

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

1.GİRİŞ / INTRODUCTION	1
1.1. Şehrimizden Proje Görüşleri / Project Insights From Our City	2
Aziz Yıldırım / Trabzon Valisi / Governor of Trabzon	3
Ahmet Metin Genç / Trabzon Büyükşehir Belediye Başkanı / Metropolitan Mayor Of Trabzon	4
Servet Kaba / İŞKUR İl Müdürü / Provincial Director of İŞKUR	5
Erkut Çelebi Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı / Trabzon Chamber of Commerce and Industry Chairman of Executive Committee	6
1.2 ÖNSÖZLER / PREFACES	7
Nevzat Özer / Meclis Başkanı / President of the Assembly	8
Eyyüp Ergen / Yönetim Kurulu Başkanı / Chairman of Executive Committee	9
Hamdullah Çuvalcı / KTÜ Rektörü / Rector of Karadeniz Technical University	10
Nazlı Genç / Proje Koordinatörü - Genel Sekreter / Project Coordinator - Secretary General	11
Ceren Aydın / Eğitim ve İş Arama Koordinatörü / Training and Job Seeking Coordinator	12
Gökçenur Ulu / Proje Koordinatör Asistanı / Assistant Project Coordinator	12
Oktay Yıldız / Proje Danışmanı / Project Consultant	13
2. GENEL BİLGİLER / GENERAL INFORMATION	14
2.1 NEET Kavramı / NEET Word	15
2.2 Ne Eğitimde Ne İstihdamda Olan Gençlere Yönelik İşgücü Piyasası Destek Programı Operasyonu (NEETPRO) / Labor Market Support Program Operation for Young People Who are Neither in Education nor Employment	16
2.3 Güncel Veriler / Current Data	17
2.4 Neden “NEET’ler Pazara Erişiyor” Projesi / Why “NEETs are Accessin to Market” Project	17
2.5 Proje Bilgileri / Project Information	18
2.5.1 Projenin Amacı / Project Aim	
2.5.2 Projenin Hedefleri / Project Goals	
2.5.3 Projenin Hedef Kitlesi / Target Group of Project	
2.5.4 Proje Süresi / Project Duration	
2.5.5 Proje Bütçesi / Project Budget	
3. NEET’LER PAZARA ERİŞİYOR FAALİYETLERİ / ACTIVITIES FOR NEETS ARE ACCESSING TO MARKET	19
3.1 Başvuru ve Mülakat Süreçleri / Application and Interview Processes	20
3.2 Eğitimlerin Uygulanması / Implementation of Trainings	21
3.3 Eğitimler / Trainings	22
3.3.1 Genel Uluslararası Ticaret / General International Trade	23
3.3.2 Teknik İngilizce / Technical English	26
3.3.5 Hijyen / Hygiene	30
3.3.4 GDO’lar / GMOs	36
3.3.3 Kirlenici Maddeler / Contaminants	39
3.3.6 Etiketleme / Labeling	42
3.3.7 Organik Üretim / Organic Production	45
3.3.8 Paketleme Kuralları / Packaging Rules	48
3.3.9 Pazarlama Standartları / Marketing Standarts	50
3.3.10 Pazarlama Araştırması / Marketing Research	54
3.3.11 Genel Beceri / Generic Skills	60
3.3.12 Özgüven / Self-Confidence	68
3.3.13 Motivasyon / Motivation	71
3.4 Seminerler / Seminars (sayfada yoktu...)	
3.4.1 İhracatta Sorunsuz İletişim ve Yenilikçi Yaklaşımlar / Smooth Communication and Innovative Approaches in Export	74
3.4.2 İhracatta Sorunların Çözümüne Yönelik Farkındalık Yaratma /Raising Awareness for Solving Problems in Export	78
3.4.3 İnsana Yakışır İşler ve Yönetim Alanında Başarı Hikayeleri / Success Stories in Decent Work and Management	83
3.5 Genel Değerlendirme Sınavı / The General Evaluation Exam	87
3.6 Kariyer Fuarları / Career Fairs	88
3.6.1 DOKKAF Kariyer Fuarı /DOKKAF Career Fair	89
3.7 Sertifika Töreni / Certificate Ceremony	90
3.8 Üye Firmalara Teknik Geziler / Technical Visits to Member Companies	94
3.9 Bireysel Eylem Planı (BEP) Süreci / Individual Action Plan (IAP) Process	95
3.10 Radyo Programları / Radio Program	96
4- SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER / RESULT AND EVALUATIONS	97
4.1 Proje Sonuçları / Project Results	98
4.2 Başarı Değerlendirmesi / Success Evaluation	98
4.2.1 Projenin Başarısı / Success of the Project	
4.3 Kursiyer Görüşleri /Trainee Views	99
KAYNAKÇA / SOURCE	100

1

1.1 ŞEHRİMİZDEN PROJE GÖRÜŞLERİ /PROJECT INSIGHTS FROM OUR CITY



Aziz YILDIRIM

NEET'lerin (ne eğitimde ne istihdamda olan gençlerin) iş gücüne katılımını artırmayı amaçlayan bu proje kapsamında elde edilen başarılar, hem bölgesel kalkınmaya hem de sosyal refahın yükseltilmesine büyük katkılar sağlamaktadır. Özellikle 15-29 yaş arası gençlerimizin, mesleki ve sosyal beceriler kazanarak iş gücüne katılımı, bölgedeki ekonomik dinamizmin artması için son derece önemlidir. Projenin hedef kitlesi olan NEET grubunun %50'sinden fazlasını kadınların oluşturması, kadın istihdamının teşvik edilmesi açısından da oldukça değerli bir adım olmuştur.

Proje kapsamında gerçekleştirilen 1608 saatlik eğitim programları ve bu eğitimlerden elde edilen somut çıktılar, gençlerimizin yetkinliklerini artırarak onları iş dünyasına kazandırdığına tanıklık ediyoruz. Kursiyerlerin %95'inin sertifika almaya hak kazanması ve bu kişilerin %42'sinin istihdam edilmesi, projenin ne kadar etkin ve başarılı olduğunu açıkça göstermektedir. Ayrıca, projede İŞKUR ile işbirliği içinde hazırlanan Bireysel Eylem Planları, gençlerin iş piyasasında daha sağlam adımlarla ilerlemelerine destek olmaktadır. KOBİ'lerin pazara erişim becerilerini geliştirme hedefi de projede başarıyla hayata geçirilmiş, uluslararası pazarda rekabet edebilirlikleri artırılmıştır.

Bu bağlamda, Trabzon Ticaret Borsası üyelerinin memnuniyet oranının %84,67 olarak ölçülmesi, projenin piyasa açısından da ne denli önemli ve faydalı olduğunu gözler önüne sermektedir. Bu tür projelerin, gençlerimize ve bölge ekonomisine uzun vadede büyük katkılar sunacağına olan inancımı yineliyor, projeye katkıda bulunan tüm paydaşlara teşekkürlerimi sunuyorum. Bu tür çalışmaların artarak devam etmesi, iş gücüne katılımı artırarak kalkınmaya ivme kazandıracaktır.

Aziz YILDIRIM
Trabzon Valisi

The achievements of this project, which aims to increase the labor force participation of NEETs (young people who are neither in education nor in employment), contribute greatly to both regional development and social welfare. Especially the participation of young people between the ages of 15-29 in the labor force by gaining professional and social skills is extremely important for increasing economic dynamism in the region. The fact that more than 50% of the NEET group, which is the target group of the project, consists of women, has been a very valuable step in terms of promoting women's employment.

We are witnessing that the 1608 hours of training programs and the concrete outputs obtained from these trainings have increased the competencies of our young people and brought them into the business world. The fact that 95% of the trainees were awarded certificates and 42% of these people were employed clearly shows how effective and successful the project has been. In addition, the Individual Action Plans prepared in the project in cooperation with İŞKUR support young people to take more solid steps in the labor market. The objective of improving the market access skills of SMEs has also been successfully realized in the project, increasing their competitiveness in the international market.

In this context, the 84.67% satisfaction rate of Trabzon Commodity Exchange members shows how important and beneficial the project is for the market. I reiterate my belief that such projects will make great contributions to our youth and the regional economy in the long term, and I would like to thank all stakeholders who contributed to the project. The continuation of such efforts will accelerate development by increasing labor force participation.

Aziz YILDIRIM
Governor of Trabzon



Ahmet Metin GENÇ

Neets Are Accessing to Market projesiyle birlikte Trabzon'da sosyal dönüşüm ve istihdamda yeni bir adım atılacak. Trabzon'un ekonomik ve sosyal yapısına doğrudan katkı sağlayan önemli bir inisiyatif olmuştur. Bu proje, özellikle gençlerimizin iş gücüne katılımını artırarak toplumsal kalkınmaya hizmet eden bir yapıya sahiptir. Bizim öncelikli amacımız hedef kitlemiz olan 15-29 yaş arası gençlerimizin hayatına dokunmak ve onları daha güçlü bir iş gücü piyasasına hazırlamak. Projede elde edilen sonuçlar, Trabzon olarak ne kadar doğru bir adım atıldığını açıkça ortaya koyuyor. 60 NEET (ne eğitimde ne istihdamda olan gençlerin) bireyinin, en az yarısı kadın olmak üzere, pazara erişim alanında hem teorik hem pratik eğitimler almış olmaları, sadece onların değil, aynı zamanda şehrimizin ve ülkemizin ekonomisine de doğrudan katkı sağlayacak.

Bu gençlerin %95'inin eğitimlerini başarıyla tamamlayıp Karadeniz Teknik Üniversitesi (KTÜ) onaylı sertifikalarını almaları büyük bir başarıdır. Yine İŞKUR İl Müdürlüğü ile iş birliği içinde hazırlanan Bireysel Eylem Planları, onların kariyer hedeflerine daha bilinçli bir şekilde yönelmelerine katkı sundu.

Ayrıca, projede dikkat çeken en önemli başarı göstergelerinden biri de sertifikalı kursiyerlerin %42'sinin sektörde istihdam edilmesidir. Gençlerimizin iş hayatına atılmalarını sağlamak, onlara sadece bir meslek değil, aynı zamanda bir özgüven kazandırıyor. İyi işlerde, ihracatta sorunsuz iletişim ve yönetim konularında yapılan seminerler de bu becerilerin pekiştirilmesine yardımcı oldu. Toplamda verilen bin 608 saatlik eğitim ile kursiyerlerimiz, uluslararası ticaretin gerektirdiği donanımlara sahip olmuşlardır.

Biz, Trabzon olarak bu projeye sadece gençlerimizin geleceğine değil, aynı zamanda şehrimizin ekonomik dinamiklerine de önemli bir katkı sağladığımıza inanıyoruz. TTB üyelerinin, projede eğitilen gençlerden duyduğu memnuniyetin yüzde 84,67 gibi yüksek bir oranla ölçülmesi, projemizin ne kadar etkili ve sonuç odaklı olduğunu göstermektedir. Bu tür projelerin sürekliliği ve yaygınlaştırılması, gelecekte Trabzon'un istihdam kapasitesini daha da artıracaktır. Emeği geçen herkesi kutluyorum.

Ahmet Metin GENÇ
Trabzon Büyükşehir Belediye Başkanı

With the Neets Are Accessing to Market project, a new step will be taken in social transformation and employment in Trabzon. It has been an important initiative that directly contributes to the economic and social structure of Trabzon. This project has a structure that serves social development, especially by increasing the participation of our youth in the labor force. Our primary goal is to touch the lives of our target group of young people between the ages of 15-29 and prepare them for a stronger labor market. The results obtained in the project clearly show that Trabzon has taken the right step. The fact that 60 NEET (young people neither in education nor in employment) individuals, at least half of whom are women, have received both theoretical and practical trainings in the field of market access will directly contribute not only to their economy, but also to the economy of our city and our country.

It is a great success that 95% of these young people have successfully completed their training and received their certificates approved by Karadeniz Technical University (KTÜ). Again, the Individual Action Plans prepared in cooperation with the Provincial Directorate of İŞKUR contributed to their more conscious orientation towards their career goals.

In addition, one of the most important success indicators of the project is that 42% of the certified trainees are employed in the sector. Enabling our young people to enter business life gives them not only a profession but also self-confidence. Seminars on good jobs, exports, smooth communication and management also helped to reinforce these skills. With a total of 1,608 hours of training, our trainees have been equipped with the skills required by international trade.

As Trabzon, we believe that with this project, we have made a significant contribution not only to the future of our young people but also to the economic dynamics of our city. The fact that the satisfaction of TTB members with the young people trained in the project is measured with a high rate of 84.67 percent shows how effective and result-oriented our project is. The continuity and expansion of such projects will further increase the employment capacity of Trabzon in the future. I congratulate everyone who contributed.

Ahmet Metin GENÇ
Mayor of Trabzon Metropolitan Municipality



Servet KABA

Genç işsizliğin önlenmesi, sadece ekonomik kalkınma için değil, aynı zamanda toplumsal barış ve refah için de hayati önem taşımaktadır. Genç nüfusun işsiz olması, ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınma hedeflerine ulaşmasını zorlaştırır. Çalışmayan gençler, ekonomik büyümeye katkı sağlayamaz. Bu nedenle, genç işsizliğini azaltmaya yönelik kapsamlı ve sürdürülebilir politikalar geliştirilmelidir. İşgücünün sürekli piyasa ve teknoloji koşullarına uyum sağlaması için eğitim ve beceri geliştirme programlarına ağırlık verilmelidir. Bu kapsamda Trabzon Ticaret Borsası koordinatörlüğünde ve Karadeniz Teknik Üniversitesi iş birliği ile yürütülen NEET'ler Pazara Erişiyor Projesi gençlerin istihdamda karşılaştıkları zorlukları aşmalarına yardımcı olmak, işgücü piyasasına daha bilinçli adımlarla katılmalarını sağlamak ve yeni iş sahalarına girişlerini kolaylaştırmak amacıyla uygulanmaktadır. Eğitimini tamamlamış fakat işgücü piyasasına dâhil olamamış gençler proje kapsamında almış oldukları teorik, mesleki ve beceri eğitimleri ile kendilerini geliştirmektedir. Kurumumuz hizmetlerinden olan İş Kulübü eğitimini tamamlayan gençler Kariyer Yönetim Planlama, Mülakat Teknikleri, İmaj Yönetimi ve Etkili İletişim Becerileri, CV Hazırlama gibi konularda daha donanımlı bir hale gelmektedir. Mülakat simülasyonları ile örnek bir iş görüşmesini ne şekilde yapacaklarını uygulamalı olarak öğrenen gençler, İş ve Meslek Danışmanlarımız tarafından istihdam edilebilirliklerinin artırılması için bireysel eylem planları çerçevesinde birebir görüşmeler gerçekleştirmektedir. Bilinmelidir ki süreğen işsizliğin çözümü ancak iyi yetişmiş nitelikli insan gücü ile mümkün olacaktır. Bu proje ile gençler kendilerini geliştirerek güçlü yönlerini ortaya çıkaracak ve istihdam edilme noktasında bir adım önde olacaktır. Projede emeği geçen Trabzon Ticaret Borsası, Karadeniz Teknik Üniversitesi çalışanlarına ve gençlerin istihdama katılmalarına destek olan Trabzon Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü personeline teşekkür ediyor, projenin gençlerin işsizlik sorununa olumlu katkılarının olacağına yürekten inanıyorum.

Servet KABA

Trabzon Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürü

Preventing youth unemployment is vital not only for economic development but also for social peace and prosperity. Youth unemployment makes it difficult for countries to achieve their economic growth and development goals. Unemployed youth cannot contribute to economic growth. Therefore, comprehensive and sustainable policies should be developed to reduce youth unemployment. Training and skill development programs should be emphasized in order for the workforce to adapt to continuous market and technological conditions. In this context, the NEETs Access the Market Project, coordinated by Trabzon Commodity Exchange and carried out in cooperation with Karadeniz Technical University, is implemented to help young people overcome the difficulties they face in employment, to enable them to participate in the labor market with more conscious steps and to facilitate their entry into new business areas. Young people who have completed their education but could not be included in the labor market improve themselves with the theoretical, vocational and skills trainings they receive within the scope of the project. Young people who complete the Job Club training, one of the services of our organization, become better equipped in subjects such as Career Management Planning, Interview Techniques, Image Management and Effective Communication Skills, CV Preparation. Young people who learn how to conduct a sample job interview practically with interview simulations are interviewed one-on-one by our Job and Vocational Counselors within the framework of individual action plans to increase their employability. It should be known that the solution to persistent unemployment will only be possible with a well-trained qualified workforce. With this project, young people will improve themselves and reveal their strengths and will be one step ahead at the point of employment. I would like to thank the staff of Trabzon Commodity Exchange, Karadeniz Technical University and Trabzon Provincial Directorate of Labor and Employment Agency who contributed to the project and I sincerely believe that the project will contribute positively to the unemployment problem of young people.

Servet KABA

Trabzon Provincial Director
of Labor and Employment Agency



Erkut
ÇELEBİ

Trabzon, sürekli gelişen iş dünyasında daha güçlü bir konuma gelmek için yenilikçi projelere ihtiyaç duymaktadır. “NEET’lerin İşgücüne Katılımını Artırma Projesi” de bu vizyonun somut bir örneğidir. Gençlerimizin iş dünyasına kazandırılması, sadece bireyler için değil, aynı zamanda şehrimizin ekonomik kalkınması için de büyük bir önem taşımaktadır. Bu proje ile iş gücüne dahil olamayan gençlerin, özellikle kadınların, mesleki beceriler kazandırılarak geleceğe umutla bakabilmeleri sağlanmıştır. G erçekleştirilen eğitimlerle, gençlerimizin iş gücüne daha donanımlı bir şekilde katılmaları hedeflenmiş ve bu alanda önemli adımlar atılmıştır. Şirketlerin nitelikli iş gücüne erişimi kolaylaştırılmış, gençlerimizin iş dünyasında kendine sağlam bir yer bulmasına katkı sağlanmıştır. Bu başarı, Trabzon’un iş dünyası için ne kadar değerli bir potansiyele sahip olduğunu bir kez daha ortaya koymaktadır. Trabzon’un ekonomik yapısının güçlenmesi, KOBİ’lerin ulusal ve uluslararası pazarlarda daha rekabetçi hale gelmesi, genç nüfusun iş gücüne katılımı ile doğrudan bağlantılıdır. Bu nedenle, bu tür projelere olan ihtiyacımız her geçen gün artmaktadır. Yalnızca bugünün sorunlarına değil, yarının fırsatlarına da odaklanarak gençlerimizi iş gücüne kazandıracak yeni projelere imza atmaya devam edeceğiz. Trabzon, gençlerin dinamizmini ve potansiyelini iş dünyasına entegre ederek daha parlak bir geleceğe doğru emin adımlarla ilerliyor. Bu tür projelerle hem şehrimizin hem de ülkemizin kalkınmasına katkı sağlamaktan büyük gurur duyuyoruz. Bu başarılı projeyi yürüten Trabzon Ticaret Borsası’nı ve tüm çalışanlarını tebrik eder, başarılarının devamını dilerim.

Erkut ÇELEBİ

Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası
Yönetim Kurulu Başkanı

Trabzon is stronger in the ever-evolving business world innovative projects are needed to achieve a position is in need. “Increasing Labor Force Participation of NEETs Project” is a concrete example of this vision. Our young people to the world of work, not just for individuals, but also for the economic development of our city. is of great importance. With this project, the labor force young people, especially women, who are not involved in vocational to gain skills so that they can look to the future with hope With the trainings provided, we have ensured that our young people participate in the workforce in a better equipped way and important steps have been taken in this area. Companies’ access to qualified labor force was facilitated, our young people have a solid place in the business world to find a place in the city. This achievement has contributed to Trabzon’s what a valuable potential it has for the business world is once again revealing itself. Trabzon’s strengthening the economic structure of SMEs, strengthening the national and become more competitive in international markets, is directly linked to the participation of young people in the labor force. Therefore, the need for such projects is ever increasing. is increasing day by day. Only today’s problems not only focusing on the opportunities of tomorrow, but also on the opportunities of tomorrow to sign new projects that will bring them into the workforce we will continue. Trabzon is a city where young people’s dynamism and integrating its potential into the business world is taking firm steps towards a future. This kind of to the development of both our city and our country with projects we are very proud to contribute. This successful Trabzon Commodity Exchange and all I congratulate our employees and wish them continued success.

Erkut ÇELEBİ

Trabzon Chamber of Commerce and Industry
Chairman of Executive Committee

1

1.2 ÖNSÖZLER
/PREFACES



Nevzat ÖZER

Trabzon Ticaret Borsası olarak gençlerimize nitelik kazandırıp, becerilerini geliştirmek için uyguladığımız projeye iştirak eden gençlerin geleceğinin başarılı olacağını biliyorum. Çünkü mevcut bildiklerine ilave olarak burada artılar kazandılar.

Proje kapsamında aldıkları eğitim, sadece kariyerinde önemli bir adım değil, aynı zamanda toplumumuza katkı sağlamak için de büyük bir kazanımdır. Eğitim süresince edinilen bilgi ve beceriler, kursiyerlerin bireysel gelişimine katkı sağlamıştır.

Unutmayalım ki, bu eğitimler hayat boyu öğrenme süreci sadece bir parçasıdır. Öğrenilenlerin uygulanması, geliştirilmesi ve daha ileriye taşınması gerekir. Bu fırsatta vardır.

Geleceğin yenilikçileri olan gençler, sorun çözücü ve çözüm üreticileri olarak topluma önderlik yapacaklardır. Alınan eğitimler gençlerin potansiyellerinin ortaya çıkmasını sağlayacak ve bununla da iş alemi içinde başarıları imza atılacaktır.

Toplumun beklentilerini iyi tahlil edip, bunlara yönelik çalışmalarla iş hayatının içinde yer alanlar, başarı basamaklarını birer birer ve en sağlam şekilde çıkacaklardır.

Bunu yaparken toplumsallığı bir kenara koymadan, birlikte çalışarak, dayanışma içinde olarak, hem kendilerini hem de toplumu ileriye taşıyacaklardır. Bu yolculukta, karşılaşılabilecek zorluklar olacaktır. İşte bu dönemlerde aldıkları eğitim, edindikleri bilgi ve birikim, kısacası kazandıkları nitelik onların zorlukları aşmasında, yenmesinde en büyük katkıyı yapacaktır.

Bilinmelidir ki, başarı, sürekli öğrenme ve gelişimle mümkündür. Yeteneklere ve yapılabileceklerle inanmakla mümkündür. İnanmak da başarıya varmanın en büyük itici gücü, halk arasındaki tabiri ile yarıstır.

Nevzat ÖZER

Trabzon Ticaret Borsası Meclis Başkanı

As Trabzon Commodity Exchange, I know that the future of the young people who participate in the project we have implemented to qualify our young people and improve their skills will be successful. Because in addition to their existing knowledge, they have gained pluses here.

The training they received within the scope of the project is not only an important step in their career, but also a great gain to contribute to our society. The knowledge and skills acquired during the training have contributed to the individual development of the trainees.

Let us not forget that these trainings are only a part of the lifelong learning process. What is learned needs to be applied, developed and carried forward. This opportunity exists.

Young people, the innovators of the future, will lead the society as problem solvers and solution producers. The trainings received will enable the potential of young people to emerge and this will lead to success in the business world.

Those who analyze the expectations of the society well and take part in business life by working towards them will climb the ladder of success one by one and in the most solid way.

In doing so, they will carry both themselves and the society forward by working together in solidarity, without putting sociality aside. In this journey, they will face difficulties. The education they receive during these periods, the knowledge and experience they acquire, in short, the qualifications they acquire will make the greatest contribution to their overcoming and overcoming difficulties.

It should be known that success is possible through continuous learning and development. It is possible by believing in one's abilities and what can be done. Believing is the biggest driving force of success, or half of it, as it is popularly called.

Nevzat ÖZER

Trabzon Commodity Exchange
Assembly Chairman



Eyyüp ERGAN

Gençlerin iş gücüne katılımda nitelik sahibi olmak, büyük avantaj ve tercih sebebidir. Günümüz iş dünyasında her alanda donanımlı elemanların tercih edildiği gerçeğinden hareketle, gençler de kendilerini buna göre yetiştirmelidirler.

Eğitim sisteminden kaynaklanan sorunlar nedeni ile kendilerini daha donanımlı hale getirmede sıkıntı yaşayan gençlerimiz için yürüttüğümüz bu ve benzeri projeler büyük bir fırsat teşkil etmektedir.

İşgücü piyasasının ihtiyaç duyduğu genç ve nitelikli katkıda bulunmak amacıyla yüz yüze eğitimle gerçekleştirilen projeden edindikleri bilgi ile niteliklerini arttıran gençlerimizin büyük kısmının kısa sürede istihdam edilmeleri borsamız koordinasyonundaki bu organizasyonun ne denli doğru olduğunun işaretidir.

Bilginin en büyük kuvvet olduğu gerçeğinden hareketle, sosyo-ekonomik kalkınmanın en büyük itici gücü olacak donanımlı gençlerimizin sayısını arttırmak, günümüz teknolojilerini kullanarak mümkündür.

Bilgi teknolojilerinin zaman ve mekân tanımaksızın kullanılması ile her aşamada daha birikimli hale gelen elemanların, iş dünyasında daha fazla tercih edileceği ve başarılı olacağı ortadadır.

Yükseköğrenim belirli bir alanda yapılmış olsa da, sistemde yan dal olarak da tarif edilen farklı konularda eğitim alınabilmesini imkân tanıyan teknolojik fırsatları değerlendirmekten asla kaçınılmamalıdır.

Bu vesile ile Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın "NEET PRO" kapsamındaki bu projeye katılan gençlerimizin aktif işgücü içinde yer aldıklarını görmenin de mutluluğunu yaşıyoruz.

Gençlerimizin iş dünyasında söz sahibi olacaklarına inanıyor, ne kadar donanımlı o kadar başarı getirecektir diyorum.

Eyyüp ERGAN

Trabzon Ticaret Borsası
Yönetim Kurulu Başkanı

Having qualifications is a great advantage and a reason for preference in the participation of young people in the workforce. Considering the fact that in today's business world, well-equipped employees are preferred in every field, young people should train themselves accordingly. These and similar projects are a great opportunity for young people who have difficulties in becoming better equipped due to problems arising from the education system.

The fact that most of our young people who increased their qualifications with the information they gained from the project, which was carried out with face-to-face training in order to contribute to the young and qualified that the labor market needs, were employed in a short time is a sign of how correct this organization under the coordination of our stock exchange is.

Based on the fact that knowledge is the greatest force, it is possible to increase the number of well-equipped young people who will be the biggest driving force of socio-economic development by using today's technologies.

With the use of information technologies without recognizing time and space, it is obvious that employees who become more knowledgeable at every stage will be more preferred and successful in the business world.

Even if higher education is in a specific field, it should never be avoided to take advantage of technological opportunities that allow education in different subjects, which is also described as a minor in the system.

On this occasion, we are also happy to see that our young people participating in this project within the scope of the Ministry of Labor and Social Security's "NEET PRO" are taking part in the active workforce.

I believe that our young people will have a say in the business world, and I say that the more equipment, the more success.

Eyyüp ERGAN

Trabzon Commodity Exchange
Chairman of Executive Committee



Prof. Dr. Hamdullah
ÇUVALCI

Üniversitemizin gurur kaynaklarından biri olan “NEET”ler Pazara Erişiyor” projesi, başarıyla tamamlanmıştır. Bu proje, yalnızca bir eğitim programı olmanın ötesinde, gençlerimizin geleceğine yapılan stratejik bir yatırımdır.

Günümüzde genç işsizliği, ekonomik büyüme hedeflerini engellemekle kalmayıp, toplumsal refah ve istikrarı da tehdit eden önemli bir sorundur. İş gücüne katılamayan gençler, toplumun genel kalkınmasını yavaşlatabilir ve sosyal dengesizliklere yol açabilir. Bu nedenle, gençlerin iş gücü piyasasına etkin bir şekilde entegre olmalarını sağlayacak kapsamlı ve etkili eğitim programlarının geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Karadeniz Teknik Üniversitesi olarak, Trabzon Ticaret Borsası’nın koordinatörlüğünde ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’nın desteğiyle yürütülen “NEET”ler Pazara Erişiyor” projesinin başarıyla tamamlanmış olmasından büyük mutluluk ve gurur duyuyoruz. Projemiz, gençlerimizin iş gücü piyasasında karşılaştıkları zorlukları aşmalarına ve iş dünyasına daha hazırlıklı bir şekilde adım atmalarına yardımcı olmayı amaçlamıştır.

Proje kapsamında, 30 Ekim 2023’te başlayan ve 6 Şubat 2024’te sona eren eğitimler, gençlerimize uluslararası ticaret, teknik İngilizce, gıda ve üretim standartları, pazarlama stratejileri gibi birçok önemli alanda derinlemesine bilgi ve beceriler kazandırmıştır. Toplamda 536 saat süren bu eğitimlerin yanı sıra, “İhracatta Sorunsuz İletişim ve Yenilikçi Yaklaşımlar”, “İhracatta Sorunların Çözümüne Yönelik Farkındalık Yaratma” ve “İnsana Yakışır İşler ve Yönetim Alanında Başarı Hikayeleri” konulu seminerler katılımcılarımızın bilgi ve yetkinliklerini artırmıştır. Ayrıca, iş dünyasıyla yapılan birebir görüşmeler ve teknik ziyaretler, gençlerimize değerli pratik deneyimler sunmuştur.

Bu proje, gençlerimize sadece eğitim ve istihdam fırsatları sunmakla kalmadı, aynı zamanda onları motive ederek özgüvenlerini artırdı ve kariyer hedeflerine ulaşmalarına yardımcı oldu. Bölgemizin ekonomik kalkınmasına da önemli bir katkı sağladı.

Bu başarıda emeği geçen Trabzon Ticaret Borsası, Karadeniz Teknik Üniversitesi’nin değerli çalışanları ve Trabzon Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü’ne içten teşekkürlerimi sunarım. Projemizin, gençlerimizin işsizlik sorununa etkili çözümler getireceğine olan inancım tamdır. Bu süreçte elde edilen bilgi ve kazanılan deneyimler, hem eğitime katılanlar hem de bu alanda bilgi edinmek isteyenler için önemli bir kaynak oluşturacaktır.

Geleceğimizin teminatı olan gençlerimizin, edindikleri bilgi ve becerilerle iş gücüne önemli katkılarda bulunacaklarına ve ülkemize büyük yararlar sağlayacaklarına inanıyorum.

Prof. Dr. Hamdullah ÇUVALCI
Karadeniz Teknik Üniversitesi Rektörü

The “NEETs Access the Market” project, one of the sources of pride of our university, has been successfully completed. This project is more than just a training program, it is a strategic investment in the future of our youth.

Today, youth unemployment is a major problem that not only hinders economic growth targets but also threatens social welfare and stability. Young people not participating in the labor force can slow down the overall development of society and lead to social imbalances. Therefore, it is of great importance to develop comprehensive and effective training programs that will enable young people to integrate effectively into the labor market.

As Karadeniz Technical University, we are very happy and proud of the successful completion of the “NEETs Access the Market” project, coordinated by Trabzon Commodity Exchange and supported by the Ministry of Labor and Social Security. Our project aimed to help our young people overcome the difficulties they face in the labor market and step into the business world in a more prepared way.

The trainings, which started on October 30, 2023 and ended on February 6, 2024, provided our young people with in-depth knowledge and skills in many important areas such as international trade, technical English, food and production standards, marketing strategies. In addition to these trainings, which lasted 536 hours in total, seminars on “Smooth Communication and Innovative Approaches in Exports”, “Creating Awareness for Solving Problems in Exports” and “Success Stories in Decent Work and Management” increased the knowledge and competencies of our participants. In addition, one-to-one meetings with the business world and technical visits provided our young people with valuable practical experience. This project not only provided our young people with training and employment opportunities, but also motivated them, boosted their self-confidence and helped them achieve their career goals. It also made a significant contribution to the economic development of our region.

I would like to extend my sincere thanks to Trabzon Commodity Exchange, the valuable staff of Karadeniz Technical University and Trabzon Provincial Directorate of Labor and Employment Agency for their contribution to this success. I firmly believe that our project will bring effective solutions to the unemployment problem of our youth. The knowledge and experiences gained in this process will constitute an important source for both the participants of the training and those who want to gain knowledge in this field.

I believe that our young people, who are the guarantee of our future, will make significant contributions to the labor force with the knowledge and skills they acquire and will bring great benefits to our country.

Prof. Dr. Hamdullah ÇUVALCI
Rector of Karadeniz Technical University



Nazlı GENÇ

Günümüz teknolojisinin sunduğu imkânların değerlendirilmesi ile çok yönlü ve nitelikli olabilme fırsatı yakalayan “Ne eğitimde, ne istihdamda olan gençler” için Trabzon Ticaret Borsası olarak yürüttüğümüz proje başarı ile tamamlanmıştır.

250 aday arasından mülakat yapılarak seçilen 60 gencimizin eğitim aldığı derslere ve konuların birçok alanı kapsamı, onları sadece nitelikli eleman statüsünde bir değil, birkaç adım daha öne taşımıştır.

Teknik İngilizce, Uluslararası Ticaret, Kirletici Maddeler, Hijyen, Paketleme Kuralları, Organik Üretim, Etiketleme, Pazarlama Standartları, Pazarlama Araştırması, Formal ve İnfomal İletişim Becerileri, Özgüven, Motivasyon konularında toplamda alınan 536 saatlik eğitim gençlerimizi daha nitelikli hale getirmiştir.

İş hayatında başarılar imza atmış müteşebbislerden, inovasyon, farkındalık yaratma, doğru ürün seçimi, insana yakışır işler, başarı hikâyelerini dinleyerek paylaşımlarda bulunmaları, ardından iyi ve yenilikçi uygulamaları içeren bilgilerin fabrika ve firma ziyaretleri yapılarak pekiştirilmesi ile gençlerin kazanımları daha da artmıştır.

Söz konusu bilgi ve birikim olunca kazanımların artışının sürdürülmesi gençlerimizin vazgeçmemesi gereken bir tercih olmalıdır.

Bunu basılı yazılı kaynaklar kullanarak yapabilirler, yapmalıdırlar. Bilgisayar teknolojisi kullanarak pekiştirebilirler, pekiştirmelidirler.

The project we carried out as Trabzon Commodity Exchange for “young people who are neither in education nor in employment” who have the opportunity to be versatile and qualified with the evaluation of the opportunities offered by today’s technology has been successfully completed.

The fact that 60 young people, who were selected by interview among 250 candidates, were trained and the subjects covered many fields, took them not only one but several steps forward in the status of qualified personnel. A total of 536 hours of training in Technical English, International Trade, Contaminants, Hygiene, Packaging Rules, Organic Production, Labeling, Marketing Standards, Marketing Research, Formal and Informal Communication Skills, Self-confidence, Motivation have made our young people more qualified.

The gains of the young people have increased even more by listening to the success stories of entrepreneurs who have achieved success in business life, innovation, creating awareness, choosing the right product, decent work, success stories, and then reinforcing the information about good and innovative practices by visiting factories and companies.

When it comes to knowledge and experience, maintaining the increase in gains should be a preference that our young people should not give up.

They can and should do this by using printed written sources. They can and should reinforce it by using computer technology.

Nazlı GENÇ

Proje Koordinatörü
Trabzon Ticaret Borsası Genel Sekreteri

Nazlı GENÇ

Project Coordinator
Trabzon Commodity Exchange Secretary General



Ceren AYDIN Gökçenur ULU

NEETs are Accessing to Market projesi boyunca, işsiz genç bireylerin uluslararası ticaret ve pazarlama konularında bilgi edinmelerine olanak sağlayan çok değerli bir süreç yürütüldü. Bu proje kapsamında elde edilen kazanımların daha geniş kitlelere ulaştırılması amacıyla hazırlanan Pazara Erişim El Kitabı, eğitime katılmayan bireyler için önemli bir kaynak niteliği taşımaktadır.

Eğitim ve İş Arama Koordinatörü olarak, bu süreçte kursiyerlerin bilgi birikimlerini ve iş arama süreçlerini desteklemek amacıyla onlara rehberlik etmekten büyük bir mutluluk duydum. Özellikle iş gücü piyasasına hazırlık, özgüven ve motivasyon alanlarındaki eğitimlerle kursiyerlerimizin iş dünyasına adaptasyon sürecini hızlandırmayı hedefledik. Bu süreçte, katılımcıların sadece teknik beceriler kazanmakla kalmayıp, aynı zamanda iş dünyasında başarılı olmak için gerekli olan özgüven, motivasyon ve iletişim becerilerini de geliştirdiklerine şahit oldum.

Bu kitabın, gençlerin iş arama süreçlerinde önemli bir rehber olacağına ve onları pazara erişim konusunda daha donanımlı hale getireceğine gönülden inanıyorum. Projede emeği geçen tüm eğitmenlerimize, katılımcılarımıza ve destekçilerimize teşekkür eder, bu kitabın sizler için yeni fırsatlar yaratmasını dilerim.

★★★★

Throughout the NEETs are Accessing to Market project, an invaluable process was carried out to enable young unemployed individuals to learn about international trade and marketing. The Access to Market Handbook, which was prepared in order to disseminate the achievements of this project to a wider audience, is an important resource for individuals who could not attend the trainings.

As the Training and Job Search Coordinator, I was very happy to guide the trainees in this process in order to support their knowledge and job search processes. We aimed to accelerate the adaptation process of our trainees to the business world, especially with trainings in the fields of labor market preparation, self-confidence and motivation. In this process, I witnessed that the participants not only gained technical skills, but also developed self-confidence, motivation and communication skills necessary to succeed in the business world.

I sincerely believe that this book will be an important guide for young people in their job search process and will make them better equipped to access the market. I would like to thank all our trainers, participants and supporters who contributed to the project and hope that this book will create new opportunities for you.

Ceren AYDIN

Eğitim ve İş Arama Koordinatörü
Training and Job Seeking Coordinator

Elinizde tuttuğunuz bu kitap, NEETs are Accessing to Market projesinde yer alan eğitim içeriklerini sizlere sunarak, eğitime katılmayan bireylerin de bu değerli bilgilerden faydalanmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Pazara Erişim El Kitabı, projemiz kapsamında kursiyerlerimize verilen kapsamlı eğitim programlarını içererek, uluslararası ticaret ve pazarlama dünyasında başarıyı hedefleyen bireyler için bir rehber niteliği taşımaktadır.

Proje Koordinatör Asistanı olarak, bu projenin her aşamasında yer alırken gördüğüm en değerli unsur, eğitimlerin yalnızca teknik bilgi vermekle kalmayıp, katılımcıların öz güvenini ve iş piyasasına hazır olma seviyelerini de artırması oldu. Bu kitabın, benzer hedeflerle yola çıkan tüm bireylere ilham vereceğine ve onların da pazara erişim sürecinde kendilerini daha güçlü hissetmelerine katkı sağlayacağına inanıyorum.

Bu kitabın siz değerli okuyuculara faydalı olmasını ve iş hayatınıza değer katmasını diliyorum, pazara erişim sürecinde daha güçlü adımlar atmanıza katkıda bulunmasını temenni ediyorum. Ayrıca bu değerli süreçte emeği geçen tüm katılımcılara ve destekçilerimize teşekkür ederim.

★★★★

This book, which you are holding in your hands, aims to present the training contents of the NEETs are Accessing to Market project and to ensure that individuals who cannot attend the trainings can also benefit from this valuable information. The Accessing to Market Book contains the comprehensive training programs provided to our trainees within the scope of our project and serves as a guide for individuals who aim to succeed in the world of international trade and marketing.

As the Assistant Project Coordinator, the most valuable element I have seen while taking part in every stage of this project is that the trainings not only provide technical knowledge but also increase the participants' self-confidence and readiness for the job market. I believe that this book will inspire all individuals who set out with similar goals and help them to feel more empowered in the process of accessing the market.

I hope that this book will be useful to you, dear readers, and add value to your business life, and I hope that it will contribute to taking stronger steps in the market access process. I would also like to thank all participants and supporters who contributed to this valuable process.

Gökçenur ULU

Proje Koordinatör Asistanı
Project Coordinator Assistant



Prof. Dr. Oktay
YILDIZ

Projenin başarıları sadece sayısal verilerle değil, aynı zamanda katılımcıların kendilerine olan güvenlerinin artması, mesleki ve sosyal becerilerinin gelişmesi ile de ölçülebilir. Kursiyerler, proje süresince kazandıkları bilgi ve deneyimler sayesinde, iş dünyasında daha özgüvenli ve donanımlı bireyler haline gelmiştir. NEET gençlerimizin mesleki gelişimlerinin yanı sıra, bu proje onlara kişisel gelişim, iletişim becerileri ve özgüven kazandırma açısından da önemli katkılar sunmuştur. Sonuç olarak, “NEET’ler Pazara Erişiyor” projesi, sadece gençlerimizin kariyer yolculuklarına değil, aynı zamanda bölgesel ekonomik kalkınmaya da önemli katkılarda bulunmuştur. Projenin hayata geçmesinde emeği geçen tüm paydaşlarımıza, eğitimcilere ve katılımcılarımıza teşekkür ederim. Gençlerimizin iş dünyasında başarılı bir kariyer inşa etmelerini diler, Karadeniz Teknik Üniversitesi olarak her zaman onların yanında olmaya devam edeceğimizi belirtmek isterim.

Prof. Dr. Oktay YILDIZ
Proje Danışmanı

The success of the project can be measured not only by numerical data, but also by the increased self-confidence of the participants and the development of their professional and social skills. The trainees have become more self-confident and well-equipped individuals in the business world thanks to the knowledge and experience they gained during the project. In addition to the professional development of our NEET youth, this project has also made significant contributions to their personal development, communication skills and self-confidence. In conclusion, the “NEETs Access the Market” project has made significant contributions not only to the career journeys of our youth, but also to regional economic development. I would like to thank all stakeholders, trainers and participants who contributed to the realization of the project. I wish our young people to build a successful career in the business world, and I would like to state that as Karadeniz Technical University, we will always continue to stand by them.

Prof. Dr. Oktay YILDIZ
Project Consultant

2

GENEL BİLGİLER
/GENERAL INFORMATION

2.1 NEET KAVRAMI

2.1 NEET WORD

NEET

NEET (Ne eğitimde, ne istihdamda olan), özellikle gençler arasında, eğitim, istihdam veya mesleki eğitim gibi herhangi bir yapıcı faaliyetle meşgul olmayan bireyleri tanımlayan bir kavramdır. Bu terim, bir bireyin yaşamında aktif katılım eksikliğini ifade eder ve genellikle ekonomik durgunluk, işsizlik, toplumsal ayrımcılık ve eğitim sistemlerindeki eksiklikler gibi birçok faktörden etkilenir.

NEET Bireylerin Özellikleri

1. Eğitim Durumu: NEET grubu, herhangi bir resmi eğitim programına katılmayan bireyleri içerir. Bu, okulu bırakmış veya mezun olmuş ama yeni bir eğitim veya mesleki gelişim programına dahil olmamış kişileri kapsar.
2. İstihdam Durumu: Bu kişiler aktif olarak iş gücüne katılmazlar. Yani herhangi bir ücretli işte çalışmazlar ve iş arayanlar kategorisinde de olmayabilirler.
3. Mesleki Eğitim: NEET'ler, resmi ya da gayri resmi hiçbir mesleki eğitime katılmayan kişilerdir. Bu da onların iş piyasasına hazırlanmada veya yeteneklerini geliştirmede bir eksiklik yaşadığını gösterir.

NEET (Not in Education, Employment, or Training) is a concept that describes individuals, especially among young people, who are not engaged in any constructive activity such as education, employment or vocational training. The term refers to a lack of active participation in an individual's life and is often influenced by many factors such as economic recession, unemployment, social discrimination and deficiencies in education systems.

Characteristics of NEET Individuals

1. Education Status: The NEET group includes individuals who are not participating in any formal education program. This includes people who have dropped out of school or graduated but are not involved in a new training or vocational development program.
2. Employment Status: These people are not actively participating in the labor force. That is, they are not in any paid employment and may not be in the category of job seekers.
3. Vocational Training: NEETs are people who have not participated in any formal or informal vocational training. This implies that they have a deficiency in preparing for the labor market or in developing their skills.

2.2 NE EĞİTİMDE NE İSTİHDAMDA OLAN GENÇLERE YÖNELİK İŞGÜCÜ PİYASASI DESTEK PROGRAMI OPERASYONU

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2018 yılı verilerine göre; Türkiye nüfusu 82.003.882 olup, bunun 19.247.865'ini (%23,5) 15-29 yaş arası gençler oluşturmaktadır. 15-24 yaş grubundaki genç işsizlik oranı %20,3'tür. Bu oran, %11 olan toplam işsizlik oranının neredeyse iki katıdır. Bu oranın ötesinde, NEET olarak adlandırılan bir başka gösterge de gençlerin işgücü piyasasına katılımını ve sosyal koşullarını yansıtmaktadır.

TÜİK'e göre "NEET" (eğitimde, istihdamda veya öğretimde olmayan) terimi, işsiz olan ve ne işgücüne dahil olan ne de eğitime (örgün eğitim, yaygın eğitim, çıraklık eğitimi) devam eden genç nüfusu kapsamaktadır. Başka bir deyişle NEET oranı, istihdam edilmeyen veya örgün/yaygın eğitime dahil olmayan gençlerin genç nüfus içindeki payıdır. 2018 yılında NEET oranı 15-19 yaş grubunda %17,4; 20-24 yaş grubunda %32,2 ve 25-29 yaş grubunda %33,9'dur. Yaşlanma ile NEET olma riski arasındaki pozitif korelasyon göz önünde bulundurularak, bu teklif çağrısının yaş aralığı 15-29 olarak belirlenmiştir.

TÜİK 2018 İşgücü Piyasası Araştırması İstatistiklerine göre, tüm yaş gruplarında NEET'lerin çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır. Özellikle 25-29 yaş grubunda NEET kadınların oranı, NEET erkeklerin oranından neredeyse üç kat daha fazladır. Bu istatistik ışığında, bu Hibe Programı toplumsal cinsiyet eşitliğinin teşvik edilmesini ve kadınların hibe projelerine katılımını dikkate almaktadır.

NEET olmanın düşük eğitim ve beceri seviyesi, okuldan işe geçişte yaşanan zorluklar, ev içi sorumluluklar vb. gibi nedenlerinin yanı sıra işgücü piyasasının talep tarafındaki zorluklar da bulunmaktadır. NEET olmanın bireysel, ekonomik ve sosyal açıdan dezavantajları bulunmaktadır. Gençlerin işgücü piyasasına ve eğitime katılamamaları, ekonomik refahları üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir. Genç işsizliği ve hareketsizliği, sosyal ve psikolojik sorunlara ve özgüven kaybına neden olabilir. Bu durum üretim kaybına yol açabileceği gibi, edinilen becerilerin ve eğitim kazanımlarının kaybedilmesi nedeniyle genç işgücünün kullanılamamasına da neden olabilir. Ayrıca gençlerin istihdam ve eğitim dışında kalma süreçlerinin uzunluğu sosyal dışlanma riskini de beraberinde getirmektedir.

İstihdam, Eğitim ve Sosyal Politikalar Sektörel Operasyonel Programı (EESP SOP), Türkiye'nin AB ile arasındaki farkı kapatmak için insan potansiyeline daha fazla yatırım yapması gerektiği düşünülen istihdam, eğitim ve sosyal politika alanlarındaki politikaların geliştirilmesine yönelik çabalarını desteklemek üzere tasarlanmıştır. Bu hibe programının, EESP SOP'un "Faaliyet I.II: İstihdam ve İstihdam Edilebilirliğin Teşvik Edilmesi" hedefine ulaşılmasına katkıda bulunması beklenmektedir. Bu faaliyet altında "kadınlar, gençler ve özel politikalara ihtiyaç duyan kişiler gibi özel hedef gruplara odaklanarak Aktif İş Gücü Piyasası Programları (AİPP) ve diğer politika tedbirlerinin uygulanması yoluyla istihdamın ve istihdam edilebilirliğin artırılması" ifadesi yer almaktadır. Buna ek olarak, AİPP'ler ve danışmanlık ve mali destekler aracılığıyla NEET'lerin istihdam edilebilirliğinin artırılmasına katkıda bulunmak amacıyla, Türkiye'yi AB katılım sürecine hazırlamak için önemli bir adım olması beklenmektedir.

Bu nedenle, bu hibe programı Ulusal ve AB önceliklerine uygun olarak tasarlanmış olup, hibe projeleri tarafından sunulacak AİPP ve bütünsel işgücü piyasası destekleri aracılığıyla NEET'lerin istihdam edilebilirliğini ve işgücü piyasasına katılımını artırmayı amaçlamaktadır.

2.2 LABOR MARKET SUPPORT PROGRAM OPERATION FOR YOUNG PEOPLE WHO ARE NEITHER IN EDUCATION NOR EMPLOYMENT

According to the Turkish Statistical Institute (TÜİK) data from 2018, the population of Turkey is 82,003,882, of which 19,247,865 (23.5%) are young people aged 15-29. The youth unemployment rate for the age group of 15-24 is 20.3%. This rate is nearly double the total unemployment rate of 11%. Beyond this point, another indicator known as NEET reflects the participation of young people in the labor market and their social conditions.

According to TÜİK, the term "NEET" (not in education, employment, or training) refers to the young population that is unemployed and neither part of the labor force nor continuing their education (formal education, non-formal education, vocational training). In other words, the NEET rate is the share of young people who are neither employed nor included in formal or informal education within the youth population. In 2018, the NEET rate was 17.4% for the age group 15-19, 32.2% for the age group 20-24, and 33.9% for the age group 25-29. Considering the positive correlation between aging and the risk of being NEET, the age range for this call for proposals has been set at 15-29.

According to the 2018 Labor Market Research Statistics by TÜİK, women make up the majority of NEETs across all age groups. Especially in the 25-29 age group, the proportion of NEET women is nearly three times higher than that of NEET men. In light of this statistic, this Grant Program takes into account the promotion of gender equality and the participation of women in grant projects.

In addition to reasons such as the low education and skill level of being NEET, challenges in transitioning from school to work, household responsibilities, etc., there are also difficulties on the demand side of the labor market. There are individual, economic, and social disadvantages to being NEET. The inability of young people to participate in the labor market and education has a negative impact on their economic well-being. Youth unemployment and inactivity can lead to social and psychological issues, as well as a loss of self-confidence. This situation could lead to a loss of production, as well as the inability to utilize the young workforce due to the loss of acquired skills and educational gains. Additionally, the length of the processes that keep young people out of employment and education also brings about the risk of social exclusion.

The Employment, Education, and Social Policies Sectoral Operational Program (EESP SOP) is designed to support Turkey's efforts to develop policies in the fields of employment, education, and social policy, which are considered essential for closing the gap with the EU by investing more in human potential. It is expected that this grant program will contribute to achieving the goal of "Activity I.II: Promoting Employment and Employability" of the EESP SOP. This activity includes the statement "increasing employment and employability through the implementation of Active Labor Market Programs (ALMP) and other policy measures, focusing on specific target groups such as women, youth, and individuals in need of special policies." In addition, it is expected to be an important step in preparing Turkey for the EU accession process, aimed at contributing to the enhancement of the employability of NEETs through AİPP and consultancy and financial support.

For this reason, this grant program has been designed in accordance with national and EU priorities, aiming to increase the employability and labor market participation of NEETs through the AİPP and comprehensive labor market support provided by grant projects.

2.3 GÜNCEL VERİLER

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2023 yılı istatistikleri incelendiğinde, Türkiye genelinde nüfusun 85.372.377 kişi olduğu; 15-24 yaş arası gençlerin ise nüfusun yaklaşık %15,1'ini oluşturduğu görülmektedir. Genç nüfusun %51,3'ünü erkek nüfus, %48,7'sini ise kadın nüfus oluşturmaktadır.

15-24 yaş arası genç nüfusun işsizlik oranı %16,3'dür, yani %8,5 olan genel işsizlik oranının neredeyse iki katıdır.

Hanehalkı İşgücü Araştırması sonuçlarına göre; işsiz sayısı 2024 yılı Temmuz ayında 3 milyon 167 bin kişi oldu. İşsizlik oranı ise %8,8 seviyesinde gerçekleşti. İşsizlik oranı erkeklerde %7,0 iken kadınlarda %12,4 olarak tahmin edilmiştir.

15-24 yaş grubunu kapsayan genç nüfusta işsizlik oranı ise %16,6 oldu. Bu yaş grubunda işsizlik oranı; erkeklerde %12,2, kadınlarda ise %25,0 olarak tahmin edilmiştir.

2023 yılı Trabzon ilindeki kayıtlı işsizlerin sayısı 30.090 iken bu kişilerin içinde kadınların oranı yüzde % 53,2; 15-24 yaş arası gençlerin oranı ise yüzde % 17,9 seviyesindedir.

2023-2024 yılları arası 15-24 yaş grubunda işsizlik oranında %0.3 artış görülmüştür.

Projede beklenen çıktılardan biri sertifika alan kursiyerlerin %80'inin (46 kişi) istihdam edileceğidir. Fakat ülkemizde yaşanan ekonomik kriz, enflasyon, döviz kuru dalgalanmaları nedeniyle iş gücü piyasasında daralma görülmüş ve istihdam edilmede zorluklarla karşılaşmıştır. Proje sonunda sertifika alan kursiyerlerin (57 kişi) %42'si (24 kişi) istihdam edilmiş, istenen hedefin %52'sine başarıyla ulaşılmıştır.

2.4 NEDEN "NEET'LER PAZARA ERİŞİYOR" PROJESİ

Trabzon özellikle fındık ve çay üretimi ve ticaretinde önemli bir role sahiptir; ancak uluslararası pazarda çok az sayıda firma görülebilmektedir. Bu tarımsal ürünlerin ihracatında büyük firmalar başı çekse de KOBİ niteliğindeki firmalar uluslararası pazara erişimde zorlanmaktadır. Bu kapsamda, yerel yönetimler ve politika yapıcılar tarafından işgücü piyasasına ilişkin kararların alınması ve uygulamaya konulması oldukça önemlidir.

Trabzon Ticaret Borsası üyelerine her yıl memnuniyet anketleri uygulamaktadır. 2020 yılında gerçekleştirilen üye memnuniyet, ihtiyaç ve beklenti anketi sonuçları incelendiğinde, TCE üyeleri işgücü piyasasında en çok karşılaşılan sorunların pazarlama (%17,20) ve nitelikli işgücü eksikliği (%7,53) olduğunu belirtmiştir. "Şirketinizin ihtiyaç duyduğu en önemli eğitim konusunu belirtiniz" sorusuna üyelerin %18,28'i "pazarlama sorunu", %17,28'i ise "dış ticaret" yanıtını vermiştir. Ankete katılan üyelerin %81,72'si yerel pazarda hizmet vermekte, ihracatla ilgilenmemektedir. KOBİ'lerin ihraç edilecek ürün standartları için pazar araştırması yapabilecek, etiketleme, kirleticiler, pestisitler ve hijyen gibi özel gereksinimleri belirleyebilecek ve dış ticaret konusunda uzman nitelikli işgücü sıkıntısı çektiği açıktır. Tüm bu ihtiyaçlar ve beklentiler göz önünde bulundurulduğunda Trabzon Ticaret Borsası Üretim, Satış ve Pazarlama alanında birçok pozisyonda yer alabilecek nitelikli gençler yetiştirmek ve iş gücü piyasasına destek olmak amacıyla Karadeniz Teknik Üniversitesi ortaklığında bu projeyi hazırlamıştır. İlgili proje T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Genel Müdürlüğü "NEETPRO" Hibe Programı Kapsamında desteklenmeye hak kazanmış ve proje 2023 yılı Ağustos ayında yürütülmeye başlanmıştır.

2.3 CURRENT DATA

An analysis of the Turkish Statistical Institute's (TÜİK) statistics for 2023 shows that the total population in Turkey is 85,372,377 people, with youth between the ages of 15-24 making up 15.1% of the population. Of the young population, 51.3% is male and 48.7% is female.

The unemployment rate of young people aged 15-24 is 16.3%, which is almost double the general unemployment rate of 8.5%.

According to the results of the Household Labor Force Survey; the number of unemployed people was 3 million 167 thousand in July 2024. The unemployment rate was realized as 8.8%. The unemployment rate was estimated as 7.0% for men and 12.4% for women.

The unemployment rate for the young population aged 15-24 was 16.6%. The unemployment rate in this age group was estimated as 12.2% for males and 25.0% for females. In 2023, while the number of registered unemployed in Trabzon was 30,090, the proportion of women among these people was 53.2%; The proportion of young people aged 15-24 was 17.9%.

There was a 0.3% increase in the unemployment rate in the 15-24 age group between 2023-2024.

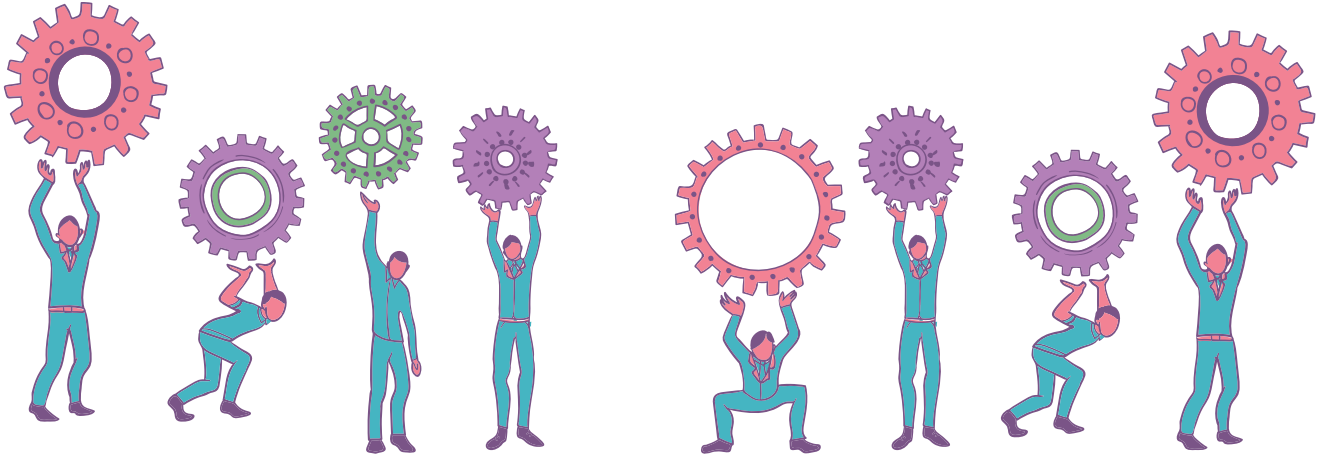
One of the expected outputs of the project is that 80% (46 people) of the certified trainees will be employed. However, due to the economic crisis, inflation and exchange rate fluctuations in our country, there was a contraction in the labor market and difficulties were encountered in employment. At the end of the project, 42% (24 people) of the trainees (57 people) who received certificates were employed, and 52% of the desired target was successfully achieved.

2.4 WHY NEETS ARE ACCESSING TO MARKET PROJECT

Trabzon plays an important role in the production and trade of hazelnuts and tea; however, very few companies can be seen in the international market. Although large companies lead the export of these agricultural products, small and medium-sized enterprises (SMEs) struggle to access international markets. In this context, it is very important for local governments and policymakers to make decisions regarding the labor market and implement them.

The Trabzon Commodity Exchange conducts satisfaction surveys for its members every year. When examining the results of the member satisfaction, needs, and expectations survey conducted in 2020, TCE members indicated that the most common issues in the labor market are marketing (17.20%) and the lack of qualified workforce (7.53%). In response to the question "Please specify the most important training topic your company needs," 18.28% of the members answered "marketing issue," while 17.28% responded with "foreign trade." 81.72% of the members participating in the survey provide services in the local market and are not involved in exports. It is clear that SMEs can conduct market research for the product standards to be exported, identify specific requirements such as labeling, pollutants, pesticides, and hygiene, and are facing a shortage of qualified workforce specialized in foreign trade.

Considering all these needs and expectations, Trabzon Commodity Exchange has prepared this project in partnership with Karadeniz Technical University in order to train qualified young people who can take part in many positions in the field of Production, Sales and Marketing and to support the labor market. The relevant project was entitled to be supported within the scope of the "NEETPRO" Grant Program of the Ministry of Labor and Social Security of the Republic of Turkey General Directorate of Foreign Relations and European Union and the project started to be implemented in August 2023.



2.5 PROJE BİLGİLERİ

2.5.1 PROJENİN AMACI

Genel Amaç: NEET'lerin iş gücüne katılımına katkıda bulunmak; dolayısıyla, kapsayıcı ve aktif iş gücü piyasası eylemlerinin uygulanması yoluyla NEET'lerin istihdam oranında bir artış sağlamaktır.

Projenin özel hedefi, en az %50'si kadınlardan oluşan 15-29 yaş arası 60 NEET'in mesleki, genel ve sosyal beceri eğitimleri yoluyla iş gücüne katılımına katkıda bulunmak; böylelikle KOBİ'lerin pazara erişim becerilerini artırarak rekabet edebilirlik düzeylerinde artış sağlamaktır.

2.5.2 PROJENİN HEDEFLERİ

Proje kapsamında en az %50'si kadın olmak üzere 60 kursiyer, pazara erişim alanında pratik ve teorik mesleki ve beceri eğitimleri alacak.

Eğitime katılan kursiyerlerin %95'i KTÜ onaylı sertifika alacak.

İlgili sektörlerdeki şirketler sertifikalı kursiyerlerin %80'ini istihdam edecek.

Sertifika almaya hak kazanan kursiyerler için İŞKUR İl Müdürlüğü ile işbirliği içinde Bireysel Eylem Planları hazırlanacak.

Uluslararası pazara erişim alanında nitelikli işgücüne kolayca ulaşabildikleri için TTB üyelerinin memnuniyet düzeyinde artış sağlanacak.

İyi işler, ihracatta sorunsuz iletişim ve yönetim konularında seminerler düzenlenecek.

Genel uluslararası ticaret, teknik İngilizce, kirlletici maddeler, GDO, hijyen, etiketleme, organik üretim, paketleme kuralları, pazarlama standartları, pazarlama araştırması, resmi ve gayri resmi iletişim becerileri, özgüven, motivasyon konularında toplam 1608 saat eğitim verilecek.

2.5.3 PROJENİN HEDEF KİTLESİ

Projenin hedef grubu 15-29 yaş aralığında en az %50'si kadınlardan oluşan ne eğitimde ne istihdamda olan toplamda 60 NEET.

2.5.4 PROJE SÜRESİ

Projenin uygulama süresi 14 aydır.

2.5.5 PROJE BÜTÇESİ

Projenin bütçesi 244.607,35 €'dur.

2.5 PROJECT INFORMATION

2.5.1 PROJECT AIM

General Aim: To contribute to the participation of NEETs in the workforce; thus, to achieve an increase in the employment rate of NEETs through the implementation of inclusive and active labor market actions.

The specific objective of the project is to contribute to the labor force participation of 60 NEET individuals aged 15-29, of whom at least 50% are women, through vocational, general, and social skills training; thereby enhancing the market access skills of SMEs and increasing their levels of competitiveness.

2.5.2 PROJECT GOALS

Within the scope of the project, at least 60 trainees, with at least 50% being women, will receive practical and theoretical vocational and skills training in the area of market access.

95% of the trainees participating in the courses will receive a certificate approved by KTÜ.

Companies in the relevant sectors will employ 80% of certified trainees.

Individual Action Plans will be prepared in cooperation with the İŞKUR Provincial Directorate for the trainees who have qualified to receive a certificate.

The satisfaction level of TTB members will increase because they can easily access a qualified workforce in the field of international market access.

Good practices, seminars will be held on seamless communication and management in exports.

A total of 1,608 hours of training will be provided on general international trade, technical English, pollutants, GMOs, hygiene, labeling, organic production, packaging regulations, marketing standards, market research, formal and informal communication skills, self-confidence, and motivation.

2.5.3 TARGET GROUP OF THE PROJECT

The target group of the project is 60 NEETs between the ages of 15-29, at least 50% of whom are women, neither in education nor in employment.

2.5.4 PROJECT DURATION

The implementation period of the project is 14 months.

2.5.5 PROJECT BUDGET

The budget of the project is € 244.607,35.

3

**NEET'LER PAZARA ERİŞİYOR
FAALİYETLERİ**
/ACTIVITIES FOR NEETS ARE
ACCESSING TO MARKET



3.1 BAŞVURU VE MÜLAKAT SÜREÇLERİ

Ne eğitimde ne istihdamda olan gençlere projeyi duyurmak amacıyla, projeye ait sosyal medya uygulamalarıyla (facebook, instagram, linkedin vb.) birlikte gazetelerde, haber web sitelerinde ve radyolarda farklı tarihlerde projenin duyurusu gerçekleştirilmiştir. Tüm ilan ve duyurular kursiyer adaylarını başvuru linkine yönlendirmiştir.

Başvuruda bulunan gençler için düzenlemiş olan online ve yüz yüze mülakatlara İŞKUR' dan İş ve Meslek Danışmanı Necat BERBER, KTÜ' den Öğretim Görevlisi Hülya SABİR, ve Trabzon Ticaret Borsası'ndan Eğitim ve İş Arama Koordinatörü Ceren AYDIN katılım göstermiştir. Bu noktada kursiyerlerin puanlanmasında yabancı dil, projeye duyulan ilgi, proje sonrası hedefler, projeye olası devamlılığı, kendi eğitim alanı, deneyim ve özgüven, kendilerini ifade etme tarzları gibi başlıklar kurum temsilcileri tarafından puanlanarak kursiyer seçimi gerçekleştirilmiştir.

Yapılan mülakatlarda projeye başvuru yapan 250 aday arasından 60 aday belirlenmiş ve mülakat sonuçları neet2market web sitesinden duyurulmuştur.

3.1 APPLICATION AND INTERVIEW PROCESSES

In order to announce the project to young people who are neither in education nor in employment, the project was announced in newspapers, news websites and radios on different dates, along with the project's social media applications (facebook, instagram, linkedin, etc.). All advertisements and announcements directed trainee candidates to the application link.

Job and Vocational Counselor Necat BERBER from İŞKUR, Lecturer Hülya SABİR from KTÜ, and Training and Job Search Coordinator Ceren AYDIN from Trabzon Commodity Exchange participated in the online and face-to-face interviews organized for the young people who applied. At this point, in the scoring of the trainees, foreign language, interest in the project, post-project goals, possible continuity of the project, own field of education, experience and self-confidence, self-expression styles were scored by the representatives of the institutions and trainees were selected.

In the interviews, 60 candidates were selected from among the 250 candidates who applied to the project and the interview results were announced on the neet2market website.



3.2 EĞİTİMLERİN UYGULANMASI

Yapılan mülakatların ardından belirlenen adaylar 20 kişilik 3 gruba ayrılarak 30 Ekim 2023 tarihinde Trabzon Ticaret Borsası eğitim salonlarında eğitimlere başlanmıştır.

Toplamda 67 iş gününü kapsayan eğitim sürecinde; kursiyerler grup başına 80 saat Genel Uluslararası Ticaret, 80 saat Teknik İngilizce, 40 saat Kirletici Maddeler, 40 saat GDO, 40 saat Hijyen, 40 saat Paketleme Kuralları, 40 saat Organik Üretim, 40 saat Etiketleme, 40 saat Pazarlama Standartları, 40 saat Pazarlama Araştırması, 40 saat Formal ve İnformal İletişim Becerileri, 8 saat Özgüven, 8 saat Motivasyon olmak üzere toplamda 536 saat, 3 grup toplamda 1608 eğitim almıştır. Aynı zamanda kursiyerler geldikleri her eğitim günü karşılığında 10 Avro harcırah almışlardır.

3.2 IMPLEMENTATION OF TRAININGS

After the interviews, the candidates were divided into 3 groups of 20 people and the trainings started on October 30, 2023 at Trabzon Commodity Exchange training halls.

During the training process covering a total of 67 working days; trainees received a total of 536 hours of training per group, including 80 hours of General International Trade, 80 hours of Technical English, 40 hours of Pollutants, 40 hours of GMO, 40 hours of Hygiene, 40 hours of Packaging Rules, 40 hours of Organic Production, 40 hours of Labeling, 40 hours of Marketing Standards, 40 hours of Marketing Research, 40 hours of Formal and Informal Communication Skills, 8 hours of Self-confidence, 8 hours of Motivation. At the same time, the trainees received 10 Euro per diem for each training day they attended.



3.3.EĞİTİMLER/ TRAININGS

3.3.1 Genel Uluslararası Ticaret *General International Trade*

3.3.2 Teknik İngilizce *Technical English*

3.3.3. Kirlenici Maddeler *Contaminants*

3.3.4 GDO'lar *GMOs*

3.3.5 Hijyen *Hygiene*

3.3.6 Etiketleme *Labeling*

3.3.7 Organik Üretim *Organic Production*

3.3.8 Paketleme Kuralları *Packaging Rules*

3.3.9 Pazarlama Standartları *Marketing Standards*

3.3.10 Pazarlama Araştırması *Marketing Research*

3.3.11 Genel Beceri *General Skills*

3.3.12 Özgüven *Self-confidence*

3.3.13 Motivasyon *Motivation*



3.3.1 GENEL ULUSLARARASI TİCARET EĞİTİMİ

Eğitimin Süresi

120 saat

Eğitimin Amacı

Genel uluslararası ticaret eğitimi ile, kursiyerlerin dış ticaret için bilgi ve beceri kazanmaları ve onlara profesyonel bir ilerleme sağlaması amaçlanmaktadır.

Eğitimin Başlıkları

- 1- Uluslararası Ticaretin Tanımı ve Önemi, Uluslararası Ticaretin Amaçları, Uluslararası Ticaretin Faydaları
- 2- Küresel Rekabet Dinamikleri, Küresel Rekabette Başarılı Olmanın Koşulları, Dış Ticarete Küreselleşme ve Bölgeselleşme
- 3- Dünyada ve Türkiye'deki Gelişmeler, Verilerle Uluslararası Ticaret, Dış Ticarete Yardımcı Olan Kuruluşlar ve Türkiye'de İhracata Yönelik Devlet Destekleri
- 4- Uluslararası Pazarlara Giriş Nasıl Karar Verilir, İhracatta En Yaygın Olarak Kullanılan Dağıtım Alternatifleri, İhracatın Planlaması ve Süreci, Satış Sözleşmesi Yapmanın Önemi
- 5- Dış Ticarete Temel Kavramlar ve Belgeler
- 6- Dış Ticarete Teslim Şekilleri (Incoterms)
- 7- Dış Ticarete Ödeme Şekilleri
- 8- Gümrükle İlgili Temel Kavramlar, Tarife ve Eşyanın Gümrük Kıymeti, Eşyanın Rejime Tabi Tutulması, Gümrük Rejimleri
- 9- Ticarete Teknik Engeller, Tarife Dışı Engeller
- 10- Serbest Bölge Uygulamaları
- 11- Elektronik Ticaret (E-Ticaret) ve E-İhracat

İklim, doğal kaynakların yanı sıra tarım, sanayi, hizmet, bilgi ve iletişim konularında farklı seviyelerde uzmanlaşma ülkeler arası ticareti zorunlu hale getirmektedir. Bununla birlikte, uluslararası ticaret, firmalar açısından, teknolojik yatırım ve gelişmeyi destekleyecek yeni yöntem ve tekniklerin öğrenebilmesine ve kullanımına olanak yaratarak, işletmelerin finansal gelişimine de katkı sağlamaktadır. Üretim kapasitesinin tam olarak kullanımına imkân vererek, birim maliyetin düşmesini sağlayan ihracat, alternatif yurt dışı pazarların artmasına da olanak vererek, firmanın iç pazara bağımlılığını azaltarak, sürdürülebilir büyümeyi desteklemektedir.

3.3.1 GENERAL INTERNATIONAL TRADE EDUCATION

Duration of Training

120 hours

Purpose of the Training

The general international trade training aims to provide trainees with the knowledge and skills for foreign trade and give them a professional advancement.

Training Topics

- 1- Definition and Importance of International Trade, Objectives of International Trade, Benefits of International Trade
- 2-Dynamics of Global Competition, Conditions for Success in Global Competition, Globalization and Regionalization in Foreign Trade
- 3-Developments in the World and Turkey, International Trade with Data, Organizations Assisting Foreign Trade and Government Supports for Export in Turkey
- 4-How to Decide to Enter International Markets, The Most Commonly Used Distribution Alternatives in Export, Export Planning and Process, The Importance of Making a Sales Contract
- 5-Basic Concepts and Documents in Foreign Trade
- 6-Delivery Methods in Foreign Trade (Incoterms)
- 7-Payment Methods in Foreign Trade
- 8-Basic Concepts of Customs, Tariff and Customs Value of Goods, Subjecting Goods to Regime, Customs Regimes
- 9-Technical Barriers to Trade, Non-Tariff Barriers
- 10-Free Zone Applications
- 11-Electronic Commerce (E-Commerce) and E-Export

Climate, along with natural resources, agriculture, industry, services, information, and communication, necessitates trade between countries due to varying levels of specialization. Moreover, for firms, international trade provides opportunities to learn and utilize new methods and techniques that support technological investment and development, contributing to their financial growth. Exports, by enabling the full utilization of production capacity, help reduce unit costs and support sustainable growth by increasing alternative overseas markets, thus reducing a firm's dependence on the domestic market.



Enflasyon, işsizlik, artan enerji maliyetleri, toplumun sosyal ve ekonomik yapısında görülen değişme ve gelişmeler, hedef pazarlardaki toplumun tasarruf ve harcama eğilimleri, moda düşkünlüğü, kalite veya gösterişe önem vermesi, aile yapısının değişimi, çevre konusundaki duyarlılıklar gibi çevre etkenleri uluslararası pazarlara giriş kararında çok önemli yer tutmaktadır. Bu nedenle firmaların bu faktörlerin her birini dikkatle analiz etmesi ve buna uygun seçim yaparak hareket etmesi gerekmektedir. Yurt dışında alıcı bulduktan sonraki sürecin de titizlikle yürütülmesi gerekmektedir. Pazar giriş sırasındaki fiyatın, pazardaki fiyatlarla uyumu, maliyetlerin hesaplanması, fiyat değişmelerine nasıl tepki vereceği incelenmelidir. İhracat işlemlerinde izlenecek prosedürler; ihracat yapılacak ülkeye ihracat şekline ve ihraç edilecek ürüne göre değişiklik göstermektedir. İhracat için hazırlanacak tüm belgeler her üç durumda, gümrük işlemlerinde beyan etmek üzere alınacak izin veya hazırlanacak belgeler kapsamında değişiklik göstermektedir. Yapılacak ihracata göre prosedürün belirlenmesi ve tüm durumların gözden geçirilmesi hayati öneme sahiptir. Bu nedenle fiili ihracat sürecinin gümrük müşaviri desteğiyle ilerlenmesi tavsiye edilmektedir.

Uluslararası ticarete malların tesliminin nerede yapılacağı, masrafların kim tarafından karşılanacağı ya da nasıl paylaşılacağı, sigorta ve taşıma sözleşmelerinin yapıp yapılmayacağı gibi hususların kısaca alıcı ve satıcının yükümlülüklerinin net olarak belirlenmesi önemlidir. INCOTERMS (International Commercial Terms - Uluslararası Ticari Terimler), Milletlerarası Ticaret Odası (ICC) tarafından uluslararası ticarete kullanılan terimlerin bir standarda kavuşturulması amacıyla uygulamaya konan bir programdır.

Uluslararası ticarete mal bedellerin ödeme şekillerinin belirlenmesi ise taraflara, ülkelerin mevzuatına, alıcı ve satıcı arasındaki ilişkiye, mal çeşidi ve tutarı gibi unsurlara bağlıdır. Alıcı ve satıcı, güvence, maliyet, mevzuat gibi yönlerden durumlarına en uygun olan ödeme şeklini seçip mutabakata vardıldıktan sonra, bu ödeme şeklinin gereklerine uygun olarak yükümlülüklerini yerine getirirler. Ödeme şekillerinin bazıları alıcı, bazıları ise satıcı açısından daha fazla avantaj yaratmaktadır. Mal bedelinin hangi ödeme şekline göre ödeneceği, alıcı ve satıcı arasında yapılan anlaşma sonucunda belirlenir.

Yurt dışı müşteriye fiyat teklifi sunarken, INCOTERMS kuralları ile uluslararası ödeme yöntemlerinin mutlaka göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Konusuna ve ekonomik amacına göre dış ticaret işlemine tabi tutulması planlanan eşyaya uygulanacak gümrük süreçlerinin sınıflandırılması "Gümrük Rejimi" olarak tanımlanmaktadır. Ülkemizde, 4458 sayılı Gümrük Kanunu'nda belirlenen gümrük rejimlerine gümrük işlemleri yürütülmektedir.

Environmental factors such as inflation, unemployment, rising energy costs, changes and developments in the social and economic structure of society, savings and spending tendencies in target markets, trends toward fashion, emphasis on quality or prestige, changes in family structures, and sensitivities to environmental issues play a crucial role in decisions regarding entry into international markets. Therefore, firms must carefully analyze each of these factors and make appropriate choices accordingly.

After finding a customer abroad, the subsequent process must also be handled meticulously. The compatibility of the entry price with market prices, the calculation of costs, and how the price may respond to fluctuations should be analyzed. The procedures to be followed in export operations vary depending on the country of export, the method of export, and the product to be exported. All the documents required for export vary in accordance with the permissions to be obtained or the documents to be prepared for customs declarations in these three cases. Determining the procedure according to the export being carried out and reviewing all situations is of vital importance. Therefore, it is recommended that the actual export process be carried out with the support of a customs broker.

In international trade, it is crucial to clearly define the obligations of the buyer and the seller, such as where the goods will be delivered, who will bear the costs, how the costs will be shared, and whether insurance and transportation contracts will be made. INCOTERMS (International Commercial Terms), introduced by the International Chamber of Commerce (ICC), is a program aimed at standardizing the terms used in international trade.

In international trade, the determination of the payment methods for goods depends on factors such as the parties involved, the regulations of the countries, the relationship between the buyer and the seller, the type of goods, and the amount. After the buyer and seller agree on the most suitable payment method for their situation in terms of security, cost, and regulations, they fulfill their obligations according to the requirements of this payment method. Some payment methods provide more advantages to the buyer, while others benefit the seller. The payment method for the goods is determined through an agreement between the buyer and the seller.

When presenting a price offer to a foreign customer, it is essential to take into account INCOTERMS rules and international payment methods.

The classification of customs procedures applied to goods that are planned to be subject to foreign trade transactions, according to their nature and economic purpose, is defined as the "Customs Regime." In our country, customs procedures are carried out in accordance with the customs regimes determined by Customs Law No. 4458.

Gümrük tarifesı (yani gümrüklerde uygulanan vergi sistemi) dışında, uluslararası mal ve hizmet akımlarının serbest ticaret koşulları çerçevesinde gerçekleşmesine engel olan her türlü araç ve politikaya tarife dışı engeller adı verilmektedir. Tarife dışı engellerin birçok türü bulunmakta olup, ticaret üzerinde kesin engellemeler, bürokrasi ve uzun gümrük işlemleri, teknik sınırlamalar, ithalat üstünde ekstra maliyet arttırıcı önlemler gibi farklılık gösterebilir.

Serbest bölgeler; ülkede geçerli ticari, mali ve iktisadi alanlara ilişkin hukuki ve idari düzenlemelerin uygulanmadığı veya kısmen uygulandığı, sınai ve ticari faaliyetler için daha geniş teşviklerin tanındığı ve fiziki olarak ülkenin diğer kısımlarından ayrılan yerlerdir. Serbest bölgeler; ihracata dayalı yatırım ve üretimi teşvik etmek, doğrudan yabancı yatırımları ve teknoloji girişini hızlandırmak, işletmeleri ihracata yönlendirmek uluslararası ticareti geliştirmek amaçlarına yönelik olarak kurulmakta ve işletilmektedir.

İnternet üzerinden ürün veya hizmet alımı olarak tanımlan e-ticaret, daha düşük operasyon maliyeti, daha büyük kitleye daha çok ürün seçeneği ve ölçülebilir performans değerleri sunması açısından pek çok avantaja sahiptir. En fazla kullanılan e-ticaret iş modelleri arasında "İşletmeden işletmeye" anlamına gelen B2B iki işletme arasındaki işlemler, "İşletmeden tüketiciye" anlamına gelen B2C, işletme ile bireysel müşteriler arasındaki işlemler, "Tüketiciden tüketiciye" anlamına gelen C2C, bireysel tüketiciler arasındaki işlemleri gelmektedir.

E-ihracat farklı ülke ve/veya ülkelerdeki hedef kitleye online satış yapma işlemlerini çevreleyen süreçler olup, geleneksel ihracata göre birçok avantaj sunmaktadır. Geleneksel ihracata göre zaman, emek ve para tasarrufu sağlayan e-ihracat, ürün ve hizmetlerin lokasyona göre özelleştirmesinin önünü açar.

Özetle, söz konusu eğitimde; uluslararası ticaretin firmaların büyümesine, rekabet güçlerine ve karlılıklarını arttırmalarına sağladığı avantajlara, pazara girişte dikkate edilmesi gereken hususlara, bu alanda sağlanan devlet desteklerine, uluslararası ödeme ve teslim şekillerine, gümrük rejimlerine ayrıntılı olarak yer verilmiş, eğitim alanların uygulamalı olarak konuları ele alınması sağlanmıştır.

FAYDALI BAĞLANTILAR

İhracatta hedef pazarların belirlenmesi ve pazarlar ile ilgili bilinmesi gerekenlerin sunulduğu Kolay İhracat Platformu web sitesi: <https://www.kolayihracat.gov.tr/>

İş dünyasının Ticaret Müşavir ve Ataşelerimiz ile iletişimini kolaylaştırmak ve etkinleştirmek amacıyla oluşturulan web sitesi: <https://musaviredanisin.ticaret.gov.tr/>

E-ticaret verilerinin sağlıklı bir şekilde takip edilmesi ve e-ticaret yapan işletmelerimizin ulaşılabilir olması sağlayan Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi web sitesi: <https://www.eticaret.gov.tr/>

Bireysel ve ticari eşyanın gümrük işlemlerinde yol gösterici temel bilgiler sunan Gümrük Rehberi web sitesi: <https://gumrukrehberi.gov.tr/>

İhracat işlemlerinde karşılaşılan teknik engellerin bildiriminin sağlandığı Ticarette Teknik Engeller Bilgi ve Bildirim Merkezi web sitesi: <https://www.teknikengel.gov.tr/>

Ticaret Bakanlığımızın online eğitim platformu olan Sanal Ticaret Akademisi web sitesi: <https://akademi.ticaret.gov.tr/>

T.C. Ticaret Bakanlığı'nın İhracata Yönelik Devlet Destekleri için web sitesi: www.kolaydestek.gov.tr

E-ihracat Desteklerine ilişkin destek başvuru süreci: <https://ticaret.gov.tr/destekler/e-ihracat-destekleri/e-ihracat-destekleri-sunumlari-ve-egitim-videolari>

Non-tariff barriers refer to all tools and policies that hinder the free flow of goods and services under free trade conditions, apart from the customs tariff (i.e., the tax system applied at customs). There are many types of non-tariff barriers, which may include absolute trade restrictions, bureaucracy and lengthy customs procedures, technical limitations, and additional cost-increasing measures on imports.

Free zones are areas where the legal and administrative regulations related to commercial, financial, and economic activities applicable in the country are either not applied or only partially applied, and where broader incentives are provided for industrial and commercial activities. Physically separated from other parts of the country, free zones are established and operated to promote export-oriented investment and production, accelerate direct foreign investment and technology inflow, direct businesses towards exports, and develop international trade.

E-commerce, defined as the purchase of goods or services through the internet, offers numerous advantages, such as lower operational costs, a wider range of product options for a larger audience, and measurable performance metrics. Among the most commonly used e-commerce business models are B2B (Business-to-Business), which refers to transactions between two businesses; B2C (Business-to-Consumer), which refers to transactions between a business and individual customers; and C2C (Consumer-to-Consumer), which refers to transactions between individual consumers.

E-export encompasses the processes surrounding online sales to target audiences in different countries and/or regions, offering several advantages over traditional export methods. E-export saves time, effort, and money compared to traditional export, and it allows for the customization of products and services based on location. To sum up, the training covered the advantages that international trade offers for business growth, competitiveness, and profitability, the key considerations for market entry, the government support available in this area, international payment and delivery methods, and customs regimes. The training also provided participants with practical, hands-on learning opportunities.

Useful Links

The Easy Export Platform website, which provides information on determining target markets in exports and what to know about the markets: <https://www.kolayihracat.gov.tr/>

Website created to facilitate and activate the communication of the business world with our Commercial Counselors and Attachés: <https://musaviredanisin.ticaret.gov.tr/>

Electronic Commerce Information System website, which ensures that e-commerce data is monitored in a healthy way and our e-commerce businesses are accessible: <https://www.eticaret.gov.tr/>

Customs Guide website providing basic information to guide customs clearance of personal and commercial goods: <https://gumrukrehberi.gov.tr/>

Technical Barriers to Trade Information and Notification Center website where technical barriers encountered in export transactions are notified: <https://www.teknikengel.gov.tr/>

Virtual Trade Academy website, the online training platform of the Ministry of Trade: <https://akademi.ticaret.gov.tr/>

Turkish Ministry of Trade's website for State Supports for Export: www.kolaydestek.gov.tr

Support application process for E-Export Supports: <https://ticaret.gov.tr/destekler/e-ihracat-destekleri/e-ihracat-destekleri-sunumlari-ve-egitim-videolari>



3.3.2 TEKNİK İNGİLİZCE EĞİTİMİ

Eğitimin Süresi

240 saat

Eğitimin Amacı

Teknik İngilizce eğitimi ile kursiyerlerin temel dilbilgisi, yazma, okuma, dinleme ve çeviri yöntemlerini içeren "Genel İngilizce Eğitimi" almalarının yanında uluslararası ticaret terimleri ve teknik konularla ilgili bilgi sahibi olmaları amaçlanmaktadır.

Eğitimin Başlıkları

1. Teknik İngilizce Öğrenmek ve Öğretmek, Gıda Endüstrisi
2. Gıda Teknolojisinde Basitleştirilmiş Temel Tanımlar
3. Bütün Dünya Elimizde
4. Uluslararası Ticaret-I ve II
5. Üretim-I: Yer, proses, kaynaklar, stok, bakım
6. Üretim-II Planlama ve İş Organizasyonu
7. Araştırma ve Geliştirme (AR-GE) I
8. Araştırma ve Geliştirme (AR-GE) II: Faaliyetler, ölçümler, sonuçların raporlanması
9. Lojistik
10. İş İngilizcesi
11. Kalite
12. Hataların önlenmesi, müşteri odaklı üretim
13. Sağlık ve güvenlik, koruyucu önlemler

3.3.2 TECHNICAL ENGLISH TRAINING

Duration of Training

240 hours

Purpose of the Training

Technical English training aims to provide trainees with "General English Training" including basic grammar, writing, reading, listening and translation methods, as well as knowledge of international trade terms and technical issues.

Training Topics

1. Learning and Teaching Technical English, Food Industry
2. Simplified Basic Definitions in Food Technology
3. We have the whole world in our hands
4. International Trade-I and II
5. Production-I: Location, process, resources, inventory, maintenance
6. Production-II Planning and Work Organization
7. Research and Development (R&D) I
8. Research and Development (R&D) II: Activities, measurements, reporting of results
9. Logistics
10. Business English
11. Quality
12. Error prevention, customer-oriented production
13. Health and safety, protective measures

Teknik İngilizce eğitiminde gıda endüstrisine yönelik terminoloji ve bu alana yönelik kazanımlar üzerinde durulmuştur. Gıda sektöründe global ölçekte var olabilmek ve ilgili pazara erişebilmek için Özel Amaçlı İngilizce veya Teknik İngilizce olarak adlandırılan dil öğretim yaklaşımı benimsenmelidir. Teknik İngilizce eğitimi yalnızca dile (gramer, sözcük bilgisi vb.) değil, aynı zamanda dilsel becerilerin gelişimini belirli bilgilerin edinilmesiyle birleştiren becerilere ve söylemlere de odaklanır. İş İngilizcesinde günlük hayatta kullanmadığımız tipik kelimeler ve bunları kullanma yolları vardır. Gıda sektöründe çalışan bir personelin fikirlerini ve görüşlerini aktarma ihtiyacı, onun özel kelimeler (jargon) bulmasını sağlar. Bu eğitim günlük ilişkilerimizde / konuşmalarımızda kullanmadığımız Özel Amaçlı İngilizce'ye karşılık gelmektedir. Sıradan metinlerde/konuşmalarda kullanılan kelimeler Teknik İngilizcede farklı bir anlam kazanabilmektedir. Özel Amaçlı İngilizce'yi öğretme veya öğrenmenin, İngilizce'nin belirli materyal ve içerikle öğretilmesinden çok daha fazlasını içerdiği net olarak söylenebilmektedir.

Dolayısıyla Genel İngilizce ve Teknik İngilizce farklı amaçlara hizmet etmek üzere kullanılmaları bakımından birbirlerinden farklıdır.

Teknik İngilizce ile Genel İngilizce arasındaki farklılıklar ortaya konulduktan sonra kursiyerlere üretim proseslerinin, gıda teknolojisinin, gıda biliminin tanıtılmasına yönelik çalışmalar yapılmıştır. Gıda sektöründe Teknik İngilizce, uluslararası pazarlara açılmak isteyen işletmeler için kritik bir öneme sahiptir. Özellikle gıda ürünlerinin üretimi, işlenmesi, ambalajlanması, depolanması ve taşınması gibi konularda kullanılan spesifik terminoloji, uluslararası standartlara uygunluk ve müşterilerle etkili iletişim için vazgeçilmezdir. Teknik İngilizce sayesinde gıda şirketleri, ürünlerinin güvenilirliğini ve kalitesini uluslararası alanda daha iyi bir şekilde aktarabilir, potansiyel müşterilerle daha kolay iletişim kurabilir ve rekabet avantajı elde edebilir. Ayrıca, gıda sektöründeki düzenlemeler, standartlar ve uluslararası sertifikasyonlar genellikle İngilizce olarak yayınlandığından, bu dilin iyi bilinmesi, işletmelerin yasal gereklilikleri yerine getirmelerini ve yeni pazarlara girmelerini kolaylaştırır.

İçeriği maddeler halinde verilen Teknik İngilizce eğitiminde ilgili okuma metinleri üzerinden kelime çalışmaları, soru-cevap şeklinde tartışmalar yapılarak haftalık konu akışları tamamlanmıştır. Okuma metinlerinde özellikle gıda üretim süreçleri, gıda muhafaza teknikleri ve gıda işleminin amaçları üzerinde durulmuş ve teknik terimlerin Türkçe-İngilizce karşılıkları verilmiştir. Gıda muhafaza teknikleri ısıtma işlem uygulamaları, katkı maddeleri kullanımı, su aktivitesinin kontrolü, düşük sıcaklık uygulamaları ve dondurulmuş gıda, kontrollü atmosfer ve modifiye atmosfer uygulamaları, ışınlatma uygulamaları gibi alışagelmış tekniklere ek olarak ısıtma olmayan yeni gıda muhafaza teknolojilerinin sanayi uygulamalarını kapsamaktadır.

Bütün Dünya Elimizde başlıklı eğitimde Josip Juraj Strossmayer Üniversitesi Gıda Teknolojisi Bölümü'nde Lidija Obad tarafından hazırlanan "Gıda Teknolojisinde İngilizce" başlıklı kaynak kullanılmıştır. Temelde uluslararası işbirliklerinin ticaretteki öneminin vurgulandığı bu metinle pazara erişimde uluslararası işbirliklerinin üreticiye sayısız fırsat sunduğu vurgulanmıştır. Ayrıca kursiyerlere gıda endüstrisinde globalleşme üzerine fikir edindirilmesi amaçlanmıştır.

In Technical English education, terminology for the food industry and gains in this field are emphasized. In order to be present in the food industry on a global scale and to access the relevant market, a language teaching approach called English for Specific Purposes or Technical English should be adopted. Technical English instruction focuses not only on language (grammar, vocabulary, etc.) but also on skills and discourses that combine the development of linguistic skills with the acquisition of specific knowledge. In business English there are typical words and ways of using them that we do not use in everyday life. The need to convey the ideas and opinions of a staff member working in the food sector makes him/her find special words (jargon). This training corresponds to English for Specific Purposes, which we do not use in our everyday relationships/conversations. Words used in ordinary texts/conversations can take on a different meaning in Technical English. It can be clearly said that teaching or learning English for Specific Purposes involves much more than teaching English with specific material and content.

Therefore, General English and Technical English are different from each other in terms of being used for different purposes.

After the differences between Technical English and General English have been revealed, studies have been carried out to introduce production processes, food technology and food science to the trainees. In the food sector, Technical English is critical for businesses that want to open up to international markets. Specific terminology used in the production, processing, packaging, storage and transportation of food products is essential for compliance with international standards and effective communication with customers. Through technical English, food companies can better communicate the reliability and quality of their products internationally, communicate more easily with potential customers and gain a competitive advantage. Moreover, since regulations, standards and international certifications in the food sector are often published in English, a good knowledge of this language makes it easier for businesses to fulfill legal requirements and enter new markets.

In the Technical English training, the weekly subject flows were completed by doing vocabulary exercises and question-answer discussions on the relevant reading texts. In the reading texts, especially food production processes, food preservation techniques and the purposes of food processing are emphasized and Turkish-English equivalents of technical terms are given. Food preservation techniques cover industrial applications of new non-thermal food preservation technologies in addition to conventional techniques such as heat treatment applications, use of additives, control of water activity, low temperature applications and frozen food, controlled atmosphere and modified atmosphere applications, irradiation applications.

The training entitled "The Whole World in Our Hands" used the resource "English in Food Technology" prepared by Lidija Obad at the Department of Food Technology, Josip Juraj Strossmayer University. This text mainly emphasized the importance of international cooperation in trade and highlighted that international cooperation offers numerous opportunities for producers to access the market. It was also aimed to give the trainees an idea about globalization in the food industry.



Teknik İngilizce eğitiminde en çok üzerinde durulan konulardan birisi uluslararası ticaret olup bu içeriğin önemi mevcut istatistikler üzerinden sektör büyüklüğünün aktarılması ile anlatılmıştır. Türkiye gıda sektörü devamlı dış ticaret fazlası veren bir sektör olup 2020 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı gıda sanayinde %228,83 olarak gerçekleşmiştir. Gıda sanayi, Türkiye toplam istihdamının %3,4'ünü, imalat sanayinin ise %12,5'ini sağlamaktadır. Mutlak ihtiyaç ürünlerinin yurt içinden güvenli sağlanması sürecinde işgücünün devamlılığı yanında ücretli çalışanlara iş sağlamaya devam edilmesi, sektörün ekonomik güvenlik ve ülkesel gelişimi sağlamada önemliliği bir kez daha ortaya çıkmıştır. Ülkemizde yayımlanan sektör raporlarından da görüldüğü gibi uluslararası ticaret gıda sektöründe oldukça büyük öneme sahiptir. Bu nedenle gıda sektöründe pazara erişimde ticaret belgeleri ve iletişim, gümrük işlemleri, finansal terimler ve sektöre spesifik terminolojiye çalışılmıştır. Ticarete yönelik en önemli kavramlar aşağıda verilmiştir:

- ▼ Global Supply Chains
- ▼ Logistics and Transportation
- ▼ Supply Chain Risk Management
- ▼ Customs Procedures
- ▼ Trade Barriers
- ▼ Export
- ▼ Import
- ▼ Entrepot trade
- ▼ Endorsement
- ▼ Foreign currency
- ▼ Eco-label
- ▼ Embargo
- ▼ Expiration date
- ▼ Free trade

Üretim yeri, proses, kaynaklar, stok, bakım-onarım ile ilgili terminoloji aşağıdaki teknik terimler ile ilişkilendirilmiştir:

- ▼ Production place (Üretim yeri): Factory, layout, plant, site, unit, workshop
- ▼ Process (Proses, süreç): assemble, batch, component, convert, effectiveness, efficiency, line, lot, maximize, optimize
- ▼ Resources (Kaynaklar): Equipment, fixtures, machinery, raw materials
- ▼ Stock (Stok): Inventory, store
- ▼ Maintenance (Bakım-onarım): Breakdown, failure, fault, repair

One of the most emphasized topics in Technical English education is international trade and the importance of this content is explained by conveying the size of the sector through current statistics. Turkey's food industry is a sector with a continuous foreign trade surplus and the ratio of exports to imports was realized as 228.83% in the food industry in 2020. The food industry provides 3.4% of Turkey's total employment and 12.5% of the manufacturing industry. The importance of the sector in ensuring economic security and national development has once again emerged, as well as the continuity of the labor force and the continuation of providing jobs for wage earners in the process of providing absolute necessity products safely from within the country. As can be seen from the sector reports published in Turkey, international trade is of great importance in the food sector. For this reason, trade documents and communication, customs procedures, financial terms and sector-specific terminology have been studied for market access in the food sector.

The most important concepts for trade are given below:

- ▼ Global Supply Chains
- ▼ Logistics and Transportation
- ▼ Supply Chain Risk Management
- ▼ Customs Transactions
- ▼ Trade Barriers
- ▼ Export
- ▼ Imports
- ▼ Warehouse trade
- ▼ Approval
- ▼ Foreign currency
- ▼ Eco-label
- ▼ Embargo
- ▼ Expiration date
- ▼ Free trade

Terminology related to production location, process, resources, inventory, maintenance and repair is associated with the following technical terms:

- ▼ Production place: Factory, layout, plant, site, unit, workshop
- ▼ Process : assemble, batch, component, convert, effectiveness, efficiency, line, lot, maximize, optimize
- ▼ Resources : Equipment, fixtures, machinery, raw materials
- ▼ Stock : Inventory, store
- ▼ Maintenance : Breakdown, failure, fault, repair

Üretim-I başlıklı derste incelenen metin ve çevirisi örnek teşkil etmesi açısından aşağıda verilmiş ve üzerinde durulan teknik kavramlar altı çizili olarak gösterilmiştir*:

Production management is concerned with planning and controlling industrial processes which produce and distribute products and services. During production processes, inputs are converted into outputs. These processes take many forms: from basic agriculture to large-scale manufacturing. Much manufacturing takes place in factories, where assembly lines allow a steady flow of raw materials (inputs) and finished products (outputs). People in production focus on efficiency and effectiveness of processes in order to maximize productivity. To achieve overall success, it is important to measure, analyse and evaluate these processes. However, other activities also contribute to success: purchasing, inventory control, quality control, storage, logistics. Production varies according to the inputs, processes and outputs. Other important factors are the place of production and the resources. In addition, stock, a major cost, needs to be carefully controlled, and the equipment must be regularly maintained to remain productive and prevent breakdowns.

*Ders içeriğinde yer alan başlıklarla ilgili okuma metinleri ve kelime çalışmalarına Summertown Yayınevi tarafından 2002 yılında yayımlanan Technical English: Vocabulary and Grammar adlı kitaptan ulaşılabilir [3].

Faydalı Bağlantılar

1. Obad, L., (2009). English in Food Technology I. Josip Juraj Strossmayer University Faculty of Food Technology.
2. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Türkiye Gıda Sanayi Meclisi, (2023). Türkiye Gıda Sektör Derleme Raporu. TOBB Yayın No: 2024/3 ISBN: 978-625-390-002-1. Gökçe Ofset, Ankara.
3. Brieger, N., & Pohl, A., (2002). Technical English: Vocabulary and Grammar. Summertown Publishing. https://books.google.com.tr/books/about/Technical_English.html?id=U1otMwAACAAJ&redir_esc=y.
4. Online Eğitim Platformları: Teknik İngilizce üzerine birçok kurs bulunmaktadır.
5. İş Yazışmaları ve Mesleki İngilizce: Mesleki İngilizce kursları ve iş yazışmaları hakkında bilgiler.

The text and its translation analyzed in the course titled Production-I are given below as an example and the technical concepts emphasized are underlined*:

Production management is concerned with planning and controlling industrial processes which produce and distribute products and services. During production processes, inputs are converted into outputs. These processes take many forms: from basic agriculture to large-scale manufacturing. Much manufacturing takes place in factories, where assembly lines allow a steady flow of raw materials (inputs) and finished products (outputs). People in production focus on efficiency and effectiveness of processes in order to maximize productivity. To achieve overall success, it is important to measure, analyse and evaluate these processes. However, other activities also contribute to success: purchasing, inventory control, quality control, storage, logistics. Production varies according to the inputs, processes and outputs. Other important factors are the place of production and the resources. In addition, stock, a major cost, needs to be carefully controlled, and the equipment must be regularly maintained to remain productive and prevent breakdowns.

*Reading texts and vocabulary exercises related to the topics in the course content can be found in the book Technical English: Vocabulary and Grammar published by Summertown Publishing House in 2002 [3].

Useful Links

1. Obad, L., (2009). English in Food Technology I. Josip Juraj Strossmayer University Faculty of Food Technology.
2. The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey, Turkey Food Industry Council, (2023). Turkey Food Sector Compilation Report. TOBB Publication No: 2024/3 ISBN: 978-625-390-002-1. Gökçe Offset, Ankara.
3. Brieger, N., & Pohl, A., (2002). Technical English: Vocabulary and Grammar. Summertown Publishing. https://books.google.com.tr/books/about/Technical_English.html?id=U1otMwAACAAJ&redir_esc=y.
4. Online Education Platforms: There are many courses available on Technical English.
5. Business Correspondence and Professional English: Information about professional English courses and business correspondence.



3.3.3 HİJYEN EĞİTİMİ

Eğitimin Süresi

120 saat

Eğitimin Amacı

Eğitim ile kursiyerlerin, Gıda Hijyeni ile ilgili teorik bilgiler, hijyenin sağlanması ve sürdürülmesi ile ilgili teorik ders, Dünya ve Türkiye ölçeğinde Gıda Hijyeni için geliştirilen politikalar, ticarete ulusal ve uluslararası düzenlemeler, prosedürler, yasal düzenlemeler, ulusal-uluslararası gıda güvenliği ve biyogüvenlik konuları hakkında bilgi sahibi olmaları amaçlanmaktadır.

Eğitimin Başlıkları

- 1.Gıda endüstrisi ve sanitasyonu,
- 2.Mikroorganizmalar ve sanitasyon ilişkisi,
- 3.Gıda işletmelerinde personel hijyeni,
- 4.Temizlik ve temizlik maddeleri,
- 5.Dezenfeksiyon ve dezenfektanlar,
- 6.Gıda işletmelerinde personel hijyeni (kişisel hijyen, personel hijyeni, personel ve işyeri sorumlulukları vb.),
- 7.Gıda işletme yapısı ve hijyen ilişkisi,
- 8.Temizlik, dezenfeksiyon, sanitasyon işlemleri (CIP & COP uygulamaları),
- 9.Kalite güvence programları (HACCP in önemi, oluşturulması vb.),
- 10.Ulusal ve uluslararası gıda mevzuatı, gıda güvenliği konularını kapsayacak şekilde hazırlanmıştır.

Gıda sanitasyonu; güvenli gıda üretimi, hazırlama ve depolama için temiz ve sağlıklı bir ortam sağlamak için tasarlanmış hijyenik uygulamalar olarak tanımlanabilir.

Gıda hammaddesinin taşınması,
Ürüne işenmesi,
Ambalajlanması,
Depolanması,
Ve satışı sırasında çeşitli kaynaklardan olabilecek kontaminasyonların (bulaşma) engellenmesidir.

3.3.3 HYGIENE TRAINING

Duration of Training

120 hours

Purpose of the Training

The training aims to provide the trainees with theoretical knowledge on Food Hygiene, theoretical course on the provision and maintenance of hygiene, policies developed for Food Hygiene in the world and Turkey, national and international regulations in trade, procedures, legal regulations, national-international food safety and biosafety issues.

Training Topics

- 1.Food industry and sanitation,
- 2.Microorganisms and sanitation relationship,
- 3.Personnel hygiene in food establishments,
- 4.Cleaning and cleaning agents,
- 5.Disinfection and disinfectants,
- 6.Personnel hygiene in food businesses (personal hygiene, personnel hygiene, personnel and workplace responsibilities, etc.),
- 7.Food business structure and hygiene relationship,
- 8.Cleaning, disinfection, sanitation processes (CIP & COP applications),
- 9.Quality assurance programs (the importance of HACCP, its creation, etc.),
10. National and international food legislation has been prepared to cover food safety issues.

Food sanitation can be defined as hygienic practices designed to provide a clean and healthy environment for safe food production, preparation and storage.

Transportation of food raw material,
Processing the product,
Packaging
Storage
And it is the prevention of contamination (contamination) from various sources during its sale.

Gıda endüstrisinde sağlığı korumak için ortamdan gıda kalıntıları, mikroorganizmalar, yabancı maddeler ve temizlik maddeleri gibi kirlerin uzaklaştırılması için alınan önlemlerin tümüdür.

Hijyen eğitimi, gıda pazarına erişimde kritik bir rol oynar. Gıda üretiminde ve satışında hijyen kurallarına uyulması, tüketici güvenini artırır ve gıda kaynaklı hastalıkların önlenmesine yardımcı olur. Hijyen eğitimi, üreticilere ve satıcılara, uygun saklama koşulları, temizlik standartları ve çapraz bulaşmayı önleme yöntemleri gibi temel bilgileri sağlar. Bu sayede, gıdaların kalitesi korunur, pazar erişimi kolaylaşır ve rekabet avantajı elde edilir. Gıda üretiminde hijyen ve sanitasyon uygulamaları, gıda güvenliğini sağlamak için esastır. Gıda işletmelerinde temizlik ve dezenfeksiyon, patojenlerin ve kirlenmelerin uzaklaştırılmasıyla gıdaların güvenliğini artırır. Hijyen; insan sağlığını korumak, geliştirmek ve devamlılığını sağlamak için gereken bilgi ve uygulamalar ile sağlık konularını kapsayan bir bilim dalıdır. Sağlığı olumsuz etkileyecek her türlü fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik ve psikolojik etkilerin önüne geçilmesi adına yapılan faaliyetlerin toplamıdır.

Gıda hijyeni; çiftlikten sofraya kadar her aşamada gıdaların fiziksel, kimyasal ve mikrobiyolojik bozulma veya bulaşma etkeninden uzaklaştırılarak tüketime uygunluğunu korumak için alınması gerekli önlemleri kapsar. Sanitasyon ise gıda işletmelerinde araç ve gereçler ile çalışma ortamında bulunan sağlığa zararlı bakterilerin güvenli bir düzeye düşürülmesini sağlamak için gerekli olan ısı ve kimyasal madde kullanımını içeren bir süreçtir. Gıda sanitasyonu ise özetle yukarıdaki görselde verilmiştir.

Hijyen çalışmalarıyla işletmelerde mikroorganizmalardan arındırılmış bir temizlik hedeflenirken, sanitasyon programıyla mikroorganizmaların üremeleri önlenmeye çalışılmaktadır. Temizlik, su ve çeşitli kimyasal maddeler kullanarak, mekanik ve kimyasal işlemlerle ortamdaki kirin uzaklaştırılması, ortamın arındırılması işlemine denir.

Dezenfeksiyon, hastalık yapan ve/veya gıdalara zarar vererek bozulmalarına neden olan mikroorganizmaların, kimyasal maddeler ve fiziksel yöntemler kullanılarak yok edilmesi veya üremelerinin sınırlandırılması işlemidir. Mikroorganizmalar, gıdalarda bozulmaya ve hastalıklara neden olabilir. Sanitasyon, bu mikroorganizmaların etkisini en aza indirmek için uygulanan yöntemleri kapsar. Gıda bozulmalarına en sık neden olan mikroorganizmalar bakterilerdir. Mayalar gıdalarda fermentasyona, küfler ise yüzeysel bozulmalara neden olurlar. Mikroorganizmalar kaynaklı gıda hastalıkları gıda enfeksiyonları ve gıda intoksikasyonları (zehirlenmeleri) olarak ikiye ayrılır.

Gıda kaynaklı hastalıkların genel semptomları aşağıda belirtilmiştir.

Gıda kaynaklı hastalıkların ve gıda bozulmalarının yayılmasını engellemek amacıyla personelin kişisel hijyenine dikkat etmesi, iş yerinde hijyen standartlarının korunmasında önemlidir. Çalışanların düzenli eğitimlerle hijyen farkındalığının artırılması gerekir. Mikroorganizmaların vücuda girişi solunum, sindirim, deri ve ürogenital yolla olur. Bunların gıdaya veya diğer çalışanlara bulaşmasını engellemek amacıyla bazı kurallara dikkat edilmesi gerekmektedir.

It is all measures taken to remove contaminants such as food residues, microorganisms, foreign substances and cleaning agents from the environment to protect health in the food industry.

Hygiene education plays a critical role in access to the food market. Compliance with hygiene rules in food production and sales increases consumer trust and helps prevent foodborne illnesses. Hygiene training provides producers and sellers with essential information such as proper storage conditions, cleanliness standards, and methods to prevent cross-contamination. This way, the quality of food is preserved, market access is facilitated, and a competitive advantage is gained.

Hygiene and sanitation practices in food production are essential for ensuring food safety. Cleaning and disinfection in food businesses enhance food safety by removing pathogens and contaminants. Hygiene is a branch of science that encompasses the knowledge and practices necessary to protect, improve, and maintain human health. It is the entirety of activities carried out to prevent any physical, chemical, microbiological, and psychological effects that could negatively impact health.

Food hygiene encompasses the necessary measures to ensure the suitability of food for consumption by eliminating physical, chemical, and microbiological deterioration or contamination at every stage from farm to table. Sanitation is a process that involves the use of heat and chemicals necessary to reduce harmful bacteria present in food businesses' tools, equipment, and working environment to a safe level. Food sanitation is summarized in the visual above.

While hygiene efforts aim for a cleanliness free of microorganisms in businesses, the sanitation program seeks to prevent the reproduction of microorganisms. Cleaning refers to the process of removing dirt from an environment through mechanical and chemical methods, using water and various chemical substances, thereby purifying the space.

Disinfection is the process of eliminating or limiting the growth of microorganisms that cause diseases and/or spoil food by using chemical substances and physical methods.

Microorganisms can cause spoilage in food and lead to diseases. Sanitation encompasses the methods applied to minimize the effects of these microorganisms. The microorganisms that most frequently cause food spoilage are bacteria. Molds cause surface spoilage, while yeasts lead to fermentation in foods. Foodborne illnesses caused by microorganisms are divided into two categories: food infections and food intoxications (poisonings).

The following are common symptoms of foodborne illnesses stated

It is important for staff to pay attention to personal hygiene in order to prevent the spread of foodborne illnesses and food spoilage, as well as to maintain hygiene standards in the workplace. Employees need to have their hygiene awareness increased through regular training. The entry of microorganisms into the body occurs through the respiratory, digestive, skin, and urogenital routes. To prevent these from contaminating food or other workers, certain rules need to be observed.

İşletmelerde personel hijyenini sağlamak için gerekli olan kurallardan bazıları şunlardır:

1. El Yıkama: Çalışanlar, iş öncesi, tuvalet kullanımı sonrası, yemek yemeden önce ve kirli yüzeylere dokunduktan sonra ellerini uygun şekilde yıkamalıdır. El yıkama, sabun ve su kullanılarak en az 20 saniye sürecek şekilde yapılmalıdır.
 2. Uygun İş Kıyafeti: Gıda ile temas eden çalışanlar, temiz ve uygun iş kıyafetleri (önlük, şapka, eldiven) giymelidir. Bu kıyafetler, çapraz bulaşmayı önlemek için düzenli olarak temizlenmeli ve bakımı yapılmalıdır.
 3. Saç Koruma: Çalışanlar, saçlarını gıda ile temas ettirmemek için saç örtüsü, bone veya şapka takmalıdır. Sakalı olan çalışanlar da gerektiğinde sakal filesi kullanmalıdır.
 4. Eldiven Kullanımı: Eldivenler, gıdaya doğrudan temas eden işlemlerde kullanılmalıdır. Eldivenler sık sık değiştirilmelidir ve asla yırtılmış veya kirli eldivenlerle çalışılmamalıdır.
 5. Tırnak Temizliği: Tırnaklar kısa, temiz ve cilasız olmalıdır. Uzun tırnaklar veya oje, mikrop barındırabileceği için tercih edilmemelidir.
 6. Takı Kullanımı: Gıda üretim alanında takı (yüzük, bilezik, saat) kullanılmamalıdır. Bu tür aksesuarlar, kirlenme riskini artırabilir ve hijyenik olmayan durumlara yol açabilir.
 7. Sağlık Kontrolleri: Personel, düzenli sağlık kontrollerine tabi tutulmalıdır. Hasta veya açık yara, kesik gibi durumları olan çalışanlar, gıdaya temas etmeyecek şekilde görevlendirilmelidir.
 8. Temizlik ve Dezenfeksiyon: Personel, çalışma alanlarını ve ekipmanlarını düzenli olarak temizlemeli ve dezenfekte etmelidir. Bu işlem, çapraz bulaşmayı önlemek için gereklidir.
 9. Eğitim: Çalışanlara hijyen eğitimi verilmeli ve hijyen kurallarına uyumları sürekli denetlenmelidir. Eğitimler, hijyen bilincini artırarak gıda güvenliğini sağlamaya yardımcı olur.
 10. Türk Gıda Mevzuatı'na göre Ateşli hastalığı, cilt hastalığı yada ishali bulunan personelin derhal sağlık kuruluşuna tetkike gitmesi gerekir.
- Teknolojik gelişmelerle birlikte, gıda işletmelerinde, bakteriyolojik açıdan yetersiz sonuçlara yol açan ve zaman alan elle temizlik yöntemleri yerine, otomatik makinelerle yapılan temizlik yöntemleri tercih edilmeye ve kullanılmaya başlanmıştır. CIP ve COP Sistemi; günümüzde özellikle sıvı gıda endüstrisinde üretim yapılan ekipmanların temizliği ve dezenfeksiyonu güvenli gıda üretimi için çok büyük önem taşımaktadır. Birbirine bağlı makine ve ekipmanları parçalara ayırmaya gereksinim duymadan çalkalama suyu ve deterjan çözeltisinin üretim hattında sirkülasyonu ile yapılan temizleme işlemine "otomatik temizleme yöntemi", kısaca CIP (Cleanin In Place: Yerinde Temizleme) adı verilir. Özellikle uzun boru hatları ve geniş hacimli tankların temizlenmesinde başarıyla kullanılan bu yöntem, personelin tehlikeli kimyasal maddelerle direkt temasını azaltması açısından son derece önemlidir. COP (Cleaning Out of Place: Yerlerinden ayırarak temizleme), sökülebilir parçaların temizlenmesinde sıvı akışından yararlanılarak uygulanan bir temizlik yöntemidir. Birçok COP bölümü, temizleme solüsyonu ile alet ve parçalarının iç ve dışını temizleyen döner fırçalar içerir.

Some of the rules necessary to ensure personnel hygiene in businesses are as follows:

1. Hand Washing: Employees should properly wash their hands before work, after using the restroom, before eating, and after touching dirty surfaces. Washing should be done using soap and water for at least 20 seconds.
2. Appropriate Work Attire: Employees who come into contact with food must wear clean and suitable work clothing (apron, hat, gloves). These clothes should be regularly cleaned and maintained to prevent cross-contamination.
3. Hair Protection: Employees must wear a hair covering, cap, or hat to prevent their hair from coming into contact with food. Employees with beards should also use beard nets when necessary.
4. Use of Gloves: Gloves should be used in processes that involve direct contact with food. Gloves should be changed frequently and should never be used when torn or dirty.
5. Nail Hygiene: Nails should be short, clean, and free of polish. Long nails or nail polish should be avoided as they can harbor germs.
6. Jewelry Use: Jewelry (rings, bracelets, watches) should not be worn in food production areas. Such accessories can increase the risk of contamination and lead to unhygienic situations.
7. Health Checks: Staff should be subjected to regular health checks. Employees with injuries or open wounds, such as cuts, should be assigned to tasks that do not involve contact with food.
8. Cleaning and Disinfection: Staff should regularly clean and disinfect their work areas and equipment. This process is necessary to prevent cross-contamination.
9. Education: Employees should receive hygiene training, and their compliance with hygiene rules should be continuously monitored. Training helps to ensure food safety by raising awareness of hygiene.
10. According to the Turkish Food Legislation, personnel with a febrile illness, skin disease, or diarrhea must immediately go to a healthcare facility for examination. With technological advancements, food businesses have started to prefer and utilize cleaning methods performed by automatic machines instead of manual cleaning methods that lead to inadequate bacteriological results and take a long time. The CIP and COP systems; in today's world, especially in the liquid food industry, the cleaning and disinfection of equipment used in production is of great importance for safe food production. The cleaning process that involves the circulation of rinsing water and detergent solution in the production line without the need to disassemble the connected machinery and equipment is referred to as the "automatic cleaning method," or simply CIP (Cleaning In Place). This method, which is successfully used especially in the cleaning of long pipelines and large-volume tanks, is extremely important in terms of reducing personnel's direct contact with hazardous chemicals. COP (Cleaning Out of Place) is a cleaning method that utilizes liquid flow for the cleaning of detachable parts by separating them from their locations. Many COP sections include rotary brushes that clean the inside and outside of tools and parts with a cleaning solution.



En basit haliyle CIP prosedürü aşağıdaki gibidir.

1-Ön Çalkalama : Geri kazanma tankından gelen yumuşatılmış soğuk su ile yıkama yapılarak kaba kirler uzaklaştırılır. Kirli su bir pompa yardımıyla atılır veya yeniden yararlanılması düşünülüyorsa iyileştirme tankına alınır.

2-Deterjanla Yıkama : Temizleme maddeleri hesaplanarak hazırlanan %1-2'lik alkali çözelti, buhar enjeksiyonu ile 90 °C'ye ısıtılır ve 5-15 dakika süreyle sirküle edilir. Kullanılan çözelti, geri kazanım için deterjan tankına gönderilir.

3-Ara Çalkalama : Yumuşatılmış soğuk su ile ara yıkama yapılarak deterjan kalıntıları uzaklaştırılır. Başlangıçtaki deterjan kalıntılarını içeren kısım deterjan tankına ve sonraki çalkalama suyu da geri kazanım amacıyla su tankına alınır.

4-Asitle Yıkama : Gerekirse %0.5-1'lik asit çözeltisi 90 °C'ye kadar ısıtılarak 5-15 dakika süreyle sirküle edilir ve geri kazanım için asit tankına alınır.

5-Dezenfeksiyon : Dezenfektan çözeltisi püskürtülerek mikroorganizmalar öldürülür.

6-Son Yıkama : Daha önce kullanılmamış, yumuşatılmış soğuk su 3 dakika süreyle sirküle edilerek CIP çözeltileri tamamen uzaklaştırılır.

Bu sistemde işletmeler, daha çok hem deterjan hem de dezenfektan içeren ürünleri kullanarak su ve zamandan tasarruf eder.

Eğitimin bir diğer konusu kalite güvence programlarından özellikle HACCP (Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları) sistemi olup, gıda güvenliğini sağlamak için kritik kontrol noktalarının izlenmesi ve yönetilmesini sağlar. Bu sistem, gıda üretim sürecindeki potansiyel tehlikeleri (biyolojik, kimyasal, fiziksel) belirler ve bu tehlikelerin kontrol edilmesi gereken kritik noktaları tanımlar. HACCP, tehlikelerin önlenmesine, azaltılmasına ve ortadan kaldırılmasına odaklanarak, güvenli gıda üretimini hedefler.

HACCP, Birleşmiş Milletlere bağlı Dünya Sağlık Teşkilatı (WHO) tarafından önerilen hem Amerika Birleşik Devletleri'nde, Avustralya'da, Japonya'da, Avrupa Birliği ülkelerinde hem de ülkemizde yasal açıdan uyulması gereken bir uygulamadır.

The CIP procedure is as follows in its simplest form.

1- Self-Rinsing: Coarse dirt is removed by washing with softened cold water from the recovery tank. Contaminated water is either discharged with the help of a pump or, if it is intended to be reused, it is taken to a treatment tank.

2- Washing with Detergent: A 1-2% alkaline solution prepared by calculating cleaning agents is heated to 90 °C with steam injection and circulated for 5-15 minutes. The used solution is sent to the detergent tank for recovery.

3- Intermediate Rinse: A rinse is performed with softened cold water to remove detergent residues. The part containing the initial detergent residues is directed to the detergent tank, and the subsequent rinse water is collected in the water tank for recovery purposes.

4- Acid Washing: If necessary, 0.5-1% acid solution is heated to 90 °C and circulated for 5-15 minutes, then transferred to the acid tank for recovery.

5- Disinfection: A disinfectant solution is sprayed to kill microorganisms.

6- Final Washing: Previously unused, softened cold water is circulated for 3 minutes to completely remove CIP solutions.

In this system, businesses save both water and time by using products that contain both detergent and disinfectant.

Another topic of education is quality assurance programs, particularly the HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) system, which ensures food safety by monitoring and managing critical control points. This system identifies potential hazards (biological, chemical, physical) in the food production process and defines the critical points where these hazards need to be controlled. HACCP aims for safe food production by focusing on the prevention, reduction, and elimination of hazards.

HACCP is a practice that is legally required in the United States, Australia, Japan, European Union countries, and in our country, as recommended by the World Health Organization (WHO), which is affiliated with the United Nations.

HACCP ile ilgili bazı tanımlar aşağıda verilmiştir.

HACCP (Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları): Gıda güvenliliğinin sağlanabilmesi amacıyla tüm olası tehlikelerin belirlenip değerlendirildiği ve kontrol altına alındığı sistemdir.

Tehlike : Sağlık üzerinde olumsuz etki yapma potansiyeli taşıyan biyolojik, fiziksel veya kimyasal ajanlarla ortaya çıkabilen zararlardır.

Risk : Gıda maddesinde oluşması muhtemel tehlikelerin boyutu ve şiddeti (olasılık düzeyi) dir.

HACCP Planı : İlgili ürünün üretim süreçlerinde gıda güvenliği açısından önemli tehlikelerin kontrol altında tutulduğundan emin olmak amacıyla HACCP ilkelerine uygun olarak hazırlanmış dökümandır.

Karar Ağacı : Belirlenen bir tehlikenin kontrol edileceği aşamanın “kritik kontrol noktası” olup olmadığını bulmak üzere kullanılan mantıksal soru-cevap dizisidir.

Kontrol Noktası (CP): Kontrol altına alındığında tehlikenin azaltıldığı basamaktır.

Kritik Kontrol Noktası (CCP) : Gıda zincirinde oluşması muhtemel tehlikelerin tespit edilerek önlenmesi, kabul edilebilir sınırlara indirilebilmesi ya da ortadan kaldırabilmesi amacıyla kontrol uygulanabilen işlem basamağıdır.

Kritik Limit: Bir koşulun “kabul edilebilir” veya “kabul edilemez” arasındaki sınır değerdir.

İzleme: Kritik kontrol noktalarının kontrol edilip edilmediğinin bir plan dahilinde gözlenmesidir.

Doğrulama : Kontrol sisteminin önceden planlanan sisteme uygun olarak gerçekleştirilip gerçekleştirmediğini belirleme, numune alma ve analiz metodları da dahil olmak üzere izleme, deney işlem ve metodlarının kullanılmasıdır.

Önleyici Faaliyet : Olası hata ya da diğer istenmeyen durumların nedenlerinin ortadan kaldırılması ve oluşmasını önlemek için yapılan işlemdir.

Düzeltilici Faaliyet : Kritik kontrol noktasında kritik limitin dışına çıkıldığı saptandığında uygulanması gereken işlemdir.

Uygunsuzluğun Düzeltilmesi : Uygunsuzluğun giderilmesi amacıyla uygun olmayan duruma (ürün, proses, organizasyon) uygulanan önceden belirlenmiş yazılı faaliyettir.

Gıda Güvenliği: Gıda maddelerinin her türlü bozulma ve bulaşma etkeninden uzaklaştırılmış olması ve sağlık açısından insan tüketimi için hiçbir sakınca arz etmemesidir.

Gıda güvencesi: Tüm insanlara temel hakları olan aktif ve sağlıklı yaşam koşullarını sağlayacak yeterli miktarda, uygun fiyatta, sağlıklı, güvenli ve besleyici gıdalara erişimin sağlanmasıdır.

Gıda bulaşanlar (Kontaminantlar): Bitki, hayvan ve toprak kökenli yabancı maddeler, ilaç kalıntıları, metalik ve biyolojik bulaşmalar, insan sağlığına zararlı olan plastik maddeler, deterjan, dezenfektan, radyoaktif madde kalıntıları ve diğer her türlü istenmeyen maddelerdir.

GMP (Good Manufacturing Practise- Doğru Üretim Uygulaması): Gıdaların güvenliği ve yararlılığını güvence altına alan, uluslararası geçerliliği olan uygulama standartlarıdır.

Tehlike Analizi: Gıda üretim sürecindeki potansiyel tehlikeler belirlenir ve bu tehlikelerin olasılığı ile şiddeti değerlendirilir.

Kritik Kontrol Noktalarının (CCP) Belirlenmesi: Tehlikelerin kontrol edilebileceği noktalar tespit edilir. Bu noktalar, üretim sürecinde kritik öneme sahip alanlardır.

Kritik Limitlerin Belirlenmesi: Her bir CCP için kabul edilebilir sınırlar belirlenir. Bu sınırlar, tehlikenin kontrol altında tutulduğunu gösteren ölçütlerdir.

CCP' lerin İzlenmesi: Kritik kontrol noktalarının izlenmesi için prosedürler oluşturulur. Bu izleme, limitlerin aşılmadığını tespit etmeye yarar.

Some definitions related to HACCP are given below.

HACCP (Hazard Analysis of Critical Control Points): It is a system in which all potential hazards are identified, evaluated, and controlled in order to ensure food safety.

Hazard: Damages that can arise from biological, physical, or chemical agents that have the potential to negatively impact health.

Risk: The extent and severity of potential hazards in food substances (level of probability).

HACCP Plan: It is a document prepared in accordance with HACCP principles to ensure that significant hazards related to food safety are kept under control during the production processes of the relevant product.

Decision Tree: It is a series of logical questions and answers used to determine whether a specified hazard is a “critical control point” at which it will be controlled.

Control Point (CP): It is the stage at which the danger is reduced when brought under control.

Critical Control Point (CCP): It is a step in the process where control can be applied to detect and prevent potential hazards that may occur in the food chain, or to reduce them to acceptable limits or eliminate them altogether.

Critique Limit: It is the threshold value between what is considered “acceptable” or “unacceptable” for a condition.

Monitoring: It is the observation of whether critical control points are checked within a plan.

Verification: It is the process of determining whether the control system has been implemented in accordance with the pre-planned system, including monitoring, sampling, and analysis methods, as well as the use of experimental procedures and methods.

Preventive Action: It is the process carried out to eliminate the causes of potential errors or other undesirable situations and to prevent their occurrence.

Corrective Action: It is the procedure that should be applied when it is determined that the critical limit has been exceeded at a critical control point.

Correction of Nonconformity: It is a predetermined written activity applied to an unsuitable situation (product, process, organization) for the purpose of addressing the nonconformity.

Food Safety: It means that food items are free from all kinds of spoilage and contamination factors and pose no health risks for human consumption.

Food security: It is the provision of sufficient, affordable, healthy, safe, and nutritious food that enables all people to have active and healthy living conditions, which are their fundamental rights.

Food contaminants: Foreign substances of plant, animal, and soil origin, drug residues, metallic and biological contaminants, plastic materials harmful to human health, detergents, disinfectants, radioactive material residues, and all other types of unwanted substances.

GMP (Good Manufacturing Practice): These are application standards with international validity that ensure the safety and suitability of food.

Hazard Analysis: Potential hazards in the food production process are identified, and the likelihood and severity of these hazards are assessed.

Determination of Crystallization Control Points (CCP): Points where hazards can be controlled are identified. These points are areas of critical importance in the production process.

Determination of Critical Limits: Acceptable limits are determined for each CCP. These limits are the criteria that show that the hazard is kept under control.

Monitoring CCPs: Procedures are established for monitoring critical control points. This monitoring serves to determine whether limits have been exceeded.

Düzeltilici Faaliyetler: Kritik limitlerin aşıldığı durumlarda yapılacak düzeltilici faaliyetler tanımlanır. Bu, sorunun giderilmesi ve gıdanın güvenliğinin sağlanması için alınacak önlemleri kapsar.

Doğrulama: HACCP sisteminin etkinliğini doğrulamak için testler ve denetimler yapılır. Bu adım, sistemin güvenilir olduğunu ve tehlikelerin etkin bir şekilde kontrol edildiğini gösterir.

Diğer bir uluslararası denetim sistemi de ISO 22000:2005 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemidir. ISO 22000:2005, gıda güvenliği yönetimi için uluslararası olarak kabul edilen bir standarttır. Bu standart, gıda zincirinin her aşamasında güvenli gıda üretimi ve tedarikini sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. ISO 22000, işletmelerin gıda güvenliği risklerini etkin bir şekilde yönetmelerine yardımcı olan bir yönetim sistemidir ve küresel çapta gıda güvenliği standartlarını yükseltmeyi hedefler.

ISO 22000: 2005, temel olarak aşağıdaki unsurları içerir:

Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi: ISO 22000, kuruluşların gıda güvenliği ile ilgili tüm faaliyetlerini sistematik bir yaklaşımla yönetmesini sağlar. Bu sistem, kuruluşların politika, hedefler ve süreçlerini oluşturmaya ve bunları sürekli iyileştirmesine yardımcı olur.

Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları (HACCP): ISO 22000, HACCP ilkelerine dayanır ve bu ilkelerin uygulanmasını gerektirir. Bu, potansiyel gıda güvenliği tehlikelerinin belirlenmesi, değerlendirilmesi ve kontrol edilmesini sağlar.

Ön Gereksinim Programları (PRP'ler): ISO 22000, gıda güvenliğini sağlamak için gerekli temel koşullar ve faaliyetleri (örneğin, hijyen uygulamaları, ekipman temizliği, personel eğitimi) tanımlar. PRP'ler, HACCP planını destekleyici unsurlardır ve güvenli bir üretim ortamı sağlamak için gereklidir.

İzleme ve Ölçüm: ISO 22000, gıda güvenliği süreçlerinin etkinliğini izlemek ve ölçmek için prosedürler belirler. Bu, kritik kontrol noktalarının (CCP'lerin) izlenmesi, düzeltilici faaliyetlerin uygulanması ve süreçlerin sürekli iyileştirilmesi için gereklidir.

İç ve Dış İletişim: Gıda güvenliği risklerinin etkili bir şekilde yönetilmesi için iletişim önemlidir. ISO 22000, kuruluşların hem iç hem de dış paydaşları ile etkili bir iletişim kurmasını sağlar. Bu gereklilik tedarikçiler, müşteriler, düzenleyici otoriteler ve çalışanlar arasındaki bilgi akışının sağlanmasını içerir.

Dokümantasyon ve Kayıt Tutma: ISO 22000, tüm süreçlerin, prosedürlerin ve sonuçların belgelenmesini ve kaydedilmesini gerektirir. Bu, süreçlerin izlenebilirliğini ve sürekli iyileştirme çalışmalarını destekler.

Yönetim Sorumluluğu: Üst yönetimin gıda güvenliği politikasını belirlemesini, hedefler koymasını ve bu hedeflere ulaşmak için gerekli kaynakları sağlamasını gerektirir. Yönetim, sistemin etkinliğini periyodik olarak gözden geçirmeli ve sürekli iyileştirme için gerekli adımları atmalıdır.

Faydalı Bağlantılar

<https://kutuphane.tarimorman.gov.tr/vufind/Record/1172867>

<https://megep.meb.gov.tr/?page=moduller>

https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/127480/mod_resource/content/0/GDM403%20Personel%20hijyeni.pdf

https://www.ttb.org.tr/kollar/COVID19/haber_goster.php?Guid=e952f63c-8ef7-11ea-9b7d-6d38d16eb233

Corrective Actions: Corrective actions to be taken in situations where critical limits are exceeded are defined. This includes the measures to be taken to address the issue and ensure food safety.

Verification: Tests and audits are conducted to verify the effectiveness of the HACCP system. This step demonstrates that the system is reliable and that dangers are effectively managed.

Another international auditing system is ISO 22000:2005 Food Safety Management System. ISO 22000:2005 is an internationally recognized standard for food safety management. This standard is designed to ensure safe food production and supply at every stage of the food chain. ISO 22000 is a management system that helps businesses effectively manage food safety risks and aims to raise global food safety standards.

ISO 22000:2005 essentially includes the following elements:

Food Safety Management System: * ISO 22000 enables organizations to manage all activities related to food safety with a systematic approach. This system helps organizations to create their policies, objectives, and processes, and to continuously improve them.

Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP): ISO 22000 is based on HACCP principles and requires the implementation of these principles. This ensures the identification, assessment, and control of potential food safety hazards.

Prerequisite Programs (PRPs): ISO 22000 defines the essential conditions and activities necessary to ensure food safety (for example, hygiene practices, equipment cleaning, personnel training). PRPs are supportive elements of the HACCP plan and are necessary to ensure a safe production environment.

Monitoring and Measurement: ISO 22000 establishes procedures for monitoring and measuring the effectiveness of food safety processes. This is necessary for monitoring critical control points (CCPs), implementing corrective actions, and continuously improving processes.

Internal and External Communication: Communication is important for the effective management of food safety risks. ISO 22000 enables organizations to establish effective communication with both internal and external stakeholders. This requirement involves ensuring the flow of information among suppliers, customers, regulatory authorities, and employees.

Documentation and Record Keeping: ISO 22000 requires the documentation and recording of all processes, procedures, and outcomes. This supports the traceability of processes and continuous improvement efforts.

Management Responsibility: It requires top management to establish the food safety policy, set objectives, and provide the necessary resources to achieve these objectives. Management should periodically review the effectiveness of the system and take the necessary steps for continuous improvement.

Useful Links

<https://kutuphane.tarimorman.gov.tr/vufind/Record/1172867>

<https://megep.meb.gov.tr/?page=moduller>

https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/127480/mod_resource/content/0/GDM403%20Personel%20hijyeni.pdf

https://www.ttb.org.tr/kollar/COVID19/haber_goster.php?Guid=e952f63c-8ef7-11ea-9b7d-6d38d16eb233



3.3.4 GDO EĞİTİMİ

Eğitimin Süresi

120 saat

Eğitimin Amacı

Eğitim ile kursiyerlerin, genetiği değiştirilmiş organizmaların tarihçesi ve tanımı, GDO'ların gelişimi ve elde edilme yöntemleri, yerel bitki gen kaynakları, biyoçeşitlilik, GDO'ların dünya çapında kullanımı, kullanım nedenleri, kullanım sıklığı, sınıflandırılması, potansiyel riskleri, değerlendirilmesi, mevzuat uygulamaları, GDO'lar hakkında bilgi sahibi olmaları amaçlanmaktadır. Aynı zamanda bitkisel üretim aşamaları, dünyada ve Türkiye'de GDO'lar için geliştirilen politikalar, ticarete ulusal ve uluslararası düzenlemeler, prosedürler, yasal düzenlemeler, ulusal-uluslararası gıda güvenliği ve biyogüvenlik ile ilgili içeriğe sahip bir eğitim olması hedeflenmektedir.

Eğitimin Başlıkları

- 1- Gen, Genetik, Organizma tanımı yapıldı ve genetiğin tarihçesi
- 2- Genetiği değiştirilmiş organizmalar (GDO) ve tarihçesi
- 3- Genetiği değiştirilmiş organizmaların niçin yapıldığı ve örnekleri
- 4- Dünyada ve Türkiye'de Genetiği Değiştirilmiş
- 5- Organizmalara ilişkin mevzuat karşılaştırılması
- 6- GDO'lu ürünlerin yapım ve tespit yöntemleri
- 7- GDO'ların çevre, sağlık, biyoçeşitlilik, etik, gıda güvenliği, sosyo-ekonomik ve diğer zararları
- 8- GDO'ların tarımsal verimlilik, dayanıklılık, gıda güvenliği, ilaç, iklim değişikliği ile baş etme ve çevresel etkiler gibi faydaları
- 9- GDO'lu ürünlerle ilgili endişeler
- 10- Biyogüvenliğin tanımı, biyogüvenlik aşamaları ve biyogüvenlikte yapılması gerekenler
- 11- Uluslararası biyogüvenlik mekanizmaları ve GDO'larla ilgili biyogüvenlik standartlar
- 12- Dünyada GDO'larla ilgili mevzuat, dünyadaki biyogüvenlik yasalarında yer alan ülkelerden örnekler

3.3.4 GMO TRAINING

Duration of Training

120 hours

Purpose of Training

The training aims to equip participants with knowledge about the history and definition of genetically modified organisms (GMOs), the development and methods of obtaining GMOs, local plant genetic resources, biodiversity, the global use of GMOs, reasons for their use, frequency of use, classification, potential risks, assessment, and regulatory practices related to GMOs. At the same time, the aim is to have a training program that includes the stages of plant production, policies developed for GMOs in the world and Turkey, national and international regulations in trade, procedures, legal regulations, and content related to national and international food safety and biosafety.

Training Topics

- 1-Gene, Genetics, Organism definition and history of genetics
- 2-Genetically modified organisms (GMOs) and their history
- 3-Why genetically modified organisms are made and examples
- 4-Comparison of legislation on Genetically Modified Organisms in the world and in Turkey
- 5-Methods of production and detection of GMO products
- 6-Environmental, health, biodiversity, ethical, food safety, socio-economic and other hazards of GMOs
- 7-The benefits of GMOs such as agricultural productivity, resilience, food safety, medicine, coping with climate change and environmental impacts
- 8-Concerns about GMO crops
- 9-Definition of biosafety, biosafety stages and what to do in biosafety
- 10-International biosafety mechanisms and biosafety
- 11-standards for GMOs
- 12-Legislation on GMOs in the world, examples from countries in the world biosafety laws

Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar (GDO) üzerine verilen bu eğitim, katılımcılara modern tarım ve biyoteknoloji alanında karşılaşılan en önemli konulardan biri olan GDO'ların temel prensipleri ve bu alandaki güncel gelişmeler hakkında bilgi sahibi olmaları sağlamıştır. Eğitimde, genetik biliminin temelleri ve tarihçesiyle başlanarak, GDO'ların ne olduğu, nasıl ve niçin geliştirildiği, dünyada ve Türkiye'de GDO'lara ilişkin mevzuatların karşılaştırılması gibi kritik konular ele alındı. Bu kapsamda, GDO'ların hem potansiyel faydaları hem de çevresel, sağlık ve sosyo-ekonomik açılardan taşıdığı riskler detaylı bir şekilde incelenmiştir. Ayrıca biyogüvenlik kavramı ve bu alandaki uluslararası standartlar üzerinde durularak, GDO'ların güvenli kullanımına dair önemli bilgiler verildi.

Eğitimde özellikle vurgulanan noktalardan biri, GDO'lu ürünlerin pazara erişim süreçleri ve bu süreçte dikkat edilmesi gereken adımlar olmuştur. GDO'ların tarımsal verimlilik, dayanıklılık ve gıda güvenliği gibi alanlarda sunduğu faydalar, bu ürünlerin pazarda rekabetçi bir konuma gelmelerine olanak tanırken, aynı zamanda bu ürünlerle ilgili mevcut endişeler ve biyogüvenlik gereksinimleri de göz önünde bulundurulması gereken önemli faktörler olarak öne çıktı. Eğitimin amacı, katılımcıların GDO'larla ilgili güncel bilgiler edinmelerini sağlamakla kalmayıp, bu bilgileri pazara erişim stratejileri geliştirme ve uygulamada nasıl kullanabileceklerini göstermektir.

GDO'lar, özellikle tarımsal üretimde verimlilik ve dayanıklılığı artırmak için geliştirilen organizmalar olarak bilinir. Bu organizmalar, genetik mühendislik teknikleri kullanılarak belirli özelliklerin artırılması veya yeni özellikler kazandırılması amacıyla modifiye edilmektedir. Eğitimde bu süreçlerin nasıl işlediği, hangi yöntemlerle GDO'ların tespit edilebildiği ve bu yöntemlerin doğruluğu üzerinde duruldu. GDO'lu ürünlerin yapım aşamalarında kullanılan biyoteknolojik yöntemler hakkında bilgi verildi ve bu ürünlerin pazarda nasıl tanıtılabileceği konusunda önemli ipuçları sunuldu.

Dünyada ve Türkiye'de GDO'lara ilişkin mevzuatlar karşılaştırıldığında, GDO'ların pazara erişiminde yasal düzenlemelerin kritik bir rol oynadığı görüldü. Her ülkenin kendi biyogüvenlik standartlarına sahip olması ve bu standartların uluslararası mekanizmalarla uyumlu hale getirilmesi, GDO'lu ürünlerin küresel pazarda yer bulabilmesi için zorunlu hale gelmiştir. Bu eğitimde, GDO'lara ilişkin ulusal ve uluslararası mevzuatlar hakkında katılımcılara geniş bilgi sunuldu. Özellikle Türkiye'nin biyogüvenlik yasaları ve bu yasaların uluslararası biyogüvenlik protokolleri ile nasıl entegre olduğu üzerinde duruldu. Böylece pazara erişim stratejilerini oluştururken bu mevzuatlara uygun hareket etmenin önemi kavranmış oldu.

GDO'ların pazara erişiminde dikkat edilmesi gereken önemli noktalar arasında, tüketici güveninin sağlanması ve GDO'lu ürünlerin etik boyutları yer aldı. GDO'lar, bazı çevrelerce tarımsal verimliliği artırıcı bir yenilik olarak görülürken, diğer çevreler tarafından potansiyel sağlık riskleri ve çevresel etkileri nedeniyle eleştirilmektedir. Bu nedenle, GDO'lu ürünlerin pazarlanmasında tüketici bilgilendirmesi ve şeffaflık büyük önem taşır. Eğitimde, bu konulara özel bir önem verilerek, katılımcılara GDO'lu ürünlerin etik, çevresel ve sağlık açısından nasıl daha güvenilir hale getirilebileceği konusunda stratejiler sunuldu.

This training on Genetically Modified Organisms (GMOs) provided participants with information on the basic principles of GMOs, one of the most important issues in modern agriculture and biotechnology, and current developments in this field. Starting with the basics and history of genetic science, the training covered critical issues such as what GMOs are, how and why they were developed, and a comparison of the legislation on GMOs in the world and in Turkey. In this context, both the potential benefits and the environmental, health and socio-economic risks of GMOs were examined in detail. In addition, the concept of biosafety and international standards in this field were emphasized and important information on the safe use of GMOs was provided.

One of the points particularly emphasized in the training was the process of market access of GMO products and the steps to be considered in this process. While the benefits that GMOs offer in areas such as agricultural productivity, resilience and food safety allow these products to gain a competitive position in the market, existing concerns and biosafety requirements are also important factors to consider. The aim of the training is not only to provide participants with up-to-date information on GMOs, but also to show how they can use this knowledge to develop and implement market access strategies.

GMOs are known as organisms developed to increase productivity and resilience, especially in agricultural production. These organisms are modified using genetic engineering techniques to increase certain traits or introduce new traits. The training focused on how these processes work, the methods by which GMOs can be detected and the accuracy of these methods. Information was given about the biotechnological methods used in the production of GMO products and important tips were provided on how these products can be introduced in the market.

A comparison of the legislation on GMOs in the world and in Turkey showed that legal regulations play a critical role in the market access of GMOs. It has become imperative for each country to have its own biosafety standards and to harmonize these standards with international mechanisms in order for GMO products to find a place in the global market. In this training, participants were provided with extensive information on national and international legislation on GMOs. In particular, Turkey's biosafety laws and how these laws are integrated with international biosafety protocols were emphasized. Thus, the importance of acting in accordance with these legislations while formulating market access strategies was understood.

Among the key considerations in the market access of GMOs were ensuring consumer confidence and the ethical aspects of GM crops. While GMOs are seen by some as an innovation to increase agricultural productivity, they are criticized by others for their potential health risks and environmental impacts. For this reason, consumer information and transparency in the marketing of GMO products are of utmost importance. The training paid special attention to these issues and provided participants with strategies on how to make GMO products more ethically, environmentally and health-safe.



Pazara erişim sürecinde dikkat edilmesi gereken bir diğer önemli konu da GDO'ların etik ve çevresel boyutlarıdır. GDO'lu ürünlerin pazarlanmasında, tüketicilerin bu ürünlere karşı duyduğu endişelerin giderilmesi ve bu ürünlerin çevresel etkilerinin minimize edilmesi gerekmektedir. Eğitimde, bu konuda yapılabilecek iyileştirmeler ve tüketici güveninin nasıl kazanılabileceği üzerinde duruldu. Pazara erişim stratejilerinde etik ve çevresel sorumluluk bilincinin önemi anlatıldı. GDO'lu ürünlerin pazara erişiminde karşılaşılabilecek zorluklar ve bu zorlukların nasıl aşılabileceği konularında da bilgiler verildi. GDO'ların pazara erişiminde karşılaşılan en büyük zorluklardan biri, bu ürünlere karşı toplumda var olan olumsuz algıdır. Eğitimde, bu algının nasıl yönetilebileceği, tüketiciciye doğru ve güvenilir bilgi sunmanın önemi vurgulandı. GDO'lu ürünlerin pazarda kabul görmesi için şeffaflık, güvenilirlik ve biyogüvenlik önlemlerinin titizlikle uygulanması gerektiği anlatıldı.

Eğitimde verilen en önemli ve özet bilgiler, katılımcıların GDO'lu ürünlerin pazara erişimi konusunda izlemeleri gereken adımları net bir şekilde anlamalarına yardımcı oldu. GDO'lu ürünlerin pazara erişiminde yasal düzenlemeler, tüketici bilgilendirmesi, etik sorumluluk ve biyogüvenlik önlemleri gibi anahtar bilgilerin doğru bir şekilde uygulanması, bu ürünlerin pazarda başarılı olmasını sağlayacak temel unsurlardır. Bu eğitim, katılımcıların GDO'lar hakkında derinlemesine bilgi sahibi olmalarını sağladı ve bu bilgileri pazara erişim stratejilerine nasıl entegre edebileceklerini gösterdi. Katılımcılar, GDO'lu ürünlerin hem potansiyel faydalarını hem de bu ürünlerle ilgili mevcut endişeleri anlayarak, bu alanda bilinçli ve stratejik adımlar atabilecek duruma geldiler. Bu sayede, GDO'lu ürünlerin pazarda başarılı bir şekilde konumlandırılması ve tüketicilerin bu ürünlere güven duyması sağlanmış olacaktır.

Faydalı Bağlantılar

<https://www.britannica.com/science/genetically-modified-organism>
<https://www.fda.gov/food/agricultural-biotechnology/gmo-crops-animal-food-and-beyond>
<https://education.nationalgeographic.org/resource/genetically-modified-organisms/>
https://www.ankaratb.org.tr/lib_upload/72_GDO%20nedir_09_11_2009.pdf
<https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/3913/xfiles/gdo-son.pdf>

Another important issue to be considered in the market access process is the ethical and environmental aspects of GMOs. In the marketing of GMO products, consumers' concerns about these products need to be addressed and the environmental impact of these products should be minimized. The training focused on the improvements that can be made in this regard and how to gain consumer confidence. The importance of ethical and environmental responsibility in market access strategies was explained. Information was also given on the difficulties that may be encountered in the market access of GMO products and how these difficulties can be overcome. One of the biggest challenges in market access for GMOs is the negative public perception of these products.

The training emphasized how to manage this perception and the importance of providing accurate and reliable information to consumers. It was explained that transparency, reliability and biosafety measures must be meticulously implemented in order for GMO products to be accepted in the market.

The most important and summarized information provided in the training helped the participants to clearly understand the steps they need to follow regarding market access for GMO products. The correct application of key information such as legal regulations, consumer information, ethical responsibility and biosafety measures are the key elements that will ensure the success of GMO products in the market. This training provided participants with an in-depth knowledge of GMOs and showed them how to integrate this knowledge into their market access strategies. By understanding both the potential benefits of GMO crops and the current concerns about them, participants were able to take informed and strategic steps in this area. This will ensure that GM crops are successfully positioned in the market and that consumers have confidence in them.

Useful Links

<https://www.britannica.com/science/genetically-modified-organism>
<https://www.fda.gov/food/agricultural-biotechnology/gmo-crops-animal-food-and-beyond>
<https://education.nationalgeographic.org/resource/genetically-modified-organisms/>
https://www.ankaratb.org.tr/lib_upload/72_GDO%20nedir_09_11_2009.pdf
<https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/3913/xfiles/gdo-son.pdf>



3.3.5 KİRLETİCİLER EĞİTİMİ

Eğitimin Süresi

120 saat

Eğitimin Amacı

Kirleticilerin tarihçesi, kirleticilerin ölçümü, dünya ve Türkiye ölçeğinde kirleticilere yönelik geliştirilen politikalar, ticarete ulusal ve uluslararası düzenlemeler, prosedürler, yasal düzenlemeler, ulusal-uluslararası gıda güvenliği ve biyogüvenlik ile ilgili bir eğitim olması amaçlanmaktadır.

Eğitimin Başlıkları

- 1-Kirleticilerin Tanımı ve Çeşitleri
- 2-Kirleticilerin Genel Özellikleri
- 3- Kalıcı Organik Kirleticiler Sözlüğü
- 4- Kalıcı Organik Kirleticiler
- 5- Kalıcı Organik Kirleticilerin Özellikleri
- 6- Kalıcı Organik Kirleticilerin Gıda ve Sağlık Alanına Etkileri
- 7- Pestisitler ve Genel Özellikleri
- 8- Pestisitlerin Gıda ve Sağlık Alanındaki Etkileri
- 9- Kirleticilere Yönelik Ulusal ve Uluslararası Sözleşmeler
- 10- Türkiye'de KOK Politikası

Kirleticiler eğitimi, özellikle çevreye zararlı maddelerin kullanımı, taşınması ve bertarafı konusunda eğitim verilmesi anlamına gelir. Bu tür eğitimlerin pazara erişimde katkılarını başta şirketlerin yerel ve uluslararası çevre mevzuatına uymasını sağlar. Yasal uyumluluk, pazara erişim için bir zorunluluktur. Eğitimli personel, şirketlerin bu yasalara uygun hareket etmesine yardımcı olur ve cezai yaptırımlardan kaçınılmasına olanak tanır. Kirleticilerin yanlış yönetimi, çevresel temizlik, cezalar ve hukuki sorunlar gibi maliyetleri artırabilir. Eğitim, bu tür maliyetlerin önlenmesine yardımcı olur, bu da uzun vadede pazara erişim maliyetlerinin düşürülmesine katkıda bulunur. Eğitimin bir parçası olarak sürdürülebilirlik uygulamalarının benimsenmesi, şirketlerin çevreye daha az zarar veren ürün ve hizmetler sunmasına olanak tanır. Bu da şirketlerin daha geniş ve duyarlı bir pazara erişimini kolaylaştırır.

3.3.5 CONTAMINANTS TRAINING

Duration of Training

120 hours

Purpose of Training

It is aimed to be a training on the history of pollutants, measurement of pollutants, policies developed for pollutants in the world and Turkey, national and international regulations in trade, procedures, legal regulations, national-international food safety and biosafety.

Training Topics

- 1-Definition and Types of Pollutants
- 2- General Characteristics of Pollutants
- 3- Glossary of Persistent Organic Pollutants
- 4- Persistent Organic Pollutants
- 5- Characteristics of Persistent Organic Pollutants
- 6- Effects of Persistent Organic Pollutants on Food and Health
- 7- Pesticides and General Properties
- 8- Effects of Pesticides on Food and Health
- 9- National and International Conventions on Pollutants
- 10- +POPs Policy in Turkey

Pollutants training refers to training in the use, transportation and disposal of substances that are particularly harmful to the environment. The contribution of such training to market access is primarily to ensure that companies comply with local and international environmental legislation. Legal compliance is a must for market access. Trained personnel help companies to comply with these laws and avoid criminal sanctions. Mismanagement of pollutants can increase costs such as environmental cleanup, fines and legal issues. Training helps to avoid such costs, which contributes to lower market access costs in the long term. Adopting sustainability practices as part of training allows companies to offer products and services that are less damaging to the environment. This facilitates companies' access to a wider and more responsive market.

Kirleticiler ders içeriği özetlenecek olursa kirleticiler, çevreye zarar veren ve insan sağlığını tehlikeye atan maddelerdir. En yaygın kirletici türleri şunlardır: hava kirliliği, su kirliliği, toprak kirliliği, gürültü kirliliği ve ışık kirliliği şeklindedir.

Su kirliliği; atık su, kimyasallar ve gübreler gibi kirleticilerin su kaynaklarına girmesiyle meydana gelir. Konutlar, endüstri kuruluşları, termik santraller, gübreler, kimyasal mücadele ilaçları (pestisitler), sanayi atık suları su kirliliğini meydana getiren başlıca kaynaklardır. Su kirliliği ishal, kolera ve tifo gibi hastalıklara neden olabilir. Toprak kirliliği ise kimyasallar, gübreler ve atıklar gibi kirleticilerin toprağa girmesiyle meydana gelir. Özellikle ağır metaller; sanayi atıkları, madencilik faaliyetleri ve tarımda kullanılan bazı kimyasallar toprağa ağır metaller (kurşun, cıva, kadmiyum) bulaştırabilir. Bu metaller, bitkiler tarafından emilebilir ve besin zincirine girerek insanlara kadar ulaşabilir. Pestisitler; aşırı pestisit ve gübre kullanımı, toprağın kimyasal yapısını bozabilir ve bu kimyasallar bitkilere geçerek gıda maddelerinde kalıntı bırakabilir. Toprakta bitkilere geçen kirletici maddeler, besin zinciri yoluyla insana kadar ulaşır. Kirleticiler eğitimi kapsamında bazı kelimelerin kısaltmalarının bilinmesi tüm yönetmelik, yasal mevzuat ve eğitim içeriğinin anlaşılabilmesi için gereklidir. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığının resmi sitesindeki en sık kullanılan bazı kısaltmalar aşağıda verilmiştir.

SSTK: Stockholm Sözleşmesi Taraflar Konferansı

AK: Avrupa Komisyonu

AB: Avrupa Birliği

GEF: Küresel Çevre Fonu

NATO: Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü

STK: Sivil Toplum Kuruluşu

UUP: Ulusal Uygulama Planı

EİKÖ: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü

OP: Operasyonel Program

PEN: KOKları Bertaraf Etme Ağı

KOKlar: Kalıcı Organik Kirleticiler

SK: KOKlarla İlgili Stockholm Sözleşmesi

BM: Birleşmiş Milletler

BMKP: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı

BMÇP: Birleşmiş Milletler Çevre Programı

BMSKT: Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı

DSÖ: Dünya Sağlık Örgütü

KALICI ORGANİK KİRLETİCİLER

Kalıcı organik kirleticiler (KOK), doğada uzun süre bozulmadan kalabilen, uzun mesafeler boyunca taşınan, yağ dokuda birikme özelliği olan ve aynı zamanda çevre ve insan sağlığı üzerinde yüksek risk taşıyan kimyasallardır. Sahip oldukları kimyasal özellikleri sonucu, sadece üretildikleri yerde değil, hiç üretilmeyen ve hatta kullanılmayan yerlerde dahi izine rastlanan bu kimyasallar dünya genelinde sadece ulusal değil küresel anlamda tehlike arz eden maddeler olarak bilinmektedir. KOK'lar, geleneksel olarak üretilmiş pestisitler, sanayi kimyasalları ve endüstriyel aktiviteler sonucu istenmeden (kasıtsız) ortaya çıkan tehlikeli kimyasallardır. 12 adet mevcut ve 11 adet yeni olan 23 adet Kalıcı Organik Kirletici özellikleri ve kullanım yerleri dikkate alınarak 3 ayrı grup altında toplanabilir. Bunlar; bitki koruma ürünleri, sanayi kimyasalları ve kasıtsız üretimden kaynaklanan kalıcı organik kirleticilerdir. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığının resmi sitesinde organik kirleticiler aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır.

Pollutants To summarize the course content, pollutants are substances that damage the environment and endanger human health. The most common types of pollutants are: air pollution, water pollution, soil pollution, noise pollution and light pollution.

Water pollution occurs when pollutants such as waste water, chemicals and fertilizers enter water resources. Houses, industrial establishments, thermal power plants, fertilizers, chemical pesticides, industrial wastewater are the main sources of water pollution. Water pollution can cause diseases such as diarrhea, cholera and typhoid.

Soil pollution occurs when pollutants such as chemicals, fertilizers and wastes enter the soil. In particular heavy metals; industrial wastes, mining activities and some chemicals used in agriculture can contaminate soil with heavy metals (lead, mercury, cadmium). These metals can be absorbed by plants and enter the food chain and reach humans. Pesticides; excessive use of pesticides and fertilizers can disrupt the chemical structure of the soil and these chemicals can pass into plants and leave residues in foodstuffs. Contaminants that pass from soil to plants reach humans through the food chain

Knowing the abbreviations of some words within the scope of pollutants training is necessary to understand all regulations, legal legislation and training content. Some of the most frequently used abbreviations on the official website of the Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change are given below.

SSTK: Conference of the Parties to the Stockholm Convention

AK: European Commission

AB: European Union

GEF: Global Environment Facility

NATO: North Atlantic Treaty Organization

STK: Civil Society Organization

UUP: National Implementation Plan

EİKÖ: Organization for Economic Cooperation and Development

OP: Operational Program

PEN: POPs Disposal Network

KOKlar: Persistent Organic Pollutants

SK: Stockholm Convention on POPs

BM: United Nations

BMKP: United Nations Development Program

BMÇP: United Nations Environment Program

BMSKT: United Nations Industrial Development Organization

DSÖ: World Health Organization

PERSISTENT ORGANIC POLLUTANTS

Persistent organic pollutants (POPs) are chemicals that can remain intact in nature for a long time, are transported over long distances, have the ability to accumulate in adipose tissue and at the same time pose a high risk to the environment and human health. As a result of their chemical properties, these chemicals, which are traced not only where they are produced but also where they are not produced or even where they are not used, are known worldwide as substances that pose a danger not only nationally but also globally.

POPs are hazardous chemicals that are unintentionally (unintentionally) produced as a result of conventionally produced pesticides, industrial chemicals and industrial activities. 23 Persistent Organic Pollutants (12 existing and 11 new ones) can be categorized under 3 different groups considering their properties and places of use. These are plant protection products, industrial chemicals and persistent organic pollutants resulting from unintentional production. On the official website of the Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change, organic pollutants are classified as follows.

Kalıcı organik kirleticiler (KOK), tarım ürünlerini kirleterek ve insan sağlığı için riskler oluşturarak gıda sahasını önemli ölçüde etkiler. Bu kimyasallar, gıda zincirleri boyunca biyolojik olarak birikme ve biyolojik olarak büyüme yetenekleri ile karakterize edilir ve insanlar da dahil olmak üzere organizmalarda artan konsantrasyonlara yol açar. Topraktaki KOK'ların varlığı, mikrobiyal toplulukları bozduğu ve toprak yapısını bozduğu için mahsul fizyolojisini, biyokimyasını ve genel verimliliği olumsuz etkileyebilir. Dahası, bu kirleticiler üretim, paketlenme veya nakliye sırasında meydana gelebilen gıda ürünlerini kirlettiğinde gıda güvenliği tehlikeye girer.

Sağlık üzerine birçok olumsuz etkisinin olduğu bilinmektedir. KOK'lar, kansere yol açtığı bilinen birçok kimyasal içerir. Sinir sistemine zarar verebilir ve hafıza kaybı, titreme, felç ve hatta ölüm gibi sorunlara yol açabilir. KOK'lar üreme sistemini etkileyebilir ve doğurganlığı azaltabilir, doğum kusurlarına ve düşük yapma riskini artırabilir. Fetüs ve bebeklerin gelişmesini etkileyebilir ve zihinsel engellilik, gecikmiş gelişim ve öğrenme güçlüğü gibi problemlere yol açabilir. KOK'lar diyabet, kalp hastalığı, tiroid hastalığı ve obezite gibi diğer sağlık problemlerine de yol açabilir.

Pestisitler; zararlı organizmaları engellemek, kontrol altına almak ya da zararlarını azaltmak için kullanılan madde ya da maddelerden oluşan karışımlardır. Pestisit, kimyasal bir madde, virüs ya da bakteri gibi biyolojik bir ajan, antimikrobik, dezenfektan ya da herhangi bir araç olabilir. Ancak, pestisitlerin gıda ve sağlık üzerinde de birçok olumsuz etkisi olabilir. Pestisitler, gıdalarda kalıntılar bırakabilir, su ve toprak kirliliğine yol açabilir. Bu kirlilik, gıdalara bulaşabilir ve gıda zehirlenmesine neden olabilir. Pestisitler, arılar ve diğer faydalı böcekler gibi polinatörleri öldürebilir. Bu durum, tarımsal üretimi ve biyolojik çeşitliliği olumsuz etkileyebilir. Ayrıca pestisitlerin yanlış kullanımı veya kazayla yutulması, akut zehirlenmelere yol açabilir. Bu zehirlenmeler kusma, ishal, baş dönmesi ve hatta ölüm gibi ciddi sağlık problemlerine neden olabilir. Bazı insanlar, pestisitlere karşı alerjik reaksiyon gösterebilir. Bu reaksiyonlar, ciltte döküntü, kaşıntı, nefes darlığı ve hatta anafilaksi gibi ciddi sağlık problemlerine neden olabilir.

KOK'ların üretimini, kullanımını ve salınımını kontrol altına almak için uluslararası alanda çeşitli sözleşmeler imzalanmıştır. Bu sözleşmeler, çevre ve insan sağlığını korumak, uluslararası iş birliğini teşvik etmek, bilgi ve teknoloji paylaşımını teşvik etmek ve halkın katılımını teşvik etmek gibi önemli bir rol oynamaktadır. Bu sözleşmelerden en önemlisi Stockholm Sözleşmesi: 2004 yılında yürürlüğe giren Stockholm Sözleşmesi, belirlen KOK'ların üretimini ve kullanımını yasaklamak veya kısıtlamak için tasarlanmıştır. Sözleşme ayrıca, KOK'ların salınımını azaltmak ve KOK'larla kirlenmiş alanları temizlemek için de önlemler içermektedir. Türkiye de 2009 yılında Stockholm Sözleşmesi'ne taraf olmuştur.

Faydalı Bağlantılar

- 1-<https://kutuphane.tarimorman.gov.tr/vufind/Record/1172867>
- 2- <https://megep.meb.gov.tr/?page=moduller>
- 3- https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/127480/mod_resource/content/0/GDM403%20Personel%20hijyeni.pdf
- 4- https://www.ttb.org.tr/kollar/COVID19/haber_goster.php?Guid=e952f63c-8ef7-11ea-9b7d-6d38d16eb233

Persistent organic pollutants (POPs) significantly affect the food supply by contaminating agricultural products and posing risks to human health. These chemicals are characterized by their ability to bioaccumulate and bioaccumulate along food chains, leading to increased concentrations in organisms, including humans. The presence of POPs in soil can negatively affect crop physiology, biochemistry and overall productivity as they disrupt microbial communities and degrade soil structure. Moreover, food safety is compromised when these contaminants contaminate food products, which can occur during production, packaging or transportation.

They are known to have many negative effects on health. POPs contain many chemicals known to cause cancer. They can damage the nervous system and lead to problems such as memory loss, tremors, paralysis and even death. POPs can affect the reproductive system and can reduce fertility, cause birth defects and increase the risk of miscarriage. They can affect the development of fetuses and babies and lead to problems such as intellectual disability, delayed development and learning difficulties. POPs can also cause other health problems such as diabetes, heart disease, thyroid disease and obesity.

Pesticides are substances or mixtures of substances used to prevent, control or reduce the harm of harmful organisms. A pesticide can be a chemical substance, a biological agent such as a virus or bacteria, an antimicrobial, disinfectant or any other agent. However, pesticides can also have many negative impacts on food and health. Pesticides can leave residues in food and cause water and soil contamination. This contamination can get into food and cause food poisoning. Pesticides can kill pollinators such as bees and other beneficial insects. This can negatively affect agricultural production and biodiversity. In addition, misuse or accidental ingestion of pesticides can lead to acute poisoning. These poisonings can cause serious health problems such as vomiting, diarrhea, dizziness and even death. Some people may have allergic reactions to pesticides. These reactions can cause serious health problems such as skin rashes, itching, shortness of breath and even anaphylaxis.

Several international conventions have been signed to control the production, use and release of POPs. These conventions play an important role in protecting the environment and human health, promoting international cooperation, encouraging the sharing of information and technology, and promoting public participation. The most important of these conventions is the Stockholm Convention: Entered into force in 2004, the Stockholm Convention is designed to ban or restrict the production and use of designated POPs. It also includes measures to reduce the release of POPs and to clean up POPs-contaminated sites. Turkey became a party to the Stockholm Convention in 2009.

Useful Links

- 1-<https://kutuphane.tarimorman.gov.tr/vufind/Record/1172867>
- 2- <https://megep.meb.gov.tr/?page=moduller>
- 3- https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/127480/mod_resource/content/0/GDM403%20Personel%20hijyeni.pdf
- 4- https://www.ttb.org.tr/kollar/COVID19/haber_goster.php?Guid=e952f63c-8ef7-11ea-9b7d-6d38d16eb233



3.3.6 ETİKETLEME EĞİTİMİ

Eğitimin Süresi

120 saat

Eğitimin Amacı

Gıda Etiketleme, Sunum, Tanıtım ve Reklam, Görünüm, Ambalajlama, Kullanılan Görseller, Olumlu ve Olumsuz İfadeler, Etiketlemede ulusal-uluslararası mevzuat ve düzenlemeler, ilgili Resmi Kurumların Yönetmelikleri, Türk gıda kodeksi yönetmeliğine uygun gıda maddelerinin genel etiketleme kuralları, Zorunlu Beyan Esasları, Faaliyet Alanlarına Göre Sorumluluklar, Zorunlu beyan bilgileri ve ek zorunlu bilgileri içeren Etiketleme kurallarına ilişkin bilgileri kapsayacaktır.,

Eğitimin Başlıkları

- 1- Etiket ve Etiketleme Nedir?
- 2- Etiket Fonksiyonları ve Bilinçli Gıda Tüketimi
- 3- Türkiye’de ve Avrupa Birliğinde Gıda Etiketleme Mevzuatı
- 4- Etiket Çeşitleri ve Materyalleri Nelerdir?
- 5- Gıda Ambalajı Baskısında Dikkat Edilecek Hususlar
- 6- Etiketleme İle İlgili Bilgilendirmeye Kurallar
- 7- Gıda Hakkında İlişkin Genel Gereklilikler ve Gıda İşletmecilerinin Sorumlulukları
- 8- Gıda Maddelerinin Etiketinde Bulundurulması Zorunlu Tanımlar
- 9- Zorunlu Etiket Bilgileri ve İsteğe Bağlı Bilgilendirme
- 10- Organik Ürünlerin ve GDO İçeren Gıdaların Etiketlenmesi
- 11- Etiket “İşinlanılmış Gıda ve Doğal” İfadelerinin Kullanılması
- 12- En Çok Görülen Gıda Etiketleme Hataları
- 13- Coğrafi İşaretler
- 14- Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Kılavuzu İncelenmesi
- 15- Ambalajlarda Kullanılan Logo ve Semboller

NEET’ler Pazara Erişiyor Projesi kapsamında gerçekleştirilen etiketleme eğitimi, gençlerin işgücü piyasasına hazırlanmasını ve iş dünyasında rekabet edebilirliklerini artırmayı hedeflemiştir. Etiketleme, gıda sektöründe büyük bir öneme sahip olup, ürünlerin tüketiciye doğru ve güvenilir bir şekilde sunulmasını sağlar. Bu bağlamda, eğitimin içeriği hem teorik bilgileri hem de pratik uygulamaları kapsayarak kursiyerlerin iş dünyasına yönelik donanımlarını artırmıştır.

3.3.6 LABELING TRAINING

Duration of Training

120 hours

Purpose of Training

Food Labeling, Presentation, Promotion and Advertising, Appearance, Packaging, Visuals Used, Positive and Negative Expressions, National-International Legislation and Regulations on Labeling, Regulations of Relevant Official Institutions, General labeling rules of foodstuffs in accordance with the Turkish Food Codex Regulation, Mandatory Declaration Principles, Responsibilities According to Fields of Activity, Mandatory declaration information and additional mandatory information will cover information on labeling rules,

Training Topics

- 1- What are Labels and Labeling?
- 2- Functions of Labeling and Conscious Food Consumption
- 3- Food Labeling Legislation in Turkey and the European Union
- 4- What are the Types and Materials of Labels?
- 5- Food Packaging Printing Considerations
- 6- Rules Related to Labeling
- 7- General Requirements for Food Information and Responsibilities of Food Operators
- 8- Mandatory Definitions on the Labels of Foodstuffs
- 9- Mandatory Label Information and Optional Information
- 10- Labeling of Organic Products and Foods Containing GMOs
- 11- Use of the terms “Irradiated Food and Natural” on the label
- 12- Most Common Food Labeling Errors
- 13- Geographical Indications
- 14- Food Labeling and Consumer Information Guide Review
- 15- Logo and Symbols Used in Packaging

The labeling training under the NEETs Access to Market Project aimed to prepare young people for the labor market and increase their competitiveness in the business world. Labeling is of great importance in the food sector, ensuring that products are presented to the consumer accurately and reliably. In this context, the content of the training covered both theoretical knowledge and practical applications to equip the trainees for the business world.

Pazara Erişimde İzlenecek Adımlar

Ürün Analizi ve Hedef Pazarın Belirlenmesi: Eğitimde ilk olarak kursiyerlere, ürünlerin hedef pazarlarını nasıl belirleyecekleri konusunda bilgi verilmiştir. Hedef pazar, ürünün özelliklerine, tüketici taleplerine ve yasal gerekliliklere göre şekillenir. Bu süreçte, hedef pazarın belirlenmesi, ürünün etiketleme stratejisini de doğrudan etkiler.

Yasal Gerekliliklerin İncelenmesi: Hedef pazar belirlendikten sonra, bu pazara ait yasal gereklilikler detaylı bir şekilde incelenmelidir. Türkiye ve Avrupa Birliği'nde geçerli olan gıda etiketleme mevzuatları, eğitimin önemli bir parçasını oluşturmuştur. Bu yasal gereklilikler, ürünün içeriğinden ambalaj materyaline kadar birçok unsuru kapsar.

Etiket Tasarımı ve Bilgilendirme Stratejisi: Ürünün etiketinin tasarımı hem yasal gerekliliklere uyum sağlamalı hem de tüketiciye doğru ve çekici bir şekilde sunulmalıdır. Eğitimde, etiketin tasarım aşamasında dikkat edilmesi gereken hususlar üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda, zorunlu etiket bilgileri, isteğe bağlı bilgilendirme, coğrafi işaretler ve organik ürünlerin etiketlenmesi gibi konular detaylandırılmıştır.

Ambalaj ve Etiket Materyallerinin Seçimi: Eğitimin bir diğer önemli aşaması, ambalaj ve etiket materyallerinin seçilmesidir. Ambalajın ürünü koruma işlevi olduğu kadar, tüketiciyi bilgilendirme ve pazarlama aracı olarak da büyük bir önemi vardır. Bu nedenle, materyal seçiminde ürünün özellikleri, pazar talepleri ve yasal düzenlemeler dikkate alınmalıdır.

Üretim Süreci ve Kalite Kontrol: Etiketleme sadece tasarımı ve materyal seçimi ile sınırlı kalmaz; aynı zamanda üretim süreci ve kalite kontrol aşamalarını da kapsar. Eğitimde, üretim sürecinde etiketleme ile ilgili dikkat edilmesi gereken hususlar ve bu süreçlerin denetimi üzerinde durulmuştur.

Pazara Sunum ve Müşteri İlişkileri: Etiketlemenin tamamlanmasından sonra, ürünün pazara sunulması ve tüketicilerle olan etkileşimi kritik bir rol oynar. Eğitimde, pazara sunum stratejileri, müşteri ilişkileri ve tüketici şikayetlerinin yönetimi gibi konular ele alınmıştır.

Pazara Erişimde Önemli Noktalar/Anahtar Bilgiler

-Doğru Bilgilendirme: Etiketler, tüketicilere ürün hakkında doğru bilgi sağlama amacı taşır. Ürün içeriği, besin değerleri, saklama koşulları ve üretici bilgileri gibi unsurların eksiksiz ve doğru bir şekilde sunulması büyük önem taşır. Yanlış veya eksik bilgiler hem yasal sorunlara yol açabilir hem de tüketici güvenini zedeleyebilir.

-Mevzuata Uyum: Türkiye ve AB gibi pazarlarda, gıda etiketleme mevzuatlarına uyum, ürünün pazarda yer bulabilmesi için zorunludur. Etiketleme eğitiminde, bu mevzuatlara uyumun sağlanması ve sürekli olarak güncellenen yasal gerekliliklerin takip edilmesi üzerinde durulmuştur.

-Tüketici Güveni: Doğru bir etiketleme stratejisi, tüketici güvenini artırır. Tüketiciler, üzerinde güvenilir bilgi bulunan ve mevzuata uygun ürünleri tercih etme eğilimindedir. Bu nedenle, etiketlemede şeffaflık ve doğruluk, işletmelerin uzun vadeli başarısı için kritik öneme sahiptir.

-Pazar Uyumluluğu: Etiketler, hedef pazarın beklentilerine uygun olmalıdır. Bu hem yasal gereklilikleri hem de tüketici tercihlerini içerir. Örneğin, AB'ye ihracat yapacak bir firmanın, AB standartlarına uygun etiketleme yapması gereklidir.

Steps to Follow in Market Access

Product Analysis and Target Market Identification: In the training, the trainees were first informed about how to determine the target markets of the products. The target market is shaped according to product characteristics, consumer demands and legal requirements. In this process, determining the target market directly affects the labeling strategy of the product.

Analyzing Legal Requirements: Once the target market has been identified, the legal requirements of this market should be examined in detail. Food labeling regulations in Turkey and the European Union have formed an important part of the training. These legal requirements cover many elements, from the content of the product to the packaging material.

Label Design and Information Strategy: The design of the product label must both comply with legal requirements and be presented in an accurate and attractive way to the consumer. The training focused on the issues to be considered during the label design phase. In this context, mandatory label information, optional information, geographical indications and labeling of organic products were detailed.

Selection of Packaging and Labeling Materials: Another important stage of the training is the selection of packaging and label materials. Packaging not only has the function of protecting the product but also has a great importance as a means of informing the consumer and as a marketing tool. Therefore, the choice of materials should take into account the characteristics of the product, market demands and legal regulations.

Production Process and Quality Control: Labeling is not only limited to design and material selection; it also covers the production process and quality control stages. The training focuses on labeling considerations in the production process and the control of these processes.

Market Launch and Customer Relations: Following the completion of labeling, the market launch of the product and its interaction with consumers plays a critical role. The training covered topics such as go-to-market strategies, customer relations and management of consumer complaints.

Key Points/Key Information for Market Access

-Correct Information: Labels aim to provide consumers with accurate information about the product. It is of great importance that elements such as product content, nutritional values, storage conditions and manufacturer information are presented completely and accurately. Incorrect or incomplete information can lead to legal problems and damage consumer confidence.

-Compliance with Legislation: In markets such as Turkey and the EU, compliance with food labeling legislation is mandatory for the product to find a place in the market. The labeling training focused on ensuring compliance with these regulations and following the constantly updated legal requirements.

-Consumer Confidence: A correct labeling strategy increases consumer confidence. Consumers tend to prefer products with reliable information and in compliance with legislation. Therefore, transparency and accuracy in labeling are critical to the long-term success of businesses.

-Market Compliance: Labels should match the expectations of the target market. This includes both legal requirements and consumer preferences. For example, a company that will export to the EU needs to label in accordance with EU standards.



-Sürdürülebilirlik: Eğitimde, etiketleme ve ambalajlama süreçlerinde sürdürülebilirlik ilkelerine dikkat edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Sürdürülebilir ambalaj materyalleri, çevre dostu üretim süreçleri ve geri dönüştürülebilir etiketler hem tüketici talebine uygun hem de yasal gerekliliklere uyumlu olmalıdır.

Etiketlemede En Önemli ve Özet Bilgiler

Eğitim, etiketleme sürecinin temel prensiplerine ve mevzuata uyum konusuna odaklanmıştır. Kursiyerler, etiketleme sürecinin her aşamasında dikkat etmeleri gereken kuralları öğrenmiş, bu kuralların hem yerel hem de uluslararası pazarlarda nasıl uygulanacağı konusunda bilgi sahibi olmuşlardır.

-Etiket ve Etiketleme Kavramları: Etiketleme, ürünün tüketiciye sunduğu en önemli bilgi kanalıdır. Bu yüzden, etiketin işlevleri ve doğru kullanımının önemine dair kapsamlı bir bilgi verilmiştir.

-Mevzuat ve Uyumluluk: Türkiye'de ve Avrupa Birliği'nde geçerli olan gıda etiketleme mevzuatları, ürünlerin pazara sunulması açısından hayati öneme sahiptir. Bu mevzuatlara uyum hem ürün güvenliği hem de tüketici memnuniyeti açısından kritik bir gerekliliktir.

-Zorunlu ve İsteğe Bağlı Etiket Bilgileri: Ürün etiketlerinde bulunması zorunlu bilgiler, yasal gereklilikler doğrultusunda belirlenmiştir. İsteğe bağlı bilgiler ise, ürünün pazarlama stratejisini destekler nitelikte olmalıdır.

-Pratik Uygulamalar: Eğitim, sadece teorik bilgi ile sınırlı kalmamış, aynı zamanda pratik uygulamalara da yer vermiştir. Kursiyerler, öğrendikleri bilgileri iş dünyasında nasıl kullanacaklarını ve etiketleme süreçlerini nasıl yöneteceklerini deneyimleme fırsatı bulmuşlardır.

NEET'ler Pazara Erişiyor Projesi kapsamında verilen etiketleme eğitimi, gençlere pazara erişim konusunda önemli bir avantaj sağlamıştır. Kursiyerler, etiketlemenin sadece bir bilgi sunumu değil, aynı zamanda tüketici güveni oluşturma ve yasal uyumluluğu sağlama süreci olduğunu öğrenmişlerdir. Bu eğitim, gençlerin işgücü piyasasında rekabet edebilirliklerini artırmış ve onları iş dünyasına hazırlamada önemli bir rol oynamıştır.

Faydalı Bağlantılar

Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/01/20170126M1-6.htm>

AB Tüketicilerin Gıda Hakkında Bilgilendirilmesi Yönetmeliği: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A32011R1169>

Türk Gıda Kodeksi: <https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Gida-Ve-Yem-Hizmetleri/Gida-Hizmetleri/Kodeks>

Konular/Gıda-Ve-Yem-Hizmetleri/Gida-Hizmetleri/Kodeks

Coğrafi İşaretler Portalı: <https://ci.turkpatent.gov.tr/>

Organik Tarım Kanunu: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5262-20100311.pdf>

Genetik Yapısı Değiştirilmiş Organizmalar Ve Ürünlerine Dair Yönetmelik: <https://www.mevzuat.gov.tr/>

-Sustainability: The training emphasized the need to pay attention to sustainability principles in labeling and packaging processes. Sustainable packaging materials, environmentally friendly production processes and recyclable labels should be both in line with consumer demand and in compliance with legal requirements.

The Most Important and Summary Information on Labeling

The training focused on the basic principles of the labeling process and regulatory compliance. Trainees learned the rules to be considered at each stage of the labeling process and how to apply these rules in both local and international markets.

-Concepts of Labels and Labeling: Labeling is the most important channel of information that the product offers to the consumer. Therefore, a comprehensive knowledge of the functions of the label and the importance of its correct use is provided.

-Legislation and Compliance: Food labeling legislation in Turkey and the European Union is of vital importance for bringing products to market. Compliance with these regulations is a critical requirement for both product safety and consumer satisfaction.

-Mandatory and Optional Label Information: Mandatory information on product labels is determined in line with legal requirements. Optional information should support the marketing strategy of the product.

-Practical Applications: The training was not only limited to theoretical knowledge but also included practical applications. Trainees had the opportunity to experience how to use the knowledge they learned in the business world and how to manage labeling processes.

The labeling training provided under the NEETs Accessing the Market Project has given young people an important advantage in accessing the market. Trainees learned that labeling is not only a presentation of information, but also a process of building consumer confidence and ensuring legal compliance. This training increased the competitiveness of young people in the labor market and played an important role in preparing them for the world of work.

Useful Links

Food Labeling and Consumer Information Regulation: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/01/20170126M1-6.htm>

EU Regulation on Informing Consumers about Food: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A32011R1169>

Turkish Food Codex: <https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Gida-Ve-Yem-Hizmetleri/Gida-Hizmetleri/Kodeks>

Geographical Indications Portal: <https://ci.turkpatent.gov.tr/>

Organic Agriculture Law: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5262-20100311.pdf>

Regulation on Genetically Modified Organisms and Products thereof: <https://www.mevzuat.gov.tr/>



3.3.7 ORGANİK ÜRETİM EĞİTİMİ

3.3.7 Organik Üretim Eğitimi

Eğitimin Süresi

120 saat

Eğitimin Amacı

Ürünün tüketiciye ulaşmaya kadar geçirdiği süreç içeriğine sahip ayrıca organik tarımda çoğaltma, ayırma ve bölme, toprağı oluşturan ana materyaller, toprak özellikleri, organik tarımı etkileyen iklim faktörleri, organik tarım için arazi hazırlığı, temel toprak işleme alet ve makinelerinin kullanımı; tohum, çelikleme ve aşılama teknikleri ile çoğaltma yöntemleri, daldırma ve doku kültürü üretim teknikleri ile çoğaltma yöntemleri, organik tarımda gübreleme ve tarımsal sulama yöntemleri, organik tarımda hastalık, zararlı ve yabancı otlarla mücadele, ürün yetiştirme, toplama, hasat, kesim, işleme, tasnif, ambalajlama, etiketleme, muhafaza, depolama, taşıma konularını içeren bir eğitim amaçlanmaktadır.

Eğitimin Başlıkları

- 1- Organik üretimin tanımı, kapsamı, tarihsel gelişimi, amacı ve kuralları
- 2- Organik üretimin dünyadaki ve Türkiye'deki mevzuatları ve karşılaştırılması
- 3- Pestisitler ve organik üretimde kullanılan mücadele yöntemleri ile ilaçlar
- 4- Organik üretimin tercih edilme sebepleri.
- 5- Organik üretimde sertifikasyon süreçleri
- 6- Organik üretim faaliyetleri ve ürünleri
- 7- Organik üretimin avantajları ve dezavantajları
- 8- İyi tarım uygulamaları ve organik tarım arasındaki farklılıklar
- 9- Organik ürünlerin sağlık açısından önemi
- 10- Organik üretime ile ilgili yaygın bilinen yanlışlar

3.3.7 ORGANIC PRODUCTION TRAINING

3.3.7 Organic Production Training

Duration of Training

120 hours

Purpose of Training

In addition to the content of the process until the product reaches the consumer, reproduction, separation and division in organic agriculture, the main materials that make up the soil, soil properties, climatic factors affecting organic agriculture, land preparation for organic agriculture, the use of basic soil tillage tools and machines; propagation methods with seed, cuttings and grafting techniques, propagation methods with immersion and tissue culture production techniques, fertilization and agricultural irrigation methods in organic agriculture, control of diseases, pests and weeds in organic agriculture, product cultivation, collection, harvesting, harvesting, cutting, processing, sorting, packaging, labeling, preservation, storage, storage, transportation.

Training Topics

- 1- Definition, scope, historical development, purpose and rules of organic production
- 2- Legislation and comparison of organic production in the world and in Turkey
- 3- Pesticides and control methods and drugs used in organic production
- 4- Reasons why organic production is preferred.
- 5- Certification processes in organic production
- 6- Organic production activities and products
- 7- Advantages and disadvantages of organic production
- 8- Differences between good agricultural practices and organic farming
- 9- The importance of organic products for health
- 10- Common misconceptions about organic production

Organik üretim eğitimi ile organik tarımın temel prensiplerini, uygulama alanlarını, mevzuat ve sertifikasyon süreçlerini, pestisit kullanımının organik tarımdaki yerini ve organik ürünlerin sağlık açısından önemini kapsamlı bir şekilde aktarmayı amaçlanmıştır. Eğitimde, organik tarımın tarihsel gelişiminden başlayarak, dünya ve Türkiye'deki mevzuatlar ve uygulamalar ele alındı. Bu kapsamda, organik tarımın çevreye olan olumlu etkileri, sürdürülebilirlik açısından önemi ve KOBİ'ler için pazara erişim açısından sunduğu fırsatlar detaylı bir şekilde incelenmiştir. Eğitimde ayrıca, organik tarımın tercih edilme sebepleri, bu alanda sıkça karşılaşılan yanlış inanışlar ve organik tarım ile iyi tarım uygulamaları arasındaki farklar ele alınmıştır. Organik üretimde sertifikasyonun önemi, süreçleri ve organik ürünlerin pazarda nasıl daha etkili bir şekilde konumlandırılabilceği konusunda da kapsamlı bilgilendirmeler yapılmıştır. Pazara erişiminde organik tarımın önemi vurgulanarak bu konuda rekabet avantajı ile ilgili bilgiler verilmiştir.

Eğitim sırasında verilen en önemli ve özet bilgiler, pratikte nasıl kullanılabilineceğini gösterecek şekilde sunulmuştur. Bu içerik, organik tarım faaliyetlerinin daha geniş kitleler tarafından benimsenmesine ve bu alanda faaliyet gösteren işletmelerin pazarda başarılı olmasına katkı sağlayacaktır.

Organik üretim, kimyasal gübreler, pestisitler, genetiği değiştirilmiş organizmalar (GDO) ve sentetik girdiler kullanılmadan yapılan bir tarım yöntemidir.

Bu üretim şekli, doğanın kendini yenileme kapasitesine saygı gösterir ve biyolojik çeşitliliği, ekolojik dengeyi korumayı amaçlar. Organik üretim, 20. yüzyılın başlarında çevre kirliliğine ve sağlıksız tarım yöntemlerine bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Organik tarımın amacı, sürdürülebilir bir çevre yaratmak, sağlıklı ürünler yetiştirmek ve doğal kaynakları korumaktır.

Organik üretim, birçok ülkede yasal düzenlemelerle kontrol altına alınmıştır. Avrupa Birliği (AB), organik tarımın en sıkı düzenlendiği bölgelerden biridir. AB'nin organik tarım mevzuatları, ürünlerin nasıl yetiştirileceği, işleneceği ve etiketleneceği konusunda ayrıntılı kuralları içerir. Türkiye'de organik tarım, 2004 yılında yürürlüğe giren "Organik Tarım Kanunu" ve bu kanuna bağlı yönetmelikler ile düzenlenmiştir. Türkiye'deki mevzuat, AB standartlarına uyumlu olarak geliştirilmiştir.

Organik ürünler, çevreye duyarlılık, insan sağlığına katkı ve sürdürülebilir tarım yöntemleri nedeniyle tercih edilmektedir. Tüketiciler, organik ürünlerin daha sağlıklı olduğunu, sentetik kimyasallar içermediğini ve çevresel etkilerinin düşük olduğunu düşünmektedir. Ayrıca, organik tarım, biyolojik çeşitliliği koruma, toprak verimliliğini artırma ve su kaynaklarını kirliletmemeye gibi ekolojik faydalar da sağlamaktadır.

Organik tarım ürünleri, belirli sertifikasyon süreçlerinden geçerek organik olarak tanımlanır. Ürünlerin organik olduğunu kanıtlamak için sertifikasyon şarttır. Tüketiciler, sertifikalı ürünleri tercih etmekte ve doğru pazarlama stratejisi ile ürünlerin organik olduğuna dair farkındalık artırılabilir. Ayrıca organik ürünlerin maliyeti yüksek olduğundan, doğru fiyatlandırma stratejisi önemlidir. Tüketicilere organik ürünlerin faydaları hakkında bilgi verilmeli, bilinçli tüketim teşvik edilmelidir. Ürünlerin pazara ulaşması için doğru dağıtım kanalları belirlenmeli, lojistik süreçleri iyi yönetilmelidir.

The Organic Production Training aimed to comprehensively convey the fundamental principles of organic farming, its areas of application, legislation and certification processes, the role of pesticide use in organic farming, and the health benefits of organic products. The training covered the historical development of organic farming, as well as regulations and practices in both the world and Turkey. In this context, the positive environmental impacts of organic farming, its importance for sustainability, and the opportunities it offers for SMEs in terms of market access were thoroughly examined.

Additionally, the training addressed the reasons for the preference for organic farming, common misconceptions in this field, and the differences between organic farming and good agricultural practices. The importance of certification in organic production, the processes involved, and how organic products can be more effectively positioned in the market were also explained in detail. The significance of organic farming in terms of market access was emphasized, along with information on competitive advantages in this area.

The key points provided during the training were presented in a way that demonstrated how they can be applied in practice. This content is expected to contribute to the wider adoption of organic farming practices and the success of businesses operating in this field.

Organic production is a farming method carried out without the use of chemical fertilizers, pesticides, genetically modified organisms (GMOs), or synthetic inputs.

This method of production respects nature's ability to renew itself and aims to preserve biodiversity and ecological balance. Organic production emerged in the early 20th century as a response to environmental pollution and unhealthy agricultural practices. The goal of organic farming is to create a sustainable environment, grow healthy products, and protect natural resources.

Organic production is regulated by legal frameworks in many countries. The European Union (EU) is one of the regions where organic farming is most strictly regulated. EU regulations on organic farming include detailed rules on how products should be grown, processed, and labeled. In Turkey, organic farming is regulated by the "Organic Farming Law," which came into force in 2004, along with the associated regulations. The legislation in Turkey has been developed in line with EU standards.

Organic products are preferred due to their environmental sensitivity, contribution to human health, and sustainable farming methods. Consumers believe that organic products are healthier, free of synthetic chemicals, and have a lower environmental impact. Additionally, organic farming provides ecological benefits such as protecting biodiversity, improving soil fertility, and preventing water pollution.

Organic agricultural products are defined as organic after undergoing specific certification processes. Certification is essential to prove that products are organic. Consumers prefer certified products, and awareness of the organic nature of products can be increased with the right marketing strategy. Additionally, since the cost of organic products is high, an effective pricing strategy is crucial. Consumers should be informed about the benefits of organic products, and conscious consumption should be encouraged. The correct distribution channels must be identified, and logistics processes should be well-managed to ensure the products reach the market.



Organik üretim faaliyetleri, bitkisel ve hayvansal üretimden, işlenmiş gıda ve tekstil ürünlerine kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Organik tarımda yetiştirilen ürünler arasında sebzeler, meyveler, tahıllar ve baklagiller bulunmaktadır, organik hayvancılıkta ise hayvan refahına öncelik verilir ve hayvanlar organik yemlerle beslenmektedir. Ayrıca organik üretim tekstil, kozmetik ve temizlik ürünleri gibi birçok sektörde de uygulanmaktadır.

Sağlıklı ve güvenilir gıda üretimi, çevreyi koruma ve biyolojik çeşitliliği destekleme, sürdürülebilir tarım uygulamaları, toprak verimliliğini artırma ve su kaynaklarını kirletmeme gibi faydaları bulunmaktadır. Organik üretimin dezavantajları da mevcuttur. Üretim maliyetlerinin yüksek olması, verimliliğin konvansiyonel tarıma göre daha düşük olması, pazar erişiminde yaşanan zorluklar ve sertifikasyon süreçlerinin uzun ve maliyetli olması gibi zorluklarla karşılaşılabılır.

İyi Tarım Uygulamaları, tarımda verimliliği artırırken çevreye zarar vermemeyi amaçlayan bir tarım yöntemidir. İyi Tarım Uygulamaları, kimyasal girdilerin kontrollü kullanımına izin verirken, organik tarım bu tür girdileri tamamen reddeder. İyi Tarım Uygulamaları, çevre ve insan sağlığını korumayı hedeflerken, organik tarım bu amacın ötesine geçerek tamamen doğal yöntemlere odaklanır.

Organik ürünler, pestisit, hormon ve antibiyotik gibi zararlı kimyasallar içermez, bu da sağlık açısından önemli avantajlar sunar. Özellikle çocuklar, hamileler ve hassas bünyelere sahip kişiler için organik ürünler, kimyasal maruziyetini azaltarak daha güvenli bir seçenek sunmaktadır. Organik ürünlerin besin değerlerinin daha yüksek olduğu ve daha doğal bir tada sahip olduğu düşünülmektedir.

Pazar erişimi, organik ürünlerin ticari başarısı için kritik öneme sahiptir. KOBİ'ler açısından organik tarım, pazarda rekabet avantajı sağlama, çevre dostu ürünlerle marka değerini artırma ve bilinçli tüketici kitlelerine ulaşma gibi birçok avantaj sunmaktadır. Organik tarım ürünlerine olan talep artışı, KOBİ'lerin pazarda kendilerine sağlam bir yer edinmelerine olanak tanımaktadır. Aynı zamanda, KOBİ'lerin çevresel sorumluluklarını yerine getirmesi, sürdürülebilirlik politikalarını güçlendirir ve bu da uzun vadede pazarda kalıcılık sağlayabilir. Bu nedenle KOBİ'lerin organik tarıma yönelmesi, pazara erişimlerini kolaylaştıracak ve rekabet gücünü artıracaktır.

Faydalı Bağlantılar

<https://eorganiceu.com/>
<https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Organik-Tarim>
<https://www.ecocert.com/tr-TR/uzmanl%C4%B1k/organik-tar%C4%B1m>

Organic production activities cover a wide range, from plant and animal production to processed food and textile products. Among the products grown in organic farming are vegetables, fruits, grains, and legumes. In organic livestock farming, animal welfare is prioritized, and animals are fed organic feed. Organic production is also applied in many sectors, including textiles, cosmetics, and cleaning products.

The benefits of organic production include healthy and reliable food production, environmental protection, support for biodiversity, sustainable farming practices, improved soil fertility, and prevention of water pollution. However, there are also disadvantages to organic production, such as high production costs, lower productivity compared to conventional farming, difficulties in market access, and long and costly certification processes.

Good Agricultural Practices (GAP) is a farming method that aims to increase productivity while minimizing harm to the environment. While GAP allows for the controlled use of chemical inputs, organic farming completely rejects such inputs. GAP aims to protect the environment and human health, whereas organic farming goes beyond this by focusing entirely on natural methods.

Organic products do not contain harmful chemicals such as pesticides, hormones, or antibiotics, which provides significant health advantages. Organic products are considered a safer option, especially for children, pregnant women, and individuals with sensitive health conditions, as they reduce exposure to chemicals. It is also believed that organic products have higher nutritional value and a more natural taste.

Market access is critical to the commercial success of organic products. For SMEs, organic farming offers numerous advantages, including gaining a competitive edge, enhancing brand value with eco-friendly products, and reaching a conscious consumer base. The growing demand for organic agricultural products allows SMEs to establish a strong presence in the market. Additionally, by fulfilling their environmental responsibilities, SMEs can strengthen their sustainability policies, which may ensure long-term market presence. Therefore, shifting towards organic farming can facilitate market access for SMEs and increase their competitive power.

Useful Links

<https://eorganiceu.com/>
<https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Organik-Tarim>
<https://www.ecocert.com/tr-TR/uzmanl%C4%B1k/organik-tar%C4%B1m>



3.3.8 AMBALAJLAMA KURALLARI EĞİTİMİ

Eğitimin Süresi

120 saat

Eğitimin Amacı

Eğitim, genel mikrobiyoloji, mikrobiyolojik yöntemlere uygun olarak mikroorganizmaların sınıflandırılması, hücre yapıları, üremeleri ve gıda endüstrisindeki önem ve etkilerinin açıklanması, gıda-mikroorganizma ilişkisinin mikrobiyolojik yöntemlere uygun olarak açıklanması, dezenfeksiyon kurallarına göre ambalajlama için çalışma ortamının ve personelin hijyeninin sağlanması ile ilgili bilgileri içerecektir,

Eğitimin Başlıkları

- 1- Gıda Muhafaza Teknikleri
- 2- Gıdaların Bozulması ve Muhafazası
- 3-Isıl İşlem Uygulamaları
- 4- Su Aktivitesinin Kontrolü
- 5- Koruyucu Madde İlavesi
- 6- Kontrollü ve Modifiye Atmosfer
- 7- Işınlama
- 8- Gıda Muhafazasında Yeni Yöntemler
- 9- Gıdalarda Depo Kontrolü
- 10- Gıda Ambalajlama Teknikleri
- 11- Ambalaj ve Gıda ilişkisi
- 12- Türk Gıda Kodeksi Gıda İle Temas Eden Madde ve Malzemelere Dair Yönetmelik
- 13- Cam, Kağıt ve Ahşap, Metal ve Alüminyum, Plastik ve Plastik Esaslı, Çok Katlı Ambalajlar
- 14- Gıda Ambalajlama Sistemleri
- 15-Gıdalarda Sevkiyat, Etiketleme ve Hasar Kontrolü
- 16- Ambalaj İşaretleri ve Mevzuatı (Türk Standartları)

3.3.8 PACKAGING RULES TRAINING

Duration of Training

120 hours

Purpose of Training

The training will cover topics such as general microbiology, the classification of microorganisms according to microbiological methods, their cell structures, reproduction, and their importance and effects in the food industry. It will also explain the relationship between food and microorganisms according to microbiological methods, and provide information on ensuring hygiene for both the work environment and personnel in accordance with disinfection rules for packaging.

Training Topics

- 1-Food Preservation Techniques
- 2-Food Spoilage and Preservation
- 3-Heat Treatment Applications
- 4-Control of Water Activity
- 5-Addition of Preservatives
- 6-Controlled and Modified Atmosphere Irradiation
- 7-New Methods in Food Preservation
- 8-Storage Control in Foods
- 9-Food Packaging Techniques
- 10-Relationship Between Packaging and Food
- 11-Turkish Food Codex Regulation on Materials and
- 12-Articles in Contact with Food
- 13-Glass, Paper and Wood, Metal and Aluminum, Plastic and Plastic-Based, Multi-Layer Packaging
- 14-Food Packaging Systems
- 15-Shipping, Labeling, and Damage Control in Foods
- 16-Packaging Symbols and Legislation (Turkish Standards)

Ambalajlama Kuralları eğitimi, özellikle gıda sektöründe yer almak isteyen gençler için pazara erişim ve iş gücü piyasasında rekabet edebilirlik açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu eğitimle, kursiyerlerin sektörde karşılaşacakları pratik sorunlara çözüm bulma, ürünlerini ulusal ve uluslararası pazarlarda daha etkili bir şekilde konumlandırma becerileri geliştirilmiştir.

Eğitimin İçeriği ve Pazara Erişimde İzlenecek Adımlar
Eğitimin içeriği, gıda muhafaza tekniklerinden başlayarak, ürünlerin kalitesini koruma, ambalajlama teknikleri ve yasal mevzuatların uygulanmasına kadar geniş bir yelpazede önemli bilgileri kapsamaktadır. Kursiyerlerin, gıda muhafaza teknikleri konusunda edindiği bilgiler, ürünlerin raf ömrünü uzatmak ve bozulmasını önlemek için kritik öneme sahiptir. Bu kapsamda ele alınan ısıtma işlemleri ve su aktivitesinin kontrolü gibi konular, gıdaların güvenli bir şekilde muhafaza edilmesi ve pazara sunulması açısından büyük bir yer tutar.

Pazara Erişimde Önemli Noktalar

Eğitim sürecinde pazara erişim açısından dikkat edilmesi gereken en önemli noktalar arasında ambalajlama teknikleri, ambalaj malzemelerinin seçimi ve ambalajın tüketiciye hitap edebilme özelliği bulunmaktadır. Kursiyerlere, ambalajın sadece bir koruma aracı olmadığı, aynı zamanda ürünün pazarda nasıl algılandığını belirleyen önemli bir faktör olduğu öğretilmiştir. Özellikle ihracat yapmak isteyen firmalar için, ambalajın uluslararası standartlara uygun olması gerekliliği vurgulanmıştır.

Anahtar Bilgiler

Eğitimde ele alınan en önemli anahtar bilgilerden bazıları şunlardır:

Gıda Muhafaza Teknikleri: Gıdaların tazeliğini koruma, bozulmayı önleme ve raf ömrünü uzatma teknikleri.

Ambalaj Malzemeleri ve Seçimi: Farklı ambalaj malzemelerinin gıda ile etkileşimleri, uygun ambalaj malzemesinin seçimi ve ambalajın ürüne uygunluğu.

Türk Gıda Kodeksi: Gıda ile temas eden madde ve malzemelere dair yönetmelik, Türk Standartları Enstitüsü'nün belirlediği standartlar ve bu standartların uygulanması.

Gıda Ambalajlama Teknikleri: Cam, kâğıt, ahşap, metal, alüminyum ve plastik ambalajların kullanımı, çok katlı ambalaj sistemleri ve bu sistemlerin ürün güvenliği üzerindeki etkileri.

Ambalaj İşaretleri ve Mevzuat: Ürün ambalajı üzerindeki işaretler, logolar ve bu işaretlerin anlamları ile yasal zorunluluklar.

Eğitim sürecinde kursiyerlere sağlanan bilgiler, pratik uygulamalarla pekiştirilmiş ve onların iş dünyasında karşılaşacakları gerçek senaryolara hazırlanmalarına yardımcı olmuştur. Özellikle gıda ürünlerinin sevkiyatı, etiketleme ve hasar kontrolü konularında verilen uygulamalı dersler, kursiyerlerin pazara erişim stratejilerini geliştirmelerine katkı sağlamıştır.

Bu eğitimin kursiyerlere sunduğu bilgi ve beceriler, onların gıda sektöründe başarılı bir kariyer yapmalarını destekleyerek, firmaların pazarda rekabet edebilirlik düzeylerini artıracaktır. Eğitim, kursiyerlerin ürünlerini pazarda doğru konumlandırma ve tüketici güvenliğini sağlama açısından kritik bilgilerle donatılmalarını sağlamıştır.

Faydalı Bağlantılar

Türk Gıda Kodeksi Gıda İle Temas Eden Madde Ve Malzemelere Dair Yönetmelik: <https://www.mevzuat.gov.tr/>

Packaging Rules training is critically important for young individuals who want to enter the food sector, in terms of market access and competitiveness in the labor market. This training has developed trainees' skills in solving practical problems they will face in the industry and positioning their products more effectively in national and international markets.

Training Content and Steps to Follow for Market Access

The content of the training covers a wide range of important information, from food preservation techniques to maintaining product quality, packaging techniques, and applying legal regulations. The knowledge gained by the trainees about food preservation techniques is critical for extending the shelf life of products and preventing spoilage. Topics such as heat treatment applications and the control of water activity, which were covered in this context, play a major role in the safe preservation and marketing of food products.

Key Points in Market Access

Attention in terms of market access during the training process among the most important points to be considered packaging techniques, packaging materials selection and consumer appeal of the packaging is available. Trainees are taught that the packaging is only a not only as a means of protection, but also as a is an important factor determining how it is perceived taught. Especially companies that want to export for the packaging to comply with international standards the necessity of the need for a new program has been emphasized.

Key Information

Some of the key points covered in the training include:

Food Preservation Techniques: Preserving the freshness of foods, techniques to prevent spoilage and extend shelf life.

Packaging Materials and Selection: Different packaging interactions of materials with food, appropriate packaging selection of material and suitability of the packaging for the product.

Turkish Food Codex: Substances in contact with food and materials, Turkish Standards Institute and the standards set by the Institute its implementation.

Food Packaging Techniques: The use of glass, paper, wood, metal, aluminum, and plastic packaging, multilayer packaging systems, and their impact on product safety.

Packaging Symbols and Legislation: The symbols and logos on product packaging, the meanings of these symbols, and legal requirements. The information provided to the trainees during the training was reinforced through practical applications, helping them prepare for real-life scenarios they may encounter in the business world. In particular, the practical lessons on the shipment, labeling, and damage control of food products contributed to the development of the trainees' market access strategies. The knowledge and skills offered by this training support the trainees in building a successful career in the food sector and enhancing the competitiveness of companies in the market. The training has equipped the trainees with critical knowledge for positioning their products correctly in the market and ensuring consumer trust.

Useful Links: Turkish Food Codex Regulation on Materials and Articles that Come into Contact with Food : <https://www.mevzuat.gov.tr/>



3.3.9 PAZARLAMA STANDARTLARI EĞİTİMİ

Eğitim Süresi

120 saat

Eğitimin Amacı

Bu eğitim ile kursiyerlerin uluslararası pazarda uygulanan ithalat gereklilikleri hakkında teorik bilgi sahibi olmaları amaçlanmaktadır.

Eğitimin Başlıkları

- 1.Uluslararası Pazarlarda İthalat Gereklilikleri ve Coğrafi Kısıtlamalar
- 2.İthalat Süreçlerinde Sistem Yaklaşımı
- 3.SPS (Sağlık ve Bitki Sağlığı Standartları) ve İthalat İzinleri
- 4.SPS Nedeniyle Uygulanan İthalat Yasakları ve Kısıtlamaları
- 5.Kalıntı ve Kontaminasyon Tolerans Limitleri
- 6.Gıda ve Yem Maddelerinde Kullanım Kısıtlamaları
- 7.Mikrobiyolojik Kriterler ve Ürün Güvenliği
- 8.Ürün Kalitesi, Güvenlik ve Performans Gereklilikleri
- 9.ISO Gıda Kalite Standartları
- 10.İthalat Süreçlerinde Belgelendirme ve Sertifikasyon
- 11.Gümrük İşlemleri ve Tarife Dışı Engeller
- 12.Uluslararası Ticaret Hukuku ve Anlaşmalar
- 13.Codex Alimentarius

3.3.9 MARKETING STANDARDS TRAINING

Duration of Training

120 hours

Purpose of Training

The aim of this training is to provide trainees with theoretical knowledge about import requirements applied in the international market.

Training Topics

1. Import Requirements and Geographical Restrictions in International Markets
2. A System Approach to Import Processes
3. SPS (Sanitary and Phytosanitary Standards) and Import Permits
4. Import Bans and Restrictions Due to SPS Residue and Contamination Tolerance Limits
- 5.Usage Restrictions in Food and Feed Ingredients
- 6.Microbiological Criteria and Product Safety
- 7.Product Quality, Safety, and Performance Requirements
8. 9. ISO Food Quality Standards
10. Certification and Documentation in Import Processes
11. Customs Procedures and Non-Tariff Barriers
- 12.International Trade Law and Agreements
- 13.Codex Alimentarius



Pazara erişim, küresel ticaretin karmaşık yapısını anlamayı ve doğru stratejilerle pazara girmeyi gerektirmektedir. Bu süreçte izlenecek adımlar, her bir firmanın faaliyet gösterdiği sektör ve hedef pazarın gerekliliklerine göre farklılık göstermektedir. Ancak, temel olarak uluslararası pazarlara erişim sağlayacak önemli noktalar ve anahtar bilgiler, bu süreçte genel bir rehber niteliği taşımaktadır. Öncelikle, uluslararası pazarlarda ithalat gereklilikleri ve coğrafi kısıtlamalar göz önünde bulundurulmalıdır. İthalat, her ülkenin belirli yasal düzenlemeleri ve ticaret politikalarına tabi tutulmaktadır. Bu düzenlemeler, genellikle sağlık, güvenlik, çevre koruma ya da ekonomik sebeplerle ortaya çıkmaktadır. Örneğin, bazı ülkeler belirli tarım ürünlerinin ithalatını yerel üreticilerini koruma amacıyla sınırlandırmaktadır. Diğer taraftan, yasadışı maddelerin ya da tehlikeli ürünlerin ithalatı tamamen yasaklanmaktadır. Bu süreçte, ithalatçıların hedef pazardaki yasal düzenlemelere hakim olması ve buna göre ithalat süreçlerini planlaması son derece önemli olmaktadır. Coğrafi kısıtlamalar da dikkate alınmalıdır; örneğin, belirli bir ülkede yaşanan salgın nedeniyle o ülkeden gelen tarım ürünlerinin ithalatı geçici olarak durdurulabilmektedir. Bu nedenle, ithalatçıların bu dinamik süreçlere karşı hazırlıklı olması gerekmektedir. İthalat süreçlerinde sistem yaklaşımı, pazar erişiminde başarıya giden yolda kritik bir adım olarak görülmektedir. Sistem yaklaşımı, ithalat sürecini birbiriyle bağlantılı aşamalardan oluşan bir yapı olarak ele almaktadır. Bu aşamalar arasında ürün seçimi, tedarikçi belirleme, nakliye, gümrük işlemleri ve dağıtım yer almaktadır. Her bir aşamanın optimize edilmesi, verimliliği artırmakta ve süreçte karşılaşılabilecek riskleri minimize etmektedir. Özellikle, uyum sorunlarının önlenmesi ve yasal gerekliliklere tam olarak uyum sağlanması, ithalatçının hedef pazara sorunsuz bir şekilde giriş yapmasını kolaylaştırmaktadır.

Market access requires understanding the complex structure of global trade and entering the market with the right strategies. The steps to be followed in this process vary depending on the sector in which each company operates and the requirements of the target market. However, the key points and essential information that provide access to international markets serve as a general guide in this process.

First and foremost, import requirements and geographical restrictions in international markets should be taken into account. Imports are subject to specific legal regulations and trade policies in each country. These regulations typically arise for reasons of health, safety, environmental protection, or economic considerations. For example, some countries restrict the importation of certain agricultural products to protect their local producers. On the other hand, the import of illegal substances or hazardous products may be completely banned. In this process, it is crucial for importers to be familiar with the legal regulations of the target market and plan their import processes accordingly. Geographical restrictions should also be considered; for instance, due to an outbreak in a particular country, the import of agricultural products from that country may be temporarily halted. Therefore, importers must be prepared for these dynamic processes.

A system approach in import processes is seen as a critical step on the path to success in market access. The system approach views the import process as a structure consisting of interconnected stages. These stages include product selection, supplier identification, transportation, customs procedures, and distribution. Optimizing each stage increases efficiency and minimizes risks that may arise in the process. Specifically, preventing compliance issues and fully adhering to legal requirements facilitate the importer's smooth entry into the target market.



Pazara erişimde önemli bir diğer konu, sağlık ve bitki sağlığı standartlarıdır (SPS). Dünya Ticaret Örgütü (WTO) tarafından belirlenen bu standartlar, insan, hayvan ve bitki sağlığını korumaya yönelik düzenlemeler içermektedir. Ürün türüne göre değişiklik gösteren bu düzenlemeler, ithalatçılara belirli sertifikaların temin edilmesini zorunlu kılmaktadır. Örneğin, taze tarım ürünleri ithal etmek isteyen bir firma, bitki sağlığı sertifikasına ihtiyaç duymaktadır, hayvansal ürünler içinse veteriner sağlık sertifikaları gerekmektedir. Bu sertifikalar, bilimsel risk değerlendirmelerine dayanarak oluşturulmaktadır ve ithalatçıların ürünlerini bu standartlara uygun olarak pazara sunmalarını sağlamaktadır. SPS standartlarının doğru bir şekilde uygulanması, ürünlerin hedef pazarda kabul edilmesini kolaylaştırmakta ve olası ret durumlarını önleyerek zaman ve maliyet açısından kazanç sağlamaktadır. Gıda ve yem maddeleri ithalatında dikkat edilmesi gereken bir diğer önemli nokta, kalıntı ve kontaminasyon tolerans limitleridir. İthalatçıların ürünleri, belirli kimyasal maddelerin bulunmasına izin verilen maksimum limitlere uygun olmak zorundadır. Pestisitler, veteriner ilaçları ve ağır metaller gibi kimyasal maddelerin limitleri, bilimsel risk değerlendirmelerine dayanarak belirlenmekte ve düzenli olarak gözden geçirilmektedir. İthalatçıların, ürünlerinin bu limitlere uygunluğunu sağlamak için düzenli testler yapmak zorunda kalmaktadır. Aynı şekilde, gıda katkı maddeleri ve işlem yardımcıları konusunda da uluslararası kısıtlamalar mevcuttur. Bu kısıtlamalara uygun hareket etmek, ithalatçının hedef pazardaki yasal gereklilikleri karşılamasını ve marka itibarını korumasını sağlamaktadır. Pazara erişimde belgelendirme ve sertifikasyon süreçlerinin doğru bir şekilde yönetilmesi de büyük önem taşımaktadır. Uluslararası ticarete ürünlerin uygunluğunu ve kalitesini gösteren belgeler, ithalat sürecinde sorunsuz bir ilerleme sağlamaktadır. İthalatçıların, ürünlerinin menşei, sağlık standartlarına uygunluğunu ve kimyasal bileşimlerini detaylandıran belgeleri doğru bir şekilde sunmaları gerekmektedir. Bu belgeler arasında menşe şahadetnamesi (certificate of origin), sağlık sertifikası, analiz sertifikası ve belirli dini gerekliliklere uygunluğu belgeleyen sertifikalar yer almaktadır. Doğru belgelendirme, gümrük işlemlerinde yaşanabilecek gecikmeleri önlemekte ve ithalatçının pazara hızlı bir şekilde erişmesini sağlamaktadır.

Another important issue in market access is the Sanitary and Phytosanitary Standards (SPS). These standards, established by the World Trade Organization (WTO), include regulations aimed at protecting human, animal, and plant health. These regulations vary depending on the type of product and often require importers to obtain specific certifications. For example, a company wishing to import fresh agricultural products would need a phytosanitary certificate, while veterinary health certificates are required for animal products. These certifications are based on scientific risk assessments and ensure that importers present their products to the market in compliance with these standards. Correctly applying SPS standards facilitates the acceptance of products in the target market and prevents potential rejections, saving time and costs.

Another crucial aspect to consider in the import of food and feed is the residue and contamination tolerance limits. Importers' products must comply with maximum allowable limits for certain chemical substances. Limits for chemical substances like pesticides, veterinary drugs, and heavy metals are set based on scientific risk assessments and are regularly reviewed. Importers must regularly test their products to ensure compliance with these limits. Likewise, there are international restrictions on food additives and processing aids. Complying with these restrictions ensures that the importer meets the legal requirements of the target market and maintains their brand reputation.

The correct management of certification and documentation processes is also of great importance in market access. In international trade, documents proving the compliance and quality of products ensure a smooth import process. Importers must accurately present documents that detail the origin, health standards compliance, and chemical composition of their products. These documents include certificates of origin, health certificates, analysis certificates, and certifications proving compliance with specific religious requirements. Proper documentation helps prevent delays in customs procedures and allows importers to quickly access the market.

Gümrük işlemleri ve tarife dışı engeller de pazara erişimde dikkat edilmesi gereken bir diğer kritik noktayı oluşturmaktadır. Gümrük işlemleri, ürünlerin yasal olarak bir ülkeye giriş yapmasını sağlamakta ve bu süreçte gerekli belgelerin doğru bir şekilde sunulması gerekmektedir. Ayrıca, tarife dışı engeller, doğrudan vergi niteliğinde olmayan ancak ticareti kısıtlayıcı etki yaratan düzenlemeler olarak ortaya çıkmaktadır. Bunlar arasında kotalar, lisans gereklilikleri, teknik düzenlemeler ve sağlık güvenliği düzenlemeleri yer almaktadır. İthalatçıların bu engelleri aşmak için hedef pazarın gerekliliklerini iyi anlamaları ve uyum çalışmalarını titizlikle yapmaları gerekmektedir.

Uluslararası ticaret hukuku ve anlaşmalar konusunda bilgi sahibi olmak da pazara erişimde başarıya ulaşmak için hayati önem taşımaktadır. Dünya Ticaret Örgütü (WTO) anlaşmaları, bölgesel ticaret anlaşmaları ve ikili ticaret anlaşmaları gibi hukuki düzenlemeler, uluslararası ticarete karşılaşılan yasal riskleri minimize etmektedir. Sonuç olarak, pazara erişim süreci, dikkatli bir planlama, yasal gerekliliklere uyum ve ticaret politikalarına hakimiyet gerektirmektedir. İthalat süreçlerinde izlenecek adımlar ve pazara erişimde önemli noktalar, uluslararası ticarete başarılı olmanın temelini oluşturmaktadır. Eğitimde edinilen bilgiler, ihracatçıların ve ithalatçıların pazara giriş stratejilerini optimize etmelerini ve hedef pazara sorunsuz bir şekilde erişim sağlamalarını mümkün kılmaktadır.

Faydalı Bağlantılar

- 1-<https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Gida-Ve-Yem-Hizmetleri/Ithalat-Ihracat/Bitkisel-Kokenli-Gida-Ve-Yemlerin-Ihracati>
- 2-<https://www.tarimorman.gov.tr/GKGM/Sayfalar/Detay.aspx?Sayfald=37>
- 3-<https://ntmsurvey.intracen.org/support-materials/search-ntm-codes/>
- 4-<https://www.kolayihracat.gov.tr/air/almanya/080221>
- 5-<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/turkey-market-challenges>
- 6-<https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=276&partner=792&product=080221&level=6#jump-to-custom-duties-content>
- 7-<https://teknikengel.gov.tr/>
- 8-<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/eu-market-0>
- 9-<https://eping.wto.org/>
- 10-<https://akademi.ticaret.gov.tr/cms/Index/?ReturnUrl=%2f%3fAspxAutoDetectCookieSupport%3d1&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- 11-<https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/>

Customs procedures and non-tariff barriers are another critical point to consider in market access. Customs procedures ensure that products legally enter a country, and the necessary documents must be correctly presented during this process. Additionally, non-tariff barriers are regulations that restrict trade without being direct taxes. These include quotas, licensing requirements, technical regulations, and health and safety regulations. Importers must thoroughly understand the requirements of the target market and carefully work on compliance to overcome these barriers.

Having knowledge of international trade law and agreements is also vital for success in market access. Legal frameworks such as World Trade Organization (WTO) agreements, regional trade agreements, and bilateral trade agreements help minimize legal risks encountered in international trade.

In conclusion, the market access process requires careful planning, compliance with legal requirements, and a deep understanding of trade policies. The steps to follow in import processes and the key points in market access form the foundation for success in international trade. The knowledge gained from training allows exporters and importers to optimize their market entry strategies and ensure seamless access to the target market.

Useful Links

- 1-<https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Gida-Ve-Yem-Hizmetleri/Ithalat-Ihracat/Bitkisel-Kokenli-Gida-Ve-Yemlerin-Ihracati>
- 2-<https://www.tarimorman.gov.tr/GKGM/Sayfalar/Detay.aspx?Sayfald=37>
- 3-<https://ntmsurvey.intracen.org/support-materials/search-ntm-codes/>
- 4-<https://www.kolayihracat.gov.tr/air/almanya/080221>
- 5-<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/turkey-market-challenges>
- 6-<https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=276&partner=792&product=080221&level=6#jump-to-custom-duties-content>
- 7-<https://teknikengel.gov.tr/>
- 8-<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/eu-market-0>
- 9-<https://eping.wto.org/>
- 10-<https://akademi.ticaret.gov.tr/cms/Index/?ReturnUrl=%2f%3fAspxAutoDetectCookieSupport%3d1&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- 11-<https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/>



3.3.10 PAZARLAMA ARAŞTIRMASI EĞİTİMİ

Eğitimin Süresi

120 saat

Eğitimin Amacı

Pazar araştırması kavramı, doğru kanallarda pazar araştırması, pazarlamada pazarlama araştırmasının önemi, şirketlerin yeni pazarlar bulmak için nasıl pazar araştırması yapması gerektiği, doğru hedef pazar seçim yöntemleri ve pazar geliştirme teknikleri, pazar bölümlendirme, potansiyeli yüksek ülkelere yönelim, yerli ve yabancı rakiplerin pazarlama programlarının stratejilerinin tahmin edilmesi, fiyatlandırma aşaması ve pazarlama stratejileri hakkında gerekli bilgileri içeren bir eğitim amaçlanmıştır.

Eğitimin Başlıkları

1. İşletmelerin Ana Amacı ve İhracatın Önemi
2. Pazar Araştırmasının Amacı ve Önemi
3. Uluslararası Gıda Ticaret Mevzuatı ve Standartları
4. Pazar Araştırması ve Hedef Pazar Seçimi
5. Gıda Ürünlerinin Uluslararası Pazarlarda Pazarlanması
6. *İhracat Stratejileri ve İhracata Hazırlık*
7. Tedarik Zinciri Yönetimi ve Lojistik
8. Dijital Pazarlama ve E-ticaret Uygulamaları.

3.3.10 MARKETING RESEARCH TRAINING

Duration of Training

120 hours

Purpose of Training

The concept of market research, conducting market research through the right channels, the importance of marketing research in marketing, how companies should conduct market research to find new markets, methods for selecting the right target market, and market development techniques, market segmentation, focusing on high-potential countries, predicting the strategies of domestic and foreign competitors' marketing programs, the pricing stage, and marketing strategies are the key topics covered in this training.

Training Topics

1. Main Purpose of Businesses and Importance of Exporting
2. Purpose and Importance of Market Research
3. International Food Trade Regulations and Standards
4. Market Research and Target Market Selection
5. Marketing of Food Products in International Markets
6. *Export Strategies and Export Preparation*
7. Supply Chain Management and Logistics
8. Digital Marketing and E-commerce Applications

Uluslararası Pazarlara Erişim ve Pazar Araştırmasının Önemi

Küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte işletmeler, yalnızca yerel pazarlarda değil, uluslararası arenada da var olma gerekliliğini hissediyor. Global pazarlara açılmak, firmaların sürdürülebilir büyüme sağlaması, kârlılığını artırması ve rekabet avantajı kazanması açısından stratejik bir adım olarak görülmektedir. Bu bağlamda, pazar araştırması, işletmelerin uluslararası pazarlara erişimini sağlamak için kullandığı en kritik araçlardan biridir. İşletmelerin ihracat yapma sebepleri, pazar araştırmasının nasıl yapılması gerektiği ve başarılı bir ihracat sürecinin adımları gibi konular, uluslararası ticaretin temel dinamiklerini anlamak açısından büyük öneme sahiptir.

1- İŞLETMELERİN ANA AMACI VE İHRACATIN ÖNEMİ

Her işletmenin ana amacı kâr elde etmektir. Ancak kârı maksimize etmek ve uzun vadede ayakta kalmak için işletmeler, iç pazarlara ek olarak dış pazarlara da yönelmelidir. İhracat, işletmelere şu avantajları sunar:

- **Kârlılık:** Araştırmalar, ihracat yapan firmaların daha kârlı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu firmalar, yeni gelir kaynakları elde ederken maliyetlerini daha verimli yönetme fırsatına sahip olur.
- **Rekabet Avantajı:** İhracat yapan firmalar, ürünlerini farklı pazar koşullarına adapte ederek yenilikçi çözümler geliştirebilirler. Ayrıca, uluslararası pazarlardaki rekabet, firmaların iç pazardaki rakiplerine kıyasla daha güçlü bir konuma gelmesini sağlar.
- **İnovasyon:** İhracat, işletmeleri sürekli inovasyona zorlar. Farklı ülkelerdeki müşteri talepleri, işletmeleri ürün ve hizmetlerini sürekli olarak geliştirmeye teşvik eder.
- **Riskin Dağıtılması:** İç pazardaki olası ekonomik durgunluklar ve riskler, ihracat sayesinde minimize edilebilir. İşletmeler, gelirlerini birden fazla pazardan elde ederek daha sağlam bir finansal yapıya sahip olabilirler.

2. PAZAR ARAŞTIRMASININ AMACI VE ÖNEMİ

İhracatın başarılı olabilmesi için doğru pazarların tespit edilmesi gerekir. Bu noktada pazar araştırması devreye girer. Pazar araştırması, hedef pazarları anlamak, müşteri ihtiyaçlarını belirlemek ve işletmenin pazardaki fırsatları değerlendirmesi açısından kritik öneme sahiptir. Pazar araştırmasının başlıca amaçları şunlardır:

- **Hedef Pazarları Anlamak:** İşletmeler, hangi ülkelerde hangi müşteri gruplarının ürünlerine talep göstereceğini öğrenmek için pazar araştırması yaparlar. Her ülkenin tüketici alışkanlıkları, kültürel özellikleri ve satın alma davranışları farklılık gösterebilir.
- **Satışları Artırmak:** Pazar araştırması, hangi pazarlarda hangi stratejilerin işe yarayacağını belirlemeye yardımcı olur. İşletmeler, bu bilgiye dayanarak satış stratejilerini optimize edebilir ve gelirlerini artırabilir.
- **Rekabet Analizi:** Rakip firmaların hangi pazarlarda nasıl faaliyet gösterdiğini incelemek, pazardaki fırsatları ve tehditleri anlamak açısından önemlidir. İyi bir pazar araştırması, işletmenin rakiplerine karşı avantaj sağlayabileceği alanları ortaya çıkarır.

3. PAZAR ARAŞTIRMASININ YÖNTEMLERİ

Pazar araştırması, iki ana yöntemle yapılabilir:

Saha Araştırması

Saha araştırması, işletmenin potansiyel müşterilerini, rakiplerini ve pazardaki diğer dinamikleri fiziksel olarak incelemesini içerir. Bu yöntem, özellikle yeni pazarlara girerken çok değerli bilgiler sağlar:

Access to International Markets and the Importance of Market Research

With the acceleration of globalization, businesses feel the need to exist not only in local markets but also in the international arena. Opening up to global markets is seen as a strategic step for companies to achieve sustainable growth, increase profitability and gain competitive advantage. In this context, market research is one of the most critical tools that businesses use to access international markets. Topics such as the reasons why businesses export, how market research should be conducted and the steps of a successful export process are of great importance in understanding the basic dynamics of international trade.

1- THE MAIN PURPOSE OF BUSINESSES AND THE IMPORTANCE OF EXPORTING

The main objective of every business is to make a profit. However, in order to maximize profits and survive in the long term, businesses should turn to foreign markets in addition to domestic markets. Exporting offers the following advantages to businesses:

- **Profitability:** Research shows that exporting firms are more profitable. These firms have the opportunity to manage their costs more efficiently while gaining new sources of income.
- **Competitive Advantage:** Exporting firms can develop innovative solutions by adapting their products to different market conditions. In addition, competition in international markets puts firms in a stronger position compared to their competitors in the domestic market.
- **Innovation:** Exporting forces businesses to constantly innovate. Customer demands in different countries encourage businesses to continuously improve their products and services.
- **Allocation of Risk:** Possible economic recessions and risks in the domestic market can be minimized through exports. Businesses can have a more robust financial structure by generating revenues from more than one market.

2. PURPOSE AND IMPORTANCE OF MARKET RESEARCH

For exports to be successful, the right markets must be identified. This is where market research comes into play. Market research is critical for understanding target markets, identifying customer needs and evaluating opportunities in the market. The main objectives of market research are as follows:

- **Understanding Target Markets:** Businesses conduct market research to learn which customer groups in which countries will demand their products. Consumer habits, cultural characteristics and purchasing behaviors of each country may differ.
- **Increasing Sales:** Market research helps determine which strategies will work in which markets. Based on this information, businesses can optimize their sales strategies and increase revenues.
- **Competitive Analysis:** Examining how competitors operate in which markets is important for understanding the opportunities and threats in the market. A good market research reveals areas where the business can gain an advantage over its competitors.

3. METHODS OF MARKET RESEARCH

Market research can be conducted in two main ways:

Field Research

Field research involves the business physically surveying potential customers, competitors and other dynamics in the market. This method provides invaluable information, especially when entering new markets:

Potansiyel Müşterilerin Ziyaret Edilmesi: İşletmeler, potansiyel müşterilerini ve iş ortaklarını fiziksel olarak ziyaret ederek ihtiyaçlarını daha iyi anlayabilirler. Örneğin, bir firma İstanbul Kapalıçarşı gibi ticaret merkezlerini ziyaret ederek yerel pazar dinamiklerini analiz edebilir.

Fuar Ziyaretleri: Ticaret fuarları, potansiyel müşteriler ve iş ortaklarıyla doğrudan temas kurmak için ideal platformlardır. Aynı zamanda, rakiplerin ürünleri ve stratejileri hakkında da bilgi edinmek mümkündür.

Ticaret Heyetleri: Odalar, ihracatçı birlikleri ve diğer ilgili kurumlar tarafından organize edilen ticaret heyetlerine katılmak, işletmelere yeni işbirlikleri fırsatları sunar. Bu etkinlikler, işletmelerin uluslararası arenada daha görünür olmasını sağlar.

Çevrimiçi Araştırma

Çevrimiçi pazar araştırması, internet tabanlı araçlar kullanılarak yapılır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte çevrimiçi pazar araştırması, daha hızlı ve daha az maliyetli bir yöntem haline gelmiştir:

E-ticaret Siteleri: Potansiyel rakiplerin ürünleri ve fiyatları hakkında bilgi edinmek için Kompass veya Alibaba gibi e-ticaret platformları kullanılabilir.

Benzer Site Arama Motorları: Müşterilerin internet sayfalarına benzer olan diğer siteleri listelemek, yeni müşteri bulmayı kolaylaştırır. Similarsites.com ve Sitelike.org gibi araçlar bu amaçla kullanılabilir.

Müşavirlikler: Ticaret Bakanlığı'na bağlı ticaret müşavirlikleri ve ataşelikler, doğrudan alıcıların listelerini paylaşarak işletmelere uluslararası ticaret fırsatları sunar.

4. İHRACATA HAZIRLIK

İhracat yapacak bir işletme, küresel ölçekte rekabetçi bir fiyatla pazarlanabilir bir ürün veya hizmet sunabilme kapasitesine sahip olmalıdır. İhracata hazırlık süreci, dikkatli bir planlama ve strateji gerektirir. Bu süreçte işletmelerin dikkat etmesi gereken bazı noktalar şunlardır:

Net İhracat Hedefleri Belirlemek: İhracat yapmaya karar veren bir işletme, net ve ulaşılabilir hedefler belirlemelidir. İhracat hedefleri, işletmenin uluslararası pazardaki stratejisini şekillendirecektir.

İhracat Planı Oluşturmak: Bir ihracat planı, işletmenin hangi ülkelere, hangi ürünlerle ve hangi yöntemlerle gireceğini detaylandırır. Planın bir parçası olarak uluslararası pazarlama stratejileri ve rakip analizi de yapılmalıdır.

Pazar Giriş Stratejisi: İşletmeler, uluslararası pazarlara nasıl giriş yapacaklarını belirlemelidir. Bu doğrudan satış, aracı kullanımı veya lisanslama gibi farklı yollarla yapılabilir.

Kültürel ve Dil Gereksinimlerini Anlamak: Her ülkenin kültürel ve dilsel farklılıkları ihracat sürecini etkileyebilir. İşletmeler, bu farklılıkları anlayarak pazarlama stratejilerini buna göre adapte etmelidirler.

5. TEMEL ARAÇLAR

Uluslararası pazarlara açılacak işletmelerin kullanabileceği bazı temel araçlar bulunmaktadır:

Kurumsal Kimlik: Web sitesi, katalog, broşür ve kartvizit gibi kurumsal kimlik öğeleri, işletmenin uluslararası alanda profesyonel bir imaj oluşturmaya yardımcı olur.

Toplu E-posta Yazılımları: Mailchimp gibi yazılımlar, işletmelerin geniş kitlelere ulaşmasını ve tanıtım yapmasını kolaylaştırır.

Fuar Takip Sayfaları: Uluslararası fuarları takip etmek ve bu fuarlara katılım sağlamak, işletmelere yeni işbirlikleri için fırsatlar sunar.

Visiting Potential Customers: By physically visiting potential customers and business partners, businesses can better understand their needs. For example, a company can analyze local market dynamics by visiting trade centers such as the Grand Bazaar in Istanbul.

Trade Fair Visits: Trade fairs are ideal platforms to establish direct contact with potential customers and business partners. It is also possible to learn about competitors' products and strategies.

Trade Delegations: Participating in trade missions organized by chambers, exporters' associations and other relevant institutions offers businesses new opportunities for cooperation. These events make businesses more visible in the international arena.

Online Research

Online market research is conducted using internet-based tools. With the development of technology, online market research has become a faster and less costly method:

E-commerce Sites: E-commerce platforms such as Kompass or Alibaba can be used to learn about potential competitors' products and prices.

Similar Site Search Engines: Listing other sites that are similar to customers' websites makes it easier to find new customers. Tools such as Similarsites.com and Sitelike.org can be used for this purpose.

Consultancies: Trade consultancies and attaché offices under the Ministry of Trade provide businesses with international trade opportunities by sharing lists of direct buyers.

4. EXPORT PREPARATION

An exporting business must have the capacity to offer a marketable product or service at a globally competitive price. The export preparation process requires careful planning and strategy. Some points that businesses should pay attention to in this process are as follows:

Setting Clear Export Targets: A business that decides to export should set clear and achievable goals. Export targets will shape the business's strategy in the international market.

Creating an Export Plan: An export plan details which countries the business will enter, with which products and through which methods. International marketing strategies and competitor analysis should also be part of the plan.

Market Entry Strategy: Businesses must determine how they will enter international markets. This can be done in different ways, such as direct selling, using intermediaries or licensing.

Understanding Cultural and Language Requirements: Cultural and linguistic differences in each country can affect the export process. Businesses should understand these differences and adapt their marketing strategies accordingly.

5. BASIC TOOLS

There are some basic tools that can be used by businesses expanding into international markets:

Corporate Identity: Corporate identity elements such as websites, catalogs, brochures and business cards help businesses create a professional image in the international arena.

Bulk Email Software: Software such as Mailchimp makes it easier for businesses to reach and promote to large audiences.

Fair Tracking Pages: Following and participating in international fairs provides businesses with opportunities for new collaborations.

6. GTİP KODU (GÜMRÜK TARİFE İSTATİSTİK POZİSYONU)

GTIP Kodu (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu Kodu), uluslararası ticarete malların sınıflandırılmasını ve tanımlanmasını sağlayan bir sistemdir. Türkiye'de kullanılan bu kod, Dünya Gümrük Örgütü'nün (WCO) geliştirdiği Harmonize Sistem (HS) temel alınarak oluşturulmuştur. GTIP kodları, 12 haneli bir yapıya sahiptir ve her ürünün tarifesi, vergi oranlarını ve ticaret düzenlemelerini belirlemek için kullanılır. Bu sistem, ürünlerin global ticaret standartlarına uygun olarak tanımlanmasını sağlar.

GTIP KODU YAPISI

GTIP kodu, ürünleri 12 basamaklı bir sayı ile sınıflandırır. Bu yapı şu şekildedir:

1. İlk 6 hane: Uluslararası düzeyde kabul edilen HS kodudur. Bu kısım, dünya genelinde ürünlerin tanımlanmasında kullanılır.

2. 7-12. haneler: Türkiye'ye özgü alt başlıklar ve ayrıntılı sınıflandırmaları içerir.

GTIP KODUNUN KULLANIM ALANLARI

1. Gümrük İşlemleri: İthalat ve ihracatta kullanılan ürünlerin doğru vergilendirilmesi ve gümrük işlemlerinin yapılabilmesi için GTIP kodu gereklidir. Her ürünün gümrükte nasıl işlem göreceği bu koda bağlıdır.

2. Vergi ve Tarifeler: GTIP kodları, ithalat sırasında hangi vergi oranlarının ve tarifelerin uygulanacağını belirler. Ürünün tarife sınıfına göre vergiler hesaplanır ve kotalar uygulanır.

3. İhracat ve İthalat İzinleri: Bazı ürünlerin ihracat ya da ithalatı özel izinler gerektirebilir. GTIP kodları, bu tür düzenlemelerin belirlenmesinde yardımcı olur. Örneğin, çevre veya sağlık açısından sınırlı ürünler için özel prosedürler vardır.

4. Ticaret Anlaşmaları: Ülkeler arasında yapılan serbest ticaret anlaşmalarında (STA) GTIP kodları kullanılarak, hangi ürünlerin anlaşmaya dahil olduğu belirlenir. Örneğin, STA kapsamında gümrük vergisinden muaf olan ürünler bu kodlarla tanımlanır.

5. İstatistiksel Amaçlar: Ticari faaliyetlerin kayıt altına alınmasında ve ülkelerin ithalat-ihracat istatistiklerinin tutulmasında GTIP kodları kullanılır. Ürünler bu kodlara göre kategorize edilerek analiz edilir.

GTIP KODUNUN ÖNEMİ

-Doğru Vergilendirme: Yanlış bir GTIP kodu kullanmak, ürünlerin yanlış vergi oranlarına tabi olmasına neden olabilir. Bu da hem maddi kayba hem de yasal sorunlara yol açabilir.

İthalat ve İhracat Kısıtlamaları: Yanlış bir GTIP kodu, ürünlerin gümrükte takılmasına veya kısıtlamalarla karşılaşmasına sebep olabilir. Özellikle hassas sektörlerde (örneğin ilaç veya silah endüstrisi) bu kodlar kritik önemdedir.

Uluslararası Ticaret Uyumluğu: GTIP kodları, uluslararası ticaretin standartlara uygun şekilde yürütülmesini sağlar. Her ülkede aynı ürün için kullanılan kodlar, ticarete uyumluluğu kolaylaştırır ve gümrük süreçlerini hızlandırır.

GTIP KODU NASIL ÖĞRENİLİR?

TUİK (GTİP 2023)

Tarife Arama Motoru

TİM

www.gumruk.com.tr/gtip

7. TRADEMAP VE ULUSLARARASI PAZAR VERİLERİ

ve analistler için geliştirilmiş bir çevrimiçi veri platformudur. Birleşmiş Milletler'e bağlı Uluslararası Ticaret Merkezi (International Trade Centre, ITC) tarafından yönetilir. TradeMap, ülkeler arasındaki ticaret akışını izlemek ve analiz etmek için kullanılır. Hem ithalat hem de ihracat verilerini ürün bazında sağlar ve küresel ticaretin analiz edilmesine yardımcı olur.

6. HS CODE (CUSTOMS TARIFF STATISTICS POSITION)

The GTIP Code (Customs Tariff Statistics Position Code) is a system for the classification and identification of goods in international trade. This code used in Turkey is based on the Harmonized System (HS) developed by the World Customs Organization (WCO). GTIP codes have a 12-digit structure and are used to determine the tariff, tax rates and trade regulations for each product. This system ensures that products are identified in accordance with global trade standards.

GTIP CODE STRUCTURE

The GTIP code classifies products with a 12-digit number. This structure is as follows:

1. First 6 digits: The internationally recognized HS code. This part is used to identify products worldwide.

2. 7th-12th digits: Includes subheadings and detailed classifications specific to Turkey.

USAGE AREAS OF GTIP CODE

1. Customs Transactions: The GTIP code is required for the correct taxation and customs clearance of import and export products. How each product will be processed at customs depends on this code.

2. Taxes and Tariffs: GTIP codes determine which tax rates and tariffs will be applied during imports. Taxes are calculated and quotas are applied according to the tariff class of the product.

3. Export and Import Permits: The export or import of some products may require special permits. GTIP codes help identify such regulations. For example, there are special procedures for products with environmental or health restrictions.

4. Trade Agreements: Free trade agreements (FTAs) between countries use GTIP codes to determine which products are included in the agreement. For example, products that are exempt from customs duty under the FTA are identified by these codes.

5. Statistical Purposes: GTIP codes are used to record commercial activities and to keep import-export statistics of countries. Products are categorized and analyzed according to these codes.

IMPORTANCE OF GTIP CODE

-Correct Taxation: Using an incorrect GTIP code can result in products being subject to the wrong tax rates. This can lead to both financial loss and legal problems.

Import and Export Restrictions: An incorrect GTIP code can cause products to get stuck at customs or face restrictions. These codes are especially critical in sensitive industries (e.g. pharmaceuticals or the arms industry).

International Trade Compatibility: GTIP codes ensure that international trade is conducted in a standardized manner. Codes used for the same product in each country facilitate trade harmonization and speed up customs processes.

HOW TO LEARN GTIP CODE?

TUİK (GTİP 2023)

Tariff Search Engine

TİM

www.gumruk.com.tr/gtip

7. TRADEMAP AND INTERNATIONAL MARKET DATA

is an online data platform for traders and analysts. It is managed by the International Trade Centre (ITC) of the United Nations. TradeMap is used to track and analyze the flow of trade between countries. It provides both import and export data by product and helps analyze global trade.

TRADEMAP'İN BAŞLICA ÖZELLİKLERİ

- 1. Kapsamlı Ticaret Verileri:** TradeMap, dünya genelindeki 220'den fazla ülkenin ithalat ve ihracat verilerini içerir. Bu veriler, her ülkenin hangi ürünleri ithal ettiğini ve hangi ülkelere ihraç ettiğini gösterir.
- 2. GTIP Kodlarına Göre Sınıflandırma:** Ürünler, GTIP (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu) kodlarına göre sınıflandırılmıştır, bu sayede kullanıcılar belirli bir ürünün hangi ülkeler arasında ticarete konu olduğunu görebilirler.
- 3. Grafik ve Tablo Analizleri:** TradeMap, ticaret verilerini grafikler, tablolar ve interaktif haritalar aracılığıyla görselleştirir. Bu, kullanıcıların ülkeler ve ürünler arasındaki ticaret akışlarını daha kolay analiz etmelerini sağlar.
- 4. Ticaret Dengesi ve Eğilimler:** Ülkeler arasındaki ticaret dengesi, yıllar içindeki değişimler ve trendler hakkında bilgi sağlar. Böylece hangi ülkenin hangi ürünlerde rekabetçi olduğu anlaşılabilir.
- 5. Pazar Potansiyeli Analizi:** TradeMap, kullanıcıların hedef pazarları analiz etmelerini sağlar. Hangi ülkelerde hangi ürünlerin daha fazla talep gördüğü ve hangi ülkelerde ticaretin büyüme potansiyeline sahip olduğu gibi bilgilere ulaşılabilir.

TRADEMAP NASIL KULLANILIR?

- 1. Kayıt ve Giriş:** TradeMap'e erişim ücretsizdir, ancak bazı özellikleri kullanabilmek için siteye kayıt olmak gereklidir. Ücretsiz kullanıcılar, ticaret verilerini sınırlı şekilde inceleyebilirken, kayıtlı kullanıcılar daha ayrıntılı verilere ulaşabilir.
- 2. Ürün Seçimi:** Kullanıcılar, ticaretini analiz etmek istedikleri ürünü seçebilirler. Ürünler GTIP kodlarına göre sınıflandırıldığından, bir ürünün GTIP kodu ile aranması mümkündür.
- 3. Ülke ve Bölge Seçimi:** Ticaret verilerini analiz etmek istediğiniz ülkeyi veya bölgeyi seçebilirsiniz. Örneğin, Türkiye'nin hangi ülkelere hangi ürünleri ihraç ettiğini veya hangi ülkelere ne tür ürünler ithal ettiğini görmek mümkündür.
- 4. Ticaret Verilerini İnceleme:** Seçilen ürün ve ülke için ithalat, ihracat, ticaret dengesi, pazar büyüklüğü gibi verilere ulaşabilirsiniz. Bu veriler yıllık veya aylık bazda sunulabilir ve istenirse belirli yıllar arasındaki eğilimler analiz edilebilir.
- 5. Veri İndirme:** Kullanıcılar, ticaret verilerini Excel, CSV veya PDF formatında indirip kendi analizlerinde kullanabilirler.

TRADEMAP'İN SAĞLADIĞI YARARLAR

- Pazar Araştırması:** İşletmeler, hangi pazarlarda fırsatlar olduğunu ve hangi ülkelerde büyüme potansiyeli bulunduğunu analiz edebilir.
- Rekabet Analizi:** Bir ürünün küresel pazardaki rekabetçi yapısı anlaşılabilir, bu da stratejik kararlar almada yardımcı olur.
- Ticaret Politikaları:** Hükümetler ve ticaret kuruluşları, ithalat ve ihracat politikalarını şekillendirmek için TradeMap'ten yararlanabilirler.
- Yatırım Fırsatları:** Yatırımcılar, hangi ülke veya bölgelerin ticarete büyüme potansiyeline sahip olduğunu belirlemek için bu verileri kullanabilirler. TradeMap, kullanıcılarına ülkeler ve ürünler arasındaki ticaret akışlarını detaylı bir şekilde analiz etme fırsatı sunar. Uluslararası ticaretin rekabetçi yapısını anlamak, pazar potansiyelini keşfetmek ve stratejik ticari kararlar almak için önemli bir araçtır. Hem hükümetler hem de işletmeler için küresel ticarete dair değerli içgörüler sunar.

MAIN FEATURES OF TRADEMAP

- 1. Comprehensive Trade Data:** TradeMap contains import and export data for more than 220 countries around the world. This data shows which products each country imports and to which countries it exports.
- 2. Classification by GTIP Codes:** Products are classified by GTIP (Customs Tariff Statistics Position) codes, so users can see which countries a particular product is traded between.
- 3. Graphical and Tabular Analysis:** TradeMap visualizes trade data through graphs, tables and interactive maps. This allows users to more easily analyze trade flows between countries and products.
- 4. Trade Balance and Trends:** Trade balance between countries provides information on changes and trends over the years. Thus, it can be understood which countries are competitive in which products.
- 5. Market Potential Analysis:** TradeMap allows users to analyze target markets. Information such as which products are more in demand in which countries and which countries have the potential for trade growth can be accessed.

HOW TO USE TRADEMAP?

- 1. Registration and Login:** Access to TradeMap is free, but registration is required to use some features. Free users have limited access to trade data, while registered users have access to more detailed data.
- 2. Product Selection:** Users can select the product whose trade they want to analyze. Since products are classified according to GTIP codes, it is possible to search for a product by GTIP code.
- 3. Country and Region Selection:** You can select the country or region whose trade data you want to analyze. For example, it is possible to see which products Turkey exports to which countries or what kind of products it imports from which countries.
- 4. Review Trade Data:** You can access data such as imports, exports, trade balance, market size for the selected product and country. This data can be presented on an annual or monthly basis and trends between specific years can be analyzed if desired.
- 5. Data Download:** Users can download trade data in Excel, CSV or PDF format and use it for their own analysis.

BENEFITS OF TRADEMAP

- Market Research:** Businesses can analyze which markets have opportunities and which countries have growth potential.
- Competitive Analysis:** The competitive structure of a product in the global market can be understood, which helps in making strategic decisions.
- Trade Policies:** Governments and trade organizations can use TradeMap to shape import and export policies.
- Investment Opportunities:** Investors can use the data to identify which countries or regions have the potential for trade growth.
- TradeMap offers users the opportunity to analyze trade flows between countries and products in detail. It is an essential tool for understanding the competitive nature of international trade, exploring market potential and making strategic business decisions. It offers valuable insights into global trade for both governments and businesses.

8. İHRACATA HAZIRLIK DEĞERLENDİRME SÜRECİ

İhracat yapmayı düşünen bir işletmenin bu süreç ne kadar hazır olduğunu anlaması, başarılı bir ihracat stratejisi geliştirmenin ilk adımıdır. İşletmeler, kendi iç değerlendirmelerini yaparak uluslararası pazarlarda başarılı olmak için gerekli altyapıya sahip olup olmadıklarını belirleyebilirler.

-İhracat Planı Geliştirmek: İşletmenin net ve ulaşılabilir ihracat hedefleri belirlemesi önemlidir. Bu hedefler doğrultusunda bir ihracat planı oluşturulmalıdır. İhracatın gerektirdiği süreçleri anlamak, bu süreçleri zamanında ve etkin bir şekilde yönetmek için stratejik bir yol haritası belirlemek gerekir.

- Personel ve Finansman Kaynakları: İhracat yapacak işletmenin, uluslararası ticaret konusunda bilgi ve beceri sahibi bir ekibe sahip olması gerekir. Ayrıca, işletmenin ihracat süreçlerinde ortaya çıkacak maliyetleri karşılayabilecek finansman kaynaklarına erişimi olmalıdır. Bu, işletmenin ihracata hazırlık durumunun önemli bir göstergesidir.

- Pazar Araştırması ve Rekabet Analizi: İşletmeler, hedef pazarlarını seçmeden önce detaylı bir pazar araştırması yapmalı ve bu pazardaki rakipleri analiz etmelidir. Rakip firmaların stratejilerini anlamak ve onların zayıf yönlerini tespit etmek, ihracatta başarıyı artıran faktörlerden biridir.

11. Kültürel ve Dilsel Farklılıklar

Uluslararası ticaret yapan işletmelerin, hedef pazarların kültürel ve dilsel farklılıklarını anlamaları hayati önem taşır. Her ülkenin tüketici alışkanlıkları, ticari gelenekleri ve iş yapma biçimleri farklı olabilir. İşletmeler, bu farklılıklara göre ürünlerini adapte etmeli ve pazarlama stratejilerini yeniden şekillendirmelidir. Aynı zamanda, dil bariyerlerini aşmak için işletmelerin çok dilli personel çalıştırması veya profesyonel çeviri hizmetleri kullanması gerekebilir.

SONUÇ

Uluslararası pazarlara erişim ve başarılı bir ihracat süreci için işletmelerin stratejik planlama yapması ve pazar araştırması araçlarını etkin bir şekilde kullanması gerekmektedir. İhracata hazır olup olmadığını belirlemek, hedef pazarları doğru seçmek ve küresel ticaretteki fırsatları analiz etmek, işletmelerin rekabet avantajı elde etmeleri için önemlidir. İyi bir pazar araştırması, firmanın yalnızca mevcut durumunu değerlendirmekle kalmaz, aynı zamanda gelecekteki büyüme potansiyelini de ortaya çıkarır. Bu süreçte kullanılan TradeMap, GTİP kodları ve KOSGEB destek programları gibi araçlar, işletmelerin uluslararası arenada başarılı olmasına büyük katkı sağlar. Kültürel ve dil farklılıklarına dikkat eden, rekabet analizini iyi yapan ve finansal kaynaklarını doğru yöneten işletmeler, küresel pazarlarda sürdürülebilir başarı elde edebilir.

Faydalı Bağlantılar

TradeMap: Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) tarafından yönetilen TradeMap, ülkeler arasındaki ticaret akışını izlemeye ve analiz etmeye olanak sağlar. Bu platform, ithalat ve ihracat verilerini ürün bazında sağlar. TradeMap'i kullanarak, hangi ürünlerin hangi ülkelere talep gördüğünü ve ticaret eğilimlerini inceleyebilirsiniz. www.trademap.org

GTİP (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu) Kodu: Türkiye'de kullanılan GTİP kodları, uluslararası ticarete ürünlerin sınıflandırılmasında ve tanımlanmasında kullanılır. Ürünlerin ticaret düzenlemelerine uygun olmasını sağlar uygulama.gtb.gov.tr/Tara

KOSGEB Destek Programları: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), ihracata hazırlık ve uluslararası ticaret ile ilgili çeşitli destek programları sunar. www.kosgeb.gov.tr

8. EXPORT READINESS ASSESSMENT PROCESS

The first step in developing a successful export strategy is for a business considering exporting to understand how ready it is for this process. By conducting their own internal assessments, businesses can determine whether they have the necessary infrastructure to succeed in international markets.

-Developing an Export Plan: It is important for the business to set clear and achievable export targets. An export plan should be created in line with these targets. It is necessary to determine a strategic road map to understand the processes required for exporting and to manage these processes in a timely and effective manner.

- Personnel and Financing Resources: An exporting company should have a team with knowledge and skills in international trade. In addition, the business should have access to financial resources that can cover the costs that will arise in the export processes. This is an important indicator of the export readiness of the business.

- Market Research and Competitive Analysis: Before choosing their target markets, businesses should conduct a detailed market research and analyze the competitors in this market. Understanding the strategies of competitors and identifying their weaknesses is one of the factors that increase success in exports.

11. Cultural and Linguistic Differences

It is vital for businesses that trade internationally to understand the cultural and linguistic differences of their target markets. Each country may have different consumer habits, commercial traditions and ways of doing business. Businesses must adapt their products and reshape their marketing strategies according to these differences. At the same time, businesses may need to employ multilingual staff or use professional translation services to overcome language barriers.

CONCLUSION

For access to international markets and a successful export process, businesses need to make strategic planning and use market research tools effectively. Determining export readiness, choosing the right target markets and analyzing opportunities in global trade are important for businesses to gain competitive advantage. Good market research not only assesses a firm's current situation, but also reveals its potential for future growth. Tools such as TradeMap, HS codes and KOSGEB support programs used in this process contribute greatly to the success of businesses in the international arena. Businesses that pay attention to cultural and language differences, analyze competition well and manage their financial resources correctly can achieve sustainable success in global markets.

Useful Links

TradeMap: By the International Trade Center (ITC) managed by TradeMap, is a platform for analyzing the flow of trade between countries. monitoring and analysis. This platform provides import and export data by product. By using TradeMap, you can see which products demand and trade trends.

www.trademap.org

GTIP (Customs Tariff Statistics Position) Code: HS codes used in Turkey, in international trade classification and identification of products is used. Products comply with trade regulations ensures that uygulama.gtb.gov.tr/Tara

KOSGEB Support Programs: Small and Medium Enterprise Development and Support Administration (KOSGEB), export preparation and international trade offers various support programs. www.kosgeb.gov.tr



3.3.11 GENEL BECERİ EĞİTİMİ

Eğitimin Süresi

120 saat

Eğitimin Amacı

Yazılı dil ile sözlü dil arasındaki farklar gibi iş görüşmelerinde iletişim becerilerini geliştirecek içeriğe sahip bir eğitim olacaktır. Eğitimde ayrıca iletişimin tanımı ve önemi, iletişimde Temel Tutumlar ve kişisel özelliklerin rolü, etkili dil kullanımı, Pozitif Dil Örüntüsü Etkisi, Etkili İletişim Farkındalığı, Etkili iletişim konusunda bilgi, beceri kazanma ve öğrenme teknikleri, beden dilinin önemi ve etkili bir iletişim aracı olarak kullanımı, Kurumlarda İnsan İlişkileri İletişim kuralları ve insan ilişkilerinin geliştirilmesi, İş ve özel yaşamda gerekli olan temel iletişim unsurlarının öğrenilmesi, kendini ifade etme ve memnuniyetin artırılması, Kurumsal alanda çözüm odaklı yaklaşımlarla iş performansının ve iletişim kalitesinin artırılması, e-posta yazışmaları, iş raporları, CV hazırlama gibi konular yer alacaktır.

Eğitimin Başlıkları

- 1- İletişimin Tanımı ve Önemi
- 2- Beceri Kazanma ve Öğrenme Teknikleri
- 3- Pozitif Dil Örüntüsü
- 4- İş Hayatında İletişim
- Beden Dilinin Etkin Kullanılması ve Görgü Kuralları
- 5- Etkili Mülakat Teknikleri & Sunum Hazırlama
- 7- Etkili İletişim Farkındalığı
- 8- Özgeçmiş Hazırlama Eğitimi
- 9- E-posta ve İş Raporları Prosedürleri Eğitimi

3.3.11 GENERAL SKILL TRAINING

Duration of Training

120 hours

Purpose of Training

The training will focus on communication skills in job interviews, including the differences between written and spoken language. Additionally, the training will cover the definition and importance of communication, basic attitudes in communication and the role of personal traits, effective language use, the impact of positive language patterns, communication awareness, acquiring knowledge, skills, and learning techniques for effective communication, the importance of body language and its use as a tool for effective communication, communication rules in institutions, improving human relations, learning essential communication elements required in both professional and personal life, self-expression, increasing satisfaction, and enhancing work performance and communication quality through solution-oriented approaches in corporate settings. The course will also include topics such as email correspondence, business reports, and CV preparation.

Training Topics

- 1- Definition and Importance of Communication
- 2- Skill Acquisition and Learning Techniques
- 3- Positive Language Patterns
- 4- Communication in the Workplace
- 5- Effective Use of Body Language and Etiquette
- 6- Effective Interview Techniques & Presentation Preparation
- 7- Communication Awareness
- 8- Resume Writing Training
- 9- Email and Business Report Procedures Training

A. İLETİŞİMİN TANIMI & ÖNEMİ

İletişim duygu ve düşüncelerin, akla uygun şekilde başkalarına aktarılması, bildirimi ve haberleşme biçimi olarak tanımlanmaktadır. Gönderici (iletken/kaynak), Alıcı (hedef), Mesaj (ileti), Kanal, Dönüt (geri bildirim) iletişimin temel öğeleri olup her bir adım kullanılması durumunda sağlıklı bir iletişim elde edilir. Gerçekçi Vaka örneğinde; Sevim Hanım "girişim" levhasını görünce aracını başka sokağa doğru sürdü. Gönderici (iletken/kaynak): "Girişim" levhasıdır. Alıcı (hedef): Sevim Hanım, Mesaj (ileti): Girişim, Kanal: Trafik işareti, Dönüt (geri bildirim): Sevim Hanım'ın yönünü değiştirmesi. İletişimin temelindeki bu bileşenlerin benimsenmesi ve algılanması ilişkilere ve yaşama değer katmaktadır.

Uzmanlara göre; İnsan nefes almaya olduğu gibi, iletişime de aynı oranda ihtiyacı vardır. İletişimsizliğin sonuçları, nefes alma konusunda yaşanan olumsuzlukların sonucu kadar etkili olabilir. İletişim kurmayan insanlar zamanla;

*İçine kapanır.

*Oldukları ortamda istenmediklerini düşünür.

*Aidiyet duyguları zamanla azalır.

*Zamanla anksiyete gibi ruhsal bozukluklara yakalanma ihtimali artacaktır.

Ancak her insanın hakkı olan iletişim, sabahları bir günaydınla aile ya da iş ortamında hayata başlamak en büyük yaşam enerjisi kaynağından biridir.

Unutmayın ki geliştirdiğiniz etkili iletişim becerileri, bir sonraki jenerasyonunuz için kazandığınız en büyük kişisel deneyim olacaktır.

İş hayatında ve sosyal hayatımızda başarılı iletişimin anahtarı aktif dinleme, almanın kapısını açacaktır. Bu sebeple iletişim unsurlarında tek taraflı değil, çift taraflı iletişim unsurlarına dikkat edilmelidir.

TÜBİTAK Genç dergisinde yayınlanan içerik sağlıklı bireyler olma yolunda iletişim kurmanın gücünü kullanırsak ortak ve daha güçlü deneyimler kazandığımız bilimsel olarak kanıtlanmış. Birlikle sosyal iletişim ve etkileşim kurduğumuzda beynimizden yayılan dalgalar ile tek başımızayken beynimizden yayılan dalgalar birbirinden hayli farklı. İki insan etkileşim hâlindeyken beyin dalgaları senkronize olduğunda, beyinlerinin ilgili bölgelerindeki nöronlar aynı anda aktifleşiyor. Etkileşim devam ettikçe iki beyin aktivitesi giderek daha da birbirlerine benziyor. Bu olgu "beyin dalgaları senkronizasyonu" olarak isimlendiriliyor.

B. ETKİLİ İLETİŞİMDE BECERİ KAZANMA VE ÖĞRENME TEKNİKLERİ

Beceri geliştirme ve yeniden beceri kazanma sıklıkla birbirinin yerine kullanılan iki terimdir ancak anlamları biraz farklıdır.

Beceri geliştirme, mevcut işinizle alakalı yeni beceriler öğrenme sürecidir. Bu, kariyerinizde ilerlemenize veya alanınızda bir adım önde olmanıza yardımcı olabilir. Mevcut rol için değişen gereksinimleri ayak uydurmak ve yeni becerilere ulaşma süreci olarak kısaca tanımlanabilir. Örneğin, yazılım mühendislerinin kendi uzmanlık alanlarına dair bir çok şeyi biliyoruz ancak hala kariyerimizde rakiplerimizin bizden farklı kullandığını görüyorsunuz ve sektörde daha iyi bir pozisyondaydınız. Bunlara ayak uydurmak için yeni beceriler öğrenmeliyiz. Yeniden beceri kazanma, mevcut işinizden tamamen farklı yeni beceriler öğrenme sürecidir. Bu, kariyer değiştirmenize veya başka bir alanda yeni bir iş bulmanıza yardımcı olabilir. Yeni bir rol için gereksinimleri karşılamak için yeni beceriler öğrenme süreci olarak tanımlanabilir. Benzer bir örnek vermemiz gerekirse, yazılım mühendislerinizin yapay zeka (AI) alanında yeni bir öğrenme sürecine ihtiyacı varsa "reskilling" söz konusudur.

A. DEFINITION & IMPORTANCE OF COMMUNICATION

Communication is defined as the transfer of feelings and thoughts to others in a rational way, notification and form of communication. Sender (transmitter/source), Receiver (target), Message (message), Channel, Feedback are the basic elements of communication and a healthy communication is achieved if each step is used. In the Realistic Case example; Ms. Sevim drove her car to another street when she saw the "no entry" sign. Sender (transmitter/source): The "no entry" sign. Receiver (target): Ms. Sevim, Message (message): "No Entry", Channel: Traffic sign, Feedback: Ms. Sevim's change of direction. The adoption and perception of these components of communication add value to relationships and life.

According to experts, human beings need communication as much as they need breathing. The consequences of miscommunication can be as effective as the consequences of the negativities experienced in breathing. People who do not communicate over time;

* become withdrawn.

*They think that they are not wanted in their environment.

*Their sense of belonging decreases over time.

*The likelihood of developing mental disorders such as anxiety will increase over time.

However, communication, which is the right of every human being, is one of the greatest sources of life energy to start life in the family or work environment with a good morning in the morning.

Remember that the effective communication skills you develop will be the greatest personal experience you gain for your next generation.

Active listening, the key to successful communication in business and social life, will open the door to receiving. For this reason, attention should be paid to two-sided communication elements, not one-sided communication elements.

The content published in TÜBİTAK Genç magazine scientifically proves that if we use the power of communication to become healthy individuals, we gain common and stronger experiences. The waves emitted from our brain when we interact socially with someone are quite different from the waves emitted from our brain when we are alone. When two people interact and their brain waves synchronize, neurons in the relevant areas of their brains are activated at the same time. As the interaction continues, the two brain activities become more and more similar. This phenomenon is called "brainwave synchronization".

B. TECHNIQUES FOR LEARNING AND ACQUIRING SKILLS IN EFFECTIVE COMMUNICATION

Up-skilling and reskilling are two terms that are often used interchangeably, but their meanings are slightly different.

Up-skilling is the process of learning new skills that are relevant to your current job. This can help you advance in your career or stay ahead in your field. It can be briefly defined as the process of keeping up with changing requirements for the current role and acquiring new skills. For example, your software engineers know a lot of things about their area of expertise, but still in our career you see that our competitors are using it differently than us and they are in a better position in the industry. We have to learn new skills to keep up with them.

Reskilling is the process of learning new skills that are completely different from your current job. This can help you change careers or find a new job in another field. It can be defined as the process of learning new skills to meet the requirements for a new role. A similar example is "reskilling" if your software engineers need a new learning process in the field of artificial intelligence (AI).

Beceri kazanma ve beceri geliştirme yöntemlerinin sağladığı avantajları

İstihdam Edilebilirliğinizi artırır: Eğer henüz bir işe alım gerçekleşmediyse yeni nesil şirketler istihdam edecekleri kişilerin öğrenmeye açık olmasını arzu ederler.

Kariyer Gelişiminizi destekler: Beceri geliştirmek, mevcut işinizde size yeni fırsatlar sağlayabilir veya daha yüksek seviyelerdeki pozisyonlara başvuru yapma olanağı sağlayabilir. Liderlik pozisyonlarına veya terfilere hak kazanabilirsiniz.

Daha Fazla Kazanç Potansiyeli: Daha gelişmiş yetenekleriniz ve referanslarınız varsa, genellikle daha büyük bir tazminat talep edebilirsiniz. Veri analizi ve programlama son derece iyi para kazandıran iki meslektir. Gelişmiş Performans Gösterirsiniz: Gelişmiş performansın size en büyük kazanımı ise profesyonelliktir. Kendinizi eşsiz bir konumda görürsünüz. Bu da verimliliğinizi artırır. Artık iş hayatınız sizin oyun alanınız olur.

Kişisel Doyumunuzu arttırabilirsiniz. Kendinize olan güveniniz arttıracaktır.

Ağ oluşturma fırsatı yakalarsınız: İş dünyasının olmazsa olmazıdır. İşletmeler becerilerinizi göstermenizi ister. Eğer firmanızdan memnunsanız zaten şirket sizi kaybetmek istemez. Eğer firmadan memnun değilseniz de iş ağı geniş olan çalışanlar her zaman çok tercih edilirler. Gelişen beceriler sayesinde daha fazla kişiyle görüşürsünüz. Profesyonel ağınız büyüyebilir ve olası ortaklıklarınızı arttırırsınız.

Küresel Fırsatları değerlendirirsiniz: Gittikçe küreselleşen bir dünyada, yabancı dil bilgisi veya uluslararası ticaret bilgisi gibi bazı beceriler yurt dışında istihdam fırsatlarına yol açabilir. Belki Türkiye’de değil uluslararası operasyon düzenleyen bir firmada iş fırsatı yakalamanızı sağlar.

Girişimci yanınızı güçlendirirsiniz: Kazandığınız becerileri bir firma için değil kendiniz için de değerlendirebilirsiniz. İstatistikleri doğru okuyabilmek, sosyal medyayı iyi kullanabilmek uluslararası online pazarlarda iyi marka tanıtımı yapmaya yönelik becerilerinizi kendiniz için de kullanabilirsiniz.

Beceri kazanma yöntemleri ‘İnce Beceriler ve Teknik Beceriler’

Beceri kazanma ve beceri geliştirme yöntemlerini davranışsal olarak ya da teknik becerilerimizi geliştirme yönünde yapabiliriz.

İnce beceriler davranışsal anlamda kendimizi geliştirmemizi ifade eder. Yani müşteri ilişkileri yönetimini bilmek, beden dilinin etkin kullanılması, ofiste görgü kuralları gibi daha davranışsal alanlardaki becerileri geliştirmemizdir.

Teknik beceriler ise daha teknik anlamda kazandığınız becerilerdir. Microsoft ofis programlarının kullanılması, natcad çizim programlarının öğrenilmesi gibi. Yani teknik anlamda daha somut öğrendiğimiz beceriler olarak anlatılabilir.

C. BEDEN DİLİNİN ETKİN KULLANILMASI & PROTOKOL KURALLARI

Beden dilini Siyasette, ekonomide, magazinde, sosyal yaşantımızda bir şeyleri temsil ederken ya da birileri üzerinde olumlu intiba yaratmak isterken kullanılır. Sosyal yaşamda beden dilinin önemine çok özen göstermeden hayat akışına devam edebiliyoruz. Masada otururken, eserken, sunumları dinlerken. Yani alanlarımızda kendimizi rahat hissettiğimiz gibi davranmaya eğilimliyiz. Ancak iş hayatındaki rollerimizde sosyal yaşantımızın dışında bazı beden dili kalıplarına alışkın olmak gerekmektedir. Beden dili sözlerin ötesine geçerek kurulan bir iletişim şeklidir.

Beden dilinin iş hayatında çok özel bir yeri vardır. Hatta belki de beden dilini etkin kullandığımız en güçlü olduğu alan olarak iş hayatını söyleyebiliriz.

Advantages of skill acquisition and skill development methods

Increases your employability: If you have not yet been hired, next-generation companies want their employees to be open to learning.

Supports your Career Development: Developing skills can open up new opportunities in your current job or enable you to apply for positions at higher levels. You may qualify for leadership positions or promotions.

More Earning Potential: If you have more advanced skills and references, you can often claim a larger compensation. Data analysis and programming are two extremely well-paying professions.

Improved Performance: The biggest benefit of enhanced performance is professionalism. You see yourself in a unique position. This increases your productivity. Now your work life becomes your playground.

You can increase your Personal Satisfaction. Your self-confidence will increase.

You will have the opportunity to network: It is a must in the business world. Businesses want you to show your skills. If you are satisfied with your company, the company does not want to lose you. If you are not satisfied with the company, employees with a wide business network are always highly preferred. With developing skills, you will meet more people. Your professional network can grow and you increase your potential partnerships.

Take advantage of global opportunities: In an increasingly globalized world, certain skills such as foreign language skills or knowledge of international trade can lead to employment opportunities abroad. Maybe not in Turkey, but in a company that organizes international operations. **You strengthen your entrepreneurial side:** You can utilize the skills you gain not only for a company but also for yourself. Being able to read statistics correctly, using social media well, and promoting your brand well in international online markets can also be used for yourself.

Skill acquisition methods ‘Fine Skills and Technical Skills’

Skill acquisition and skill development can be done either behaviorally or in terms of improving our technical skills.

Soft skills refer to improving ourselves in a behavioral sense. In other words, we develop skills in more behavioral areas such as knowing customer relationship management, effective use of body language, etiquette in the office.

Technical skills are the skills you gain in a more technical sense. Such as using Microsoft office programs, learning natcad drawing programs. In other words, it can be described as the skills we learn in a more concrete technical sense.

C. EFFECTIVE USE OF BODY LANGUAGE & PROTOCOL RULES

Body language is used in politics, economy, magazine, social life when representing something or when we want to make a positive impression on someone. In social life, we can continue the flow of life without paying much attention to the importance of body language. Sitting at the table, yawning, listening to presentations. In other words, we tend to behave as we feel comfortable in our spaces. However, in our roles in business life, it is necessary to be used to some body language patterns outside of our social life.

Body language is a form of communication that goes beyond words.

Body language has a very special place in business life. We can even say that business life is perhaps the area where we use body language most effectively.

İŞ HAYATINDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN BEDEN DİLİ KURALLARI

1. Göz Teması

- **Önem:** Göz teması, güven ve ilgi gösterir. Karşınızdaki kişiyle göz teması kurmak, dinlediğinizi ve saygı duyduğunuzu gösterir.

- **Dikkat Edilmesi Gerekenler:** Aşırı göz teması rahatsız edici olabilir; bu yüzden doğal bir denge sağlamak önemlidir.

2. Mimikler

- **Önem:** Yüz ifadeleri, duygusal durumunuzu ve tepkilerinizi gösterir. Gülümsemek, sıcaklık ve samimiyet katar; kaşları çatmak ise rahatsızlık ya da anlaşmazlık sinyali verebilir.

- **Dikkat Edilmesi Gerekenler:** Yüz ifadelerinizi durum ve kontekste uygun şekilde kullanmak, yanlış anlamaları önler.

3. Duruş ve Postür

- **Önem:** Dik durmak kendine güveni ve profesyonelliği gösterir. Eğik durmak veya kolları kavuşturmak ise kapalı ve savunmacı bir izlenim yaratabilir.

- **Dikkat Edilmesi Gerekenler:** Duruşunuzun rahat ve kendinden emin olduğundan emin olun.

4. El ve Kol Hareketleri

- **Önem:** El ve kol hareketleri konuşmanızı destekleyebilir. Açık ve hareketli eller, açık fikirli olduğunuzu ve istekli olduğunuzu gösterir.

- **Dikkat Edilmesi Gerekenler:** Fazla ellerinizi kullanmak dikkat dağıtıcı olabilir.

5. Ellerin ve Kolların Pozisyonu

- **Önem:** Eller ve kolların pozisyonu, kişisel alanı ve güvenliği yansıtır. Kolları kavuşturmak veya elleri ceplere koymak genellikle savunmacı bir tavır olarak algılanabilir.

- **Dikkat Edilmesi Gerekenler:** Ellerinizi açıkta ve rahat bir pozisyonda olmalı.

6. Ses Tonu ve Hızı

- **Önem:** Ses tonu ve konuşma hızı, mesajınızı nasıl algılandığını etkiler. Yüksek bir ses tonu agresif veya heyecanlı olabilirken, düşük bir ses tonu güven vermeyebilir.

- **Dikkat Edilmesi Gerekenler:** Ses tonunuzu ve hızınızı konuyla ve duruma uygun şekilde ayarlayın.

7. Kişisel Alan ve Mesafe

- **Önem:** Kişisel alan ve mesafe, kültürel farklılıklara bağlı olarak değişir. Genel olarak, çok yakın mesafe rahatsızlık verebilirken, fazla uzak mesafe de soğukluk hissi yaratabilir.

- **Dikkat Edilmesi Gerekenler:** Karşınızdaki kişinin kişisel alanına saygı gösterin ve mesafeyi ayarlamakta dikkatli olun.

8. Konsantrasyon ve Dinleme

- **Önem:** Başınızı sallamak, gülümsemek ve uygun şekilde tepki vermek, aktif bir dinleyici olduğunuzu gösterir.

- **Dikkat Edilmesi Gerekenler:** Dinleme sırasında dikkat dağıtıcı davranışlardan kaçının.

Bu noktaları göz önünde bulundurarak, iş yerindeki beden dilinizi kontrol edebilir ve etkili iletişim kurabilirsiniz. Bu, hem profesyonel imajınızı güçlendirebilir hem de iş ilişkilerinizi iyileştirebilir.

BODY LANGUAGE RULES TO BE CONSIDERED IN BUSINESS LIFE

1. Eye Contact

- **Importance:** Eye contact shows trust and interest. Making eye contact with the other person shows that you are listening and respecting them.

- **Cautions:** Excessive eye contact can be uncomfortable, so it is important to maintain a natural balance.

2. Gestures

- **Importance:** Facial expressions show your emotional state and reactions. Smiling adds warmth and friendliness; frowning can signal discomfort or disagreement.

- **Considerations:** Using your facial expressions appropriately in the situation and context avoids misunderstandings.

3. Posture and Posture

- **Importance:** Standing up straight shows confidence and professionalism. A stooped posture or crossed arms can create a closed and defensive impression.

- **Things to Consider:** Make sure your posture is relaxed and confident.

4. Hand and Arm Movements

- **Importance:** Hand and arm gestures can support your speech. Open and moving hands show that you are open-minded and willing.

- **Cautions:** Using your hands too much can be distracting.

5. Position of Hands and Arms

- **Importance:** The position of the hands and arms reflects personal space and safety. Crossing arms or putting hands in pockets can often be perceived as a defensive posture.

- **Considerations:** Hands should be uncovered and in a comfortable position.

6. Voice Tone and Speed

- **Importance:** Tone of voice and speed of speech affect how your message is perceived. A high tone can be aggressive or excited, while a low tone may not inspire confidence.

- **Considerations:** Adjust your tone and pace to suit the subject and the situation.

7. Personal space and distance

- **Importance:** Personal space and distance vary depending on cultural differences. In general, too close a distance can be uncomfortable, while too far can create a feeling of coldness.

- **Considerations:** Respect the other person's personal space and be careful to keep your distance.

8. Concentration and Listening

- **Importance:** Nodding, smiling and responding appropriately shows that you are an active listener.

- **Cautions:** Avoid distracting behaviors while listening. By keeping these points in mind, you can control your body language at work and communicate effectively. This can both strengthen your professional image and improve your business relationships.

D. ETKİLİ MÜLAKAT TEKNİKLERİ

İş hayatında mülakatlar, işe alım sürecinin kritik bir parçasıdır ve hem işverenler hem de adaylar için büyük önem taşır. İşte mülakatların önemini açıklayan bazı temel noktalar:

1. Adayın Uygunluğunu Değerlendirme

-İşveren Bakış Açısı: Mülakatlar, adayların iş için gerekli niteliklere, becerilere ve deneyimlere sahip olup olmadığını belirlemek için kullanılır. Bu aşamada adayların teknik bilgi, problem çözme yetenekleri ve iş ahlakı değerlendirilir.

-Aday Bakış Açısı: Adaylar, işin gereksinimlerini ve şirketin kültürünü daha iyi anlamak için mülakatlara katılır. Bu, adayların kendilerini ve yeteneklerini en iyi şekilde ifade etmelerini sağlar.

2. Şirket Kültürüne Uyum

-İşveren Bakış Açısı: Mülakatlar, adayın şirket kültürüne ve takım dinamiklerine uyum sağlayıp sağlayamayacağını değerlendirmede yardımcı olur. İşverenler, adayların şirketteki rolü için ne kadar iyi uyum sağlayacaklarını belirlemeye çalışır.

-Aday Bakış Açısı: Adaylar, şirketin çalışma ortamını ve değerlerini anlamak için mülakatları kullanır. Bu, adayların şirketle uzun vadeli bir uyum sağlaması açısından önemlidir.

3. İletişim ve İkna Becerilerinin Değerlendirilmesi

-İşveren Bakış Açısı: Mülakatlar, adayların iletişim becerilerini, ikna yeteneklerini ve profesyonel tutumlarını gözlemlemek için bir fırsat sunar. Bu beceriler, özellikle müşteri ilişkileri, liderlik ve takım çalışması gerektiren pozisyonlarda önemlidir.

-Aday Bakış Açısı: Adaylar, mülakatlar sırasında kendilerini etkili bir şekilde ifade etme fırsatı bulur. Bu süreç, adayların profesyonel becerilerini ve yeteneklerini göstermek için bir platform sağlar.

4. Soru-Cevap ve Bilgi Paylaşımı

-İşveren Bakış Açısı: Mülakatlar, işverenlere adayların kendilerini nasıl tanıttığını ve belirli senaryolar karşısında nasıl davrandığını anlamak için önemli bir fırsat sunar. Bu, adayların problem çözme yeteneklerini ve düşünce tarzlarını değerlendirmek için de kullanılır.

-Aday Bakış Açısı: Adaylar, mülakat sırasında şirket hakkında sorular sorarak, işin detayları, takım yapısı ve kariyer gelişim olanakları hakkında bilgi alır.

5. Karar Verme Süreci

-İşveren Bakış Açısı: Mülakat, işverenlerin adaylar arasında seçim yaparken en iyi kararı vermelerine yardımcı olur. Mülakatlar, genellikle referans kontrolleri ve diğer değerlendirmelerle birlikte, nihai işe alım kararında belirleyici bir rol oynar.

-Aday Bakış Açısı: Mülakatlar, adaylara işin gerçekliği ve beklentileri hakkında bilgi vererek bilinçli bir karar vermelerine yardımcı olur.

6. Profesyonel İmaj ve Marka Oluşturma

-İşveren Bakış Açısı: Şirketler mülakatlarda profesyonel bir imaj sergileyerek, adayların şirkete karşı olumlu bir izlenim edinmesini sağlar. Bu, şirketin itibarını ve marka değerini güçlendirir.

-Aday Bakış Açısı: Adaylar, mülakatlar sırasında profesyonel bir tutum sergileyerek kendilerini en iyi şekilde ifade eder ve işveren üzerinde olumlu bir izlenim bırakır. Mülakatlar, her iki taraf için de kritik bir fırsat sunar. İşverenler için uygun adayları seçmek, adaylar içinse doğru iş ve şirketi seçmek adına önemli bir aşamadır. Bu nedenle, mülakat sürecine hazırlıklı olmak ve etkili bir şekilde katılmak, iş hayatında başarılı bir kariyer inşa etmek açısından büyük önem taşır.

D. EFFECTIVE INTERVIEW TECHNIQUES

In business, interviews are a critical part of the hiring process and are of great importance for both employers and candidates. Here are some key points that explain the importance of interviews:

1. Assessing Candidate Suitability

-The Employer's Perspective: Interviews are used to determine whether candidates have the qualifications, skills and experience required for the job. At this stage, candidates' technical knowledge, problem-solving skills and work ethics are evaluated.

-Candidate Perspective: Candidates participate in interviews to better understand the requirements of the job and the culture of the company. This allows candidates to best express themselves and their abilities.

2. Fit with Company Culture

-Employer Perspective: Interviews help to assess whether the candidate can adapt to the company culture and team dynamics. Employers try to determine how well candidates will fit into their role in the company.

-Candidate Perspective: Candidates use interviews to understand the company's work environment and values. This is important for candidates to establish a long-term fit with the company.

3. Assessment of Communication and Persuasion Skills

-The Employer's Perspective: Interviews provide an opportunity to observe candidates' communication skills, persuasiveness and professional attitude. These skills are especially important in positions that require customer relations, leadership and teamwork.

-Candidate Perspective: Candidates have the opportunity to express themselves effectively during interviews. This process provides a platform for candidates to demonstrate their professional skills and abilities.

4. Q&A and Information Sharing

-Employer Perspective: Interviews provide employers with an important opportunity to understand how candidates present themselves and how they behave in certain scenarios. This is also used to assess candidates' problem-solving abilities and thinking styles.

-Candidate Perspective: By asking questions about the company during the interview, candidates learn about the details of the job, the team structure and career development opportunities.

5. Decision Making Process

-The Employer's Perspective: The interview helps employers make the best decision when choosing between candidates. Interviews, often in combination with reference checks and other assessments, play a decisive role in the final hiring decision.

-Candidate Perspective: Interviews help candidates make an informed decision by giving them insight into the reality and expectations of the job.

6. Professional Image and Brand Building

-Employer Perspective: By presenting a professional image in interviews, companies ensure that candidates have a positive impression of the company. This strengthens the company's reputation and brand value.

-Candidate Perspective: Candidates express themselves in the best possible way by displaying a professional attitude during interviews and leave a positive impression on the employer.

Interviews provide a critical opportunity for both parties. It is an important stage for employers to select suitable candidates and for candidates to choose the right job and company. Therefore, being prepared for and effectively participating in the interview process is crucial to building a successful career in business life.

Mülakatlarda Adayların Hazırlıkları

Mülakatlarda başarılı olmak için adayların dikkat etmesi gereken birçok önemli nokta var. Mülakata hazırlanırken ve mülakat sırasında dikkat edilmesi gereken bazı temel noktalar:

1. Hazırlık ve Araştırma

-Şirketi Araştırın: Şirketin misyonunu, vizyonunu, değerlerini ve güncel projelerini öğrenin. Şirket kültürü hakkında bilgi edinmek, mülakat sırasında sorulara daha iyi yanıt vermenize yardımcı olabilir.

-Pozisyonu Anlayın: İlgili iş ilanını dikkatlice okuyun ve pozisyonun gereksinimlerini anlamaya çalışın. Bu, hangi beceri ve deneyimlerin öne çıktığını bilmenizi sağlar.

2. Kendinizi Tanıyın

-Güçlü ve Zayıf Yönler: Kendi güçlü yönlerinizi ve gelişim alanlarınızı belirleyin. Bu, mülakat sırasında kendinizi doğru bir şekilde ifade etmenize yardımcı olur.

-Örnekler Hazırlayın: Önceki iş deneyimlerinizi, başarılarınızı ve çözüm ürettiğiniz durumları örneklerle açıklayın. STAR (Durum, Görev, Eylem, Sonuç) tekniğini kullanarak somut örnekler verin.

3. Kişisel Sunum ve Profesyonellik

-Uygun Kıyafet: Şirketin kültürüne ve pozisyona uygun profesyonel bir kıyafet seçin. İlk izlenim önemlidir, bu yüzden temiz ve düzenli görülmeye özen gösterin.

-Zamanında Gelin: Mülakata zamanında veya biraz erken gitmek, profesyonel bir izlenim bırakır ve zaman yönetimi becerilerinizi gösterir.

4. İletişim ve Beden Dili

-Göz Teması: Göz teması kurarak kendinizi güvenilir ve ilgili bir şekilde ifade edin. Ancak, aşırıya kaçmamaya dikkat edin.

-Duruş ve Postür: Dik ve rahat bir duruş sergileyin. Kapalı kollar veya yavaş hareketler, savunmacı bir izlenim yaratabilir.

-Dinleme: Aktif bir dinleyici olun. Karşınızdaki kişinin söylediklerine dikkat edin ve gerektiğinde uygun geri bildirimlerde bulunun.

5. Sorular ve Cevaplar

-Soru-Cevap Tekniği: Sorulara açık ve net cevaplar verin. Kısa ama etkili ve konuyla ilgili kalmaya özen gösterin.

-Sorular Sorma: Mülakatın sonunda sorular sormak, pozisyona ve şirkete olan ilginizi gösterir. İşin sorumlulukları, ekip yapısı ve şirketin gelecekteki hedefleri hakkında sorular hazırlayın.

6. Davranış ve Tutum

-Olumlu Tutum: Pozitif bir tutum sergileyin ve olumlu bir dil kullanın. İşe alım yöneticisine, önceki iş deneyimlerinizden öğrenme fırsatları ve katkıda bulunma isteğinizi gösterin.

-Sorum Çözme Yeteneği: Karşılaşılabileceğiniz olası zorluklara nasıl yaklaşacağınızı veya çözüm üreteceğinizi gösterin. Problem çözme becerilerinizi vurgulayan örnekler hazırlayın.

7. Takip ve Geri Bildirim

-Teşekkür Notu: Mülakat sonrası teşekkür notu veya e-posta göndermek, profesyonelliğinizi ve ilgililiğinizi gösterir. Görüşme için zaman ayıran kişilere teşekkür etmek iyi bir izlenim bırakır.

-Geri Bildirim: Eğer mülakat sonunda geri bildirim almanız mümkünse, bu geri bildirimi değerlendirin. Bu, gelecekteki mülakatlar için öğrenme fırsatı sunar.

Mülakatlar, hem sizin hem de işverenin uygunluğu değerlendirdiği önemli bir süreçtir. Bu yüzden, her aşamada dikkatli ve hazırlıklı olmak, mülakatın başarılı geçmesine yardımcı olabilir.

Preparation of Candidates for Interviews

There are many important points that candidates should pay attention to in order to be successful in interviews. Here are some key points to consider when preparing for and during the interview:

1. Preparation and Research

-Research the Company: Learn about the company's mission, vision, values and current projects. Learning about the company culture can help you better answer questions during the interview.

-Understand the Position: Read the job advertisement carefully and try to understand the requirements of the position. This will let you know which skills and experience are highlighted.

2. Know Yourself

-Strengths and Weaknesses: Identify your own strengths and areas for development. This will help you to express yourself accurately during the interview.

-Prepare Examples: Describe your previous work experiences, achievements and situations where you have created solutions. Give concrete examples using the STAR (Situation, Task, Action, Result) technique.

3. Personal Presentation and Professionalism

-Appropriate Attire: Choose professional attire that is appropriate to the company culture and the position. First impressions are important, so make sure to look clean and organized.

-Arrive on Time: Arriving on time or a little early for an interview makes a professional impression and demonstrates your time management skills.

4. Communication and Body Language

-Eye Contact: Express yourself in a trustworthy and caring way by making eye contact. However, be careful not to overdo it.

-Posture and Posture: Maintain an upright and relaxed posture. Closed arms or slow movements can create a defensive impression.

-Listening: Be an active listener. Pay attention to what the other person is saying and give appropriate feedback when necessary.

5. Questions and Answers

-Question and Answer Technique: Give clear and concise answers to the questions. Keep them short but effective and relevant.

-Asking Questions: Asking questions at the end of the interview shows your interest in the position and the company. Prepare questions about the responsibilities of the job, the team structure and the future goals of the company.

6. Behavior and Attitude

-Positive Attitude: Have a positive attitude and use positive language. Show the hiring manager your willingness to contribute and opportunities to learn from your previous work experience.

-Problem Solving Skills: Demonstrate how you would approach or create solutions to potential challenges you may face. Prepare examples that highlight your problem solving skills.

7. Follow-up and Feedback

-Thank You Note: Sending a thank you note or email after the interview shows your professionalism and interest. Thanking people who took the time for the interview makes a good impression.

-Feedback: If it is possible to get feedback at the end of the interview, evaluate this feedback. This provides an opportunity to learn for future interviews.

Interviews are an important process where both you and the employer assess suitability. Therefore, being attentive and prepared at each stage can help to ensure a successful interview.

E. ÖZGEÇMİŞ HAZIRLAMA

Özgeçmiş (veya CV - Curriculum Vitae) hazırlamanın iş hayatında birçok önemli rolü vardır. Özgeçmiş henüz şirket yönetici ya da işe alım uzmanlarıyla görüşme sağlamadan önce kendinizi işverene tanıtmaya fırsatı yakaladığınız belgedir. Bu aşamada güçlü bir özgeçmiş ile henüz şirkete girmeden bir rüzgar estirebilirsiniz.

Özgeçmiş Hazırlamanın Kritik Noktaları

1. İlk İzlenimi Oluşturur

-Önem: Özgeçmiş, işverenlerle ilk temas kurduğunuz belge olduğu için önemli bir ilk izlenim oluşturur. İyi hazırlanmış bir özgeçmiş, profesyonel imajınızı güçlendirir ve işe alım sürecinde olumlu bir izlenim bırakır.

2. Kariyer Geçmişinizi Gösterir

-Önem: Özgeçmişiniz, eğitim, iş deneyimi, beceriler ve başarılarınızı özetleyerek kariyerinizin ne kadar geliştiğini ve hangi alanlarda deneyim sahibi olduğunuzu gösterir. Bu bilgiler, işverenlerin sizi daha iyi anlamasına yardımcı olur.

3. Başvurduğunuz Pozisyona Uygunluk Gösterir

-Önem: Özgeçmişiniz, başvurduğunuz pozisyona uygunluğunuzu göstermek için özel olarak hazırlanabilir. İlgili deneyimlerinizi ve becerilerinizi vurgulamak, işverenlere bu pozisyon için neden uygun olduğunuzu anlatır.

4. İşverenlerin Seçim Sürecini Kolaylaştırır

-Önem: Özgeçmişler, işe alım yöneticilerine birçok aday arasında kıyaslama yapma imkanı sunar. İyi hazırlanmış bir özgeçmiş, işverenlerin adaylar arasında hızlı ve etkili bir seçim yapmasına yardımcı olur.

5. Kişisel Markanızı Yaratır

-Önem: Özgeçmişiniz, profesyonel markanızı oluşturur ve kendinizi diğer adaylardan ayıran özellikler ön plana çıkarır. Kişisel markanızı doğru bir şekilde yansıtmak, kariyer hedeflerinize ulaşmanıza yardımcı olabilir.

6. İş Arama Sürecini Destekler

-Önem: Özgeçmiş, iş arama sürecinde gerekli olan bir belgedir. İş ilanlarına başvururken, iş görüşmeleri için çağrılmak üzere özgeçmişinizi sunmanız gerekebilir.

7. Yetkinliklerinizi ve Başarılarınızı Belgelendirir

-Önem: Özgeçmiş, profesyonel yetkinliklerinizi ve elde ettiğiniz başarıları belgeleyen bir dökümandır. İşverenler, bu bilgileri değerlendirerek adayın potansiyelini ölçer.

8. İş Görüşmelerine Hazırlık Sağlar

-Önem: Özgeçmişiniz, iş görüşmesine hazırlık aşamasında size rehberlik eder. Görüşme sırasında, özgeçmişinizdeki bilgiler üzerinden konuşabilir ve ilgili deneyimlerinizi detaylandırabilirsiniz.

9. Kişisel ve Profesyonel Gelişiminizi İzler

-Önem: Özgeçmişiniz, kariyer gelişiminizi ve eğitim geçmişinizi takip etmenize yardımcı olur. Bu, ilerlemenizi değerlendirmek ve kariyer hedeflerinizi belirlemek için faydalı olabilir.

10. Adayların İşveren Beklentilerine Uygunluğu Gösterir

-Önem: İyi hazırlanmış bir özgeçmiş, işverenin beklentilerini karşılamak için neler yaptığınızı gösterir. Pozisyona uygunluğunuzu ve iş için gerekli niteliklere sahip olduğunuzu kanıtlar.

Özgeçmiş Hazırlama İpuçları:

1.Net ve Öz Olun: Özgeçmişinizi kısa, öz ve anlaşılır tutun. Genellikle 1-2 sayfa uzunluğunda olmalıdır.

2.Başlıklar ve Düzen: Eğitim, iş deneyimi, beceriler gibi başlıklar altında düzenleyin ve her bir bölümde önemli bilgileri vurgulayın.

3.Güncel Bilgi: Özgeçmişinizdeki bilgilerin güncel ve doğru olduğundan emin olun. Yeni beceriler, deneyimler ve başarılar ekleyin.

E. RESUME PREPARATION

Preparing a CV (or Curriculum Vitae) has many important roles in business life. A CV is the document where you have the opportunity to introduce yourself to the employer before you even get an interview with the company manager or recruiters. At this stage, with a strong CV, you can create a wind before you even enter the company.

Critical Points of Resume Preparation

1. Creates First Impression

-Importance: A resume is the first document you come into contact with employers and therefore creates an important first impression. A well-crafted resume strengthens your professional image and leaves a favorable impression during the hiring process.

2. Shows Your Career History

-Importance: Your CV summarizes your education, work experience, skills and achievements, showing how your career has developed and in which areas you have experience. This information helps employers understand you better.

3. Demonstrates Relevance to the Position You Are Applying for

-Importance: Your CV can be tailored to demonstrate your suitability for the position you are applying for. Highlighting your relevant experience and skills tells employers why you are suitable for the position.

4. Facilitates Employers' Selection Process

-Importance: Resumes allow hiring managers to make comparisons between many candidates. A well-crafted resume helps employers make a quick and effective choice between candidates.

5. Creates Your Personal Brand

-Importance: Your CV builds your professional brand and highlights what sets you apart from other candidates. Reflecting your personal brand accurately can help you achieve your career goals.

6. Supports the Job Search Process

-Importance: A CV is an essential document in the job search process. When applying for job vacancies, you may need to submit your CV to be called for interviews.

7. Certifies Your Competencies and Achievements

-Importance: A CV is a document that documents your professional competencies and achievements. Employers evaluate this information to gauge a candidate's potential.

8. Preparation for Job Interviews

-Importance: Your CV is your guide in preparing for the job interview. During the interview, you can talk about the information in your CV and elaborate on your relevant experiences.

9. Tracks Your Personal and Professional Development

-Importance: Your CV helps you keep track of your career development and educational background. This can be useful for assessing your progress and setting career goals.

10. Demonstrates Candidates' Conformity to Employer Expectations

-Importance: A well-crafted CV shows what you have done to meet the employer's expectations. It proves your suitability for the position and that you have the necessary qualifications for the job.

Resume Preparation Tips:

1.Be Clear and Concise: Keep your resume short, concise and clear. It should usually be 1-2 pages long.

2.Headings and Organization: Organize it under headings such as education, work experience, skills, and highlight important information in each section.

3.Current Information: Make sure the information on your resume is current and accurate. Include new skills, experiences and achievements.

4.Kişiselleştirin: Her başvuru için özgeçmişinizi pozisyona uygun şekilde kişiselleştirin. İlgili deneyim ve becerilerinizi öne çıkarın. Özgeçmiş, kariyerinizin önemli bir parçasıdır ve etkili bir şekilde hazırlandığında iş arama sürecinizde büyük fark yaratabilir.

FAYDALI BAĞLANTILAR

İhsan ATAÖV

Protokol ve Kurumsal Nezaket Kuralları Uzmanı İhsan ATAÖV, Cumhurbaşkanlığı Çankaya Köşkü ve Beştepe Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde Protokol Müdürlüğü Biriminde Protokol Uzmanı olarak görev yapmıştır. Günümüzde çeşitli alanlarda sertifikalı protokol eğitimleri veren ATAÖV, genç işverenler için uzman bir yol gösterici kaynak olacaktır.

<https://bayprotokol.com/>

İSO Akademisi

Türkiye'nin köklü ve geniş etki alanına sahip platformuna sahip olan İstanbul Sanayi Odası'na bağlı olarak kurulan İSO Akademisi yılda ortalama 100+ eğitim içeriği sunmakta ve 4.000 üzerinde katılım almaktadır. Şirketlerin gelişmiş performansları için talep ettikleri eğitim içeriklerine uygun kurum içi eğitim seçenekleri sunarak sektörün nabzını tutan İSO Akademisi genç çalışanlar için yılın her zamanında kendilerini geliştirebilecekleri bir platform olarak hizmet vermektedir.

<https://www.isoakademi.com/>

EUROPASS Özgeçmiş

Genç adaylar özgeçmişlerini çevrimiçi, hızlı, sürdürülebilir ve her an yeniden güncellenebilir yapısıyla Europass üzerinden kişisel hesaplarıyla oluşturabilirler. Europass özgeçmiş gençler için kolay anlaşılabilir ve sistematik yapısıyla sektörde bir çok kurum tarafından onaylanmış bir yapıya sahip olması sebebiyle tercih edilebilirliği yüksek formlar arasındadır. Eğitim, staj, gönüllülük projelerinde kendilerini en iyi ifade edecek özgeçmiş taslağı genç adaylar için başucu formları arasında yer alacaktır.

4.Personalize: For each application, personalize your resume to suit the position. Highlight your relevant experience and skills.

A resume is an important part of your career and, when prepared effectively, can make all the difference in your job search.

USEFUL LINKS

İhsan ATAÖV

İhsan ATAÖV, Protocol and Corporate Courtesy Expert İhsan ATAÖV worked as a Protocol Expert in the Protocol Directorate Unit at the Çankaya Mansion of the Presidency and Beştepe Presidential Complex. Today, ATAÖV, who provides certified protocol trainings in various fields, will be an expert guiding resource for young employers.

<https://bayprotokol.com/>

ISO Academy

Established under the Istanbul Chamber of Industry, which has Turkey's well-established and widely influential platform, the ISO Academy offers 100+ training contents and receives over 4,000 participants annually. Keeping the pulse of the sector by offering in-house training options suitable for the training content demanded by companies for their advanced performance, ISO Academy serves as a platform for young employees to improve themselves at any time of the year.

<https://www.isoakademi.com/>

EUROPASS CV

Young candidates can create their CVs with their personal accounts through Europass with its online, fast, sustainable and updatable structure. The Europass CV is among the most preferable forms for young people as it has an easy-to-understand and systematic structure approved by many institutions in the sector. The resume draft that will best express themselves in education, internship and volunteering projects will be among the bedside forms for young candidates.



3.3.12 ÖZGÜVEN EĞİTİMİ

Eğitimin Süresi

24 saat

Eğitimin Amacı

Kursiyerlerin, özgüven kavramı hakkında farkındalık geliştirme, kendini tanıma, güçlü yönlerinin farkına varma, olumsuz durumlarda özgüveni kaybetmemenin önemini kavrama ve özgüveni artırma tekniklerini içeren bir eğitim almaları amaçlanmıştır.

Eğitimin Başlıkları

- 1- Özgüvenin Tanımı
- 2- Özgüven Kavramı Hakkında Farkındalık Geliştirme.
- 3- Özgüven Kaybının Nedenleri.
- 4- Kendini Tanıma.
- 5- Kendini Tanıyarak Hedeflere Ulaşma
- 6- Önyargı- Özsaygı.
- 7- Bireyin Güçlü Yönlerinin Farkına Vararak Güven 8- Duygusunu Geliştirme,
- 8- Durumlar Karşısında Aktif Rol Alabilme Becerisini Geliştirme,
- 9- Olumsuz Durumlarda Özgüveni Kaybetmemenin Önemi,
- 10- Özgüveni Artırma Teknikleri

Verilen özgüven eğitimi, gençlerin iş hayatına atılmadan önce kendilerine güvenmelerini, güçlü yönlerini keşfetmelerini ve zorluklarla başa çıkabilecek bir duruş sergilemelerini amaçlamaktadır. Eğitimde ele alınan konular, bireyin kendisini tanıması, özgüvenini etkileyen faktörleri anlamasına ve bu doğrultuda adımlar atmasına yardımcı olmaktadır.

3.3.12 SELF-CONFIDENCE TRAINING

Duration of Training

120 hours

Purpose of Training

The aim of this training is for participants to develop awareness of the concept of self-confidence, recognize their strengths, understand the importance of maintaining self-confidence in negative situations, and learn techniques to boost self-confidence.

Training Topics

- 1- Definition of Self-Confidence
- 2- Developing Awareness of the Concept of Self-Confidence
- 3- Causes of Self-Confidence Loss
- 4- Self-Recognition
- 5- Achieving Goals by Knowing Oneself
- 6- Prejudice and Self-Esteem
- 7- Enhancing the Feeling of Confidence by Recognizing Personal Strengths
- 8- Developing the Ability to Take Active Roles in Different Situations
- 9- The Importance of Maintaining Self-Confidence in Negative Situations
- 10- Techniques for Boosting Self-Confidence

The self-confidence training aims to help young people gain confidence, discover their strengths, and develop a resilient attitude to face challenges before entering the workforce. The topics covered in the training assist individuals in understanding themselves, recognizing the factors that affect their self-confidence, and taking steps accordingly.

Pazara Erişim Konusunda İzlenecek Adımlar

Özgüven eğitimi almış bir genç, iş hayatına atılırken şu adımları izleyebilir:

1- Kendini Tanıma ve Hedef Belirleme: Eğitimde edinilen kendini tanıma becerisi sayesinde, kişisel ve profesyonel hedeflerini daha net bir şekilde belirleyebilir.

2-Güçlü Yönleri Üzerine Odaklanma: Kendi güçlü yönlerini bilen birey, iş başvurularında ve mülakatlarda bu yönleri ön plana çıkararak daha başarılı olabilir.

3-Zayıf Yönleri Geliştirme: Özgüven eksikliği gibi zayıf yönleri farkında olan birey, bu yönleri geliştirmek için çaba gösterebilir.

4-Ağ Kurma: Özgüvenli bir duruş, diğer insanlarla daha kolay iletişim kurmayı sağlar. Bu sayede iş dünyasında geniş bir ağ oluşturabilir.

5-Risk Alma: Özgüvenli bireyler, yeni fırsatları değerlendirmekten çekinmezler. Bu durum, kariyerlerinde daha hızlı ilerlemelerine yardımcı olabilir.

6-Olumsuz Durumlara Hazırlık: Eğitimde kazanılan olumsuz durumlarda özgüveni koruma becerisi, iş hayatındaki zorluklarla başa çıkmada büyük önem taşır.

Pazara Erişimde Önemli Noktalar/Anahtar Bilgiler

Özgüven, başarı için temel bir faktördür: Kendine güvenen bireyler, hedeflerine ulaşma konusunda daha kararlıdır.

Kendini tanımak, özgüveni artırmanın ilk adımıdır: Kendi değerlerini ve yeteneklerini bilen bireyler, kendilerine daha fazla güvenirlir.

Güçlü yönler üzerinde odaklanmak, motivasyonu artırır: Başarılarınızı kutlamak ve güçlü yönlerinizi geliştirmek, özgüveninizi güçlendirir.

Olumsuz düşünceleri yenmek, özgüveni korumak için önemlidir: Olumsuz düşüncelerin yerine olumlu düşünceleri yerleştirmek, özgüveninizi artıracaktır.

Ağ kurmak, iş hayatında başarı için önemlidir: Geniş bir ağa sahip olmak, yeni fırsatlara ulaşmanızı sağlar.

Ek Bilgiler:

Özgüven Eğitimi Teknikleri: Rol oynama, grup çalışmaları, bireysel koçluk gibi teknikler, özgüven eğitimi sıklıkla kullanılan yöntemlerdir.

Özgüven ve Başarı Arasındaki İlişki: Araştırmalar, özgüvenli bireylerin daha başarılı olduğunu göstermektedir.

Özgüvenin İş Hayatındaki Yansımaları: Özgüvenli bireyler, daha iyi iletişim kurar, daha etkili liderlik yapar ve daha yaratıcı çözümler üretirler.

Öneriler:

Özgüven Eğitimi Sonrası Takip: Eğitim sonrası gençlerin gelişimlerini takip etmek ve desteklemek önemlidir.

Mentorluk Programları: Gençlere mentorler eşleştirilerek, onların kariyer gelişimlerine destek olunabilir.

İş Başvurularında Özgüveni Vurgulamak: Gençler, iş başvurularında özgüvenlerini yansıtan ifadeler kullanabilirler.

Bu bilgiler, özgüven eğitimi almış gençlerin iş hayatına geçiş sürecinde yol gösterici olacaktır.

Faydalı Bağlantılar

Özgüven Eğitimi İçin Türkçe ve İngilizce Kaynaklar

Türkçe Kaynaklar

Üniversitelerin Açık Ders Materyalleri ve Sürekli Eğitim

Merkezleri: Birçok üniversitenin psikoloji, eğitim bilimleri veya işletme bölümlerinin açık ders materyallerinde özgüven, kişisel gelişim ve sosyal beceriler üzerine detaylı bilgiler bulabilirsiniz.

Steps to Follow for Market Access

A young person who has received self-confidence training can follow these steps when entering the workforce:

1- Self-Recognition and Goal Setting: With the self-recognition skills gained in the training, individuals can define their personal and professional goals more clearly.

2-Focusing on Strengths: Knowing their strengths, individuals can highlight them in job applications and interviews, increasing their chances of success.

3-Improving Weaknesses: A person aware of their weaknesses, such as a lack of self-confidence, can work on improving them.

4-Networking: A confident attitude makes it easier to communicate with others, helping individuals build a broad network in the business world.

5-Taking Risks: Confident individuals are not afraid to seize new opportunities, which can help them advance faster in their careers.

6-Being prepared for Negative Situations: The ability to maintain self-confidence in difficult situations, gained from the training, is crucial for overcoming challenges in the workplace.

Key Points/Important Information for Market Access

Self-confidence is a fundamental factor for success: Individuals with confidence are more determined to achieve their goals.

Knowing oneself is the first step to increasing self-confidence: People who understand their values and abilities tend to trust themselves more.

Focusing on strengths boosts motivation: Celebrating your successes and improving your strengths strengthens your confidence.

Overcoming negative thoughts is essential to maintaining confidence: Replacing negative thoughts with positive ones will enhance your self-confidence.

Networking is crucial for success in the business world: Having a broad network opens up new opportunities.

Additional Information:

Self-confidence Training Techniques: Role-playing, group work, and individual coaching are frequently used methods in self-confidence training.

The Relationship Between Self-confidence and Success: Research shows that confident individuals are more successful.

Reflections of Self-confidence in the Workplace: Confident individuals communicate better, lead more effectively, and generate more creative solutions.

Recommendations:

Post-Training Follow-Up: It is essential to monitor and support the development of young people after self-confidence training.

Mentorship Programs: Pairing young people with mentors can help support their career development.

Highlighting Self-confidence in Job Applications: Young people can use expressions that reflect their self-confidence in job applications.

This information will guide young people as they transition into the business world after receiving self-confidence training.

Useful Links

Resources for Self-Confidence Training in Turkish and English

Turkish Resources

University Open Course Materials and Continuing

Education Centers: Many universities' psychology, education, or business departments offer open course materials with detailed information on self-confidence, personal development, and social skills.



Kamu Kurumlarının Eğitim Portalı: Türkiye İş Kurumu gibi kurumların eğitim portallarında, gençlere yönelik kariyer gelişimi ve kişisel gelişim üzerine hazırlanmış ücretsiz veya düşük maliyetli eğitimler bulabilirsiniz.

Kitaplar: Türk yazarların kaleme aldığı kişisel gelişim, psikoloji ve motivasyon konularındaki kitaplar, özgüven üzerine de önemli bilgiler sunar. Kitapyurdu, İdefix gibi online kitapçılardan bu kitaplara kolayca ulaşabilirsiniz. Örneğin, Dilovası Yayınları, Pegasus Yayınevi gibi yayınevlerinin kitaplarına göz atabilirsiniz.

Bloglar ve Makaleler: Psikologlar, kariyer koçları ve eğitimciler tarafından yazılan blog yazıları ve makaleler, özgüven geliştirme teknikleri ve örnekleri hakkında bilgi verir. Medium, LinkedIn gibi platformlarda bu tür içeriklere ulaşabilirsiniz.

Podcast'ler: Psikoloji ve kişisel gelişim konularını işleyen podcast'ler, özgüven üzerine de bölümler içerir. Spotify, Apple Podcast gibi platformlarda bu podcast'leri bulabilirsiniz.

İngilizce Kaynaklar

Online Eğitim Platformları: Coursera, edX, Udemu gibi platformlarda, dünya çapında üniversiteler ve uzmanlar tarafından hazırlanmış özgüven, psikoloji ve kişisel gelişim üzerine birçok kurs bulunmaktadır.

Kitaplar: Amazon Kindle gibi platformlarda, İngilizce olarak yazılmış binlerce kişisel gelişim kitabı bulunmaktadır. Örneğin, Dale Carnegie, Stephen Covey gibi yazarların kitaplarına göz atabilirsiniz.

Yabancı Dil Sınavlarına Hazırlık Materyalleri: TOEFL, IELTS gibi sınavlara hazırlık kitaplarında ve online kaynaklarda, özgüven ve iletişim becerileri üzerine bölümler bulabilirsiniz. Bu kaynaklar, aynı zamanda İngilizce becerilerinizi geliştirmenize de yardımcı olacaktır.

Uluslararası Kuruluşların Raporları: Dünya Sağlık Örgütü (WHO) gibi uluslararası kuruluşların hazırladığı mental sağlık ve gençlik üzerine raporlar, özgüvenin önemi ve gençlerin karşılaştığı zorluklar hakkında değerli bilgiler sunar.

Önerilen Konular ve Anahtar Kelimeler

Türkçe: Özgüven, kişisel gelişim, kendini tanıma, özsaygı, sosyal beceriler, başarı, hedef belirleme

İngilizce: Self-confidence, personal development, self-awareness, self-esteem, social skills, success, goal setting

Örnek Arama Terimleri

Türkçe: "Özgüven nasıl geliştirilir?", "Kendini tanıma yöntemleri", "Sosyal fobi", "Başarılı insanların özellikleri"

İngilizce: "How to build self-confidence?", "Self-awareness techniques", "Social anxiety", "Characteristics of successful people"

Ek Öneriler:

Sosyal Medya: LinkedIn, Twitter gibi platformlarda özgüven ve kişisel gelişim konularında paylaşımlar yapan kişileri ve grupları takip edebilirsiniz.

Seminer ve Konferanslar: Psikoloji ve kişisel gelişim konularında düzenlenen seminer ve konferanslara katılarak, alanında uzman kişilerden ilham alabilir ve yeni bilgiler edinebilirsiniz.

Public Institution Education Portals: On education portals of institutions like the Turkish Employment Agency (İŞKUR), you can find free or low-cost training programs on career development and personal growth for young people.

Books: Books by Turkish authors on personal development, psychology, and motivation also provide valuable information on self-confidence. You can easily access these books from online bookstores such as Kitapyurdu or Idefix. Check out publications from Dilovası Yayınları or Pegasus Publishing.

Blogs and Articles: Blog posts and articles written by psychologists, career coaches, and educators provide tips and examples of self-confidence development techniques. Platforms like Medium and LinkedIn are good sources for such content.

Podcasts: Podcasts that discuss psychology and personal development often include episodes on self-confidence. These can be found on platforms like Spotify and Apple Podcasts.

English Resources

Online Learning Platforms: Platforms like Coursera, edX, and Udemu offer numerous courses on self-confidence, psychology, and personal development prepared by universities and experts worldwide.

Books: Amazon Kindle has thousands of personal development books written in English. Consider checking out authors like Dale Carnegie and Stephen Covey.

Exam Preparation Materials for Foreign Language

Tests: TOEFL and IELTS preparation books and online resources often contain sections on self-confidence and communication skills. These materials will also help improve your English skills.

Reports from International Organizations: Reports from international organizations like the World Health Organization (WHO) provide valuable insights into the importance of self-confidence and the challenges young people face.

Suggested Topics and Keywords

Turkish: Özgüven, kişisel gelişim, kendini tanıma, özsaygı, sosyal beceriler, başarı, hedef belirleme

English: Self-confidence, personal development, self-awareness, self-esteem, social skills, success, goal setting

Sample Search Terms

Turkish: "Özgüven nasıl geliştirilir?", "Kendini tanıma yöntemleri", "Sosyal fobi", "Başarılı insanların özellikleri"

English: "How to build self-confidence?", "Self-awareness techniques", "Social anxiety", "Characteristics of successful people"

Additional Suggestions:

Social Media: Follow people and groups on platforms like LinkedIn and Twitter who share posts on self-confidence and personal development.

Seminars and Conferences: Attending seminars and conferences on psychology and personal development can inspire you and provide valuable knowledge from experts in the field.



3.3.13 MOTİVASYON EĞİTİMİ

Eğitimin Süresi

24 saat

Eğitimin Amacı

Kursiyerlerin motivasyonun tanımı, kaynakları ve yönetimi ve etkin kullanımını içeren bir eğitim almaları amaçlanmıştır.

Eğitimin Başlıkları

- 1- Motivasyonun Kaynakları.
- 2- Motivasyon Yönetimi.
- 3- Motivasyon Araçları.
- 4- Motivasyonu Düşüren Faktörler.
- 5- Bireyin Güçlü Yönlerini Kullanması.
- 6- Bireyin Zayıf Yönlerini Geliştirmesi.
- 7- İç Motivasyon ve Dış Motivasyon.
- 8- Bireysel ve Grup Motivasyonu.

Verilen eğitim, gençlerin iş hayatına atılma sürecinde motivasyonlarını artırmayı ve bu sayede başarılı bir kariyere adım atmalarını hedeflemektedir. Eğitimde ele alınan motivasyonun tanımı, kaynakları, yönetimi gibi temel kavramların yanı sıra bireysel ve grup motivasyonu gibi daha spesifik konular da işlenmiştir. Bu kapsamda, eğitimde verilen bilgilere dayanarak pazara erişim konusunda izlenebilecek adımlar ve önemli noktalar şu şekilde özetlenebilir:

3.3.13 MOTIVATION TRAINING

Duration of Training

120 hours

Purpose of Training

The aim of this training is for participants to gain knowledge about the definition of motivation, its sources, management, and effective use.

Training Topics

- 1- Sources of Motivation
- 2- Motivation Management
- 3- Motivation Tools
- 4- Effective Use of Motivation
- 5- Factors That Decrease Motivation
- 6- Utilizing Individual Strengths
- 7- Improving Individual Weaknesses
- 8- Intrinsic and Extrinsic Motivation
- 9- Individual and Group Motivation

The training aims to enhance young people's motivation during their transition into the workforce, helping them take the first steps toward a successful career. In addition to covering fundamental concepts such as the definition, sources, and management of motivation, the training also addressed more specific topics like individual and group motivation. Based on the information provided in the training, the steps and key points for market access can be summarized as follows:

Pazara Erişim Konusunda İzlenecek Adımlar

1- Kendi Güçlü Yönlerini Tanıma ve Geliştirme: Eğitimde vurgulandığı gibi bireyin güçlü yönlerini bilmesi ve bunları iş hayatında kullanması, motivasyonu artıran önemli bir faktördür. Bu nedenle, gençlerin öncelikle kendi yeteneklerini ve ilgi alanlarını belirlemeleri gerekmektedir.

2- Zayıf Yönlerin Üstesinden Gelme: Hiç kimse her konuda mükemmel değildir. Zayıf yönlerin farkında olmak ve bunları geliştirmeye yönelik çaba göstermek, kişisel ve profesyonel gelişim için önemlidir.

3- İç Motivasyonu Artırma: Dışarıdan gelen ödüller ve cezalar yerine, içsel olarak bir işi yapma isteği, yani iç motivasyon, uzun vadeli başarı için daha sürdürülebilir bir yaklaşımdır. Bu nedenle, gençlerin kendi hedeflerine odaklanmaları ve içsel motivasyonlarını güçlendirmeleri gerekmektedir.

4- Hedef Belirleme: Net ve ölçülebilir hedefler belirlemek, motivasyonu artırmanın etkili bir yoludur. Hedefler, hem kısa vadeli hem de uzun vadeli olabilir.

5- Ağ Kurma: İş dünyasında başarılı olmak için geniş bir ağa sahip olmak önemlidir. Gençlerin, stajlar, gönüllü çalışmalar veya sosyal etkinlikler yoluyla sektördeki profesyonellerle tanışmaları ve ilişkilerini güçlendirmeleri gerekmektedir.

6- Kendini Sürekli Geliştirme: İş dünyası sürekli değişim halindedir. Bu nedenle, gençlerin yeni bilgi ve beceriler öğrenmeye açık olmaları ve kendilerini sürekli geliştirmeleri gerekmektedir.

Pazara Erişimde Önemli Noktalar/Anahtar Bilgiler

-Motivasyon, başarının anahtarıdır: Eğitimde vurgulandığı gibi, motivasyon, bireylerin hedeflerine ulaşmalarını sağlayan en önemli faktörlerden biridir.

-Bireysel farklılıklar: Her bireyin motivasyon kaynakları ve ihtiyaçları farklıdır. Bu nedenle, gençlerin kendi motivasyonlarını anlaması ve buna göre hareket etmesi önemlidir.

-Grup motivasyonunun gücü: Çalışma arkadaşları ve mentorlar, bireylerin motivasyonlarını artırmada önemli bir rol oynayabilir.

-Hedeflerin gerçekçi olması: Hedefler, zorlayıcı olmasının yanı sıra gerçekçi de olmalıdır. Ulaşılamaz hedefler, motivasyonu düşürebilir.

-Engellerle başa çıkma: İş hayatında engellerle karşılaşmak kaçınılmazdır. Bu engeller karşısında pes etmek yerine, çözüm odaklı bir yaklaşım benimsemek önemlidir.

Eğitim Sunumundaki En Önemli ve Özet Bilgiler

- Motivasyon, öğrenme ve gelişme için temel bir ihtiyaçtır.
- Motivasyon, içsel ve dışsal kaynaklardan beslenir.
- Bireysel ve grup motivasyonu birbirini destekler.
- Motivasyon, sürekli olarak beslenmesi gereken bir süreçtir.
- Motivasyonu artırmak için hedef belirleme, geri bildirim alma ve başarıları kutlama gibi yöntemler kullanılabilir.

Sonuç olarak, verilen eğitim, gençlerin iş hayatına atılma sürecinde karşılaşacakları zorluklarla başa çıkmalarına ve başarılı bir kariyer inşa etmelerine yardımcı olacak önemli bilgiler sunmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda hareket eden gençler hem kişisel hem de profesyonel hayatlarında daha mutlu ve başarılı olabilirler.

Steps for Market Access

1- Recognizing and Developing Personal Strengths: As emphasized in the training, knowing one's strengths and applying them in the workplace is a key factor in increasing motivation. Therefore, young people should first identify their talents and areas of interest.

2- Overcoming Weaknesses: No one is perfect in all areas. Recognizing weaknesses and making efforts to improve them is essential for personal and professional growth.

3- Increasing Intrinsic Motivation: Focusing on the desire to accomplish tasks for internal reasons, rather than external rewards or punishments, leads to more sustainable long-term success. Young people should focus on their goals and strengthen their intrinsic motivation.

4- Goal Setting: Setting clear and measurable goals is an effective way to increase motivation. These goals can be both short-term and long-term.

5- Networking: Building a broad network is important for success in the business world. Young people should meet and strengthen relationships with professionals in their field through internships, volunteer work, or social events.

6- Continuous Self-Development: The business world is constantly evolving, so it is crucial for young people to be open to learning new skills and knowledge and to focus on continuous self-improvement.

Key Points/Important Information for Market Access

-Motivation is the key to success: As emphasized in the training, motivation is one of the most important factors that enable individuals to achieve their goals.

-Individual differences: Everyone has different sources of motivation and needs. Therefore, it is important for young people to understand their own motivations and act accordingly.

-The power of group motivation: Colleagues and mentors can play a crucial role in boosting an individual's motivation.

-Goals should be realistic: Goals should be challenging but also realistic. Unattainable goals can reduce motivation.

-Overcoming obstacles: Facing challenges in the workplace is inevitable. Instead of giving up, it is important to adopt a solution-oriented approach when encountering obstacles.

Key and Summary Information from the Training Presentation

- Motivation is a fundamental need for learning and development.
- Motivation is fueled by both intrinsic and extrinsic sources.
- Individual and group motivation support each other.
- Motivation is a process that needs to be continually nurtured.
- Methods such as goal setting, receiving feedback, and celebrating achievements can be used to increase motivation.

In conclusion, the training provides essential information that will help young people overcome challenges in their transition to the workforce and build successful careers. By applying this knowledge, young individuals can be happier and more successful in both their personal and professional lives.

Faydalı Bağlantılar

Türkçe Kaynaklar

-Üniversitelerin Açık Ders Materyalleri ve Sürekli Eğitim Merkezleri: Birçok üniversitenin psikoloji, eğitim bilimleri veya işletme bölümlerinin açık ders materyallerinde motivasyon üzerine detaylı bilgiler bulabilirsiniz (Anadolu.edu.tr, ankara.edu.tr).

-Kamu Kurumlarının Eğitim Portalı: Türkiye İş Kurumu gibi kurumların eğitim portallarında, gençlere yönelik kariyer gelişimi ve motivasyon üzerine hazırlanmış ücretsiz veya düşük maliyetli eğitimler bulabilirsiniz (iskur.gov.tr, kosgeb.gov.tr).

-Kitaplar: Türk yazarların kaleme aldığı kişisel gelişim, motivasyon ve kariyer planlama konularındaki kitaplar, gençlerin bu konulara daha derinlemesine inmesine yardımcı olabilir. Kitapyurdu, İdefix gibi online kitapçılardan bu kitaplara kolayca ulaşabilirsiniz.

-Bloglar ve Makaleler: Psikologlar, kariyer koçları ve eğitimciler tarafından yazılan blog yazıları ve makaleler, güncel motivasyon teknikleri ve örnekleri hakkında bilgi verir. Medium, LinkedIn gibi platformlarda bu tür içeriklere ulaşabilirsiniz.

İngilizce Kaynaklar

-Online Eğitim Platformları: Bu platformlarda, dünya çapında üniversiteler ve uzmanlar tarafından hazırlanmış motivasyon, psikoloji ve kişisel gelişim üzerine birçok kurs bulunmaktadır.

-Yabancı Dil Sınavlarına Hazırlık Materyalleri: TOEFL, IELTS gibi sınavlara hazırlık kitaplarında ve online kaynaklarda, motivasyon ve çalışma teknikleri üzerine bölümler bulabilirsiniz. Bu kaynaklar, aynı zamanda İngilizce becerilerinizi geliştirmenize de yardımcı olacaktır.

-Uluslararası Kuruluşların Raporları: Dünya Bankası, OECD gibi uluslararası kuruluşların hazırladığı gençlerin istihdamı ve girişimciliği üzerine raporlar, motivasyonun önemi ve gençlerin karşılaştığı zorluklar hakkında değerli bilgiler sunar.

Önerilen Konular ve Anahtar Kelimeler

-Türkçe: Motivasyon, kişisel gelişim, kariyer planlama, başarı, hedef belirleme, içsel motivasyon, dışsal motivasyon, gençlerin istihdamı

-İngilizce: Motivation, personal development, career planning, success, goal setting, intrinsic motivation, extrinsic motivation, youth employment

Örnek Arama Terimleri

-Türkçe: “Gençlerin motivasyonu nasıl artırılır?”, “Kariyer hedeflerime nasıl ulaşırım?”, “İçsel motivasyon nedir?”, “Başarılı insanların sırları”

-İngilizce: “How to increase motivation in young people?”, “How to achieve my career goals?”, “What is intrinsic motivation?”, “Secrets of successful people”

-Sosyal Medya: LinkedIn, Twitter gibi platformlarda motivasyon ve kariyer konularında paylaşımlar yapan kişileri ve grupları takip edebilirsiniz.

-Seminer ve Konferanslar: Sektörünüzle ilgili düzenlenen seminer ve konferanslara katılarak, alanında uzman kişilerden ilham alabilir ve yeni bilgiler edinebilirsiniz.

-Mentorluk Programları: Bir mentorla çalışmak, size kişisel ve profesyonel gelişiminizde yol gösterebilir. Bu kaynakları kullanarak, eğitimde verilen bilgileri daha derinlemesine inceleyebilir ve kendi kişisel gelişim yolculuğunuzda önemli adımlar atabilirsiniz.

Useful Links

Turkish Resources

University Open Course Materials and Continuing Education Centers: Many universities' psychology, education, or business departments offer open course materials with detailed information on motivation (Anadolu.edu.tr, ankara.edu.tr).

Public Institution Education Portals: On education portals of institutions like the Turkish Employment Agency (İŞKUR), you can find free or low-cost training programs on career development and motivation for young people (iskur.gov.tr, kosgeb.gov.tr).

Books: Books by Turkish authors on personal development, motivation, and career planning can help young people delve deeper into these topics. These books can be easily accessed from online bookstores such as Kitapyurdu or İdefix.

Blogs and Articles: Blog posts and articles written by psychologists, career coaches, and educators provide information on current motivation techniques and examples. You can find such content on platforms like Medium and LinkedIn.

English Resources

Online Learning Platforms: These platforms offer many courses on motivation, psychology, and personal development prepared by universities and experts worldwide.

Exam Preparation Materials for Foreign Language Tests: TOEFL and IELTS preparation books and online resources often contain sections on motivation and study techniques. These materials will also help improve your English skills.

Reports from International Organizations: Reports from international organizations like the World Bank and OECD on youth employment and entrepreneurship provide valuable insights into the importance of motivation and the challenges faced by young people.

Suggested Topics and Keywords

Turkish: Motivasyon, kişisel gelişim, kariyer planlama, başarı, hedef belirleme, içsel motivasyon, dışsal motivasyon, gençlerin istihdamı

English: Motivation, personal development, career planning, success, goal setting, intrinsic motivation, extrinsic motivation, youth employment

Sample Search Terms

Turkish: “Gençlerin motivasyonu nasıl artırılır?”, “Kariyer hedeflerime nasıl ulaşırım?”, “İçsel motivasyon nedir?”, “Başarılı insanların sırları”

English: “How to increase motivation in young people?”, “How to achieve my career goals?”, “What is intrinsic motivation?”, “Secrets of successful people”

Additional Suggestions:

Social Media: Follow people and groups on platforms like LinkedIn and Twitter who share posts on motivation and career development.

Seminars and Conferences: Attending seminars and conferences in your field can inspire you and provide valuable knowledge from experts.

Mentorship Programs: Working with a mentor can guide you in your personal and professional development. By utilizing these resources, you can explore the information provided in the training in greater depth and take important steps in your personal development journey.



3.4.1 İHRACATTA SORUNSUZ İLETİŞİM VE YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR SEMINERİ

Seminer Tarihi

26.12.2023

Seminerin Amacı

Bu seminerin amacı, ihracat süreçlerinde etkili iletişim ve yenilikçi stratejiler geliştirmenin önemini vurgulamaktır. İhracatta sorunsuz iletişim, kültürel farklılıkları dikkate alarak, müşteri ilişkilerinin doğru yönetilmesi ve pazarlık süreçlerinin etkin yürütülmesiyle sağlanabilir. Seminer, katılımcılara ihracatın çeşitli aşamalarında karşılaşılabilecek iletişim engellerini aşmak için pratik çözümler sunarken, aynı zamanda yenilikçi yaklaşımlar ile iş süreçlerini daha verimli ve rekabetçi hale getirmeyi hedeflemiştir. Teknoloji kullanımı, dijital pazarlama stratejileri ve inovasyonun ihracattaki rolü de ele alınarak, katılımcılara küresel pazarda başarılı olmanın yolları aktarılmıştır.

Konuşmacılar

Dr. Zeynep İYİLER

Dış Ticaret Eğitmen ve Danışmanı

Edip SEVİNÇ

Fındık Sanayici ve İhracatçısı, Karadeniz Fındık ve Mamulleri Eski Başkan ve Yönetim Kurulu Üyesi

Seminer Konuları

- İhracat yaparken izlenecek adımlar,
- İhracatta karşılaşılabilecek sorunlar,
- İhracatta sürdürülebilirlik,
- İzlenecek politikalar,
- Döngüsel ekonomi,
- Strateji,
- Yönetim ve planlama,
- Rekabet analizi,
- Raporlama,
- Ambalajlamanın önemi,
- İnovasyon,
- Patentleme,
- İhracatta iletişim,
- Fındık Örneği ile Tecrübe Paylaşımı

3.4.1 SEMINAR ON SMOOTH COMMUNICATION AND INNOVATIVE APPROACHES IN EXPORT

Seminar Date

26.12.2023

Aim of the Seminar

The aim of this seminar is to emphasize the importance of developing effective communication and innovative strategies in export processes. Smooth communication in exports can be achieved by taking into account cultural differences, managing customer relations correctly and conducting negotiation processes effectively. The seminar aimed to provide participants with practical solutions to overcome communication barriers that may be encountered at various stages of exports, while at the same time making business processes more efficient and competitive with innovative approaches. The use of technology, digital marketing strategies and the role of innovation in exports were also discussed, and participants were provided with ways to succeed in the global market.

Speakers

Prof. Dr. Zeynep İYİLER

Foreign Trade Trainer and Consultant

Edip SEVİNÇ

Hazelnut Industrialist and Exporter, Former Chairman and Board Member of Black Sea Hazelnut and Products

Seminar Topics

- Steps to follow when exporting,
- Problems that may be encountered in exports,
- Sustainability in exports,
- Policies to be followed,
- Circular economy,
- Strategy,
- Management and planning,
- Competition analysis,
- Reporting
- The importance of packaging,
- Innovation,
- Patenting,
- Communication in exports,
- Sharing Experience with Hazelnut Example

İhracatta Başarı ve İnovasyonun Önemi

Günümüzün küreselleşen dünyasında, iş dünyasında başarılı olmak ve özellikle ihracatta öne çıkmak için belirli stratejileri ve yöntemleri bilmek büyük önem taşır. İhracat, yalnızca ürün veya hizmetleri yurtdışına satmak anlamına gelmez. Bu süreçte, doğru pazarı seçmekten müşteri bulmaya, kalite standartlarına uymaktan inovatif yaklaşımlar geliştirmeye kadar birçok adımı doğru atmak gerekmektedir. Bu bağlamda, yenilikçi yaklaşımlar ve takım çalışmasının iş başarısındaki önemi her geçen gün artmaktadır.

İhracatta Başarı İçin Temel Adımlar

İhracat yapmak isteyen şirketler için bir dizi kritik adım bulunmaktadır:

- 1. Hedef Pazar Seçimi:** Bir ülkeye ihracat yapmadan önce, o pazarın detaylı bir şekilde araştırılması gereklidir. Pazarın büyüklüğü, talep edilen ürünler, rekabet düzeyi ve yerel düzenlemeler göz önünde bulundurulmalıdır. Hedef pazarı doğru belirlemek, başarının ilk adımıdır.
- 2. Pazar Araştırması:** Potansiyel müşterilerin kimler olduğunu anlamak için detaylı bir pazar araştırması yapmak gerekir. Bu süreçte, pazarın genel durumu, büyüme potansiyeli ve trendler analiz edilir.
- 3. Kalite Standartlarına Uygunluk:** İhracatta uluslararası kalite standartlarına uygunluk büyük önem taşır. Ürünlerin global pazarda rekabet edebilmesi için belirlenen kalite kriterlerine uygun üretilmesi gerekmektedir.
- 4. Dağıtım Kanalları Seçimi:** Ürünlerin hedef pazara nasıl ulaşacağı, lojistik ve dağıtım kanallarının belirlenmesiyle başlar. Etkili bir dağıtım stratejisi, müşteri memnuniyetini ve rekabet gücünü artırır.
- 5. INCOTERMS:** Uluslararası ticaretin sorunsuz yürümesi için kullanılan INCOTERMS kuralları, ürünlerin taşıma ve teslim süreçlerini düzenler. Bu kurallara hakim olmak, ihracat sürecini kolaylaştırır ve maliyetlerin kontrol edilmesini sağlar.

İnovasyonun İhracattaki Rolü

İhracatta başarılı olmak, sadece mevcut pazar koşullarına uymakla sınırlı değildir. Aynı zamanda yenilikçi yaklaşımlar geliştirerek, sektörde fark yaratmak gerekir. İnovasyon, ürün ve hizmetlerin iyileştirilmesinin yanı sıra, iş süreçlerinin ve organizasyon yapılarını da kapsar. Bu anlamda inovasyon, dört ana başlık altında değerlendirilebilir:

- 1. Ürün İnovasyonu:** Yeni ürünler geliştirmek veya mevcut ürünleri daha yenilikçi ve kullanıcı dostu hale getirmek ihracatçılar için önemli bir avantaj sağlar.
- 2. Süreç İnovasyonu:** Üretimden dağıtıma kadar olan süreçlerin optimize edilmesi, maliyetleri düşürerek rekabet gücünü artırır.
- 3. Pazarlama İnovasyonu:** Yeni pazarlama yöntemleri geliştirerek, müşterilere daha etkili bir şekilde ulaşmak ihracatta başarıyı getirir. Dijital pazarlamanın önemi bu noktada büyük rol oynamaktadır.
- 4. Organizasyonel İnovasyon:** Şirket içi yapıları ve iş süreçlerini yenilikçi yaklaşımlarla güncellemek, çalışan verimliliğini artırır ve uzun vadeli başarıyı destekler.

Takım Çalışması ve Liderlik

Başarılı bir ihracat stratejisinde takım çalışması ve liderlik önemli bir rol oynar. Takım çalışmasının verimliliği artırdığı, problem çözme süreçlerinde daha yaratıcı çözümler sunduğu bilimsel olarak kanıtlanmıştır. İyi bir takım, farklı becerilere sahip bireylerin bir araya gelerek birbirini tamamlamasıyla oluşur. Takım çalışmasının temelinde şunlar yer alır:

Success in Export and the Importance of Innovation

In today's globalized world, it is crucial to know certain strategies and methods to succeed in business and especially to stand out in exporting. Exporting does not only mean selling products or services abroad. In this process, it is necessary to take many steps correctly, from choosing the right market to finding customers, from complying with quality standards to developing innovative approaches. In this context, the importance of innovative approaches and teamwork in business success is increasing day by day.

Key Steps for Export Success

There are a number of critical steps for companies wishing to export:

- 1. Target Market Selection:** Before exporting to a country, a thorough research of that market is necessary. The size of the market, the products demanded, the level of competition and local regulations should be taken into consideration. Choosing the right target market is the first step to success.
- 2. Market Research:** A detailed market research is necessary to understand who the potential customers are. In this process, the general situation of the market, growth potential and trends are analyzed.
- 3. Compliance with Quality Standards:** Compliance with international quality standards is of great importance in exports. In order for the products to compete in the global market, they must be produced in accordance with the determined quality criteria.
- 4. Selection of Distribution Channels:** How the products will reach the target market starts with the determination of logistics and distribution channels. An effective distribution strategy increases customer satisfaction and competitiveness.
- 5. INCOTERMS:** INCOTERMS rules, which are used to ensure smooth international trade, regulate the transportation and delivery of products. Mastering these rules facilitates the export process and helps control costs.

The Role of Innovation in Exports

Being successful in exports is not only limited to complying with existing market conditions. It is also necessary to make a difference in the sector by developing innovative approaches. Innovation encompasses the improvement of products and services as well as business processes and organizational structures. In this sense, innovation can be evaluated under four main headings:

- 1. Product Innovation:** Developing new products or making existing products more innovative and user-friendly provides a significant advantage for exporters.
- 2. Process Innovation:** Optimizing processes from production to distribution increases competitiveness by reducing costs.
- 3. Marketing Innovation:** Reaching customers more effectively by developing new marketing methods brings success in exports. The importance of digital marketing plays a major role at this point.
- 4. Organizational Innovation:** Updating internal structures and business processes with innovative approaches increases employee productivity and supports long-term success.

Teamwork and Leadership

Teamwork and leadership play an important role in a successful export strategy. It is scientifically proven that teamwork increases productivity and offers more creative solutions in problem-solving processes. A good team is formed when individuals with different skills come together and complement each other. Teamwork is based on the following:

- **Birbirini Tamamlayan Beceriler:** Her birey takımda farklı bir rol üstlenir ve bu roller, takımın genel performansını etkiler.

- **Ortak Amaçlar:** Başarılı takımlar, net ve ulaşılabilir hedeflere odaklanır. Bu hedefler doğrultusunda çalışan takım üyeleri, birbirlerini destekleyerek daha etkili sonuçlar elde eder.

- **Karşılıklı Sorumluluk:** Bir takımda herkesin sorumlulukları bellidir ve bu sorumluluklar çerçevesinde her birey, diğer takım üyelerine karşı hesap verebilir durumda olmalıdır.

Kişisel Gelişim ve Liderlik Becerileri

Başarılı liderler, sadece teknik bilgiye sahip olmakla kalmaz, aynı zamanda kişisel gelişimlerini sürekli olarak ilerletirler. Liderlik becerileri şunları içerir:

1. Öz Yeterlilik: Bir lider, kendi yeteneklerine güvenmeli ve gerektiğinde risk almalıdır.

2. İletişim Becerileri: Başarılı liderler, takım üyeleriyle etkili iletişim kurarak onların ihtiyaçlarını anlar ve onları motive eder.

3. Karar Alma: Hızlı ve etkili karar alma becerisi, liderlerin iş dünyasında fark yaratmasını sağlar.

4. Problem Çözme: İş dünyasında karşılaşılan sorunlara hızlı ve yaratıcı çözümler üretmek, liderlik becerisinin önemli bir parçasıdır.

Sürdürülebilirlik ve Döngüsel Ekonomi

Geleceğin iş dünyasında sürdürülebilirlik büyük önem taşımaktadır. *Döngüsel ekonomi, atıkların en aza indirildiği ve kaynakların verimli kullanıldığı bir ekonomik modeldir. İşletmelerin çevre dostu stratejiler benimsemesi, hem toplumsal sorumluluklarını yerine getirmelerini sağlar hem de uzun vadede ekonomik avantajlar sunar. Özellikle Avrupa Birliği'nin uygulamaya koyduğu Karbon Sınır Ayarlama Mekanizması gibi çevre dostu politikalar, ihracat yapan firmaların çevresel ayak izlerini minimuma indirmelerini zorunlu kılmaktadır.

İhracat Elemanı Olmak İçin Gereken Beceriler

İhracat alanında çalışan bir birey, birçok farklı beceriye sahip olmalıdır. Başarılı bir ihracat elemanı:

- İyi bir yabancı dil bilgisine sahip olmalı, özellikle İngilizceyi akıcı bir şekilde kullanabilmelidir.

- Dış ticaret mevzuatlarına hakim olmalı ve ihracat sürecindeki hukuki düzenlemeleri bilmeli.

- İkna kabiliyeti güçlü olmalı ve müzakere süreçlerinde başarılı olmalıdır.

- Teknoloji kullanımı konusunda yetkin olmalı, dijital platformları etkin bir şekilde kullanabilmelidir.

Zaman yönetimi, ihracatta başarı için kritik bir beceridir. İyi bir ihracat elemanı, projeleri zamanında ve başarılı bir şekilde tamamlamalıdır.

SONUÇ

İhracatta başarı sağlamak, sadece ürünleri yurtdışına satmakla sınırlı değildir. İnovatif yaklaşımlar geliştirmek, takım çalışmasına önem vermek, liderlik becerilerini ilerletmek ve sürdürülebilir stratejiler uygulamak, küresel pazarda kalıcı bir yer edinmenin yollarından bazılarıdır. Özellikle teknolojinin hızla ilerlediği, tüketici taleplerinin değiştiği ve çevre bilincinin arttığı bir dünyada, işletmelerin bu değişimlere ayak uydurması ve kendilerini sürekli olarak yenilemesi büyük bir zorunluluk haline gelmiştir.

- **Complementary Skills:** Each individual plays a different role in the team and these roles affect the overall performance of the team.

- **Common Goals:** Successful teams focus on clear and achievable goals. Team members working towards these goals support each other and achieve more effective results.

- **Mutual Responsibility:** In a team, everyone's responsibilities are clear and within the framework of these responsibilities, each individual should be accountable to other team members.

Personal Development and Leadership Skills

Successful leaders not only possess technical knowledge, but also continuously advance their personal development. Leadership skills include the following:

1. Self-Efficacy: A leader must have confidence in their own abilities and take risks when necessary.

2. Communication Skills: Successful leaders communicate effectively with team members, understanding their needs and motivating them.

3. Decision Making: The ability to make quick and effective decisions enables leaders to make a difference in the business world.

4. Problem Solving: Quick and creative solutions to business problems are an important part of leadership skills.

Sustainability and Circular Economy

Sustainability is of great importance in the business world of the future. *Circular economy is an economic model in which waste is minimized and resources are used efficiently. The adoption of environmentally friendly strategies by businesses not only enables them to fulfill their social responsibilities but also offers economic advantages in the long run. In particular, environmentally friendly policies such as the European Union's Carbon Limit Adjustment Mechanism require exporting companies to minimize their environmental footprint.

Skills Required to Become an Export Personnel

An individual working in the field of exports must have many different skills. A successful export professional:

- Have good foreign language skills, especially fluency in English.

- Have a good command of foreign trade legislation and know the legal regulations in the export process.

- Must have strong persuasion skills and be successful in negotiation processes.

- Must be competent in the use of technology and be able to use digital platforms effectively.

Time management is a critical skill for success in exports. A good exporter should be able to complete projects on time and successfully.

CONCLUSION

Success in exports is not limited to selling products abroad. Developing innovative approaches, emphasizing teamwork, improving leadership skills and implementing sustainable strategies are some of the ways to gain a permanent place in the global market. Especially in a world where technology is advancing rapidly, consumer demands are changing and environmental awareness is increasing, businesses need to keep up with these changes and constantly renew themselves. büyük bir zorunluluk haline gelmiştir.





3.4.2 İHRACATTA SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE YÖNELİK FARKINDALIK YARATMA SEMİNERİ

Seminer Tarihi

23.01.2024

Seminerin Amacı

Bu seminer, ihracat sürecinde karşılaşılan sorunların tanımlanması ve çözüm yollarının geliştirilmesine yönelik farkındalık oluşturmayı amaçlamıştır. Katılımcılara, ihracatın çeşitli aşamalarında karşılaşılan yaygın problemleri ve bu problemlere yönelik etkili stratejileri öğretir. Seminerde, sorunların kökenine inerek pratik ve yenilikçi çözümler sunulacak, ayrıca iletişim, lojistik ve kültürel engeller gibi kritik konular üzerinde durulacaktır. Bu süreçte, katılımcıların sorun çözme yeteneklerini geliştirmek ve ihracat operasyonlarını daha verimli hale getirmek hedeflenmiştir.

Konuşmacılar

Emrah DURASI

Uluslararası E-Ticaret Danışmanı

Mutlu ÇEVİK

Trendyol Grup Bölge Satış Yöneticisi

Seminer Konuları

- Dış ticarette uygulanan stratejiler
- Dış ticarette doğru ürün seçiminin önemi,
- Rakip ürün analizleri,
- Pazarlama faaliyetleri,
- Dış ticaretin avantaj ve dezavantajları, Uluslararası pazar yerleri,
- Şirket kurma,
- Markalaşma.

İhracat, işletmelerin büyüme ve küresel pazarlarda yer edinme açısından önemli bir adım olarak kabul edilmektedir. Ancak, birçok girişimci ve firma ihracata adım atmadan önce çeşitli endişeler taşımaktadır. Bu endişeler genellikle çevreden duyulan olumsuz deneyimlere ve ihracat sürecinin zorluklarına dayanmaktadır. Özellikle uluslararası pazarda yaşanabilecek sorunlar, ihracatçılar için göz korkutucu olabilir. Bu nedenle, ihracatta karşılaşılan sorunların farkında olmak ve bu sorunlara çözüm üretmek, başarılı bir ihracatın temel taşlarından biridir.

Dış ticarette doğru ürün seçiminin önemi, ticari başarıyı doğrudan etkileyen birkaç kritik faktöre dayanır:

3.4.2 SEMINAR ON RAISING AWARENESS FOR SOLVING PROBLEMS IN EXPORT

Seminar Date

23.01.2024

Aim of the Seminar

This seminar aims to raise awareness on how to identify problems encountered in the export process and develop solutions. It teaches participants common problems encountered at various stages of exporting and effective strategies to address them. The seminar will provide practical and innovative solutions by getting to the root of the problems and will also focus on critical issues such as communication, logistics and cultural barriers. In the process, it aims to improve participants' problem-solving skills and make their export operations more efficient.

Speakers

Emrah DURASI

International E-Commerce Consultant

Mutlu ÇEVİK

Trendyol Group Regional Sales Manager

Seminar Topics

- Strategies applied in foreign trade
- The importance of choosing the right product in foreign trade,
- Competitor product analysis,
- Marketing activities,
- Advantages and disadvantages of foreign trade, international marketplaces,
- Company formation,
- Branding.

Exporting is recognized as an important step for businesses to grow and gain a foothold in global markets. However, many entrepreneurs and firms have various concerns before taking the step to export. These concerns are often based on negative experiences from the environment and the difficulties of the export process. Problems in the international market can be particularly daunting for exporters. Therefore, being aware of the problems encountered in exporting and finding solutions to these problems is one of the cornerstones of successful exporting.

The importance of choosing the right product in foreign trade is based on several critical factors that directly affect commercial success:

Pazar Talebi : Seçilen ürünün hedef pazarda talep görmesi gerekir. Pazarın ihtiyaçlarına ve tüketici tercihlerine uygun olmayan bir ürün, satış yapmayı zorlaştırır ve stok riskini artırır.

Rekabet Avantajı : Doğru ürün, size rekabet avantajı sağlar. Pazarda zaten çok bulunan bir ürün yerine, fark yaratan ya da rekabeti düşük olan bir ürün seçmek, satış potansiyelinizi artırır.

Maliyet ve Kârlılık : Ürünün üretim ve nakliye maliyetleri göz önünde bulundurulmalıdır. Uygun maliyetle elde edilen ve kârlı bir şekilde satılabilecek ürünler seçmek, finansal sürdürülebilirliği sağlar.

Yasal Uyum : İhraç edilen ürünün hedef ülkenin yasal düzenlemelerine ve standartlarına uygun olması gerekir. Aksi takdirde, ürün gümrükte takılabilir veya yasal sorunlar yaşanabilir.

Lojistik ve Nakliye Kolaylığı: Kolay taşınabilir, nakliye masrafları düşük ve dayanıklı ürünler seçmek, ihracat sürecini daha verimli hale getirir.

Bu faktörler, dış ticarete başıyıcı garantilemek için doğru ürün seçiminin ne kadar kritik olduğunu gösterir.

İç Pazarda ve Dış Pazarda Karşılaşılan Sorunların Farkı
İç pazarda yapılan hataların telafisi, genellikle daha hızlı ve kolaydır. Aynı dili konuştuğunuz, aynı kültürü ve coğrafyayı paylaştığınız müşterilerle yaşanabilecek anlaşmazlıklar, karşılıklı iletişimle daha kolay çözülebilir. Ancak, uluslararası ticarete durum farklıdır. Yurt dışına satılan bir üründe sorun yaşandığında, bu soruna müdahale etmek hem zaman alıcı hem de maliyetlidir. Bu nedenle, ihracat sürecinde iç pazara oranla daha dikkatli ve titiz bir yaklaşım sergilenmelidir.

Ürün ve Belgeler Konusunda Hassasiyetin Önemi

İhracat sürecinin başarılı olması, ürünlerin titizlikle hazırlanmasından ve doğru ürünlerin gönderilmesinden geçer. Gönderilecek ürünlerin, hedef pazarın kanun ve düzenlemelerine uygun olması büyük önem taşır. Örneğin, bir Avrupa ülkesine tekstil ürünü ihraç edecekseniz, ekoteks belgesine sahip olmanız zorunludur. Aksi takdirde, ürününüz gümrükte takılı kalabilir ve tüm çabalarınız boşa gidebilir. Ürünlerin mevzuata uygunluğu kadar, fiziksel özellikleri de dikkat edilmesi gereken diğer bir husustur. Örneğin, Almanya'ya nevresim takımı ihraç ediyorsanız, ürünlerinizin o ülkenin yatak ve yastık ölçülerine uygun olması gerekmektedir.

Marka ve Kültürel Duyarlılık

Bir diğer kritik faktör ise markanın hedef ülkede nasıl algılandığıdır. Markanın ismi, o ülkenin ana dilinde olumsuz ya da argo bir anlam taşımamalıdır. Kültürel duyarlılık, ihracatçıların göz ardı etmemesi gereken bir unsurdur. Bu tür hatalar, markanızın itibarını zedeleyebilir ve ürünlerinizin o pazarda kabul görmesini engelleyebilir.

Pazar Araştırmasının Önemi

Başarılı bir ihracat stratejisi, iyi bir pazar araştırmasıyla başlar. Her ülkenin pazar dinamikleri farklıdır ve bu farklılıklar göz önünde bulundurulmadan atılacak adımlar, başarısızlıkla sonuçlanabilir. Ürünlerinizin hangi pazarlarda daha iyi karşılık bulacağını öğrenmek için kapsamlı bir araştırma yapılmalı, pazarın mevcut rakipleri ve tüketici tercihleri analiz edilmelidir. SWOT analizi gibi stratejik değerlendirme araçları, ihracatçılara hedef pazarlarda nasıl konumlanmaları gerektiği konusunda yol gösterir.

Market Demand : The selected product must be in demand in the target market. A product that does not fit the needs of the market and consumer preferences makes it difficult to make sales and increases inventory risk.

Competitive Advantage : The right product gives you a competitive advantage. Choosing a product that makes a difference or has low competition instead of a product that is already widely available in the market increases your sales potential.

Cost and Profitability: The production and transportation costs of the product should be taken into consideration. Choosing products that are cost-effective and can be sold profitably ensures financial sustainability.

Legal Compliance : The exported product must comply with the legal regulations and standards of the destination country. Otherwise, the product may get stuck in customs or legal problems may occur.

Ease of Logistics and Transportation: Choosing products that are easy to transport, have low transportation costs and are durable makes the export process more efficient. These factors show how critical it is to choose the right product to ensure success in foreign trade.

The Difference between Domestic and Foreign Market Challenges

Mistakes made in the domestic market are generally faster and easier to recover from. Disputes with customers with whom you speak the same language, share the same culture and geography can be resolved more easily through mutual communication. However, the situation is different in international trade. When there is a problem with a product sold abroad, it is both time-consuming and costly to intervene in this problem. For this reason, a more careful and meticulous approach should be taken in the export process than in the domestic market.

The Importance of Product and Documentation Sensitivity

The success of the export process depends on the meticulous preparation of the products and sending the right products. It is of great importance that the products to be sent comply with the laws and regulations of the target market. For example, if you are exporting a textile product to a European country, you must have an ecotex certificate. Otherwise, your product may get stuck at customs and all your efforts may be in vain. As well as compliance with the legislation, the physical characteristics of the products are another issue to be considered. For example, if you are exporting a duvet cover set to Germany, your products must comply with the bed and pillow sizes of that country.

Brand and Cultural Sensitivity

Another critical factor is how the brand is perceived in the target country. The brand name should not carry a negative or slang meaning in the native language of that country. Cultural sensitivity is an element that exporters should not ignore. Such mistakes can damage your brand's reputation and prevent your products from being accepted in that market.

The Importance of Market Research

A successful export strategy starts with good market research. The market dynamics of each country are different and any steps taken without taking these differences into account may result in failure. In order to find out in which markets your products will be better received, a thorough research should be conducted and the existing competitors and consumer preferences of the market should be analyzed. Strategic assessment tools such as SWOT analysis can guide exporters on how to position themselves in target markets.

İhracatçı Profili: Sabır ve Heyecan Birlikteliği

İhracat yapmak isteyen kişinin bu sürece uygun bir yapıya sahip olması da başarı için kritik bir faktördür. İhracat, sabır ve titizlik gerektiren uzun soluklu bir süreçtir. Aynı zamanda yeni bir ülkeye açılmanın getirdiği heyecan ve dinamizmi de barındırmalıdır. İhracatçı, zorluklarla karşılaştığında sakin kalabilmeli, ancak yeni pazarlarda başarılı olmak için gereken enerjiyi ve heyecanı da koruyabilmelidir.

Sonuç

İhracat, doğru stratejiler ve bilinçli bir yaklaşımla başarıya ulaşılabilir bir süreçtir. Ürün kalitesi, pazar araştırması, mevzuata uygunluk ve marka yönetimi gibi faktörler göz önünde bulundurularak hareket edildiğinde, uluslararası pazarlarda başarılı olmak mümkündür. Bununla birlikte, ihracatçıların kişisel özellikleri de sürecin başarısında önemli bir rol oynamaktadır. Sakin, sabırlı ve kararlı bir yaklaşımla ihracat sürecine adım atan firmalar, küresel pazarda kalıcı bir yer edinebilirler.

ŞİRKET KURMA

Şirket kurma süreci, belirli adımları izleyerek resmi ve yasal bir iş varlığı oluşturmayı içerir. İşte özetle şirket kurma adımları:

1. İş Fikri ve Planı Geliştirme

- İşletmenizin ne üzerine olacağını belirleyin ve iş planı oluşturun. Bu plan, iş modelinizi, hedeflerinizi, pazar analizini, maliyet ve gelir projeksiyonlarını içerir.

2. Şirket Türünü Seçme

- Şahıs Şirketi: Küçük işletmeler için hızlı ve kolay kurulum, ancak sorumluluk sınırsızdır.
- Limited Şirket: Kuruluşu biraz daha karmaşık olsa da, ortakların sorumluluğu sermaye ile sınırlıdır.
- Anonim Şirket: Daha büyük sermayeli ve halka açık şirketler için uygundur; sorumluluk sermaye payı ile sınırlıdır.

3. Sermaye ve Ortaklık Yapısını Belirleme

- Şirketin sermaye yapısını belirleyin ve gerekirse ortaklar arasındaki hisse dağılımını organize edin.

4. Vergi ve Hukuki Yükümlülükleri Araştırma

- Vergi numarası almak ve gerekli vergi yükümlülüklerini yerine getirmek için vergi dairesine başvurun.
- Ticaret siciline kayıt olun ve şirketinize vergi levhası alın.

5. Ticaret Unvanı ve İş Adresi Belirleme

- Şirketinizin ismini seçin ve bu ismin daha önce kullanılmadığından emin olun.
- Resmi bir iş adresi belirleyin.

6. Gerekli Belgeleri Hazırlama

- Kuruluş dilekçesi, ana sözleşme, ortaklık yapısı gibi gerekli belgeleri hazırlayın ve noter onayından geçirin.

7. Şirket Kuruluşu İçin Başvuru

- Ticaret odasına başvurarak şirketin kuruluşunu resmi olarak gerçekleştirin.
- Banka hesabı açarak sermayenizi bloke ettirin ve kuruluş sermayesini yatırın.

8. Çalışma Ruhsatı ve Diğer İzinler

- Faaliyet göstereceğiniz sektöre göre çalışma ruhsatı ve lisanslar almanız gerekebilir.

9. Sigorta ve Çalışan İşlemleri

- Şirketinizde çalışacak personel için SGK işlemleri ve iş sigortası gibi hukuki yükümlülükleri yerine getirin. Bu adımlar, şirket kurma sürecinde temel rehber olarak kullanılabilir ve her bir aşama, işin büyüklüğüne ve türüne göre değişiklik gösterebilir.

Exporter Profile: Patience and Excitement

The fact that the person who wants to export has a suitable structure for this process is also a critical factor for success. Exporting is a long-term process that requires patience and meticulousness. At the same time, it should also include the excitement and dynamism that comes with opening up to a new country. Exporters should be able to remain calm in the face of difficulties, yet maintain the energy and enthusiasm needed to succeed in new markets.

Conclusion

Exporting is a process that can be achieved with the right strategies and a conscious approach. When factors such as product quality, market research, regulatory compliance and brand management are taken into account, it is possible to be successful in international markets. However, the personal characteristics of exporters also play an important role in the success of the process. Companies that step into the export process with a calm, patient and determined approach can gain a permanent place in the global market.

ESTABLISHING A COMPANY

The company formation process involves creating a formal and legal business entity by following certain steps. Here are the company formation steps in a nutshell:

1. Developing a Business Idea and Plan

- Determine what your business will be about and create a business plan. This plan includes your business model, goals, market analysis, cost and revenue projections.

2. Choosing the Type of Company

- Sole Proprietorship: Quick and easy to set up for small businesses, but liability is unlimited.
- Limited Company: Slightly more complicated to set up, but the liability of the partners is limited to the capital.
- Joint Stock Company: Suitable for larger capitalized and publicly traded companies; liability is limited to the share capital.

3. Determining Capital and Partnership Structure

- Determine the capital structure of the company and, if necessary, organize the distribution of shares among the partners.

4. Research Tax and Legal Obligations

- Contact the tax office to obtain a tax number and fulfill the necessary tax obligations.
- Register with the trade registry and obtain a tax certificate for your company.

5. Determining Trade Name and Business Address

- Choose your company name and make sure it has not been used before.
- Set an official business address.

6. Prepare the necessary documents

- Prepare the necessary documents such as the petition for incorporation, articles of association, shareholding structure and have them notarized.

7. Application for Company Incorporation

- Apply to the chamber of commerce to formally incorporate the company.
- Block your capital by opening a bank account and deposit the incorporation capital.

8. Work License and Other Permits

- You may need to obtain work permits and licenses according to the sector in which you will operate.

9. Insurance and Employee Procedures

- Fulfill legal obligations such as SSI procedures and labor insurance for the staff who will work in your company.

These steps can be used as a basic guide in the company formation process and each step may vary depending on the size and type of business.



MARKALAŞMA

Markalaşma (branding), bir işletmenin ürün veya hizmetlerini, rakiplerinden ayırt eden bir kimlik yaratma sürecidir. İyi bir marka, müşterilerin zihninde olumlu ve güvenilir bir imaj oluşturur, sadık bir müşteri kitlesi yaratır ve işletmenin uzun vadede sürdürülebilir başarısını sağlar. İşte markalaşma sürecinde dikkat edilmesi gereken temel unsurlar:

1. Marka Kimliği Oluşturma

- Marka İsmi: Kolay hatırlanabilir, hedef kitleye hitap eden, kültürel ve dilsel açıdan uygun bir isim seçilmelidir.
- Logo ve Görsel Kimlik: Markanın görsel olarak tanınmasını sağlayan logo, renk paleti ve tipografi tasarımı oluşturulmalıdır. Görsel kimlik, markanın kişiliğini ve değerlerini yansıtmalıdır.
- Marka Sloganı: Kısa, vurucu ve markanın vaadini özetleyen bir slogan, markanın hafızalarda kalıcı olmasına yardımcı olur.

2. Marka Vizyonu ve Misyonu Belirleme

- Vizyon: Markanın uzun vadeli hedefleri ve ulaşmak istediği nokta belirlenmelidir. Vizyon, markanın yönünü ve stratejilerini şekillendirir.
- Misyon: Markanın var olma amacı ve sunduğu hizmet ya da ürünlerin topluma nasıl fayda sağlayacağı açıklanmalıdır. Misyon, marka kimliği ve değerleriyle örtüşmelidir.

3. Hedef Kitleyi Belirleme

- Markanın hitap edeceği demografik gruplar, müşteri profilleri ve tüketici davranışları analiz edilmelidir. Marka stratejileri, hedef kitlenin beklentilerine ve ihtiyaçlarına göre şekillendirilmelidir.
- Hedef kitlenin değerleri, yaşam tarzı, alışveriş alışkanlıkları gibi unsurlar göz önünde bulundurulmalı ve onlarla duygusal bir bağ kurulmalıdır.

4. Marka Değerleri ve Kişiliği

- Marka Değerleri: Marka, etik değerler ve toplumsal sorumluluk konularında neyi savunuyorsa, bunu net bir şekilde ifade etmelidir. Sürdürülebilirlik, kalite, müşteri memnuniyeti gibi kavramlar bu değerler arasında olabilir.
- Marka Kişiliği: Marka, tıpkı bir insan gibi kişisel özelliklere sahip olmalıdır. Örneğin, yenilikçi, samimi, eğlenceli ya da güvenilir bir marka kimliği oluşturulabilir. Bu, markanın müşteriyle nasıl iletişim kuracağını ve nasıl algılanacağını belirler.

BRANDING

Branding is the process of creating an identity that distinguishes a business's products or services from its competitors. A good brand creates a positive and reliable image in the minds of customers, creates a loyal customer base and ensures the long-term sustainable success of the business. Here are the key elements to be considered in the branding process:

1. Creating a Brand Identity

- Brand Name: Choose a name that is easy to remember, appeals to the target audience and is culturally and linguistically appropriate.
- Logo and Visual Identity: The logo, color palette and typography design should be created to ensure visual recognition of the brand. The visual identity should reflect the brand's personality and values.
- Brand Tagline: A short, punchy slogan that summarizes the brand's promise helps the brand stick in the memory.

2. Determining Brand Vision and Mission

- Vision: The long-term goals of the brand and the point it wants to reach should be determined. The vision shapes the direction and strategies of the brand.
- Mission: The purpose of the brand's existence and how its services or products will benefit society should be explained. The mission should overlap with the brand identity and values.

3. Identifying the Target Audience

- The demographic groups, customer profiles and consumer behaviors that the brand will address should be analyzed. Brand strategies should be shaped according to the expectations and needs of the target audience.
- Factors such as the values, lifestyle and shopping habits of the target audience should be taken into consideration and an emotional bond should be established with them.

4. Brand Values and Personality

- Brand Values: The brand should clearly articulate what it stands for in terms of ethical values and social responsibility. Concepts such as sustainability, quality and customer satisfaction can be among these values.
- Brand Personality: A brand should have personal characteristics, just like a person. For example, a brand identity can be innovative, friendly, fun or trustworthy. This determines how the brand will communicate with the customer and how it will be perceived.

5. Tutarlı Marka Deneyimi Sunma

- Markanın tüm temas noktalarında (reklamlar, web sitesi, sosyal medya, müşteri hizmetleri) tutarlı bir mesaj ve deneyim sunması önemlidir. Tutarlılık, marka güvenilirliğini ve sadakatini artırır.

- Online ve offline kanallarda marka dili, tonu ve görsel estetiği aynı şekilde yansıtılmalıdır.

6. Marka Konumlandırması

- Marka, pazarda rakiplerine göre nasıl bir konumda yer alacağını belirlemelidir. Fiyat, kalite, yenilikçilik veya müşteri hizmetleri gibi konularda farklılaşmak mümkündür.

- Rakiplerin konumlandırılması analiz edilmeli ve markanın bu pazarda kendine özgü bir yer edinmesi sağlanmalıdır.

7. *Marka İmajı ve Algısı

- Markanın müşterilerde yarattığı algı, marka imajını oluşturur. İyi bir marka imajı oluşturmak için olumlu müşteri deneyimleri, etkili iletişim ve kaliteli ürün/hizmet sunulmalıdır.

- Marka imajı sürekli olarak izlenmeli ve müşteri geri bildirimlerine göre geliştirilmelidir.

8. Dijital Marka Yönetimi

- Markanın dijital platformlarda varlığı, markalaşma sürecinde önemli bir rol oynar. Sosyal medya, web siteleri, dijital reklamlar ve içerik pazarlaması gibi araçlarla marka, geniş kitlelere ulaşabilir.

- Sosyal medya yönetimi ve dijital stratejilerle marka bilinirliği artırılabilir ve marka sadakati oluşturulabilir.

9. Marka Sadakati Oluşturma

- Marka sadakati, müşterilerin sadece ürünü değil, markayı tercih etmelerini sağlar. Sadık müşteriler, markanızı tekrar tekrar tercih eder ve çevresine tavsiye eder.

- Sadakat programları, kişiselleştirilmiş deneyimler ve müşteri memnuniyeti, marka sadakati oluşturmada etkilidir.

10. Marka İzlenebilirliği ve Performans Takibi

- Marka stratejilerinin ne kadar başarılı olduğunu ölçmek için müşteri geri bildirimleri, satış verileri, marka bilinirliği ve müşteri memnuniyeti gibi performans kriterleri düzenli olarak takip edilmelidir.

- Marka algısında veya pazar performansında sorunlar tespit edilirse, stratejiler gözden geçirilmeli ve gerektiğinde revize edilmelidir.

Başarılı bir markalaşma süreci, sadece ürünlerin ya da hizmetlerin kalitesiyle sınırlı değildir; aynı zamanda markanın değerleri, müşteriyle kurduğu duygusal bağ ve sunduğu tutarlı deneyimlerle de şekillenir.

5. Delivering a Consistent Brand Experience

- It is important that the brand delivers a consistent message and experience across all touchpoints (ads, website, social media, customer service). Consistency increases brand credibility and loyalty.

- Brand language, tone and visual aesthetics should be the same across online and offline channels.

6. Brand Positioning

- The brand must determine how it will be positioned in the market relative to its competitors. It is possible to differentiate on price, quality, innovation or customer service.

- The positioning of competitors should be analyzed and the brand should gain a unique place in this market.

7. *Brand Image and Perception

- The perception created by the brand in customers creates the brand image. Creating a good brand image requires positive customer experiences, effective communication and quality products/services.

- Brand image should be continuously monitored and improved based on customer feedback.

8. Digital Brand Management

- A brand's presence on digital platforms plays an important role in the branding process. Through tools such as social media, websites, digital ads and content marketing, the brand can reach large audiences.

- Social media management and digital strategies can increase brand awareness and build brand loyalty.

9. Building Brand Loyalty

- Brand loyalty ensures that customers prefer the brand, not just the product. Loyal customers prefer your brand again and again and recommend it to others.

- Loyalty programs, personalized experiences and customer satisfaction are effective in building brand loyalty.

10. Brand Traceability and Performance Tracking

- Performance criteria such as customer feedback, sales data, brand awareness and customer satisfaction should be monitored regularly to measure how successful brand strategies are.

- If problems in brand perception or market performance are identified, strategies should be reviewed and revised as necessary.

Successful branding is not limited to the quality of products or services; it is also shaped by the brand's values, the emotional connection with customers and the consistent experiences it offers.



3.4.3 İNSANA YAKIŞIR İŞLER VE YÖNETİM ALANINDA BAŞARI HİKAYELERİ SEMİNERİ

Seminer Tarihi

07.02.2024

Seminerin Amacı

Bu seminerin amacı, insana yakışır işlerin ve etkili yönetim uygulamalarının önemini vurgulamak ve bu konularda başarılı örnekleri paylaşarak katılımcılara ilham vermektir. İnsana yakışır işler, çalışanların refahını, adil çalışma koşullarını ve insan haklarını ön planda tutarak daha sürdürülebilir ve tatmin edici iş ortamları yaratmayı hedefler. Ayrıca, etkili yönetim stratejileri ile başarıya ulaşmış örneklerin sunulması, katılımcılara iyi yönetim uygulamalarının nasıl başarılı sonuçlar doğurabileceğini göstermeyi amaçlamıştır.

Konuşmacılar

Buğra AYAN

Web3 kurucusu, mühendis/girişimci

Seyyare SUNGUR

Fındık Ocağı Kurucusu Girişimci

Seminer Konuları

İnsana yakışır işler
Etkili yönetim uygulamaları
Başarı hikayeleri
Uygulamalı çözümler
Etik ve sürdürülebilirlik
İş yerinde inovasyon
İş performansı ve verimlilik
İş yerinde iletişim
Sürdürülebilir kalkınma amacı 8' ve alt hedefleri,
Ekonomik verimlilik,
Kalkınma odaklı politikalar,
Kaynak verimliliği,
Tam ve üretken istihdam,
Finansal erişim

3.4.3 SEMINAR ON SUCCESS STORIES IN DECENT WORK AND MANAGEMENT

Seminar Date

07.02.2024

Aim of the Seminar

The aim of this seminar is to emphasize the importance of decent work and effective management practices and to inspire participants by sharing successful examples. Decent work aims to create more sustainable and satisfying work environments by prioritizing employee well-being, fair working conditions and human rights. It also aims to show participants how good management practices can lead to successful outcomes by presenting examples that have achieved success through effective management strategies.

Speakers

Buğra AYAN

Web3 founder, engineer/entrepreneur

Seyyare SUNGUR

Hazelnut Quarry Founder Entrepreneur

Seminar Topics

Decent work
Effective management practices
Success stories
Practical solutions
Ethics and sustainability
Innovation at work
Business performance and productivity
Communication at work
Sustainable development goal 8' and its sub-targets,
Economic efficiency,
Development-oriented policies,
Resource efficiency,
Full and productive employment,
Financial access

Teknoloji ve Sürdürülebilir Kalkınma: 8. Hedefe Ulaşmak Sürdürülebilir kalkınma, çevresel, ekonomik ve sosyal dengeyi sağlayarak gelecekteki nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir dünyayı inşa etmeyi amaçlar. Bu kapsamda Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi (SKH), küresel sorunlara çözüm bulmak için çeşitli yollar sunar. Bu hedeflerden biri olan 8. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi, ekonomik büyümeyi desteklemek, insana yakışır istihdam yaratmak ve iş gücü piyasasında adalet sağlamayı hedefler.

8. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi: İstikrarlı ve Kapsayıcı Ekonomik Büyüme

SKH 8, kişi başına düşen gelirin artırılması, yüksek katma değerli sektörlerle odaklanma, insana yakışır istihdamın teşvik edilmesi gibi alt başlıklara odaklanır. Bunun yanı sıra, ekonomik büyümenin çevresel etkilerden ayrıştırılması ve kaynak verimliliğinin artırılması hedeflenir. SKH 8'in temel amaçları arasında çocuk işçiliğinin sona erdirilmesi, güvenli çalışma ortamlarının oluşturulması ve finansal hizmetlere erişimin artırılması yer alır.

Teknolojinin Rolü

Teknoloji, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada kritik bir araçtır. Eğitimden sağlığa, enerjiden su yönetimine kadar geniş bir yelpazede teknolojik çözümler, daha kapsayıcı ve sürdürülebilir bir ekonomik büyüme sağlama potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda inovasyon, dijitalleşme, yapay zeka (AI), blokzincir (blockchain) ve Nesnelerin İnterneti (IoT) gibi teknolojiler, kalkınma politikalarının etkinliğini artırmak için kullanılabilir.

Teknolojik Uygulamalar ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

Teknoloji, sürdürülebilir kalkınma amacına ulaşmada çeşitli alanlarda etkili olabilir. Bunlardan bazıları şunlardır:

1. Kişi Başına Düşen Gelir Artışı ve Blokzincir

Blokzincir teknolojisi, şeffaf finansal işlemler sağlayarak yatırım ve fon akışını kolaylaştırır. Aynı zamanda, mikro krediler ve finansal hizmetlere erişimi artırarak küçük işletmelerin büyümesine destek verir. Tarım ve ticarete takip sistemleri kurarak verimliliği artırırken, dolandırıcılığı azaltarak ekonomik güveni yükseltir.

2. Ekonomik Verimlilik ve Yapay Zeka

Yapay zeka, veri analiziyle pazar trendlerini tahmin ederek sektör çeşitliliğini artırır. Üretimde otomasyon sağlayarak maliyetleri düşürür ve AR-GE süreçlerini hızlandırarak inovasyonu teşvik eder. Ayrıca, kişiselleştirilmiş eğitim programları sunarak iş gücünün kalitesini artırır.

3. Kalkınma Odaklı Politikalar ve IoT

Nesnelerin İnterneti (IoT), üretimde verimliliği artırarak maliyetleri düşürür ve tedarik zincirini güçlendirir. Gerçek zamanlı veri toplayarak envanter yönetimini optimize eder ve ürünlerin izlenebilirliğini artırarak müşteri güvenini sağlar. Enerji ve kaynak kullanımını izleyerek sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada önemli bir rol oynar.

4. Kaynak Verimliliği ve Blokzincir:

Blokzincir teknolojisi, kaynakların izlenebilirliğini artırarak sürdürülebilir kaynak kullanımını teşvik eder. Geri dönüşüm ve yeniden kullanım süreçlerini iyileştirir ve karbon kredisi gibi çevresel sertifikaların takibini sağlar. Bu, yeşil yatırımları destekler ve çevresel etkiyi minimize eden uygulamaları ödüllendirir.

5. Tam ve Üretken İstihdam ve Yapay Zeka:

Yapay zeka, iş piyasasını analiz ederek beceri açıklarını belirler ve eğitim programlarını yönlendirir. CV tarama ve iş alım süreçlerini otomatize ederek tarafsızlığı artırır ve uzaktan çalışma için verimlilik araçları sunar. Ayrıca, performans değerlendirme süreçlerinde objektif kriterler kullanarak eşit işe eşit ücret ilkesinin uygulanmasını sağlar.

Technology and Sustainable Development: Achieving Goal 8 Sustainable development aims to build a world that can meet the needs of future generations by ensuring environmental, economic and social balance. In this context, the 17 Sustainable Development Goals (SDGs) set by the United Nations offer various ways to find solutions to global problems. One of these goals, Sustainable Development Goal 8, aims to support economic growth, create decent employment and ensure fairness in the labor market.

Sustainable Development Goal 8: Stable and Inclusive Economic Growth SDG 8 focuses on sub-headings such as increasing per capita income, focusing on high value-added sectors, and promoting decent employment. In addition, it aims to decouple economic growth from environmental impacts and increase resource efficiency. The main goals of SDG 8 include ending child labor, creating safe working environments and increasing access to financial services.

The Role of Technology

Technology is a critical tool in achieving sustainable development goals. From education to health, energy to water management, technological solutions have the potential to enable more inclusive and sustainable economic growth. In this context, technologies such as innovation, digitalization, artificial intelligence (AI), blockchain and the Internet of Things (IoT) can be used to improve the effectiveness of development policies.

Technological Applications and Sustainable Development Goals

Technology can be effective in various areas in achieving the goal of sustainable development. Some of these are as follows:

1. Per Capita Income Growth and Blockchain

Blockchain technology facilitates the flow of investment and funds by enabling transparent financial transactions. It also supports the growth of small businesses by increasing access to micro-loans and financial services. It increases efficiency by establishing tracking systems in agriculture and trade, while increasing economic confidence by reducing fraud.

2. Economic Efficiency and Artificial Intelligence

Artificial intelligence increases sector diversity by predicting market trends through data analysis. It reduces costs by automating production and encourages innovation by accelerating R&D processes. It also improves the quality of the workforce by offering personalized training programs.

3. Development-Oriented Policies and IoT

The Internet of Things (IoT) increases production efficiency, reduces costs and strengthens the supply chain. By collecting real-time data, it optimizes inventory management and increases the traceability of products, ensuring customer confidence. It plays an important role in achieving sustainability goals by monitoring energy and resource use.

4. Resource Efficiency and Blockchain:

Blockchain technology promotes sustainable resource use by increasing the traceability of resources. It improves recycling and reuse processes and enables the tracking of environmental certificates such as carbon credits. This supports green investments and rewards practices that minimize environmental impact.

5. Full and Productive Employment and Artificial Intelligence:

AI analyzes the job market, identifies skills gaps and drives training programs. It increases objectivity by automating CV screening and recruitment processes and offers productivity tools for remote working. It also ensures the implementation of the principle of equal pay for equal work by using objective criteria in performance evaluation processes.



6. Sürdürülebilir Turizm ve Blokzincir:

Blokzincir, şeffaf ve adil rezervasyon süreçleri sunarak turist memnuniyetini artırır ve sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik eden ödül sistemleri oluşturur. Aynı zamanda, yerel kültür ve çevreyi koruyan faaliyetlerin doğrulanmasını sağlayarak turizmde çevresel ve sosyal sorumluluğu ön plana çıkarır.

7. Finansal Erişim ve Blokzincir:

Bankasız bireyler için güvenli ve düşük maliyetli dijital cüzdanlar sunarak finansal hizmetlere erişimi kolaylaştırır. Aynı zamanda şeffaf ve hızlı işlemlerle kredi ve sigorta hizmetlerini genişleterek dolandırıcılığı azaltır ve işlem maliyetlerini düşürür.

SONUÇ

Teknoloji, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada güçlü bir araçtır. Yapay zeka, blokzincir ve IoT gibi teknolojiler, ekonomik büyümeyi çevresel etkilerden ayırarak daha kapsayıcı ve sürdürülebilir bir gelecek inşa edebilir. Sürdürülebilir kalkınmanın temelinde yer alan verimlilik, adil gelir dağılımı, güvenli çalışma ortamları ve çevresel sorumluluk, teknoloji yardımıyla daha etkin bir şekilde gerçekleştirilebilir. Teknolojinin sunduğu bu çözümler, gelecekte daha adil ve sürdürülebilir bir dünya inşa etmek için kritik bir öneme sahiptir.

6. Sustainable Tourism and Blockchain:

Blockchain increases tourist satisfaction by providing transparent and fair booking processes and creates reward systems that encourage sustainable tourism practices. It also emphasizes environmental and social responsibility in tourism by providing verification of activities that protect local culture and the environment.

7. Financial Inclusion and Blockchain:

Facilitates access to financial services by offering secure and low-cost digital wallets for unbanked individuals. It also reduces fraud and lowers transaction costs by expanding credit and insurance services with transparent and fast transactions.

CONCLUSION

Technology is a powerful tool for achieving sustainable development goals. Technologies such as artificial intelligence, blockchain and IoT can decouple economic growth from environmental impacts and build a more inclusive and sustainable future. Efficiency, fair income distribution, safe working environments and environmental responsibility, which are at the heart of sustainable development, can be realized more effectively with the help of technology. These solutions offered by technology are critical to building a more just and sustainable world in the future.



İş dünyasında başarılı olmak için cesaret, azim ve kararlılık şarttır. Ancak başarı, yalnızca maddi kazançlarla sınırlı olmamalıdır; topluma, çalışanlara ve çevreye fayda sağlayan projeler de bu başarının bir parçası olmalıdır. 1999 yılında ILO Direktörü Juan Somavia tarafından dile getirilen “insana yakışır iş” kavramı, iş dünyasında özgürlük, eşitlik ve güvenlik temelinde çalışma koşullarının iyileştirilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Bu kavram, iş güvencesi, adil ücret, sosyal güvenlik ve iş sağlığı gibi unsurları içerir. Bu değerler, her bireyin onuruna yakışır çalışma koşulları sağlamak için hayati önem taşır. Kendi işimi kurma sürecinde insana yakışır iş değerleri bana yol gösterdi. Fındık Ocağı’nı kurarken amacım sadece başarılı bir girişim yaratmak değil, aynı zamanda çalışanlarımıza ve yerel üreticilere insana yakışır çalışma koşulları sunmaktır. İş dünyasında başarıyı sadece ekonomik kazançlarla değil, aynı zamanda çalışanlara ve topluma kattığınız değerlerle de ölçmeniz gerektiğine inanıyorum.

İş hayatında başarıya ulaşmak için hedeflerinizi net belirlemek ve bu hedeflere ulaşmak için doğru stratejiler geliştirmek önemlidir. Benim hayalim, Karadeniz’in fındıklarının uluslararası pazarlarda tanınır hale getirmektir. Fındık Ocağı’nı kurarken bu hedefe ulaşmak için sürdürülebilir tarım ve kaliteli üretimi merkeze aldım. Siz de hayallerinizi gerçekleştirirken sağlam bir vizyon ve stratejiye sahip olmalısınız.

Başarıya giden yolda bilgi ve strateji kadar, etik değerler ve sosyal sorumluluk da büyük önem taşır. İşinizi kurarken, iş sağlığı, adil ücretlendirme ve sosyal güvenlik gibi insana yakışır iş kavramının temel unsurlarını göz önünde bulundurmalısınız. İyi bir lider sadece işini büyütmez, aynı zamanda çalışanlarına, topluma ve çevreye katkı sağlar. Bu değerlerin iş dünyasında size rehberlik etmesine izin verin.

Fındık Ocağı’nı kurarken öğrendiğim en önemli derslerden biri, iş hayatında zorlukların ve risklerin kaçınılmaz olduğudur. Ancak bu zorluklarla başa çıkarken etik değerlere sadık kalmak sürdürülebilir başarı getirir. Başarı, sadece maddi kazanımlarla değil, topluma ve çalışanlarınıza sağladığınız katkılarla anlam kazanır.

Sonuç olarak, iş hayatında başarılı olmak için cesur, öğrenmeye açık ve kararlı olmalısınız. Kendi işinizi kurarken karşılaştığınız zorlukları fırsat olarak görmeli ve insana yakışır işler yapmaya özen göstermelisiniz. Çünkü bu sadece sizin değil, aynı zamanda çalıştırdığınız insanların, toplumun ve çevrenizin de yararına olacaktır.

Seyyare Sungur
Fındık Ocağı Kurucu Ortağı

Courage, perseverance and determination are essential for success in business. However, success should not be limited to material gains; projects that benefit society, employees and the environment should also be part of this success. In 1999, ILO Director Juan Somavia introduced the concept of “decent work”, emphasizing the need to improve working conditions in the world of work on the basis of freedom, equality and security. It includes elements such as job security, fair wages, social security and occupational health. These values are vital to ensure working conditions worthy of the dignity of every individual.

Decent work values guided me in the process of establishing my own business. When I founded Fındık Ocağı, my goal was not only to create a successful enterprise, but also to provide decent working conditions for our employees and local producers. I believe that success in business should be measured not only by economic gains, but also by the value you add to employees and society.

To achieve success in business, it is important to set clear goals and develop the right strategies to achieve them. My dream was to make the hazelnuts of the Black Sea region recognized in international markets. When I founded Hazelnut Quarry, I focused on sustainable agriculture and quality production to achieve this goal. You, too, should have a solid vision and strategy while realizing your dreams.

Ethical values and social responsibility are as important as knowledge and strategy on the road to success. When building your business, you should consider the basic elements of decent work, such as occupational health, fair remuneration and social security. A good leader not only grows their business, but also contributes to their employees, society and the environment. Let these values guide you in the business world.

One of the most important lessons I learned while founding Fındık Ocağı is that challenges and risks are inevitable in business life. However, staying loyal to ethical values while dealing with these challenges brings sustainable success. Success gains meaning not only through material gains, but also through the contributions you make to society and your employees.

In conclusion, to succeed in business, you must be brave, open to learning and determined. When starting your own business, you should see the challenges you will face as opportunities and take care to do decent work. Because this will not only benefit you, but also the people you employ, society and your environment.

Seyyare Sungur
Co-Founder of Fındık Ocağı



3.5 GENEL DEĞERLENDİRME VE SERTİFİKASYON SINAVI

Genel Değerlendirme Sınavı tüm kursiyerlerin katılımıyla 12.02.2024 tarihinde Karadeniz Teknik Üniversitesi'nde gerçekleşmiştir. Her dersten 5 soru olmak üzere 65 çoktan seçmeli soru eğitmenler tarafından hazırlanarak Genel Değerlendirme Sınavı elde edilmiştir. Kursiyerlerin ders bitiminde katıldıkları quizler; ders içi katılımları (ödev, sunum ve derse olan ilgi) ve genel değerlendirme sınavı puanlarının ortalamaları alınarak sertifikasyon için nihai puan elde edilmiştir. Sonuçlar 17 Şubat 2024 tarihinde proje web sitesi üzerinden (neet2market.com) duyurulmuştur.

3.5 THE GENERAL EVALUATION EXAM

The General Evaluation Exam was held at Karadeniz Technical University on 12.02.2024 with the participation of all trainees. 65 multiple-choice questions, 5 questions from each course, were prepared by the trainers and the General Evaluation Exam was obtained. The final score for certification was obtained by averaging the scores of the quizzes attended by the trainees at the end of the course, their in-class participation (homework, presentation and interest in the course) and the overall evaluation exam. The results were announced on the project website (neet2market.com) on February 17, 2024.

QUIZ %60	DERS İÇİ KATILIM %40	GENEL DEĞERLENDİRME SINAVI PUANI %60	1. DEĞERLENDİRME PUANI %40
1. DEĞERLENDİRME PUANI		SERTİFİKASYON DEĞERLENDİRME PUANI	

QUIZ %60	IN-CLASS PARTICIPATION %40	GENERAL EVALUATION EXAM SCORE %60	1st EVALUATION SCORE %40
1. EVALUATION SCORE		CERTIFICATION EVALUATION SCORE	



Genel Değerlendirme ve Sertifikasyon Sınavı Sonuçlandı!

NEET'ler Pazara Erişiyor Projesinde Sertifikasyon için yapılan Genel Değerlendirme Sınavı Açıklandı. Sonuçlar için tıklayınız.

Devamını Oku →

3.6 KARIYER FUARLARI

Kariyer fuarları, NEET'ler, öğrenciler, yeni mezunlar ve profesyoneller için iş ve kariyer fırsatlarını artırmayı, iş dünyasıyla etkileşimi güçlendirmeyi ve sektördeki gelişmeleri takip etmeyi amaçlar. Fuar, katılımcılara iş dünyasıyla doğrudan temas kurma, kariyer hedeflerine ulaşma ve profesyonel ağlarını genişletme imkanı sunar. İşte kariyer fuarlarının NEET bireylere sağladığı bazı faydalar:

Farkındalık ve İlham: Kariyer fuarları, NEET bireylerinin farklı sektörleri ve iş imkanlarını tanımalarını sağlar. Bu tür etkinlikler, gençlerin kendilerine uygun meslek dallarını keşfetmelerine ve ilgi alanlarını belirlemelerine yardımcı olabilir.

Ağ Kurma Fırsatları: Kariyer fuarları, işverenler, sektör temsilcileri ve kariyer danışmanları ile birebir görüşme imkanı sunar. NEET bireyler, bu sayede iş dünyasıyla bağlantı kurabilir, kariyer fırsatları hakkında bilgi edinebilir ve iş arama sürecinde faydalı olabilecek kişisel ilişkiler geliştirebilirler.

Eğitim ve Gelişim İmkanları: Kariyer fuarlarında genellikle eğitim kurumları ve mesleki gelişim programları da tanıtılır. NEET gençler, bu fırsatlardan faydalanarak yeni beceriler edinebilir veya eksik oldukları alanlarda kendilerini geliştirme fırsatına sahip olabilirler.

Atölye Çalışmaları: CV hazırlama, mülakat teknikleri, kişisel gelişim ve diğer kariyer konularında uygulamalı eğitimler olarak katılımcıların iş başvurularında daha nitelikli olmasını sağlar.

İş ve Staj Başvuruları: Katılımcılar çeşitli şirketlere iş ve staj başvurularını doğrudan yapma imkanına sahip olabilirler.

İş Görüşmesi Deneyimi: Fuarlarda düzenlenen simülasyonlar ve gerçek iş görüşmeleri, NEET bireylerin mülakat pratiği yapmalarını ve iş görüşmelerine daha hazırlıklı olmalarını sağlar. Bu deneyim, onların özgüvenini artırabilir ve istihdama geçiş süreçlerini hızlandırabilir.

Motivasyon ve Destek: Kariyer fuarları, NEET gençlere bir hedef ve motivasyon kaynağı olabilir. Kendilerine uygun bir iş bulma veya eğitim fırsatlarını keşfetme sürecinde profesyonel rehberlik almak, bu bireylerin iş hayatına katılımını teşvik eder.

Sonuç olarak, kariyer fuarları, NEET bireyler için hem kısa vadede iş bulma hem de uzun vadede kariyer planlaması yapma açısından önemli bir araçtır. Bu etkinlikler, gençlerin potansiyellerini keşfetmelerine ve iş gücü piyasasına katılmalarına destek sağlar.

3.6 CAREER FAIRS

Career fairs aim to increase job and career opportunities for NEETs, students, recent graduates and professionals, strengthen interaction with the business world and follow developments in the sector. The fair offers participants the opportunity to have direct contact with the business world, achieve their career goals and expand their professional networks. Here are some of the benefits of career fairs for NEET individuals:

Awareness and Inspiration: Career fairs allow NEET people to get to know different sectors and job opportunities. Such events can help young people discover careers that are suitable for them and identify their interests.

Networking Opportunities: Career fairs offer one-to-one meetings with employers, sector representatives and career counselors. NEET individuals can connect with the world of work, learn about career opportunities and develop personal relationships that can be useful in the job search process.

Training and Development Opportunities: Career fairs often showcase educational institutions and professional development programs. NEET youth can take advantage of these opportunities to learn new skills or improve themselves in areas where they are lacking.

Workshops: Practical trainings on CV preparation, interview techniques, personal development and other career topics help participants to be more qualified for job applications.

Job and Internship Applications: Participants have the opportunity to apply for jobs and internships directly to various companies.

Job Interview Experience: Simulations and real job interviews organized at fairs allow NEET individuals to practice interviewing and be more prepared for job interviews. This experience can boost their self-confidence and accelerate their transition to employment.

Motivation and Support: Career fairs can be a source of target and motivation for NEET youth. Receiving professional guidance in the process of finding a suitable job or exploring training opportunities encourages their participation in the labor market.

As a result, career fairs are an important tool for NEET individuals, both for finding a job in the short term and for career planning in the long term. These events support young people to discover their potential and participate in the labor market.





3.6.1 DOKKAF KARİYER FUARI

Bu doğrultuda kursiyerlerimizle birlikte Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi koordinatörlüğünde, Karadeniz Teknik Üniversitesi'nin ev sahipliğinde Trabzon Biyoteknoloji ve İnovasyon Merkezinde düzenlenen Doğu Karadeniz Kariyer Fuarı'na (DOKKAF) katılım sağladık.

DOKKAF 2024 Doğu Karadeniz Kariyer Fuarında açtığımız standı gezen protokol üyeleri ve kursiyerlere Proje Koordinatörü Nazlı Genç, Eğitim ve İş arama Koordinatörü Ceren Aydın ve Proje Koordinatör Asistanı Gökçenur Ulu tarafından proje faaliyetleri ve istihdama yönelik bilgiler verildi.

Ayrıca kursiyerlerimiz bir yandan fuardaki diğer firmalara iş ve staj başvurularında bulunurken bir yandan da DOKKAF kapsamında yapılan seminer ve etkinliklere katılma fırsatı yakaladılar.

3.6.1 DOKKAF CAREER FAIR

In this direction, together with our trainees, we participated in the Eastern Black Sea Career Fair (DOKKAF) held at Trabzon Biotechnology and Innovation Center hosted by Karadeniz Technical University under the coordination of the Presidential Human Resources Office.

Project Coordinator Nazlı Genç, Training and Job Search Coordinator Ceren Aydın and Project Coordinator Assistant Gökçenur Ulu gave information about project activities and employment to protocol members and trainees who visited the stand we opened at DOKKAF 2024 Eastern Black Sea Career Fair.

In addition, while our trainees applied for jobs and internships to other companies in the fair, they also had the opportunity to participate in seminars and events organized within the scope of DOKKAF.

3.7 SERTİFİKA TÖRENİ/ CERTIFICATE CEREMONY

“Ne Eğitimde Ne İstihdamda Olan Gençler için İşgücü Piyasasını Destek Programı (NEETPRO), NEET’ler Pazara Erişiyor” Projesi kapsamında, eğitimlere katılım sağlayan ve sınavları başarı ile tamamlayan kursiyerlere sertifikaları verildi.

TC. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Genel Müdürlüğü “Ne Eğitimde Ne İstihdamda Olan Gençler için İşgücü Piyasasını Destek Programı (NEETPRO) ” Hibe Programı kapsamında Trabzon Ticaret Borsası koordinatörlüğünde, Karadeniz Teknik Üniversitesi işbirliği ile yürütülmekte olan projede eğitimlerin tamamlanmasının ardından kursiyerler sertifikalarını aldılar.

KTÜ Teknoloji Transferi Uygulama ve Araştırma Merkezi’nde düzenlenen sertifika törenine KTÜ Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Halil İbrahim Okumuş, Prof. Dr. Oktay Yıldız, TTB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Mikbir Hakan Canbakal, KTÜ TTM Müdürü Öğretim Görevlisi Emrah Ayvaz, Proje Koordinatörü Nazlı Genç, eğitmenler ve kursiyerler katıldı.

Within the scope of the “Neither in Education nor in Employment Labor Market Support Program for Young People (NEETPRO), NEETs are Accessing to Market” Project, certificates were given to the trainees who participated in the trainings and successfully completed the exams.

The trainees received their certificates after the completion of the trainings in the project, which is carried out in cooperation with Karadeniz Technical University under the coordination of Trabzon Commodity Exchange within the scope of the Grant Program of the Ministry of Labor and Social Security General Directorate of Foreign Relations and European Union “Labor Market Support Program for Young People Neither in Education nor in Employment (NEETPRO)”.

KTU Vice Rector Prof. Dr. Halil İbrahim Okumuş, Prof. Dr. Oktay Yıldız, TTB Vice Chairman Mikbir Hakan Canbakal, KTU TTM Manager Lecturer Emrah Ayvaz, Project Coordinator Nazlı Genç, trainers and trainees attended the certificate ceremony held at KTU Technology Transfer Application and Research Center.





-Canbakal: “ Özveri ile çalışıp yarını değil, on yıl sonrasını düşünerek hareket edin”...

Törende konuşan Yönetim Kurulu Başkan Yardımcımız Canbakal, “Gelecekte yönelecek olduğunuz alanlarda almış olduğunuz eğitimler eğer sizlere bir şeyler kattıysa bu proje amacına bizim için ulaşmış demektir” diyerek şöyle konuştu:

“Yaptığınız bir işte paydaş olmaya çalışın. İşinize ne kadar değer katıyorsanız aslında o kadar değerlisiniz demektir. Önceliğiniz hiçbir zaman maddiyat olmasın. Maddiyat sonrasında sizi otomatikman bulacaktır. Bu konuda özverili bir şekilde çalışıp yarını değil belki bir yıl sonrasını, belki on yıl sonrasını düşünerek hareket etmenizi öneriyorum.”

KTÜ Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Okumuş da eğitim ve sınav sürecini tamamlayarak sertifika almaya hak kazanan tüm kursiyerleri tebrik ederek bundan sonraki iş hayatlarında kendilerine başarılar diledi.

-Kariyerlerini şekillendirdiler, kişisel becerilerini geliştirdiler...

Eğitimleri birincilikle tamamlayan kursiyer Melike Ünver de yaptığı konuşmada projenin bir parçası olmaktan mutluluk duyduğunu belirterek, “Aldığımız eğitimler kendi potansiyelimizi üst seviyeye çıkarmak için bana fırsat tanıdı, sosyalleşmemi sağladı. Bu projenin bana sağladığı en büyük kazanım da network oluşturmaktır. Ayrıca kariyerimi şekillendirmek için de çok yardımcı oldu” dedi.

Diğer bir kursiyer Recep Yaman da almış oldukları eğitimler sonucunda iş arama sürecinde daha bilinçli ve hazırlıklı bir şekilde ilerleyebileceklerini ifade ederek, proje kapsamında kişisel beceri ve zaman yönetimi gibi konularda kendilerini daha da geliştirme olanağı bulduklarını söyledi.

Konuşmaların ardından kursiyerlere sertifikaları takdim edildi.

-Canbakal “Work with dedication and act not for tomorrow but for ten years ahead”...

Speaking at the ceremony, Mr. Canbakal, Deputy Chairman of the Board of Directors, said: “If the trainings you have received in the fields you will focus on in the future have added something to you, it means that this project has achieved its purpose for us.”

“Try to be a stakeholder in something you do. The more value you add to your work, the more valuable you are. Your priority should never be material things. Materiality will automatically find you afterwards. I suggest that you work selflessly in this regard and act by thinking not about tomorrow, but maybe a year later, maybe ten years later.”

. KTU Vice Rector Prof. Dr. Okumuş also congratulated all the trainees who completed the training and exam process and wished them success in their future business life.

-Shaped their careers, developed their personal skills
Melike Ünver, who completed the trainings with the first place, stated in her speech that she was happy to be a part of the project and said, “The trainings we received gave me the opportunity to maximize my own potential and enabled me to socialize. The biggest gain that this project provided me was to create a network. It was also very helpful in shaping my career.”

Recep Yaman, another trainee, stated that as a result of the trainings they received, they will be able to proceed more consciously and prepared in the job search process, and said that they had the opportunity to further improve themselves on issues such as personal skills and time management within the scope of the project.

After the speeches, the trainees were presented their certificates.





ABDULLAH ATASOY



ABDURRAHMAN YAKUPHAN



ALEYNA YILDIRIM



ALİ BÜLBÜL



ARZU AYDIN



BATUHAN BOZ



BERNA GÖRER



BURAK ORAN



BUSE YAZICI



BÜŞRA KARABULUT



BÜŞRA UZUN



DİLARA KURT



EDA ERTE



ELİF SANCAK



ESRA TÜTÜNCÜ



FATMA BALTACI



FEYZA KUK



FIRATCAN ÇANAKCI



GİZEM LATİF



GÖZDE GÜRHAN



HALE TURKUT



HÜSEYİN BAYRAKTAR



İLEYDA AKDENİZ



İREM BALEKOĞLU



İREM KUMAŞ



KEMAL ÇELİK



KÜBRA AYDIN



MELİKE ÜNVER



MERVE KARA



MUHAMMED ENES BUDAK



NAZİRE GÜL AYAZ



ÖMER FARUK TOSUN



RECEP YAMAN



SAHRA GÜL



SELMA ŞANLI



SEVDENUR BETÜL KULAÇ



SÜMEYYE AYDIN



ŞEYMA AYDIN



ÜMMİHAN ALEMDAR



ÜMRAN BİRİNCİ



ZEYNEP MALKOÇ



ZÜLAL UZUNTAŞ



3.8 ÜYE FİRMALARA TEKNİK GEZİLER

Eğitimlerin tamamlanmasının ardından, kursiyerlerin sektördeki iyi ve yenilikçi uygulamaları yerinde görmeleri amacıyla Beşikdüzü, Vakfıkebir ve Akçaabat'ta süt ürünleri sektöründe faaliyet gösteren Beşikdüzü Süt Ürünleri, Karkaş Süt Ürünleri, İskenderoğlu Süt Ürünleri, Özçelik ve Hc Gıda Cemil Usta gibi firmalara teknik geziler düzenlendi. Bu ziyaretler sırasında kursiyerler, firmaların üretim süreçleri ve yenilikçi uygulamaları hakkında yetkililerden doğrudan bilgi aldılar. Ayrıca Yomra, Arsin, Araklı, Sürmene ve Of bölgelerinde fındık ve çay üretimi yapan Özgün Gıda, Birlik Tarım, Vatan Çay, İki Çay, Özçay ve Ofçaysan gibi firmalar da ziyaret edildi. Teknik geziler, kursiyerlerin gelecekteki olası çalışma ortamlarını tanımasına olanak sağlarken, aynı zamanda iş hayatında karşılaşılabilecekleri koşullar hakkında daha somut bir fikir edinmelerine yardımcı oldu. Bu geziler, kursiyerlerin sektördeki yenilikçi yaklaşımları yerinde inceleme ve iş dünyasında uygulamaya dair ilk elden bilgi alma fırsatı sunarak, mesleki gelişimlerine önemli katkılar sağladı.

Teknik Gezilerin Avantajları

- 1. Uygulamalı Deneyim:** Teknik ziyaretler, katılımcıların teorik bilgilerini gerçek ortamında uygulamalarına olanak tanır. Gıda üretim tesislerini, dağıtım merkezlerini veya ticaret şirketlerini ziyaret ederek süreçlerin nasıl işlediğini yerinde görebilirler.
- 2. İşleyişi Anlama:** Üretimden pazarlamaya kadar tüm süreçlerin nasıl entegre olduğunu görerek, tedarik zinciri ve lojistik hakkında daha derin bir anlayış kazanabilirler. Uluslararası ticarete önemli olan kalite standartları, sertifikasyon süreçleri ve yasal düzenlemeler gibi konuları yerinde gözlemleyebilirler.
- 3. Ağ Kurma Fırsatları:** Teknik ziyaretler, sektördeki profesyonellerle tanışma ve bağlantı kurma fırsatları sunar. Bu, gelecekteki iş birlikleri ve kariyer fırsatları açısından faydalı olabilir.
- 4. En İyi Uygulamaları Görmek:** Başarılı işletmelerin iş modellerini ve yenilikçi yaklaşımlarını gözlemleyerek, katılımcılar kendi iş süreçlerini geliştirebilir veya yeni fikirler edinebilirler.

3.8 TECHNICAL VISITS TO MEMBER COMPANIES

Following the completion of the trainings, technical visits were organized to companies operating in the dairy sector in Beşikdüzü, Vakfıkebir and Akçaabat such as Beşikdüzü Süt Ürünleri, Karkaş Süt Ürünleri, İskenderoğlu Süt Ürünleri, Özçelik and Hc Gıda Cemil Usta in order for the trainees to see good and innovative practices in the sector. During these visits, the trainees received direct information from the authorities about the production processes and innovative practices of the companies. In addition, companies such as Özgün Gıda, Birlik Tarım, Vatan Çay, İki Çay, Özçay and Ofçaysan, which produce hazelnut and tea in Yomra, Arsin, Araklı, Sürmene and Of regions, were also visited. The technical trips allowed the trainees to familiarize themselves with possible future working environments, while at the same time helping them to get a more concrete idea of the conditions they may encounter in business life. These trips contributed significantly to the trainees' professional development by providing them with the opportunity to examine innovative approaches in the sector on site and to get first-hand information about their application in the business world.

Advantages of Technical Visits

- 1. Hands-on Experience:** Technical visits allow participants to apply their theoretical knowledge in a real environment. They can visit food production facilities, distribution centers or trading companies to see how processes work.
- 2. Understanding the Process:** They can gain a deeper understanding of the supply chain and logistics, seeing how all processes from production to marketing are integrated. They can observe issues such as quality standards, certification processes and legal regulations that are important in international trade.
- 3. Networking Opportunities:** Technical visits offer opportunities to meet and connect with professionals in the industry. This can be beneficial for future collaborations and career opportunities.
- 4. See Best Practices:** By observing the business models and innovative approaches of successful businesses, participants can improve their own business processes or gain new ideas.

3.9 BİREYSEL EYLEM PLANI (BEP) SÜRECİ

İŞKUR tarafından hazırlanan bireysel eylem planları, 15-29 yaş aralığındaki gençlerin istihdamını artırmayı hedefleyen bir programdır. Bu planlar, gençlerin iş gücü piyasasına daha etkili bir şekilde katılmalarını sağlamak için çeşitli eğitimler, danışmanlık hizmetleri ve rehberlik içerir. Bireysel Eylem planları, her bireyin yeteneklerine, eğitim durumuna ve kariyer hedeflerine uygun olarak tasarlanır. Bu sayede, gençlerin ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunulur. Gençler, İŞKUR aracılığıyla çeşitli iş fırsatlarına erişim sağlar. İşverenlerle doğrudan iletişime geçme şansı artar ve iş arama süreci hızlanır. İŞKUR danışmanları, gençlerin iş bulma sürecinde yönlendirme yapar, özgeçmiş hazırlama, mülakat teknikleri ve iş arama yöntemleri konusunda destek sağlar. Gençlerin istihdama katılması, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde ekonomik büyümeyi destekler ve işsizlik oranlarının düşmesine katkıda bulunur.

Böylece bireysel eylem planları, gençlerin yeteneklerini geliştirmelerine, mesleki bilgi edinmelerine ve iş gücü piyasasına daha kolay adapte olmalarına yardımcı olur. Trabzon İŞKUR İl Müdürlüğü tarafından yürütülen bu süreçte sertifika almaya hak kazanan kursiyerlerden 54 kişinin bireysel eylem planları hazırlanmış ve istihdam edilmesi hedeflenmiştir. Kursiyerler bu süreçte iş kulübü, cv hazırlama, mülakat teknikleri gibi faaliyetlere katılmış ve iş arama süreçlerine dahil olmuştur. Toplamda 4 versiyondan oluşan Bireysel Eylem Planı süreci Mart ayında başlamış Eylül ayında tamamlanmıştır. Bu süre zarfında 20 kursiyer BEP sürecinde, 4 kursiyer BEP süreci dışında olmak üzere toplamda 24 kursiyer iş gücü piyasasına kazandırılmıştır.

3.9 INDIVIDUAL ACTION PLAN (IAP) PROCESS

Individual action plans prepared by İŞKUR are a program that aims to increase the employment of young people between the ages of 15-29. These plans include various trainings, counseling services and guidance to enable young people to participate more effectively in the labor market. Individual Action plans are designed in accordance with each individual's skills, educational background and career goals. In this way, solutions are tailored to the needs of young people. Young people have access to various job opportunities through İŞKUR. The chance of direct contact with employers increases and the job search process is accelerated. İŞKUR counselors guide young people in the process of finding a job, providing support on resume preparation, interview techniques and job search methods. Youth participation in employment supports economic growth at both individual and societal levels and contributes to lower unemployment rates.

Thus, individual action plans help young people to improve their skills, acquire professional knowledge and adapt to the labor market more easily.

In this process carried out by Trabzon İŞKUR Provincial Directorate, the individual action plans of 54 of the trainees who were entitled to receive certificates were prepared and aimed to be employed. In this process, the trainees participated in activities such as job club, CV preparation, interview techniques and were involved in job search processes. The Individual Action Plan process, which consisted of 4 versions in total, started in March and was completed in September. During this period, a total of 24 trainees were brought into the labor market, 20 trainees in the IAP process and 4 trainees outside the IAP process.





3.10 RADYO PROGRAMLARI

Proje sürecinde toplamda 4 kez TRT Trabzon Radyosu'na konuk olduk.

5.10.2023 tarihinde yapılan programda Proje Koordinatör Asistanı Gökçenur Ulu tarafından proje sürecinde yürütülecek faaliyetler, verilecek eğitimler ve proje hakkında bilgiler verildi, ayrıca kursiyer adaylarının projeye başvurulabilmeleri için son başvuru tarihi de paylaşarak 15-29 yaş aralığındaki gençler için duyuru yapılmış oldu.

5.02.2024 tarihinde yapılan programda Eğitim ve İş Arama Koordinatörü Ceren Aydın tarafından bir yandan eğitim sürecinin nasıl ilerlediğinden bahsedilirken bir yandan da eğitim süreci sonrasında yapılacak olan sertifikasyon ve Bireysel Eylem Planı süreçlerine yer verildi.

17.03.2024 tarihinde yapılan programa Proje Koordinatör Asistanı Gökçenur Ulu, Eğitim ve İş Arama Koordinatörü Ceren Aydın ve kursiyerlerden Feyza Kuk, İleyda Akdeniz, Melike Ünver katıldı. Programın birinci bölümünde proje koordinatör asistanı Gökçenur Ulu ve eğitim ve iş arama koordinatörü Ceren Aydın proje süreci ve gerçekleşen faaliyetler hakkında bilgiler verirken; ikinci bölümde ise eğitimlerini başarıyla tamamlayan ve sertifika alan kursiyerlerden Melike Ünver, İleyda Akdeniz ve Feyza Kuk da projenin kendilerine sağladığı katkıların yanı sıra proje hakkındaki duygu ve düşüncelerini ifade ettiler.

02.08.2024 tarihinde yapılan Genç Yaşam programa kursiyerlerden Fıratcan Çanakçı ve Ümmihan Alemdar katıldı. Kursiyerler programda proje sürecindeki faaliyetlerden bahsederken bunun yanı sıra projenin kendilerine sağladığı katkılardan ve aldıkları eğitimlerin gelecekteki planlarına olan etkilerinden bahsettiler.

3.10 RADIO PROGRAM

During the project process, we were guests of TRT Trabzon Radio 4 times in total.

In the program held on **5.10.2023**, Project Coordinator Assistant Gökçenur Ulu gave information about the activities to be carried out during the project process, the trainings to be given and the project, and also shared the deadline for trainee candidates to apply for the project and made an announcement for young people between the ages of 15-29.

In the program held on **5.02.2024**, Ceren Aydın, Training and Job Search Coordinator, talked about how the training process progressed, while the certification and Individual Action Plan processes to be carried out after the training process were included.

The program held on **17.03.2024** was attended by Project Coordinator Assistant Gökçenur Ulu, Training and Job Search Coordinator Ceren Aydın and trainees Feyza Kuk, İleyda Akdeniz, Melike Ünver. In the first part of the program, Assistant Project Coordinator Gökçenur Ulu and Training and Job Search Coordinator Ceren Aydın gave information about the project process and the activities carried out, while in the second part, Melike Ünver, İleyda Akdeniz and Feyza Kuk, who successfully completed their training and received certificates, expressed their feelings and thoughts about the project as well as the contributions of the project.

On **02.08.2024**, Fıratcan Çanakçı and Ümmihan Alemdar participated in the Young Life program. While the trainees talked about the activities during the project process in the program, they also talked about the contributions of the project to them and the effects of the trainings they received on their future plans.

4

SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRMELER /RESULTS AND EVALUATIONS

4.1 PROJE SONUÇLARI

- 1) Proje kapsamında en az %50'si kadın olmak üzere, 60 kişi ile başlayan eğitim süreci 40 kadın 17 erkek olmak üzere toplamda 57 kursiyer ile tamamlanmış; bu süreçte kursiyerler pazara erişim alanında mesleki, genel ve sosyal beceri eğitimleri almıştır.
- 2) Eğitimleri tamamlayan 57 kursiyerin tamamı KTÜ onaylı sertifikalarını almıştır.
- 3) Şu ana kadar ilgili sektörlerdeki şirketler sertifikalı kursiyerlerin %42'sini (24 kişi) istihdam etmiştir. Eğitim sürecinde ayrıca istihdam edilen bir kursiyer ile toplamda 25 kişi istihdam edilmiştir.
- 4) Sertifika almaya hak kazanan kursiyerler için İŞKUR İl Müdürlüğü ile işbirliği içinde Bireysel Eylem Planları hazırlanmıştır.
- 5) "İhracatta Sorunsuz İletişim ve Yenilikçi Yaklaşımlar", "İhracatta Sorunların Çözümüne Yönelik Farkındalık Yaratma" ve "İnsana Yakışır İşler ve Yönetim Alanında Başarı Hikayeleri" konulu 3 adet seminer düzenlenmiştir.
- 6) Uluslararası pazara erişim alanında nitelikli işgücüne kolayca ulaşabildikleri için TTB üyelerinin memnuniyet düzeyi %84,67 olarak ölçülmüştür.
- 7) Genel uluslararası ticaret, teknik İngilizce, kirleticiler, GDO, hijyen, etiketleme, organik üretim, paketleme kuralları, pazarlama standartları, pazarlama araştırması, genel beceri, özgüven ve motivasyon konularında toplamda 1608 saat eğitim verilmiştir.

4.2 BAŞARI DEĞERLENDİRMESİ

4.2.1 Projenin Başarısı

Proje kapsamında, en az %50 si kadınlardan oluşan NEET'lere mesleki, genel ve sosyal beceri eğitimleri verilmiştir. Eğitimlerin sonucunda katılımcıların %95'i başarıyla sertifika almış, ve istihdam oranı %44 (25 kişi) olarak gerçekleşmiştir. Proje, katılımcıların iş gücüne katılımını artırarak hedeflerine büyük ölçüde ulaşmıştır. Ayrıca, TTB üyelerinin %84,67'si projenin etkinliği ve sunulan hizmetlerden memnun olduklarını belirtmişlerdir.

4.2.2 Eğitim Başarısı

1608 Saat Eğitim: Proje kapsamında, 15-29 yaş aralığında ne eğitimde ne istihdamda olan kursiyerlere 1608 saat süren mesleki, genel ve sosyal beceri eğitimleri verilmiştir. Bu eğitimler, kursiyerlerin iş hayatında ve sosyal yaşamda ihtiyaç duyacakları çeşitli becerileri kazanmalarını sağlamıştır. Eğitimlerin içeriği, Genel Uluslararası Ticaret, Teknik İngilizce, GDO, Hijyen, Etiketleme, Organik Üretim ve benzeri önemli konuları kapsamıştır.

Başarı Oranları: 60 kursiyer ile başlanan eğitim süreci 57 kursiyer ile tamamlanmış ve eğitimi tamamlayan tüm kursiyerler (57 kişi) Karadeniz Teknik Üniversitesi (KTÜ) onaylı sertifikalarını almaya hak kazanmıştır. Bu başarı, kursiyerlerin eğitim sürecinde gösterdiği yüksek performansın bir göstergesidir.

4.2.3 İstihdam Oranları:

İstihdam: Proje sonunda, eğitimlerini tamamlayıp sertifika alan kursiyerlerin %42'si (24 kişi) istihdam edilmiştir. Eğitim süreci içerisinde istihdam edilen 1 kursiyer ile birlikte toplamda 25 kişi (%44) istihdamda kazandırılmıştır. Bu sonuç, verilen eğitimlerin ve sağlanan rehberlik hizmetlerinin etkinliğini ve iş gücü piyasasında karşılık bulduğunu göstermektedir.

4.2.4 Sertifikasyon:

KTÜ Onaylı Sertifikalar: Eğitim programını başarıyla tamamlayan kursiyerlerin tamamı KTÜ onaylı sertifikalarını almıştır. Bu sertifikalar, katılımcıların iş gücü piyasasında tanınırlığını ve iş bulma süreçlerindeki şanslarını artırmıştır. Sertifikasyon, katılımcıların aldıkları eğitimin resmi olarak tanındığını ve yetkinliklerinin belgelendiğini göstermektedir.

4.1 PROJECT RESULTS

- 1) Within the scope of the project, the training process that started with 60 people, at least 50% of whom were women, was completed with a total of 57 trainees, 40 women and 17 men; in this process, trainees received vocational, general and social skills training in the field of market access.
- 2) All 57 trainees who completed the trainings received their KTU-approved certificates.
- 3) So far, companies in the relevant sectors have employed 42% of the certified trainees (24 people). A total of 25 people were employed with one trainee who was also employed during the training process.
- 4) Individual Action Plans were prepared in cooperation with the Provincial Directorate of İŞKUR for the trainees who were entitled to receive certificates.
- 5) Three seminars on "Seamless Communication and Innovative Approaches in Export", "Creating Awareness for Solving Problems in Export" and "Decent Work and Success Stories in Management" were organized.
- 6) In the area of access to international markets, the satisfaction level of TMA members was measured as 84.67%, as they can easily access qualified labor force.
- 7) A total of 1608 hours of training was provided on general international trade, technical English, pollutants, GMO, hygiene, labeling, organic production, packaging rules, marketing standards, marketing research, general skills, self-confidence and motivation.

4.2 SUCCESS EVALUATION

4.2.1 Project Success

The project provided vocational, general and soft skills trainings to NEETs, at least 50% of whom were women. At the end of the trainings, 95% of the participants were successfully certified and the employment rate was 44% (25 people). The project has largely achieved its objectives by increasing participants' participation in the labor force. In addition, 84.67% of TMA members stated that they were satisfied with the effectiveness of the project and the services provided.

4.2.2 Training Achievement

1608 Hours of Training: Within the scope of the project, 1608 hours of vocational, general and soft skills trainings were provided to trainees between the ages of 15-29 who were neither in education nor in employment. These trainings enabled the trainees to acquire various skills that they will need in business and social life. The content of the trainings covered important topics such as General International Trade, Technical English, GMO, Hygiene, Labeling, Organic Production, etc.

Success Rates: The training process, which started with 60 trainees, was completed with 57 trainees and all trainees (57 people) who completed the training were entitled to receive their certificates approved by Karadeniz Technical University (KTU). This success is an indication of the high performance of the trainees during the training process.

4.2.3 Employment Rates:

Employment: At the end of the project, 42% (24 people) of the trainees who completed their training and received certificates were employed. Together with 1 trainee who was employed during the training process, a total of 25 people (44%) were employed. This result shows the effectiveness of the trainings and guidance services provided and their response in the labor market.

4.2.4 Certification:

KTU Approved Certificates: All trainees who successfully completed the training program received KTU approved certificates. These certificates increased the participants' recognition in the labor market and their chances of finding a job. The certification shows that the training received by the participants is officially recognized and their competencies are documented.

4.3 KURSIYER GÖRÜŞLERİ

Neet ler Pazara Erişiyor Projesi' nin bir parçası olmaktan mutluluk duyuyorum. Proje süresi boyunca çeşitli konularda eğitimler aldık. Bu eğitimler yalnızca bilgi sahibi olmak değil aynı zamanda bir dönüşümün de başlangıcı oldu.

Melike ÜNVER

Proje süresi boyunca dolu dolu vakit geçirdim çok fazla yeni şeyler öğrendim. Biz gençler için çok güzel bir fırsattı.

İleyda AKDENİZ

Eğitimler, teknik geziler, seminerlerle birlikte değerli bilgiler öğrendim. İlerde bana iş imkânı sağlayacak faydalı bilgiler öğrendim. Proje süresi boyunca öğrendim bilgilerin bana iş imkânı sağlayacağını düşünüyorum.

Batuhan BOZ

4 aylık süreçte çok keyif aldım. Bir diğer yandan tüm eğitmenlerimizle birlikte çok keyifli bir süreç geçirdik ve bana birçok artısı oldu. Gerek gıdalla alakalı gerekse ticaretle alakalı çok fazla şey öğrendik. Kendi adıma çok mutluyum.

Feyza KUK

Bu projenin bana çok büyük katkıları olduğunu düşünüyorum. Bu projede birçok seminere katıldık ve böylelikle çok farklı insanlar tanıdık. Hocalarımız da çok iyidi. GDO hakkında ve Organik Tarım hakkında bilmediğim birçok şeyi öğrendim. Aslında bilmediğimiz çok şey varmış. En önemlisi markete gittiğimizde ne alıyormuşuz o etiketlerde neler yazıyormuş bunları gerçekten bilmiyormuşuz.

Sena YILMAZ

Burada aldığımız eğitimler bizde kalıcı bir etki bıraktı. Kişisel gelişimime katkı sağladı. Gıdalla alakalı bir şey bilmiyordum ancak buraya gelerek bu konuda bilgi sahibi oldum. Dış Ticaret mezunuyum ve dış ticaret üzerine de eğitimleri projede alarak kendimi geliştirdim.

İrem KUMAŞ

Ticaretle ilgili, gıdalla ilgili burada çok güzel şeyler öğrendim. Çok samimi bir ortamımız vardı. Hocalarımız bizlere çok kaliteli eğitimler verdiler.

Ümmihan ALEMDAR

Bu projeye katılmak bana çok fazla şey kazandırdı. 3 ay önceki Kübra ile şimdiki Kübra arasında belirgin bir fark var. İhracat üzerine birbirinden farklı şeyler öğrendim. Alanında yetkin eğitmenlerden 13 farklı alanda çok güzel eğitimler aldık ve bu bizi farklı yerlere getirdi. Emeği geçen herkese çok teşekkür ediyorum.

Kübra AYDIN

Proje bana çok fazla katkı sağladı. Ticaret alanında, gıda konusunda, hijyen konusunda, özgüven konusunda gelişme gösterdik. Eğitimler çok yeterliydi ve hocalarımız her zaman yardımcı oldular ilgili derslerde katkılar sağladılar.

Abdullah ATASOY

Eğitime başlamadan önce eğitimlerin daha çok ticaret odaklı olacağını düşünüyordum ancak eğitim süreci başlayınca çok daha geniş kapsamlı olduğunu fark ettim ve çok faydasını gördüm. Gerek ticaret alanı, gerek gıda, etiketleme ve paketleme gibi konuları içermesiyle içeriği çok zengin bir süreçti. Proje süresince hocalarımız her zaman bize çok yardımcı oldular. Çok fazla etkinliğe katıldık ve güzel bir süreçti çok faydasını gördüm.

Fatma BALTACI

Ders içeriklerinin kapsamlı oluşu ve eğitmenlerin tamamen biz kursiyerlere yönelik ders anlatımıyla gelişme gösterdiğimizi düşünüyorum. Dış Ticaret hakkında bilmediğim şeyleri burada öğrendim ve dış ticarete yönelmeyi düşünüyorum. Proje süresi boyunca sosyal açıdan da geliştiğimi düşünüyorum.

Aleyna YILDIRIM

Bu projenin bana kattıkları için teşekkür ediyorum. Eğitim süreci boyunca gördüğümüz tüm dersler bana ayrı ayrı bilgiler kattı. Alacağım sertifika için de mutluyum. 4 aylık süreç boyunca gerek bilgi açısından gerek sosyal açıdan çok güzel değişimlerim oldu.

Ömer Faruk TOSUN

Eğitime katılmadan önce bu kadar verimli ve dolu dolu geçeceğini düşünmüyordum. Katıldığımız seminerler, eğitimler, eğitmenlerimiz ve sosyal ortam ayrı ayrı bizi donanımlı hale getirdi.

Zeynep SAYGIN

Gıda üzerine aldığımız eğitimler kişisel gündelik hayatımda tecrübeli ve bilgi sahibi olmamızı sağladı. Sosyal beceri, özgüven motivasyon gibi eğitimler ise kişisel gelişimimiz konusunda bizlere yardımcı oldu.

Ali BÜLBÜL

Projeye katılmak benim için çok faydalı oldu. Özellikle Uluslararası ticaret dersi bana çok katkı sağladı.

Erdem Erol ÖZKAN

4.3 TRAINEE VIEWS

I am happy to be a part of the Neets Reach the Market Project. During the project period, we received trainings on various topics. These trainings were not only about gaining knowledge but also the beginning of a transformation.

Melike ÜNVER

I spent a lot of time during the project and learned a lot of new things. It was a very good opportunity for us young people.

İleyda AKDENİZ

I learned valuable information through trainings, technical trips and seminars. I learned useful information that will provide me with job opportunities in the future. I think that the information I learned during the project will provide me with job opportunities.

Batuhan BOZ

During the 4-month period, I enjoyed it very much. On the other hand, we had a very enjoyable process with all our trainers and it gave me many advantages. We learned a lot about both food and trade. I am very happy for myself.

Feyza KUK

I think this project has contributed a lot to me. We attended many seminars in this project and we got to know many different people. Our professors were also very good. I learned a lot of things I didn't know about GMOs and Organic Agriculture. In fact, there were many things we didn't know. Most importantly, we didn't really know what we were buying when we went to the market and what was written on the labels.

Sena YILMAZ

The trainings we received here left a lasting impression on us. It contributed to my personal development. I didn't know anything about food, but I came here and gained knowledge on this subject. I am a graduate of Foreign Trade and I improved myself by taking the trainings on foreign trade in the project.

İrem KUMAŞ

I learned many good things about trade and food here. We had a very friendly environment. Our professors gave us very high quality trainings.

Ümmihan ALEMDAR

Participating in this project has given me so much. There is a significant difference between Kübra 3 months ago and Kübra now. I learned different things about exports. We received very good trainings in 13 different fields from competent trainers and this brought us to different places. I would like to thank everyone who contributed.

Kübra AYDIN

The project contributed a lot to me. We have improved in the field of trade, food, hygiene, self-confidence. The trainings were very adequate and our teachers were always helpful and contributed to the relevant lessons.

Abdullah ATASOY

Before starting the training, I thought that the trainings would be more trade-oriented, but when the training process started, I realized that it was much more comprehensive and I benefited a lot. It was a very rich process with its content including both trade area and food, labeling and packaging. During the project, our lecturers were always very helpful. We participated in many activities and it was a nice process and I benefited a lot.

Fatma BALTACI

I think that we have improved with the comprehensiveness of the course contents and the instructors' lectures completely for us trainees. I learned things I did not know about Foreign Trade here and I think I will turn to foreign trade. I think I have also developed socially during the project period.

Aleyna YILDIRIM

I would like to thank this project for what it has contributed to me. All the lessons we have taken during the training process have added knowledge to me individually. I am also happy for the certificate I will receive. During the 4-month period, I had very good changes both in terms of knowledge and social aspects.

Ömer Faruk TOSUN

Before attending the training, I did not think that it would be so productive and full. The seminars, trainings, trainers and social environment we attended equipped us individually.

Zeynep SAYGIN

The trainings we received on food helped us to become more experienced and knowledgeable in personal daily life. Trainings on social skills, self-confidence and motivation helped us in our personal development.

Ali BÜLBÜL

Participating in the project was very useful for me. Especially the International Trade course contributed a lot to me.

Erdem Erol ÖZKAN

KAYNAKÇA / SOURCE

- Anadolu.edu.tr
- ankara.edu.tr
- Brieger, N., & Pohl, A., (2002). Technical English: Vocabulary and Grammar. Summertown Publishing. https://books.google.com.tr/books/about/Technical_English.html?id=U1otMwAACAAJ&redir_esc=y
- https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/127480/mod_resource/content/0/GDM403%20Personel%20hijyeni.pdf
- https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/127480/mod_resource/content/0/GDM403%20Personel%20hijyeni.pdf
- <https://akademi.ticaret.gov.tr/>
- <https://akademi.ticaret.gov.tr/cms/Index/?ReturnUrl=%2f%3fAspxAutoDetectCookieSupport%3d1&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- <https://bayprotokol.com/>
- <https://ci.turkpatent.gov.tr/>
- <https://education.nationalgeographic.org/resource/genetically-modified-organisms/>
- <https://eorganiceu.com/>
- <https://eping.wto.org/>
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A32011R1169>
- <https://europass.europa.eu/tr>
- <https://gumrukrehberi.gov.tr/>
- <https://kms.kaysis.gov.tr/Home/Goster/160822>
- <https://kutuphane.tarimorman.gov.tr/vufind/Record/1172867>
- <https://kutuphane.tarimorman.gov.tr/vufind/Record/1172867>
- <https://megep.meb.gov.tr/?page=moduller>
- <https://megep.meb.gov.tr/?page=moduller>
- <https://musaviredanisin.ticaret.gov.tr/>
- <https://ntmsurvey.intracen.org/support-materials/search-ntm-codes/>
- <https://teknikengel.gov.tr/>
- <https://ticaret.gov.tr/destekler/e-ihracat-destekleri/e-ihracat-destekleri-sunumlari-ve-egitim-videolari>
- <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/eu-market-0>
- <https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/3913/xfiles/gdo-son.pdf>
- https://www.ankaratb.org.tr/lib_upload/72_GDO%20nedir_09_11_2009.pdf
- <https://www.britannica.com/science/genetically-modified-organism>
- <https://www.ecocert.com/tr-TR/uzmanl%C4%B1k/organik-tar%C4%B1m>
- <https://www.eticaret.gov.tr/>
- <https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/>
- <https://www.fda.gov/food/agricultural-biotechnology/gmo-crops-animal-food-and-beyond>
- <https://www.isoakademi.com/>
- <https://www.kolayihracat.gov.tr/>
- <https://www.kolayihracat.gov.tr/air/almanya/080221>
- <https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=276&partner=792&product=080221&level=6#jump-to-custom-duties-content>
- <https://www.mevzuat.gov.tr/File/GeneratePdf?mevzuatNo=34066&mevzuatTur=Tebliğ&mevzuatTertip=5>
- <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=14203&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
- <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=15690&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
- <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=24499&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
- <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=40365&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
- <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/15.5262-20100311.pdf>
- <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/01/20170126M1-6.htm>
- <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/10/20191003-1.htm>
- <https://www.tarimorman.gov.tr/GKGM/Sayfalar/Detay.aspx?Sayfald=37>
- <https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Organik-Tarim>
- <https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Gida-Ve-Yem-Hizmetleri/Gida-Hizmetleri/Kodeks>
- <https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Gida-Ve-Yem-Hizmetleri/Ithalat-Ihracat/Bitkisel-Kokenli-Gida-Ve-Yemlerin-Ihracati>
- <https://www.teknikengel.gov.tr/>
- <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/turkey-market-challenges>
- https://www.ttb.org.tr/kollar/COVID19/haber_goster.php?Guid=e952f63c-8ef7-11ea-9b7d-6d38d16eb233
- https://www.ttb.org.tr/kollar/COVID19/haber_goster.php?Guid=e952f63c-8ef7-11ea-9b7d-6d38d16eb233
- <https://www.tuik.gov.tr/>
- iskur.gov.tr
- Obad, L., (2009). English in Food Technology I. Josip Juraj Strossmayer University Faculty of Food Technology.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Türkiye Gıda Sanayi Meclisi, (2023). Türkiye Gıda Sektör Derleme Raporu. TOBB Yayın No: 2024/3 ISBN: 978-625-390-002-1. Gökçe Ofset, Ankara.
- uygulama.gtb.gov.tr/Tara
- www.kolaydestek.gov.tr
- www.kosgeb.gov.tr
- www.trademap.org