerimizdeki önemli değişimlerde eklenince fuar cazibe merkezi haline gelmeye başladı. İstikrara ve sürdürülebilir gelişmeler hangi sektör olursa olsun mutlak başarıya erişecektir. Bu gerçek seramik sektörü içinde etkili bir yıldızdır.

Bizler artık sadece kilden hammaddeli sırlı taş pişirmiyoruz. Değişen beğeni gurupları ekonomik seviyeler ve sosyal yaşam ve mekanlardaki gelişmeler bizleri de doğrudan etkilemekte gelişim ve değişimimizi tetiklemektedir. Uşak Seramik markası da yukarıda bahsedilen gerçeklerden hareketle 2014 yılı Unicera fuarına sürdürülebilir kalkınma ve uluslararası markalaşma ideali üzerine hazırlanmıştır. 2013 yılında ortaya koyduğu "büyük değişim başlıyor "vizyonunun devamı olarak ürünlerini ve standını hazırladı.

İlk kez müşterisi ve ilgilileri ile paylaştığı serileri ile göz doldurdu.

Takım ürünlerinde İtalya'dan aldığı tasarımları ürünleştirirken granit grubunda 60X60 ve 60x120 ebatlarının yanı sıra isteğe bağlı farklı ebatların uygulamaları sunuldu.



Standın yaklaşımında her yıl tekrar edilen tasarımlardan farklı olarak açık, metalle seramiğin birlikte kompozite edildiği digital içeriklerin kullanıldığı bir stand oluşturuldu. Fuar toplam ziyaretçisinin %10unun üzerinde ziyaretçi kabul ederek yaklaşık 6.500 bayi, mimar, müteahhit seramik ustası, yurt dışı ziyaretçileri ve son kullanıcı yeni koleksiyonları canlı mekanlarda ve fantastik döşemelerde görmüş dokunmuş oldu.

İş adamı gurupları rakip marka ve fabrikaların patronları ve yöneticileri olmak üzere profesyonellerde standımızın önemli konukları arasındaydı.

Özellikle yabancı ziyaretçilerin fuarın ilk üç gününde yoğun ilgi gösterdikleri gözlemlendi. Afrika ve Arap yarımadasından bayilik ve ürün almak üzere gelen yabancı müşteriler dikkat çekti. Avrupa menşei ürünlerin yerine benzer kalite ve tasarımları, uygun fiyatları avantaja çeviren yabancı alıcılar lojistik ve fiyat bakımından uygun olan Uşak seramik ve diğer Türk markalarına beklentinin üzerinde ilgi gösterdi.

Seramik alanında dünya seramik ihracatında ilk 5. sırada olan Türkiye yerini inovatif çalışmalarla daha da yukarlara taşıyacağı benziyor.

Sektörün tamamlayıcı elemanlarının da ürün ve hizmetlerini sergilediği seramik banyo fuarında Uşak Seramik standında tanışlar grubun bir başka markası olan ve 2014 yılına tüm koleksiyonunu yenilerak 4 farklı segmentte banyo dolapları imal eden Albinnoda sergilendi.



PROFESYONELLER 26. KEZ UNICERA DEDİ

Tüypap tarafından Türkiye Seramik Federasyonu (TSF) ve Tesisat İnşaat Malzemecileri Derneği (TİMDER) işbirliği ile organize edilen, sektöründe dünyanın en büyük ikinci uluslararası fuarı olan UNICERA 2014, seramik banyo ve mutfak sektörünün önde gelen oyuncularını 26. kez Tüypap Fuar ve Kongre Merkezi'nde bir araya getirdi

Seramik, banyo mutfak sektörünün buluşma platformu, Avrupa ve Orta Doğu'nun en önemli ticaret köprüsü olan fuar 17 ülkeden 330 firmayı 10 salon, 86.000 m2 kapalı sergileme alanında ağırladı. Bulgaristan, Gürcistan, İran, Irak, Makedonya, Mısır, Rusya, Bosna Hersek, Sırbistan, Suriye, Ukrayna, Ürdün, Yunanistan, İsrail ve Arnavutluk'tan gelen alım heyetlerinin yanı sıra, bireysel katılımlarla birlikte 90 ülkeden 5.396'sı yabancı, 80 ilden 61.833'ü yerli olmak üzere toplam 67.229 ziyaretçiye ev sahipliği yaptı.

Tasarım, inovasyon ve fonksiyonelliği buluşturan UNICERA 26. Uluslararası Seramik Banyo Mutfak Fuarı ikili iş ilişkilerinin geliştirildiği uluslararası bir ticaret platformu olarak 5 gün boyunca yüksek katılımcı ve ziyaretçi oranıyla başarısını bir kez daha zirveye taşıdı.



Seramik kaplama malzemeleri ve seramik sağlık gereçleri olarak iki farklı kategoride düzenlenen Seramik Tasarım Yarışması'nın ödülleri UNICERA 2014'ün açılış töreninde sahiplerini buldu. Düzenlenen törende yarışmacılar ödülleri dünyaca ünlü mimar ve tasarımcı; Alev Ebuzziya Siesbye, Defne Koz, Tapani Hyvonem, Arni Aromaa, Can Yalman, Erdem Akan, Olaf Barski, Ömer Faruk Yakupoğlu, Tolga Berkay, Bahadır Kayan, Özkan Aydın ve Ali Özınönü'nün elinden aldı. Ödül almaya hak kazanan projeler, fuar boyunca fuaye alanında sergilendi.



UNICERA, tasarım yarışması ödül töreninden sergiye, panelden atölye çalışmasına kadar fuar süresince renkli çalışmalara imza attı.

Moderatörlüğünü İç Mimar Emre Özgüder'in yaptığı, "Tasarım - Üretim İlişkisi" paneli mimarlık, iç mimarlık, endüstriyel tasarım ve seramik bölümü öğrencilerini sektör profesyonelleriyle Tüypap Marmara Salonu'nda bir araya getirdi. Yiğit Özer (Tasarımcı), Tamer Nakışçı (Tasarımcı), Bahadır Kayan (Çanakkale Seramik Satış Başkan Yardımcısı), Arzu Uludağ Elaziğ (Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Pazarlama Müdürü), Celal Üstündağ (NG Kütahya Seramik Genel Müdür Yardımcısı), Ece Ceylan Baba (Mimar-Seranit Yapı İcra Kurulu Üyesi)'nin konuşmacı olarak yer aldığı panelde üretim teknikleri ve piyasa değerleri üzerine duruldu. Üretici ve tasarımcıları bir araya getiren etkinlikte kamusal alanlarda kullanılan detaylar, toplu konut projeleri, insanların yaşam biçimi ve dijitalleşme konularına yer verildi. Öğrenciler seramik konusunda merak edilenleri panelistlere sorma şansı buldu.

Yıldız İbrahim koordinatörlüğünde Yıldız Seramik Atölyesi tarafından el yapımı duvar seramik uygulamalarına yönelik düzenlenen özel atölye çalışması, katılımcı ve ziyaretçilere farklı bir deneyim sundu. Desen, kalıp, sırlama, boyama ve fırınlama aşamalarının yapıldığı etkinlikte katılımcılar eğlenirken öğrenme şansı buldu. Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü öğrencilerinin düzenlediği yer ve duvar karo tasarımlarından oluşan sergi fuar süresince katılımcı ve ziyaretçiler tarafından büyük ilgi gördü.

Uluslararası sektörel yayınlarında buluşma noktası olan UNICERA, Mario Sobrino, David Keuning, Elles Middeljans, Paola Giacomini ve Marco Calliari gibi editörleri ağırladı.

RIZA KAYAALP DÜNYANIN 1 NUMARASI

Türk Güreşinin parlayan yıldızı milli sporcu Rıza Kayaalp, Uluslararası Güreş Federasyonu (FILA) tarafından mücadele ettiği sıklıkta olan 130 Kg'da Dünya'nın en iyisi olarak belirlendi.

Dünya Klasmanı'nda 1 numaralı koltuğa oturan başarılı sporcu Rıza Kayaalp, FILA'nın da onayını alarak Grekoromen stil 130 Kg'da Dünya'nın en iyi güreşçisi seçilerek yine büyük bir başarının altına imza attı.

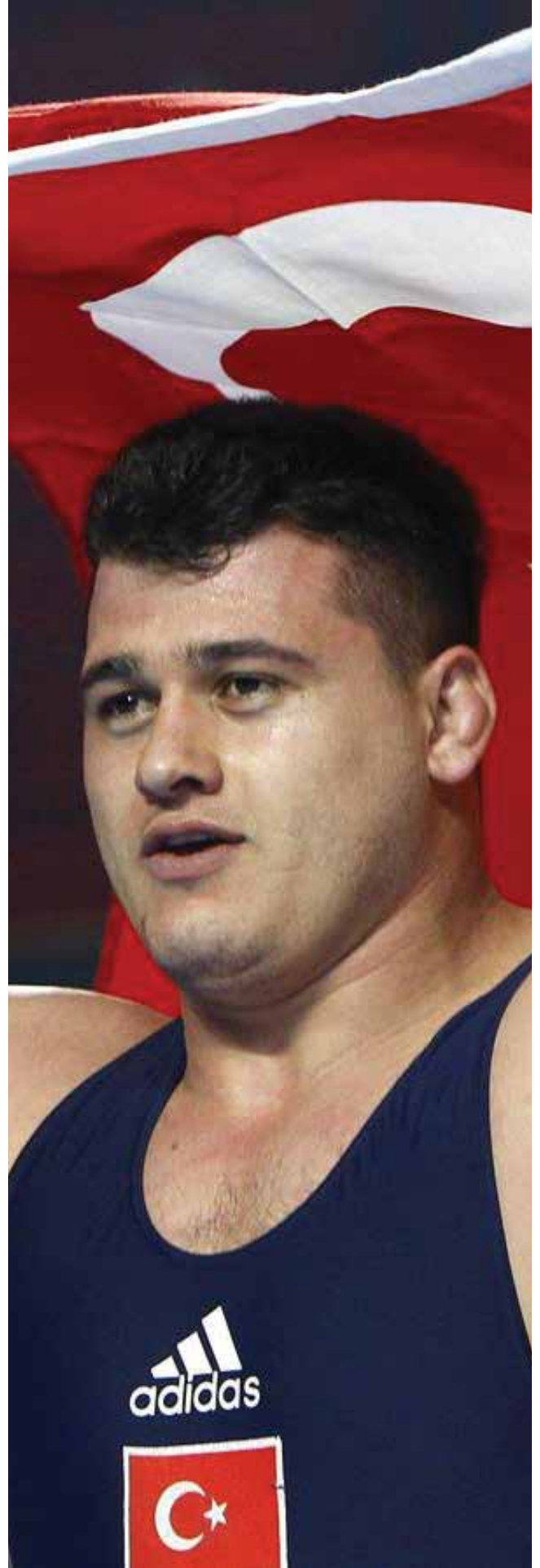
'Gurur verici bir olay'

Uluslararası Güreş Federasyonu tarafından kendisine böyle bir ünvanın verilmesinin kendisini çok mutlu ettiğini belirten milli güreşçi Rıza Kayaalp, "Bu tablo beni asla şımartmayacak ve aynı azimle çalışmaya devam edeceğim. Uzun yıllar boyunca sarfettiğim emekler sonucunda bu tür kazanımlarım oluyor. Dünya klasmanında 1 numaralı koltuğa bir Türk'ün oturması gurur verici bir olay. Bu gururu aziz milletime yaşattığım için çok mutluyum. Henüz yolun başındayım ve daha büyük başarılar elde edeceğim. Türk milletinin duaları ve desteği devam ettiği sürece şanlı bayrağımızı dalgalandırmak için minderde ter dökeceğim." dedi.

Kazandığı madalyalar ile Türk milletinin göğsünü kabartan milli güreşçi Kayaalp, özellikle Finlandiya'da düzenlenen Avrupa Şampiyonası'nda sergilediği performans ile adından sıkça söz ettirmişti.

Rıza Kayaalp Kimdir?

Rıza Kayaalp 24 Temmuz 1989 tarihinde bir işçi ailesinin çocuğu olarak Yozgat'ın Kayaalp köyünde dünyaya geldi. İlkokul eğitiminden sonra Yozgat Güreş Eğitim Merkezi'nde güreşe başladı. Aksaray Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu öğrencisi ve Ankara ASKİ Spor Kulübü sporcusudur. Sayısız madalya ve şampiyonluklarıyla ülkemizi gururlandırmıştır.



Milli sporcu Rıza Kayaalp

UŞAK SERAMİK USTA SEMİNERLERİ DEVAM EDİYOR

Seramik sektörünün güçlü markalarından Uşak Seramik, ulusal ve uluslararası faaliyetlerine hız kesmeden devam ediyor. Özellikle sektörün etkin oyuncularından ustalarla iletişimini güçlendiren marka, pazarla birebir iletişime geçiyor.

Yurt içi ve yurt dışı Pazar payı bakımından 18 milyon metrekare üretimiyle pazarda söz sahibi olan, 42 yıllık üretim tecrübesi ve sürdürülebilir markalaşma yolunda her geçen gün biraz daha gelişen ve değişen Uşak Seramik tüketimde önemli yere sahip seramik ustaları ile diyaloglarını artırdı. İlkin Aralık 2013 urfa siverekte düzenlediği usta semineri ve değerlendirme toplantısı ile yaptı.



Uşak seramik Siverek bayisi Celserle Yaklaşık 200 ustanın katıldığı bilgilendirme toplantısı yaptı. Fabrikadan yöneticiler Satış müdürü Hasan Karagür, Grup Pazarlama müdürü Aydın Baran, Ür-ge Müdürü Ayşe Kantar ve bölge sorumlusu İsmail Karakaya, pazarlama reklam sorumlusu Şahin Kaya katıldı.

Uşak Seramik Siverek bayii ortaklarından Servet Mavi, Celal Cindian ve Mahmut Mavinin de salonun hazırlanmasında ve ustaların tespit ve davetinde ilgili çalıştıkları toplantı yaklaşık 4 saat sürdü.



Hasan Karagür'ün açış konuşmasını yaptığı toplantıda, sunumu yöneten Aydın Baran toplantıda önce Uşak Seramik Sanayii kuruluş ve gelişimi, Tanışlar grup markaları ve çalışma prensipleri, misyonu vizyonu ve yıllar içerisinde gelinen başarı hikayeleri anlattı. Üretim ve yönetim süreçleri hakkında detaylı bilgilerin aktarıldığı, Tanıtım filmi ile Uşak Seramik markasının anlatıldığı seminerde, teknik özelliklerede yer verildi. Ür-Ge müdürü Ayşe Kantarın sunum yaptığı toplantıda topraktan paketlenmiş seramiklerin tüketiciye erişinceye kadar ki öyküsü anlatılarak ürünün oluşum ve yaşam evreleri teknik görseller ışığında ustalara aktarıldı.

Sunumların ardından akşam yemeğine geçildi. Yemek sonrası katılımcıların kol kola girerek halay çekip stres attığı toplantı her bir ustaya hazırlanmış hediye paketlerinin dağıtımı ile son buldu.

İkinci toplantı şubat 2014 izmit seramik park ustaları ile yapıldı. Yaklaşık 150 usta ve bölgede faaliyet gösteren müteahhitlerin



katıldığı toplantıda tanışlar grup ve uşak seramik hakkında bilgilendirici açıklamalara yer verildi. Uşak Seramik ürünlerinin satışının yapıldığı Seramik park usta seminerini grup pazarlama müdürü Aydın Baran yaptı. Toplantıya seramik park Grup mağazalar müdürü Tayfun Zabun, kalite güvence sorumlusu Selma Altan, reklam sorumlusu Şahin Kayanın yanı sıra seramik park izmit mağaza müdürü Kenan Erdem, Emin ve personeli katıldı. Toplantı 2 bölüm halinde gerçekleşti. İlk bölümde aydın baran tanışlar grup ve uşak seramikle ilgili bilgiler aktarıırken ikinci bölümde daha çok teknik özelliklere dayalı bilgilendirme sunumu yapıldı. Akşam yemeğinin ardından ustalar için hazırlanmış olan hediye paketleri dağıtımı yapıldı.



Usta seminerlerinin ocak ayı içerisindeki durağı Erzurum oldu. Erzurum uşak seramik bayisi Polat yapı ile birlikte organize ettiği bilgilendirme toplantısı yoğun katılımı oldu. Polat yapı ortakları Abdullah Polat, Ahmet Polat ve Ahmet Ünal Davet ettiği bölge bayileri ve Erzurum'da mukim seramik ustalarından yaklaşık 250 kişinin katıldığı toplantı Erzurum Polat otelde gerçekleşti. Tanışlar grup pazarlama Müdürü Aydın Baran, Marmara Uşak satış müdürü Nurullah Kandemir, kalite güvence sorumlusu Selma Altan ve reklam sorumlusu Şahin Kayanın katıldığı toplantı öncesi yeni ürünler fuaye salonunda sergilendi.



Bilgilendirme toplantısında açış konuşmasını yapan polat yapı yönetim kurulu başkanı Abdullah Polat, Uşak Seramik markası ile bölgedeki etkinlikleri ve sektördeki etkin ve marka bilinirliklerinin şirket gayretlerinin yanısıra katılımcılara hitaben ustaların eseridir dedi. Polatın selamlama konuşmasından sonra iki

bölümden oluşan toplantı yaklaşık 3 saat sürdü. Grubun ve uşak seramik sanayiinin anlatıldığı ilk bölümün ardından teknik sunuma geçildi. Özellikle markalaşmadaki atılım ve yapılan teknik ve marka bilinirliğine yapılan yatırımlardan bahsedilen sunumda üretim evrelerinden şirketin vizyonuna kadar tüm dinamikler görsel efektler eşliğinde dinleyicilere aktarıldı.

Toplantı sonrası yöresel sanatçılar eşliğinde yenilen akşam yemeğinin ardından ustalara dağıtmak üzere hazırlanan hediye paketleri takdim edildi.



Özellikle markalaşmadaki atılım ve yapılan teknik ve marka bilinirliğine yapılan yatırımlardan bahsedilen sunumda üretim evrelerinden şirketin vizyonuna kadar tüm dinamikler görsel efektler eşliğinde dinleyicilere aktarıldı.



Toplantı sonrası yöresel sanatçılar eşliğinde yenilen akşam yemeğinin ardından ustalara dağıtmak üzere hazırlanan hediye paketleri takdim edildi. 2014 yılı birebir bilgilendirme toplantılarının İstanbul ayağında tam bir Uşak Seramik Show vardı. İstanbul The Green Park Otel'de seramik park mağazalarının ustaları ile bir araya gelindi. Çekmeköy, Ümraniye, Kartal, Sultanbeyli, Kağıthane bölgelerinden katılan seramik ustalarına yapılan bilgilendirme seminerine ilgi büyüktü.



Grup yöneticilerinden koordinatör Sümer Durmaz, grup mağazalar müdürü Tayfun Zabun, tepeüstü mağazadan ramazan yaşar ve mağaza çalışanları, Kartal mağazadan erol güncaydın ve mağaza çalışanları, Sultanbeyli fatih aktaş ve mağaza çalışanları, çekmeköy müdürü okan Öztürk ve mağaza çalışanları ve kağıthane mağaza müdürü muzaffer arslan ve çalışanlarının yanısıra pazarlama şefi asuman bayazıt ve reklam sorumlusu şahin kaya katıldı. Bilgilendirme toplantısının ilk bölümünde grup ve uşak seramik hakkında bilgiler veren aydin baranın sunumundan sonra teknik detayları selma altan anlattı. Fuaye, seminer salonu ve yemek salonu olmak üzere üç ayrı salonda gerçekleştirilen ve yaklaşık 250 ustanın katıldığı bilgilendirme toplantısının ardından akşam yemeği ikramı oldu.

Yemek sonrası ustalar için hazırlanan hediye paketlerinin dağıtıldığı gecede uşak seramik markası kullanan ve istanbulun farklı bölgelerinde hizmet üreten seramik ustaları memnun ayrıldı.

İnşaat, yüklenici sektör olmaya devam ediyor

İnşaatın devam eden mega projeler, kentsel dönüşüm ve büyük altyapı çalışmalarının oluşturacağı yüksek iş hacmiyle 2014 yılını da en az yüzde 5 büyüme ile kapatacağı tahmin ediliyor...

T/LIFE: Sektörü genel olarak tanımlar mısınız?

Harun Tanış: Geçen yilyüzde 7'nin üzerinde büyüyen inşaat sektörü ülke ekonomisinin de motoru oldu. İnşaatın devam eden mega projeler, kentsel dönüşüm ve büyük altyapı çalışmalarının oluşturacağı yüksek iş hacmiyle 2014 yılını da en az yüzde 5 büyüme ile kapatacağı tahmin ediliyor.

İnşaat sektöründe moraller düzelmeye, beklentiler yükselmeye başladı. Oldukça durgun, hatta yüzde 0.6'lık büyüme ile büyük hayal kırıklığı yaratan bir yılın ardından 2013 yılına hızlı başlayan sektör, yılın ilk çeyreğinde yüzde 5.9 büyüdü. Büyüme hızı ikinci çeyrekte yüzde 7.6'ya, üçüncü çeyrekte ise 8.7'ye yükseldi. Sektörün 9 aylık ortalama büyüme hızı yüzde 7.4 oldu. En son açıklanan rakamlar, yapılan yorumlar ve öngörüler inşaat sektörünün 2013 yılını, ülke ekonomisindeki büyümenin iki katı bir performansla kapattı.

Yüzde 9.1 ile beklentilerin üzerinde gerçekleşen kamu yatırımları, inşaat sektörü büyümesinin itici gücünü oluşturdu. Buna karşılık yılın ilk yarısında yüzde 2 oranında gerileyen özel sektör yatırımlarında, devam etmekte olan irili ufaklı Emlak projelerinin ötesinde, sonraki aylarda kayda değer bir gelişme yaşanmadı. Özellikle bina, alt yapı ve startı verilen mega projelere yönelik devlet harcamalarında bir önceki yıla göre yüzde 37.7 oranında artış, inşaat sektörünün tüm alt kollarında yüksek iş hacimleri oluşturmaya başladı.

T/LIFE: İnşaat lokomotifini beraberinde hangi alt sektörleri harekete geçiriyor?

H.T. : Rekor işlemlerin gerçekleştiği gayrimenkul pazarında satışlar, yüzde 1 KDVLi son projelere olan talebin de etkisiyle 750 bini aştı. İnşaat malzemeleri, çimento ve hazır beton gibi sektörün alt kollarında da büyüme hız kazandı. Yenileme pazarı da dahil olmak üzere inşaat malzemelerinde iç pazar büyümesinin yüzde 6'yı, ihracatın da 22 milyar doları bulduğu tahmin ediliyor. Özellikle iç ve dış mimaride önemli bir yere sahip seramik ve granit ürünleride inşaat sektörü ile birlikte gelişen sektörlerden birisidir. Gurubumuzun lokomotif markası uşak seramiğinde oyuncu olarak yer aldığı seramik sektörü inşaat sektörünün hareket hızına eş gelişim sağlamıştır.

T/LIFE: Sektörün genelinde mega projelerin gücü nedir?

Harun Tanış: Öyle görünüyor ki inşaat sektörünün 2014 yılında izleyeceği seyir çok yüksek ölçüde yine kamu yatırımlarına endeksli olacak. 10 yıl içerisinde tamamlanması planlanan;

İstanbul Boğazı'na 3. Köprü, İstanbul'un 3. Havalimanı, Avrupa'nın en büyük ikinci köprü inşaatını da kapsayan 6.9 milyar dolarlık İstanbul İzmir otoyolu, 50 şehirde büyük alt yapı ve üst yapı inşaatları ile 6.5 milyon konutu içeren kentsel dönüşüm, hızlı tren, yeni bölünmüş yollar, tüp geçitler, limanlar, HES projeleri ve bölgesel havalimanları gibi devasa projelerde alınacak mesafe ve yıl boyunca yapılacak kamu harcamaları inşaat sektörünün 2014'de göstereceği performansın temel dinamikleri olacak.

Bir diğer önemli beklenti de konut sektörü üzerinden şekilleniyor. Kentsel dönüşüm projeleri dahil olmak üzere 2014 yılında alınacak konut yapı ruhsat sayısının 1 milyon daireye kadar çıkacağı öngörülüyor.

T/LIFE: İnşaat sektöründe yurt dışındaki durumumuz nedir? Müteahhitlik boyutları ekonomik olarak hangi rakamlara erişti?

H.T. : Önceki yıl 46 ülkede toplam 27.2 milyar dolarlık 461 yeni proje üstlenen Türkiyeli müteahhitler küresel krizin etkilerine ve ana pazarlarının bir bölümünde hala etkilerini sürdüren siyasi çalkantılara rağmen yurtdışındaki başarılarını 2013 yılında da devam ettirdiler. Ekonomi Bakanlığı verilerine göre, 2013 yılının ilk 6 ayında yurtdışında üstlenilen projelerin toplam tutarı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 70 artış gösterdi. Bu trendin devam etmesi halinde 2013 sonunda yurtdışında üstlenilen yeni iş tutarının 30 milyar dolara ulaşacağı öngörülüyor.

Sonuç olarak; 2013 gerçekleştirmeleri üzerinden yapılan değerlendirme, yorum ve tahminler gösteriyor ki, alt kollarıyla birlikte inşaat sektörünün tamamını saran canlılık 2014 yılında da devam edecek.

Seçimler nedeniyle daha da artması beklenen kamu yatırım ve harcamalarının da etkisiyle inşaat sektörü 2014'ü en az yüzde 5-6 büyüme ile kapatacak.



T/LIFE: Performans dinamikleri nelerdir?

Harun Tanış: Dinamikleri şöyle sıralamak mümkün olabilir.

- Devam eden mega inşaat projeleri, kamu altyapı inşaatları ve kentsel dönüşüm hızı
- Özel sektör konut inşaatları ve yüzde 18'e kadar yükselen KDV uygulamasından geri dönüş olacağı yönünde beklentiler
- Konut kredi faizlerinin seyri
- Yurtdışı müteahhitlik hizmetleri İnşaatın küresel büyümesi de hızlı olacak.

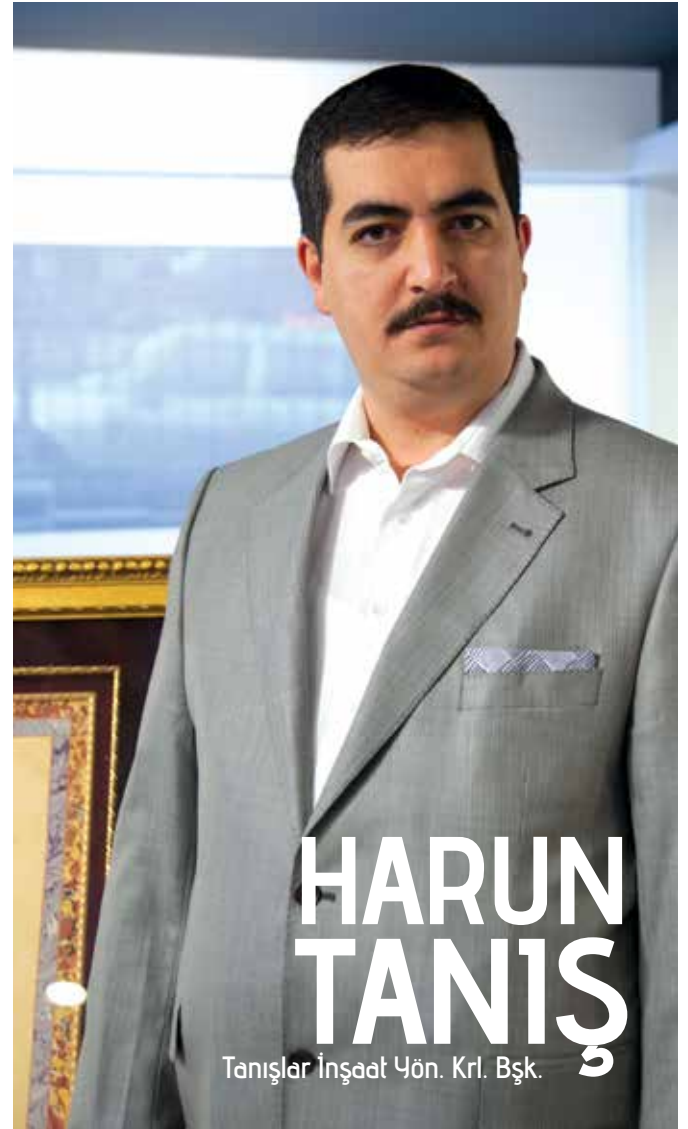
Global Construction Perspectives ve Oxford Economics'in raporuna göre, gelecek 10 yılda küresel inşaat sektörü global GSYİH'dan daha hızlı büyüme gösterecek. Tahminlere göre, 2010 yılında 7.2 trilyon dolar olan küresel inşaat sektörünün büyüklüğü 2020 yılına kadar yüzde 67 artarak 12 trilyon dolara, inşaat sektöründe yapılacak toplam harcama büyüklüğü de 97.7 trilyon dolara çıkacak. Küresel müteahhitlik hizmetlerinden yüzde 3.5 pay alan Türkiyeli müteahhitlerin 2014 yılı yurtdışında gerçekleştirecekleri projelerin toplam tutarının 35 milyar doları bulması yüksek bir olasılık olarak görülüyor.

İnşaat sektörünün önemi bu yıl daha iyi anlaşılacak, 2014 yılı her açıdan önemli bir yıl; hem seçimler hem de ekonomik dengeler açısından. Durumu iyi analiz etmemiz ve hesaplarımızı ona göre yapmamız gerekiyor. Yüksek cari açık ve yüksek enflasyon ortamında, tasarrufların çok düşük, borçlanma oranının yüksek olması seçim sürecine girerken risklerin daha da artacağına göstergesi. Dolayısıyla önümüzdeki bir

iki yıllık dönemde Türkiye ekonomisinde büyümenin yavaşlayacağını düşünüyorum.

2014 yılında özel sektör inşaat yatırımlarının büyümeye artı yönde katkı sağlaması ve pozitif büyümeye geçmesi umut ediliyor. Bu nedenle küresel, siyasi, bölgesel ve ekonomik belirsizliklerin ortadan kalkması ekonominin özel sektöre odaklı büyümeyi sürdürmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu ortamda sektörümüzün önemi giderek daha da artmaktadır. Ve inanıyorum ki 2014 yılında da inşaat sektörü üzerine düşen sorumluluğu yerine getirecek ve önemi bir kez daha anlaşılacaktır. Dünya çapındaki projelerin start aldığı, yurtdışında müteahhitlik hizmetlerinde dünya ikincisi olduğumuz bir ortamda inşaat sektörünün yükselen trendi tesadüf değildir. Bu trendin sürdürülebilir olması için önemli olan istikrarın ve özel sektöre öncelik veren kararlılığın devam etmesini bekliyoruz.



HARUN TANIŞ

Tanışlar İnşaat Yön. Krl. Bşk.



T/LIFE: Sektör diğer iş kollarına göre ne kadar riskli?

Harun Tanış: Risk yüksek ama fırsat da var. 2014 için sektörel bazda büyüme hedefi belirlemek iç ve dış faktörlerdeki belirsizlikler nedeniyle pek gerçekçi olmayacaktır. Ama mevcut durumda siyaset ile ekonomi arasında gidip gelen bir risk sarkacından söz etmek olanaklı. Bu durumda makro ekonomiden sektörlere ve yatırım kararlarına uzanan geniş bir yelpazede hem riskleri hem de fırsatları yakından izleyerek yol almakta yarar var.

dış kaynaklı sermayeden büyük ölçüde beslenen ekonomilerde değil inşaat tüm sektörler biçiminde etkilenirler. sermayenin yön değiştirmesi gelişmekte olan tüm ülkeler için ciddi bir tehdit niteliğinde. ancak türkiye'nin karşı karşıya bulunduğu riskler, ekonominin dış sermayeye bağımlılığı ve kırılgan yapısı nedeniyle daha büyüktür. abd'de 10 yıllık tahvil faizlerinin yükselmesi sermaye çıkışlarını hızlandırıcı etki yaratabilecek, bu durumda dış kaynak ile finanse edilen büyümenin sürdürülmesi olanaksız hale gelebilecektir.

yine de hükümetin gündemindeki mega projeler ile kentsel dönüşüm projeleri ise inşaat sektörü üretiminin artmasını sağlayacak değerli fırsatlardır. 2014'ün seçim yılı olması da sektörü olumlu etkileyebilecektir. pek çok ekonomist, yeni konut projelerinin, her ne kadar uzun dönemde sakıncaları olsa da, birçok sektörü etkileyerek yarattığı canlılık nedeniyle hükümetin seçim öncesi feda edemeyeceği bir alan olduğunu ifade

etmektedir. bütün bu riskler ve fırsatlar dahilinde inşaat sektöründeki gelişmenin ekonomiye paralel bir seyir izlemesi ve büyük olasılıkla yüzde 5'in üzerine çıkacak bir büyüme göstereceğini tahmin ediyorum.

T/LIFE: İnşaat sektörü barındırdığı diğer dinamiklerle ihracat eğilimli bir sektör müdür?

Harun Tanış: Kesinlikle hatta iddialı bir sektör haline gelmektedir. Bu gün beklenti toplamda 25 milyar dolar ihracattır. inşaat malzemeleri sanayi, bu performansla Türkiye'nin ihracat lideri sektörlerinden biridir ve dünya ihracat sıralamasında 5. sıradaki yerini korumaya devam etmektedir.

2014 yılında, inşaat malzemeleri sektöründe yüzde 12-15 arası bir artışla yaklaşık 25 milyar dolar ihracat hedefliyoruz. 2015 yılı ihracat hedefimiz ise 30 milyar dolardır. Özellikle yüksek teknolojilere yapılacak yatırımla, katma değeri yüksek ürünlerin üretiminin, ülkemiz inşaat sektörünün daha büyük hacimlere ulaşacağına inanıyoruz.

AB ekonomisindeki toparlanmanın hızlanması ve bölge ülkelerinde siyasi istikrarın sağlanması halinde 2014 ve 2015 yılı ihracatımız 30 ve 40 milyar dolara kadar çıkabilecektir.



Yeni Bir Takımla Yola Devam

Üretimde kalite ve sürdürülebilirlik için bir kan değişimi

Uşak Seramik A.Ş. fabrika üretim ve yönetiminde kan değişimine gitti. Tanışlar Grup şirketlerinden Uşak Seramik A.Ş. genel müdürlüğünü yürüten genel müdür Hüseyin Tanış görevi yeni göreve atanan Harun Güdeberk'e bıraktı. Güdeberk, en son Söğüt Seramik'te yöneticilik yapmaktaydı.

Özellikle üretim kanadındaki bu değişimde Sezgin Aksan fabrikalar müdürlüğüne, Kamil Üzkan AR-GE müdürlüğüne, Mehmet Aşıkoğlu yatırım imalat müdür, Hüseyin Yılmaz da fabrika 1 üretim müdürlüğü görevlerini üstlendiler.



Bu değişim hakkında genel bir değerlendirme yapan yönetim kurulu başkanvekili Hüseyin Tanış, "üretimde kalite ve sürdürülebilirlik için bir kan değişimine gittik. Yeni bir takımı iş başına getirdik. Umarım bu arkadaşlarımızın kadromuza katılması ile daha başarılı sonuçlar ve daha çok kapasite alırız." şeklinde konuştu.

Tanışlar Grup ailesi olarak amiral gemisi Uşak Seramik'in idari kademesindeki bu değişimin hayırlara vesile olmasını diliyor, yeni göreve gelen yöneticilere hayırlı başarılar diliyoruz.

ALBINNO BANYO MOBİLYALARINDA YENİ BİR SAYFA AÇTI

Tanışlar Grup şirketlerinden ve banyo mobilya sektörünün önemli oyuncularından albinno banyo konsept ürün gamının tamamını yenileyerek 26. Unicera mutfak banyo fuarında ilgi odağı oldu.

Her yıl fuara Uşak Seramik standında katılan ve ürünlerini sergileyen Albinno bu yıl toplam 52 farklı ürün çeşidinden oluşan ürün gamına dört ana kategoride 23 takım yeni ürün ekledi.

Avangard serisinde; Victoria, retro,eliza, karinna gold, Volga, pera ve karina

Klasik seride; venezia, roseria ve caprice

Modern seride; twist, safran, santana, royal,anemon, elegance, adora, ocean, voyage, senta, savora, venüs, laden, troy ve ares

Basic serisinde; adonis, carmen, linda, nil, lara, verga azelya, fulya, mine,lilium, orkide, akasya, maksima, figare, flora, lucca, gana, trio, mimoza, defne, nergis ve boy dolaplarından oluşan ve ilk kez fuarda sergilenen ürünlerin parçalı ve takım halinde pazara sunuldu.

Yerli yabancı ziyaretçilerin ilgi odağı olan ve sektörel ivme olarak adlandırılan albinno banyo dolapları tasarımdan fotoğraf çekimine imalattan ince işçiliğine kadar tüm süreçleri büyük bir titizlikle hazırlandı.

Grup şirketlerinden olan ve Ümraniye Tepeüstündeki kendi üretim tesislerinde imal edilen yeni serilerin ürün geliştirme ve tasarımlarının tamamı grup pazarlama departmanınca hazırlandı.



Adonis 100



DAHA FAZLASI İÇİN

Bu sayfadaki ürünleri
ve daha fazlasını
www.albinno.com.tr'den
inceleyebilirsiniz.





HASAN TANIŞ

Tanışlar Grup Yönetim Kurulu Üyesi

T/LIFE: Firmanızın gelişim sürecinden bahsedebilir misiniz?

Hasan Tanış: Tanışlar grup aile şirketi olarak bu sene 41. Yılı kutlamakta. Üretimden sanayiye hizmet sektöründen nihayi tüketiciye uzanan inşaat sektörünün ana dinamiklerinde faaliyet göstermektedir. Gurubun oluşumunda temelde ticaret vardır. Seramik satıcılığı, gayrimenkul gibi güncel ticari faaliyetlerden üretim ve mağazalaşmaya kadar devam eden istikrarlı bir süreç yaşanmış/yaşanmaktadır.

T/LIFE: Faaliyet alanlarınızdan ve ürün çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

H.T. : Özellikle seramik ve granit üretiminde Türkiye'nin ilk 600 sanayisi arasında olan istihdam ve yurt içi yurt dışı genel bilinirlik ve yaygın satış noktaları bayileri ile bilinen bir markadır. Öte yandan yapı kimyasalları ile user fix markası ile pazardaki tamamlayıcı ürünler noktasında yaygın bir markanın sahibidir. İnşaatın kendisinin imalatında tanışlar inşaatla konut ve endüstriyel yapılar yapan gurup mutfak banyo alanlarında da banyo dolapları ve duşa kabin fabrikaları ile sektörün önemli oyuncularından biridir. Albino orta ölçekli bir KOBİ olmakla beraber orta üst sınıfa ürün yapan zincir mağazalarda bayi kanalında ve yurt dışı ihracatında Pazar payı olan bir markadır. Kalıp sanayi, seramik maden ocakları ve seramik park mağazalar zinciri ile büyük fotoğrafta gurup dahilinde önemli ve geniş bir yer kaplamaktadır.

T/LIFE: Firmanızın inovasyon ve Ar-Ge çalışmalarından bahsedebilir misiniz?

H.T. : Albiinno banyo dolapları özelinden söyleyecek olursak inovasyon bizdeki karşılığı sürekli yeni konseptler yeni üretim malzemeleri ve sürekli parça bütün ilişkisi içerisinde kalite ve görüntüsüne yatırım yapmaktır. Mimarı grup ve dizaynırlar çalışmaktadır.

T/LIFE: Geçen yıl ki ciro hedeflerinize ulaştınız mı? 2014 yılından beklentileriniz neler?

H.T. : Geçen yılki ciro hedefi %90 oranında gerçekleşerek hedefe en yakın noktada yıl tamamlanmıştır. 2014 yılı ürün gamında yaptığımız büyük değişimle hem hedefler artmış hem müşteri segmentasyonu değişimine yönelmiş hemde reklam ve tanıtıma daha verimli bütçeler hazırlanmıştır. Bu cümleden hareketle hedef artışına rağmen 2014 yılı da verimli ve başarılı geçeceğe benzemektedir.

T/LIFE: İhracat çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

H.T. : İhracatta lokal ticaretlerimiz dışında geniş alanlı bir çalışma yapmamaktayız. Zira en yakın ve oluşmuş Pazar olan Kuzey Irak ihracatının yanı sıra Afrika ve kısmen Avrupa'ya ihracat yapılmaktadır. Toplam satış tutarının ancak %15ler seviyesindedir.

T/LIFE: Çözüm ortaklığı yaptığınız projelerden bahsedebilir misiniz?

H.T. : Çözüm ortaklığı yaptığımız grup dışı firmalar yok denecek kadar azdır. Zira dönemsel ve lokal konular hariç esasta çözüm ortaklığını gurup içi marka ve şirketlerle yapmaktayız. Seramik Park zincir mağazaları ve Usak Seramik bayileri bizim için hazır Pazar konumundadır.

T/LIFE: Sektördeki rekabeti nasıl değerlendiriyorsunuz?

H.T. : Sektörel rekabet daha çok fiyat üzerinden yapılmakta. Oysa hizmet ve kalite üzerinden rekabet daha verimli olacaktır. Diğer sektörlerdeki kısmi hastalıklar bizde de mevcuttur. Oysa ucuz çok pahalıdır.

T/LIFE: Tasarım çalışmalarınızda nasıl bir yol izliyorsunuz?

H.T. : Tasarımlarımızda öncelik pazarın tüketim alışkanlıkları ve eğilimleridir. Ancak bizde öneriler şeklinde algılanabilir



farklı grup başlıkları altında her yıl yeni koleksiyonları mevcut ürün gamına %40 oranında ekleyerek pazarın istedikleri ile bizim önerdiklerimiz dengesinde sürdürmekteyiz.

Müşteri segmentasyonları, müşteri beğeni grupları ve sektördeki rakiplerin bu kriterlerdeki ürün gamlarına utlaka bakılır. Ardından seçintilere kendi model ve tasarımlarımızda özgün olarak eklenir. Dolayısıyla ortaya mantıklı bir penetrasyon çıkar. Bu penetrasyon Pazar içinde ürün seçimi içinde varmak istediğimiz noktalar içinde önemli veriler oluşturmaktadır.

T/LIFE: 2014 yılında hangi çalışmalar ön plana çıkacak? Hedefleriniz arasında neler yer alıyor?

H.T. : Avangrad grupta önemli ve çok kaliteli ürünlerimiz, klasik grupta fiyat kalite dengeli ürünler geleneksel algıda ise beğeni düzeyi yukarıya taşıyacak ürünlerimiz olacak. İhracat bandını biraz daha genişletmek ve müşteri segmentasyonunu bir tık daha yukarı taşımak öncelikli stratejimiz olacaktır.

T/LIFE: Tasarımların projelere kattığı değer nedir?

H.T. : Tasarım işin önemli bir kısmını kaplamaktadır. Bu imaj ve algının oluşmasında etkin bir faktör dolayısıyla önemli bir öneme sahiptir.

T/LIFE: Türkiye’de mutfak ve banyo alanları daha çok ihtiyacı karşılamaya yönelik. Sizce son yıllarda bu algı kırıldı mı? Talepler hangi yönde?

H.T. : Özellikle banyolarda daha kullanışlı ama gösterişli alanlar tabi ki dikkat çekmektedir. Temel ihtiyaç olmakla beraber konutun zaruri alanı olmaktan yaşam alanı haline gelmeye başladı.

T/LIFE: Türkiye inşaat sektörünü ve mutfak banyo mobilya pazarını kalite ve standartlar açısından değerlendirir misiniz? Sektörün gelişimi nasıl?

H.T. : Sektör hızla gelişmekte. Hem yapıların hantal yükleri atılarak daha teknolojik ve kullanışlı halde yapılmakta. Hemde Mutfak banyo daha yaşam alanı ve fonksiyonel yapılmakta.

T/LIFE: Sizce sektörde ne gibi sorunlar var? Bunların önüne geçilmesi için neler yapılması gerekiyor?

H.T. : Sektör tüm sektörlerde olduğu gibi yetişmiş eleman sorunu var. Öte yandan Pazar Türkiye değil dünya olarak algılanmalı. Nihai tüketici beğenisine üretim yapıyorsanız sosyolojik yapının algısına göre üretimler yapmalısınız. Biz hızlı karar alabilen ama aynı zamanda sistematik çalışan yapılar kurmak ve işletmek durumundayız. Ve markalaşma daha çok olmalı. Fiyat değil kalite ağırlıklı çalışmak toplam faydayı doğuracaktır.



T/LIFE: Sektörün geleceğine yönelik öngörüleriniz neler?

H.T. : Yaşam devam ediyor. Öngörü bu. İnsan ve insana dair konut, sağlık, spor endüstriyel yapılar imal edilmeye devam edecek. O halde korkulacak bir şey yok cesur ve etkin çalışmaya devam etmek lazım. ■



SERAMİK SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ

Seramik Sektörü, üretim süreci içindeki pişirme ve kurutma işlemlerinden dolayı, oldukça yoğun enerji tüketen bir sektördür. Seramik sektörünün üretim maliyetleri içinde enerjinin payı diğer sektörlerle oranla oldukça yüksektir. SKM sektöründe % 30, SSG sektöründe ise %20 oranında bir enerji maliyeti söz konusudur. Bu nedenle seramik sektöründe enerji fiyatları büyük bir önem arz etmektedir. Sektörümüzde halen doğalgaz, LPG, LNG olmak üzere üç ana yakıt tüketilmektedir.

Seramik Sektörü Katma Değeri En Yüksek Sektörlerden Biridir

Ülkemizin sürdürülebilir bir ekonomik büyümeye kavuşturulabilmesi için, üretimdeki "Katma Değer" in ülkede daha fazla oluşması gerekmektedir. Çünkü "Yerli Üretim" olarak tanımlanan "Katma Değer" in yurt içinde gelişmesi, daha çok üretim ve istihdam ile toplumsal refahın da temel kaynağını oluşturmaktadır.

Seramik kaplama malzemeleri ve seramik sağlık gereçleri üretiminde kullanılan hammadde, yardımcı madde ve diğer işletme malzemelerinin dış girdi oranı çok düşük seviyededir.

Sektörün 800 milyon USD düzeyindeki ihracatı için yapılan ithalat sadece 50 milyon USD civarındadır. Dolayısıyla sektör ihracatının yarattığı katma değer 750 milyon USD seviyesindedir. Bu bakımdan değerlendirildiğinde seramik sektörü ihracatı diğer sektörlerin 3-5 milyar dolar değerindeki ihracatına denk gelmektedir.

Bu nedenle Seramik sanayi, yarattığı "Katma Değer" ile her ülkede olduğu gibi Türkiye'de de stratejik bir önem taşımaktadır. Türk seramik sanayinin sahip olduğu stratejik önem ve yüksek üretim potansiyelinin bu açıdan dikkatle ele alınması gerekmektedir.

Seramik Sektöründe İstihdam

Seramik sektörü ülkemizin istihdamına yüksek katkısı olan sektörlerin başında gelmektedir. Fabrikaların bulunduğu lokasyonlarda istihdamın yükünü çeken pozisyonları seramik üreticileri buldukları şehir ekonomisinin de lokomotifidir.

Uşak Seramik üretim, satış ve idari hizmetlerde 750 kişi ile üretim yaparak aileleri ve tedarikçileri ile şehir ekonomisine ve istihdamının önemli büyük kısmını teşkil ederek 5.000 e yakın aileyi direkt etkilemektedir. Bu rakamlar kapasitesi 18. Milyon m² olan bir marka için oluşurken Sektörümüzde yaklaşık 250.000 kişi çalışmaktadır. Aileleriyle birlikte 1 milyon kişi bu sektörden geçmektedir.

İstihdam üzerindeki yüksek vergi ve sosyal güvenlik yükleri maliyetleri artırmakta ve sektörün dünya üzerindeki rekabet edebilirliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Sadece istihdam ve tedarikçilerin geçim kaynağı olmanın dışında şehrin kültürel sosyal ve sportif alanlarındaki katkıları, üniversite sanayi işbirliklerinden gelişen sinerjiler ve gelişmeler sayısal değerlerin üzerinde fayda tesis etmektedir.

Sektörel olarak toplam kalkınmanın önündeki engellerin



kaldırılması ile seramik sektörü dünyada Türkiye'yi taşıyacak uluslararası markalar arasında yer alacaktır. Katmadeğerli üretimleri ve ülke jeopolitik konumu gibi stratejik avantajları ile seramik bölge, ülke kalkınmasında önemli mihenk taşıdır.

Seramik Sektöründe Kalite

Seramik kaplama malzemesi üreten firmalarının tamamı ISO 9001 belgeli

Türk seramik üreticisi firmalar, sürekli teknoloji yatırımları yaparken, özellikle 90'lı yılların başından itibaren geliştirilen kalite yönetim sistemleriyle de iş süreçlerinde sürekli bir iyileştirme çalışmasını hedef olarak seçmişlerdir. Tümü ISO 9001 belgeli olan seramik firmaları dünyanın hemen her bölgesine ihracat yapmaları nedeniyle ürünlerinin ilgili ülkelerin standartlarına uygunluğuna ilişkin belgelere sahiptir.

Her ülkenin kendine özgü alışkanlıkları ve beğenilerine göre üretim

Ürün tasarımında kullanılan CAD-CAM teknolojileri, özellikle seramik sağlık gereçlerinde ürün kalitesini artırmış, tasarım sürecini ise kısaltmıştır. Hem tasarım hem de standartlar açısından her ülkenin kendine özgü alışkanlıkları göz önünde bulundurulduğunda firmalar müşteri isteklerine çok hızlı cevap vererek ihracat konusunda rakiplerine oranla önemli bir avantaj sağlamışlardır. Türk firmalarının bu deneyimi sayesinde her beğeniye uygun ürünler tasarlanarak hayata geçirilebilmektedir.

Seramikte Nakliye

Seramik sektöründe taşımacılık maliyetleri, seramik ürünlerin niteliğinden dolayı toplam maliyet içinde çok önemli bir yer tutmaktadır. Ülkede ulaşım ağının karayolu ağırlıklı olması, deniz ve demiryolu bağlantılarının yetersiz kalması sektörün hem iç pazarda hem de ihracatta taşımacılık maliyetlerinin yüksek olmasına neden olmaktadır.

Mamullerin üretim bölgelerinden, yurtiçi taşımalarının yapılması ve en önemli hammadde rezervlerinin bulunduğu, İstanbul-Şile ve Aydın-Milas bölgelerinden, üretim bölgelerine taşıma, uygun istasyon ve yükleme-boşaltma araç gereçleri olmadığından etkin olarak yapılamamaktadır. Özellikle hammadde nakliyesinde, ürünlerin birim fiyatları, mamul maddelere göre daha düşük olduğundan endüstriyel minerallerin üretim noktasından ihracat noktasına kadar olan karayolu nakliye maliyetleri önemli bir girdi teşkil etmekte ve de sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkilemektedir.

Seramik sektörünün yük kapasitesi yıllık 15 milyon ton düzeyindedir. Bunun 10 milyon tonluk kısmı seramik hammaddeler geri kalan kısım ise işlenmiş ürünlerdir.

İstanbul Deniz Ticaret Odası verilerine göre Türkiye'nin dış ticaret taşımalarının %91.4'ü denizyoluyla yapılmaktadır. Seramik Sektörü ihracatı, Türkiye'nin denizyolu ile yapılan ihracatı içinde önemli bir kısmı oluşturmaktadır. ■



TARİHİ URGANLI KAPLICALARI

Tarihi Urganlı Kaplıcaları 01.03.2013 tarihinde Tanışlar Grup Eda Turizm tarafından Turgutlu Belediyesi'nden 25 yıllığına kiralanmıştır. Kiralama sürecinin başından itibaren yenileme ve yeni yatırımlarla birlikte hem mevcut misafirlere hizmet vermekte hem de yeni misafir portföyü oluşturulmaktadır.

Daha öncesinde sadece konaklama ve termal kaplıca havuzu ile belli yaştaki kişilerin gelip faydalandığı eski bir köy kaplıcası durumunda olan Urganlı Kaplıcaları, yeni işletmecisiyle ve profesyonel kadrosu ile hem Türk hem de dünya turizmine yeni bir soluk getirmek amacı ve hedefi ile yola çıkmıştır.

Tarihi Urganlı Kaplıcaları bay bayan ayrı olmak üzere; Türk hamamları, termal kaplıca havuzları, saunalar, buhar banyoları ve yüz yıllardır şifa kaynağı olan termal kaplıca suyuyla misafirlerine hizmet vermektedir.

Yeni yatırımlarımızın arasında bulunan özel aile banyoları

ve bay bayan ayrı masaj odalarımızda çok yakında hizmet vermeye başlayacaktır. Tamamı ile yenilenmiş otel ve apart otel aile odalarında, elektronik kartlı kapı kilit sistemi, LCD ekran televizyon, uydu yayın TV sistemi, split klima, merkezi ısıtma sistemi ayrıca oda banyolarında ise termal kaplıca suyu, büyük küvet, duşa kabin, saç kurutma makinesi bulunmaktadır.

Urganlı Kaplıcaları asırlardır insanlığa şifa dağıtıyor

Yeni yatırımlar arasında bulunan restoran ve çok amaçlı salonun hizmete girmesiyle birlikte, oda kahvaltısı, yarım pansiyon veya tam pansiyon konseptinde konaklamalar yapılabilecektir.

Kamu kurumlarının, özel sektörün, şirketlerin ve grupların da toplantılı konaklama taleplerine hitap edecek olan Tarihi Urganlı Kaplıcaları, yeşil

alanları ve doğasıyla çeşitli etkinliklere düğün, sünnet, mezuniyet töreni vb organizasyonlara da ev sahipliği yapacaktır.



Asırlardır insanlığa şifa dağıtan tarihi Urganlı Kaplıcaları, yıllardır hiç azalmayan sıcak suyuyla dünyanın sayılı kaplıcaları arasındadır. T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Tıbbi Değerlendirme Kurulu'nun analiz raporuna göre kaplıca suyunun toplam mineralizasyonu 2079,9 mg/Lt. , suyun kaynak çıkış sıcaklığı ise 79 °C 'dir. Renksiz ve berrak olan kaplıca suyumuz bikarbonat(1281 mg/Lt.), sodyum (482,4 mg/Lt.) ve florür (4,67 mg/Lt.) bakımından zengindir. Sağlık Bakanlığının raporlarına göre tamamlayıcı tedavi unsuru olarak hekim kontrolünde banyo uygulamaları şeklinde inflamatuvar romatizmal hastalıkların (romatoid artrit, ankiroz spondilit başta olmak üzere) kronik dönemlerinde, kronik bel ağrısı, osteoartrit gibi noninflamatuvar eklem hastalıklarının; miyozit, tendinit, travma, fibromiyalji sendromu gibi yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde, ortopedik operasyonlar, beyin ve sinir cerrahisi sonrası gibi uzun süreli hareketsiz kalma durumlarında mobilizasyon çalışmalarında, kronik dönemlerdeki seçilmiş nörolojik rahatsızlıklarda, cerebral palsy gibi hastalıkların tedavisinde rehabilitasyon amacıyla, stres bozukluğu, nörovejetatif distoniler örneklerindeki gibi genel stres bozukluklarında ve spor yaralanmalarında kullanılabilir niteliktedir. İçerdiği florür nedeniyle osteoporozun destekleyici tedavisinde, içerdiği bikarbonat nedeniyle seçilmiş olgularda içme kürleri şeklinde mide barsak kanalının fonksiyonel rahatsızlıklarının ve seçilmiş ürolityazis olgularının destekleyici ve tamamlayıcı tedavisinde kullanılabilir niteliktedir. İçerdiği florür miktarının yüksek olması nedeni ile uzun süreli içilerek kullanılamaz. Çocukların içme şeklinde kullanması engellenmelidir. Aynı rapora göre ülkemizde, kemik erimesine faydalı olan tek kaplıca Urganlı Kaplıcalarıdır.

URGANLI KAPLICALARI NEREDE?

Cambazlı Köyü Hamam Kırı Mevkii
Ahmetli / Manisa

T: 0236 772 8008 - 0506 772 1245

www.urganlikaplicaları.com
info@urganlikaplicaları.com



SERAMİK TARİHİ

İnsanoğlu uygarlığı yaratırken önce suyu, sonra toprağı, sonra da ateği kullandı. En sonunda hepsini birden. İnsan beyni, insan yaratıcılığı ve insan hüneri devreye girdi. Su, toprak ve ateğ, 8000 yıl önce insanlığın en eski destanlarının yağandığı Anadolu'da bir araya geldi. Tarih boyunca Lidya, Hitit, Urartu, Bizans, Selçuklu, Osmanlı gibi sayısız uygarlığa kapılarını açmış, bereketli topraklarında farklı kültürleri konuklamış, insanlık tarihinin en önemli dönüşümlerine tanıklık etmiş o zengin coğrafyada...Milattan Önce 6.000'de Çatalhöyük'te ilk seramikler yapılırken Çin uygarlığının atalarından Yang-Shao kültürü ilk çömleklerini yapmak için daha 2000 yıl bekleyecekti.



Ülkemizde yapılan kazılarda İ.Ö 6000 yıllarına ait seramik çanak-çömlekler bulunmuştur.



SERAMİK... Anadolu topraklarında doğan 8.000 yıllık bir gelenek. Geçmiş insanlık kadar eski olan seramik, tarih boyunca karşımıza çok çeşitli biçimlerde çıktı. Kimi zaman bir kap, bir kadeh, bir ocak; kimi zaman bir çömlek, bir takı, bir oyuncak. Farklı kültürlerden izler taşıyan, tarihe ışık tutan bir araç...

Ne en şatafatlı giysiler kalabilirdi yıpranmadan günümüze, ne de bakır kap-kaçaklar, aletler aşabilirdi bu zorlu yolculuğu. Toprakta gizlenene ulaşan eli heyecandan titreten bir tek seramik oldu pürüzsüzlüğüyle, dayanıklılığıyla. Geçmiş aydınlatan sağlam, büyüleyici bir belge oldu.

Eski çağlardan zamanımıza kadar günlük yaşantımızın büyük bir bölümünde karşımıza çıkan seramiğin kökenine bakıldığında, insanlık tarihinin hiçbir evresinde vazgeçilemeyen, ayrıcalıklı, doğaya saygılı ve sanatsal yönüyle de öne çıkan büyük bir buluş olduğu görülür.

Ana malzemesi toprak olan seramik dünya uygarlığının belli bir evresinde insanın günlük yaşamına girmiş ve bugüne kadar kesintisiz kullanılmıştır.

Bugün geçmiş uygarlıkların tarihine baktığımızda dini idollerden mimari elemanlara, mutfak ve süs eşyalarından haberleşme tabletlerine kadar her yerde seramikle karşılaşmaktayız.

Anadolu uygarlık tarihi içinde çanak-çömlek ya da pişmiş topraktan yapılan seramik biçimlerine göz atılacak olunursa, bu sürecin insanoğlunun gelişimini ve uygarlık tarihini ortaya koyduğu görülür.

Önceleri avlanarak, çevresindeki yenilebilir besinleri toplayarak yaşama savaşı veren insanoğlu, İ.Ö. 10.000-8.000'den sonra Neolitik Devrim olarak bilinen yerleşik yaşam düzenine geçmiş ve ilk üretime de bu evrede başlamıştır. Bu aşamada insanoğlu doğada bulunduğu malzemeleri birbirine katarak yüzyıllar boyu severek kullandığı seramik yapımına ilk adımını atmıştır.



Dünyada Seramik

- Türkiye dünyanın altıncı, Avrupa'nın ise üçüncü büyük seramik karo üreticisidir.
- Anadolu topraklarında 8000 yıl önce başlayan seramik üretim geleneği, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sanayi boyutuna taşınmış, Türk seramik kaplama malzemeleri sektörü özellikle 1990 yılından sonra yaptığı yatırımlar ile bugün dünya seramik karo üretiminde söz sahibi olmayı başarmıştır. Türkiye 220 milyon m²'yi aşan üretimi ile dünyanın altıncı, Avrupa'nın ise üçüncü büyük seramik karo üreticisidir.
- Türkiye Avrupa'nın üçüncü ve dünyanın altıncı en büyük seramik karo ihracatçısıdır. Türkiye 104 milyon m²'yi aşan ihracatı ile dünyanın dördüncü büyük ihracatçı ülkesidir.
- Türkiye seramik kaplama malzemeleri sektöründe dünya üretiminin %3.2'sini, Avrupa üretiminin ise %11'ini karşılamaktadır.
- Türkiye 160 milyon m² düzeyindeki yurtiçi pazar büyüklüğü ile seramik karo tüketiminde dünyanın onbirinci büyük pazarıdır.
- Türkiye 17 milyon adet üretimi ile Avrupa'nın en büyük seramik sağlık gereci üreticisi ülkesidir.
- Türkiye 8 milyon adet ihracatı ile Avrupa'da en fazla vitrifiye ihracatı yapan ülkedir.
- Bugün seramik kaplama malzemesi üreten firmalar 113 ülkeye, sağlık gereci üreten firmalar 95 ülkeye ürünlerini ihraç etmektedir.

Tarihin ilk seramik sanat eserleri Anadolu'dan çıkmıştır.

Tarihin kaydettiği en eski seramik buluntular Anadolu'da ortaya çıkmıştır. İnsanoğlunun en eski yerleşim birimlerinden biri sayılan Hacılar ve Alacahöyük'de bulunan seramik çanak-çömlekler İ.Ö. 6000 yıllarına aittir. Bu eserler, insanlık tarihinin seramik alanında ortaya koyduğu özgün ve ilk sanatsal yapıtlardır.

Neolitik Çağ ile başlayan seramik üretimi, yalnızca günlük kap ve benzeri eşyalar olarak karşımıza çıkmaz. Seramiğin dayanıklı özelliği karşısında büyülenen Anadolu insanı Toprak, ateş ve suyla, yalnızca kullanım eşyasını değil, dinsel törenlerin idollerini taşıyan Ana Tanrıça heykelciklerini, takı ve süs eşyalarını da biçimlendirdi. Mağara duvarlarını topraktan yaptığı kandillerle aydınlattı, mektuplarını tabletlere yazdı; ölülerinin küllerini topraktan kaplarda sakladı. Seramik, dönemine ve ait olduğu uygarlığın sosyal ve kültürel yaşamına ışık tuttu.

Türklerin Anadolu topraklarına adım atmasının ardından önce Selçuklular, sonra da Osmanlılar insanlık uygarlığının tarihsel mirasını yeni ufuklara götürmüştür. Seramik çanak çömlek Osmanlı'nın dünyaca ünlü çinilerine dönüşmüştür. Bugün bile birçok tarihi yapıda yaşayan, görenleri hayran bırakan çinilere. Özellikle İznik, Osmanlı'nın çini geleneğinin doruğu olmuştur. Ve Osmanlılar çiniyle insanlığın tarihsel mirasına, çok önemli bir sanatsal katkıda bulunmuştur. Bu topraklarda 8000 yıl önce başlayan gelenek doğu ve batı kültürleri ile birleşmiştir. Binlerce yıl öncesinin seramik çanak çömlek geleneği... Osmanlı'nın birer estetik harikası çini sanatı... Gelenek ve sanat. İşte Türk Seramiklerinin mayasındaki miras.

Türk seramiği insanlığın seramik geleneğini ve geleneği sanatla bütünleştiren Osmanlı mirasını geleceğe taşıyor. Aslında tüm dünyanın ortak mirası olan seramik geleneğini yine dünyaya insanlığa ve geleceğe sunuyor. Seramiğin anavatanından dünyaya sunuyor.

Güzellik, estetik ve sanatın efsanelerle bütünleştiği bu topraklar şimdi Türk Seramiğinin kaliteli ürünlerine hayat veriyor. Bin yıllar önce seramik çanak ve çömleklerle başlayan seramik geleneği bugün Türk Seramikleri ile devam ediyor. Eski uygarlıkların seramik olarak değerlendirdiği topraklar bugün yine seramik olarak yaşamı güzelleştiriyor yaşamı kolaylaştırıyor. ■

SERAMİK TASARIMI

Türk seramik sektörünün önemli yükselişinde üretim teknolojisine sürekli yatırım stratejisinin yanı sıra, ürün geliştirmeye verdiği önemde büyük payı vardır. Seramik karo ve saçlık gereçleri alanında ürün yelpazesini giderek genişleten ve dünya pazarlarındaki rekabet ortamının koşullarına göre yenileme esnekliğini kazanan Türk seramik firmaları, ürün tasarımında da rekabet şansını artıracak bir "Türk Kimliği" oluşturma noktasına gelmiştir. Burada esin kaynağı hiç kuşkusuz Anadolu topraklarında yatan 8000 yıllık kültürel mirastır: Anadolu'yu kendilerine yurt edinen sayısız uygarlıkların yaşadıkları dönemler boyunca yarattıkları desenler, figürler, motifler...



Türk seramik firmaları çağdaş tasarımların yanı sıra, modern bir yaklaşımla, Anadolu tarihinin o hiç eskimeyen çağrışımlarını, görünümlerini ve motiflerini deneyimli ve eğitilmiş tasarımcıların yorumlarıyla modern mekanlara taşımaktadır. Türk Seramiğinin desenleri binlerce yıllık geleneğin imbiğinden süzülerek gelmekte, binlerce yıllık birikim bugünkü teknoloji ve bakış açısıyla yeniden yörgülümekte ve yaşama estetik katmaktadır.

“Selçuk” serisi Anadolu mirasına yönelik tasarım çalışmalarının bir örneğidir. Anadolu Selçuklularının süsleme ve taş işçiliğindeki olağanüstü ustalıklarıyla ortaya koydukları geometri mucizesi motifler, heykelimsi mimari elemanlar, cepheler, taç kapıların yarattığı bu büyük gelenek, desenleri, motifleri, renkleri ve dokularıyla modern çağa, günümüzün modern teknolojik olanaklarıyla yaratılan seramik ürünlere taşınmıştır.

Bir başka seri Osmanlı döneminin önemli bir seramik merkezinden Bursa’dan esinlenerek yaratılmıştır. Bu seri yüzlerce yıldan süzülen geleneği yeni bin yıla yakışan bir teknolojiyle günümüze taşımaktadır. Geçmişin dokusu, günümüzün ileri teknoloji olanaklarıyla hijyen, konfor ve modern bir estetik kazanmıştır. Dönemin ilerici ruhu, ileri teknoloji ve tasarımdaki yaratıcılık yoluyla günümüzde zeminlerde ve duvarlarda çağdaş çizgilerle canlanmaktadır.

“İznik Çinileri” Anadolu’nun kültürel mirasından esinlenerek üretilen bir diğer seridir. Bu seri Osmanlı İmparatorluğu’nun en önemli seramik merkezi durumunda olan İznik’te yaratılan motiflerden yararlanılarak hazırlanmıştır. İznik seramik ustalarının yüzyıllar önce yapılan ve saray, cami, türbe medrese gibi mekanlarda mimari bir süsleme unsuru olarak kullanılan vazo, çanak, tabak gibi günlük eşyalarla da saray ve konaklara giren bu desen ve figürler çağdaş yorumlarla yeniden yaratılmaktadır.

Bütün bunlara ek olarak ihracat yapılan 60 ülkedeki müşterilerin zevkleri, istekleri, talep değişiklikleri izlenmekte ve seramik tasarımındaki beğeniler buna göre yeniden değerlendirilmektedir. Bunun için gerekirse üretim teknolojisi geliştirilmekte, yeni ürünler tasarlanmakta ya da uluslararası standartlardaki tasarımlar yaratılarak, üretim bandına sokulmaktadır. Üretici firmalar Türk tasarımcıların dışında dünyaca ünlü özellikle Avrupalı endüstriyel tasarımcılarla da çalışmaktadır. Böylece Türk firmaları hem rekabet gücünü geliştirmekte, hem de dünyaya araştırma geliştirme konusunda öncülük yapmaktadır.

Günümüzde inşaat sektöründe ve mimaride, hacimsel kaygılar ile gelişen yeni çözümler sonucu, eski mimariye oranla küçültülmüş ıslak mekanlar hazırlanmaktadır. Dünyanın tüm doğal kaynaklarının hızla tükendiği gerçeği, insanlığın oldukça büyük bir kısmının dikkatini çekmese de, bir takım zorunlulukları şimdiden yaşatmaktadır.



Kullanıcıların inisiyatifinde olmayan miktarlarda temiz su kullanan vitriye ürünlerinin yerine, Türk tasarımcılar artık minimize edilmiş miktarda temiz su ile fonksiyonu gerçekleştirme becerisi olan konseptler geliştirmektedir.

Türk seramik firmaları tüketici taleplerini ve beklentilerini tahmin ederek ya da önceden analiz ederek çözüm üretebilmektedir. Tasarım girdisini oluşturan parametrelerin irdelenmesi, konseptin bu doğrultuda gerçekleştirilmesiyle çağdaş tasarımlar yaratabilmektedir.

Ürün tasarımında kullanılan CAD-CAM teknolojileri, özellikle seramik sağlık gereçlerinde ürün kalitesini artırmış, tasarım sürecini ise kısaltmıştır. Hem tasarım hem de standartlar açısından her ülkenin kendine özgü alışkanlıkları göz önünde bulundurulduğunda firmalar müşteri isteklerine çok hızlı cevap vererek ihracat konusunda rakiplerine oranla önemli bir avantaj sağlamışlardır. Türk firmalarının bu deneyimi sayesinde her beğeniye uygun ürünler tasarlanarak hayata geçirilebilmektedir. Modern bir banyodan, klasik İngiliz tarzında bir banyoya kadar...

Bedensel engelliler için tasarlanmış iç bükey lavabodan çocukların hayal dünyalarını renklendiren; boylarına göre tasarlanmış lavabo ve klozetler özgün tasarımın seramik sağlık gereçlerinde nasıl şekillendiğinin en iyi örnekleridir. Farklı ihtiyaçlara farklı çözümler sunabilmek amacıyla tasarlanan ürün grupları; ergonomi, ve maksimum fonksiyonellik kavramlarının birlikte yoğrulması ile üretilmektedir.

İnsana ve çevreye duyarlılık, teknolojik, toplumsal ve kültürel gelişmelere açıklık, yenilik, deneysellik ve yaratıcılık ilkeleri ürün tasarımında özgün Türk kimliğini yaratıyor. Farklı çizgiler, fonksiyonellik, çağdaş eğilimler yeniliklerBütün bunları tek bir kavramın alt başlıkları olarak görmek mümkün. "Türk Tasarımları" Bir yandan farklı çizgileri ve formları yaratırken , bir yandan da klasikle modern arasındaki dengeleri kurmakta. Ortaya çıkan ürünün işlevselliğini de göz ardı etmeden, insanların zevk ve beğenilerinin karşılanmasını da mümkün kılmaktadır. ■

Durmuş Tanış:

“ UŞAK SERAMİK,
DÜNYA MARKASI
OLMA YOLUNDA
BÜYÜK ADIMLAR
ATIYOR ”





Seramik sektörünün önemli kuruluşlarından Uşak Ceramik sektördeki istikrarı ve kalitesi ile üretiminin yüzde 30'unu ihracata aktararak, 41 yıldır üretimde olan fabrikanın son sistem ve donanımları ile bir Dünya markası olma yolunda büyük adımlar atıyor.

İhracata önem verdiklerini belirten Uşak Ceramik Sanayi A.Ş.yönetim Kurulu Başkanı Durmuş Tanış, “ Üretimimizin yüzde 30'unu ihracata aktarıyoruz. Geriye kalan yüzde 70'lik kısmını ise iç piyasa da değerlendiriyoruz.

Bu hemen hemen her yıl aynı şekilde devam ediyor. 2014 yılında ihracat satış rakamımızı yüzde 35'e çıkarmayı hedefliyoruz. İhracat yaptığımız ülkeler dışında kendi showroom ve depomuzun bulunduğu Irak ta daha da güçlenip, yeniden yapılanan alanlarda yerinden satışlarımızla etkinliğimizi artırıyoruz. Fas Tunus Libya,Cezayir, gibi kuzey Afrika ülkeleri başta olmak üzere Afrika kıtasının ortalarında ve Güney pazarlarında da Uşak Ceramik markası yayılmaya başladı. Bu yaygınlığı İstanbul'da ve İtalyadaki fuarlarımıza gelen ziyaretçilerden ve ürün taleplerinden anlamak mümkün.

İç savaşın hüküm sürdüğü Suriye'ye iç karışıklık sonrası girebilmeyi planlıyoruz. Avrupa bloğuna hüküm süren ekonomik kriz bizleri de etkiledi. Fakat Irak ta yaptığımız yatırımlardan dolayı, Avrupa'da yaşanan ekonomik kriz ihracatımızı düşürmedi. Tam aksine bir önceki yıla bakarak, daha iyi konumlara geldik. Ekonomik krizin daha az yaşandığı Kuzey Avrupa ülkelerine, Doğu ve Orta Avrupa'dan daha çok önem veriyoruz. ve bunun meyvesini yemeye de başladık” dedi.

Uşak Ceramik olarak üretim ve teknoloji anlamında iyi düzeyde bir alt yapıya sahip olduklarını belirten Tanış “Günden güne büyüyen ve bir dünya markası olma yolunda büyük adımlar atan bir marka haline geldik. Kalite, tasarım, sürekli yenilik, hizmet ve teknolojik altyapılarımızın güncelliği global pazardaki yerimizi belirliyor. Eskiden bir model 10 yıl süreyle satılabilirdi. Bugün bu sürenin 1 yıla düştüğünü görüyoruz. Dolayısıyla Ar-Ge ve Ür-Ge'nin sürekli yenilik ve gelişim içerisinde olması gerekiyor.

Stoğumuz neredeyse sıfır noktasında. Ürettiğimiz tamamını satıyoruz. Hatta bayilerimize zaman zaman ürün teslim temrinlerin de gecikmeler bile yaşanıyor. Ürün çıktıkça sevkiyatlarımız devam ediyor.

Türkiye'de seramik sektörü, dünyada da büyük beğeni görüyor. Seramik sektöründe dünyada ilk 7 ülke arasındayız.ikinci ülke konumundayız. Kalitesi çok beğeniliyor. Ayrıca sektörün üretim malzemelerinin yüzde 95'i iç piyasadandır almaktayız.

Dışa bağımlılığımız yok. Ancak yerli tüketici yabancı markalara 100- 200 Dolarlar verirken, yerli ürünler daha ucuz ve aynı kalitede olmasına rağmen daha az ilgi görüyor. Bunu da kırmak için ithal ürünlerden daha da kaliteli ürünler yaparak dövizin yurt dışına gitmesini önlemeye çalışıyoruz “ diye konuştu.

“Daha çok kaliteli üretim daha çok istihdam için programlar yapmaktayız.”

Eskisi gibi talep fazlası değil arz fazlası olduğunu söyleyen Tanış “O

halde tercih edilebilmek için beğeni ve satın alma parametrelerine göre şekillendirmeliyiz. Yapıları sürekli iyileştirmek durumundayız. Uşak Ceramik bulunduğu yere tatminkar değil. Marka bilinirliğimizi, üretim altyapımızı ve teknolojimizi gerek yurt içi pazarında, gerekse yurt dışın pazar payında artırtık.

Daha çok kaliteli üretim daha çok istihdam için programlar yapmaktayız. Biryanda Ar-Ge ve ürün geliştirme kısmında yeni nesil koleksiyonlar için demolar yapmaktayız. Yeni ve çok farklı ürünleri pazara hazırlıyoruz. Diğer yanda daha kaliteli üretim için teknoloji ve bilgi birikimle her gün bir öncesine göre daha yüksek standartlarda üretim yapıyoruz. Bir başka kanadında satış ve pazarlama için gayretli çalışmalar içerisindeyiz. Ülkemizin her sathında bayii ve satış noktasını artırırken, tüm Dünyada Türk Malı (™) baskılı ‘Uşak Ceramik’ bayrağını dalgalandırmanın uğraşı içerisindeyiz. 41 yıldır üretime devam ederek kendimizi yeniliyoruz. Tüm ulusal ve uluslar arası üretim kalite sertifikasyonlara sahibiz. 750 kişinin istihdam edildiği yıllık 18 milyon metrekare üretim yapmaktayız. Firmamızın Türkiye'deki önemli sanayi kuruluşları arasında yer aldığına inanıyoruz” diyerek sözlerini tamamladı. ■

uşak  seramik®



60x60
Gelecek

usakseramik.com

 /usakseramikcom  /tanislargrup  /usakseramik



■ ekonomi/



DÜNYA EKONOMİSİ

GENEL DEĞERLENDİRME

2007 yılında başlayan küresel krizin ardından gelişmiş ekonomiler ağırlıklı olarak etkisi halen hissedilmekte olan yoğun parasal genişleme ve varlık alımı politikalarını benimsemiştir. Sağlanan yoğun likidite ise reel getirisi daha yüksek olan gelişen ekonomilere kaymıştır.



Kadriye Delikaya

Kalay ve düşük maliyetli fonlama imkanı , dünya ekonomisindeki toparlanmanın büyük ölçüde gelişen ekonomiler öncülüğünde gerçekleşmesini sağlamıştır. Bu süreçte , gelişmiş ekonomilerdeki kamu borcu artarken , gelişmekte olan ülkelerde kamu borcu istikrarlı şekilde düşük seviyesini korumuştur.

IMF verilerine göre dünya toplam GSYH `de gelişen ekonomilerin payı artış eğilimindedir. 2009 yılında gelişen ekonomilerin dünya toplam GSYH içindeki payı , %31 iken 2013 yılında bu oran %39'a yükselmiştir. Küresel ekonomideki bu eğilimlere karşın gelişmekte olan ekonomilerdeki büyüme hızlarının 2013'te yavaşlaması dikkat çekmektedir. Bu ülkelerin farklı ekonomik yapıları sahip olmalarına karşın 2013 yılındaki ekonomik faaliyetlerindeki yavaşlama , ağırlıklı olarak küresel bazda sıkılaştıran likidite koşullarından ve gelişen ülke otoritelerince iç talebi soğutmaya yönelik atılan adımlardan kaynaklanmıştır.

2013 yılına damgasını vuran konu , ABD'deki ekonomik toparlanmaya paralel olarak merkez bankası FED'in Mayıs ayında tahvil alım programında planlı bir azaltma başlayacağını duyurması olmuştur.

FED'in büyüme , işsizlik ve enflasyondaki gelişmeleri göz önüne alarak , aylık bazda 80 milyar dolarlık likiditeye karşılık gelen bu programdan 10'ar milyar dolarlık parçalar halinde azaltım yaparak çıkacağını duyurması küresel finansal piyasalar için yeni bir dönemi başlatmıştır.

FED kararları küresel büyümeyi destekleyici likidite koşullarını olumsuz etkilemiş , ABD'deki tahvil faizlerinin yükselmesine ve doların uluslararası piyasada değer kazanmasına neden olmuştur.

Tahvil alım programında azaltıma başlanacağını Mayıs ayında belirtilmesinden dolayı düşen risk iştahı ile yılın ikinci yarısında gelişmekte olan piyasalardan sermaye çıkışları gözlemlenmiştir. Bu koşullar gelişmekte olan ülkelerin sermaye piyasalarında ve para birimlerinde de büyük oynaklıkları beraberinde getirmiştir.

Dünya ekonomisinin önemli bir bölümünü oluşturan ABD'deki toparlanma , Japonya'daki ılımlı iyileşme ve Avrupa bölgesindeki olumlu gelişmelerin ağırlıklı olarak yılın ikinci yarısında meydana gelmesi , gelişmiş ekonomilerin 2013 yılı büyümesini %1,3 ile sınırlandırmıştır.

2013'ün ikinci yarısında ortaya çıkan sıkı finansal koşullar ve olumsuz sermaye hareketleri nedeniyle , ekonomik aktiviteleri belli ölçüde sınırlanan gelişen ekonomilerin 2013 yılında %4,7 oranında büyüdüğü tahmin edilmektedir.

Gelişmiş ekonomilerde 2013 yılının ikinci yarısında gözlenen sınırlı ekonomik toparlanmaya rağmen , bu ülkelerdeki yılsonu enflasyon oranı 2013'te bir önceki yıla kıyasla düşerek %1,2 olmuştur. Halen güçlü olmakla beraber zayıflayan büyümeleriyle gelişmekte olan ekonomiler için yılsonu enflasyon oranı 2013 yılında %5,4'e inmiştir.

İşsizlik 2013 yılında da genel olarak gelişmiş ekonomilerin önemli bir sorunu olarak devam etmektedir. Bu konuda ABD 2013 yılında olumlu bir performans sergilerken , aynı dönemde Avro bölgesi yükselmekte olan oranlarla karşılaşmaktadır.

Beklentiler ve Risk Unsurları



Küresel ekonomide 2014 yılının , çarpıcı bir farkla olmasa da , 2013'e göre daha olumlu geçeceği ve IMF'e göre gelişmiş ekonomilerde dikkate değer bir faiz artışı olmayacağı beklenmektedir.

Avrupa Birliği'nin %12 seviyesindeki işsizlik sorunu ve bankacılık sistemindeki sermaye gereksinimi, Japonya'nın deflasyon riski ve yüksek bütçe açığı, ABD'nin izleyeceği maliye ve para politikası dikkate alındığında , küresel ekonomi için zorlu sürecin şiddetini azaltarak da olsa halen devam ettiği görülmektedir.

Önümüzdeki dönemde , özellikle cari açık veren gelişen ekonomilerde kurlar üzerindeki riskler, sermaye hareketlerinin yarattığı kırılganlıkları yönetme ihtiyacı ve kızılı kredi büyümesi sonrası finansal istikrarın tesisinin gündemdeki yerini koruması beklenmektedir.

Türkiye Ekonomisi

GENEL DEĞERLENDİRME

Küresel krizden sonra , 2010 ve 2011 yıllarında yüksek büyüme oranları yakalayan Türkiye ekonomisi , üretim ve finansman konularında ağırlıklı olarak dışa bağıllığının bir neticesi olarak yüksek cari açık vermeye başlamıştır. Özellikle özel tasarrufların diğer gelişmekte olan ülkelere göre düşük seviyelerde olması ekonomiyi dış şoklara karşı korumasız bırakmıştır. Buna ek olarak cari açık finansmanının 2002-2006 dönemdeki aksine , doğrudan yabancı yatırımlar yerine ağırlıklı olarak kısa vadeli portföy yatırımları ile yapılması , finansal istikrar üzerindeki tehdit unsuru olmuştur.

Kriz sonrası dönemde , iç talebin düşük faiz ve kolay finansmana erişim ortamında canlanması , özel tüketim ve yatırım harcamalarını , temelde kredi kanalı ile genişletmiştir. Küresel krizle birlikte yıllık büyümesi 2009 yılında %11 oranına kadar düşen tüketici kredileri , 2010 ve 2011 yıllarında sırayla %39 ve %31 seviyelerine kadar çıkmıştır.

Tüm bu gelişmeler ışığında , 2012 yılında ilgili otoriteler ekonomide "yumuşak iniş" argümanını geliştirmiş , iç talebi soğutarak cari açığı daha sürdürülebilir seviyelere çekecek politika araçlarını kullanmaya yönelmiştir. Ağırlıklı olarak Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası ve Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu nezdinde ortaya konulan para politikası ve bankacılık sektörüne ilişkin uygulamalarla , ekonomi genelinde sıkılaştırıcı tedbirler alınmıştır. Alınan tedbirler neticesinde 2012 yılında GSYH büyümesi çeyrekler bazında düzenli olarak düşüş eğilimine girmiş ve ekonomi yıl genelinde %2,1 oranında büyümüştür. Bu sınırlı büyüme , yüksek artışı kamu harcama ve yatırımları ile net ihracat sayesinde gerçekleşmiştir.

2013 yılına ise küresel aktivitedeki zayıflıkla giren Türkiye ekonomisi , faiz oranlarındaki azalmayla yılın ikinci çeyreğinde ivme kazanmış ve bu dönemde ekonomik büyüme büyük ölçüde hane halkı tüketimindeki canlanmayla gerçekleşmiştir.

Yılın ilk yarısında uluslar arası derecelendirme kuruluşları tarafından Türkiye ekonomisinin iç dinamiklerini olumlu etkileyen iki gelişme gerçekleşmiştir. Mart ayında S&P'den gelen not artışını Mayıs ayında Fitch takip



etmiş ve ülke kredi notu "yatırım yapılabilir" seviyeye yükselmiştir. Ancak yine Mayıs ayında , ABD merkez bankası FED'in , parasal genişlemeyi tahvil alım programında azaltıma giderek bitireceğini açıklaması Türkiye'yi de içeren gelişmekte olan piyasaların kur ve faizlerinde yüksek oynaklık yaşanmasına neden olmuştur.

Yurtiçi talepteki canlanmaya karşın finansal piyasalarda gözlenen bu olumsuzluklar , yapılan not artışlarını gölgede bırakırken , cari açığın miktarı ve finansmanı konusundaki hassasiyetleri tekrar gündeme getirmiştir. Yine aynı dönemde İstanbul'daki Gezi parkını koruma amacına başlayan eylemler kısa sürede ülke geneline yayılmıştır. Oluşan olumsuz iklim , siyasi tansiyonu da arttırmıştır. Türkiye özelindeki bu olumsuz gelişmeler , iç talepteki artış eğilimini kısa süreliğine sekteye uğratmıştır. Hem küresel hem de yerel zorlayıcı şartlar altında , yılın ikinci yarısında yurtiçi talebin hız kaybetmesine karşın, Türkiye ekonomisinin büyüme performansı görece olumlu olmuştur.

Temel Makro Göstergeler

2013 yılı geneline bakıldığında GSYH büyümesinin 2014-2016 Orta Vadeli Plan'da öngörülen şekliyle %4 olarak gerçekleştiği görülmektedir. GSYH cari fiyatlarla 1,6 trilyon TL'ye (820 milyar dolara) çıkmıştır. Kişi başı milli gelir ise TL bazında %8,9 oranında artışla 20.531 TL olurken dolar bazında %3,1 yükseliş göstererek 10.782 dolar olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye ekonomisinin 2013 yılı büyüme dinamiklerine iktisadi faaliyet kolları bazında bakıldığında en yüksek büyüme oranının %9,8 ile finans ve sigorta faaliyetlerinde olduğu görülmektedir. Bu sektör son on yıllık dönemde genel olarak ekonominin genelinde daha fazla büyümüştür. Reel ekonominin temel belirleyici olan imalat sanayinde ise yıllık büyüme oranı %3,8 ile ülke büyümesinin altında kalmıştır. Yıllık %4'lük büyümenin 3,3 puanlık kısmı hane halkı harcamalarından gelirken 1,1 puanlık kısmı ise kamu yatırımlarından gelmiştir. Böylelikle 2012 yılında net ihracat temelinde büyüyen ekonomi, 2013 yılında tekrar iç talep ağırlıklı bir kompozisyona bürünmüştür. İşgücü piyasasında ise ekonominin 2013 yılında bir önceki yıla göre daha hızlı büyümesine karşın işsizlik oranının 0,5 puanlık artışla %9,7'ye yükseldiği görülmektedir. 2012 yılında %11,5 olan tarım dışı işsizlik oranı 2013 yılında %12'ye çıkmıştır. Görece olumlu bir gelişme olarak, kayıt dışı istihdam ise 2,3 puanlık düşüşle %36,7'ye gerilemiştir.

Erkeklerdeki işsizlik oranı 2013 yılında 0,2 puanlık artışla %8,7'ye kadınlarda ise 1,1 puanlık artışla %11,9 oranına yükselmiştir. 2013 yılında erkeklerde %71,5 ve %65,2 olan işgücüne katılım ve istihdam oranları, kadınlarda sırayla %30,8 ve %27,1 olarak gerçekleşmiştir. Dış ticaret istatistiklerinde; ihracat 2013 yılında %0,4 azalışla 152 milyar dolar, ithalat ise %6,4 artışla 252 milyar dolara erişmiştir. AB'deki ekonomik toparlanmaya paralel olarak Birliğin ihracat içindeki payı 2,5 puanlık artışla %41,5'ç çıkmıştır.

2013 yılında iç talepteki canlanmaya ve net altın ihracatındaki düşüşe bağlı olarak cari işlemler açığı bir önceki yıla göre %34 oranında artarak 65 milyar dolara yükselmiştir. Cari işlemler açığının milli gelire oranı ise 2012 yılındaki %6,2 seviyesinde 2013 yılında %7,9'a yükselmiştir.

Net doğrudan yatırımlar önceki yıla göre fazla değişmemiş ve cari açık finansmanının sadece %15'ini karşılamıştır. Portföy yatırımları cari açık finansmanının %36'sını, bankaların aldığı krediler %33'ünü ve yurtdışı bankaların ve yurtdışı kişilerin mevduatı ise %15'ini oluşturmuştur.

Türkiye ekonomisinin yüksek büyüme sergilediği dönemlerde karşılaştığı yüksek cari açık seviyelerine 2013 yılında tekrar yaklaşmış olması, ekonomik büyüme için yapısal olarak dış kaynak bağımlılığının şiddetini göstermektedir.

Kur tarafında ise 2012 yılındaki istikrarlı görünüm 2013 yılında büyük ölçüde bozulmuştur. Bu eğilim temel olarak FED'in tahvil alım programında azaltıma gideceğini duyurduğu Mayıs ayında kendini göstermiştir. Kurlar üzerindeki baskı, Gezi olaylarını takip eden siyasi gerginlik ile daha da artmıştır.

Mayıs – Eylül döneminde yabancı yatırımcıların risk iştahındaki düşüş, Türkiye'nin de dahil olduğu gelişmekte olan ülkelerden sermaye çıkışını tetiklemiştir. Bu gelişme ilgili ülkelerin para birimlerinde yüksek oranlı değer kaybı yaratmıştır.

Türk lirası 2013'ü, yıllık bazda dolar karşısında %19,8 ve avro karşısında ise %25,1 değer kaybı ile kapatmıştır. Eşit ağırlıklı döviz sepeti ise yıl genelinde TL karşısında %22,8 değer kazanmıştır.

2013 yılında toplam brüt dış borç stoku bir önceki yıla göre %14,8 artışla 388 milyar dolara çıkmıştır. Kurlardaki artışın da etkisiyle brüt dış borcun milli gelire oranı 2012'deki %43 seviyesinden 4,3 puanlık artışla %47,3 oranına yükselmiştir. Net dış borç stokunun 2012 yılında %24,1 olan milli gelire oranı ise 2013'de %28,1 seviyesine yükselmiştir.

2013 yılında enflasyon gelişmelerine bakıldığında, yılın ilk aylarında tütün grubu üzerindeki vergilendirmelerin fiyat seviyelerini artırdığı, takip eden dönemlerde ise enerji grubu ve işlenmemiş gıda fiyatlarının yükseldiği görülmektedir.

Özellikle yılın ikinci yarısında baş gösteren kur artışları ithal girdiler üzerinden enflasyon görünümünü ve beklentilerini ciddi ölçüde bozmuştur. Buna ek olarak dünya gıda fiyatlarındaki artışlar da enflasyonu olumsuz etkilemiştir.

2012 sonunda %6,2 olan TÜFE, 2013 Temmuz ayında %9 mertebelerine kadar yükselmiş ve yılı %7,4 oranında tamamlamıştır. Böylelikle tüketici enflasyonu, TCMB'nin 2013 yılı için açıkladığı %5 hedefinin 2 yüzde puanlık aşağı ve yukarı yönlü belirsizlik aralığında dahi dışında kalmıştır. ÜFE ise 2012 yılını %2,5 seviyesinde

kapatmışken , 2013 sonunda %7'ye yükselmiştir.

2013 yılının ikinci yarısında hem iç hem de dış faktörlerden kaynaklı ortaya çıkan zorlayıcı koşullar , kur ve faiz tarafından büyük dalgalanmalar yaratmıştır. İlgili dönemde TCMB, enflasyonu hedeflere uyumlu bir görünüme kavuşturmak ve Türk lirasındaki aşırı değer kaybını telafi etmek için likidite koşullarını sıkıştırarak para politikasında daha temkinli bir duruş benimsemiştir. Yılda %8,75 borç verme faiz oranı ile başlayan TCMB, Temmuz ayına kadar her toplantısında faizleri indirmiş ve Mayıs'ta %6,5 oranına kadar çekmiştir. Yılın ikinci yarısında ise FED kaynaklı artan belirsizlik karşısında banka , Ağustos sonunda borç verme faiz oranını %7,75 seviyesine yükseltmiştir. Bu politika çerçevesinde , piyasaya verilen likiditenin ortalama fonlama maliyetinin %6,25 oranının üzerinde seyretmesi sağlanmıştır. Banka , yılın son çeyreğinde 1 ay vadeli repo ihalelerini sonlandırmış ve fonlamanın ortalama vadesini kısaltmıştır.

Para politikasının yılın ikinci yarısındaki gelişmeler karşısında daha esnek olabilmesi için politika faizinden yapılan fonlama miktarı da azaltılmıştır. Yapılan parasal sıkılaştırmalara ek olarak döviz satım ihalesi yoluyla döviz kurlarındaki çıkışın etkisi hafifletilmeye çalışılmıştır. Döviz satışlarıyla piyasanın Türk lirası likidite ihtiyacı daha da artmıştır.

2013 yılı Mayıs ortası ile başlayan finansal türbülans diğer birçok makro değişkende olduğu gibi faiz cephesinde de olumsuz şekilde kendini göstermiştir. Gösterge birleşik faiz oranlarında , not artırımları ile birlikte 17 Mayıs günü tarihi dip seviye olan %4,7 görülmüş ancak takip eden günlerde finansal piyasalardaki gerginlikle birlikte yüksek tempolu bir artış eğilimi gözlemlenmiştir.

Faiz dört aydan kısa bir süre sonra , 26 Ağustos tarihinde %10 seviyesine tırmanmıştır. Böylelikle göstere tahvil bileşik faiz oranı en son Ocak 2012'de gördüğü çift haneli seviyeye tekrar çıkmıştır.

Eylül ayında , FED'in tahvil alımında azatlımı erteleme kararı küresel konjonktürde gevşeme yaratmış ve Türkiye'de gösterge tahvil faizi %7,5 seviyesine inmiştir. Ancak FED'in Ekim sonu toplantısı ile varlık alımlarındaki azatlıma Aralık'ta başlamayı planladığını açıklamasıyla gösterge tahvil faizi tekrar artış trendine girmiş ve yılı %9,7 seviyesinde kapatmıştır.

2013 yılı merkezi yönetim bütçe göstergelerinde ; gelirlerin %17 artışla 389 milyar TL'ye , giderlerin ise %18 artışla 408 milyar TL'ye eriştiği görülmektedir. Sonuçta bütçe açığı bir yıl öncesine göre %37 oranında daralarak 19 milyar TL'ye düşmüştür. Faiz dışı fazla , gelirlerdeki yüksek artış sayesinde %66 oranında artarak 32 milyar TL'ye ulaşmıştır.

Bütçe performansındaki olumlu gelişmeler , faiz dışı fazlanın milli gelire oranını 0,7 puan artışla %2'ye taşımıştır. Bütçe açığının milli gelire oranı ise 2012'ye göre 0,9 puan düşerek %1,2'ye inmiştir.

Genel yönetim borç dinamiklerine bakıldığında ; toplam borç stokunun 2013 yılında bir önceki yıla göre %10 artışla 607 milyar TL'ye yükseldiği görülmektedir. İç borç stoku 2013 yılında %5 artışla 416 milyar TL'ye çıkarken , dış borç kurdaki değerlenmeye %25 oranında artarak 191 milyar TL'ye ulaşmıştır. Merkez borç stokuna sosyal güvenlik kurumlarının borcu ile bozuk para stokunun eklenmesi ve genel yönetimin elindeki devlet borçlanma araçlarının çıkarılmasıyla hesaplanan AB tanımlı borç stoku ise 2013 yılında %11 artışla 566 milyar TL'ye ulaşmıştır. Bu borcun milli gelire oranı ise bir önceki yıla göre neredeyse değişmeyerek %36 olmuştur.

Beklentiler ve Risk Unsurları



Orta vadeli planda 2014 yılı büyümesine yönelik tahmin %4 iken IMF'nin Nisan 2014 raporunda büyüme öngörüsü %2,3'tür. Küresel ekonomide artış eğiliminde olan faiz oranlarının dış finansman maliyetlerini olumsuz yönde etkilemesi , sermaye hareketlerindeki görece zayıf eğilim ve TCMB'nin 2014 Ocak sonunda faiz oranlarını ciddi şekilde arttırması ekonomik aktiviteyi büyük ölçüde baskı altına alma riskini taşımaktadır. Bu gelişmeler dahilinde iç talebin ivme kaybetmesi , özel yatırımlardaki toparlanmanın sekteye uğraması ve soğuyan iç taleple birlikte cari açığın azalması muhtemeldir. Diğer taraftan Avrupa Birliği'ndeki ılımlı toparlanma ve Türk lirasındaki değer kaybının net ihracatı desteklemesi beklenmektedir. Cari açık 3.2 milyar dolar geldi- beklenti ile aynı... Böylece yıllık cari açığımız da 60 milyar doların az altına geriledi. Cari açıktaki iyileşme altın kaynaklı. Piyasadaki yılsonu beklentilerinde ilerleyen vadede aşağı revizyonlar görebiliriz. TL açısından destekleyici. Peki altın kaynaklı bu düşüş yanıltıcı olabilir mi zira Türkiye altın üreticisi bir ülke değil yani geçmiş yıllarda üstelik daha yüksek fiyatlarla ithal ettiği altını satarak cari açığı düşürüyor. Bu politika sürdürülebilir mi Türkiye daha ne kadar altın satarak cari açığı düşüyor gösterebilir. Net altın stokları buna ne kadar yeter bunun sorgulanması ve altın ithali ile satışından kaynaklanan zararın Ne seviyede olduğu açıklanmalıdır.

BİLFEN DÜNYACA ÜNLÜ SERAMİK SANATÇISI EBÜZZİYA'YI AĞIRLADI

Bilfen İlköğretim Kurumları öğrencileri, dünyaca ünlü seramik sanatçısı Alev Ebüzziya Siesbye ile bir araya geldi.



Bilfen İlköğretim Kurumları Seramik, Moda Tasarım ve Görsel Sanatlar Kulübü öğrencileri ile Çamlıca Kampüsünde buluşan dünyaca ünlü seramik sanatçısı Alev Ebüzziya, okulun seramik atölyesinde öğrencilerin hazırladığı çalışmalarını inceledi. Seramiğe gönül vermiş genç yeteneklere tasarımlarında kullanabilecekleri ipuçlarını paylaştıran Ebüzziya; önemli olanın yaptığı işi sevmek ve özgün olmak gerektiğinin altını çizdi. Öğrencilerin, kendisinin seramiklerinde kullandığı motiflerden hazırladığı resim sergisini gezen Alev Ebüzziya, "Bu çalışmalarını görünce, 'meğer ben neler yapmışım' dedim. İlköğretim çağındaki çocuklarımızın bu yetenekleri beni kendilerine hayran bıraktı." dedi.

"Mümkün olsa aranızda girip öğrenci olmak isterdim"

Bilfen'in İstanbul'daki 10 ilköğretim okulundan öğrencilerin katılımıyla gerçekleşen söyleşide, "Bu kadar donanımlı okullarda okuduğunuz için çok şanslısınız. Mümkün olsa aranızda girip öğrenci olmak isterdim" diyen dünyaca ünlü seramik sanatçısı Alev Ebüzziya, öğrencilerin heyecanla sorduğu soruları aynı heyecan ve keyifle cevapladı:

"Okuduğunuz okulda bu kadar çok kulüp seçeneği olması, atölyelerde çalışma fırsatı sunulması sizin gelişimimize çok büyük katkıda bulunacaktır. Zaten sizler de bunun farkında ve mutlusunuz. Ben ne olmak istediğime 17 - 18 yaşına geldiğimde karar verdim ve seramikle uğraşmalıyım dedim. Seramik benim mesleğim oldu ve işim sayesinde ben kendimi buldum. Hep çok çalışmak gerektiğini düşünüyorum. Eminim hepinizin farklı yetenekleri vardır. Önemli olan bunu çıkarmak ve çok çalışarak üzerine koymak. Ancak böyle büyüyebilir ve başarının peşinden gidebilirsiniz."

"Fabrikasyon üretime de duygu bulaştırmayı öğrendim"

32 yıldır Paris'te yaşayan Alev Ebüzziya, eserlerini farklı amaçlarla yaparken, farklı formlar ve dizaynlar kullandığının altını çizerek, "Her formda her renk olmaz. Sonuçta nasıl bir eser çıkması gerektiğine toprak, çanak ve ben birlikte karar veriyoruz. Toprağın tuttuğu form, çanağın istediği renk var. Atölyemde yaptıklarımla, seri imalat amacıyla fabrikalar işbirliğinde yaptığım

“Önemli olan,
yaptığın işi sevmek
ve özgün olmak.”

çalışmalar birbirinden çok farklı. Tabii ki bir banyo veya mutfak için fabrikasyon bir çalışma yapıyorsam çok daha fazla insana ulaşıyorum ama bu tür dizaynlar seri olarak üretildiğinde tasarım olmaktan çıkıyor. Buna çözüm olarak fabrikasyon üretim sırasında işçilerle birlikte çalışmayı, hızlı ama duygu paylaşımıyla gerçekleşen üretimi öğrendim.” dedi.

“Çok beğendiğim çalışmalarımın satılmasına üzülüyorum”

Hiçbir zaman meşhur olmak gibi bir amacı olmadığını da vurgulayan Ebüzziya, “Yeteneğin varsa ve çalışırsan başarıyorsun. Meşhur da oluyorsun ama sorumluluğun hiç bitmiyor. Yüzlerce sergi açtım, onlarca müzede tasarımlarım var ama kaygım, endişem bitmiyor. İyi bir şey çıkarana kadar, elimdeki formla didişiyorum. Sonunda ortaya çıkan çok sevdiğim çalışmalarımın beğenilmesi beni elbette çok mutlu ediyor ama satıldığında da üzülüyorum.” diye konuştu.

Bilfenli öğrencilerin fular tasarımı sanatçayı hayran bıraktı

Bilfenli Moda Tasarım Kulübü öğrencilerinin katıldığı, Alev Ebbüziya'nın çalışmalarında kullandığı motiflerden yola çıkarak hazırlanan bir fular tasarımı yarışması düzenlendi. Yarışmada birinci olan Bilfen Çamlıca İlköğretim Kurumu 6.sınıf öğrencisi Sude Doğan Yiğit, çalışmasını söyleşinin sonunda sanatçıya hediye etti. Verilen hediye karşısında beğenilerini dile getiren Ebüzziya, “Benim de sizden öğreneceğim çok şey var.” dedi. ■





HÜSEYİN TANIŞ

Tanışlar Grup Yönetim Kurulu
Başkan Vekili

T/Life: Uşak Seramik'in 2014 ve sonrası geleceğe yönelik yatırımları neler?

Hüseyin Tanış: Uşak Seramik, milletin öz sermayesidir. Gerek kuruluşunda gerekse Tanışlar Grup'a geçişinde bu genetiği bozulmamıştır. Tanışlar Grup'ta yüzde yüz yerli sermaye olup "emek-yoğun" bir eserdir. Kaldı ki özel sektörün dinamik yapısı Uşak Seramik'in her alanına sirayet etmiş, sürdürülebilir bir kalkınma içerisine girmiştir. Uşak Seramik; kazanç, emek, teknoloji, sanat, umut ve istihdam sağlayan büyük bir yapıdır. Bu düzlem; ortağına, çalışanına, bayisine, mağazalarına, tedarikçilerine ve en önemlisi ülkesine katma değer sağlamak üzere kurgulanmış, yetki ve sorumluluğu Tanışlar Grup'un omuzlarında yürüten; ilimizin ve ülkemizin en önemli varlıklarından birisidir.

Öncelikle doğası gereği ana hammaddesi toprak olan; sermaye, bilim, sanat ve teknolojinin senkronize eseridir. Bu denli kıymetli bileşenlerden oluşan müteşekkil yapılarda durmak olmaz. 24 saat esaslı çalışan fabrikamızda durmayan bir mesai, başarmak üzere emek harcayan insanın alın teri vardır.

Artık günümüz dünyasında arz-talep dengesi değişti. Üretim mantalitesi çok gelişti. Konvansiyonel üretimden teknolojik yatırımlara dönmek zorunluluk haline geldi. Bu nedenle "teknoloji yenilenmesi" Uşak Seramik'te neredeyse süreklilik arz eden durumlardan oldu.

Değişen dünya ve pazar koşulları artık yüksek maliyetli ve çaplı üretimlerden küçük çaplı imalat sanayine kadar tüm yapıların karşısına yeni ve farklı bir arena olarak çıktı. Artık rekabet asli davranış biçimi haline geldi.

Kalite, tasarım, sürekli yenilik, hizmet ve teknolojik altyapılarınızın güncelliği global pazardaki yerinizi belirleyici dinamiklerden oldu.

Eskisi gibi talep fazlası değil arz fazlası var. O halde tercih edilebilmek için beğeni ve satın alma parametrelerine göre şekillenmek ve yapıları sürekli iyileştirmek durumundasınız. Uşak Seramik bulunduğu yere tatminkar değildir. Marka derinliği, üretim altyapısı ve teknolojisi gerek yurt içi pazarında, gerekse yurt dışında pazar payını artırmak, daha çok kaliteli üretim daha çok istihdam için programlar yapmaktadır.

Bir yanda Ar-Ge ve ürün geliştirme kısmında yeni nesil koleksiyonlar için demolar yapılmakta yeni ve çok farklı ürünler pazara hazırlanmakta. Diğer yanda daha kaliteli üretim için teknoloji ve bilgi birikimle her gün bir öncesine göre daha yüksek standartlarda üretim yapılmakta. Bir başka kanadında satış ve pazarlama gayretli çalışmalar içerisinde, ülkemizin her safhında bayi ve satış noktasını artırırken beyni, tüm dünyada TM baskılı "UŞAK SERAMİK" bayrağını dalgalandırmanın uğraşı içerisinde. Daha önemlisi tüketiciyi ilgilendirdiği için ifade etmeliyim ki tüm bu yapılar aslında kalite ve fiyat içindir. Ana girdilerdeki maliyetlerin düşmesi, üretim ve satış pazarlama kanallarındaki giderlerin disipline edilmesi, teknoloji ile endüstriyel hatasızlık oranının azaltılması, kaliteli ürünün son tüketiciye erişmesinde maliyeti artıran unsurlarının minimum düzeye çekilmeye çalışılmakta tüketicinin yararına milimetrik matematik işlemektedir. Sorunuzun yanıtı bizde artık rutine bindi sürekli gelişim ve değişim içerisinde olmak bu büyük canlı organizmanın vazgeçilmezi haline geldi.

Şirketin yönetimini üstlendiğimiz günden başlayarak bugüne kadar yaptığımız yatırım ve projelerle Uşak Seramik A.Ş. sektörde üretim ve pazar payı açısından sürekli üst sıralara yükselmiştir. Bundan sonra da bulunduğumuz konumdan daha iyi yerlere gelmek, ülke ekonomisine daha fazla katkıda bulunmak için günün gerektirdiği AR-GE, inovasyon ve insan kaynakları durmaz mesaiye devam edeceğiz.

T/Life: 2014 yılı ihracatı 2013 yılına göre ne kadar artış gösterdi. Hedeflenen değerlere ulaşılabildi mi?

H.T. : Geçmiş yıllarda olduğu gibi 2013 yılında da ihracatımız önceki dönemlere göre artarak devam etmektedir. 2005 yılından bu yana koyduğumuz ihracat hedeflerinin altında kalmadan yolumuza devam etmekteyiz. Her yıl belirlediğimiz hedeflere ulaştığımız gibi 2014 yılında da hedefimizin üzerinde bir sonuç alacağımızı söyleyebilirim.

Ihracat oranını artırmaya çok önem veren bir şirketiz. Bu yolla ülke ekonomisine daha fazla katkı yaptığımızın bilincindeyiz. Dışarıdan gelen paranın %90'ı ülkemizde kalmaktadır. Gelecek yıllarda seramik sektörünün genelinde ihracat oranlarının artmasını, Uşak Seramik olarak bizim de bundan daha fazla pay alabileceğimizi umuyoruz. 2014 yılında ihracat oranımızı %50 seviyesine çıkarmayı hedefliyoruz.

T/Life: Seramik sektöründe yaşanan sıkıntılar neler? Özellikle nakliye giderleri ile doğalgaz ve elektrik maliyetleri konusunda şikâyetler söz konusu, bunlara katılıyor musunuz? Çözüm önerileriniz neler?

H.T. : Sektördeki başlıca sıkıntılar: maliyetlerin yüksek olması, kalifiye nitelikli insan kaynağının yetersizliği, arz talep dengesinin bozuk olması nedeniyle maliyetler artarken satış fiyatlarının düşük kalmasıdır.

Maliyetler içinde enerji giderleri (elektrik ve doğalgaz) en büyük paya sahiptir. Bir anda yüksek oranda değişen elektrik ve doğalgaz fiyatlarını satış fiyatlarına yansıtmamız çok zordur. Çok düşük kar marjları ile çalışan üreticiler enerji maliyetlerindeki artışlar karşısında sıkıntı çekmektedirler.

Biz enerji giderlerini mümkün olan en az değerlere çekebilmek için teknoloji yenileme, AR-GE projeleri yürütme, kapasite kullanım oranımızı artırma yönünde çalışmalar yapıyoruz. Elektrik ve doğalgaz fiyatlarındaki vergi paylarının azaltılarak ve üreticiye bu girdilerde destek sağlanması yoluyla sektörün bir nebze de olsa rahatlayabileceğini düşünüyorum.

T/Life: Firmanızın toplam istihdamı ve gelecekteki istihdam hedefi nedir? yeni yatırımlarınız var ise bunların istihdama katkısı ne olacak?

H.T. : Firmamız bugün itibariyle çalışan sayımız 650 kişiye ulaşmaktadır. Nakliye, güvenlik, yemek hizmetlerinde fabrikamızda faaliyette bulunan firmalar da dâhil edilecek olursa bu sayı binlere yaklaşmaktadır.

Şu anda üretim amaçlı yatırımlarımız tamamlanmış durumda olduğundan fazla bir istihdam artışı öngörmüyoruz. Ancak ihracat ve yurtiçi pazar payımızın artışına paralel olarak %5 oranında ilave istihdam olabileceğini düşünüyorum.

T/Life: Seramik Dünyasında genel durum nedir, ne gibi gelişmeler var?

H.T. : Dünyanın seramikteki markası da üretim merkezi de İtalya ve İspanya olarak bilinir. Her iki ülke toplam dünya tüketiminin %50'sini karşılamaktaydılar. Avrupa'daki kriz ve diğer oyuncuların, Brezilya, İran, Çin, Hindistan ve özellikle Türkiye yeni ve güçlü oyuncular olarak sektöre girdi. Öte yandan yeni merkezler filizleniyor. Bugün Ortadoğu'da çok ciddi üretim var. 15 sene önce Ortadoğu'da bir tane fabrika yoktu. Şimdi 150-200 milyon metrekare bir üretim var. Sürekli de yeni yatırım yapılıyor. Türkiye'nin de kapasitesi 15 yıl önce düşüktü ama şimdi arz fazlası var. Aralarındaki farkı belirleyen ise kalite, hizmet ve servis olacak.

Seramik ihracatı önümüzdeki 5-10 yıllık dönemde Avrupa'da böyle bir ürün yapmak artık çok maliyetli ve pazar da yetersiz. Geçen yıl ilk defa Uzakdoğu, Batı'dan fazla tüketti. Tüketim neredeyse, üretim de orada olacak. Yani artık seramik üretimi lokalleşiyor. Global bir firma olmalı, seramik ihtiyacı neredeyse yerinde bölgesel üretim yapmak zorunlu hale gelebilir.

Navlun ve üretim maliyetlerinin yüksekliği enerji maliyeti, seramik sektöründe çok yüksek oranlı bir girdi. Bu yüzden Türkiye'de önümüzdeki 5-10 yıllık süreçte alt segmentte, C segmenti dediğimiz firmalar ciddi manada sıkıntı yaşayacak. Mallarını zor satacaklar. Çünkü şu an dünyada o segmentte bir çok üretici var. Bunun için küreselleşmeyi, Türk seramik sektörünün bu küreselleşmenin neresinde olduğunu iyi anlamak; sektörün dünyadaki değişimini iyi okumak lazım. Birkaç ülkenin tekelindeki bu üretim artık her ülkede yapılabilir hale geldi.

T/Life: Seramik sektöründe bir daralmadan bahsediyor ve bu daralmayı açmak içinde kalite ve markaya işaret ediyorsunuz peki bu seçmen geçişi zorunlu mu?

H.T. : Kesinlikle; markalaşmalı teknolojiye ve tasarıma yatırım yapmalılar. Markalaşma çok önemli. Sadece firmanın değil, ülkenin de bir markası olmalı. Türkiye seramikte söz sahibi olmak istiyorsa, bunun birkaç unsuru var: Teknoloji, hammadde, markalaşma ve tasarım. Bunların hepsini üretebiliyor olmamız lazım.

Ayrıca bunlar gerekli ama yetersiz kalır. Uluslararası markalaşma mantalite ve bilincimizin oldukça gelişmesi lazım. Biz bunları çözemezsek 2016 Seramik Sektörü Eylem Planı, seramik sektörü için gerçekleşmez. Bir sektörde eğer teknoloji üretemiyorsanız, tasarım yapmıyorsanız, hammaddesini üretemiyorsanız çok fazla bir yere gidemezsiniz.

T/Life: Sizin bu bahsettiğiniz sektörel daralmaya açılımınız nelerdir?

H.T. : Türk seramik sektörünü değerlendirirken topyekün kalkınmanın önemine de işaret etmiş olduk. Ancak, Uşak Seramik özelinde tanımladığımız pazara uyum ve konumlamayla ilgili yaptığımız çalışmalara gelince, en önemlisi bir değişim ve gelişim hareketi başlattık. Tabir-i caizse havadan karadan ve bölgesel basınçlarla yeni baştan reorganize oluyoruz. Bir yanda vizyon projemiz TURKUALITY var. Bunun için çok çalışıyor, hazırlıklar yapıyoruz. Şirketin tüm dinamikleri bu yönde sürekli iyileştirme ve güncellemeler yapıyor. Buna bağlı olarak planlanan 5 yıllık projeksiyonlarla şirketi 5 yıl sonrasına göre konumlayarak yönetiyoruz. Sahada usta seminerleri ve birebir görüşmelerle mevcut potansiyelimizi yukarı çekmeye çalışıyoruz. Öte yandan Sadakat Kart çalışmalarının alt yapı hazırlıkları tamamlandı yılsonuna doğru devreye girmiş olur. Bayii showroomlarının yenilenmesi ve görsel çalışmaların aralıksız sürüyor olması rutin çalışmalarken dijitalle çok ciddi hazırlık yapıyor, büyük yatırımlar planlıyoruz. Ürün gamındaki değişiklikler ve piyasadaki ürün karşılaştırmalarına göre; model-miktar-maliyet ve tüketici beğenisi gibi kriterlerde segmentinin en iyisi Uşak Seramik'tir.

T/Life: Bu ve benzeri çalışmaların yabancı müşterilere yansımaları nasıl olur?

H.T. : Bundan 10 yıl önce Türkiye'den seramik almayı düşünmeyen insanlar, bugün gelip bizim kapımızı çalıyor. Çünkü istediği ürünleri artık İtalya ve İspanya'dan alamıyor. Oradan alacağından daha uygun fiyata yapılmış ürünleri Uşak Seramik'ten - Granitta'dan alabiliyorlar. Son on yılda geldiğimiz yere, yaptığımız işlere bakınca, Uşak Seramik'in artık global bir marka olduğunu görüyoruz. Uşak Seramik'le globalleşmeyi, markalaşmayı, üst düzey ürün sorununu, kaliteli ürün ve servis sorununu aştık. Yeni heyecan ve hazırlıklarımızla üretici firmalar olarak yapılması gereken ne varsa, biz zaten bunları yaptık. Sektör olarak ise devletin desteğine ihtiyacımız var. Devletin enerji fiyatlarıyla bizi desteklemesi lazım. Dış dünyada rekabetimizi kıran en etken konu enerjiye dayalı maliyetler. "Made in Turkey " ibaresi bir yere gelecekte bu tek bir marka ve firma üzerinden gerçekleşmesi zordur, mantıksızdır. Oysa bu milli birlik ve gaye gerektiren konulardır. O halde hep birlikte aynı yöne ve hedefe yönelmemiz gerekmez mi... Sektörel anlamda yapılan planlanan her türlü kalkınma ve değişime yönelik hareketlerin destekçisi ve arkasındayız. Genel toplamda bu ülke kalkınacak bizler kalkınacağız.

T/Life: Türkiye dünya seramik ihracatının neresinde ?

H.T. : Toprak ve ateşin bu coğrafyadaki geçmişi 8 bin yıla dayanır. Anadolu binlerce yıl, bugün bile hayranlıkla seyrettiğimiz eşsiz seramiklerle süslendi. Peki Türk seramik sektörünü bu derin birikimin devamı olarak görebilir miyiz ? Ne yazık ki dünya seramik sektörü rakamları, Türkiye'nin daha gidecek yolu olduğunu gösteriyor. Küresel bir oyuncu olmak hedefiyle oluşturulan planlardan şaşmadan diğer etkin markalarla birlikte Türk seramik sektörü için bir umut olmalı.

- Dünya, 11 milyar metrekarenin biraz üzerinde seramik üretiyor.
- Yarıya yakın Çin'de olmak üzere seramiğin yaklaşık yüzde 60 'ı Uzakdoğu 'da üretiliyor. Diğer üretimler Avrupa, Ortadoğu, Güney Amerika gibi bölgelere yayılmış durumda.



“Uluslararası markalaşma mantalite ve bilincimizin oldukça gelişmesi lazım.”



- Dünya üretiminin yaklaşık yüzde 79'u üretildiği ülkede satılıyor, sadece yüzde 21'i dış pazarlara satılıyor.

Türkiye büyük resmin çok küçük bir parçası

- 350 milyon metrekarenin biraz üzerinde kurulu kapasiteye sahip Türkiye, 280 milyon metrekarelik üretimiyle dünyada dokuzuncu sırada.

- Türkiye seramik tüketiminde 11'inci sırada. 180 milyon metrekarelik iç tüketim pazarı var. Seramiğin iyi kullanıldığı ülkelerde kişi başına düşen tüketim 4-5 metrekarelere varırken, Türkiye'de 2 metrekare civarında.

- Türkiye yaklaşık 90 milyon metrekarelik satışıyla ihracatta dünya beşincisi. Ancak bu, dünya seramik ihracatının yüzde 3,9'una tekabül ediyor.

- Türkiye, dünyada üretilen seramiğin yüzde 2,5 'ini üretiyor, yüzde 1,7'sini tüketiyor.

Türkiye henüz tüketici

- Türkiye seramik üretiminin yüzde 65'ini iç pazarda kullanıyor, yüzde 34'ünü ihrac ediyor. Yani Türkiye hala seramik sektörünün gelişim gösterdiği , iç pazarın yoğun olarak seramik tükettiği bir ülke. İhracat her zaman ikinci planda çünkü canlı bir iç Pazar, kalkınan bir ekonomi var diğer bir deyişle Türkiye seramikte ihracatçı değil, tüketici bir ülke.

- Türkiye'nin geçen seneki seramik ihracatı yaklaşık 600 milyon dolar. Fiyat ortalaması ise metrekare olarak 6 dolar.



“
Türkiye seramik
tüketiminde 11'inci
sırada. 180 milyon
metrekarelik iç
tüketim pazarı var.”

- Türkiye, dünyada üretilen seramiğin yüzde 2,5 'ini üretiyor, yüzde 1,7'sini tüketiyor.

Türkiye henüz tüketici

- Türkiye seramik üretiminin yüzde 65'ini iç pazarda kullanıyor, yüzde 34'ünü ihraç ediyor. Yani Türkiye hala seramik sektörünün gelişim gösterdiği , iç pazarın yoğun olarak seramik tükettiği bir ülke. İhracat her zaman ikinci planda çünkü canlı bir iç Pazar, kalkınan bir ekonomi var diğer bir deyişle Türkiye seramikte ihracatçı değil, tüketici bir ülke.

- Türkiye'nin geçen seneki seramik ihracatı yaklaşık 600 milyon dolar. Fiyat ortalaması ise metrekare olarak 6 dolar.

T/Life: İtalya ve İspanya'nın tahtı nasıl sarsıldı ?

H.T. : Global krizin etkisiyle ve kalkınan, gelişen ekonomilerin sektöre yaptığı yatırımlarla dünyada seramik sektörünün yapısı son 10 yılda, özellikle de son beş yılda değişti. Dünya ekonomisinin küreselleşmesi çerçevesinde önceden seramik üreten birkaç ülke varken, bugün artık seramiği iyi üretebilen en az 10-15 ülke var. Dolayısıyla rekabetin çok fazla olması, üretimin çok fazla ülkede yapılması sonucu İtalya ve İspanya sektörün dışına itilmeye başladı. İspanya'nın beş yıl önce 600 milyon metrekare olan kapasitesi, bugün 370 milyon metrekareye indi. İç pazar yerine ihracata yüklendiler ama İspanyol seramikleri artık eskisi gibi kabul görmüyor. İspanya iç pazarını kaybettiği için birçok formanın finansman yapısı bozuldu, seramik üretilmemeye başladı. Aynı durum İtalya için de geçerli. İtalya ve İspanya , kalkınan ekonomilerin sektöre yatırım yapması sonucunda fiyat olarak da rekabet edemez konuma geldi. Rekabet dolayısıyla birçok ülkenin fiyatlarını aşağıda tutması ve dünya fiyatlarını aşağı çekmesi sebebiyle, İtalya ve İspanya'nın karlılığı azaldı.

T/Life: 36 ülkede ve 169 bayi ile iç pazarda varsınız Uşak Seramik nereye koşuyor?

H.T. : Uşak Seramik, 2020'lerde kendisini görmek istediği yerin planlarını şimdiden tespit etti ve markalaşma, satış ağı kurma, katma değer sağlayan üst segment ürünlere girme , tasarıma önem verme alanındaki çalışmalarını başlattı. Uşak Seramik, bugün, seramik sektöründe Türkiye'ye katma değer katan firmalar arasındadır.

- İhracatta Çin'i İspanya, İtalya ve İran izliyor. Ancak burada başarı kriteri, ülkelerin ürünlerini nerelere ihraç edebildiği, hangi segmentte üretebildiği.. Seramik sektöründe Türkiye'nin yeri ortalarında.

-Çin, ne üretim büyüklüğü ne de olumsuz anlamda sağladığı katma değer açısından Türk seramik sektörünün rakibi değil. Benimsediği kriterler açısından Türkiye'nin rakibi İtalya ve İspanya.

- Büyük miktarlarda üretmek bir ülkeyi daha rekabetçi kılabilir ancak bu durum "çok üreten iyidir" anlamına

gelmiyor. Çin, 5 milyar metrekareyi aşkın seramik üretilip, bunun 4 milyar metrekaresini iç pazarında kullanıyor, 1 milyar metrekaresini de dünya piyasasına satıyor. Bu rakamlar baş döndürücü olsa da, tek başına bir anlamı yok. İtalya ve İspanya Çin'e kıyasla çok daha fazla katma değerle iş yapıyor.

- 5 milyar metrekarenin üzerinde üretim yapan Çin'in ürünleri kalitesi açısından dünyada itibar görmüyor ancak yılda 350 milyon metrekare üreten İtalya'nın seramikleri dünyada "bir numara" olarak biliniyor. Arkasında üretim gücü, tasarım gücü, teknoloji gücü, ülke bilinirliği olması İtalya'yı seramik sektöründe en ön sıraya koyuyor. Çin 'in fiyatı ortalama birkaç dolarken, İtalya'nın 15 dolar. Katma değerli satışları sayesinde de İtalyan seramikleri hem kullananlar hem de bunun ticaretini yapanlar açısından dünyada en üst seviyede olarak biliniyor. Arkasından da İspanya geliyor.

- Katma değer, ülke imajı ve karlılığı etkileyen faktörler arasında hammadde ve enerji maliyeti önemli. Bu kriterler dikkate alındığında Türk seramik sektörü, dünyada orta segmentte bulunan bir pozisyonda. Türkiye halen İtalya'nın biraz uzağında olsa da sektörde İspanya'nın yerini alabilecek durumda.

- Dünya ekonomisi son 10 yılda iki buçuk kat büyüdü. Büyüme ilk olarak inşaata yansdı. İnşaat sektöründe kullanılan en önemli ürün seramik, seramik kaplaması, toprak ürünleri. Bu ürünleri bir yerden bir yere taşımak çok maliyetli. Dolayısıyla bütün kalkınan ekonomiler seramiğe yatırım yaptı. Yani dünyada hemen hemen her yerde C segmentinde (alt segment) üretim var. Yeni yıldızlar parlayacak. 1930'lardan sonra gelen ilk 20 yıllık süreçte seramik üretim merkezlerinin değiştiği görünüyor. Merkez 1930-40'larda, Japonya 'da 1950-60'larda Almanya'dayken girdikleri kalkınma hamlesi sonucu 1970'lerden sonra İspanya, İtalya devreye girmiş. Ancak dünya seramik sektörü şu an gideceği yönü arıyor. Türkiye geleceğin yıldızı olabilir. ■

AŞIKLAR ŞEHİRİ UŞŞAK

Herşeyiyle bambaşka bir şehir...



Uşak isminin aslı "Uşşak", aşıklar diyarı demektir. Bu ismin kaynağına ait rivayetler, muhtelif. Şehrin güneyindeki Mende köyü, o zamanlar Menos adında büyük bir yerleşim yeridir. Oğuz Türkmenleri, Menos'u alır ve adını da "Mende" olarak değiştirirler. Kendilerine uygun hale getirirler. O zamanlar, şimdiki Uşak'ın bulunduğu yer, boş bir arazi, Mende Bey'in mandırasıdır. Mende Beyi, buraya, 7 kişilik yönetici, bakıcı gibi kişiler yerleştirir. Zamanla, anlar ki, bu 7 kişinin yedisi de, bir şeylere aşıktır. Kimisi işine, kimisi sanatına, kimisi ruh yüceliğine sahip. Sekizinci aşık da, bizzat Bey, o da bu 7 kişinin aşıklıklarına aşık. İçinden, biricik kızını, bunların en küçüğüne vermeyi geçirir. Kızının da bu kişiye, aşık olduğunu öğrenir.

Baba ve kızın katılımıyla, aşıkların sayısı 9 olur. Mandırada düğün yapılır. Mende'den göç ederek buraya yerleşir. 9 aşığın birleştiği bu yer de, yakışan ismi alır: "Uşşak". Uşak'ın köyü Akse'de: 9 yatırlı bir kabristan bulunmaktadır. Bu 9 yatırın, Uşak'ın kurucusu olan 9 aşık'a ait olduğu söylenir.

Eski tapu kayıtlarına göre: kabristanın bulunduğu yörenin de "Aşıklar Mezarlığı" olarak yer aldığı belirtilmektedir.



Şehir, Ege bölgesinde, Batı ve Orta Anadolu'yu birbirine bağlayan, İç Ege bölgesinde bulunmaktadır. Dağlar il topraklarının, % 37'sini kaplamaktadır. Dağlarda, çok sık ormanlara rastlanır. Çok çeşitli ağaç türlerinin olduğu bu ormanlarda, yaygın ağaç türleri; meşe, karaçam, kızılçam, dişbudak, ahlat, karaağaç, çınar ve arıçtır. İklim olarak, Ege ve İç Anadolu ikliminin geçit yeridir. Genellikle Ege bölgesinin yumuşak ve İç Anadolu bölgesinin sert hava şartları, bir arada görülür. Yazları daha az sıcak ve kurak, kışları ise İç Anadolu'ya göre daha ılık geçer. Ege'den gelen bulutların getirdiği yağışlar, il iklimini, İç Anadolu ikliminden ayırır. Yazları sıcak ve kurak, kışları soğuk ve kar yağışlıdır. Bölge, Ege bölgesinden daha soğuk olduğundan, Ege bölgesinin tipik birki örtüsü olan

zeytin bu bölgede pek görülüyor. Şehirde, nüfus açısından dikkati çeken bir durum; özellikle yaz aylarında, Avrupa'nın çeşitli ülkelerinin plakalarını taşıyan çok sayıda araç görülmesidir. Bunun sebebi: 1960'lı yıllarda başlayan ve günümüzde de devam eden, büyük bir yurtdışı göçü bulunmasıdır. İlin ekonomisi, tarihi gelişim sürecinde, halı, kilim

Uşak'ta açılan Türkiye'nin ilk şeker fabrikası, Cumhuriyet Türkiye'sinin ilk özel yatırımdır.

ve buna benzer el sanatlarıyla oluşmuştur. Cumhuriyetin ilk yıllarında ise Uşak Şeker Fabrikasının kurulması ile, şehirde sanayileşme başlamıştır. Dokuma, tabakçılık, trikotaj ve toprak sanayisiyle, irili-ufaklı imalathaneler ve fabrikalar artmaya başlamıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında, Uşak, Türkiye'nin sanayileşme hamlesine önderlik eden il olmuştur. Türkiye'nin ilk şeker fabrikalarından birisi, 1926 yılında Uşak'ta açılmıştır. Bu fabrika, Cumhuriyet Türkiye'sinin ilk özel yatırımdır. Şehir, kamu yatırımı almadan büyüyen bir ildir. Bu durum, halkın ticarete olan ilgisine bağlanabilir. Cumhuriyetin ilerleyen yıllarında: tekstil, deri ve seramik olarak devam etmiştir. Şehir ekonomik açıdan büyük hamleler yaparken, Türkiye'nin ve Avrupa'nın en zengin altın yatakları da, bölgede bulunmuştur.

UŞAK'TA NÉ YENİR?



Tarhana Çorbası

Kente gelenler, meşhur "Tarhana çorbası" nın yanı sıra, yumurta sızdırması, ciğerli bulgur, döndürme, Arap aşısı, keşkek, köpük helvası ve tahin helvasından mutlaka tatmalı. Tahin helvası, küçük imalathanelerde günlük yapıldığından, tazeliğinin yanında, sıcak sıcak yenmesiyle de damaklara yer etmiştir. Her kentte bulunandan farkı, çok taze olmasıyla ünlüdür. Bunun dışında, bu bölgeye has diğer lezzetler şunlardır: Çömlek eti (parça etlerden yapılan bir tür yemek), Tas kapama, Keşkek (dövülmüş buğdaydan yapılan bir yemektir), Alacatene, Katmer, Bükme, Peksimet, Haşhaş sürtmesi, Un helvası ve Aşure.

Ciğerli Bulgur



Tahin Helvası



Yumurta Sızdırması



Uşak denilince akla ilk gelen yemek tarhanadır. Siz de evinizde bu leziz çorbaı yapabilirsiniz.

Malzemeler (6 Kişilik)

- 2 küçük çay bardağı kuru ev tarhanası
- 3 diş sarımsak rendesi
- 1 tatlı kaşığı domates salçası
- 1 tatlı kaşığı biber salçası
- 8 su bardağı soğuk su
- 2 yemek kaşığı dolusu tereyağ
- Tuz, kırmızı toz biber

Tereyağını tencereye koyun. Eridikten sonra, içine sarımsak ve salçayı ekleyin, biraz kavurun. 8 su bardağı soğuk suyu ve tarhanayı ekleyerek, sürekli karıştırarak pişirin. Fokurdamaya başladıktan sonra, 10 dakika daha kısık ateşte pişirip, altını kapatın.

Not: Tarhana çorbasının kıvamı, süzme mercimek çorbası kıvamında olmalı. Evde yapılan tarhanaların içindeki un oranı standart değil. Dolayısıyla, eklenmesi gereken su miktarı değişebilir.

Tarhanayı doğrudan suya atıp karıştırdığınız zaman topaklanma olmuyor. Tabi bunda tarhananın kıvamı da önemli bir etken. İsterseniz tarhanayı çorbaya eklemeyen önce, ılık suda iyice eritip öyle ekleyin. Böylece topaklanma sorununun da önüne geçilmiş olunur.

Afiyet olsun.



»»» Uşak Halıları

Türkmenler, dışarıdan gelip, Uşak ve civarına yerleşince, halı-kilim dokumacılığını da yanlarında getirmişler. Uşak halıları, zamanla dünya çapında şöhret kazanmış. Avrupa ve Amerika'da pazar bulmuş, bu ülkelerdeki saray ve müzelerin vazgeçilmezi olmuştur. 14. yüzyılda, Uşak'a Avrupalı tüccarlar gelmiş, yüzyıllarca bu halılar İzmir limanından ihraç edilmiş. Özellikle; 1869 yılında, Alaşehir-Afyon demiryolunun tamamlanmasıyla, İzmir ve Uşak arasında ulaşım kolaylaşmış, Uşak kilim ve halılarının dünyaya açılması sağlanmıştır. Avrupalı ressamlar tablolarında bu halıları işlemiş.



18.yüzyılda, Osmanlı nakkaşhanelerinde, Uşak halıları tasvir edilmiş. Cami ve saraylara, bu halılar serilmiş. 19.yüzyılda, bu halıların imalatı azalmış, kaliteden taviz verilmiş. Uzun süre geleneksel yöntemlerle üretilen, halı ve kilim girdileri (özellikle kökboyalı ipler) zamanla, üretimin artması sonucu, ihtiyaçları karşılamaya başlamıştır. Bunun sonucunda, fabrikasyon üretimlere geçilmiştir. İlk yün ipliği fabrikası: 1905 yılında, Uşak şehrinde, Uşaklı özel girişimciler tarafından açılır. Takiben, 1917 yılında, yeni fabrikalar açılır. Ama bu fabrikaların devlet değil, özel kişiler tarafından açılması, Uşaklı girişimcilerin konuya yaklaşımlarının ifadesidir. Uşak halısının hammaddesi: tamamen yün. Elyaf uzunluğu en az 10-15 cm. ve tek kırım, 30 mikron kalınlığının altında olmayacak, soğuk iklimde yetişen koyunun yününden olacaktır. Mutlaka kök boya kullanılacak. Desenler bitkisel ve estetik olacaktır.

Düğüm sayısı da belli bir ölçüde olacaktır. Fiyatı yüksek ve tamamen sipariş üzerine üretilen bu halı, halk arasında iyi bilinmiyor. Uşak halıları, madalyonlu ve yıldızlı olmak üzere iki tip üretilmektedir. En önemlisi olan "Madalyonlu" halıların boyu, 10 metreye kadar ulaşmaktadır.

18. yüzyılın ortalarından sonra, yıldız motifli Uşak halıları dokunmaya başlanmıştır. Ancak, biraz önce söylediğim gibi: fabrikasyon üretime geçilmesi, 1930'lu yılları takip eden dönemde, Uşak halılarının kalitesinin düşmesine ve bu halılara olan ilginin azalmasına neden olmuştur. Wilhelm Von Bode ve Ernest Kühnej adlı Alman araştırmacılar: Uşak halıcılığı hakkında yaptıkları araştırmalarda: 20. yüzyılın ilk çeyreğinde, Hollanda ve İngiltere'deki yüksek sınıfa mensup ailelerin evlerinde; 18. yüzyıldan kalma Uşak halılarının, bütün odaları kapladığından söz ederler. Bugün de, Berlin Bergama Müzesinde sergilenmekte olan 15.yüzyıla ait, madalyon tipli, büyük halı, Uşak halılarının o dönemdeki değerine en büyük örnek teşkil etmektedir.

GEZİLECEK YERLER

Gittiğinizde, mutlaka görmeniz gereken yerleri sizler için sıraladık.

- 1- GEZİLECEK YERLER
- 2- KURTULUS ANITI
- 3- USAK ARKEOLOJİ MÜZESİ
- 4- ATATÜRK VE ETNOĞRAFYA MÜZESİ
- 5- MERKEZ AKSE ÇAMLIĞI
- 6- GÖĞEM KÖYÜ ÇAMLIĞI
- 7- ULU CAMİ
- 8- HACI GEDİK HANI
- 9- PASA HANI (TASHAN)
- 10- ÖRENCİK KAPLICASI
- 11- KARUN HAZİNESİ
- 12- KARUN



PAŞA HANI (TAŞHAN)



UŞAK ARKEOLOJİ MÜZESİ



ÖRENCİK KAPLICASI



ATATÜRK VE ETNOĞRAFYA MÜZESİ



Deniz Atı Broşu

Karun hazinesinin en değerli parçalarından olan "deniz atı broşu", bulunduğu yerde, sahtesiyle değiştirilir. Durum, Kültür Bakanlığına isimsiz bir ihbar mektubu ile bildirilir. Soruşturma başlatılır ve yapılan inceleme sonucunda, aralarında Uşak Arkeoloji Müzesi müdürü de dahil olmak üzere, 9 kişi gözaltına alınır. Kanatlı deniz atı broşunun: yerine sahtesi konulduktan sonra, pazarlanmak üzere, İstanbul'a götürüldüğü öğrenilir. Ancak, makus talih devam etmektedir. Broş: kendisini çalanlar tarafından, İstanbul'da pazarlanmaya çalışılırken, alıcı kılığındaki hırsızlar tarafından, satıcılarından çalınır. Yani: soyguncular, soyulur. Ama sonuçta: som altından yapılan orijinal deniz atı broşu, halen kayıp.





TANIŞLAR GRUP

1973 yılında kurulan ve bugün 7 şirket ve 9 markasıyla uluslararası ölçekte hizmet veren Tanışlar Grup, ülkemizin önde gelen grup şirketleri arasında yer almaktadır. Tanışlar Grup, şirketlerine yönelik başlattığı değişim çalışmaları altyapısını geliştirmeşi ve hedeflerini büyütümüştür. 1000'e yakın çalışanı, Türkiye'ye sağladığı katma değer ve uluslararası faaliyetleriyle rekabet gücü yüksek bir grup olarak büyümeye devam etmektedir. 41 yıllık birikimiyle büyüme hedeflerini inovasyon ve verimlilik üzerine adeta yeniden inşa eden Tanışlar Grup, yapı malzemeleri ve inşaat sektöründe faaliyet gösteren işletmelerini de aynı vizyonla yeniliyor ve sektördeki gücünü artırıyor.

www.tanislargrup.com.tr



uşak seramik

granitta

albinno
banyo&duşakabin

USER

SeramikPARK

DESIGN
Home

urganlı
kâpıcaları

TANIřLARNAKLİYAT

TANIřLARPETROL

TANIşLARMADENCİLİK

TANIřLARİNSAAT

Hit Enerji

UŞAK seramik®

2004 yılında Tanışlar Grup bünyesine katılan Uşak Seramik, 65.000 m2 kapalı üretim alanına sahip fabrikasında yıllık toplam 18 milyon m2 duvar kerosu, yer kerosu, porselen karo, dekor ve bordür üretmektedir. Uşak Seramik fabrikasında ISO 9001, CE ve TSE kalite belgeleri ile dünya standartlarına uygun ürettiğimiz seramiklerimizi, geniş bayi ağımız ve kesintisiz hizmet ilkemiz sayesinde Türkiye'nin dört bir yanındaki müşterilerimizle buluşturuyor; aynı zamanda başta ABD, Almanya, İtalya ve Kanada olmak üzere 40'tan fazla ülkeye ihraç ediyoruz.

www.usakseramik.com





granitta

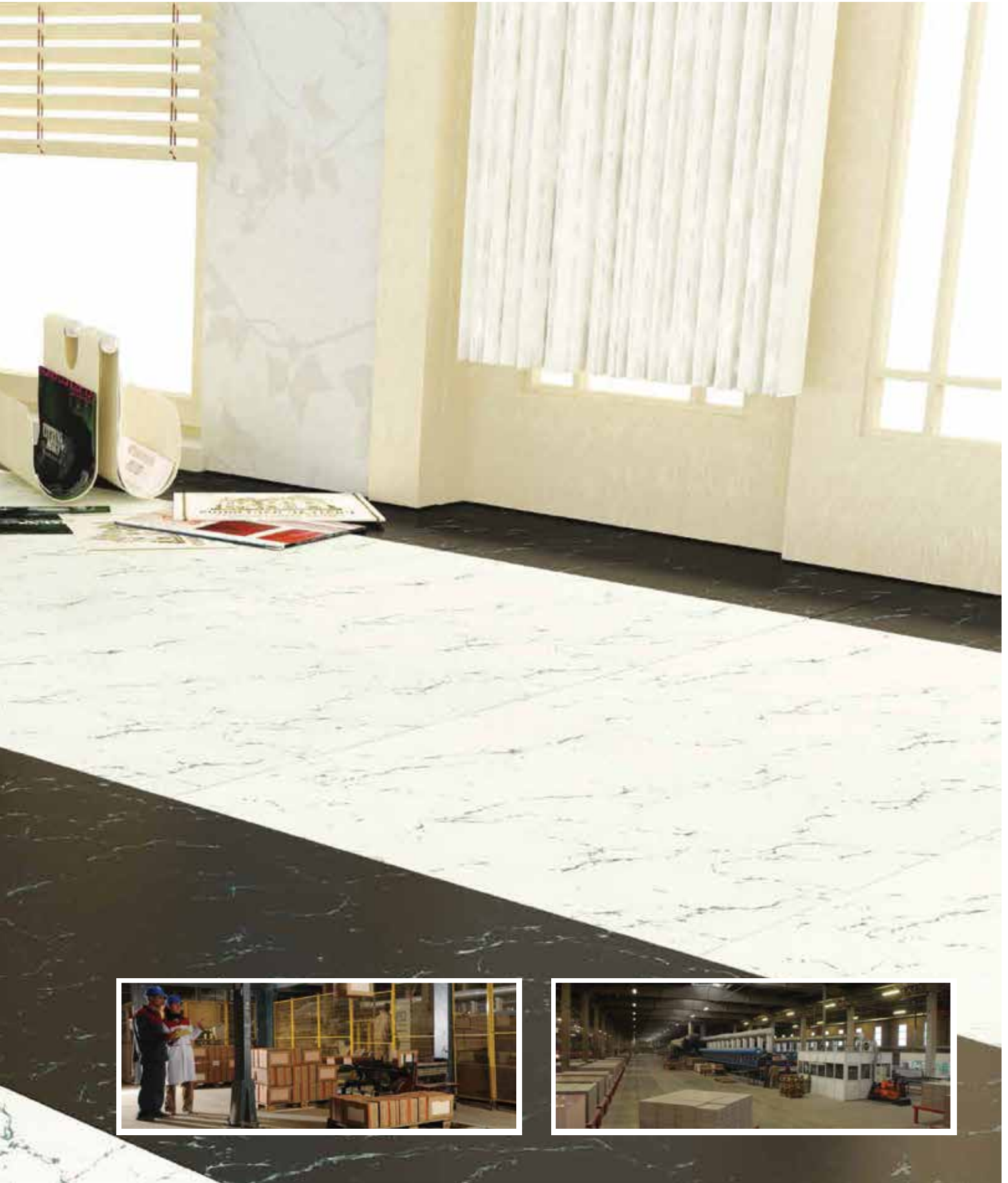
f a v o r i t t a

GranittaFavoritta fabrikalarında ISO 9001, CE ve TSE kalite belgeleri ile dünya standartlarına uygun ürettiğimiz seramiklerimizi, geniş bayi ağımız ve kesintisiz hizmet ilkemiz sayesinde Türkiye'nin dört bir yanındaki müşterilerimizle buluşturuyoruz.

GranittaFavoritta olarak sahip olduğumuz değerlerimiz, rekabetçi ve modern yapımız ile "Dünyada bir Türk markası oluşturma" hedefimize sağlam adımlarla ilerliyoruz.

www.granitta.com.tr





albinno

banyo konsept

Tanışlar Grup bünyesinde 2000 yılında kurulan Albinno mutfak, banyo mobilyaları ve kapı üretimi yapmaktadır. 2008 yılında taşındığımız İstanbul'daki yeni fabrikamızda, yaptığımız üretimin yanı sıra üstlendiğimiz özel projelerle özgün ve yenilikçi çözümler sunuyoruz.

Yüksek teknoloji kullanılan tesislerimiz ve sahip olduğumuz kalite belgeleri ile Türkiye'nin yanı sıra Avrupa ülkelerine de ihracat yapan Albinno markamız ile dünya çapında kabul gören bir Türk markası olmayı hedefliyoruz.

www.albinno.com.tr





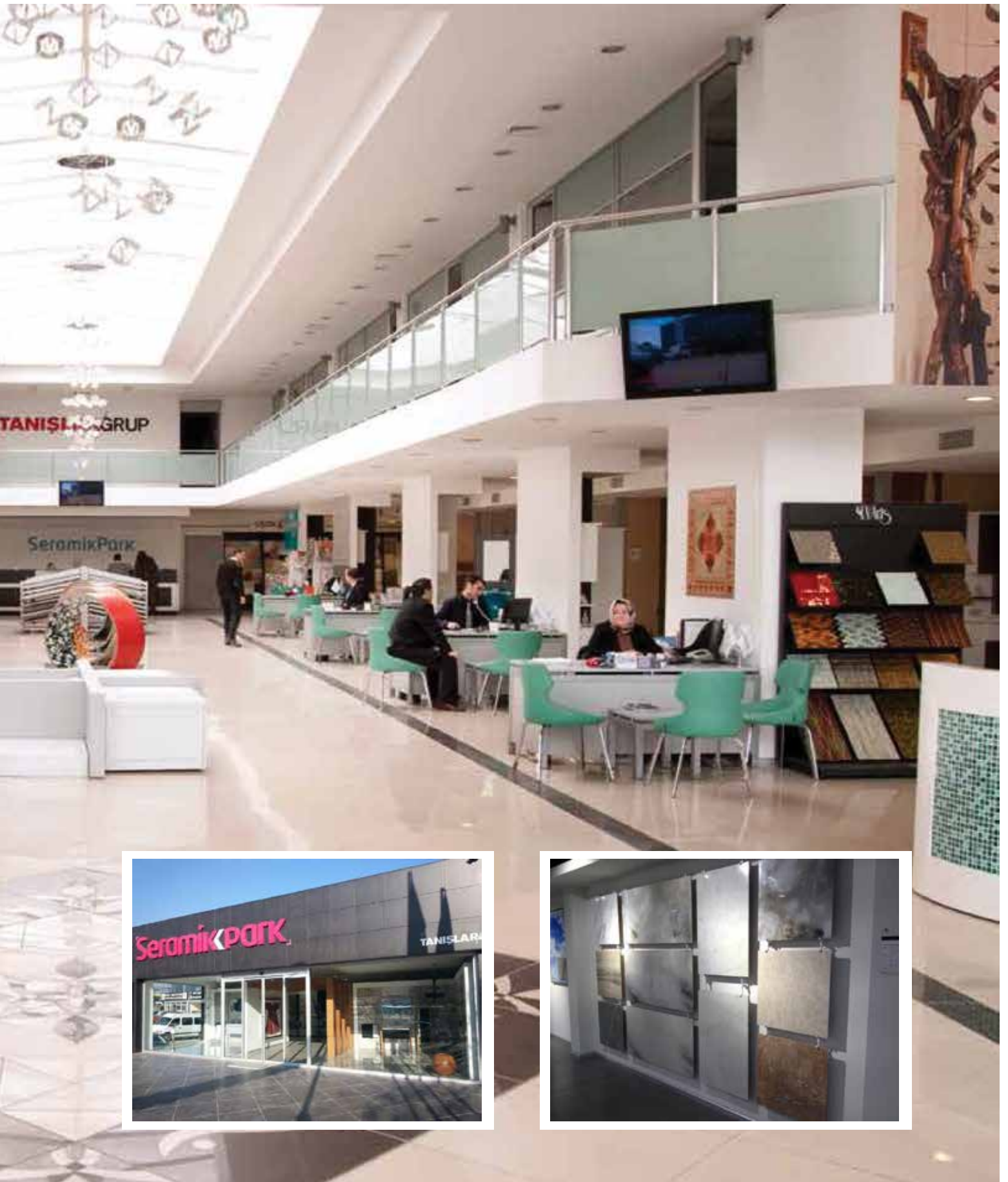
SeramikPark

1992 yılında kurulan ve 2009 Ocak ayından bu yana SeramikPark markasıyla hizmet veren yapı marketlerimizde, Tanışlar Grup bünyesinde üretilen Uşak Seramik, Granitta ve Albinno ürünleri ile ülkemizin saygın markalı yapı malzemelerinin satışı yapılmaktadır.

İstanbul Tepeüstü, Çekmeköy, Sultanbeyli, Kağıthane, Kartal, Ankara, Eskişehir ve İzmit'te bulunan toplam 8 mağazamız; deneyimli mimar kadromuz ve uzman satış ekibimiz ile her zaman en kaliteli ürünleri en uygun fiyatlara sunmaktayız.

www.seramikpark.com.tr





TANIŞLI GRUP

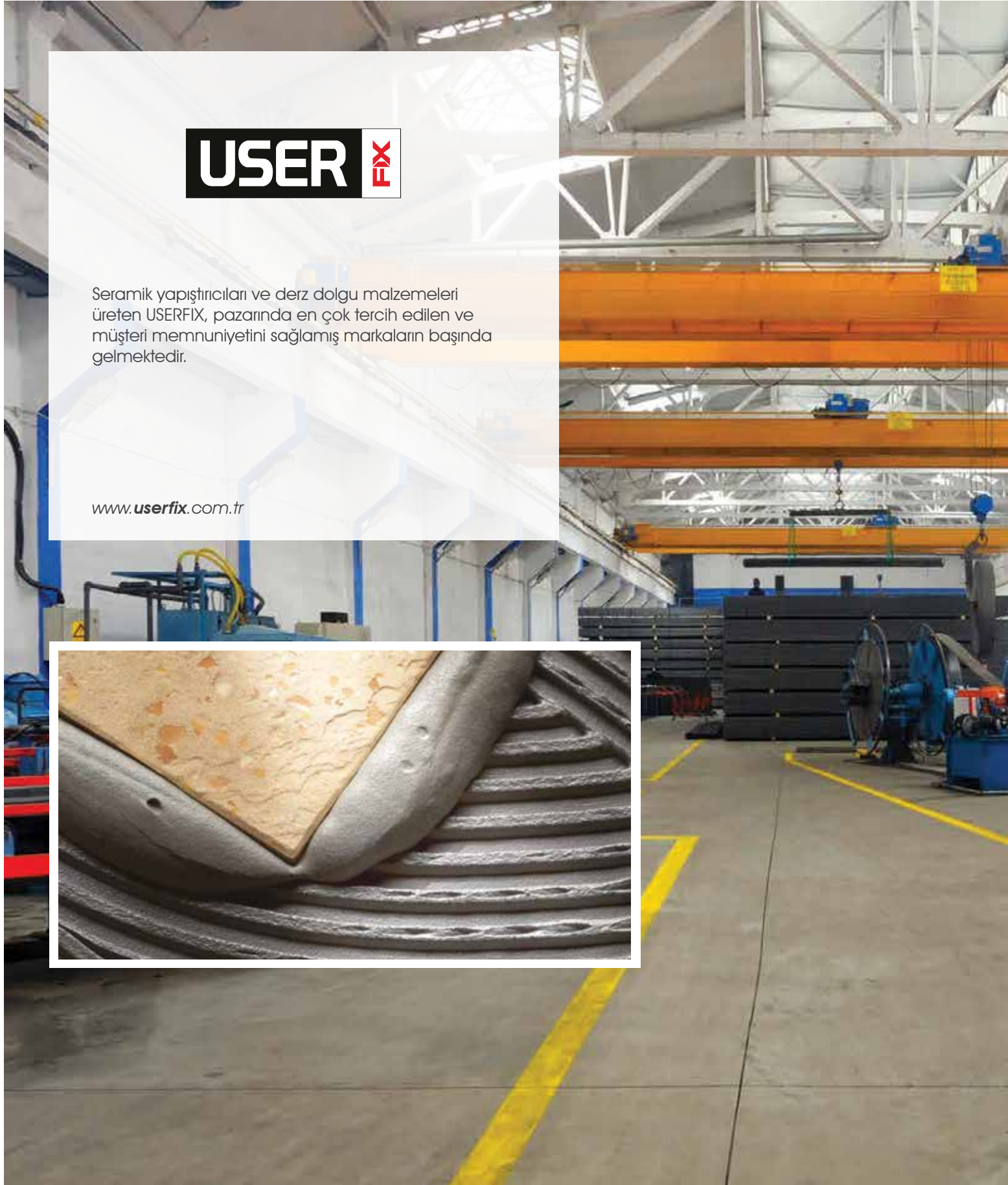
Seramik Park



USER **FIX**

Seramik yapıştırıcıları ve derz dolgu malzemeleri üreten USERFIX, pazarında en çok tercih edilen ve müşteri memnuniyetini sağlamış markaların başında gelmektedir.

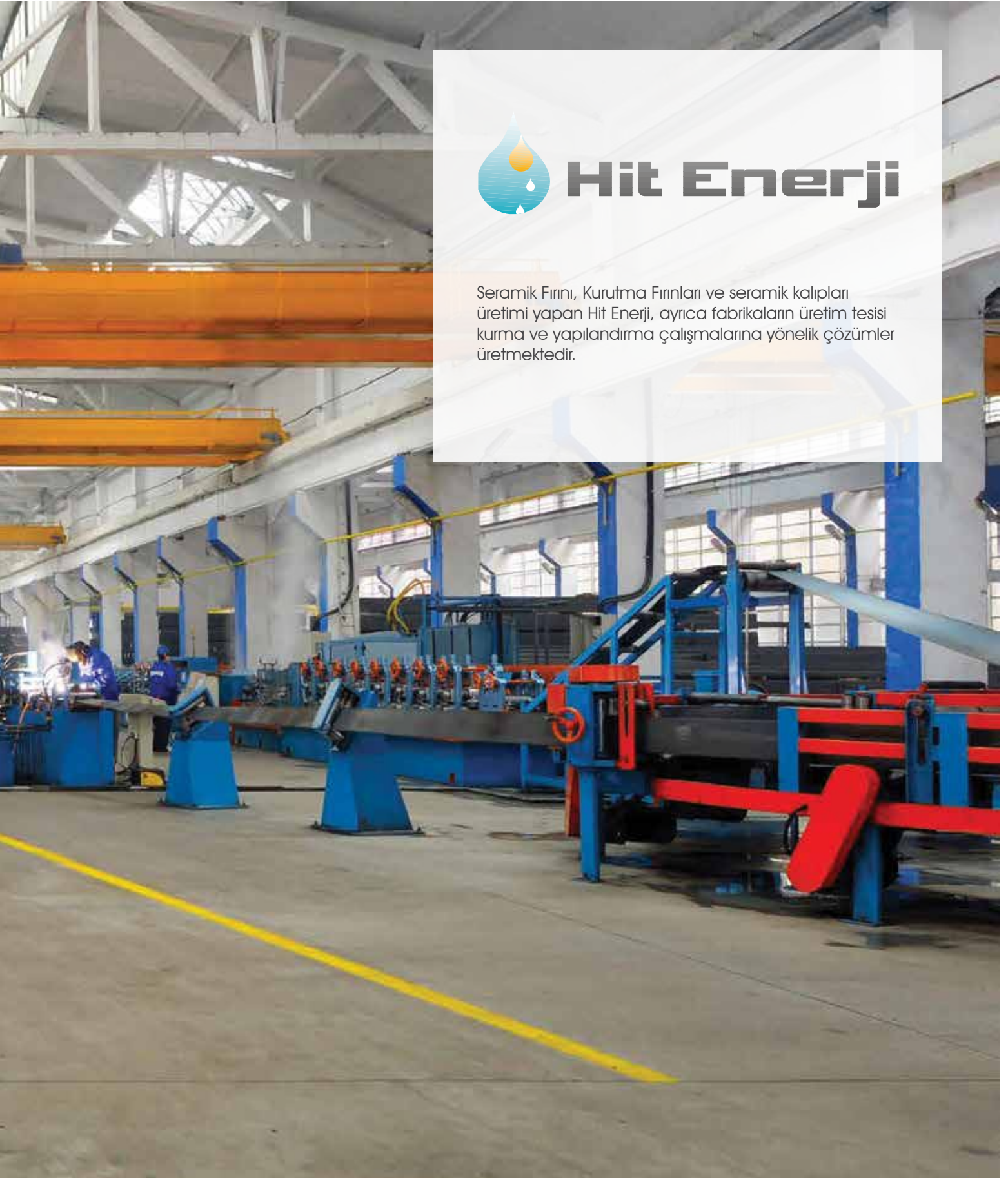
www.userfix.com.tr





Hit Enerji

Seramik Fırını, Kurutma Fırınları ve seramik kalıpları üretimi yapan Hit Enerji, ayrıca fabrikaların üretim tesisi kurma ve yapılandırma çalışmalarına yönelik çözümler üretmektedir.



urganlı kaplıcaları

3000 yıllık bir geçmişe sahip Urganlı Kaplıcaları Evliya Çelebi'nin Seyahatname'sinde "Bir latif su" olarak geçmektedir. Manisa'ya 54 km, Turgutlu'ya 17 km ve İzmir Adnan Menderes Havaalanı'na 70 km. uzaklıkta bulunan Urganlı Kaplıcaları, bünyesine kattığı 4 yıldızlı otel konforundaki odalarının yanı sıra kapalı termal bay- bayan havuzuna sahiptir. Tesis 240 yatak kapasiteine sahiptir.

www.urganlikaplıcaları.com.tr

URGANLI
KAPLICALARI
— EDA TURİZM —



USER



**USERFIX
DERZ DOLGU
BEYAZ**



**USERFIX
SERAMİK
YAPIŞTIRMA
HARCI**



**USERFIX GRANİT
FLEX YAPIŞTIRICI
BEYAZ**



**USERFIX
DERZ DOLGU
GRİ**



**USERFIX
DERZ DOLGU
SİYAH**

Seramik yapıştırıcıları ve derz dolgu malzemeleri üreten USERFIX, pazarında en çok tercih edilen ve müşteri memnuniyetini sağlamış markaların başında gelmektedir.

www.userfx.com.tr