



• SAYI: 33 • OCAK-ŞUBAT-MART 2025



SEİS aktüel

Türkiye Sağlık Endüstrisi İşverenleri Sendikası'nın ücretsiz sektörel yayınıdır.

ZOR BİR YOL
GÜÇLÜ BİR SANA ÇIKAR!
PARADİGMA

ÜZÜMCÜ A.Ş.
TURQUALITY
PROGRAMINDA
FARK YARATANLAR

BAŞARISIZLIKTAN
GÜÇ ALMAK!
MARKA & PAZARLAMA

YAPAY ZEKÂ DÜNYASINDA
DEEPSEEK İLE HIZLANAN REKABET:
GELECEĞİ ŞEKİLLENDİREN YARIŞ
BİR KONU BİR KONUK

PERFORMANS
YÖNETİMİNDE
OKR ÇAĞI!
İK YÖNETİMİ

FRANSIZ AYDINLARI
ARASINDA BİR SERSERİ:
ARTHUR CRAVAN
KÜLTÜR & SANAT & EDEBİYAT



sismedikal

"IVF sektöründe lider çözüm ortağınız"

EMBRYO GÖRÜNTÜLEME SİSTEMİ
(EMBRYOSCOPE)



VİTRİFİKASYON SİSTEMLERİ



TÜP BEBEK MEDYUM VE SARFLARI



LAZER SİSTEMİ



YUMURTA TOPLAMA İĞNESİ



CİNAH CADDESİ GELİBOLU SOKAK NO:3/7
KAVAKLIDERE - ANKARA / TÜRKİYE
TEL: 0 (312) 426 06 63-64

CUMHURİYET CADDESİ NO:131/2
BAĞLARBAŞI - İSTANBUL / TÜRKİYE
TEL: 0 (216) 492 46 20-21

www.sismed.com

Vitrolife 

Değerli Meslektaşlarım,

Yeni yılın ilk aylarında tüm ticari işletmeler her zaman olduğu gibi satış hedeflerine, nakit akış yönetimine, pazarlama ve iş geliştirme stratejilerine, ve elbette yeni ürün ile pazar arayışlarına odaklandı.

Tıbbi cihaz sektörü de buna paralel olarak sağlık alanında açıklanan kısıtlı bütçe ve regülatif zorluklara rağmen ülke ekonomisine katkı sağlamak için her zaman olduğu gibi elinden gelenin en iyisini yapmaya kararlı. Tabiri yerindeyse, bu yıl suyun altında nefesimizi daha uzun süre tutmamız gerekiyor. Ancak her ne kadar 2025 yılının geçtiğimiz yıllara kıyasla daha zorlu geçeceği düşünülse de cari açığın azaltılması için daha çok üretmeye, daha çok pazara erişmeye mecburuz.

Bence bu mecburiyetimizi yerine getirmek adına meslektaşlarımız elinden gelenin en iyisini yapmaya başladı bile. Zira geçtiğimiz aylarda Almanya'nın Düsseldorf şehrinde düzenlenen **MEDICA fuarına 224 üretici firmayla milli katılım** sağlayarak ülkemiz ve endüstrimiz adına önemli bir rekora imza atan Tıbbi Cihaz Sektörümüz geçen haftalarda Birleşik Arap Emirlikleri'nin gözde şehri Dubai'de düzenlenen **Arab Health ve MedLab fuarlarına da toplam 196 firma ile katılarak** ülkemize büyük bir gurur yaşattı. Dubai Başkonsolosumuz Sn.

Onur Saylan, Ticaret Ataşelerimiz Sn. Ersoy Erbay, Sn. Hacı Hasan Kaygısız ve Sn. Muhammed Emin Erkal ile ilaç ve tıbbi cihaz sektör temsilcilerimizle firmalarımızı İKMİB heyetimizle birlikte ziyaret ederek büyük bir destek ve motivasyon sağladılar.

Bu önemli global hamleleri hem yeni pazarlara erişim hem de ihracatımızın artırılması için çok değerli görüyorum. Öyle ki, 2024 yılı itibariyle 1,4 Milyar USD ihracatla önemli bir ivme kazanan sektörümüz başarıdan başarıya koşuyor. Tıbbi cihaz, biyoteknoloji, kimya, laboratuvar ve medikal sektörlerimizin ihracat potansiyelini güçlendirmek ve uluslararası pazardaki yerimizi daha da ileriye taşımak için çalışmalarımıza aralıksız devam ediyoruz.

Sektörlerimizin büyümesine yönelik olarak hem iç pazar hem de dış pazarlara erişim için önemli fuar organizasyonu olan Expomed Eurasia etkinliğinin de sektörümüz için çok önemli stratejik değeri var. Avrasya'nın en büyük sağlık ve medikal fuarı olan **Expomed Eurasia geçtiğimiz yıl 122 ülkeden 6.000 uluslararası ziyaretçiyi ağırlayarak yabancı katılımı %25'lik rekor bir artış yakaladı**. Toplamda 26.000'den fazla ziyaretçiyle 31'inci kez düzenlenen Expomed Eurasia, medikal endüstrinin en önemli ticaret etkinliği olduğunu bir kez daha kanıtladı. Bu anlamda, her geçen yıl büyüyen ve gelişen bu alandaki yegâne fuarımıza sahip çıkmak, daha çok ziyaretçi ve katılımcıyı teşvik etmek ülke ekonomimiz ve endüstrimiz adına boynumuzun borcudur. Sadece yukarıda özetlemeye çalıştığım istatistik verilerle dahi sektörümüzün ne kadar önemli mesafeler katettiği ne denli önemli bir başarı trendi yakaladığı açıkça görülmektedir.

Sayın Bakanımız Prof. Dr. Kemal Memişoğlu'nun ortaya koyduğu **"Üreten Sağlık"** vizyonu ve medikal camiamızın içselleştirdiği **"Birlikte Mümkün"** misyonuyla kollektif bir akılla çalışıp ülkemizin büyümesi, gelişmesi ve cari açığın azaltılmasına katkı sağlamaya devam edeceğiz.

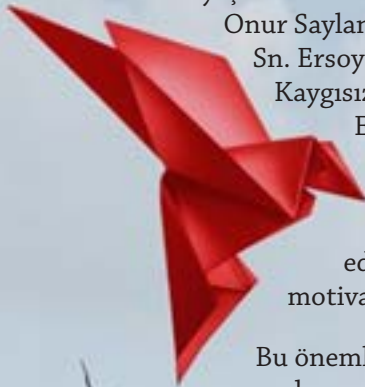
Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu, kurulduğu günden itibaren hem yerel mevzuatın geliştirilmesi hem de AB regülasyonlarının uyumlaştırılması, uluslararası akreditasyon gibi birçok önemli görevi layıkıyla yerine getirerek ihracatımızın artırılmasında önemli rol oynamıştır. Kurumun bürokratik deneyimi başta olmak üzere, gerek yetişmiş insan kaynağına gerekse sektörümüzün bugüne kadar olan kazanımlarına sahip çıkmaya devam etmesi en büyük temennimizdir. Bu vesileyle, geçtiğimiz Aralık ayında Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu Başkanlığına atanan Prof. Dr. Ahmet Ayar'ı tebrik ediyor, başarılar diliyorum.

On bir ayın sultanı olarak eda ettiğimiz Ramazan-ı Şerifin tüm İslam alemine sağlık, huzur ve bereket getirmesini temenni ediyorum.

Kalın sağlıcakla,



METİN DEMİR / YÖNETİM KURULU BAŞKANI



YAYIN SAHİBİ

**Türkiye Sağlık Endüstrisi İşverenleri Sendikası
İktisadi İşletmesi**

İMTİYAZ SAHİBİ

METİN DEMİR

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

İLKE EREN KARACA

REKLAM VE TANITIM

YÖNETMENİ

MUSTAFA ŞEN

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

MURAT SELÇUK

GENEL KOORDİNATÖR

UĞUR MUMAY

EDİTORYAL YÖNETMEN

ÖZNUR SELÇUK

GÖRSEL SANAT YÖNETMENİ

MUSTAFA ÖZEN

DANIŞMA KURULU

PROF. DR. JÜLİDE YILDIRIM ÖCAL

DR. SEYFULLAH DAĞISTANLI

DR. EROL ÖZENSOY

ONUR ÖZCAN

LEVENT METE ÖZGÜRBÜZ

FİKRET KÜÇÜKDEVECİ

İ. CEM TÜRKER

FİKRET AYDIN

HAMİ TÜRKELİ

BÜLENT MUTLU

AV. MURAT ÖZDEMİR

YAYIN DANIŞMANI

FORTİKS

www.fortiks.com

iletisim@fortiks.com

DEĞİRMENYOLU CADDESİ KUMRU SOKAK

NO:10/13 KÜÇÜKYALI/İSTANBUL

(216) 606 20 56

Seis Aktüel Dergisi, Türkiye Sağlık Endüstrisi İşverenleri Sendikası İktisadi İşletmesi için Fortiks Eğitim Danışmanlık ve Proje Yönetimi tarafından hazırlanmaktadır. Yerel ve süreli olarak üç ayda bir yayınlanır. Yayınlanan yazı, haber ve fotoğrafları tamamen veya kısmen dahi olsa izinsiz kullanılamaz, çoğaltılamaz. Yayınlanan köşe yazılarındaki fikir ve görüşler, röportajlar ve ilanların sorumluluğu hukuken sahiplerine ait olup Seis Aktüel'e hiçbir hukuki, cezai ya da idari sorumluluk ilave edilemez. İşbu Dergide yayımlanan reklam ve tanıtım metinleri, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği hükümlerine uygun bir biçimde belirlenmiş olup, söz konusu reklam ve tanıtımların içeriğinden dolayı da Seis Aktüel'e hiçbir hukuki, cezai ya da idari sorumluluk ilave edilemez. Seis Aktüel dergisi basın ve meslek ilkelerine uymayı kabul ve taahhüt eder.

04

ZOR BİR YOL, GÜÇLÜ BİR SANA ÇIKAR!

► Eserlerinin temel konusu ilahi aşk vasıtasıyla insan hayatını anlamlandırmak olan ve mutasavvıf bir şair olarak ünlenen büyük İslam alimi Mevlânâ Celâleddin-i Rumi'nin "Her şey üzerine gelip, seni dayanamayacağı bir noktaya getirdiğinde, sakın vazgeçme; çünkü orası gidişatın, kaderinin değişeceği yerdir." sözü hem insanlığa önemli ipuçları veriyor hem gelecek nesiller için değerli bir öğretici niteliği taşıyor.

08

ÜZÜMCÜ A.Ş. TURQUALITY PROGRAMINDA!

► Dünyanın ilk ve tek devlet destekli markalaşma programı olan Turquality'ye, mal ihracatı kategorisinde katılmaya hak kazanan 222 firmadan biri olmanın haklı gururunu yaşayan bir firmamıza çevirdik bu kez objektifimizi...

10

SEKTÖRDEN HABERLER

- 7. SAĞLIK EKONOMİSİ KONGRESİ GERÇEKLEŞTİ
- SAĞLIK SEKTÖRÜNDE GELİŞİM VE İNOVASYONUN GÖSTERGESİ: ARABHEALTH FUARI
- TIBBİ CİHAZ SEKTÖR TOPLANTISI ATO EV SAHİPLİĞİNDE YAPILDI
- PROF. DR. BANU ONARAL: BİLİME, İŞ BİRLİĞİNE, GENÇLERE VE TÜRKİYE'YE ADANMIŞ BİR HAYAT
- İKMİB TIBBİ CİHAZ SEKTÖR TOPLANTISI ÇEVİRİMCİ OLARAK GERÇEKLEŞTİ
- TİTCK BAŞKANI PROF. DR. AHMET AYARI MAKAMINDA ZİYARET ETTİK
- İLAÇ VE TIBBİ CİHAZ FATERALARININ UYGULANMASI HAKKINDA BİLGİLENDİRME WEBİNARI GERÇEKLEŞTİ
- ORTA DOĞUNUN EN ÖNEMLİ FUARLARINDAN BİRİ: MEDLAB MIDDLE EAST
- AVRUPA BİRLİĞİ - TÜRKİYE KARMA İSTİŞARE KOMİTESİ ÜYELERİ SEKTÖR STK'ları VE PAYDAŞLARINI BİR ARAYA GETİRDİ
- TUSAP 40. VİZYON TOPLANTISINDA ÖNEMLİ MESAJLAR VERİLDİ
- ÜRETEK SAĞLIK TANITIM PROGRAMI GERÇEKLEŞTİ
- TÜRKİYE'NİN İLK "KİMYA TEKNOLOJİ MERKEZİ" BİLİŞİM VADİSİNDE AÇILDI!
- SGK 7. OLAĞANI GENEL KURULU GERÇEKLEŞTİ
- TOBB TÜRKİYE MEDİKAL MECLİSİ TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ
- MEDİKAL MECLİSİ, TİTCK BAŞKANI AHMET AYAR İLE BİR ARAYA GELDİ

18

SEİS HABERLER

- KARDİNERO FİRMASINI ZİYARET ETTİK
- TİM MEDİKALI ZİYARET ETTİK
- DEMERSAN FİRMASINI ZİYARET ETTİK
- SAĞLIK SEKTÖRÜ VE ÜRÜNLERİ AÇISINDAN VARİS ÖNCESİ GÜMRÜK İŞLEMLERİ İLE GÜMRÜK İŞLEMLERİNİN KOLAYLAŞTIRILMASI WEBİNARI GERÇEKLEŞTİRİLDİ
- BUSINESS EUROPE AVRUPA BİRLİĞİ PARLEMENTOSU EV SAHİPLİĞİNDE BULUŞMA
- İLO AVRUPA VE ORTA ASYA BÖLGESİ FORUMU; HÜKÜMET, İŞÇİ VE İŞVEREN TEMSİLCİLERİNİ BİR ARAYA GETİRDİ
- İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİNDE GÜNCEL GELİŞİMLER WEBİNARI GERÇEKLEŞTİ

24

YAPAY ZEKÂ DÜNYASINDA DEEPSEEK İLE HIZLANAN REKABET: GELECEĞİ ŞEKİLLENDİREN YARIŞ

► Bu sayımızda 10 bin saat üzeri eğitim tecrübesi, interaktif ve hikâyeleştirilmiş anlatım tarzıyla farkındalık yaratan bir eğitmenin kaleminden güncel ve fütüristik bir konuyu sizlerle buluşturuyoruz...

28

BAŞARISIZLIKTAN GÜÇ ALMAK!

► Ünlü İrlandalı yazar Samuel Beckett'in en sevdiğim sözüdür: "Yenildin mi? Olsun. Yine dene. Yine yenil. Daha iyi yenil." İnsanın hedeflerinden asla vazgeçmemesi gerektiğini, ona ulaşmak için tükenmek bilmeyen bir irade ile çalışmak zorunda olduğunu anlatır.

34

PERFORMANS YÖNETİMİNDE OKR ÇAĞI!

► Büyük değişimler artık kapımızda değil, pandemi ile birlikte çoktan içerideler! Performans yönetimi de bu değişimden nasibini aldı. Aslında performans ve hedef belirleme süreçleri bir süredir bir değişim süreci içindeydi de, son dönemde bu süreç iyice hızlandı diyebiliriz.

40

FRANSIZ AYDINLARI ARASINDA BİR SERSERİ: ARTHUR CRAVAN

► Geçtiğimiz yüzyılın başında sadece Fransa'nın değil tüm dünyanın en önemli yazarlarından Andre Gide, posta kutusuna gelen mektupları alıp çalışma odasına gittiğinde neyle karşılaşacağını henüz tam olarak bilmiyordu.



expomed
eurasia



Avrasya'nın
Lider Medikal
Fuari

24-26
Nisan
2025

Daha fazlası için
QR kodunu
tarayın!



www.expomedistanbul.com

[f](#) [X](#) [@](#) [in](#) [v](#) @expomedeurasia

RX | **TÜYAP**

TÜYAP FUAR VE
KONGRE MERKEZİ | BÜYÜKÇEKMECE
İSTANBUL

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

ZOR BİR YOL, GÜÇLÜ BİR SANA ÇIKAR!



Eserlerinin temel konusu ilahi aşk vasıtasıyla insan hayatını anlamlandırmak olan ve mutasavvıf bir şair olarak ünlünen büyük İslam alimi Mevlânâ Celâleddin-i Rumi'nin "Her şey üzerine gelip, seni dayanamayacağın bir noktaya getirdiğinde, sakın vazgeçme; çünkü orası gidişatın, kaderinin değişeceği yerdir." sözü hem insanlığa önemli ipuçları veriyor hem gelecek nesiller için değerli bir öğreti niteliği taşıyor.



UĞUR MUMAY / ugur.mumay@seis.org.tr

Doğa çoğu zaman bir filozof edası ile yaşama dair güzel öğretiler sunar insana. Bana birisi pes etmemenin, vazgeçmemenin ne demek olduğunu anlat deseydi, bunu tek bir hikâye ile anlatmakta zorluk çekebilirdim. Çünkü başarımın arkasındaki en temel ilke; sabır ve sürekli çalışmadır bence.

Bu vesileyle ben bu yazımda sizlere doğadan iki örnek vereceğim; öğretinin insan hayatındaki izdüşümüne gelince, eminim benim yazdıklarımın çok ötesi sizlerin tecrübelerinizde...

Bambu Ağacının Hikayesi

Çinli köylüler bambu tohumlarını toprağa ektikten sonra toprağı sulayıp gübrelerler. Bir yıl beklerler. Toprakta hiçbir hayat belirtisi yoktur. Toprağı temizleyip gübrelemeye devam ederler. İkinci yıl da geçer. Yine bir hayat belirtisi yoktur. Fakat vazgeçmezler. Üçüncü yıl, dördüncü yıl derken aradan beş yıl geçer. Çiftçiler sabırla ve azimle toprağı temizlemeye, sulamaya ve gübrelemeye devam ederler. Beşinci yılın sonunda mucizevi bir şey olmaya başlar. Onca emeğin sonunda toprakta görülmeye başlanan küçük bambu filizleri. Sanki o bambu filizleri onca zaman toprak altında kalmanın acısını çıkarırcasına hızla büyümeye başlarlar. 6 haftada tam 27 metre uzunluğa ulaşırlar. Şimdi size bir şey sormak istiyorum: Sizce bambular 27 metre uzunluğa 6 haftada mı ulaşmışlardır, yoksa beş yılda mı? Cevap elbette ki beş yıldır. Fakat burada hemen ikinci bir soru sorma ihtiyacı hissediyorum: Neden insanlar birileri bir şey başardığında o altı haftayı görür de beş yılı hesaba katmazlar? Sorunun cevabı basittir;

sabırsızlık. Şimdi gelelim ikinci hikâyeye...

Istakozların Yaşamından Öğreneceklerimiz

Istakozların büyüme hikayesini bilir misiniz? Dışındaki sert kabuğa rağmen etrafına hiç bir zararı olmayan ıstakozlar, aslında kendisini tehlikelerden koruyan o sert kabuğun içinde yaşayan son derece nazik ve narin canlılardır. Istakozların yumuşak olan vücudu kabuğun içerisinde büyümeye başladığında kabukları aynı oranda genişlemediği için dar gelmeye ve ıstakozu sıkırmaya başlar. Baskı altında kendini rahatsız hisseden ıstakoz avcı balıklardan korunmak için bir kaya dibine sığınarak orada kendi kabuğunu kırmak için inanılmaz bir mücadele verir. Uzun uğraşlar sonrası kabuğunu kırarak kendisine daha rahat yaşayacağı yeni bir kabuk inşa eder ve hayatta kaldığı her süre ve büyümeye devam ettiği her an, bu işlem kendini tekrarlar.

Istakozun büyümesini, yenilenmesini ve değişmesini sağlayan motivasyon onun baskı altında **“rahatsızlık hissiyatı”** duymasındır. Eğer ıstakoz bu durumdan rahatsızlık duymasa yaşadığı bu zorluğa göre hareket etmese değişim ve gelişim hiçbir zaman gerçekleşmeyecek ve kabuğundan çıkamayan ama ondan rahatsız olup çatlayarak ölen bir canlı olacaktır.

Tıpkı ıstakozlar gibi bizler de içsel olarak geliştığımız ancak dışımızdaki hayat şartlarının yani bizi çevreleyen kabuğumuzun dar geldiğini hissettiğimiz zamanlarda değişim ve gelişim için risk alarak o kabuğu kırmak isteriz.

Hepimiz o kabuğu kırarken yaşadığımız acıyı, karşılaştığımız riskleri ve bunun sonucunda oluşan stresi yaşamadık mı? Tehlikelerden korunmak için kimi zaman bir kenara çekilip kimi zaman sessizliğe bürünüp zırhımızı güçlendirdikten sonra hayata kaldığımız yerden devam etmedik mi?



Başarılı insanların hayat hikayelerini okuduğunuzda bir çok zorlukla mücadele edip çabalayarak başarmış olduklarına şahitlik edersiniz. Abraham Lincoln'ün seçim mağlubiyetlerinden Michael Jordan'ın lise takımı reddine, Walt Disney'in başarısızlıklarından The Beatles'ın ilk reddedilme anlarına kadar bir çok hikaye, başarıya giden yolun her zaman düz olmadığını anlatır bize. Eğer yaşadığımız bu olumsuz durumlarda vazgeçersek bunun adı; öğrenilmiş çaresizliktir.

Öğrenilmiş Çaresizlik mi Öğretilmiş Çaresizlik mi?

Öğrenilmiş çaresizlik kavramını hepimiz biliyoruz da peki ya öğretilmiş çaresizlik dersem size?

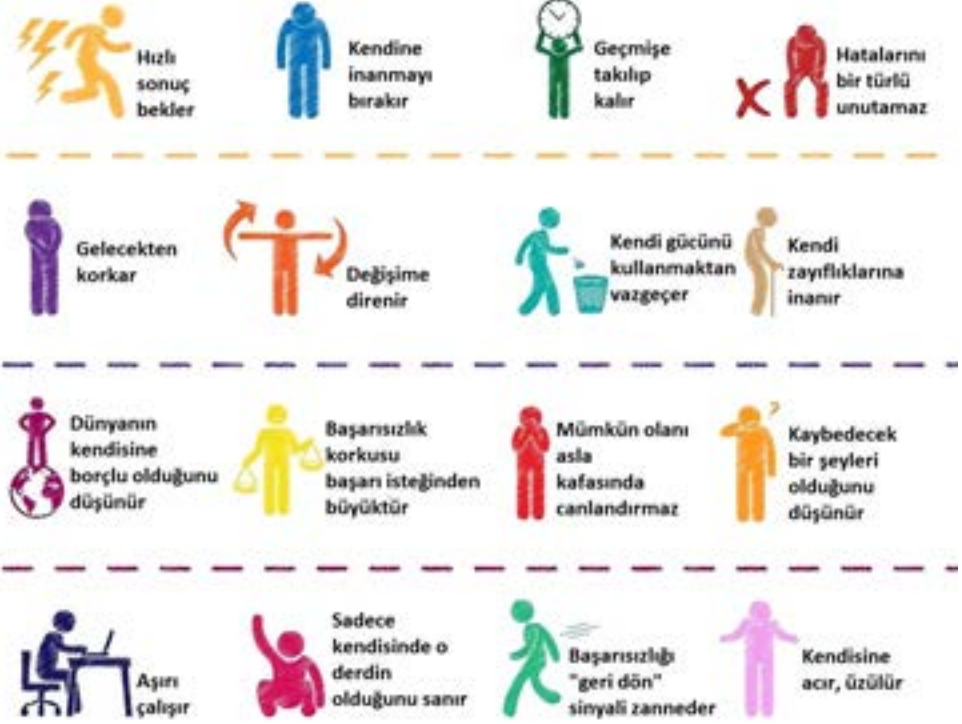
Hayatımıza şöyle bir dönüp baktığımızda, hepimiz mutlaka öğrenilmiş çaresizliği bir ya da birkaç kere deneyimlemiştir. Belki defalarca kırık not aldığımız bir derisi başaramayacağımız için çalışmaktan vazgeçtik. Ya da yeni bir yetenek kazanmak için bir kursa katıldık ama bir iki denemeden sonra yeteneksiz olduğumuza kanaat getirdik. Belki de yeni kurduğumuz bir işte yaşadığımız ilk başarısızlıkta pes ettik. Tebrikler; çaresizliği öğrendik. Nedir bu? Zamanla oluşan başarısızlıklar karşısında insanın bir şeyleri başarma isteğini yitirmesi.

Ama durum bundan biraz daha vahim. İnsanlar sadece kendi çaresizliklerini öğrenmiyor aynı zamanda çaresizlikleri öğretiyor da. Yani bir şeyi deneyip başarısız olan insanların, çevrelerindeki diğer insanların da benzer denemeyi yapmalarını engellediklerini görüyoruz. Oysa kimse 6 haftada bir yere gelmemiştir. Orada; sabır, emek, azim, ter, göz yaşı vardır. Yaftalamak sa çok kolaydır: "Bak o altı haftada nerelere geldi. O şanslı. Ona yardım ettiler. Onun yaptığını ben de yapardım. Ne var ki bunda?"

Hem bambu ağacının hem de istakozların hayatı da insanlığa müthiş ders verir nitelikte birer

İNSANLAR NEDEN VAZGEÇER?

@grassoblog



data source: AnnaVitals & AdlomaApp

metafordur aslında. Hayatlarıyla bizlere örnek olan bu canlılardan almamız gereken en önemli dersler; **sabretmek, baskı ve stresi, gelişim ve değişim için bir uyarıcı olarak görebilme fırsatı dönüştürmeye çalışmaktır.**

Modern Dünyada Başarının Anahtarı

Mücadele azmi, değişim ve gelişim hedefi, zorluklara karşı kazanma ve başarıya hırsı insanları hayata tutundurur. Her şeye sahip olmak hazır konmak hiç bir şey için çaba sarf etmemek ise yaşama dair heyecanı yok eder. Aynı şeyleri tekrar edip farklı sonuçlar beklemek ahmaklıktan öte bir şey değildir.

Değişim ve gelişim için ilk ve en önemli adım, bakış açımızı değiştirmek ve bunu gerçekten istemektir! Değişimi bir başkası değil, bir başkasının aklıyla değil, sadece kendimiz gerçekleştirebiliriz.

Herkes ve her şey değişsin ama ben değişmeyeyim demek olmaz! Modern dünyada başarının anahtarı için şunlara dikkat edelim:

Değişime Ayak Uydurmak:

Teknolojiyi ve dijitalleşmeyi doğru anlamak ve hayatımıza uyarlamak.

Doğru Soruları Sormak: "Ne yapmalıyım?" sorusunun yanına bir yenisini ve en önemlisini eklemek: "Ne yapmamalıyım?" Zamanımı ve kaynaklarımı neye harcamamalıyım?

Hayal Kurmaktan Korkmamak:

Risk almayı öğrenmek ve hatalardan ders çıkararak ilerlemek.

Sonuç olarak; çaresizliği öğrenmeyin, pes etmemeyi öğrenin. Çaresizliği öğretmeyin, ayağa kalkmasına yardım edin. Unutmayalım ki en büyük buluşlar çaresizlik anlarında, en büyük başarılar ise yokluk anlarında gelmiştir! Bir de şunu unutmayalım; bambu ağacı 6 haftada büyümmez.

Bir sonraki sayımızda görüşmek dileğiyle...



ICON

**Taşınabilir
Noninvaziv Kardiyak
Output;** Yetişkin, pediatri ve
yenidoğanda, Dünya'da tek FDA
onayı almış üründür.



“Teknolojiyi nefese dönüştürüyoruz.”

GBO Medical Systems'i üstün ve lider kılan; en yeni ve en doğru teknolojileri, en güçlü ve deneyimli teknik ekiple, hızlı ve en güvenilir koşullarda, tüm sağlık personeli ile doktorların daima yanında olarak teknolojiyi nefese dönüştürmesidir.

Konaklar Mah. Cad. No.22/1 4. Levent-Beşiktaş/İstanbul T: +90 212 346 42 30
www.gobeklioglu.com info@gobeklioglu.com [gobeklioglumedikalcihazlar](https://www.instagram.com/gobeklioglumedikalcihazlar)



Göbeklioğlu® SINCE 1985
medical systems

ÜZÜMCÜ A.Ş. TURQUALITY PROGRAMINDA!

Dünyanın ilk ve tek devlet destekli markalaşma programı olan Turquality'ye, mal ihracatı kategorisinde katılmaya hak kazanan 222 firmadan biri olmanın haklı gururunu yaşayan bir firmamıza çevirdik bu kez objektifimizi... Sağlık sektörüne sunduğu inovatif çözümler ile 55 yılı aşkın süredir ameliyathane ekipmanları ve medikal gaz sistemleri üreten Üzümcü Tıbbi Cihaz ve Medikal Gaz Sistemleri A.Ş. Genel Müdürü Sayın Murat Üzümcü, firmalarının global pazardaki yeri ve gelecek vizyonunu anlattı.





• **Üzümçü'nün Turquality programına girme sürecinden ve firmanıza sağladığı katkılardan bahsedermisiniz?**

Biz şirket olarak kurumsal alt yapımızın ve Üzümçü markamızın gelişimine özen gösteren bir anlayışa sahibiz. Hedefler ile yönetim modelini yaklaşık 10 yıl önce uygulamaya başlamıştık. Turquality süreci gerçekten titiz ve kapsamlı bir hazırlık gerektiriyor olsa da bizim için uygun bir yol haritası olarak gözükmekteydi. Türk markalarının dünyaya açılmalarına liderlik etmek adına oluşturulmuş Turquality marka destek programı, devlet destekli tek marka programıdır. Bizi programa teşvik eden unsurlar, Turquality'nin odağında kurumsallaşma ve ihracatta büyüme olmasıydı. Daha önce programa katılan firmaların ihracatta kilogram fiyatlarını yükselttiklerini, ihracat rakamlarını artırdıklarını istatistiksel olarak görmek de bizi heyecanlandırdı.

Programa girebilmek adına yapılan denetimlerde kurumsal olgunluk seviyenize bakılıyor. Hazırlık sürecinin ardından, dünyanın bilinen denetim firmaları tarafından yapılan denetimler sonucunda programa kabul onaylanıyor. Biz Üzümçü olarak, kurumsal olgunluk seviyemizi oldukça ileriye taşıdık ve Turquality programına girmeyi başardık. Bu başarı, değerli ekip arkadaşlarımızın özverili çalışmaları ve kurumsal

dönüşümü iş yapış şeklimiz olarak benimsememizle gerçekleşti.

Turquality programı; Ar-Ge, istihdam, sertifikasyon, yazılım, bilişim, gelişim yol haritası danışmanlığı, yönetim danışmanlıkları, uluslararası mağazacılık, depoculuk ve benzeri giderleri destekliyor.

Turquality programı, markamız için yalnızca bir prestij kaynağı olmakla kalmadı; aynı zamanda küresel pazarda rekabet gücümüzü artıran önemli bir adım oldu. Bu programın, Üzümçü'nün uluslararası pazarlarda daha fazla tanınmasına olanak sağladığını düşünüyoruz.

• **Üzümçü'nün kuruluş ve amaçlarından söz edermisiniz?**

Üzümçü'nün temelleri 1969 yılında atılmıştır. Kurucumuz Mustafa Üzümçü, tek bir torna tezgâhı ve büyük hayallerle küçük bir atölyede işe başlamış ve bugün Üzümçü dünya çapında 100'den fazla ülkeye ihracat yapan bir firma haline gelmiştir. Şirketimiz, kurulduğu günden bu yana her kazancını tekrar işine yatırarak büyümeye devam etmiştir.

Üzümçü olarak, 55 yılı aşkın süredir ameliyathane ekipmanları ve medikal gaz sistemleri üretiyoruz. Hem cerrahlar hem de hastalar için maksimum konforu sağlamak adına, kullanıcı ihtiyaçlarını ön planda tutarak modern, pratik ve

yenilikçi ürünler geliştiriyoruz. Sağlık teknolojilerinde en son yenilikleri ve trendleri takip ederek, sektördeki en ileri çözümleri oluşturmayı amaçlıyoruz. Ar-Ge yatırımlarımız ve iş birliklerimizle teknolojik gelişmelerin öncüsü olmak için sürekli olarak çalışıyoruz. Bu doğrultuda, üniversiteler, araştırma merkezleri ve diğer teknoloji sağlayıcıları ile ortaklıklar kuruyoruz.

• **Üzümçü'nün gelecek hedefleri nelerdir?**

“Algıları değiştiren küresel bir marka olmak” vizyonuyla, tüm geleceğimizi şekillendiriyor ve bu doğrultuda her adımımızı kararlılıkla atıyoruz. Hedeflerimiz arasında; dünyadaki sağlık sektörüne daha fazla katkı sağlamak, inovatif ürünlerle medikal teknolojideki liderliğimizi pekiştirmek ve sürdürülebilir bir büyüme sağlamak bulunuyor.

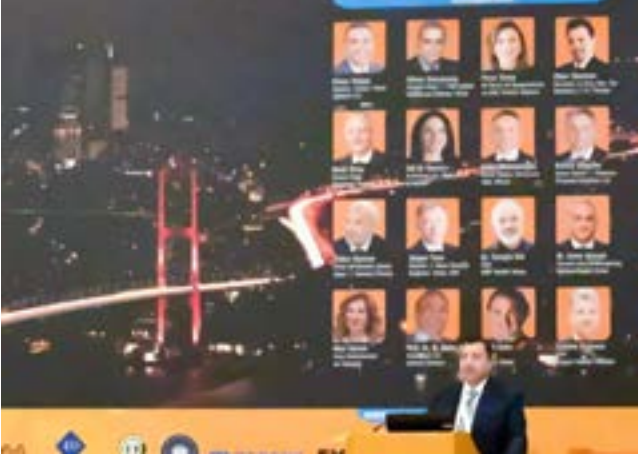
2025 yılı itibariyle, son teknoloji ile donatılmış 28.000 metrekaarelik yeni üretim tesisimizde üretim yapmaya başlayacağız. Bu tesis, üretim kapasitemizi artırarak daha kaliteli ve yenilikçi ürünler sunmamıza olanak tanıyacaktır. Ayrıca, çevre dostu üretim yöntemlerine önem vererek sürdürülebilirlik alanında önemli adımlar atmaya hedefliyoruz.

Üzümçü Şirketler Grubu olarak, sadece sağlık teknolojilerinde değil, aynı zamanda toplumsal sorumluluklarımızı yerine getirerek de sektördeki farkımızı ortaya koymayı amaçlıyoruz. Hem ulusal hem de uluslararası arenada sürdürülebilir bir liderlik sergileyerek, topluma ve çevreye duyarlı bir büyüme modeli izlemeyi sürdüreceğiz. İnsan sağlığına katkı sağlayarak, sektördeki gelişmeleri yakından takip ederek, en yeni teknolojileri üretimlerimize entegre etmek ve bu sayede dünya çapında bir tıbbi cihaz markası olmak en büyük hedefimizdir.

Sonuç olarak, bizler sadece bugün için değil, geleceği şekillendiren bir vizyonla çalışmalarımızı sürdürüyoruz. İnovasyon, sürdürülebilirlik ve toplumsal fayda odaklı yaklaşımımızla, küresel pazarda güçlü bir marka olmaya devam edeceğiz.

7. SAĞLIK EKONOMİSİ KONGRESİ GERÇEKLEŞTİ

Sağlık Ekonomisi ve Politikaları Derneği'nin düzenlediği 7. Sağlık Ekonomisi Kongresi, "Değer Bazlı Geri Ödemede Çok Kriterli Karar Analizi Yaklaşımı ve Dijital Sağlık Kayıtları" temasıyla gerçekleştirildi.



Kongreye; sendikamız Genel Sekreteri İlke Eren Karaca ve uzmanımız Nurdan Başdoğan katılırken, açılıшта SEPD Başkanı Zafer Çalışkan, Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu Başkan Yardımcısı Kürşat Derici ve önceki dönem Sağlık Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Recep Akdağ konuşma gerçekleştirdi.

Kongrenin ilk gününde, "Çok Kriterli Karar Analizinde Güncel Sorunlar ve Yaklaşımlar", "Çok Kriterli Karar Analizinin Değer Bazlı Yaklaşımındaki Yeri ve Uygulanabilirliği" ve "Dijital Sağlık Kayıtlarının Gerçek Yaşam Verilerinde Yeri ve Önemi" başlıklı üç panel düzenlenerek konunun farklı boyutları ele alındı. İkinci gün ise çeşitli başlıklarda sunulan beş bildirinin ardından Dernek Başkanı Zafer Çalışkan'ın kapanış konuşmasıyla tamamlandı.



TIBBİ CİHAZ SEKTÖR TOPLANTISI ATO EV SAHİPLİĞİNDE YAPILDI

Ankara Ticaret Odası ev sahipliğinde düzenlenen Tıbbi Cihaz Sektör Toplantısı, ATO Başkanı Gürsel Baran'ın açılış konuşmasıyla başladı.

Toplantıya, Devlet Malzeme Ofisi Genel Müdürü Şinasi Candan, Genel Müdür Yardımcısı Dr. Mehmet Koca, Daire Başkanları, KHGM üst düzey yetkilileri ve sektör temsilcileri; Sendika Yönetim Kurulu Başkanımız Metin Demir, TOBB Medikal Meclis Başkanı ve Sendikamız Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Levent Mete Özgürbüz, komite üyeleri ile Arted, Sader, Tıpgörder ve diğer dernek ile STK temsilcileri katıldı.

Toplantıda, DMO'nun satın alma süreçleri, Sağlık Market uygulaması ve e-fatura sistemine dair detaylar ele alınarak mevcut durum ve geleceğe yönelik planlar tartışıldı. Ayrıca, Tıbbi Cihaz Tedarik Kongresi hakkında görüşler paylaşılırken, katılımcılar fikir alışverişinde bulunarak sektörün karşılaştığı sorunlara ve çözüm önerilerine değindi.



SAĞLIK SEKTÖRÜNDE GELİŞİM VE İNOVASYONUN GÖSTERGESİ: ARABHEALTH FUARI

196 Türk firmasıyla güçlü bir şekilde yer aldığımız Arab Health Exhibition Dubai Fuarı yoğun katılımıyla gerçekleşti.

Ülkemizi temsil eden katılımcı şirketlerimiz, yenilikçi çözümlerle sağlık alanında geleceği şekillendirme yolunda önemli adımlar atarken, başarılarıyla sektörde fark yaratıyor. Etkinlikte yer alan şirketler arasında üyelerimizden; Ertunç Özcan Meditera, Elektro-mag Laboratuvar Aletleri San. ve Tic. A.Ş., Ermed Tıp Medikal Tic. A.Ş., Agena Sağlık A.Ş., Gürbüz Sağlık Ürünleri Dahili Tic. Taah. Ltd. Şti., Mixta Medikal, Farmed Tıbbi, Plasti-med, Geotek Medikal Ltd., Ceren Medikal, Biolot Medikal A.Ş., Bıçakçılar Medical Devices, Tesa Medikal, Desu Medical, Üzümcü Tıbbi Cihaz ve Medikal Gaz Sistemleri San. ve Tic. A.Ş. ile Üzümcü Hospital Equipments katılım sağladı.

Dubai Başkonsolosumuz Onur Saylan, Ticaret Ataşelerimiz Ersoy Erbay, Hacı Hasan Kaygısız ve Muhammed Emin Erkal ile birlikte ilaç ve tıbbi cihaz sektör temsilcilerimizle firmalarımızı ziyaret ettiler. Firmalarımızın inovatif ürünlerini yakından inceleyerek ihracat olanaklarını ve yeni ticaret fırsatlarını değerlendirdiler.

Arab Health Expo, sağlık sektörünün en prestijli etkinliklerinden biri olarak uluslararası arenada adından söz ettirmeye devam ediyor.

PROF. DR. BANU ONARAL: BİLİME, İŞ BİRLİĞİNE, GENÇLERE VE TÜRKİYE'YE ADANMIŞ BİR HAYAT

Prof. Dr. Banu Onaral Hocamızı, 17 Aralık 2024 günü kaybetmenin üzüntüsü içindeyiz. Kendisini anmak üzere; akademisyenler, girişimciler, farklı sektörlerden ve kamudan temsilciler özel bir anma etkinliğinde bir araya geldi.



Prof. Dr. Banu Onaral, biyomedikal mühendisliği alanındaki uluslararası düzeyde öncü eğitimi ve örnek bilimsel çalışmalarının yanı sıra; ülkemizdeki çok farklı projelere, özellikle de genç akademisyenlere ve girişimcilere verdiği ilham ve değerli destekler ile tanınıyordu.

Prof. Dr. Banu Onaral, Drexel Üniversitesi'nde Biyomedikal Mühendisliği, Bilimleri ve Sağlık

Sistemleri Fakültesi'nin kurucu dekanı olarak uzun yıllar hizmet verdi. Ayrıca, "Küresel İnovasyon Ortaklıkları" programını kurdu ve bu alanda Rektör danışmanlığı yaptı. İşlevsel beyin görüntüleme, biyomedikal sinyal işleme ve kompleks sistemler mühendisliği gibi alanlarda önemli akademik çalışmalar yapan Onaral, birçok doktora ve yüksek lisans öğrencisine tez danışmanlığı yaptı, Ar-Ge

laboratuvarları ve merkezleri kurdu.

Prof. Dr. Banu Onaral, mezun olduğu ilk üniversitesi Boğaziçi Üniversitesi ev sahipliğinde, bir zamanlar ders almış olduğu Albert Long Hall'de; önderlik yaptığı akademisyenler, "memişler" adıyla destek verdiği girişimciler, gençler, sevenleri ve yakın akrabalarının katılımıyla anıldı. Türk bilim dünyası, öğrencileri ve tüm sevenlerine başsağlığı diliyoruz.

İKMİB TIBBİ CİHAZ SEKTÖR TOPLANTISI ÇEVİRİMİÇİ OLARAK GERÇEKLEŞTİ

18 Aralık 2024 tarihinde online ortamda gerçekleştirilen İKMİB Tıbbi Cihaz Sektör Toplantısında; İKMİB, Ticaret Bakanlığı ve ilgili STK'larla birlikte yürütülen GTİP çalışmasının son durumu ve süreç hakkında detaylı bilgilendirmeler yapıldı.

Toplantı, İKMİB Tıbbi Cihaz Komite Başkanı Tayfun Demir yönetiminde gerçekleşirken, TİTCK Daire Başkanı Fatih Topuz'un katılımıyla Ankara gümrüklerinde yaşanan sorunlar ve çözüm önerileri de masaya yatırıldı. Ayrıca, Çin ve Hindistan gibi ülkelerden ithal edilen ürünlerin iç pazarı domine etmesi

konusunun yerli üreticiler üzerindeki etkisi geniş yankı uyandırdı.

Toplantıda, TİTCK Daire Başkanı Fatih Topuz, ÜTS Sisteminin bazı Türkiye Cumhuriyetlerinde tanıtıldığını ve bu sistemin yaygınlaşmasıyla Türkiye Cumhuriyetlerle ticaretin hızlanabileceğini aktardı. Sektörden gelen gündem önerileri arasında yer

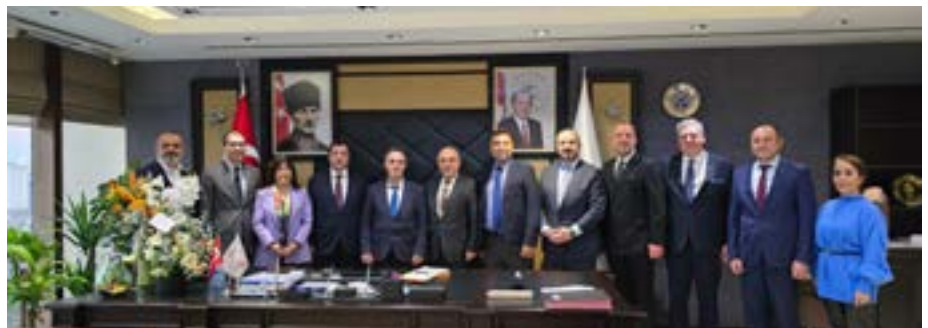


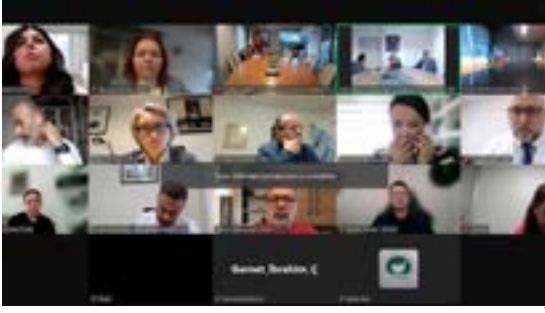
alan, Ticaret Bakanlığı tarafından sağlanan fuar desteklerinde yaşanan sorunların ilgili birimle görüşülmesi gerektiği kararı da toplantının önemli gündem maddeleri arasında yer aldı.

Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumunun yeni başkanı Prof. Dr. Ahmet Ayar'ı; SEİS, ARTED, TUMDEF ve MASSİAD ile birlikte ziyaret ettik.

SEİS adına Yönetim Kurulu Başkanımız Metin Demir, Başkan Yardımcımız Levent Mete Özgürbüz ve Yönetim Kurulu Üyemiz Sevgi Ökten, Ahmet Ayar'a yeni görevinde tebriklerini ilettiler. Sektördeki tüm paydaşlarla iş birliği içerisinde olacağını belirten Ayar, ziyaretimizden memnun kaldığını dile getirdi.

TİTCK BAŞKANI PROF. DR. AHMET AYAR'I MAKAMINDA ZİYARET ETTİK





İLAÇ VE TIBBİ CİHAZ FATURALARININ UYGULANMASI HAKKINDA BİLGİLENDİRME WEBİNARI GERÇEKLEŞTİ

Gelir İdaresi Başkanlığından Veri Yönetimi Daire Başkanıyla görüşülen toplantıya; SADER, ARTED, TİSD, TÜMDEF, AIFD, İEİS, TİSD, TEKB ve Ecza Depocular Derneği gibi STK'lar katıldı. Sektör temsilcilerinden gelen sorular cevaplandırıldı.

Sektör temsilcileri; e-arşiv faturalarını, tıbbi cihaz senaryosunun ticari faturalara mı yoksa temel faturalara mı girdiğini, ürün çeşidinin çok olmasından dolayı uygulamanın yürütülmesinin zor olacağını ve bu doğrultuda ne yapmaları gerektiğini, ÜTS' de bulunmayan yan ürünlerin fatura kapsamına dahil edilip edilmeyeceğini, TİTCK ile ortak toplantı düzenlenip düzenlenemeyeceğini, kurumlararası iletişimin olduğundan hareketle neden iki kez aynı bilgilerin istendiğini ve sağlık markete fatura edilmesi gereken ürünlerin nasıl fatura edileceğini sordu.

GİB Veri Yönetimi Daire Başkanlığı; e-arşiv faturalarının şimdilik uygulamada olmadığını, TİTCK' nin ihtiyaç duyması ve talebi üzerine böyle bir fatura senaryosu getirildiğini, TİTCK' nin yürürlükle ilgili tüm testleri gerçekleştirdiğini, TİTCK' nin uygulamanın yürürlüğe konmasının kademeli olmasını önerdiğini, ÜTS' de bulunan her şeyin fatura kapsamına girdiğini, kurumlararası veri aktarımının görüldüğünü, tıbbi cihaz faturalarının temel fatura gibi düzenleneceğini ve onların tabi olacağı fatura şekillerine uyulacağını, soruların yazılı hale getirilerek kendilerine iletilmesini, detaylı sorulara TİTCK' nin cevap vermesi gerektiğini ve daha sonra TİTCK ile beraber yapılacak toplantıya seve seve katılacaklarını söyledi.



ORTA DOĞU'NUN EN ÖNEMLİ FUARLARINDAN BİRİ: MEDLAB MIDDLE EAST

Medlab Middle East, 3-6 Şubat tarihleri arasında Dubai Dünya Ticaret Merkezi'nde düzenlendi.

Laboratuvar tıbbi endüstrisini tek bir merkezde toplayarak, Orta Doğu'da sektör profesyonellerine iş fırsatları ve iş birliği olanakları sunmayı hedefleyen fuara üyelerimiz; Abbott, Bome Trivitron, DIRUI Industrial, Red Cell Biotechnology katıldı.

'Yarının geleceği için bugünün tıbbi laboratuvarlarını güçlendirmek' temalı fuara; 40 ülkeden 800'den fazla katılımcı ve 20.000 ziyaretçi katılım sağladı. MEDLAB Dubai 2025 kapsamında, fuar merkezi genelinde sergi ve konferans programları yer aldı. 130'dan fazla şirket, tıbbi laboratuvar endüstrisindeki en son yenilikleri, sağlık ürünlerini ve teknolojileri sergilerken, ziyaretçiler CME tarafından akredite edilmiş canlı gösteriler, eğitim oturumları ve konferanslara katılarak sektörel gelişmeleri yakından takip etme fırsatı buldu.

AVRUPA BİRLİĞİ - TÜRKİYE KARMA İSTİŞARE KOMİTESİ ÜYELERİ SEKTÖR STK'LARI VE PAYDAŞLARINI BİR ARAYA GETİRDİ

7 Ocak 2025 tarihinde, AB-Türkiye Karma İstişare Komitesi üyelerinin Hak-İş ev sahipliğinde düzenlediği akşam yemeğinde, sektör STK'ları ve paydaşları bir araya geldi.

Toplantıya, TİSK İcra Kurulu ve Yönetim Kurulu Üyesi Sendikamız Başkanı Metin Demir, AB KİK Eş Başkanı ve TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu, Türk-İş Genel Başkanı Ergün Atalay, TESK Genel Başkanı Bendevi Palandöken, Memur-Sen Genel Başkanı Ali Yalçın, Türkiye Kamu-Sen Genel Başkan Yardımcısı Ahmet Demirci, TOBB Genel Sekreter Yardımcısı Cengiz Delibaş ve Türkiye-AB KİK Sekreteri Mustafa Bayburtlu katıldı.

Akşam yemeğinde, katılımcılar güncel gelişmeler, sendikal faaliyetler ve sektörle ilgili konularda detaylı bir görüş alışverişinde bulundu. Tartışılan konular arasında gelecekte hayata geçirilebilecek projeler de yer alırken, toplantı, ulusal ve uluslararası düzeyde sendikal iş birliğinin güçlendirilmesine yönelik önemli adımların atılmasını sağladı.

novuma[®]

Kolajen
Artirici +

Dermal Dolgu

CaHA

burgeon.me




BURGEON

TÜSAP 40. VİZYON TOPLANTISINDA ÖNEMLİ MESAJLAR VERİLDİ

Türkiye Sağlık Platformu (TÜSAP) tarafından düzenlenen 40. Vizyon Toplantısı (8. Sağlık Zirvesi), 21 Aralık Cumartesi günü Hilton İstanbul Bosphorus'ta "Sağlıkta İnovasyon ve Girişim Ekosisteminin Geliştirilmesi" temasıyla gerçekleştirildi.



Açılış konuşmasını TÜSAP Yürütme Kurulu Başkanı Prof. Dr. Sabahattin Aydın yaptı. Ardından Sağlık Bakanlığı Bakan Yardımcısı Doç. Dr. Şuayıp Birinci, sağlıkta ikinci büyük dönüşümün kodlarını içeren sunumuyla katılımcılara önemli mesajlar verdi.

Zirvede, 2024 yılı boyunca

düzenlenen dört vizyon toplantısının çıktılarını detaylı olarak değerlendirildi. 36. Sağlık Finansmanı ve 37. İlaç ve Eczacılık Vizyon Toplantısı sonuçlarını İ.Ü. Cerrahpaşa'dan Prof. Dr. Haluk Özsarı, 38. Sağlık Hizmet Sunumu Vizyon Toplantısı sonuçlarını OHSAD Başkanı Dr. Reşat Bahat ve 39. Sağlık Teknolojileri Vizyon Toplantısı çıktılarını ise

TÜSAP Yürütme Kurulu Üyesi T. Ufuk Eren paylaştı. Kamu, üniversiteler, sektör temsilcileri, genç girişimciler ve STK yöneticilerinden oluşan katılımcı kitlenin ev sahipliğinde gerçekleşen zirveye, Sendikamız Yönetim Kurulu Başkanı Metin Demir de katılarak önemli katkılarda bulundu.

ÜRETEEN SAĞLIK TANITIM PROGRAMI GERÇEKLEŞTİ

Sağlık Bakanı Prof. Dr. Kemal Memişoğlu ve TÜSEB Başkanı Prof. Dr. Ümit Kervan öncülüğünde, 9 Ocak 2025 tarihinde Bilkent Yerleşkesinde "Üreten Sağlık" temalı tanıtım toplantısı ve "Fikirden Ürüne Üreten Sağlık İş Birlikleri Protokolü" imza töreni gerçekleştirildi.



Toplantıya; Sendikamız Başkanı Metin Demir, Yönetim Kurulu Üyemiz Sevgi Ökten ve Genel Sekreterimiz İlke Eren Karaca katılım sağladı. İstiklal Marşı ve saygı duruşunun ardından TÜSEB'in tanıtım videosunun izlenmesiyle başlayan programda, Prof. Dr. Kervan, 2014 yılında kurulan TÜSEB'in sağlık bilimleri ve teknolojilerinde yenilikçi çözümler üreterek ülkemizin ileri teknoloji ihtiyacını karşılamayı amaçladığını anlattı. Toplantıya, T.C.

Cumhurbaşkanlığı Sağlık ve Gıda Politikaları Kurulu Başkan Vekili, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanı ve Sağlık Bakanı gibi önemli isimlerin katılımı dikkat çekti.

Etlik, Bilkent ve Çam Sakura gibi şehir hastanelerinde kurulacak Teknoloji Transfer Ofisleriyle "Üreten Sağlık" modeli, yerli inovasyon ve üretkenliği destekleyecek önemli adımlar arasında yer alıyor. Kamu, özel sektör ve üniversitelerin iş birliğiyle hayata geçirilen model

kapsamında, çeşitli iş birliği protokollerinin imzalanmasıyla Türkiye'nin sağlık teknolojilerinde dışa bağımlılığı azaltıp uluslararası marka değerleri yaratması hedefleniyor. Fuaye alanında sergilenen yenilikçi prototipler ve ASELSAN, TÜBİTAK gibi önde gelen kurumlarla yapılan anlaşmalar, sağlık sektöründe teknolojik gelişmelerin ve stratejik iş birliklerinin güçlenerek geleceğe yönelik sağlam temeller oluşturduğuna işaret ediyor.

TÜRKİYE'NİN İLK "KİMYA TEKNOLOJİ MERKEZİ" BİLİŞİM VADİSİ'NDE AÇILDI!



Türkiye'de daha önce yapılmayan test ve analizleri gerçekleştirecek akredite laboratuvarları, yeni nesil start-up projelerinin mutfağı olacak kuluçka merkezi ve yüksek katma değerli yerli ve milli ürünlerin Ar-Ge çalışmalarına ev sahipliği yapacak 'Kimya Teknoloji Merkezi' kapılarını geleceğe açtı.

Ticaret Bakanımız Prof. Dr. Ömer Bolat, Sanayi ve Teknoloji Bakanımız Mehmet Fatih Kacır, Sanayi ve Teknoloji Komisyonu Başkanımız Mustafa Varank ve Kocaeli Valimiz İlhami Aktaş'ın teşrifleriyle açılan Kimya Teknoloji Merkezi; kimya test ve analizlerinde

dışa bağımlılığı azaltarak yerli üretimi destekleyecek, ülkemizin kimya sektöründeki teknolojik altyapısını güçlendirecek.

Kimya Teknoloji Merkezi, 209 farklı test ve analiz hizmetinin yanı sıra, Türkiye'de daha önce yapılmayan 39 testi yerli ve milli olarak ülkemizde gerçekleştirerek bir ilke imza atıyor. İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin "Vizyon 2030" stratejisinin bir parçası olarak, temelleri 5 yıl önce atılan Kimya Teknoloji Merkezi; stratejik ürünlerin üretim süreçlerinde sunduğu olanaklarla Türk sanayisine ve ihracatına önemli katkılar

sağlayacak. Merkezin sunduğu olanaklar şunlar:

- 209 farklı test imkânı sunan modern laboratuvarlar
- 100 akredite test kapasitesi
- Yurt dışına bağımlılığı azaltan güçlü altyapı
- Start-up projelerine destek sağlayan kuluçka merkezi

Merkez; kozmetikten plastiğe, kauçuktan boyaya kadar birçok alt sektöre yönelik analizlerin ülkemizde gerçekleştirilmesini sağlayarak sektöre yeni bir vizyon kazandıracak. Kimya Teknoloji Merkezi'nin ülkemizde ve sektörümüze hayırlı olmasını diliyoruz.

SGK 7. OLAĞAN GENEL KURULU GERÇEKLEŞTİ

Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) 7. Olağan Genel Kurulu, SGK Başkanlığı Erdoğan Özen Konferans Salonu'nda gerçekleşti.

Genel kurula, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakan Yardımcıları Dr. Adnan Ertem, Av. Ahmet Aydın, Prof. Dr. Lütfihak Alpkan, SGK Başkanı Dr. Raci Kaya ve sivil toplum kuruluşları temsilcileri katıldı.

Bakan Yardımcısı Adnan Ertem Genel Kurulda yaptığı konuşmasında; sosyal güvenlik sisteminin toplumun bütün kesimlerini doğrudan ilgilendiren, sağlık, güvenlik ve sosyal barışın kalıcı hale gelmesini sağlayan, gücünü dayanışma bilinci ile uzlaşmacı

sorumluluktan alan kurumsal bir yapı olduğunu dile getirdi.

Genel Kurulda; TESK Genel Başkanı Bendevi Palandöken, TÜED Genel Başkanı Kazım Ergün, MEMUR-SEN Genel Başkanı Ali Yalçın, HAK-İŞ Genel Başkan Mahmut Arslan, DİSK Genel Başkanı Arzu Çerkezoğlu, KAMU-SEN Genel Başkan Yardımcısı Türkeş Güney, TÜRK-İŞ Genel Başkanı Uysal Altundağ, TİSK İcra ve Yönetim Kurulu Üyesi Metin Demir, TÜM EMEK DER Genel

Başkanı Satılmış Çalışkan, TTB Merkez Konseyi Başkanı Prof. Dr. Alpay Azap, TEMAD Genel Başkan Cahit Koca, TMMOB Yönetim Kurulu Üyesi Ayşegül Oruçkaptan, TZOB Teknik Müşaviri Neşe Gündoğdu, TİSKO Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Karataş, TOGB Genel Sekreter Ferhat Sayım, Türk Veteriner Hekimler Birliği Merkez Konseyi Yönetim Kurulu Üyesi Dr. Ömer Faruk Sarı ve TDB Genel Sayman Alper Dilek de konuşma yaptı.



TOBB TÜRKİYE MEDİKAL MECLİSİ TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

TOBB Medikal Meclis Toplantısı, Sendika Yönetim Kurulu Başkanımız Metin Demir'in katılımı ve Yönetim Kurulu Başkan Yardımcımız ve TOBB Medikal Meclis Başkanı Levent Mete Özgürbüz'ün başkanlığında gerçekleşti.

DMO ve KHGM satın alma süreçlerine ilişkin idari, teknik ve operasyonel sorunlar, ilgili raporlar kapsamında yetkililere iletmek üzere madde madde okundu. DMO Genel Müdürü Şinasi Candan, 2025 yılı için ürün bazlı dinamik alım yönteminin geliştirilmesinin son aşamada olduğunu, ucuz ürün alımının kriter olmadığını, Sağlık Bakanlığı onaylı ve sağlık çalışanlarının ihtiyaçlarına yönelik ürünlerin tercih edildiğini belirtti. Dijitalleşmeye ve tedarikçi çeşitliliğine önem verdiklerini, yerli ürün alımını artırmayı hedeflediklerini, alım esas fiyat değerlendirmesinde hem alınan hem de alınamayan ihale fiyatlarının dikkate alındığı



algoritmanın kullanıldığını ifade etti. Ayrıca, TİTCK ve Gelirler İdaresi ile e-faturaların UTS kodu üzerinden düzenlenmesi, katalog girişlerinin hızlandırılması ve haksız rekabetin önlenmesi gibi konulara da değinildi; raporda yer alan tüm konuların ayrı toplantılarla detaylandırılması önerildi.

KHGM Genel Müdür Tedarik Planlama, Stok ve Lojistik Yönetimi Başkanı Osman Bahçekapılı ise, firmalarla görüşmeler için haftada üç gün randevu ayırdıklarını ve iş yükünün %90'ının numune değerlendirmeye odaklandığını aktardı. Numune değerlendirmelerinin akademik kadro tarafından yapıldığını,

Temmuz 2023'ten bu yana 50.000 üründen 30.000'inin %70 oranında olumlu sonuçlandığını belirtti. Ayrıca, değerlendirme sürecinde Q&A portalı, kargo takip sistemi ve detaylı yönergeler oluşturulacağını, ürünlerin şartname uyumunun titizlikle kontrol edileceğini ifade etti. V no.lu Satın Alma Departmanı Başkanı Turan Öz, kit karşılığı cihazların kataloglanması, UTS dışı malzemelerin sisteme entegrasyonu, açık ihale fiyatları, minimum sipariş adedi, bölgesel uygulamalar ve force majeure kriterleri gibi konular üzerinde çalışmaların sürdüğünü, firmaların kapasite ve çalışan sayılarına göre değerlendirilerek sertifikalandırılacağına dikkat çekti.

MEDİKAL MECLİSİ, TİTCK BAŞKANI AHMET AYAR İLE BİR ARAYA GELDİ

TİTCK Başkanı Prof. Dr. Ahmet Ayar ve Yardımcısı Eray Kaplan'ın katılımı ile 2025 yılının ilk Medikal Sektör Meclisi toplantısı gerçekleştirildi.

Prof. Dr. Ahmet Ayar, "Ben bugünkü ziyarette, sizin sunumunuzu dinledikten sonra, bunu başlangıç olarak değerlendirebileceğimizi, bundan sonraki iş birliklerimiz ve planlayacağımız toplantılarda tema ile ilerlemenin muhtemelen daha doğru olacağını düşünüyorum" ifadelerine yer verdi.

TİTCK Başkanı Ahmet Ayar, geçmişinden bahsettiği konuşmasında akademik hayatına



ve kamu kurum ve kuruluşlarında aldığı görevlerine değindi. Mısır ve Küba temsilcileri ile görüşmeler gerçekleştirdiğini söyleyen Ayar, bu ülkelerle yapılan iş birlikleri sayesinde ihracatın artmasını beklediklerini ifade etti.

Toplantıya Sendika Başkan Yardımcımız ve TOBB Medikal Sektör Meclisi Başkanı Levent Mete Özgürbüz moderatörlük etti. Sendika Yönetim Kurulu Başkanımız Metin Demir, Yönetim Kurulu

Başkan Yardımcımız Uğur Mumay, Yönetim Kurulu Üyelerimiz V. Ersun Nasırlıoğlu, Gülşah Sönmez, Sevgi Ökten; üyelerimiz Onur Özcan, Mehmet Ali Özer, Onur Akgün, Ufuk Özkaya; danışmanımız Hami Türkeli, Genel Sekreterimiz İlke Eren Karaca ve Mustafa Şen katıldı. Başkanımız Metin Demir ve Başkan Yardımcımız Levent Mete Özgürbüz, toplantı öncesi sorunlar hakkında katılımcıları dinledi. Mete Özgürbüz de sektör hakkındaki sunumunu gerçekleştirdi.



35 yıllık sektör tecrübesi ile 2016 yılından beri enfeksiyon kontrolü ve ameliyathane güvenliği için tek kullanımlık steril ameliyat seti, örtüleri ve önlükleri üretimi yapan ve üretiminin tamamını ihraç eden Medcare Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş., 2022 yılından bu yana tek kullanımlık yatak koruyucu örtü (Underpad) ve yetişkin hasta bezi üretimine başlamıştır.

Yurtdışı ihracat tecrübesi ile yurtdışı kullanıcılardan gelen geri dönüşleri harmanlayarak yüksek kalite ürün ve üst düzey kullanıcı memnuiyeti gözeterek gerçekleştirilen üretimimiz ile 1 yılda yüksek pazar payına ulaşmış bulunuyoruz.

Hali hazırda yurtiçi pazarı ağırlıklı çalıştığımız yatak koruyucu örtü ve yetişkin hasta bezleri ürünlerimiz için bizimle temasa geçebilirsiniz.



YATAK KORUYUCU ÖRTÜ

60x60 cm, 60x90 cm, 90x180 cm ebatlarında, emici üst tabakası ve sıvı geçirmez alt tabakası ile Medcare Underpad, kullanıcıyı ve yatağı sızıntılara karşı güvenle korur. Ürün çeşitliliği normal, ekonomik ve plus olarak 3'e ayrılmıştır. Emici tabakası ve su geçirmez dış yüzeyi sayesinde kazara oluşabilecek sızıntılara karşı orta ila düşük oranda koruma sağlar. Hasta hijyenini sağlamak için iyi bir koruma alternatiftir. Medcare Underpad hassas ciltler için uygundur. Sızıntılara karşı etkin koruma sağlar.



YETİŞKİN HASTA BEZİ

Medcare yetişkin bezi, vücuda sıkı oturması sayesinde yüksek koruma ve rahatlık, günlük iç çamaşın hissi ve daha bağımsız hareket imkanı sunar. Hem kadın hem de erkekler için uygundur. Medcare yetişkin bezi yumuşak, nefes alabilen emici malzemeden üretilmiştir, cildinize yüksek konfor ve sızıntılara karşı koruma sağlar.



EMİCİ KÜLOT HASTA BEZİ

Medcare yetişkin külotlu hasta bezi yüksek güvenlik ve konfor sağlar. Normal iç çamaşın gibi hissettiren bu model, vücuda tam oturması sayesinde daha fazla hareket imkanı sunar.

Hem erkekler hem de kadınlar için uygun, orta ila ağır düzeyde inkontinansı olan kişiler için tasarlanmıştır. Medcare yetişkin külotlu hasta bezi, cilde rahatlık veren, geçirimsizlik sağlayan, yumuşak, nefes alabilen emici malzemelerden yapılmıştır.



FİRMA ZİYARETLERİMİZ

Türkiye Sağlık Endüstrisi İşverenleri Sendikası olarak yaptığımız firma ziyaretlerimiz kapsamında firmalar; güncel durumları, üretim, ithalat/ihracatları ve problemleri hakkında bilgi verirken sektör temsilcisi olarak çözüm ve iş birliği konularında kendileriyle istişarelerde bulunmaya devam ediyoruz. İlgili tüm firmalarımıza teşekkür ederiz.

KARDİNERO FİRMASINI ZİYARET ETTİK

Yönetim Kurulu Üyemiz V. Ersun Nasırlıoğlu, Genel Sekreterimiz İlke Eren Karaca ve Uzmanımız Nurdan Başdoğan, Kardinero Medikal Sistemler Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin sahibi Fikret Küçükdeveci'yi firmalarında ziyaret etti.

Ziyaret sırasında Fikret Küçükdeveci, firma olarak halihazırda yürüttükleri AB kapsamındaki çok ortaklı siber güvenlik projesi ve TÜBİTAK destekli projeleri hakkında bilgi paylaşımında bulundu. Faaliyetleri hakkında yerinde bilgi almak ve sektörle ilgili güncel gelişmeleri değerlendirmek açısından bu ziyaretin faydalı olduğunu belirten Küçükdeveci ve ekibi, SEİS ile iş birliği yapmaktan memnun olduklarını da dile getirdi.



TİM MEDİKALİ ZİYARET ETTİK

Yönetim Kurulu Üyemiz V. Ersun Nasırlıoğlu, Genel Sekreterimiz İlke Eren Karaca ve Uzmanımız Nurdan Başdoğan, IVD alanında faaliyet gösteren Tim Medikal Sağlık Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti.'nin kurucusu Mesut Yıldız'ı firmasında ziyaret etti.

Mesut Yıldız, hâlihazırda 14 ülke ile anahtar teslim tüp bebek merkezi projeleri gerçekleştirdiklerini belirterek, Afrika, Türk Cumhuriyetleri ve Avrupa'daki yeni projeleri hakkında bilgi verdi. Ersun Nasırlıoğlu sendikamızın faaliyetleri ve çalışmalarından bahsetti. Ziyaretin ardından Mesut Yıldız, firmalarının üretim ve paketleme bölümlerini tanıtarak yerinde bilgi verdi. Ziyaretten memnun kaldıklarını belirten Medikal Tim yetkilileri SEİS ile birlikte olmaktan memnuniyet duyduklarını dile getirdi.



DEMERSAN FİRMASINI ZİYARET ETTİK

Sendikamız Yönetim Kurulu Üyesi V. Ersun Nasırlıoğlu, Genel Sekreterimiz İlke Eren Karaca ve Uzmanımız Nurdan Başdoğan, hidrofilik sonda üretimi yapan Demersan Biyoteknoloji İmalat San. ve Tic. A.Ş.'yi yerinde ziyaret etti.

Ziyaret kapsamında, bizleri ağırlayan Genel Müdür Bayram Aydın ve Kalite Sistem Yöneticisi Serap Dalagan ile üretim süreçleri, ihracat faaliyetleri ve sektördeki gelişmeler hakkında verimli bir görüşme gerçekleştirildi. Üretimde otomasyona yönelik yatırımlar yaparak verimliliğini artırmayı ve küresel pazardaki rekabetçiliğini güçlendirmeyi hedefleyen Demersan Biyoteknoloji, dünyada hidrofilik sonda üreten yalnızca 9 firmadan biri olup ağırlıklı Avrupa olmak üzere 16 ülkeye ihracat yapmaktadır. Her geçen sene daha da büyüyen Demersan Biyoteknoloji'ye ev sahipliği için teşekkür ederiz.



SAĞLIK SEKTÖRÜ VE ÜRÜNLERİ AÇISINDAN VARİŞ ÖNCESİ GÜMRÜK İŞLEMLERİ İLE GÜMRÜK İŞLEMLERİNİN KOLAYLAŞTIRILMASI WEBİNARI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Türkiye Sağlık Endüstrisi İşverenleri Sendikası Genel Sekreteri İlke Eren Karaca, Engonous Partnerden Hasan Engin Altaş ve Başmüfettiş Adnan Üzer ile 11 Şubat 2025 tarihinde 'Sağlık Sektörü ve Ürünleri Açısından Varış Öncesi Gümrük İşlemleri ile Gümrük İşlemlerinin Kolaylaştırılması Webinarı' gerçekleştirildi. Webinarda gümrük işlemleri ile ilgili önemli bilgilere yer verildi.

Üzer, Türkiye'de sağlık sektöründe gümrük işlemlerinin hızlandırılması ve maliyetlerin düşürülmesi amacıyla kapsamlı düzenlemeler devreye alındığını söyledi. Dünya Ticaret Örgütü'nün Ticaretin Kolaylaştırılması Anlaşması çerçevesinde uygulamaya konulan varış öncesi gümrük işlemleri sayesinde, ürünler Türkiye'ye ulaşmadan beyan ve giriş işlemleri başlatılarak bekleme süreleri ve ek maliyetlerin minimize edildiğinden

bahsetti. Ayrıca Adnan Üzer, 2008'den bu yana yürürlüğe konulan yönetmelikler ve yetkilendirilmiş yükümlü statü uygulamaları ile gümrük işlemlerinde şeffaflık ve verimliliğin sağlanmasına katkıda bulunduğunu söyledi.

Adnan Üzer "Sağlık ürünlerine yönelik düzenlemelerde ise, tıbbi cihazların Avrupa Birliği standartlarına uygunluğunu belgeleyen CE belgesi ve 2021'de yürürlüğe giren Medical Device

Regulation (MDR) öne çıkıyor. İlgili GTİP numaraları kapsamında belirlenen ürünler için varış öncesi işlemler titizlikle uygulanırken, Sağlık Bakanlığı'nın denetim ve izin süreçleri de büyük bir hassasiyetle yürütülüyor. Bu yenilikler, üretici ve ihracatçı firmaların hem ulusal hem de AB pazarındaki rekabet gücünü artırırken, ürün güvenliği ve hasta sağlığının korunmasına da önemli katkılar sunuyor." ifadelerine yer verdi.

BUSINNEUROPE AVRUPA BİRLİĞİ PARLEMENTOSU EV SAHIPLIĞINDE BULUŞMA



15 Ocak 2025 tarihinde, Brüksel’de Avrupa Parlamentosu ev sahipliğinde düzenlenen BusinessEurope-Avrupa Parlamentosu akşam yemeğinde, Avrupa Parlamentosu üyeleri ile BusinessEurope üye kuruluş temsilcileri bir araya geldi.

TİSK İcra Kurulu ve Yönetim Kurulu Üyesi ve aynı zamanda Sendikamız Başkanı Metin Demir, TÜSİAD Başkan Yardımcısı Bedii Can Yücaoğlu ve BusinessEurope Daimî Delegesi Dilek Aydın’ın katılımıyla gerçekleşen etkinlikte, Avrupa’nın ekonomik başarısına dair temel iş dünyası öncelikleri tartışıldı.

Akşam yemeği, Avrupa’nın ekonomik geleceğine yönelik BusinessEurope rapor çalışmasının lansmanıyla taçlandırıldı. Raporda, atılması gereken adımlar ve stratejik iş birliği konularına değinilirken, etkinlik boyunca üyeler arasında verimli bir istişare ortamı sağlandı. Bu organizasyon, Avrupa Parlamentosu ve iş dünyası temsilcileri arasında güçlü bir diyalog ve iş birliğinin sinyallerini verirken, ekonomik politika ve stratejilerin belirlenmesinde önemli bir rol oynadı.

ILO AVRUPA VE ORTA ASYA BÖLGESİ FORUMU; HÜKÜMET, İŞÇİ VE İŞVEREN TEMSİLCİLERİNİ BİR ARAYA GETİRDİ

18-19 Aralık 2024 tarihlerinde, ILO Avrupa ve Orta Asya Bölgesel Bilgi Paylaşımı Üçlü Forumu İstanbul’da gerçekleştirildi. Üçlü diyalog forumu, Avrupa ve Orta Asya’da kayıt dışı ekonomiden kayıtlı ekonomiye etkili geçiş yollarının tartışılması ve teşvik edilmesine katkı sağlamak üzere hükümet, işçi ve işveren temsilcilerini bir araya getirdi.

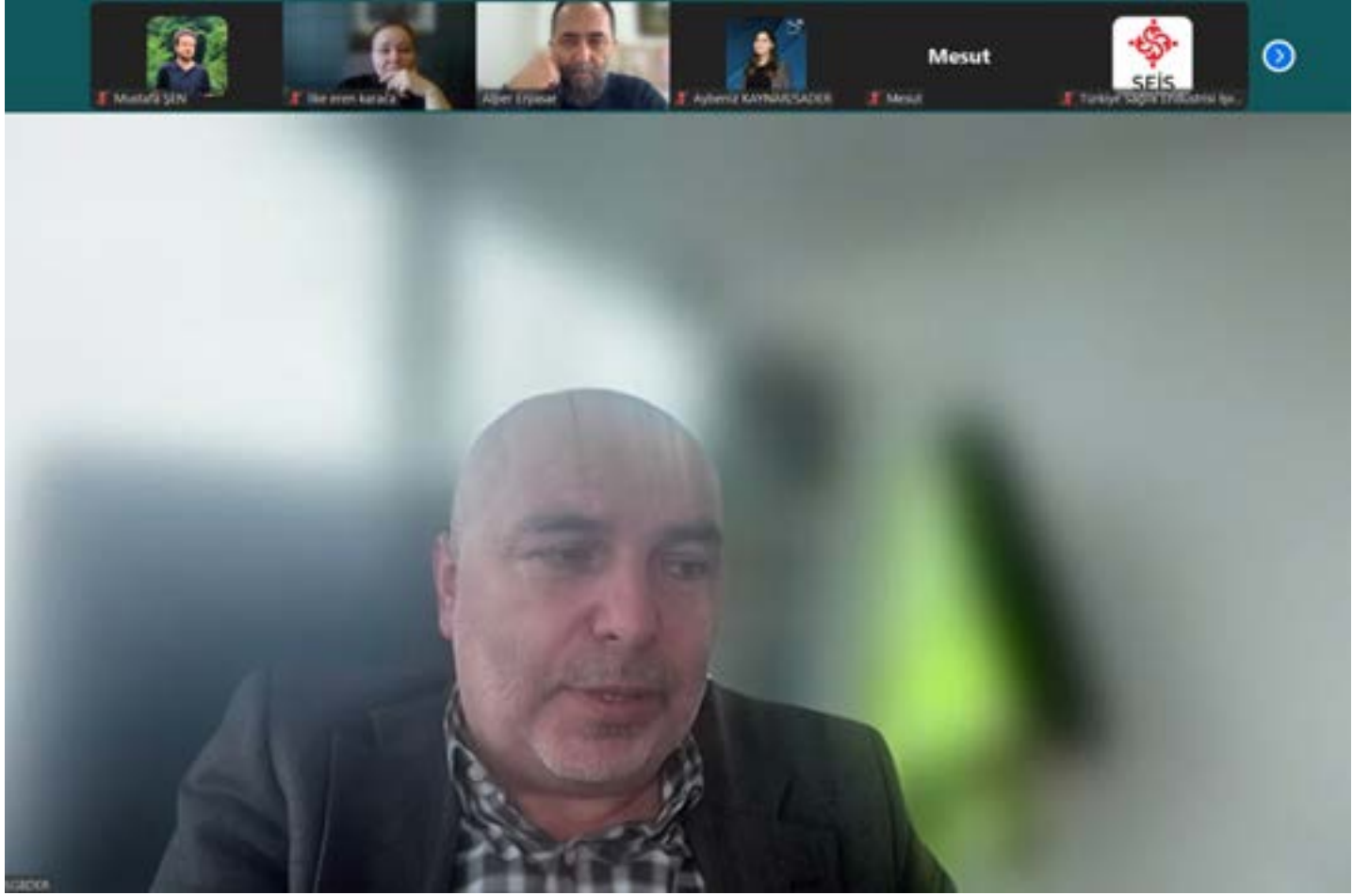


Kayıt dışı ekonomi konusunda çalışmalar yürüten Avrupa İstihdam Otoritesi (ELA) ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) gibi çok taraflı kuruluşlar ve kalkınma iş birliği donörlerinin de katılım sağladığı forum, iyi uygulama örneklerinin ve deneyimlerin paylaşıldığı önemli bir iş birliği platformu oluşturdu.

Forumun açılış konuşmaları, ILO Ülke Direktörü Yasser Hassan

moderatörlüğünde, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakan Yardımcısı Prof. Dr. Lutfihak Alpkan, ILO Genel Direktör Yardımcısı Celeste Drake, Uluslararası İşverenler Örgütü (IOE) Kıdemli Danışmanı Pierre Vincensini, Uluslararası Sendikalar Konfederasyonu (ITUC) Avrupa Bölge Örgütü (PERC) Genel Sekreteri Anton Leppik ve BM Kalkınma İş birliği Ofisi Bölge Direktörü Gwi Yeop Son tarafından gerçekleştirildi.

Açılış oturumunun ardından “Kayıtdışı Ekonomi ile Mücadelede İlerlemeler ve Zorluklar” temasıyla düzenlenen, ILO Kayıtdışı ile Mücadele Aksiyon Programı Direktörü Frédéric Lapeyre’in moderatörlüğünü yaptığı üst düzey panelde, Sendikamız Yönetim Kurulu Başkanı ve TİSK İcra Kurulu ve Yönetim Kurulu Üyesi Metin Demir, Türkiye’nin kayıt dışı ekonomi ile mücadele deneyimini ve kaydedilen ilerlemeleri paylaştı.



İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİNDE GÜNCEL GELİŞMELER WEBİNARI GERÇEKLEŞTİ

İş Sağlığı ve Güvenliğinde Güncel Gelişmeler webinarı OSGBDER başkanı Cengiz İmeci'nin sunumunda gerçekleştirildi.

İmeci, İş Sağlığı ve Güvenliği kanununa değindi. Kanun kapsamında iş yeri hekimi, iş sağlığı ve güvenliği uzmanı ve diğer personel olmak üzere 3 çeşit personel bulundurulduğundan ve işyerlerine İSG hizmeti sağladıklarından bahsetti. İş yerlerinin tehlike sınıflarına göre sınıflandırılmasında az tehlikeli, tehlikeli, çok tehlikeli olarak sınıflandırıldığına da değindi. Kanununun 2013 yılında yürürlüğe girdiğini ve sadece 50'den az ve az tehlikeli işyerlerinde işçi çalıştırılan işletmelerle ilgili 2 maddenin ertelendiğine değinen İmeci; risk değerlendirmesi, acil eylem planı, acil müdahale, sağlık raporu gibi gerekliliklerin eskiden beri devam ettiğini söyledi.

Yeni düzenlemelerin yürürlüğe girmesinden itibaren KOBİ'lere ve esnafa yükümlülükler

getirileceğinden işveren ve işveren vekillerinin bakanlık ve onun yetkilendirdiği kuruluşlarca düzenlenecek olan sınavlara girmeleri ve başarılı olmaları kaydıyla İSG gerekliliklerini işverenlerin veya işveren vekillerinin kendilerinin yapabileceğini söyledi. Ortak sağlık ve güvenlik birlikleri olarak işverenle anlaşılması üzerinde İSG hizmetleri verdiklerini ve bakanlığın portalından (e-katip) işyeri güvenliğini üstlenildiğine dair bir kayıt açılması ve işverence bu kaydın onaylanması suretiyle OSGB'lerin işyerinin İSG yükümlülüklerini müteselsil olarak yüklediğini belirtti. Ayrıca ne şartta olursa olsun işverenlerin sorumluluklarının devam edeceğini belirtti.

Tüm bunlara ek Sağlık Bakanlığı tarafından oluşturulan ÇASMER adındaki yerlerden de 10 ve daha az sayıda personel çalıştıran işletmelerin faydalanabileceğini belirtti. ÇASMER'ler ile ilgili ilerleyen günlerde yönetmelik yayınlanacağından bahseden İmeci, toplum sağlığı

merkezlerinin de ÇASMER'e dönüştürülebilme ihtimali üzerine durdu.

Yönetmeliğin yürürlüğe girmesi ile beraber İSG zorunluluklarını yetiştirmeye çalışan firmaların Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın uygulayacağı yaptırımlar ile karşılaşma ihtimallerinden endişe eden firmalar için ise bakanlığın Hazine ve Maliye Bakanlığı benzeri otomatik ceza kesme sistemi olmadığını, 2 şekilde ceza kesilebileceğini, bunların ilkinin olası bir iş kazası sonucu işyerinde yapılacak incelemeyle tespit edileceği, ikincisinin ise denetim sonucu ortaya çıkan uygunsuzluğun niteliğine göre giderilmesi talebinde bulunarak ve zamanında düzeltilmediği takdirde gerekli işlemleri başlatacak şekilde olduğunu söyledi. Ayrıca firmaların e-katip üzerinden iş sağlığı ve güvenliği hizmeti alıp almadıklarını düzenli olarak kontrol etmeleri gerektiği konusunda ve olası dolandırıcılıklara karşı önlem alınması konusunda uyardı.



SEİS

TÜRKİYE SAĞLIK ENDÜSTRİSİ İŞVERENLERİ SENDİKASI

HEALTH INDUSTRY EMPLOYERS' ASSOCIATION OF TURKEY

"daha çok üretmeliyiz"



"Sektör ile Kamu Arasında Köprü"

Ölçülebilir ve kayıtlı büyüyen, katma değeri yüksek ürünlerle dünya pazarlarında yer alan, dünya markaları arasında sayılan firmalar ve kalifiye insan kaynakları ile gelişimini sürdüren bir tıbbi cihaz sektörü için çalışıyoruz.

MS

MEDSES

Süre Uzatımı Yolculuğunda Rehberiniz

MDD'den MDR'a geçiş sürecinde, tıbbi cihazların tedarik edilememesi riskine karşılık halihazırdaki cihazların MDR belgelendirmelerini tamamlamaları için, firmalara cihazlarını piyasaya arz etmek için süre uzatımı verilmiştir. Süre uzatımı ile ilgili sorularınıza MEDSES ile cevap bulabilirsiniz.



SEİS

TÜRKİYE SAĞLIK ENDÜSTRİSİ
İŞVERENLERİ SENDİKASI
HEALTH INDUSTRY EMPLOYERS' ASSOCIATION OF TURKEY



TÜM TIBBİ CİHAZ ÜRETİCİ VE TEDARİKÇİ DERNEKLERİ FEDERASYONU
FEDERATION OF MEDICAL DEVICE MANUFACTURERS AND SUPPLIERS ASSOCIATION

Mustafa Kemal Mahallesi, 2141. Cadde No: 11/12 Çankaya/Ankara

☎ 0 850 450 30 90 ✉ medses@medses.org

🌐 www.medses.org

✂ / trmedses

📷 / tr.medses

📺 / medses

YAPAY ZEKÂ DÜNYASINDA DEEPSEEK İLE HIZLANAN REKABET: GELECEĞİ ŞEKİLLENDİREN YARIŞ

Bu sayımızda
10 bin saat üzeri eğitim
tecrübesi, interaktif ve
hikâyeleştirmeci anlatım
tarzıyla farkındalık yaratan
bir eğitmenin kaleminden
güncel ve fütüristik
bir konuyu sizlerle
buluşturuyoruz...

deepseek

ChatGPT

Volkan Durak
Kurumsal Eğitim Danışmanı

Kendi Anlatımıyla Volkan Durak Kimdir?

Her şey İstiklal Caddesinde babamın çalıştığı geniş aileye ait bir ayakkabı mağazasında, onu hayranlıkla izlerken başladı. Her bir misafiri, ayrı bir hikâyenin kahramanı olarak uğurlanıyordu. Bu benim bir yaşam felsefesi edinmemde en etkili faktör oldu. Bu sebeple hayatım boyunca babamın yaptığı gibi kendimi tekrarlamadan, bir dahaki sefere neyi daha farklı yapabileceğimi düşünmeye adanarak yoluma devam ettim. Ve elbette kendi kimliğime bürünerek. Kariyerimi uzun uzadıya sıralamayacağım. Sadece âdetten olan kısımlarıyla aktaracağım. Kapasitemi bilerek ve tanıyarak bu kapasiteye ve hayatıma dokunabileceğim yüksek öğrenim tercihlerine yöneldim. Sırasıyla; Satış Yönetimi, İşletme, İnsan Kaynakları Yönetimi, Hayat Boyu Öğrenme ve Yetişkin Eğitimi bölümlerinde yüksek öğrenimlerimi tamamladım. 26 yıllık kurumsal iş yaşantım oldu. Son yıllarda ise bireysel bir girişimle birlikte kurumlara eğitmen olarak destek veriyorum. İki romanım ve yazıyı kaleme aldığım gün (46 yaş) gençlik hayalim olan bir şarkımı yayımladım.

Günümüzde yapay zekâ, yalnızca teknolojik ilerlemelerle değil, akademik çalışmalara ve bilim dünyasına kazandırdığı hızla ve aynı zamanda küresel çapta şirketler ve ülkeler arasındaki yoğun rekabetle de gündemdeki yerini büyütme devam ediyor... Büyük teknoloji firmalarından devlet politikalarına kadar geniş bir alanda yapay zekâ yarışına tanıklık ediyoruz. Bu yarışın gündemdeki gelişmesi ise Çinli bir yapay zekâ girişimi olan ve adı hemen herkes tarafından neredeyse saatler içerisinde duyulan “DeepSeek” oldu. Hatta bu durum çoğu kaynakta **Çin’ in yapay zekâ hamlesi** olarak yorumlandı. DeepSeek’ in hızla duyulmasıyla beraber başta Amerika kökenli olan teknoloji firmalarının hisselerinin %18’ lere varan düşüşleri ise dikkat çekici oldu. En son yapay zekâ modeli olarak karşımıza çıkan DeepSeek, rakiplerine nazaran çok daha az gelişmiş çipler üzerinde çalışmasına rağmen uygun maliyetiyle öne çıkıyor. Bu gelişme yatırımcıların algısında ise Nvidia gibi çip üreticilerinin üretim maliyetlerinin bir anda pahalı statüsüne girmesine ve maliyet artırıcı bir yönüyle yeniden konumlandırılmasına neden oldu. Durumu yatırımcının bu gibi teknolojilerin yüksek değerlemelerinin geçerliliği konusunda şüpheye düştüğü şeklinde de yorumlayabiliriz.

Konunun daha iyi anlaşılabilmesi için; DeepSeek’ in Nvidia’ nın H800 olarak bilinen düşük kapasiteli çipleriyle geliştirilmesi, bilinen yapay zekâ teknolojilerinin ise çok daha yüksek kapasiteli çiplerle sunulması ve sonuçta da DeepSeek’ in diğer yapay zekâ teknolojilerine göre çok daha iyi sonuçlar üretebildiğinin dilden dile dolanmasıyla günümüzdeki tartışmaların odak

noktasını yakalayabiliyoruz. Bu durumdan sadece Nvidia etkilenmedi elbet. Advanced Micro Devices %6, Hollandalı çip ekipmanları devi ASML (ASML) %9 ve Taiwan Semiconductor Manufacturing Company (TSM) %11 değer kaybetti. Yani bu yeni çıkış teknoloji hisselerini kırmızıya boyadı desek yeridir.

Yazıyı yayıma hazırladığımızda DeepSeek Apple App Store’ da en yüksek puan alan ücretsiz uygulama oldu. Uygulama ne kadar ücretsiz kalacak ya da ücretsiz kalabilecek mi bunu zaman gösterecek.

Peki, bu rekabet hangi alanlarda yoğunlaşıyor ve gelecekte bizi nasıl bir dünya bekliyor? Bu soruların yanıtlarını ararken, yapay zekânın rekabet ortamına olan etkisini detaylıca ele alalım.

YAPAY ZEKÂDA KÜRESEL REKABETİ ANLAMAK

Yapay zekâ alanında rekabet, özellikle ABD, Çin ve Avrupa merkezli şirketler ve hükümetler arasında büyük bir hızla ilerliyor. Teknoloji devleri, yapay zekânın sunduğu yeniliklerden en üst düzeyde faydalanmak ve pazar paylarını genişletmek için milyarlarca dolarlık yatırımlar yapıyor. Rekabetin en yoğun olduğu alanlar şunlar:

- **Büyük Dil Modelleri ve Chatbotlar:** OpenAI’ nin ChatGPT’ si, Google’ ın Bard’ ı ve Meta’ nın LLaMA modelleri, doğal dil işleme konusunda rekabeti körüklüyor. Özellikle Gemini üzerindeki gelişmeler taşları yerinden oynatmaya aday görünüyor.
- **Otonom Araç Teknolojisi:** Tesla, Waymo ve Baidu gibi şirketler, sürücüsüz araç

pazarında üstünlük sağlamak için büyük yatırımlar yapıyor. Tabii burada henüz ülkelerin yasalarının sürücüsüz araçlarla ilgili hazırlıklı olmadığını ayrıca belirtmek gerekiyor. Sürücüsüz bir araç kaza yaptığında ya da ölümlü bir kazaya sebebiyet verdiğinde bu durumun sorumlusunun kim olacağı ülke yasalarında düzenleme yapmadan bu teknolojilerin hayata geçemeyeceğini gösteriyor.

- **Sağlık Alanında YZ Kullanımı:** IBM Watson, Google DeepMind ve Çinli yapay zekâ girişimleri, tıp alanında hastalık teşhisi ve ilaç keşfi konusunda birbirleriyle yarışıyor. Mikro cerrahi vb. alanlarda da gelecekte yapay zekâ ile desteklenen robotların daha sık kullanılmaya başlayacağı çeşitli teoriler arasında.
- **Finans ve Siber Güvenlik:** Yapay zekâ destekli risk yönetimi ve dolandırıcılık tespiti çözümleri, büyük bankalar ve fintech firmaları arasında kıyasıya bir rekabete neden oluyor. Bu alandaki gelişmeler raporlamaları günler, aylar, haftalar içerisinde değil, dakikalar içerisinde alabilmemizi sağlıyor. Excel gibi uygulamalar da insan temelli olmaktan çıkmaya başlıyor. Daha doğru deyimle insan fonksiyonunun azaldığını söyleyebiliriz. Otomasyon yapay zekâ ile birlikte insanı daha az işe dokunur hale getiriyor.

TEKNOLOJİ DEVLERİNİN YAPAY ZEKÂ YARIŞI

Yapay zekâ yarışında öne çıkan bazı önemli teknoloji şirketleri şunlar:

- **OpenAI:** ChatGPT ve DALL-E gibi yapay zekâ araçları ile dil modelleri ve içerik üretiminde öncü konumda.

- **Google DeepMind:** Yapay zekâ destekli biyoteknoloji ve protein katlama araştırmaları ile bilimsel keşiflere odaklanıyor.
- **Meta:** Metaverse teknolojileriyle yapay zekâyı sanal dünyalarla entegre etmeye çalışıyor.
- **Microsoft:** OpenAI ile stratejik ortaklık kurarak yapay zekâ modellerini iş dünyasına entegre etmeye odaklanıyor.
- **Amazon:** Yapay zekâ destekli lojistik, e-ticaret ve bulut bilişim alanlarında lider konumda.
- **Tesla ve SpaceX:** Otonom araç teknolojisi ve yapay zekâ destekli uzay keşfi projelerinde rekabeti sürüklüyor.

DEEP SEEK VE GETİRDİKLERİ

Deep Seek gibi yeni nesil yapay zekâ projeleri de rekabet ortamına farklı bir boyut kazandırıyor. Büyük veri analizi ve ileri seviye öngörü modelleriyle dikkat çeken Deep Seek, yapay zekâ alanında şu avantajları sunuyor:

- **Gelişmiş Öngörü Modelleri:** Finans, sağlık ve güvenlik alanlarında gelecekteki eğilimleri daha yüksek doğrulukla tahmin edebiliyor.
- **Derin Veri Analizi:** Büyük veri kümelerinden bilinmeyen bağlantıları ortaya çıkararak yeni içgörüler sunuyor.
- **Bilimsel Araştırmalara Katkı:** Yeni ilaç keşiflerinden iklim değişikliği analizlerine kadar birçok alanda yapay zekâ desteği sağlıyor.

GELECEKTE BİZİ NE BEKLİYOR?

Yapay zekâ yarışının geleceği hakkında birçok farklı senaryo öne sürülüyor. Kimileri, yapay zekânın insan hayatını daha konforlu ve verimli hale getireceğine inanırken, bazıları ise etik sorunlar ve ekonomik dengesizlikler yaratabileceği konusunda endişeli. Ancak kesin olan bir şey var ki, yapay zekâ artık yalnızca bir teknoloji

değil; aynı zamanda ülkeler ve şirketler arasında bir güç göstergesi haline geldi.

Bu kısma kadar teknolojik veriyi ve bu alandaki rekabeti sizlere aktarmaya çalıştık. Buradan sonra yapay zekâ alanındaki son gelişmelerin, uzmanlık alanlarımızla ilgili neler ifade edebileceğinden bahsetmek isterim. Bunu yaparken de liderlik boyutunu yorumlamayı tercih ettim.

DEEPSEEK ÇIKIŞI LİDERLERE NEYİ ANLATIYOR?

Öncelikle “DeepSeek’ i ChatGPT nasıl görüyor?” diye ChatGPT’ ye sordum. ChatGPT’ nin soruyu oldukça politik cevaplarla geçiştirmesi dikkat çekici oldu. **ChatGPT’ nin, “Deep Seek de neymiş, biraz anlatsana!” modunda olmasına ne dersiniz?**

Bu yazıyı kaleme aldığımız günlerde ChatGPT gündemdeki rakibini neredeyse yok sayıyor, çok daha az maliyetle rekabet avantajını elinde tutan bir güce karşı bekle ve gör politikası izliyor. Yaşanan durum bana, geçmişte hemen herkesin kullandığı popüler bir telefon üreticisinin hazin gerileyişini hatırlatıyor. Bu yaşanmışlık; bir firmanın rakiplerinin gelişimini görmezden gelmesi, değişim dinamiklerine ayak uyduramaması gibi faktörlerle birlikte pazarının neredeyse tamamına yakını kaybetmesinin mümkün olduğu tezini doğrular nitelikte.

Peki, “Gemini bu esnada durumu nasıl algılıyor?” diye sorduğumuzda da gerçekten etkili bir liderin duruşunu gördüğümüzü ifade edebiliriz. **Gemini, her yapay zekâ modelinin farklı özellikleri olduğunu, yeni oluşumu kendi alanında rakip görmediğini ve DeepSeek’ in yapay zekâ alanının ilerlemesi konusunda değerli bir katkı sağladığını düşünüyor.** Bununla birlikte düşük maliyetli bu teknolojilerin varlığından heyecan duyduğunu, kendisini daha çok geliştirmek ve yenilikçi kalabilmek adına teşvik ettiğini, böylece sürekli gelişimin bir parçası olduğunu ifade ediyor. Anlayacağınız yok saymıyor, popüler kültürün yeni bir parçasını değersizleştiriyor ve gelişim odaklı bir duruş sergiliyor.

Bu marka ve teknolojileri bir beden olarak düşüsek, durum bize değişimi ve gelişimi görmezden gelen bir liderin liderlik çöküşü yaşamasının an meselesi olduğunu anımsatıyor. Yaşanan durum bizlere hayat boyu öğrenme, sürekli gelişim, sürdürülebilirlik kavramlarının öne çıktığı günümüzde; etrafında olan bitene duyarsız kalan, değişime adapte olmakta geciken, “inovasyona imkân mı var!” gibi yalancı itirazlarda bulunan, sürekli gelişimin parçası olmayan bir liderin bir anda düşebileceğini hissettirmiyor mu? Bu bakış açısı, “değişen dünyada neden geleneksel olmamalıyız?” sorusunun cevabına da bir ışık tutuyor olabilir.

Bir liderin değişime direnç göstermesi hem bireysel hem de kurumsal düzeyde olumsuz sonuçlar doğurabilir. Hatta bu bedel, çoğunlukla firmalar tarafından ödenir. Rekabet gücünün zayıflaması, verimsizliğin ve düşük performansın baş göstermesi, çalışanların motivasyonlarının düşmesi, yetenek kaybı, stres ve baskı artışı, itibar kaybı, krize karşı kırılabilirliğin artışı gibi birçok zincirleme reaksiyona neden olabilir. Krizlerden fırsat yaratabilmek için önce olanı kabullenmek ve neyi farklı yapabilirim zihniyetinde kalarak aksiyon almak bir lider olarak yaşamı sürdürmek adına faydalı olabilir.

SONUÇ OLARAK...

Yapay zekâ rekabeti hem teknolojik yenilikleri hızlandırıyor hem de toplumların bu teknolojilere nasıl uyum sağlayacağını şekillendiriyor. Bu rekabet, ekonomik güç dengelerini ve hatta uluslararası politikaları bile etkileyebilir. Önümüzdeki yıllarda, yapay zekânın getireceği yenilikleri ve küresel çapta nasıl bir denge oluşturacağını yakından takip etmek gerekecek. Ve bu takibi yaparken uzmanlık alanlarımıza etkilerini anlamlandırmanın da faydalı olacağını düşünüyorum.

Teknoloji çağında geleceği şekillendiren bu yarışta, kazanan yalnızca şirketler ve ülkeler değil, aynı zamanda yapay zekâyı etik ve bilinçli bir şekilde kullanan toplumlar ve bireyler olacak...

SAĞLIKTA KALİTELİ ÇÖZÜMLER

M
E
D
I
K
A
L

mixta

M
E
D
I
K
A
L

PASLANMAZ ÇELİK HASTANE EKİPMANLARI

18 YILLIK
TECRÜBE

- ✓ STERİLİZASYON
- ✓ AMELİYATHANE
- ✓ MORG & ANATOMİ
- ✓ ENDOSKOPI
- ✓ GENEL HASTANE

MİXTA İLE SAĞLIK SEKTÖRÜNDE KALİTEYİ KEŞFEDİN!

www.mixta.com.tr

BAŞARISIZLIKTAN GÜÇ ALMAK!

Ünlü İrlandalı yazar Samuel Beckett'in en sevdiğim sözüdür: "Yenildin mi? Olsun. Yine dene. Yine yenil. Daha iyi yenil." İnsanın hedeflerinden asla vazgeçmemesi gerektiğini, ona ulaşmak için tükenmek bilmeyen bir irade ile çalışmak zorunda olduğunu anlatır. Yenilgilerin, kayıpların, başarısızlıkların hiçbir zaman yolun sonu olmadığını, sadece yeni şeyler için bir başlangıç olduğunu bir tokat gibi çarpar insanın yüzüne...





ONUR TUĞMAN / Marka ve Pazarlama Danışmanı, Eğitmen

Başarısızlık, çoğu zaman kötü bir şey olarak görülür. İnsanlar, başarısızlıkları kaçınılmaz olarak kötü deneyimler, hayal kırıklığı ve güçsüzlük olarak tanımlar. Ancak nöropazarlama uzmanları, başarısızlıkların aslında markalar için büyük fırsatlar sunduğuna inanır. Beyin, başarısızlıkla başa çıkmayı öğrenirken aynı zamanda yeni stratejiler geliştirir, hatalardan ders alır ve en önemlisi, daha dayanıklı ve güçlü hale gelir. Bu yazımda, markaların başarısızlıkları nasıl fırsata çevirdiğini, bu süreçte algı yönetiminin ve nöropazarlama stratejilerinin nasıl etkili olabileceğini aktaracağım.

BAŞARISIZLIK VE GÜÇ ARASINDAKİ İLİŞKİ: BEYNİN YOLU

Beynimiz, başarısızlıkla karşılaştığında, bu durumu sadece olumsuz bir deneyim olarak kaydetmekle kalmaz; aynı zamanda öğrenmeye yönelik bir fırsat olarak da algılar. Sinirbilimsel olarak, beyindeki nöroplastisite, sürekli olarak öğrenme ve gelişme kapasitemizi ifade eder. Beyin, hatalarla karşılaştığında, yeni bağlantılar kurarak daha verimli çözüm yolları geliştirmeyi öğrenir. Beynin hata yapma ve düzeltme mekanizmaları, markaların bu süreçte aldıkları dersleri daha iyi anlamalarına yardımcı olur.

Nöropazarlama bakış açısına göre,

markalar beynin öğrenme sürecini doğru şekilde yönlendirebilir. İyi yönetilen başarısızlıklar, markaların kendilerini daha iyi tanımalarına, stratejilerini gözden geçirmelerine, müşteri taleplerini daha iyi anlamalarına ve daha güçlü bir müşteri bağı oluşturmalarına olanak tanır. Bu sürecin yönetilmesi, markanın gelecekteki başarısı için kritik öneme sahiptir.

MARKA YARATIM SÜRECİ VE BAŞARISIZLIKLARIN ROLÜ

Başarılı bir marka yaratma süreci, yalnızca doğru stratejiler oluşturmakla ilgili değildir; aynı zamanda stratejilerinizi uygularken karşılaştığınız zorlukları ve başarısızlıkları nasıl yönetebileceğinizle ilgilidir. Başarısızlıklar, markaların büyümesini engelleyen faktörler değil, onları yeniden şekillendiren fırsatlardır. Marka yaratımı, çevikliği ve esnekliği gerektirir; çünkü pazar koşulları sürekli değişir ve her markanın bu değişikliklere uyum sağlaması gerekir.

Apple, Microsoft ve Amazon gibi bugün dünyadaki en kârlı şirketlerin kurucularının öğrendikleri arasında en önemli konu başlığı sizce ne olabilir? Tabii ki başarısızlık. Dünyanın en başarılı insanları ve firmaları dahi olağanüstü ölçüde başarısızlığı deneyimlemiş kişilerdir. Şimdi hadi bu başarısızlık hikayelerini biraz hatırlayalım...

Nike ve "Just Do It"

Nike, 1980'lerde spor giyim markası olarak henüz dünya çapında bir tanınmışlığa sahip değildi. Ancak markanın büyüme yolculuğunda önemli bir başarısızlık yaşandı: İlk reklam kampanyaları beklenen etkiyi yaratmadı. Nike, bunu bir fırsata çevirdi. **"Just Do It"** sloganı, markanın başarısızlıklarından ders çıkararak doğru algıyı yaratmak için kullanılan temel bir strateji haline geldi. Bu slogan, başarısızlıkları geride bırakıp, kişisel mücadele ve başarıyı ön plana çıkararak büyük bir

pazarlama başarısına dönüştü.

Apple'ın Başlangıç Hikayesi

Apple, 1980'lerin sonunda ve 1990'ların başında büyük zorluklar yaşadı. Firmanın pek çok ürünü satılmadı ve pazar payı azaldı. Kendisinin de 2005 yılında dediği gibi, o zaman farkında olmasa da Apple'dan kovulmanın başına gelebilecek en iyi şey olduğu ortaya çıktı. Steve Jobs'un geri dönmesi ve Apple'ın yeniden markalaşması, bu başarısızlıkların nasıl fırsata dönüştüğünü gösterdi. Başarısızlıklar, Apple'ın yenilikçi ve müşteri odaklı stratejiler geliştirmesini sağladı. Bugün Apple, dünya çapında tanınan bir teknoloji devi ve müşteri algısı oldukça güçlü bir marka oldu.

Amazon'un Başarısız Girişimleri

1994 yılında dünyanın en büyük e-ticaret devi olan Amazon'u kuran Jeff Bezos, bu girişime Seattle'daki evinin garajında başladı. Time dergisine verdiği bir röportajda, o zamanlar Amazon'un başarılı olmasına %30 şans verdiğini söyleyen Bezos'un kurduğu Amazon'un bugünkü değeri 2 trilyon doları aşmış halde. Böylesine akıl almaz bir servetin sahibi olan Jeff Bezos'un bile pek çok başarısız girişimi var. Örneğin, 2014 yılında Amazon, kendi üretimi akıllı telefon Amazon Fire Phone'u tanıttı; ancak telefonun fiyatı 2 ay içinde 199 dolardan tam 99 cent'e düştü. Bu girişim Bezos'a 170 milyon dolar zarar ettirdi. Peki Bezos ne dedi: "Bence bunu büyük bir başarısızlık olarak görüyorsanız, sizi uyarayım: Şu an daha büyük başarısızlıklar üzerinde çalışıyoruz."

BAŞARISIZLIKLARIN ÖĞRETTİKLERİ: DEĞİŞİM, YENİLİK VE ADAPTASYON

Yapılan son araştırmalara göre, girişimlerin %90'ı çeşitli sebepler yüzünden başarısızlığa sürükleniyor. **Hemen hemen her sektörde birinci yılını dolduran girişimlerde ortalama başarısızlık oranının %10 olduğu belirtiliyor.**



İkinci ve beşinci yılları arasında bulunan girişimlerin %70'inin de başarısız olma ihtimalinin yüksek olduğu vurgulanıyor. Şimdi, bu istatistiklere sağlık sektörü üzerinden odaklanarak girişimlerin başarısız olmasına yol açabilen nedenlerine bakalım:

Pazar ihtiyacını doğru tespit edememek, sağlık girişimlerinin negatif hikayelere sahip olmasına yol açıyor. Pek çok girişim, potansiyel kullanıcıların ihtiyaçlarını tespit etmekte ve bu ihtiyaçlara yönelik çözümler geliştirmekte sıkıntı yaşıyor. Bu durum da genellikle düzgün bir pazar araştırması yürütülmemesine ve hedef kitlenin doğru belirlenmemesine dayanıyor. Girişimlerin hedefler doğrultusunda ilerleyebilmesi için bir noktaya kadar düzenli olarak yatırım alması gerekiyor. Alınan yatırımların düzgün bir şekilde yönetilememesi de girişimlerin başarısız olmasına yol açıyor. Pek çok girişim ya yanlış bütçe yöntemi ya da yeterli finansman sağlayamama yüzünden sağlık pazarından siliniyor. Bu

yüzden, yüksek yanılma oranının ve çeşitli finansman sorunlarının girişim stratejisinin belirlenmesinden önce göz önünde bulundurulması gerekiyor. Sağlık sektörü, sıkı düzenlemelere tabi olduğu için düzenleyici ve yasal zorluklar bazı girişimlerin yollarına devam edememesine yol açabiliyor. Bu zorlukların başında da piyasa öncesi alınması gereken izinler ve karmaşık yasalar yer alıyor. Buna ek olarak, yanlış teknoloji seçimi, yetersiz ürün geliştirme süreçleri ve gerekli uzmanlığa sahip olmayan ekip üyeleri ve liderler de sektördeki girişimlerin başarısızlığa uğramasına neden olabiliyor.

Başarısızlıklar, markaların kendilerini yeniden yapılandırmalarına ve değiştirmelerine yardımcı olur. Sağlık sektöründe bu değişim, her şeyden önce müşteri ihtiyaçlarına yönelik yenilikçi çözümler sunmak ve hızla değişen pazar koşullarına uyum sağlamak anlamına gelir. Markalar, başarısızlıkları birer fırsat olarak görmeli ve bu süreçleri öğrenme, gelişme ve dönüşüm için

kullanmalıdır.

Başarısızlıklar, markaların algı yönetimi stratejilerini yeniden gözden geçirmeleri ve geliştirmeleri için büyük fırsatlar yaratır. Sağlık sektöründeki markalar, ürün ve hizmet sunumlarını yaparken müşterilerinin ne düşündüğünü ve hissettiğini doğru anlayabilmelidirler. Başarısızlıklar, bu müşteri algısını doğru bir şekilde analiz etmeyi ve anlamayı sağlayacak kıymetli veriler sunar. Algıyı yönetmek, sadece müşterilerin ne düşündüğünü şekillendirmekle ilgili değil, aynı zamanda markanın onlara ne hissettirdiğini belirlemekle de ilgilidir. Sağlık sektöründeki bazı markaların başarısızlık öykülerine de bir göz atalım:

Johnson & Johnson ve Kriz Yönetimi

Johnson & Johnson, 1982 yılında "Tylenol" adlı ilaç markasında büyük bir krizle karşılaştı. Bu kriz, bazı ürünlerin zehirli olduğu iddiaları üzerine patlak verdi. Ancak şirket, bu başarısızlık karşısında son

derece şeffaf ve duyarlı bir yaklaşım sergileyerek güven inşa etti. Marka, bir yandan halkı bilgilendirirken, diğer yandan müşterilere güvence vermek adına radikal bir adım attı. Bu kriz sırasında yapılan algı yönetimi çalışmaları, şirketin markasını yeniden güçlü bir şekilde inşa etti. Bugün Johnson & Johnson, güvenilir sağlık markaları arasında yer alıyor.

Fitbit ve Sağlık Takip Ürünleri
Fitbit, başlangıçta sadece bir sağlık takip cihazı olarak piyasaya sürüldü. Ancak pazarda büyük bir başarısızlık yaşandı, çünkü hedef kitlenin ihtiyaçları tam olarak anlaşılammıştı. Fitbit bu süreçte, sağlık ve fitness konusunda yalnızca veri toplamaktan daha fazlasını sunması gerektiğini fark etti. Yeni ürünler, kullanıcılarının psikolojik ihtiyaçlarına hitap eden özellikler taşıyarak, markanın sağlık sektörü içindeki yerini sağlamlaştırdı. Fitbit, değişim ve yenilikle başarısızlıklarını fırsata çevirdi ve sonuç olarak pazarda güçlü bir konum kazandı.

SAĞLIK SEKTÖRÜNDE NÖROPAZARLAMININ YERİ VE ÖNEMİ

Sağlık sektöründeki markalar için başarısızlıklar, genellikle tüketicilerin değişen ihtiyaçları ve beklentileri doğrultusunda strateji geliştirme fırsatları sunar. Başarısızlıkları öğrenme ve gelişim için bir fırsat olarak görmek, markaların hızla adapte olmasını ve rekabetçi piyasada sağlam bir yer edinmelerini sağlar. Sağlık sektörü, bazen zorluklarla dolu olabilir; ancak bu zorluklar markaların daha güçlü, daha dirençli ve daha yenilikçi hale gelmesini sağlayabilir. Bu anlamda nöropazarlama, markaların başarısızlıkları nasıl dönüştürebileceğine dair önemli ipuçları sunar.

Sağlık sektöründeki pazarlama

SAĞLIK SEKTÖRÜNDE BAŞARILI MARKA OLMANIN TEMEL ADIMLARI VE ÖNERİLER

Sağlık sektöründe başarılı bir marka yaratmak; doğru stratejiler, yenilikçi ürünler ve etkili algı yönetimi gerektirir. Nöropazarlama perspektifinden bakıldığında, markaların gelişim süreçlerinde karşılaştıkları başarısızlıkları nasıl fırsata çevirebileceğine dair temel adımlar şu şekilde sıralanabilir:

1. Algıyı Anlamak ve Yönetmek: Markaların en önemli görevlerinden biri, müşteri algısını yönetmektir. Bu, ürünlerin işlevsel faydalarından öte, tüketicilerin bu ürünlerle nasıl hissettiklerini anlamak anlamına gelir. Markaların algıyı yönlendirmek için nöropazarlama tekniklerini kullanması, tüketicilerin kararlarını etkilemenin anahtar yoludur.

2. Başarısızlıkları Öğrenme Fırsatları Olarak Değerlendirmek: Markalar, başarısızlıkları birer kayıp olarak görmek yerine, bunları değerli öğrenme fırsatları olarak kabul etmelidir. Her başarısızlık, pazara dair önemli bilgiler ve stratejilerin gözden geçirilmesi için bir şanstır.

3. Müşteri Deneyimini Geliştirmek: Müşteri deneyimi, sağlık sektöründe güçlü bir marka oluşturmanın temel taşlarından biridir. Nöropazarlama, markaların müşteri algılarını şekillendiren psikolojik faktörleri anlamalarına yardımcı olur ve müşteri deneyimini kişiselleştirmelerini sağlar.

4. Sağlık Hizmetleri İçin Duygusal Bağlar Kurmak: Sağlık sektörü, ürün ve hizmetlerin işlevsel faydalarından çok, duygusal bağ kurma potansiyeline sahiptir. Sağlık markaları, yalnızca ürün satmak değil, aynı zamanda güven, huzur ve sağlık vaadiyle müşterileriyle güçlü duygusal bağlar kurmalıdır.

5. İnovasyona ve Değişime Açık Olmak: Sağlık sektöründeki markalar, yalnızca güncel ihtiyaçları karşılamakla kalmamalı, aynı zamanda yenilikçi çözümler ve hizmetler sunmalıdır. Bu, markanın piyasada ayakta kalabilmesi ve başarılı olabilmesi için kritik bir adımdır.

6. Kriz Yönetimi ve İletişimde Şeffaflık: Sağlık sektörü, kritik hata ve krizlerin ciddi etkiler yaratabileceği bir sektördür. Markaların, kriz anlarında şeffaf ve çözüm odaklı bir yaklaşım benimsemeleri hem güven kazanmalarını hem de başarısızlıkları fırsata çevirmelerini sağlar.

7. Sağlık Alanındaki Rekabete Yenilikçi Yöntemlerle Katılmak: Rekabetin yoğun olduğu sağlık sektöründe, markalar sadece farklı ürünler sunmakla yetinmemeli, aynı zamanda pazarda fark yaratacak yenilikçi çözümler geliştirmelidir. Bu, markanın sektördeki yerini sağlamlaştırmasına yardımcı olur.

8. Sağlık Eğitimine Yatırım Yapmak: Markalar, sağlık sektörü ile ilgili bilinçli bir kitle yaratmak için eğitim ve bilgi paylaşımlarına önem vermelidir. Müşterilerin bilinçli ve sağlıklı kararlar alabilmesi için eğitilmiş olmaları gerekir.

9. Güçlü Bir Dijital Varlık Oluşturmak: Günümüz dünyasında dijital pazarlama ve online varlık, sağlık markalarının başarısı için önemli bir faktördür. Dijital pazarlama stratejileriyle hedef kitleye ulaşmak ve marka bilinirliğini artırmak kritik önemdedir.

10. Sabırlı ve Azimli Olmak: Başarı, genellikle bir gecede elde edilmez. Sağlık sektörü gibi zorlu pazarlarda, sabır ve azim, başarıya giden yolda önemli bir rol oynar. Markalar, hedeflerine ulaşmak için uzun vadeli stratejiler geliştirmeli ve bu yolda başarısızlıklardan ders almalıdır.



faaliyetlerinde nöropazarlama, markaların doğru mesajı doğru şekilde iletmelerini sağlayacak güçlü bir araçtır. Nöropazarlama, beyin ve davranış bilimleri alanındaki verileri kullanarak markaların tüketici zihnine hitap etmelerini sağlar. Sağlık markaları, nöropazarlama tekniklerini kullanarak, insanların duygusal ve bilinçdışı tepkilerini anlamaya ve bu tepkilere göre stratejiler geliştirmeye çalışmalıdır.

- **Tüketici Psikolojisi ve Beyin Dalgaları:** Beynimiz, bir sağlık markası ile olan etkileşimlerinde farklı beyin dalgaları üretir. Bir sağlık markasının, tüketicinin psikolojik ve duygusal durumu üzerinde olumlu etkiler yaratacak stratejiler geliştirmesi gereklidir. Bu, onların bilinçaltına hitap eden mesajlarla sağlanabilir. Örneğin, güven ve rahatlama duygusu oluşturmak için nöropazarlama tekniklerinden faydalanılabilir.
- **Duygusal Bağlar Kurmak:** Sağlık markalarının en güçlü yönlerinden biri, müşteriyle duygusal bağ kurabilmeleridir. Nöropazarlama, markaların bu bağları nasıl kuracaklarını anlamalarına yardımcı olur. Beynin, markalarla olan etkileşimlerde duygusal yanıtlar

üretmesini sağlayacak stratejilerle, markalar daha güçlü bir bağ oluşturabilir. Bu bağ, sağlık markalarının sadık bir müşteri kitlesi yaratmasına olanak tanır.

- **Reklam ve İletişimde Doğru Renk ve Şekil Seçimi:**

Nöropazarlama, renklerin, şekillerin ve diğer görsel öğelerin beyin üzerindeki etkilerini inceler. Sağlık sektöründeki markalar için doğru renk ve şekil kullanımı oldukça önemlidir. Sağlık ve güven duygusu uyandıran mavi ve yeşil gibi renkler, markaların tüketiciye güven verdiği izlenimini yaratabilir. Ayrıca, estetik açıdan hoş ve dikkat çekici görseller, markanın hatırlanabilirliğini artırır.

Nöropazarlama, özellikle insan beyninin nasıl kararlar aldığı ve bu kararları etkileyen bilinçdışı faktörler üzerinde derinlemesine bir anlayış geliştirerek markaların stratejilerini geliştirir. Bir sağlık markası, hedef kitlesine ulaşmak için sadece ürünü satmaya çalışmakla kalmayıp aynı zamanda onların duygusal ihtiyaçlarını ve bilinçaltındaki dürtülerini de anlamalıdır. Bu noktada başarısızlıklar, doğru stratejilerle yeniden şekillendirilebilir. ("Tüketicinin Beynine Yolculuk"

başlıklı yazımızda bu konuya detaylı olarak değinmiştik.)

BAŞARISIZLIKLAR, BAŞARIYA GİDEN YOLDA BİZE GÜÇ VERİR

Sağlık sektöründe başarılı bir marka yaratmak, yalnızca iyi bir ürün ya da hizmet sunmakla sınırlı değildir. Başarısızlıklar, markaların gelişmesi, yenilikçi çözümler üretmesi ve hedef kitlelerine daha derinlemesine hitap etmeleri için önemli fırsatlar sunar. Nöropazarlama teknikleri, markaların bu süreçleri doğru şekilde yönetmelerine yardımcı olur. Tüketici algısını yönetmek, duygusal bağ kurmak ve krizleri fırsata çevirmek, markaların sağlıklı ve sürdürülebilir bir başarı elde etmelerini sağlar.

Tıpkı eski bir çin atasözünde olduğu gibi: "Hayat, yapılan planların suya düşmesinden başka bir şey değildir." Sağlık sektöründeki markalar, nöropazarlama ve algı yönetimini etkili bir şekilde kullanarak hem mevcut başarısızlıklarını dönüştürebilir hem de gelecekteki fırsatlar için sağlam bir temel oluşturabilirler. Başarı, yalnızca doğru stratejilerle değil, aynı zamanda değişim ve gelişim süreçlerinin doğru yönetimiyle mümkün olacaktır.

SAĞLIKTA İLERİ TEKNOLOJİ Çözümleri



*Single-Use Ureteroscope
Single-Use Cystoscope*



Medical Tablet

- Portable touch-screen tablet recording
- Photo and video
- Excellent image
- File transfer by USB en
- 8 hours battery available endurance
- External monitor

“ Sağlık ve Teknoloji Arasında Köprü ”

Yüksek kalite ürünlerimiz ve deneyimli ekibimiz ile
sağlık sektöründe çözüm ortağınız.

TEMMEDİKAL

Tem Teknik Elektronik Medikal San. ve Tic. Ltd. Şti.

Cerrahpaşa Mahallesi, Etyemez Tekkesi Sokak Merih İş Merkezi No:45/116 Fatih - İstanbul

+90 212 632 7277 | info@tem-medikal.com | www.tem-medikal.com



PERFORMANS YÖNETİMİNDE OKR ÇAĞI!

Büyük değişimler artık kapımızda değil, pandemi ile birlikte çoktan içerideler! Performans yönetimi de bu değişimden nasibini aldı. Aslında performans ve hedef belirleme süreçleri bir süredir bir değişim süreci içindeydi de, son dönemde bu süreç iyice hızlandı diyebiliriz. Yılda 1 ya da 2 kez görüşme, sınırlı geri bildirim ve notun odak olduğu modeller artık tarihe karışıyor! Performans yönetiminde hangi trendler öne çıkıyor, gelin birlikte değerlendirelim.





ÖZNUK SELÇUK
İK Danışmanı & PCC Koç

Küçük bir Karınca her sabah erkenden işine gelir ve neşe içinde çalışmaya başlardı. Patronu Aslan, Karınca'nın başında yöneticisi olmadan kendiliğinden bu kadar hevesle çalışmasına çok şaşırırdı. Bir gün aklına parlak bir fikir geldi. Eğer Karınca, başında bir yönetici bile olmadan bu kadar performans gösterebiliyorsa, bir de başında başarılı bir yöneticisi olsa neler yapar diye düşündü. Bunun üzerine Aslan, müthiş bir yöneticilik kariyeri olan Hamamböceği'ni işe aldı. Hamamböceği'nin elbette raporlarını düzenleyecek bir sekretere ihtiyacı olacaktı. Bu nedenle hem telefon trafiğini yönetmek hem de arşiv işleri için Örümcek işe alındı. Aslan, gelişmelerden çok memnundu. Hamamböceği'nin hazırladığı raporlar gerçekten harikaydı. Daha iyi raporları üretebilmek için bir bilgi işlem departmanı oluşturmanın zamanı gelmişti. Bu işleri idare etmek için bu kez de Sinek işe alındı. Aslan, Karınca'nın bölümünü daha da büyütmek üzere bir üst yöneticiye ihtiyaç olduğunu düşündü. Ve bölüm başkanı olarak başarıları ile ünlü Ağustosböceği'ni işe aldı. Onun da kişisel bir yardımcıya ihtiyacı vardı tabii...Karınca'nın bölümünde olup bitenleri gözden geçiren Aslan, işlerin hiç de iyi gitmediğini fark etti. Acil önlem alması gerekmekteydi; bu kez de son derece itibarlı ve tanınmış bir Danışman olan Baykuş'u sorunu çözmesi için işe aldı. Baykuş, Karınca'nın departmanında üç ay geçirdi. Bu hummalı çalışmanın ardından muhteşem bir rapor hazırladı. Raporunda kısaca şu yazılıydı: "Departmanda aşırı istihdam var." Aslan, raporu inceledikten sonra dramatik bir karar verdi ve Karınca'yı işten çıkardı.

Nasıl tanıdık bir hikâye değil mi? Herhangi bir kuruma gidip bir yönetici ya da lidere, en iyi çalışanlarının kimler olduğunu sorsanız ve seçimlerini sağlam bulgular veya verilerle kanıtlamalarını istesiniz muhtemelen diş dokunur bir cevap alamazsınız. Çünkü öncelikle gerçek ve anlamlı performansın ne olduğu belirlenmeli ve kurumun yüksek seviye hedefleriyle ilişkilendirilmelidir. Bu birey olarak çalışanlardan ekiplere ve tüm şirkete uzanan bir yelpazede performans metrikleri oluşturmak anlamına gelir. Peki siz performansı neye ve kime göre belirlemektesiniz?

DÜNDEDEN BUGÜNE DEĞİŞEN DİNAMİKLER

Aslında işletmeler yüzyıllardır bireylerin performansını yönetiyor. İnsan kaynağının bol olduğu dönemlerde odak noktası; hangi insanların ayrılacağına, hangilerinin elde tutulacağına ve hangilerinin ödüllendirileceğine dairdi ve bu amaçlar için geleneksel performans değerlendirme sistemleri işe yarayabilirdi. Ancak insan kaynağının kıt olduğu günümüzde; gelişim ön plana çıkmaya başladı ve organizasyonlar bu ihtiyacı karşılamanın yeni yollarını aramaya başladılar.

Performans yönetiminin geçmişi 1920'lere, Henry Ford'a kadar uzanıyor. Fakat ilk resmileşmiş modellerden biri Birinci ve İkinci Dünya Savaşları sırasında ordu savaş stratejileri belirlenirken, her üyenin güçlü yönlerini ve yeteneklerini anlamaya ihtiyaç duyulduğunda başladı. Yüzyılın ortalarında, performans değerlendirmeleri işletmeler tarafından bireysel çalışanların performansını derecelendirmek ve ödül vermek için kullanılıyordu. 1960'larda, odak noktası çalışan gelişimine kaymaya başladı; bir çalışan ve yöneticisi arasında performansı gözden geçirmek ve çalışanların kariyerinde ilerlemesine yardımcı olmak için görüşmeler yapılarak sürece devam edildi. 1990'lara gelindiğinde geleneksel performans değerlendirme sürecini ve onunla ilgili herhangi bir şeyi terk etmek çok da mümkün değildi. Ancak teknoloji

ilerleyip iş yapış şekillerini değiştirdiği için, performans yönetim süreci de yenilenmek zorunda kaldı. 2000'lerin başında iş dünyasına giren OKR, Intel'de doğup Google'da olgunlaştı. Son yıllarda ise hızla yaygınlaşıyor. 2020'lere geldiğimizde, pandemi sebebiyle şirketler uzaktan çalışmaya başlayınca pek çok yeni ihtiyaç ortaya çıktı. Artık günceli yakalayan, insan odaklı hem çalışan hem işveren dostu performans yönetimine daha fazla talep olduğunu söyleyebiliriz.

PERFORMANS ÖLÇÜMÜNDE YAKLAŞIMLAR

Her organizasyonun doğası farklıdır ve kendine özgü performans hedefleri vardır. İşte tam da bu noktada tüm çalışanların kuruluşun hedefinin ne olduğunu bilmesi önemlidir. Çalışanlar, ancak o zaman çabalarını organizasyonun amacı ile uyumlu hale getirebilirler.

Performans ölçümünde en yaygın yaklaşım, çalışanın kendisi veya yöneticisi tarafından yapılan öznel değerlendirmelerdir. Geleneksel olarak bu; ileriye dönük bir strateji olup geriye dönük görüşe dayanmaktadır. **Genelde çalışanların kendilerine verdikleri puanlar ve yöneticilerin verdikleri puanlar arasındaki korelasyon sadece 0.22'dir ki bu da ikisi arasında yalnızca yüzde 4'lük bir uyum olduğu anlamına gelir.**

Doğal olarak, çalışanlar performans konusunda yöneticilerinin bakış açılarını öğrendiğinde ve benzer şekilde yöneticiler de çalışanların kendi performansları hakkında nasıl düşündüğünü öğrendiğinde şaşırırlar. Öznel değerlendirmeler, bir ekibin veya bireyin gerçek ve bütüncül performansının küçük bir kısmını yansıtabilir. Üzerine anlaşılmış OKR'lar ve KPI'lar olmadığında performans değerlendirmesi politik, duygusal ve yanlılığa açık hale gelebilir. Oysa içgüdülerimize güvenerek performansı ölçemeyiz.

Yeni nesil performans süreçlerini tasarlarlarken; sürekli bir geri bildirim kültürü, yaşayan / esnek hedefler, kısa vadeli ölçümleme, güçlü alanlara daha çok odaklanma, çalışanın geliri üzerindeki etkinin giderek azalması gibi trendler daha çok

öne çıkmaktadır. Araştırmalara göre, sadece yıllık değerlendirmeler gibi modası geçmiş prosedürler çalışanların motivasyon ve bağlılığını da azaltabilir. Yine de pek çok şirket hala modası geçmiş süreçleri kullanmaya devam etmekte...

Geleneksel ve yeni yaklaşımlar arasındaki gerilim, insanları nasıl yönetmek gerektiğine dair bir tartışmadan kaynaklanıyor olabilir mi? Mesela çalışanları işe aldığımızda "istediğiniz çalışanı" alabiliyor musunuz? Çalışanlar geliştirilebilir / değiştirilebilir mi? Güçlü çalışanları parayla motive edip zayıf olanlardan kurtulmalı mısınız? Ya da etkili bir koçluk, kişisel / iş gelişimi gibi soyut ödüller ile insanların performansını etkileyebilir misiniz? Ne dersiniz?

PERFORMANS YÖNETİMİ VE PERFORMANS DEĞERLEME AYNI ŞEY DEĞİLDİR

Performans yönetimi ve performans değerlendirme, iş dünyasının vazgeçilmez unsurlarındandır. Bu iki kavram, sıklıkla birbirine karıştırılabilir; fakat her birinin iş dünyasındaki amacı, fonksiyonu ve kullanış şekli farklıdır. Performans değerlendirme periyodik bir değerlendirme sürecidir, performans yönetimi ise devam eden bütünsel bir süreçtir. İlki geçmiş performansını değerlendirmeye odaklanırken, ikincisi sürekli iyileştirme için gelecekteki performansını proaktif bir şekilde yönetmeye odaklanır.

PERFORMANS DEĞERLENDİRME NEDİR?

Performans değerlendirme; çalışanın belirli bir dönemdeki performansını ölçmek, onun güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek ve gelecekteki gelişim fırsatlarını tanımlamaktır. Performans yönetimine göre daha spesifik ve dönemsel bir yaklaşıma sahiptir. Daha çok geçmişe ve belirli bir döneme odaklıdır. Genellikle yıllık olarak belirli zaman dilimlerinde yapılır. Çalışanın performansını belgeler, ödüllendirme veya



terfi gibi sonuçları olabilir. Peki, performans değerlendirme yöntemleri nelerdir?

YETKİNLİK BAZLI PERFORMANS DEĞERLENDİRME

Yetkinlik kavramı, bireylerin bilgi, tutum ve becerilerini yansıtan davranışlardır. İşletmenin sahip olduğu insan kaynağının doğru ve adil performans değerlendirme yöntemleri ile değerlendirilmesi, yüksek performans gösteren çalışanları ayırt edebilmesi, ödüllendirebilmesi, eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi ve gelişiminin izlenmesi için **yetkinlik bazlı performans değerlendirme sistemi** kullanılmaktadır. Yetkinlik bazlı ölçüm yapılırken personellerin rolleri analiz edilerek belirlenmeli; teknik, davranışsal ve temel yetkinlikleri ölçümlenmelidir.

Yetkinlikleri Belirlerken Dikkat Edilmesi Gerekenler?

- İşletmenin vizyon, misyon ve stratejileri göz önüne alınmalıdır.
- Tüm personel tarafından anlaşılır

şekilde tanımlanmalıdır.

- Görev tanımı ile karıştırılmamalı, mükemmel davranışa odaklanmalıdır.
- Her pozisyon için ortak ve farklı yetkinlikler belirlenmelidir.

HEDEF BAZLI PERFORMANS DEĞERLENDİRME

Hedef bazlı performans değerlendirme personelin sayısal hedeflerinin belirlenmesi, ölçülmesi ve takip edilmesi süreçlerinden oluşur. Ölçülebilir hedefler kullanan işletmelerin en çok tercih ettiği modeldir. Tek başına veya yetkinlik bazlı performans modeliyle birlikte uygulanabilir.

Hedefler Belirlenirken Dikkat Edilmesi Gerekenler?

Hedefler belirlenirken spesifik, ölçülebilir, ulaşılabilir, ilgili ve zaman sınırlı (S.M.A.R.T) kriterleri aranmalıdır.

- **Spesifik:** Hedefler anlaşılır ve net olmalı.
- **Ölçülebilir:** Sayısal bir veriye dayanmalı.



- **Ulaşılabilir:** Gerçekçi ve elde edilebilir olmalı.
- **İlgili:** Hedefler doğru kişiye tanımlanmalı.
- **Zaman Sınırlı:** Tamamlanması gereken tarih belirlenmeli.

PERFORMANS DEĞERLENDİRME ÖLÇEĞİ GELİŞTİRME

Performans değerlendirme ölçeğini geliştirirken, ölçeğin objektif, adil ve çalışan için faydalı olmasına dikkat etmek önemlidir. Ölçek, çalışanların performanslarını doğru bir şekilde değerlendirmeye yardımcı olacak ve onlara gelişmek için gerekli bilgileri sağlayacak şekilde tasarlanmalıdır.

Bireysel performans metrikleri tanımlandıktan sonraki zorlu problem, finansal olarak gelir, kâr, ciro, büyüme ve inovasyon gibi işlere bağlı bir KPI oluşturmaktır. Bunun için kurumlar nicel ve nitel KPI'ları tanımlamalı ve bunlar CEO'dan tüm çalışanlara kadar kurumdaki neredeyse herkesi kapsamalı. Çalışanların rolleri, ekipleri ve bölümleri için önemli olan metrikler ve bunların ilgili gruplarda önemli olarak görülen sonuçlarla nasıl ilişkili

olduğu tanımlanmalı. Sonrasında bu metrikleri sürekli olarak ölçmek ve kurum çapında geribildirim sağlamak için uygun araçlar kullanılmalı.

Performans değerlendirme ölçeğini geliştirmek için aşağıdaki adımları takip edebilirsiniz.

1. **Hedeflerini belirleyin.** Ölçek, çalışanın performansını neye göre değerlendirecektir?
2. **Kapsamını belirleyin.** Ölçek, çalışanın performansını hangi alanlarda değerlendirecektir?
3. **Kriterlerini belirleyin.** Çalışan performansı hangi kriterler üzerinden değerlendirilecektir?
4. **Ağırlıklarını belirleyin.** Her bir kriter performans değerlendirmesinde ne kadar ağırlık taşıyacaktır?
5. **Formatını belirleyin.** Ölçek, sayısal, sözel veya karma bir formatta olabilir. Örneğin:

90 Derece: En temel değerlendirme yöntemidir. Çalışanın performansı yalnızca kendisinin yaptığı özdeğerlendirme ile sınırlıdır. Genellikle kişisel gelişim raporları için kullanılır.

180 Derece: Küçük ekipler veya hiyerarşik yapıların net olduğu şirketler için idealdir. Yöneticinin çalışanı değerlendirdiği klasik performans görüşmesi yaklaşımıdır.

270 Derece: Ekip içi dinamikleri anlamak isteyen organizasyonlar için uygundur. Yönetici ve iş arkadaşlarının geri bildirimini içerir.

360 Derece: Kapsamlı ve çok yönlü değerlendirme arayan şirketler için en detaylı yaklaşımdır. Yönetici, iş arkadaşları, astlar ve bazen müşterilerden geri bildirim alınır.

PERFORMANS YÖNETİMİ NEDİR?

Performans değerlendirme anlaşıldıysa gelelim performans yönetimine... Performans yönetimi; çalışanın potansiyelini maksimize etmek, onun sürekli gelişimini sağlamak ve organizasyonun

hedeflerine ulaşmasına katkıda bulunmaktır. Sürekli ve devam eden bir süreçtir. Çünkü sürekli gelişim ve ilerlemeyi hedefler, bu yüzden de geleceğe odaklıdır. Çalışanın motivasyonunu artırabilir, gelişimine destek olur ve onunla sürekli iletişimde kalır. Bütünsel bir yaklaşıma sahip olduğu söylenilebilir.

OKR'İ PERFORMANS YÖNETİMİNE NASIL DAHİL EDERİZ?

Günümüzde, birçok şirket performans yönetiminde “**hedef yönetimi**” yaklaşımını benimsemekte ve bu yaklaşımın bir türü olan “**OKR**” lar da popüler bir seçenek haline gelmektedir.

OKR, hedeflerin açık ve ölçülebilir bir şekilde belirlenmesi ve çalışanların bu hedeflere ulaşmak için belirli eylemler alması gerektiği bir sistemdir. (Bir önceki sayıdaki yazımıza bakabilirsiniz) Hedefler ve anahtar sonuçlar, yöneticilerin bire bir görüşmelerini yapılandırmasına ve çalışan performansını en üst düzeye çıkarmasına yardımcı olabilen bir hedef belirleme çerçevesidir. Bu bağlamda OKR metodolojisi, birçok modern organizasyon tarafından kullanılan etkili bir performans yönetimi aracı olmuştur. OKR, doğrudan performans değerlendirme aracı olarak kullanılırsa sadece sonuç odaklı bir anlayışla hareket etmeye neden olabilir. Oysaki bir örgütün başarısında sadece ulaşılan sonuçları değil, çalışanların potansiyelini, geleceğe yönelik hedeflere katkılarını, kurumsal değerlere uygun hareket edip etmediklerini de dikkate almak gerekir.

OKR metoduna göre çeyrek bazlı olarak hedefler belirlenmişse, her çeyrek sonunda personel ve yönetici bir araya gelerek görüşme gerçekleştirmelidir. OKR'ların klasik performans sisteminden daha sık periyotlarla gözden geçiriliyor olmaları, hedefler üzerinde değişiklik yapılmasına ve iyileştirici tedbirlerin daha hızlı şekilde alınmasına

dolayısıyla esnekliğe imkân tanımaktadır. Klasik performans görüşmelerinde yetkinlikler ve hedefler üzerinde durulurken, OKR görüşmelerinde geri bildirim direkt sonuçlar üzerinden verileceği için nettir. OKR, takım çalışmasını teşvik etmek için de kullanılır. Takım üyeleri, belirlenen hedeflere ulaşmak için birlikte çalışır ve bu hedeflere ulaşmak için alınacak önlemleri belirlerler. OKR metodolojisini benimsemek, başlı başına bir kültür değişimi anlamına gelir. Bu değişim için, mümkünse bir danışman ile kurumun kültürel yapısını beraber analiz etmenizi öneririm. Çünkü tüm çalışanların ve yöneticilerin katılması gereken performans yönetimi değişiminde, kuruma özel OKR'lerin nasıl belirleneceği çok önemli. Daha ölçülebilir, takip edilebilir ve geribildirim kültürüne odaklı bir yapı oluşturmak için kapsamlı bir hazırlık şart.

ETKİLİ BİR PERFORMANS YÖNETİMİ SİSTEMİ TASARLAMA

Etkili bir performans yönetimi sistemi tasarlamak için şu adımları izleyebilirsiniz:

1. **Hedef Belirleme:** Performans yönetiminde OKR kullanmak için ilk adım, hedefleri belirlemektir. Hedefler, işletmenizin genel hedeflerine uygun olarak belirlenmelidir. Bu hedefler, bir iş yılının başında belirlenir ve iş yılı boyunca takip edilir.
2. **Anahtar Sonuçların Belirlenmesi:** Hedefler belirlendikten sonra, bu hedeflere ulaşmak için alınacak önlemleri içeren anahtar sonuçlar belirlenmelidir. Anahtar sonuçlar, ölçülebilir ve hedefe ulaşmak için gerekli olan eylemleri belirleyen somut hedeflerdir.
3. **Performans Ölçümü:** OKR, performans ölçümü için de kullanılır. Hedefler, işletmenizin performansını ölçmek için kullanılabilir ve ilerleme, belirlenen anahtar sonuçlarla birlikte izlenebilir.



4. **Geri Bildirim ve Değerlendirme:** OKR, düzenli geri bildirimlerin verilmesi ve çalışanların performanslarının değerlendirilmesi için de kullanılabilir. Hedeflere ulaşmak için belirlenen anahtar sonuçlar düzenli olarak takip edilir ve geri bildirimler verilir. Bu geri bildirimler, çalışanların performanslarının değerlendirilmesine yardımcı olur.
5. **Koçluk:** Daha iyi performans sağlayabilmemizin temel yollarından biri, çalışanları her seviyede desteklemektir. Koçluk, desteğin çok önemli bir parçasıdır. Çalışanlara başarılı olmak için ihtiyaç duydukları farkındalık içgörüsü ve güveni verir.
6. **Sonuçların Değerlendirilmesi:** Çalışanların şirkete olan güveni, ücretlendirme, terfi, eğitim, kariyer gibi ödüller; performans yönetiminden kültüre yolculuğunun çok önemli bir parçasıdır.

ÇALIŞAN BAĞLILIĞININ PERFORMANSA ETKİSİ

1990'ların sonunda Gallup yüksek performans gösteren ekiplerle ilgili birkaç yıl sürecek olan bir inceleme başlattı. Bu incelemeye; 1,4 milyon çalışan, 50 bin ekip ve 192 organizasyon dahil oldu. Gallup hem yüksek hem de düşük performans gösteren ekiplere misyon ve amaçtan, maaş ve kariyer fırsatlarına kadar çok çeşitli konular hakkında sorular sordu. Çalışmanın başlarında, yüksek ve düşük performans gösteren

ekiplerin arasındaki hemen hemen tüm değişkenlerin yalnızca birkaç maddeyle bile açıklanabildiği görüldü. Bunlardan en çarpıcısı şuydu: **“İş yerindeyken, hayatta en iyi yaptığım şeyi her gün yapabilme fırsatını yakalamış oluyorum.”** Çalışanların bu maddeye “kesinlikle katılıyorum” dediği iş birimleri, yüzde 44 oranında daha yüksek müşteri memnuniyeti puanı alma, yüzde 50 daha az personel değişimi yaşama, yüzde 38 kadar fazla üretkenlik gösterme eğilimindeydi. Nasıl, oldukça yüksek oranlar değil mi?

Gallup'un verilerine bakıldığında dünya çapında çalışanların yalnızca %20'si tam anlamıyla işlerine odaklı. Bu da doğrudan verimliliği etkiliyor. Peki, tam olarak yanlış giden nedir? Şirketlerin %63,3'ü çalışanları elde tutmanın onları işe almaktan daha zor olduğunu söylüyor. ABD'de çalışan bağlılığı üzerine yapılan bir araştırmaya göre, bağlılığı düşük çalışanlar, kuruluşlara her yıl yaklaşık 500 milyar dolara mal oluyor.

OKR'ler bir organizasyonda çalışanların net hedefler sayesinde işlerine daha iyi odaklanmalarına imkân veriyor. Bunun yanı sıra, organizasyon ve bireyler için hizalanmış hedefler motivasyonu ve bağlılığı artırıyor ve anlık geri bildirimler sayesinde birey ve takım koordinasyonunu sağlıyor. Herkes tarafından görünür hedefler, öncelikleri belirlemede önemli rol oynuyor ve büyük resmi de apaçık ortaya koyuyor.

Şimdi soruyorum size; yazının başındaki hikâyede, karıncanın makus talihi değiştirilebilir mi? Ne diyordu **Şems-i Tebrizi**? *“Sevmeyene karınca yük, sevene filler karınca; dağ bile taşır insan âşık olup, inanınca.”*



**DISPOSABLE
NEEDLE GUIDES**



**TRANSPERINEAL
NEEDLE GUIDES**



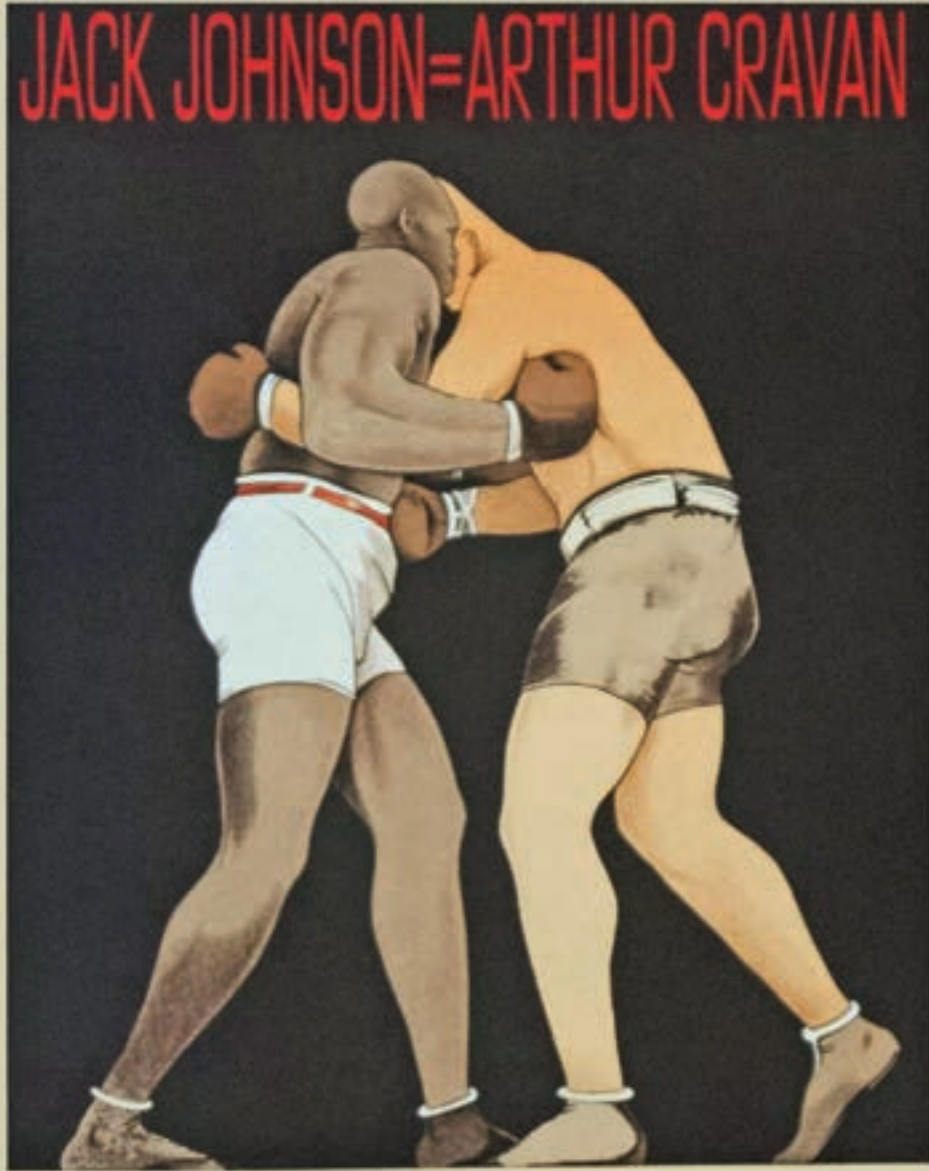
**DISPOSABLE
BIOPSY NEEDLES**



**REUSABLE
BIOPSY INSTRUMENTS**



FRANSIZ AYDINLARI ARASINDA BİR SERSERİ: ARTHUR CRAVAN



Jack Johnson
Negro de 110 kilos

Arthur Cravan
Blanco de 105 kilos



Geçtiğimiz yüzyılın başında sadece Fransa'nın değil tüm dünyanın en önemli yazarlarından Andre Gide, posta kutusuna gelen mektupları alıp çalışma odasına gittiğinde neyle karşılaşacağını henüz tam olarak bilmiyordu. Genç yazarların şiirleri, hayran mektupları ve kınama yazıları ardından, kendinden küçük olmasına karşın arkadaşı olan Arthur Cravan'ın kısa mektubuyla karşılaştı. "Sayın Gide, rahatsız ettim ama boks edebiyata yeğlediğimi bilmenizi isterim..." diyordu Cravan mektubunda. Gide muhtemelen gülüp geçti bu nota, çünkü Cravan böyle acayiplikleriyle meşhur bir insandı. Kimsenin aklına gelmeyecek sorular soran, kimsenin yapmayacağı şeyleri yapan; eğlenceli bir serseri, ciddiyetsiz bir alkolikti, ya da aklınıza gelebilecek tüm kötü sıfatları taşıyordu üstünde. Ama şairdi, hatta yüzyılın başında Fransa'nın yaşayan en önemli şairleri arasında gösteriliyordu ki, işte sadece bu bile mektubun ciddiyetini ortaya koymaya yeterdi.

Andre Gide o gün o mektubu ne kadar ciddiye aldı, ya da oturup Cravan'a ne yanıt yazdı bilmiyoruz. Ama 23 Nisan 1916 tarihinde

Fransa'da düzenlenecek olan garip bir boks maçının duyuruları ortalığa dağılmıştı bile...

Şiiri Bırakıp Boksör Olan Şair

1908 yılında ilk kez, bir siyahi Dünya Ağır sıklet Boks Şampiyonu olmuştu. Tüm dünyanın ayakta alkışladığı bu başarı, Amerikan halkını tedirgin etmişti. Çünkü yasalar köleliği çoktan kaldırmış olsa bile Amerikan halkının ortak bilincinde siyah ırk hâlâ köleydi. Jack Jackson adındaki bu adam, ırkına musallat olan kötü yazgıyı kırmış ve tüm baskı ve engellemelere rağmen altın kemeri beline sarmıştı. Hatta bu kemer 14 yıl belinde kalacaktı Jackson'ın. Ama bu kemer zaten tetikte bekleyen ve başarısını hazmedemeyen beyaz ırkı daha da bir ateşlemişti. Hiçbir beyaz onu alkışlamadı. Hatta engel olmak için yoluna hep sorunlar çıkardı. Sydney'de çıktığı maçın 14. raundunda polis ringe çıkararak maçı bitirmişti. Sebep belliydi. Jackson'un bir beyaz boksörü linç etmeye kalktığını düşünüyordu polis, ama Jackson sadece bir sporcu olarak ringdeydi. Kazanmak için de rakibini yumrukluyordu. Jackson iki ırkı kaynaştırmak için iki defa beyaz kadınlarla evlendi ama kimseye

yanamadığı gibi, bu evlilikler sonucunda kendi yandaşlarını da kaybetti. Karısıyla yolculuk yaparken uyurma bir bahane ile tutuklanmasının ardından ülkesi Amerika'yı terk etti ve Fransa'da yaşamaya başladı. 1916 yılında kendine alenen meydan okuyan Arthur Cravan adındaki şairin çağrısını kabul edip ringe çıkacaktı.

Her şey hazırlanıp beklenen gün geldiğinde; ringin bir köşesinde altın kemer sahibi eski bir dünya şampiyonu, diğer köşesinde ise kabul edildiği tüm akımları reddeden ve artık şiiri bırakmış bir şair; Arthur Cravan duruyordu. Hakemin işaretleriyle maç başladı. Maçın daha birinci raundu bitmeden şair kan içinde kalmıştı. Jackson'un sert bir yumruğu ile ringin ortasında sendeledi ve yere yığıldı. Rakibine doğru dürüst bir yumruk bile atamamıştı daha. Kaşı açılmış, dudakları patlamış bir halde yerde yatarken gözlerini aralayıp baktığında, hakemin başında saydığını gördü. Hakemin işareti ile başlayan bu mücadele şairin daha ilk raunda nakavt olmasıyla son buldu. Jackson yenginin şarkılarını söylerken, Cravan kendisini sedyeye bindirmeye çalışan sağlık görevlilerine tavşanlar hakkında ipe sapa gelmez fikirlerini anlatıyordu...

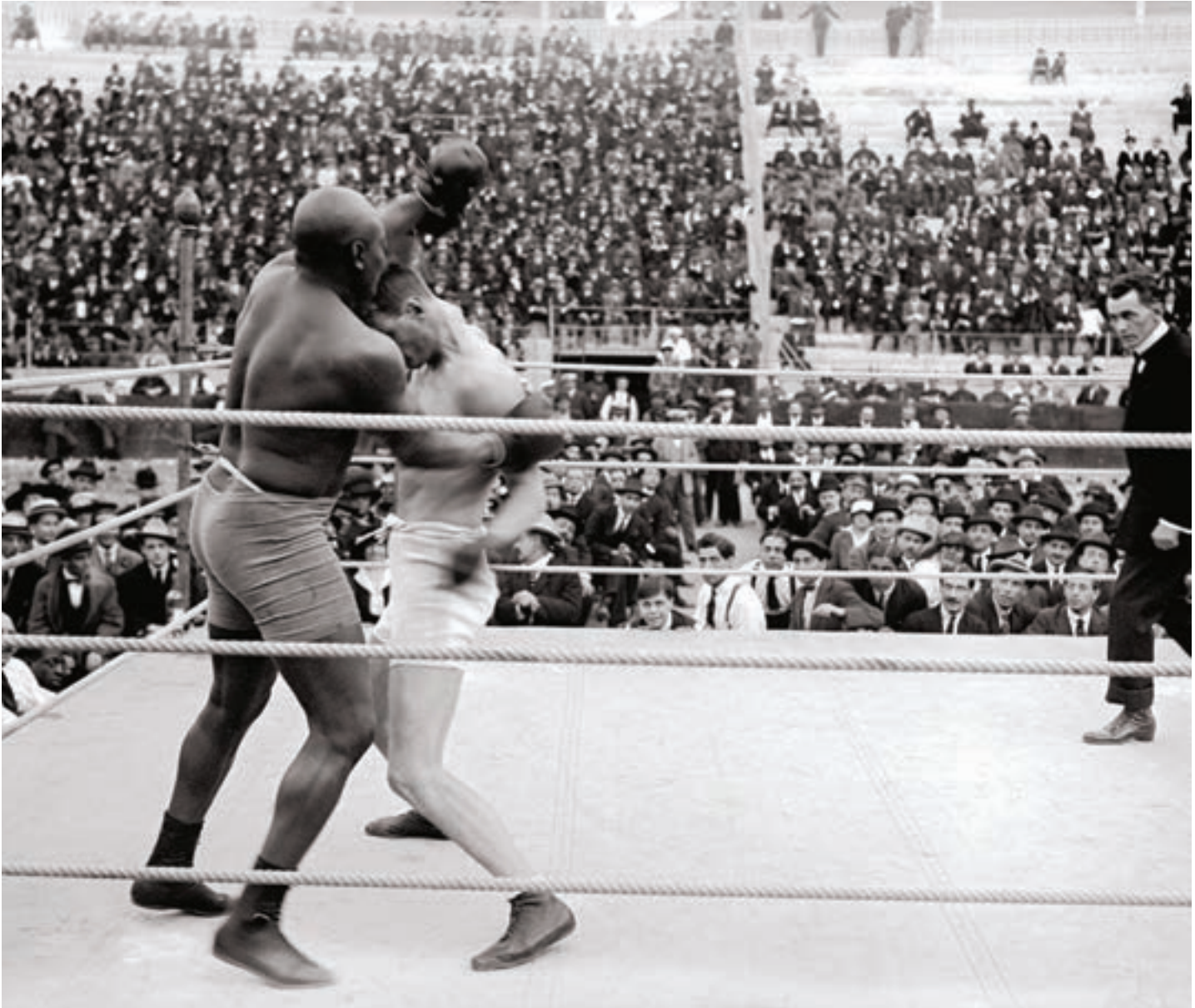
Yüzyılın Trolü

Kanlar içinde sedyeyle ringin dışına alınırken taraftarların alkışladığı, yuhaladığı, bağıracağı insan aslında 22 Mayıs 1887 tarihinde Avrupa'nın en önemli kentlerinden biri olan, hatta uzun yıllar Türk topraklarında medeniyetin, görgünün ve modernizmin başkenti olarak görülen Lozan'da iki çocuklu orta sınıf bir ailenin ikinci oğlu olarak dünyaya gelen Fabian Avenarius Lloyd idi. Arthur Cravan onun isimlerinden biriydi sadece. 1912 yılında sevgilisi Renee Bouchet için almıştı Arthur Cravan ismini. Bouchet, Fransa'nın küçük bir kasabası olan Cravans'ta dünyaya gelmişti ve onun geldiği kasabanın anısını yaşatmak için

şaire soy isim oldu bu kasabanın adı. Ama neden başka bir isim değil de Arthur ismini aldığı kimse bilemedi. Edebiyat dünyasında geçer akçe bir isim olsa da o, isimlere, kimliklere hiç önem vermedi. İsviçre vatandaşı olarak gözüktüğü yıllarda vatandaşlığın, devletin bir insana verdiği kimliklerin, ulusalcılığın ve millet kavramının saçmalığını insanlara göstermek için tam yirmi ayrı ülkenin vatandaşı oldu. Ama yirmi ayrı insan olarak değil, tek bir insan olarak. Bu vatandaşlıkların ne kadarı gerçek şu an bilmiyor. Çünkü, şairlik ve boksörlük yanında Cravan'ın birçok sahte kimliği, pasaportu ve belgeleri olduğu biliniyor. Hatta bu sahte belgelerle Birinci Dünya Savaşı'nın devam ettiği yıllarda

Avrupa ve Amerika kıtalarını boydan boya dolaşmış ve her gittiği ülkenin vatandaşı olarak görmüştü kendini. Aslında yapmak istediği tek bir ülkeye ait olmadığını herkese kanıtlamaktı. Çünkü o bir dünya insanı olmak istiyordu. Bir bilinmez gibi oradan orayı dolanarak; insanların acılarına tanıklık etmek, insanların yaşamlarını birinci elden görmek istiyordu.

Fransız entelijansının burnu havada bohem sanatçıların arasına girmek için şairler, yazarlar hatta okurlar can atarken, o onlardan kaçmak için elinden geleni yapıyordu. Cravan her yerde aynı şeyi haykırıyordu. Sanatın yararsız ve ölü olduğunu, çürümüş bir toplumun dışavurumu olduğunu ve yerini kişisel eylemin alması



gerektiğini savunuyordu...

Daha sonra Birinci Dünya Savaşı olarak anılacak olan savaş, huzur içinde yaşayan Avrupa'nın üzerine bir karabasan gibi çökmeye hazırlanırken sanatı tekelinde bulunduran burjuva bohemler olup bitenle hiçbir şekilde ilgilenmiyor ve sanatsal çalışmalarına devam ediyordu. Sanat, dünyadan yavaş yavaş kopuyordu sanki. Bu süreçte Cravan dünya ile olan ilişkisini kesmedi. Savaş nasıl dünyanın üzerine çökmüşse, Cravan laneti de sanat ve sanatçılar üzerinde bir karabasandı. Zaten onun şiiri bıraktığı yıl Hugo Ball ve arkadaşları 5 Şubat 1916'da İsviçre'nin Zürih kentinde Cabaret Voltaire'i açmışlardı. Avrupa'nın birçok ülkesinden akın akın sanatçıların geldiği bu lokalde, Arthur Cravan'ın bireysel anlamda sanata yağdırdığı lanet teorize edilecek ve sanatçılar arasında gerçekleşen bir eylem hareketine dönüşecekti. Daha sonra kendilerine Dadaist, hareketlerine de Dadaizm diyecek olan bu sanatsal örgütlenme, içine Cravan'ı almak istese de o bu kavramın altına girmeyi reddedecekti. Çünkü o bir anarşistti ve bayrağın olduğu bir yerde kimse anarşizmden söz edemezdi. Bu bayrak Dadaistlerin bayrağı bile olsa...

1916 yılında sanatı ameliyat etmeye çalışan Dadaistlerin arasına da katılmayan Cravan, yazdığı şiirlerinde genellikle kaba bir coşkuyu kullandı. Provakatif yanı ağır basan bu yapıtlar anarşist olduğu kadar didaktiktiler ve sosyal olaylardan bahsediyorlardı. İlk olarak Sürrealizm hareketinin öncülerinden olan Breton ve Breton'un çevresindeki entelektüel dünya farkına vardı onun ve Cravan adındaki bu adamın kim olduğunu araştırmaya başladıklarında, karşılıklarına garip bir isim çıktı; Oscar Wilde...

Cravan, Cravan olmadan önce Oscar Wilde'in karısı Mary Lloyd'un yeğeniydi. Eşcinselliği Paris çevresinde nam salmış olsa bile, o halasının evlendiği adama hayranlığını hiç gizlemedi. Hatta bazı yazılarının altına biraz da pervasızlıkla kendi ismi yerine Oscar Wilde imzasını attı. 1913 yılında yazdığı bir yazıya yine Oscar Wilde imzası atması biraz tartışma da yarattı. New York Times Wilde'in



Cravan'ın bir yazısından hak iddia ettiğini yazması, durumu biraz karıştırırsa da yerel çevreler onların hiç karşılaşmadıklarını savundular. Ama tabii Arthur Cravan'ın Oscar Wilde hakkında söylediği sözler de hiç karşılaşmamış olmalarının imkânsız olduğunu gösteriyor sanki.

“Oscar Wilde'a hayrandım, çünkü iri bir hayvanı andırıyordu; sadece bir su aygırı gibi sıçarken hayal edebiliyordum onu ve bu imge doğruluğu ve saflığıyla büyülüyordu beni...” diyordu eniştesi hakkında Cravan.

Renee Bouchet için ismini değiştirse de onunla evlenemedi Cravan, 1918 yılında Mina Loy ile evlenene kadar da bekar yaşayacak ve Fransa'yı yazdıklarından çok yaptıklarıyla sarsacaktı.

Sadece kadınların davetli olduğu bir konferans düzenledi ve konferansta cırtlıçplak soyundu, özellikle basına

ve yakın arkadaşlarına ağır hareketler ettiği için insanlar tarafından reddedildi. Boksör olması Jack Johnson'a sökmese de Fransa'nın sanat ortamında epey bir işine yarıyordu; çünkü hakaret ettiği insanların hiçbiri kendisine karşı gelemiyor, gelenleri de haklamayı başarıyordu. Bunların hepsini sarhoşken yapıp sarhoşluğa sığınsa da Cravan'ın ruhu aslında yaşadığı her şeyi reddediyordu. Zekasıyla, şiiriyle insanları etkilediği gibi yaptığı her şey de takip ediliyordu. 1914 yılında düzenlediği bir konferansın afişinde herkese açık açık söylemişti başlarına gelecek olanları. Gelenlere küfredeceğini ve sonra da onlar için dans edeceğini yazıyordu afişte. Ve konferans salonu yine de tıklım tıklım dolmuştu. Gelenlerin hepsine ağza alınmayacak küfürleri, hakaretleri peş peşe sıralıyor ve kendinden geçmiş sanat izleyicileri Cravan'ı hayranlıkla izliyorlardı. Ardından da afişte yazdığı gibi dans etmeye başladı

Cravan. Aslına bakarsanız o Fransa ile, onun sanata bakışıyla, insanların sanattan bir şeyler beklemeyle ve ünlü olduktan sonra insanların yaptığı her şeyin sanatsal bir değer taşıyacağıyla kabaca ve göstermeci bir şekilde dalga geçiyordu. Kimseye hesap vermiyordu. İçiyor, sağa sola kurşun sıkıyor, dans ediyor, çırılçıplak soyunup insanlar arasında dolaşılıyor ve hep alkışlanıyordu. Ama bunları yapmadığı zaman da sadece kendinin şiirlerinin olduğu bir dergi çıkartıyordu. Çıkarttığı dergiyi üç tekerlekli bir el arabasıyla sokaklarda "şiirci geldi" diye seslenerek satıyordu Cravan. Sadece sanatçılara değil, herkese satıyordu dergisini ve sattığı herkesi de küçük bir deftere kayıt ediyordu.

Edebiyatın Tek Firarisi

1918 yılında karısını tatil için Meksika sahillerine yolladı ve ardından geleceğinin sözünü verdi ona. Ama yapacakları vardı daha. Önce tuttuğu kayıt defterini çıkardı ve yazan adreslerin hepsini tek tek dolaştı. Sattığı dergilerin parasını ödeyerek hepsini geri aldı. Tüm dergileri topladıktan sonra hepsini bir çuvala koyup yola çıktı. Atlas okyanusunun kıyısına geldiğinde, dergileriyle birlikte bir tekneye bindi

ve karısını gönderdiği Meksika'ya doğru kürek çekmeye başladı. Bunun bir intihar olduğunu biliyordu. Ama karısına geleceğim diye söz vermişti ve oraya gitmek için yola çıktı. Yolda ölen birine kimse darılamazdı elbette. Fransız entelijansiyası ve dünya ondan bir daha hiç haber alamadı. Yarattığı ve yazdığı ne varsa hepsini toplayıp gitmişti ve geride yaşamından ve anılarından başka bir şey bırakmadı. Çünkü sanat dediği gibi gereksizdi ve şiirlerine insanların gereksinim duymayacağını biliyordu. Bu yazıyı yazarken de onun biraz vasiyet gibi olan bu intiharına saygı göstermek için yazdığı hiçbir şeyden alıntı yapmadık...

Arthur Cravan otuz bir yaşında Meksika sahillerinde sırada kadem bastığında, kendi ölümünün sahnelediği şekilde rivayetler dolaşmaya başlamıştı. Ölümünün bile gerçek olmadığını düşünülmesi doğaldı, çünkü Cravan bir bakıma günümüz sosyal medya trollerin yüz yıl önceki karşılığıydı. Şiir de yazsa, dergi de çıkarsa, boks ringine de çıksa öncelikli amacı sansasyon yaratmaktı.

Cravan'ın hamile karısıyla sürdüğü yoksul hayattan bıkip kendini yeni bir kılıkta diriltmesi olmayacak iş değildi. Çünkü her şeyden önce o usta bir dolandırıcıydı. Bir grup edebiyat

araştırmacısı, Cravan'ın zamanla kendini B. Traven'a dönüştürdüğünü iddia etti, kanıt olarak da B. Traven'in Ölüm Gemisi adlı ilk romanını gösterdi. (Bilindiği gibi B. Traven, Meksika'da yaşadığı bilinen ama gerçek kimliği hiçbir zaman öğrenilemeyen bir romancı.) Daha yaygın olan bir başka teoriye göreyse, Cravan kendini Oscar Wilde el yazmaları üreten bir sahtekâr olarak yeniden icat etti. 1920'lerin başında, Dorian Hope ve benzeri takma adlar kullanarak Parisli müzayedecilere Oscar Wilde'in el yazmaları olduğunu iddia ettiği birtakım kağıtlar sattı. Gerçek, New Yorklu bir kitapçının, el yazmalarının Wilde'in ölümünden çok sonra üretilen bir cins kâğıda yazıldığını fark etmesiyle ortaya çıktı. Dorian Hope bir daha ortaya çıkmadı. Mina Loy uzun bir süre Cravan'ın öldüğüne inanmayı reddetti. The Widow's Jazz adlı şiirinde şunları yazdı: "Ey Koca / Nasıl da gizlice aldattın beni ölümle!"

Tüm bunlara rağmen Cravan'ın saldan hallice teknesiyle açıldığı okyanusta boğulmuş olması da elbette çok mümkün. Korsanların eline düşüp onlar tarafından öldürülmüş olması da. Gerçek şu ki; çuvala konup suların altına gömülen şiirleri, Titanic'le birlikte yok olan Ömer Hayyam el yazmalarıyla aynı kaderi paylaştı...

Yazan: FERHAT ULUDERE

Ferhat Uludere; 2002 yılında Müjdat Gezen Sanat Merkezi Yaratıcı Yazarlık Bölümü'nden mezun oldu. Öğrencilik döneminde halen yayımlanmakta olan MSM Gazetesi'ni kurdu. İlk kitabı "Sayıklamalar" 2002 yılında yayımlandı. Ardından "İslenmiş Aşka Mektuplar", "1001 Fıçı Bira", "Sonbaharda Sarhoş Bir Kasaba", "Don Quijote'nin Üçüncü Cildi", "Son 11", "Çanakkale Gezisi" ve "Nikah Sarhoşluğu" adlı kitapları yazdı.

Aylık, haftalık, günlük olmak üzere birçok yayın organında sinema, edebiyat, müzik ve tiyatro üzerine eleştiriler yazdı. Cumhuriyet ve

Radikal gazetelerinde yazdı. Taraf gazetesinde Kültür Sanat Editörlüğü yaptı. Aynı dönemde Günlük Kültür Sanat Eki, Taraf Pazar ve Etraf eklerini yönetti. 2010 ve 2016 yılları arasında ise İMC TV Kültür Sanat Servisi'nin başındaydı.

Çeşitli televizyon programlarında editörlük, metin ve senaryo yazarlığı da yapan Uludere bir yandan da Müjdat Gezen Sanat Merkezi Yaratıcı Yazarlık Bölüm Başkanlığı'nı sürdürmektedir. Hazırladığı Yaratıcı Yazarlık müfredatıyla başta İzmir ve İstanbul olmak üzere Türkiye'nin farklı kentlerinde atölyeler düzenlemektedir.





Trimaris SMA qPCR Tarama Kiti

SMN1 geninin ekson7'deki delesyonlarının kantitatif tespiti için tek tüpte multipleks qPCR kiti

Özellikler:

- Trimaris SMA qPCR testi, SMN1 geninin bir referans gene oranla kantifikasyonunu gerçekleştiren yüksek performanslı bir moleküler genetik testtir.
- Standart laboratuvar cihazları kullanarak etkilenmiş bireyleri (SMN1 ekson 7 homozigot delesyonları) ve SMA taşıyıcılarını (SMN1 ekson 7 heterozigot delesyonları) belirlemek için tasarlanmıştır.
- Tek örneğin test edilmesinden popülasyon düzeyinde taramaya kadar ölçeklenebilir.
- Standart nükleik asit ekstraksiyon protokolleri kullanılarak tam kandan ekstrakte edilen DNA ile veya saflaştırma gerektirmeyen Trimaris hızlı DBS DNA Ekstraksiyon Kiti ile kuru kan örneklerinden elde edilen DNA ile çalışılabilmektedir.
- Veri işleme ve sonuç yorumlama için kullanıcı dostu bir yazılım aracı içerir.

Sipariş Bilgisi:

Ürün Adı	Test Sayısı	Ürün Kodu
SMA qPCR Kiti	960 Test	BR110022
	480 Test	BR110021
	96 Test	BR110020
DBS DNA Ekstraksiyon Kiti	960 Test	BR110070
	480 Test	BR110071
	96 Test	BR110072

Bu test, GenePath Diagnostics Inc, Ann Arbor, Michigan, USA ile birlikte geliştirilmiş olup Bome Trivitron, Ankara, Türkiye tarafından üretilmektedir.

SINCE 1921



Augen Instrumente
Ophthalmic Surgical Instruments
Göz Cerrahi Aletleri
Instrumentos para oftalmología
Instruments de Chirurgie Ophtalmologique

 **Beta Medikal**
güvenilir cerrahi çözümler

Oruçreis Mahallesi Tekstilkent Caddesi Koza Plaza
No:12B/33 Kat:3 Esenler / İstanbul-TÜRKİYE

info@beta-medikal.com
www.beta-medikal.com